



UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL
SEDE DEL PACÍFICO

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE
LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA

“PROPUESTA DE UN INSTRUMENTO QUE DETERMINE EL PERFIL DEL
CLIENTE PARA LOS PRODUCTOS DE INVERSIÓN QUE OFRECE EL BANCO
NACIONAL DE COSTA RICA, SUCURSAL DE PUNTARENAS, DEL CANTÓN
CENTRAL, DISTRITO PRIMERO, EN EL AÑO 2021”

SUSTENTANTES:

LÓPEZ CASTILLO JENNIFFER
RETANA CARRILLO KIMBERLY
VILLALOBOS OCONOR YANEL

AÑO 2021

ACTA DE APROBACIÓN

En la ciudad de Puntarenas, a los 09 días del mes de agosto del año 2021 al ser las 15:30 horas, estando presentes en el Campus Juan Rafael Mora Porras de la Sede del Pacífico de la Universidad Técnica Nacional, las siguientes personas:

Profesor Tutor: MBA. Carlos Araya Muñoz
Profesora Lectora Interna: Máster. Indira Chavarría Torres
Profesor Lector Externo: Lic. Francisco Montero Astorga
Representante del Sector Productivo: M.Ed. José Andrés Campos Jiménez
Presidente del Tribunal Examinador: MBA. Tamy Soto González

En su condición de miembros del Tribunal Evaluador, para evaluar el proyecto y optar por el grado de **Licenciatura en Contaduría Pública**, de la estudiante López Castillo Jenniffer, cédula de identidad 6-0387-0728.

Reunido el Tribunal Evaluador la aspirante procedió a defender su proyecto "**Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, Distrito Primero, en el año 2021**".

Concluida la defensa del proyecto, el Tribunal Evaluador consideró que, de conformidad con la normativa en la materia, la estudiante obtuvo una calificación de 100, cumpliendo con las exigencias requeridas para la aprobación del proyecto y le es conferido el grado de **Licenciada en Contaduría Pública**.

No () Si () mención honorífica



Carlos Araya Muñoz
Profesor Tutor



Francisco Montero Astorga
Profesor Lector Externo



Indira Chavarría Torres
Profesora Lectora Interna



José Andrés Campos Jiménez
Representante del Sector Productivo



MBA. Tamy Soto González
Presidente del Tribunal Examinador

Estudiante:





ACTA DE APROBACIÓN

En la ciudad de Puntarenas, a los 09 días del mes de agosto del año 2021 al ser las 15:30 horas, estando presentes en el Campus Juan Rafael Mora Porras de la Sede del Pacífico de la Universidad Técnica Nacional, las siguientes personas:

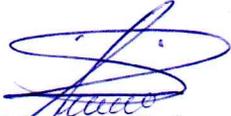
Profesor Tutor: MBA. Carlos Araya Muñoz
Profesora Lectora Interna: Máster. Indira Chavarría Torres
Profesor Lector Externo: Lic. Francisco Montero Astorga
Representante del Sector Productivo: M.Ed. José Andrés Campos Jiménez
Presidente del Tribunal Examinador: MBA. Tamy Soto González

En su condición de miembros del Tribunal Evaluador, para evaluar el proyecto y optar por el grado de **Licenciatura en Contaduría Pública**, de la estudiante Retana Carrillo Kimberly, cédula de identidad 6-0444-0789.

Reunido el Tribunal Evaluador la aspirante procedió a defender su proyecto "Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, Distrito Primero, en el año 2021".

Concluida la defensa del proyecto, el Tribunal Evaluador consideró que, de conformidad con la normativa en la materia, la estudiante obtuvo una calificación de 100, cumpliendo con las exigencias requeridas para la aprobación del proyecto y le es conferido el grado de **Licenciada en Contaduría Pública**.

No () Si (x) mención honorífica


Carlos Araya Muñoz
Profesor Tutor


Francisco Montero Astorga
Profesor Lector Externo


Indira Chavarría Torres
Profesora Lectora Interna


José Andrés Campos Jiménez
Representante del Sector Productivo


MBA. Tamy Soto González
Presidente del Tribunal Examinador

Estudiante:

Kimberly Retana C.



ACTA DE APROBACIÓN

En la ciudad de Puntarenas, a los 09 días del mes de agosto del año 2021 al ser las 15:30 horas, estando presentes en el Campus Juan Rafael Mora Porras de la Sede del Pacífico de la Universidad Técnica Nacional, las siguientes personas:

Profesor Tutor:	MBA. Carlos Araya Muñoz
Profesora Lectora Interna:	Máster. Indira Chavarría Torres
Profesor Lector Externo:	Lic. Francisco Montero Astorga
Representante del Sector Productivo:	M.Ed. José Andrés Campos Jiménez
Presidente del Tribunal Examinador:	MBA. Tamy Soto González

En su condición de miembros del Tribunal Evaluador, para evaluar el proyecto y optar por el grado de **Licenciatura en Contaduría Pública**, de la estudiante Villalobos Oconor Yanel, cédula de identidad 6-0436-0290.

Reunido el Tribunal Evaluador la aspirante procedió a defender su proyecto "Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, Distrito Primero, en el año 2021".

Concluida la defensa del proyecto, el Tribunal Evaluador consideró que, de conformidad con la normativa en la materia, la estudiante obtuvo una calificación de 100, cumpliendo con las exigencias requeridas para la aprobación del proyecto y le es conferido el grado de **Licenciada en Contaduría Pública**.

No () Si mención honorífica


Carlos Araya Muñoz
Profesor Tutor


Francisco Montero Astorga
Profesor Lector Externo


Indira Chavarría Torres
Profesora Lectora Interna


José Andrés Campos Jiménez
Representante del Sector Productivo


MBA. Tamy Soto González
Presidente del Tribunal Examinador

Estudiante:

Yanel Villalobos Oconor

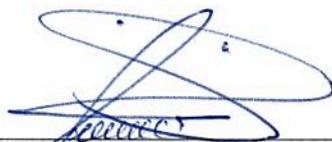


Puntarenas, 23 de junio de 2021

El suscrito Máster Carlos Enrique Araya Muñoz, en calidad de profesor tutor y de conformidad con el artículo 10, inciso e) del Reglamento de Trabajos Finales de Graduación de la Universidad Técnica Nacional, hace constar que ha leído y revisado el contenido del proyecto final de graduación, para optar por el grado de Licenciatura en Contaduría Pública, titulado:

“Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021”,

Por lo anterior, autorizo a las postulantes Jenniffer López Castillo, cédula 603870728; Kimberly Retana Carrillo, cédula 604440789 y Yanel Villalobos Oconor, cédula 604360290, a presentarlo como requisito de graduación de la Universidad Técnica Nacional.



Máster Carlos Enrique Araya Muñoz

Cédula 204670317

Profesor Tutor

Puntarenas, 25 de junio de 2021

La suscrita Máster Indira Chavarría Torres, en calidad de profesor lector y de conformidad con el artículo 11, inciso c) del Reglamento de Trabajos Finales de Graduación de la Universidad Técnica Nacional, hace constar que ha leído y revisado el contenido del proyecto final de graduación, para optar por el grado de Licenciatura en Contaduría Pública, titulado:

“Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021”

Por lo anterior, autorizo a las postulantes Jenniffer López Castillo, cédula 603870728; Kimberly Retana Carrillo, cédula 604440789 y Yanel Villalobos Oconor, cédula 604360290, a presentarlo como requisito de graduación de la Universidad Técnica Nacional.



Máster Indira Chavarría Torres

Cédula 602520849

Profesor Lector

Puntarenas, 25 de junio de 2021

El suscrito Licenciado Francisco Montero Astorga, en calidad de lector externo y de conformidad con el artículo 11, inciso c) del Reglamento de Trabajos Finales de Graduación de la Universidad Técnica Nacional, hace constar que ha leído y revisado el contenido del proyecto final de graduación, para optar por el grado de Licenciatura en Contaduría Pública, titulado:

“Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021”,

Por lo anterior, autorizo a las postulantes Jenniffer López Castillo, cédula 603870728; Kimberly Retana Carrillo, cédula 604440789 y Yanel Villalobos Oconor, cédula 604360290, a presentarlo como requisito de graduación de la Universidad Técnica Nacional.



Licenciado Francisco Montero Astorga

Cédula 603110651

Lector Externo

Esparza, 3 de julio de 2021

Señores
Facultad de Contaduría Pública
Universidad Técnica Nacional
Sede del Pacífico

Por este medio hago constar que he revisado y corregido la sintaxis, la morfología y la semántica del texto denominado: "Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021", propiedad de López Castillo Jenniffer, cédula 6-0387-0728; Retana Carrillo Kimberly, cédula 6-0444-0789 y Villalobos Oconor Yanel, cédula 6-0436-0290, presentado como requisito para optar por el grado de Licenciatura en Contaduría Pública.

Cordialmente,



Lcda. Magdalena Venegas Porras
Filóloga
Carné 10785
Cédula 6-230-116



CA-22-2021

MBA. Tamy Soto González
Directora de Carrera de Contabilidad y Finanzas
Universidad Técnica Nacional Sede del Pacífico

Estimada señora

En respuesta a los oficios COFI-030-2021 y COFI-039-2021 recibidos en la Dirección Corporativa de Desarrollo Humano por medio de la colaboradora Yanel Villalobos Oconor, donde se solicita el permiso para desarrollar en el Conglomerado Financiero Banco Nacional el trabajo final de graduación para optar por el grado de Licenciatura en Contaduría Pública en la Universidad Técnica Nacional, Sede del Pacífico con el tema *“Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del Cantón Central, Distrito Primero, en el año 2021”* de la compañera Villalobos Oconor y según los requisitos normados en MGO1-CGRH01 Lineamientos de Recursos Humanos, edición 5, se realizó la valoración de la siguiente documentación:

- Nota de la persona trabajadora dirigida a la Jefatura Planeación Estratégica de Desarrollo Humano y al Supervisor (a) Capacitación de la DCDH donde solicite la autorización para realizar su trabajo final de graduación (Anexo 1)
- Nota o correo de la Jefatura del BNCR (Dependencia del BNCR) que autoriza brindar la información para su investigación (Anexo 2)
- Nota de la Universidad (Facultad, Profesor y/o tutor o Director de tesis o tesina) dirigida a la Jefatura del área donde labora la compañera Villalobos Oconor solicitando la autorización de ejecución del trabajo en el Conglomerado Financiero Banco Nacional. Entendiéndose en el COFI 30-2021 que el tema a desarrollar cuenta con el aval de la Dirección académica correspondiente (Anexo 3 y 3.1).

Resultado del análisis, se le informa que la compañera Villalobos Oconor, cuenta con la aprobación de las áreas que brindarán la información, supervisarán el proceso y avance según corresponda, así como de la Dirección Corporativa de Desarrollo Humano para realizar el trabajo final de graduación.

En disposición de atender cualquier consulta adicional, atentamente,

ANDREA RAQUEL VARGAS CALVO (FIRMA)
Firmado digitalmente
por ANDREA RAQUEL
VARGAS CALVO (FIRMA)
Fecha: 2021.04.20
22:42:25 -06'00'

Andrea Vargas Calvo
Área de Capacitación
Dirección Corporativa de Desarrollo Humano

Cc.
Yanel Villalobos Oconor, Ejecutiva de Apoyo, ZC Puntarenas- Guanacaste
Lic. Jorge Arturo Ruíz Infante Gerente de la Zona Comercial Puntarenas – Guanacaste
Lic. Rodolfo Chaves Herrera, Gerente Sucursal Puntarenas

Agradecimientos

En primer lugar, agradecemos a Dios, por permitirnos lograr el éxito en nuestros estudios, con su guía en nuestro actuar y en cada una de las decisiones asumidas. Gracias a Él, porque por su voluntad hoy culminamos nuestra carrera de forma satisfactoria.

A nuestros padres, familiares y amigos, por ser nuestro motor y motivación; porque nos han alentado a seguir adelante a pesar de las dificultades; por el amor y el apoyo que nos han servido como aliciente para no desistir y llegar hasta donde nos encontramos hoy.

Al profesor tutor, Carlos Araya Muñoz, porque gracias a él con certeza nos sentimos orgullosas del proyecto que elaboramos, pues con su amplio conocimiento y sabiduría nos brindó la mejor orientación y guía para culminar este proceso con gran éxito.

A los lectores, Indira Chavarría Torres y Francisco Montero Astorga, quienes también fueron un pilar importante para la satisfactoria elaboración del proyecto.

Al Banco Nacional de Costa Rica, por permitirnos llevar a cabo este proceso que aumenta nuestros conocimientos y nos enriquece como profesionales y como personas.

A la Universidad Técnica Nacional, por abrirnos las puertas y darnos el enorme privilegio y la oportunidad de pertenecer a ella, para hoy ser profesionales de alta calidad. Asimismo, a la directora de carrera, Tamy Soto González, porque siempre estuvo anuente a ayudarnos y apoyarnos ante cualquier situación. En general, a todos y cada uno de los profesores que nos dejaron de paso las mejores enseñanzas. Gracias a todos.

*Jenniffer López Castillo
Kimberly Retana Carrillo
Yanel Villalobos Oconor*

Dedicatoria

A Jehová, mi Dios, por ser mi guía, por brindarme sabiduría y perseverancia en los momentos más difíciles, cuando sentía que las fuerzas para continuar se atenuaban; Él siempre me brindó el apoyo incondicional que revitalizaba mi energía e impedía que bajara mis brazos.

A mi hija, Kari Nafn López Castillo, con mucho orgullo y amor, por ser mi combustible, ese aliciente que me impulsa a ser mejor, no solo como profesional, sino también como madre y como ser humano. A ella, por cada una de las veces que con sus palabras y tiernos besos me ha expresado su incondicional amor y admiración; que este triunfo sea para ella un ejemplo en su vida y la impulse a ser mejor, mucho más que yo, siempre. A ella, mi niña bonita, el regalo más preciado que Dios me ha dado.

A mi pareja, Jhonny Peralta Lanzas, por ser el motor que genera las fuerzas externas necesarias para continuar, guerrero incansable de mil batallas dispuesto a enfrentar el mundo entero y sus complicaciones para asegurar mi bienestar; por ser mi apoyo y mi motivador personal cuando más lo he necesitado; por estar siempre a mi lado en todos los momentos de mi vida impulsándome a crecer a nivel personal y profesional.

A mis abuelos, José Esteban López Castillo y Amada Gómez Gómez, por inculcar en mí los valores y principios con los cuales dirijo mi vida, y aunque él ya no esté, sé lo orgulloso que estaría de verme cumplir la promesa de convertirme en profesional. A mi padre, Pedro López Gómez, por ser el padre más amoroso y protector del mundo, por ser siempre parte importante de mi vida. A todos mis familiares cercanos, por ser parte de este proceso.

Jennifer López Castillo

Dedicatoria

En primer lugar, dedico este proyecto final de graduación a Jehová, mi Dios querido, porque su voluntad ha sido tenerme en donde me encuentro hoy, culminando esta etapa tan importante para mi vida. Él siempre me ha dado la sabiduría y la fortaleza que he requerido durante este largo proceso de aprendizaje, para que me convierta en una profesional de bien, con muchas metas más por delante. A Él, porque es gracias a su misericordia y voluntad que culmino este proceso con gran éxito.

A mi querida madre, Mileidy Retana Carrillo, porque ha sido mi soporte, mi motivación, mi ejemplo y mi luz durante este proceso; porque desde el día uno me apoyó de todas las maneras posibles para que yo pudiera cumplir esta meta. Por ella decidí ser una estudiante y profesional ejemplar; porque lo que más me importa en esta vida, es hacerla sentir orgullosa de mi esfuerzo y de la persona en la que me he convertido. Por eso y más, le dedico este logro tan importante.

A mi padre, Errol Piedra Alfaro, porque de igual forma ha estado para mí cuando más lo he necesitado; por siempre escuchar mis anécdotas durante este proceso y brindarme los consejos más sabios. Se lo dedico a él, porque también ha sido mi motivación y ejemplo, porque no solo es un excelente padre, sino también un profesional ejemplar.

Por último, pero no menos importante, a mi padrastro, a mis familiares cercanos y amigos, quienes de una u otra forma han estado para mí, brindándome su apoyo, motivándome a ser mejor persona y con su presencia en los momentos más difíciles. Este logro también lo dedico a ellos, porque gracias a su apoyo finalizo mi carrera exitosamente.

Kimberly Retana Carrillo

Dedicatoria

A Dios, por llenarme de vida y salud para desarrollar con éxito esta etapa de aprendizaje y crecimiento profesional, por suplirme de sabiduría y perseverancia para cumplir los propósitos que tiene para mi vida y por cubrirme siempre con su gracia.

A mi hijo, Luis Abdiel Barrantes Villalobos, por ser la razón y motor de mis días, quien me llena de luz y energía en los días no tan coloridos; por las muchas veces que no tuvo una madre de tiempo completo, pero a pesar de eso, siempre mantiene una sonrisa en mi rostro.

A mi madre, Yorleny Oconor Gómez, quien merece el mejor de mis logros, por ser ese pilar esencial en mi vida, quien con su apoyo y amor incondicional me ha formado para ser la gran mujer y profesional que soy, y por el esfuerzo que hace, día con día, para ser mi relevo en la crianza y proceso de enseñanza de mi hijo.

A mi padre, Luis Guillermo Villalobos Barrantes, quien me enseñó grandes valores y las herramientas para enfrentarme al mundo; por demostrarme que siempre todo es posible con esmero y dedicación.

A mi abuelita, Thelma Villalobos Barrantes, quien ha sido un ejemplo de mujer valiente y me ha chineado en todos los aspectos de mi vida. De manera especial, a mi abuelita, Elsa Gómez Ugalde, quien hoy es un ángel que me cuida desde el cielo, pero su inmenso amor hacia mí siempre estará presente. A mis familiares, amigos y cada una de las personas que confiaron en mí y siempre estuvieron dispuestos a brindarme una palabra de motivación.

Yanel Villalobos Oconor

Índice de contenidos

Agradecimientos	i
Dedicatoria.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Resumen Ejecutivo	xiii
Matriz de Congruencia.....	xiv
Introducción	17

CAPÍTULO I

1 Marco Conceptual	20
1.1 Áreas de Estudio	20
1.1.1 Social	20
1.1.2 Económico	20
1.1.3 Financiero	21
1.1.4 Tecnológico	21
1.1.5 Legal	22
1.2 Delimitación de la investigación.....	22
1.2.1 Alcance	22
1.2.2 Limitaciones.....	23
1.3 Justificación del estudio	24
1.4 Situación actual del conocimiento del tema.....	26
1.5 Objetivos de la investigación	28
1.5.1 Objetivo General.....	28
1.5.2 Objetivos Específicos	28

CAPÍTULO II

2 Marco Contextual	30
2.1 Banco Nacional de Costa Rica.....	30
2.1.1 Antecedentes Históricos	31
2.1.2 Situación Actual.....	35
2.1.3 Ubicación.....	37
2.1.4 Referente Institucional.....	38
2.1.5 Organización.....	44
2.1.6 Productos y Servicios.....	47
2.1.7 Logo.....	52
2.1.8 Lema	52
2.1.9 Política de Calidad.....	52
2.1.10 Responsabilidad Social.....	52
2.1.11 Aspectos Legales	53

CAPÍTULO III

3 Marco Teórico	55
3.1 Sistema Financiero Nacional.....	55
3.2 Consideraciones Legales.....	57
3.3 Inversión.....	58
3.3.1 Tipos de Inversiones	59
3.3.2 Variables más importantes de una inversión	62
3.3.3 Productos de Inversión.....	63
3.3.4 Productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica	70
3.4 Cliente	75

3.4.1	Tipos de clientes	76
3.4.2	Otros tipos de clientes.....	81
3.4.3	Perfil del cliente	82
3.5	Instrumento	89
3.5.1	Componentes de un instrumento.....	90
3.5.2	Tipos de instrumentos	91

CAPÍTULO IV

4	Marco Metodológico.....	95
4.1	Enfoque de la investigación	95
4.1.1	Enfoque mixto.....	96
4.2	Tipo de investigación	97
4.3	Formulación de hipótesis	99
4.4	Definición de Variables.....	100
4.4.1	Definición Conceptual	101
4.4.2	Definición Operacional.....	101
4.4.3	Definición Instrumental	102
4.4.4	Indicadores.....	102
4.5	Población y Muestra.....	103
4.5.1	Población	103
4.5.2	Muestra	104
4.6	Fuentes de recolección de información.....	107
4.6.1	Fuentes primarias	108
4.6.2	Fuentes secundarias	108
4.7	Técnicas de recolección de información	109

4.7.1 Entrevista	109
4.7.2 Cuestionario	110
4.8 Propuesta metodológica	110
4.9 Validación de la información	111

CAPÍTULO V

5 Análisis de resultados	115
5.1 Entrevista.....	115
5.2 Cuestionario	123

CAPÍTULO VI

6 Propuesta	142
6.1 Introducción	142
6.2 Justificación.....	143
6.3 Alcances	144
6.4 Objetivos de la Propuesta.....	145
6.4.1 Objetivo General.....	145
6.4.2 Objetivos Específicos	145
6.5 Definición de la Propuesta	146
6.6 Instrumento	148
6.6.1 Estructura del Instrumento.....	149

CAPÍTULO VII

7 Conclusiones y recomendaciones	159
7.1 Conclusiones	159

7.2 Recomendaciones.....	162
Referencias.....	164
Anexos	167
Anexo N° 1. Entrevista	167
Anexo N° 2. Cuestionario	169
Anexo N° 3. Instrumento de determinación del perfil del cliente.....	173
Anexo N° 4. Infografía Productos de Inversión.....	177
Anexo N° 5. Infografía Perfil del Cliente	178
Anexo N° 6. Infografía Importancia de la Educación Financiera.....	179
Anexo N° 7. Infografía Importancia de la Cultura de Ahorro e Inversión	180
Anexo N° 8. Matriz de Congruencia.....	181
Anexo N° 9. Carta de autorización para uso y manejo de los TFG ..;	Error! Marcador no definido.

Índice de figuras

Figura 1. Ubicación Banco Nacional de Costa Rica, Sede Principal	37
Figura 2. Ubicación Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas	38
Figura 3. Lineamientos Estratégicos del Banco Nacional de Costa Rica.....	43
Figura 4. Organigrama del Banco Nacional de Costa Rica, Sede Principal	45
Figura 5. Organigrama del Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas	46
Figura 6. Perfil del Inversionista	84
Figura 7. Aversión al Riesgo y su relación con la rentabilidad y el riesgo	86
Figura 8. Diseño de tabla del instrumento para opciones de respuestas cortas	154
Figura 9. Diseño de tabla del instrumento para opciones de respuestas largas	154

Índice de tablas

Tabla 1. Productos que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica.....	49
Tabla 2. Cuadro de Variables.....	113
Tabla 3. Clasificación de los resultados de la encuesta por género y rubro de edades.....	125
Tabla 4. Resultados según género y edad	126
Tabla 5. Resultados según género y edad	133
Tabla 6. Resultados del porqué de la pregunta N° 11 del cuestionario	139

Índice de gráficos

Gráfico N° 1. Aspectos personales del encuestado: Género.....	123
Gráfico N° 2. Aspectos personales del encuestado: Edad	124
Gráfico N° 3. Características: Aversión al riesgo.....	125
Gráfico N° 4. Características: Aversión al riesgo.....	127
Gráfico N° 5. Aversión al riesgo y perfil del cliente	128
Gráfico N° 6. Características: Rentabilidad.....	130
Gráfico N° 7. Características: Rentabilidad.....	131
Gráfico N° 8. Características: Horizonte temporal	132
Gráfico N° 9. Características: Horizonte temporal	134
Gráfico N° 10. Características: Horizonte temporal	135
Gráfico N° 11. Características: Horizonte temporal	136
Gráfico N° 12. Instrumento.....	137

Resumen Ejecutivo

La investigación se titula “Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021”, y tiene como propósito principal desarrollar una propuesta de un instrumento que permita determinar el perfil del cliente (conservador, moderado o agresivo), y con base en este, identificar los productos de inversión que mejor se acoplan a él.

Mediante el estudio, se determina que los productos de inversión ofrecidos por el BNCR, Sucursal de Puntarenas, son las Cuentas Corrientes, las Cuentas Electrónicas, los BN Ahorro Programado y las Inversiones, este último se divide en dos: Certificados de Depósito a Plazo (materializado y desmaterializado) y las Inversiones a Corto Plazo (tradicional y tasa pactada). Asimismo, las principales características que permiten la adecuada determinación del perfil del cliente son la aversión al riesgo, el horizonte temporal, la experiencia en inversiones, el objetivo de la inversión y la rentabilidad esperada.

Además, por medio de las entrevistas y el cuestionario aplicado, se determina que los clientes del BNCR, Sucursal de Puntarenas, presentan una tendencia más conservadora en cuanto al tema de inversiones, es decir, prefieren seguridad antes que rentabilidad, asimismo, que la implementación del instrumento impactará positivamente en la adquisición de los productos de inversión por parte de los clientes del banco.

Palabras claves: Instrumento, Productos de inversión, Perfil del Cliente, Banco Nacional de Costa Rica, Aversión al Riesgo, Rentabilidad, Horizonte Temporal, Experiencia en Inversiones, Objetivo de inversión, Educación Financiera y Cultura de Ahorro.

Matriz de Congruencia

Tema		
“Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021”		
Objetivo General		
Desarrollar la propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021.		
Objetivo Específico		
Definir los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas.		
Variable	Conclusión	Recomendación
Productos de inversión	Se logró identificar y definir, de manera concreta, que los productos de inversión ofrecidos por el BNCR, Sucursal de Puntarenas, son las cuentas corrientes, las cuentas electrónicas, los BN ahorro programado y las inversiones, este último se divide en certificados de depósito a plazo (materializado y desmaterializado) y las inversiones a corto plazo (tradicional y tasa pactada).	Fomentar campañas publicitarias y actividades que brinden un mayor conocimiento en cuanto a los productos de inversión que ofrece el BNCR, pues la población que conoce de estos productos es poca.

Tema

“Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021”

Objetivo General

Desarrollar la propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021.

Objetivo Específico

Identificar las características que permiten determinar el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas.

Variable	Conclusión	Recomendación
Características	Las características que permiten determinar el perfil del cliente son la aversión al riesgo, los objetivos de inversión de cada persona, la experiencia o conocimiento en inversiones, el horizonte temporal que desea y la rentabilidad esperada.	Que el BNCR analice e identifique, de manera objetiva, cada una de las características de los clientes interesados en adquirir los productos de inversión, pues con base en dichas características se puede determinar y clasificar información sensible para la colocación de los productos que ofrece la entidad.
Perfil del cliente	Los perfiles del cliente más comunes son el conservador, inversionista que prefiere seguridad antes que rentabilidad; el moderado, inversionista que busca un balance entre el riesgo y la rentabilidad; y el agresivo, inversionista que asume cualquier riesgo con tal de maximizar sus ganancias.	Que el BNCR resalte al inversionista la importancia de actualizar su perfil del cliente cuando se presente una variación en sus características, puesto que, si se presenta un cambio en sus condiciones o necesidades actuales respecto al pasado, entonces podría reflejarse una variación en su perfil.

Tema

“Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021”

Objetivo General

Desarrollar la propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021.

Objetivo Específico

Elaborar un instrumento que permita determinar los productos de inversión que mejor se acoplen a cada perfil del cliente de acuerdo con las características que presentan.

Variable	Conclusión	Recomendación
Instrumento	El instrumento tendrá un efecto positivo, tanto para el Banco como para sus clientes. Además, debe ser una herramienta de aplicación breve, es decir, que no requiera de un periodo prolongado, pues por lo general, el solo hecho de ser atendido en la sucursal demanda tiempo, debido a las extensas filas de clientes que requieren de los diferentes servicios ofrecidos por el Banco. Por lo tanto, si el instrumento demanda un lapso amplio para ser aplicado, el cliente se puede sentir indispuesto para completarlo.	Se recomienda al BNCR, Sucursal de Puntarenas, implementar el instrumento propuesto, el cual permite determinar el perfil del cliente para los productos de inversión ofrecidos por dicha entidad. El instrumento será fundamental para optimizar el proceso de captación de los productos de inversión, mediante asesorías dirigidas y el ofrecimiento de los productos adecuados para cada cliente, según su perfil, para que, de esta manera, el empleado bancario cuente con la herramienta idónea para el proceso de ventas de tales productos y el resultado sea clientes satisfechos.

Introducción

Con el paso del tiempo, la adquisición de los productos de inversión ofrecidos por el Banco Nacional de Costa Rica (BNCR) se vuelve cada vez más esencial por la importancia que implica el término *invertir*; donde las personas, físicas o jurídicas, destinan su dinero a un producto de inversión con la finalidad de obtener un rendimiento en el futuro, lo cual les permitirá hacer frente a posteriores eventualidades y, al mismo tiempo, alcanzar la libertad financiera, entre otros aspectos. Sin embargo, en ocasiones, las personas no conocen su perfil del cliente, también conocido como perfil del inversionista, y desconocen acerca de los productos de inversión y las implicaciones que éstos requieren; generando como resultado que adquieran el producto menos adecuado, según sus características y necesidades.

Con la propuesta planteada en este proyecto final de graduación, se pretende mitigar ese tipo de situaciones, mediante el diseño de un instrumento que permita determinar el perfil del cliente para cada producto de inversión ofrecido por el BNCR, específicamente en la Sucursal de Puntarenas; de esta manera se logra que el cliente invierta en el producto más idóneo, según las características y necesidades de su perfil.

Con el fin de evidenciar todo el proceso requerido en el desarrollo de la propuesta, se lleva a cabo la presente investigación, la cual estará dividida en siete capítulos, los cuales se detallan brevemente a continuación:

Capítulo I Marco Conceptual: El primer capítulo de la investigación describe las áreas del estudio, la delimitación, la justificación, la situación actual del conocimiento del tema y los objetivos de la investigación.

Capítulo II Marco Contextual: El segundo capítulo detalla de forma concisa la información referente a la institución donde se llevó a cabo el estudio, en este caso, el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas.

Capítulo III Marco Teórico: Este marco incluye las definiciones importantes relacionadas con el tema central del estudio, es decir, toda la información documental recopilada para el desarrollo de la investigación.

Capítulo IV Marco Metodológico: Detalla la metodología aplicada para llevar a cabo la investigación, es decir, el paradigma asumido dentro del estudio; describe, por ejemplo, el tipo de investigación, el enfoque, la definición de variables, la población y muestra objeto de estudio, entre otros aspectos.

Capítulo V Análisis de Resultados: El quinto capítulo incluye el análisis de los resultados obtenidos mediante las técnicas de recolección de datos, así como la interpretación de estos.

Capítulo VI Propuesta: Integra la propuesta planteada con el estudio, incluye una introducción, los objetivos que se persiguen con la propuesta, el alcance, una descripción de la propuesta como tal, una explicación concisa del instrumento y la estructura de este.

Capítulo VII Conclusiones y Recomendaciones: En el séptimo y último capítulo, se describen las conclusiones alcanzadas con el estudio, así como las recomendaciones sugeridas por las sustentantes de la investigación.

Finalmente, el estudio contempla las referencias, de conformidad con los lineamientos establecidos por American Psychological Association (APA) y los respectivos anexos, es decir, los documentos que respaldan la investigación.

CAPÍTULO I

MARCO CONCEPTUAL

1 Marco Conceptual

1.1 Áreas de Estudio

El desarrollo del proyecto final de graduación titulado “Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021”, considera aspectos importantes que generan un impacto en distintas áreas de estudio, entre ellas:

1.1.1 Social

El factor social está relacionado con el impacto positivo y el beneficio que pueda generar el proyecto a la sociedad y a las partes interesadas en temas de esta índole. En este caso, la propuesta se considera de utilidad para ampliar el conocimiento de las personas físicas o jurídicas que buscan una alternativa de inversión, así como el ofrecimiento de mayor asesoría, pues dicha propuesta permitirá determinar su perfil del cliente y, a su vez, los productos de inversión que mejor se acoplan a dicho perfil.

1.1.2 Económico

El ámbito económico es fundamental, puesto que los productos de inversión pueden experimentar diversos cambios debido a factores económicos que influyen en su funcionalidad; dichos factores, en su mayoría, se deben a situaciones económicas particulares

que enfrenta el país, tales como la inflación y las variaciones abruptas en el tipo de cambio, entre otros; por tanto, generan un impacto en la rentabilidad de dichos productos y el interés por ser adquiridos.

1.1.3 Financiero

El sector financiero cumple un papel muy importante en el desarrollo del presente proyecto final de graduación, puesto que suele representar al sector empresarial del país y consigo, a las entidades financieras con las cuales se relaciona, en busca de beneficios para la operativa de sus negocios. Además, la entidad objeto de estudio se encuentran dentro del área financiera del país, un actor muy importante en la intermediación financiera que permite el desarrollo de la economía.

1.1.4 Tecnológico

En la actualidad, existen herramientas accesibles y novedosas para la población, las cuales constituyen un insumo para que las entidades financieras ofrezcan sus productos de una manera más ágil y atractiva para los interesados; tal es el caso del instrumento por desarrollar a lo largo de este proyecto, para facilitar el proceso de ventas de los productos de inversión ofrecidos por el Banco Nacional de Costa Rica, sin dejar de lado que esta entidad permite, desde la comodidad del hogar y los aparatos móviles, acceder a sus plataformas digitales.

1.1.5 Legal

En esta área de estudio se investigará la parte normativa correspondiente a la Ley Orgánica del Sistema Bancario Nacional N° 1644, Ley sobre estupefacientes, sustancias psicotrópicas, drogas de uso no autorizado, actividades conexas, legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo N° 8204, y la normativa que establece la Superintendencia General de Entidades Financieras, pues la entidad a la cual se sugiere la propuesta debe cumplir con lo estipulado en dichas normativas, para lograr el orden en su funcionamiento.

1.2 Delimitación de la investigación

1.2.1 Alcance

Para llevar a cabo la investigación de forma oportuna, es de suma importancia determinar los alcances que con el desarrollo del proyecto se pretenden lograr. Por esta razón, se detallan a continuación:

- La propuesta se desarrollará en el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021.
- Comprenderá la indagación y valoración de las características de los clientes del BNCR, Sucursal de Puntarenas.
- Se otorgará al Banco un instrumento que facilite la optimización del proceso de ventas de los productos de inversión.

- Se creará un instrumento que determine el perfil del cliente, para orientarlo acerca de cuáles productos se acoplan mejor a sus características y necesidades.

1.2.2 Limitaciones

Algunas limitaciones que podrían surgir durante el desarrollo del proyecto son las siguientes:

- Limitaciones de la información a profundidad respecto de los datos de los clientes del BNCR y sus características financieras, como resultado de las políticas de confidencialidad que posee la entidad bancaria.
- Carencia de fuentes de información secundarias relacionadas con el tema central de la investigación, lo cual dificultaría establecer una guía o base de estudio.
- En caso de prolongarse las medidas sanitarias a raíz de la pandemia causada por el COVID-19, se destaca la imposibilidad de entablar conversaciones directas y presenciales con los clientes, lo que impide, de alguna manera, percibir su opinión sobre el proceso que actualmente implementa el Banco respecto del ofrecimiento de los productos de inversión.

1.3 Justificación del estudio

El interés sobre el tema expuesto surge con la necesidad de proponer al Banco Nacional de Costa Rica (BNCR), Sucursal de Puntarenas, un instrumento que ayude y a su vez facilite la determinación del perfil de los clientes interesados en adquirir los productos de inversión que ofrece dicha entidad; ello, por cuanto actualmente carece de una herramienta útil para asesorar al cliente, de una manera más eficiente, acerca de los productos de inversión que mejor se acoplan a su perfil.

Un producto de inversión se puede estimar como el medio o mecanismo financiero que permite incrementar el capital de los clientes, sean estas personas físicas o jurídicas, con deseos de adquirir dichos productos y sus beneficios posteriores. Los productos de inversión desempeñan un papel esencial en la economía a nivel nacional, debido a las distintas alternativas de adquisición y financiamiento de los clientes con interés en invertir capital ocioso, o bien, para aquellos que desean adquirir un fondo para prever alguna futura necesidad financiera en la cual podrían incurrir.

Por lo tanto, cada vez son más las personas que toman la decisión de adquirir los productos de inversión ofrecidos por el Banco Nacional de Costa Rica, pues les permite resguardar su dinero y a su vez, obtener un rendimiento favorable. No obstante, en ocasiones, por falta de un previo asesoramiento, las personas optan por los productos de inversión que menos les favorecen, pues simplemente invierten en aquellos que consideran los más apropiados, sin antes informarse acerca de los productos en los que más les conviene invertir, tomando en cuenta las características y necesidades de su perfil.

Como resultado de lo anterior, pueden surgir ciertas repercusiones para el inversionista, por ejemplo, la pérdida de intereses, incluso, existe la posibilidad de que se afecte parte de su capital invertido, dependiendo del plazo que falte para que venza la inversión.

Por consiguiente, es fundamental informar al cliente los pormenores que constituyen cada uno de los productos, dentro de los cuales se puede hacer mención del plazo que se establece, o bien, el término respecto del tiempo que puede ser estimado en una inversión de capital de corto-mediano y largo plazo, según la adaptabilidad de las necesidades y características de cada una de las personas adquirientes.

En función del anterior cometido, se propone al Banco Nacional de Costa Rica, específicamente en la Sucursal de Puntarenas, la implementación de un instrumento que permitirá brindar un mejor asesoramiento acerca de los productos de inversión en los que debe invertir el cliente, según su perfil, el cual será determinado con base en una serie de características.

En este sentido, a través del instrumento, el funcionario bancario podrá indicarle al cliente aquellos productos en los cuales mejor le conviene realizar su inversión, es decir, el instrumento beneficiaría a ambas partes: por un lado, al cliente, por la obtención de un mejor asesoramiento acerca de los productos de inversión más apropiados para invertir su dinero y, por otro lado, a la entidad bancaria, porque le permite optimizar el proceso de captación de dichos productos; aquí radica la importancia de la propuesta.

Es importante destacar que con este instrumento no se pretende limitar las opciones de inversión del cliente, sino más bien, asesorarlo acerca de las alternativas que mejor le

favorecen, para que sea él quien tome la última decisión acerca de en cuál producto invertir, pero con un previo asesoramiento acerca de los productos que ofrece la entidad.

En concordancia con los fundamentos expuestos anteriormente, es importante hacer hincapié en la carencia de este instrumento en el BNCR, así como la carencia de conocimiento de algunos clientes sobre los productos de inversión ofrecidos por esta entidad; lo anterior sustenta la relevancia del instrumento propuesto, al brindar con su implementación, un acompañamiento diferenciado para cada cliente y de esta manera, guiarlo respecto de las alternativas que mejor se ajustan a su perfil específico, tomando en consideración la capacidad de inversión, las características y necesidades de cada uno de los interesados en los productos.

Por tanto, una vez finalizado el acompañamiento brindado por la entidad bancaria e implementación del instrumento propuesto, se podrá brindar una asesoría aún más diferenciada que beneficie las inversiones de los clientes y, al mismo tiempo, facilite al banco en la optimización del proceso de ventas de los productos de inversión.

1.4 Situación actual del conocimiento del tema

Los productos de inversión y su relación con los clientes, al estar conformados por fundamentos, características, tasas de interés, rendimientos, riesgos, lineamientos y factores externos, se ve influenciada la percepción y el interés de buscar en fuentes, estudios e investigaciones. Para ello, en el estado del arte se plasma la evidencia de la búsqueda de fuentes de información acerca de investigaciones relacionadas con el tema objeto de estudio, con análisis de los datos encontrados para enriquecer la investigación en curso.

En el trabajo de práctica profesional denominado “Plan de comercialización para el producto artesanal “Galletas La Herencia” en el mercado nacional”, realizado por Alejandro Rodríguez Arroyo (2009), se menciona la relevancia de conocer las características del mercado objetivo al cual se lanza un producto, considerando los gustos y preferencias del cliente final.

Por otro lado, en el seminario de graduación titulado “Diseño de un modelo como herramienta para el proceso de gestión de ventas y marketing”, elaborado por Daniela Andrea Núñez Garcés, Marcelo Sebastián Parra Cruces y Francisco Javier Villegas Pinuer (2011), se determinó que el cliente en una entidad es lo más valioso, debido a que las estrategias implementadas serán en función de las necesidades de este, para brindar un producto que satisfaga de manera exitosa y oportuna lo que él requiere, sin descuidar los intereses de la empresa, es decir, establecer ideas que benefician a ambas partes.

De acuerdo con las investigaciones mencionadas anteriormente, se puede indicar que realizar un estudio del perfil del cliente, es un tema de análisis, el cual consta de diversas variables que intervienen en su interpretación. Por su parte, estos se ven afectados por los acontecimientos de los mercados financieros, lo que afecta el dinamismo de la economía.

Además, se suscita que la carencia de promoción hacia dichos productos ha ocasionado que muchas personas desconozcan de dichas alternativas como fuente de inversión, por lo cual, dotar a la población de los beneficios y facilidades que generan estos productos cambia esta perspectiva y genera mayor atracción hacia ellos.

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 Objetivo General

- Desarrollar la propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Definir los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas.
- Identificar las características que permiten determinar el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas.
- Elaborar un instrumento que permita determinar los productos de inversión que mejor se acoplen a cada perfil del cliente de acuerdo con las características que presentan.

CAPÍTULO II

MARCO CONTEXTUAL

2 Marco Contextual

2.1 Banco Nacional de Costa Rica

El Banco Nacional de Costa Rica (BNCR) es una institución financiera autónoma del Estado, con personería jurídica e independencia administrativa. Actualmente, es el mayor banco del país y Centroamérica. El BNCR fue fundado durante el gobierno de Alfredo González Flores (1914-1917) mediante el Decreto Ejecutivo N° 16 del 9 de octubre de 1914, con el nombre de Banco Internacional de Costa Rica. En 1936, cambió su denominación a Banco Nacional de Costa Rica, y desde entonces se ha consolidado como un verdadero banco de desarrollo, con una proyección trascendente en la vida económica, social y financiera del país. No hay un solo costarricense que, de una u otra forma, no se haya beneficiado del accionar del Banco Nacional.

Este ente posee una amplia red de oficinas y cajeros automáticos en toda la nación, tiene una participación del 49% en el Banco Internacional de Costa Rica Limited (Bicsa), entidad incorporada en la República de Panamá, y es dueño del 100% de las acciones de BN-Valores (Puesto de Bolsa), BN-Vital (Operadora de fondos de pensión), BN-SAFI (Fondos de inversión) y BN Corredora de Seguros. Además, cuenta con más de 1200 establecimientos comerciales afiliados al sistema BN Servicios, que pueden brindar cerca de 200 opciones de pagos con empresas públicas y privadas y ofrecen la posibilidad de realizar retiros de efectivo y el pago de tarjetas y operaciones de crédito.

2.1.1 Antecedentes Históricos

Durante la I Guerra Mundial y con el objetivo de enfrentar la adversa situación económica que se avecinaba, el entonces presidente, Alfredo González Flores (1914-1917), solicitó al Congreso dotes extraordinarios para legislar en materia económica, financiera y de orden público. De esta manera, se aprobó un decreto el día 18 de setiembre de 1914, en donde el Poder Legislativo asignó al Poder Ejecutivo atender cualquier disposición económica, financiera o de policía que las circunstancias requirieran.

La principal intención con lo anterior era mitigar las posibles crisis a las que se enfrentarían las instituciones de crédito, la agricultura y el comercio, a causa de las consecuencias que provocaría la guerra referida. Por esta razón, en medio de un ambiente tenso, se decreta la creación del primer banco estatal de Costa Rica, con formación, a su vez, del sistema de banca mixta, puesto que hasta ese entonces solo existían bancos privados, como lo eran el Banco de Costa Rica, Banco Comercial, Banco Mercantil y Banco Anglo.

El presidente González Flores propuso una unificación bancaria, pues debido a la crisis, los acreedores comenzaron a desconfiar en las instituciones financieras. No obstante, el proyecto no tuvo éxito, pues algunos miembros de los bancos privados no estuvieron de acuerdo con tal propuesta, lo cual llevó al entonces presidente a replantearla, pero siempre en la misma línea. La nueva propuesta consistía en la creación de un banco emisor con el nombre de Banco Internacional de Costa Rica, administrado por particulares bajo la vigilancia del Estado y que sería autorizado para realizar una emisión fiduciaria de hasta ₡3.000.000, destinado un 50% para un préstamo al Gobierno y el otro 50% para ofrecer crédito agrícola.

Es así como el Banco Internacional de Costa Rica fue fundado mediante el Decreto Ejecutivo N° 16 del 09 de octubre de 1914, y abrió sus puertas el 3 de noviembre de ese mismo año. Esta nueva entidad bancaria se convirtió en un banco emisor y comercial desde su origen y a partir de 1916 se convirtió, además, en un banco hipotecario.

Desde su apertura, este banco comenzó, de manera inmediata, a realizar operaciones, emitiendo billetes de ¢5, ¢10, ¢20, ¢50 y ¢100. El día 3 de noviembre de 1914, realizó la primera emisión por un monto de ¢1.000.000; la segunda emisión se llevó a cabo el día 10 de diciembre de 1914 por una suma de dinero de ¢1.100.000; la tercera emisión también se realizó en diciembre de 1914 por un monto de ¢250.000 y la cuarta emisión se efectuó por un monto de ¢1.650.000,44 el día 19 de enero de 1915. Con esta última emisión se completaron los ¢4.000.000 estipulados por el decreto de fundación.

Entretanto se pensaba y se avecinaba un golpe de Estado, el Banco Internacional de Costa Rica continuaba con su organización; se destacaron dos proyectos importantes antes del año 1917. El primer proyecto consistía en el establecimiento de las Juntas o Cajas de Crédito Agrícola, con el cual se pretendía brindar apoyo a los pequeños agricultores que enfrentaban diversos problemas económicos por las inadecuadas condiciones de los bancos privados; el Banco Internacional les brindó crédito a plazos favorables que les permitiera continuar con su función agrícola y de esa manera estimular la producción nacional, principalmente la de subsistencia, pero también la comercial. El segundo proyecto consistía en la organización de la Sección Hipotecaria del Banco, la cual se originó con el Decreto N° 16 del 16 de junio 1916, cuya función principal era la emisión de obligaciones o bonos hipotecarios para facilitar los préstamos a largo plazo para la cancelación de hipotecas y el desarrollo de fincas.

Ya para en marzo de 1915, el Banco había recibido en depósitos ₡675.000 y concedido ₡1.115.000 en créditos, de los cuales una tercera parte eran hipotecarios. Para ese año ya había 27 Juntas Rurales de Crédito agrícola, que en conjunto prestaron ₡200.000.

En aquella época no había una separación formal entre las funciones de dirección y las de gerencia en el Banco, ambas recaían en el puesto de Presidente de la Junta Directiva, que fue ocupado por Walter Field Spencer desde 1914 hasta 1917 y por Juan Bautista Quirós de 1917 a 1919. Juan Rafael Chacón Paut fue presidente director de 1919 a 1934 y durante su gestión el Banco Internacional pasó a ser el único emisor (a partir de 1921), administrador de la Caja de Conversión creada con el fin de estabilizar el tipo de cambio y luego de la Junta de Control de Cambios (1932).

El benemérito de la Patria, Julio Peña Morúa, fue el último Presidente-Director del Banco Internacional y el primer Gerente del Banco Nacional. Su gestión se prolongó a lo largo de casi 15 años (1934-1949). Don Julio fue el gestor de la reforma de 1936, que transformó el Banco Internacional en tres departamentos: Emisor, Comercial e Hipotecario, consolidados en sus resultados bajo el nombre de Banco Nacional de Costa Rica.

Don Elías Quirós Salazar, fungió como Gerente General por 22 años (1950-1972). Él logró extender los servicios bancarios con la mayor red de sucursales, agencias, cajas auxiliares y almacenes de depósito en todo el país. En 1950, el Departamento Emisor del Banco Nacional se convirtió en el Banco Central de Costa Rica.

A partir de 1972, el nombramiento de los gerentes generales del Banco tendió a responder a los cambios de administración en el Poder Ejecutivo. Así, Manuel Naranjo Coto fue gerente general desde 1972 a 1977; Porfirio Morera Batres de 1978 a 1982; Rolando

Ramírez Paniagua de 1983 a 1986; Luis Alberto Carranza de 1986 a 1990 y nuevamente de 1995 a 1997; Arturo Cuevillas León de 1990 a 1992; y Omar Garro Vargas de 1992 a 1995.

Esta tendencia cambió a partir del nombramiento de William Hayden Quintero, quien fungió como gerente general por doce años (1997-2009). En su administración se impulsó la descentralización al crear seis bancos regionales y tres subsidiarias.

En 1936, por un decreto de ley, el Banco Internacional de Costa Rica cambió su nombre a Banco Nacional de Costa Rica (BNCR) y desde ese entonces se ha convertido en un verdadero banco de desarrollo, con una trayectoria trascendental en materia económica, social y financiera para el país.

Es importante, además, destacar la participación que tuvo esta institución financiera en los años 50, donde contribuyó en el desarrollo cooperativo nacional, impulsó el sector vivienda, tuvo gran aporte en la emisión y circulación monetaria y, además, participó en el proceso de conformación y consolidación de la banca central costarricense. Sobre todo, es fundamental destacar su carácter social, que ha sido un pilar esencial para continuar su trayectoria con paso firme y sólido, trabajando siempre en pro del ofrecimiento de mayores oportunidades para mejorar la calidad de vida de los costarricenses.

Por último, es ampliamente conocido que del Banco Nacional de Costa Rica nacieron, además del Banco Central, instituciones como el Consejo Nacional de la Producción (CNP), el Instituto de Desarrollo Agrario, el Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo y el Instituto Nacional de Fomento Cooperativo.

Por lo tanto, recorrer la historia de esta entidad bancaria significa recorrer la vida económica de Costa Rica en más de 100 años, puesto que su rápida evolución ha contribuido

desde sus inicios a impulsar la economía nacional, al fomentar la evolución productiva del país y con un especial y caluroso apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas costarricenses.

En resumen, el Banco Nacional de Costa Rica ha evolucionado desde su creación en 1914, bajo la denominación de Banco Internacional de Costa Rica, durante el gobierno de Alfredo González Flores. Desde su fundación, esta empresa financiera se considera institución autónoma de derecho público, con personería jurídica e independencia en materia de administración. En el lapso de la historia cuando se desarrollaba la I Guerra Mundial, esta entidad bancaria floreció como resultado de las graves consecuencias económicas y sociales evidenciadas por dicho conflicto armado y ayudó en dicha época a desarrollar la actividad agrícola y rural del país, actividad que continúa a pesar de los años.

2.1.2 Situación Actual

Actualmente, el Banco Nacional de Costa Rica es el ente financiero más grande del territorio nacional, a la vanguardia de transacciones en medios electrónicos y con una red de oficinas ubicadas a lo largo y ancho de todo el país. Su tradición, prestigio y forma responsable de gestionar su negocio han logrado alcanzar la posición de liderazgo donde hoy se encuentra, regionalizando la banca para impulsar el desarrollo nacional, regional y local en ámbitos como la ganadería, los servicios, el comercio, la agricultura y la industria; democratizando el crédito a todo el pueblo costarricense; y fomentando, por más de un siglo, la accesibilidad de los servicios bancarios.

En el presente, esta entidad cuenta con una red de más de 170 oficinas comerciales y una suma superior a los 400 cajeros automáticos localizados en todo el país, además, posee más de 3000 comercios afiliados a BN Servicios y una red de soluciones digitales que permiten satisfacer las necesidades de los clientes. Se encuentra conformada por aproximadamente 5000 colaboradores y sobre ellos se coloca la confianza de los 1.995.428 millones de clientes que tiene el BNCR. Esa confianza ha sido ganada a través de los años, gracias a la sólida trayectoria y transparencia que ha tenido este Banco desde sus inicios en su gestión, en busca siempre del beneficio para toda la población costarricense.

El BNCR ocupa un papel protagónico en el sector financiero del país, con grandes atribuciones como su solidez, transparencia, contribución al desarrollo nacional y rentabilidad en cuanto su gestión. Es la institución financiera líder en una amplia gama de productos y servicios; brinda distintas líneas de créditos para vivienda, vehículo, personal, empresarial, educación, salud, Pymes, entre otros; ofrece una robusta plataforma electrónica que incluye servicios rápidos y seguros en aplicaciones transaccionales web, por ejemplo, SINPE Móvil, Internet Banking y BN Móvil; cuenta con gran cantidad de cajeros automáticos y oficinas comerciales y una amplia red de establecimientos afiliados al sistema BN Servicios, que funcionan como extensiones del Banco Nacional en todo el país; ofrece además, servicios bursátiles, fondos de inversión, fondos de pensiones y una correduría de seguro mediante las subsidiarias BN Valores, BN Fondos de Inversión, BN Seguros y BN Vital.

En síntesis, el BNCR tiene fuertemente arraigado su papel para brindar un gran soporte en el progreso de Costa Rica, por lo cual trabajan arduamente para el ofrecimiento de un banco rentable que fomente la generación de riqueza de forma sostenible.

2.1.3 Ubicación

La ubicación actual de la sede principal del Banco Nacional en San José es la misma de 1914. Anteriormente, allí se ubicaba la Casa de la Moneda, demolida en 1912. El edificio construido en 1914 fue sustituido en 1936, por el que existe allí actualmente.

A su lado se construyó, en 1982, la torre de 19 pisos que ocupa actualmente la casa matriz del Banco; la ubicación exacta es a un costado del Banco Central de Costa Rica, Avenida 1, Calle 4, Provincia de San José, San José, como se muestra a continuación:

Figura 1. Ubicación Banco Nacional de Costa Rica, Sede Principal

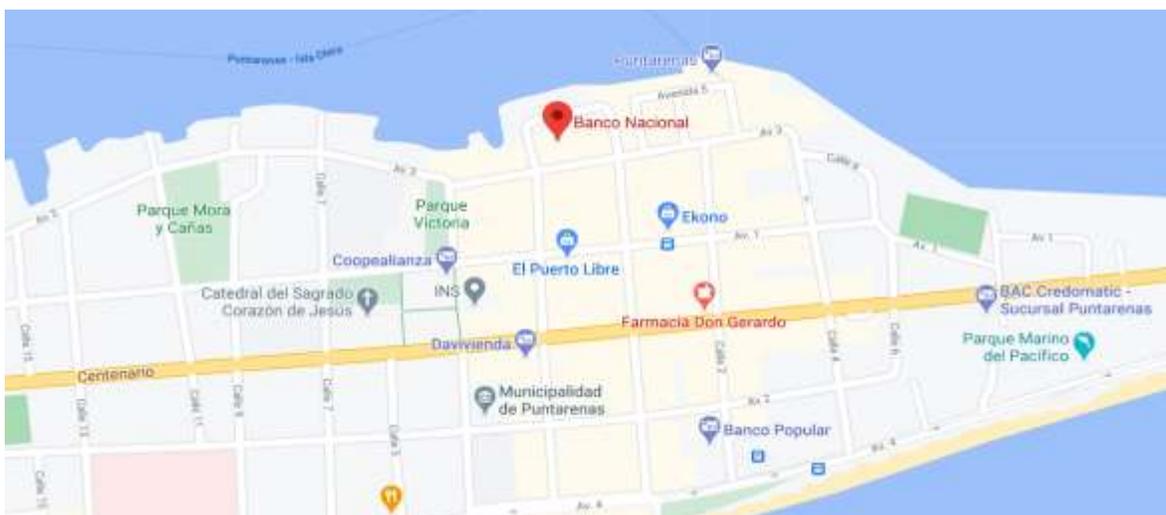


Fuente: Google Maps.

No obstante, el Banco Nacional de Costa Rica no solo cuenta con la sede principal, a lo largo del país hay un gran número de oficinas y sucursales, por ejemplo, en Alajuela, Cartago, Limón, Liberia, Puntarenas, entre otras; se entiende que es un banco preeminente y con gran cobertura en el territorio nacional.

Sin embargo, para efectos de este proyecto final de graduación, se hace énfasis en la Sucursal de Puntarenas, la cual se ubica actualmente 200 metros oeste del Mercado Municipal, Avenida 3, Provincia de Puntarenas, Puntarenas, como se muestra en la siguiente ilustración:

Figura 2. Ubicación Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas



Fuente: Google Maps.

2.1.4 Referente Institucional

Cuando se trata de desarrollar un proyecto para una entidad, es fundamental conocer la misión, visión, objetivos, estrategias y aquellos aspectos que identifican su razón de ser, con el propósito de aportar insumos valiosos y recursos oportunos que permitan satisfacer las necesidades y superar las expectativas de sus clientes y usuarios.

La filosofía de una empresa es el conjunto de elementos que definen las prácticas empresariales que utiliza un negocio para alcanzar sus objetivos comerciales. Permite

fortalecer las relaciones con sus clientes y resume el ambiente, la cultura y los valores de la compañía (Santos, 2020, párr.4).

En concordancia con lo citado en el párrafo anterior, se procede a mencionar los elementos propios de la entidad donde se lleva a cabo el presente proyecto, para ampliar los conocimientos y tener una óptica extensa de los factores que influyen en la operativa eficiente de dicha entidad y el logro de sus objetivos empresariales.

2.1.4.1 Aspiración

La aspiración o misión que se ha planteado el BNCR para el año 2021 es la siguiente:

“Ser el Conglomerado Financiero preeminente de Costa Rica fortaleciendo su rol crítico en el desarrollo y bienestar del país, con un impulso significativo a la rentabilidad, ofreciendo un servicio superior enfocado en la experiencia del cliente, con salud organizacional y robustez financiera sostenible” (Banco Nacional de Costa Rica [BNCR], s.f, párr. 2).

Esta aspiración consta de varios elementos que contribuyen a su logro, entre ellos se podrían mencionar: buscar recuperar la cuota histórica de mercado en las diferentes unidades de negocio; orientar el crecimiento hacia productos y servicios que generen un alto valor agregado; enfocarse en mejorar la rentabilidad del patrimonio en línea con el mercado para mantener un sólido crecimiento; ofrecer un servicio superior enfocado en la experiencia del cliente y propiciar una salud organizacional ejemplar.

2.1.4.2 Visión

La visión del Banco Nacional de Costa Rica es “Ser el mejor Banco del país en servicio al cliente”.

2.1.4.3 Objetivos

Los objetivos que persigue el BNCR son los siguientes:

- La satisfacción total a sus clientes. Innovar y crecer constantemente, adaptándose a los tiempos y gustos de sus clientes.
- Cumplir constantemente con la promesa de calidad y excelencia en sus productos, para generar la declaración de satisfacción, y lograr que los clientes se familiaricen.
- Fomentar el desarrollo profesional de todos los integrantes de la organización, para lograr como equipo de trabajo las metas ya establecidas y el control de todo, pero no olvidando las prioridades.

2.1.4.4 Valores

Como institución prestigiosa y de gran alcance, consta de algunos valores fundamentales que caracterizan a sus colaboradores y células de trabajo. En breve se detallan estos:

2.1.4.4.1 Perseverancia

El ser perseverante significa tener constancia, persistencia, firmeza, dedicación, tanto en las ideas como en las actitudes, en la realización de algo, en la ejecución de los propósitos, y también en las resoluciones del ánimo u problemas.

2.1.4.4.2 Trabajo en Equipo

Es mantener la unión de dos o más personas organizadas de una forma determinada, las cuales cooperan para lograr un fin común, el cual es la ejecución de un proyecto, una meta objetiva, para el desarrollo satisfactorio del Banco.

2.1.4.4.3 Calidad en el Servicio

Consiste en comprender que el cliente es prioridad de la empresa y que el conocimiento y aplicación de estrategias de servicio son piezas claves en esta gestión; también conocer a nivel general el proceso de satisfacción del cliente para proporcionar un servicio de excelencia.

2.1.4.4.4 Integridad

Este valor en la institución se traduce como honradez, honestidad, respeto por los demás, corrección, responsabilidad, control emocional, respeto por sí mismo, puntualidad,

lealtad, pulcritud, disciplina, congruencia y firmeza en sus acciones. En general, es alguien en quien se puede confiar, debido a que actúa y realiza las actividades de manera correcta.

2.1.4.4.5 Creatividad

Se refiere a la capacidad de generar nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales; por consiguiente, sus empleados poseen "pensamiento original", la "imaginación constructiva", el "pensamiento divergente" o el "pensamiento creativo" para sorprender con ideas magníficas.

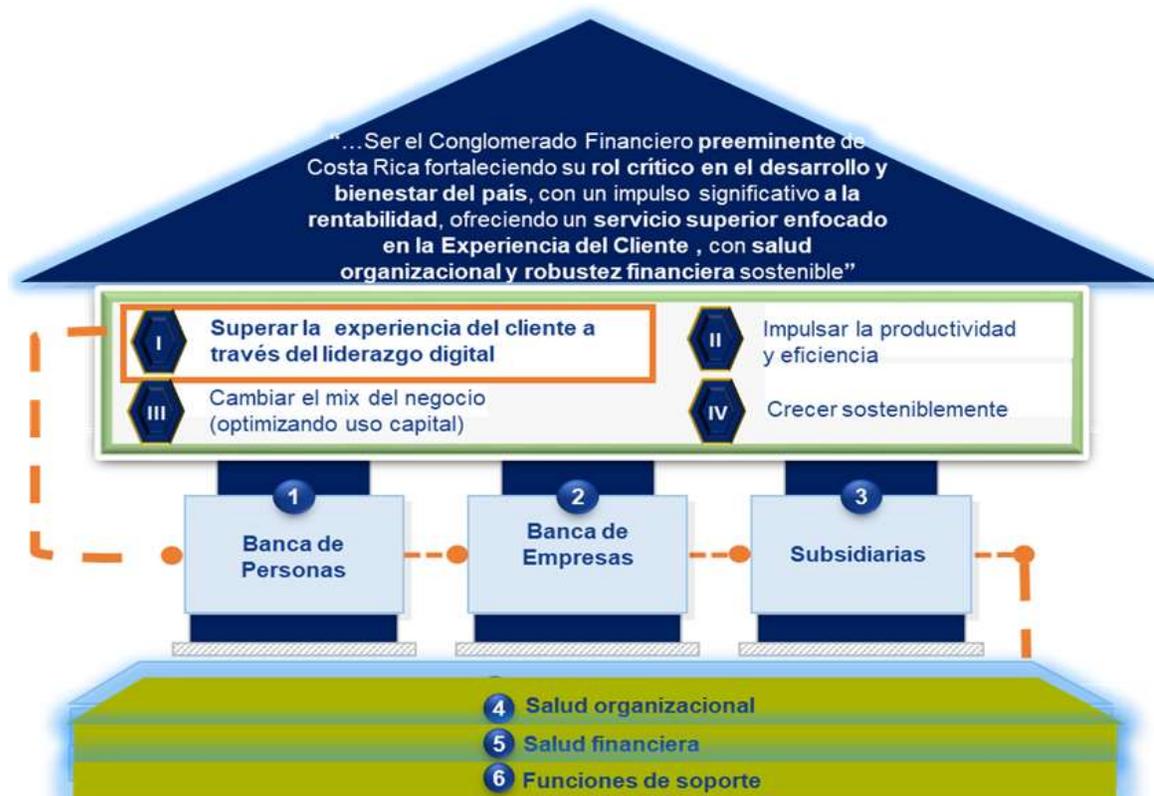
2.1.4.5 Lineamientos Estratégicos

Para lograr la aspiración mencionada con anterioridad, el Banco Nacional de Costa Rica ha establecido cuatro lineamientos estratégicos esenciales, los cuales se encuentran intrínsecamente relacionados con sus valores, políticas y normativas. A continuación, se mencionan:

- 1) Superar la experiencia del cliente a través del liderazgo digital.
- 2) Impulsar la productividad y eficiencia.
- 3) Cambiar el mix del negocio (al optimizar el uso capital).
- 4) Crecer sosteniblemente.

Seguidamente, se presenta un esquema de dichos lineamientos:

Figura 3. Lineamientos Estratégicos del Banco Nacional de Costa Rica



Fuente: Banco Nacional de Costa Rica (BNCR, 2021).

Cada uno de esos lineamientos cumple un fin específico y aporta valor al logro de los ideales de la institución; sin embargo, el primero se destaca como esencial, pues la sociedad y la economía actualmente son cada vez más impactadas por herramientas digitales que facilitan la accesibilidad a los clientes y con ello, la captación de nuevos recursos. No obstante, superar las expectativas del cliente y brindar un servicio superior, garantiza que se pueda ser atractivo a través del liderazgo digital, al construir constantemente ideas innovadoras y prácticas asertivas.

2.1.5 Organización

El Banco Nacional es formal en su estructura organizativa, la cual consiste en un conjunto fijo de reglas, de procedimientos y estructuras dentro de la organización. Esto se suele fijar por escrito para una mejor interpretación y responsabilidad de los empleados.

No obstante, para facilitar el logro de los objetivos de la organización, las funciones y obligaciones se delegan a cada empleado de dicha institución. Cada uno trabaja en la consecución de objetivos concretos, que están en el cumplimiento de las metas de la organización.

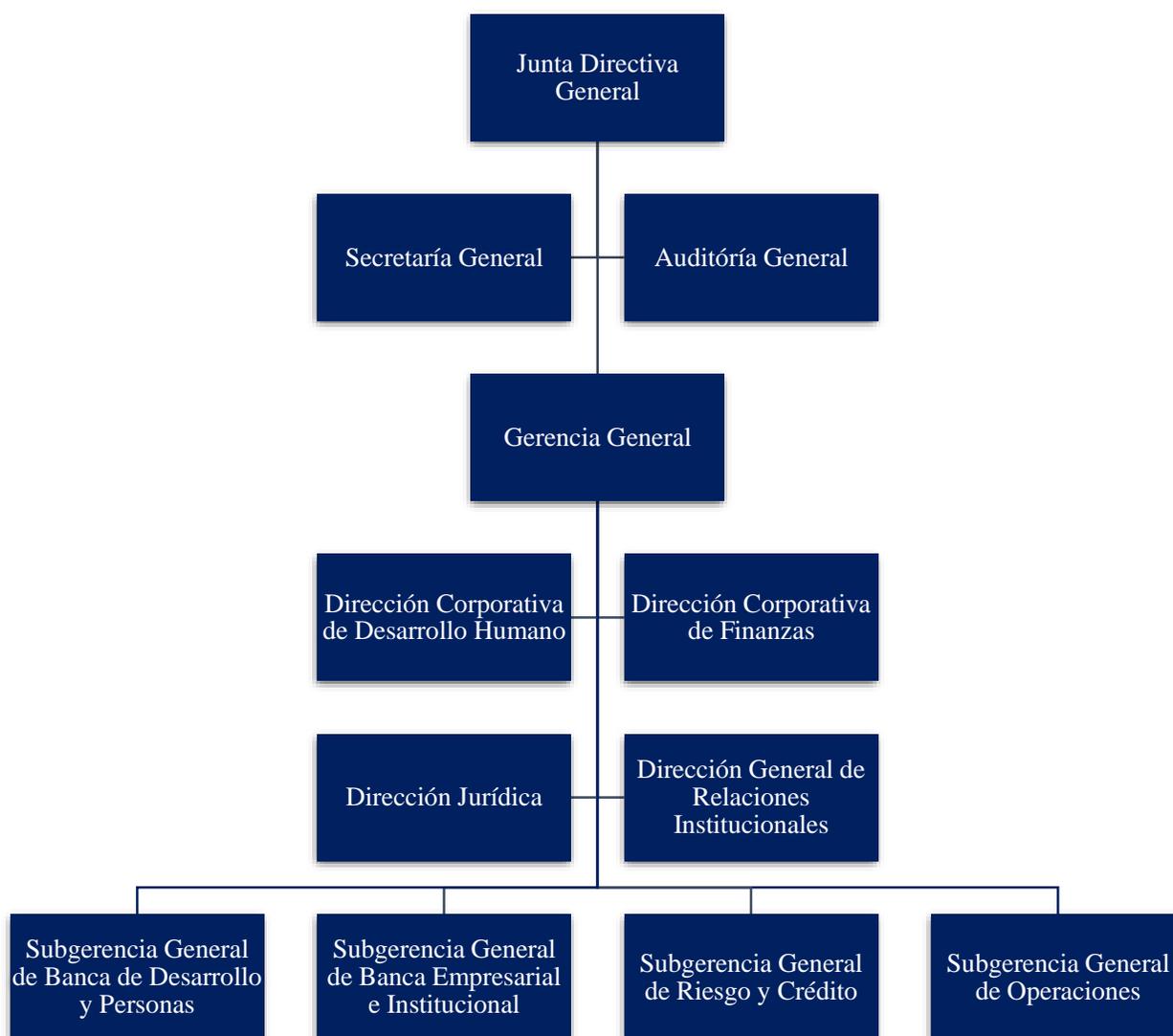
También, la coordinación de las diversas actividades realizadas en el desarrollo de la entidad se encuentra establecida de una manera bien definida, apoyada de aspectos como autoridad, responsabilidad y rendición de cuentas por parte de cada empleado, lo cual genera la eficiencia en sus operaciones y satisfacción en los clientes.

Además, toda organización pretende alcanzar objetivos. Un objetivo organizacional es una situación deseada que la institución intenta lograr, es una proyección que la organización pretende para el futuro. Al alcanzar el objetivo, la proyección deja de ser ideal y se convierte en real y actual, por consiguiente, el objetivo deja de ser deseado y se busca otro para ser alcanzado. Por esta razón, el BNCR en su operación mantiene una estructura organizativa formal, para así cumplir sus objetivos como entidad estatal y financiera, y mantener el respeto y eficiencia en la delegación de las funciones entre su equipo de trabajo, considerando también que su labor genera grandes beneficios a la ciudadanía.

2.1.5.1 Estructura Organizativa

A continuación, se muestra el organigrama de la estructura organizativa del Banco Nacional de Costa Rica, de manera general, como se desempeña en su sede principal, la cual posee diversos departamentos, relacionados entre sí, para lograr el éxito de la institución y seguir generando beneficios a la sociedad costarricense.

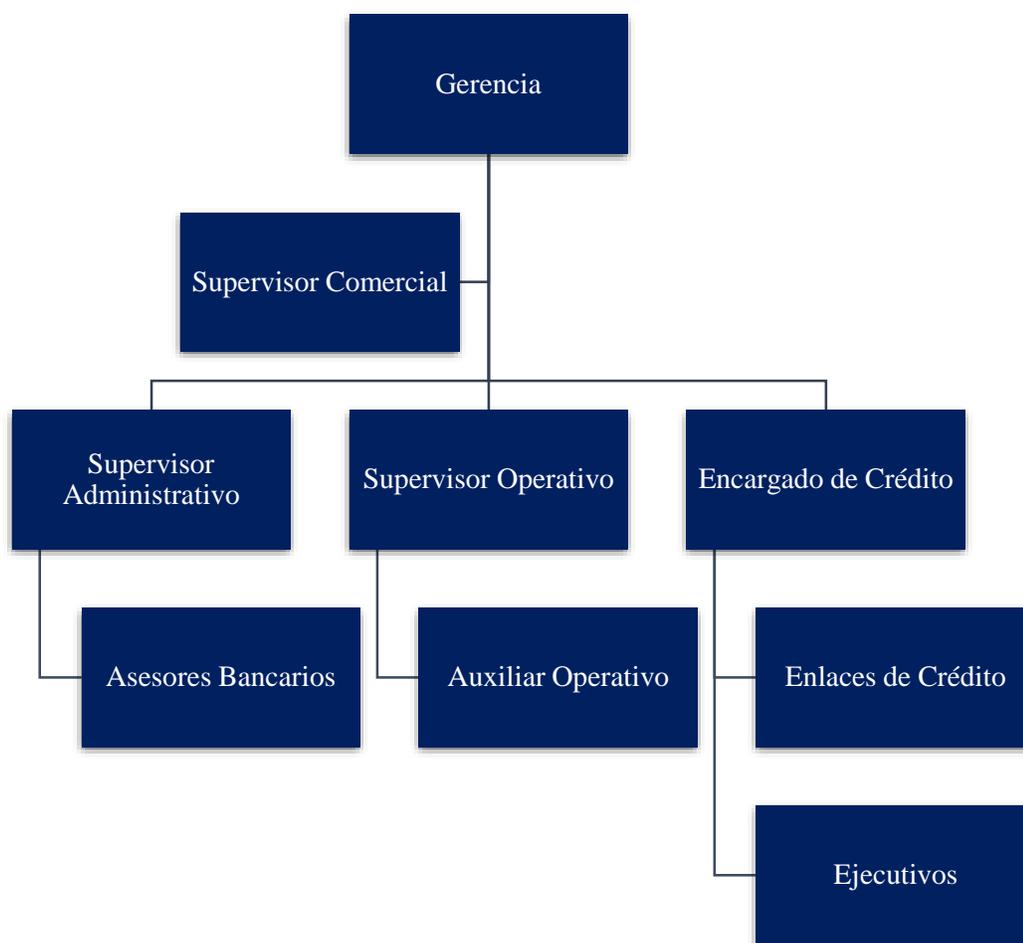
Figura 4. Organigrama del Banco Nacional de Costa Rica, Sede Principal



Fuente: Banco Nacional de Costa Rica (BNCR, 2021).

Por otra parte, la Sucursal de Puntarenas mantiene una estructura organizativa muy similar, solamente que en su organigrama varía la cantidad de áreas que posee, es decir, es un poco más sencilla en sus operaciones; cuenta con aproximadamente 500 colaboradores como zona comercial, pero específicamente en la Sucursal de Puntarenas laboran alrededor de 50 empleados, según se muestra a continuación:

Figura 5. Organigrama del Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas



Fuente: Banco Nacional de Costa Rica (BNCR, 2021).

2.1.6 Productos y Servicios

2.1.6.1 Productos

Los productos que ofrece el Banco Nacional se dividen en dos grandes grupos: captación y colocación, los cuales se detallan brevemente a continuación:

2.1.6.1.1 Productos de Captación

Son todos aquellos productos de los cuales el BNCR capta dinero, es decir, el ingreso se obtiene de los agentes superavitarios, aquellos que no realizan un consumo total de sus ingresos y por ello poseen excedentes económicos.

Dentro de este grupo se encuentran los siguientes productos:

- **Cuentas Electrónicas:** Es una cuenta personalizada para personas físicas y jurídicas, que paga intereses automáticamente sobre un monto establecido y se utiliza mediante una tarjeta de débito; el cliente puede hacer depósitos y retiros de dicha cuenta.
- **Cuentas Corrientes:** Es una cuenta dirigida a personas jurídicas, recomendable para aquellos clientes que requieren girar cheques y recibir depósitos por los diferentes canales definidos; se utiliza mediante chequeras.
- **Certificados de Depósito a Plazo (CDP):** Es una alternativa de inversión para obtener atractivos rendimientos, donde el cliente elige un plazo previamente definido y sujeto a una tasa de interés; se recomienda para clientes que buscan minimizar el riesgo.

- **BN Ahorro Programado:** Se trata de un producto que le permite al cliente ir ahorrando dinero de forma voluntaria por medio de una deducción fija o aportes voluntarios de su propia cuenta bancaria, por un espacio de tiempo determinado, con el monto y el plazo que prefiera.

2.1.6.1.2 Productos de Colocación

Consiste en los productos por medio de los cuales el Banco ofrece y a su vez coloca dinero, es decir, aquellos agentes que poseen alguna necesidad en específico o tienen algún plan del cual necesitan el apoyo económico del Banco. Los productos de colocación ofrecidos por el BNCR se presentan seguidamente:

- **BN Vivienda:** Es un producto de crédito dirigido a solventar la necesidad de vivienda.
- **BN Soluciones:** Producto de crédito dirigido a personas físicas, el cual permite el financiamiento de créditos destinados al gasto personal que pueden estar dirigidos a salud, estudios, entre otros. Adicionalmente, se incluye la posibilidad de la cancelación de pasivos generados en la actividad de consumo (préstamos personales, tarjetas de crédito, entre otros).
- **Tarjetas de Crédito:** Son un producto que le permite al cliente efectuar sus compras en el presente pagando en cuotas cómodas sin intereses y realizar adelantos de efectivo. Además, puede acumular puntos con las compras que realice y acceder a promociones y descuentos exclusivos.

- **BN Vehículos:** Se trata de un crédito ofrecido por el BNCR para el financiamiento de vehículos o motocicletas nuevas, usadas o usadas certificadas para el uso personal.
- **Fideicomiso:** Producto dirigido a clientes corporativos e institucionales (fideicomitente), con la posibilidad de traspasar sus bienes o derechos (patrimonio autónomo) para que sean administrados por el BNCR (fiduciario) a favor de un tercero (fideicomisario).

Tabla 1. Productos que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica

Captación	Cuentas Electrónicas
	Cuentas Corrientes
	Certificados de Depósito a Plazo
	BN Ahorro Programado
Colocación	BN Vivienda
	BN Soluciones
	Tarjetas de Crédito
	BN Vehículos
	Fideicomiso

Fuente: Banco Nacional de Costa Rica (BNCR, 2021).

2.1.6.2 Servicios

2.1.6.2.1 Servicio de custodia de valores

Es el servicio básico de custodia que asegura al cliente, es decir, el resguardo de sus valores en la cuenta. Incluye la comunicación de hechos relevantes, emisión de estados de cuenta y constancias de titularidad.

2.1.6.2.2 Servicio de liquidación de operaciones bursátiles

Es el servicio de liquidaciones bursátiles realizadas con los valores y efectivo objeto de custodia; por ejemplo, compra, venta u operaciones a plazo.

2.1.6.2.3 Servicio de administración y custodia de efectivo

Es el registro de la entrada y salida de fondos en la cuenta de efectivo del cliente, incluye el procesamiento de las transferencias desde/hasta las cuentas corrientes del cliente.

2.1.6.2.4 Servicio de cobro de vencimientos y dividendos

Comprende el cobro de amortizaciones, dividendos, intereses, así como de cualquier otro derecho patrimonial derivado de los valores objeto de custodia.

2.1.6.2.5 Servicios de custodia de efectivo de fondos de inversión

Comprende el procesamiento de las instrucciones de pago desde las cuentas corrientes de fondos de inversión abiertos o cerrados a clientes, proveedores u otras personas.

2.1.6.2.6 Crédito para micro, pequeña y mediana empresa

Este servicio se centra en el ofrecimiento de crédito para impulsar a las Pymes en materia de inversión y operación de su negocio.

2.1.6.2.7 Tarjeta BN Empresarial

Las tarjetas BN Empresarial consisten en un servicio ofrecido por el Banco Nacional para satisfacer necesidades inmediatas de capital de trabajo.

2.1.6.2.8 Apoyo en desarrollo y gestión empresarial

Consiste en brindar una ayuda económica para que aquellas personas con una idea de desarrollo o de negocio puedan emprender su actividad y crezcan como empresarios en el desarrollo y explotación de su idea de negocio, para aportar beneficios a la sociedad.

2.1.6.2.9 Acceso a programas de garantías

Este servicio se relaciona específicamente con las personas, incentivándolas a poseer y participar en programas de garantías.

2.1.6.2.10 Vinculación con otros productos y servicios financieros de interés

Para la vinculación de clientes con otros productos, se les da una breve explicación de estos, para generar su interés de optar por alguno de estos; también se ofrecen servicios financieros según la necesidad del cliente.

2.1.7 Logo



Fuente: Banco Nacional de Costa Rica (BNCR, 2021).

2.1.8 Lema

El lema que ha establecido esta entidad es: “Juntos Somos Progreso”.

2.1.9 Política de Calidad

Según el Banco Nacional de Costa Rica (BNCR, s.f), su política de calidad es la siguiente: “En el Banco Nacional nos comprometemos a mejorar continuamente el desempeño de nuestros procesos, para brindar un servicio superior al cliente y promover una cultura de sostenibilidad, atendiendo la legislación y normas vigentes” (párr.5).

2.1.10 Responsabilidad Social

El BNCR procura que la Responsabilidad Social (RS) sea un componente intrínseco en la estrategia del negocio, que todas las acciones ejecutadas por el Banco se hagan de manera transparente, responsable, participativa, con la mayor calidad posible y con el menor impacto ambiental, de manera que la RS no sea solo un programa, sino un proceso sistematizado de la organización en todo su accionar.

2.1.11 Aspectos Legales

El Banco Nacional de Costa Rica es una institución autónoma del Estado, que goza de independencia administrativa y se encuentra sujeta a la Ley en materia de gobierno, según lo establecido en los artículos 188 y 189 de la Constitución Política. La Ley Orgánica del Sistema Bancario Nacional N° 1644 del 26 de septiembre de 1953, define el quehacer jurídico y material de los bancos comerciales del Estado.

De conformidad con el artículo 3 de la Ley General de la Administración Pública, la actividad ordinaria del Banco Nacional de Costa Rica, en su condición de empresa mercantil y dedicada a la intermediación financiera, se rige por las disposiciones del derecho privado, en especial por lo que disponen tanto el Código de Comercio como el Código Civil, que regulan los distintos contratos bancarios, tales como el de préstamo, cuenta corriente, fideicomiso y otros.

Asimismo, las reglas para el ejercicio de su actividad emanan de las facultades que otorga la Ley Orgánica del Banco Central de Costa Rica N° 7558 al Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero. También, la adquisición de bienes y servicios que realiza la institución, se rige de conformidad con la Ley de la Contratación Administrativa Ley N° 7494 del 2 de mayo de 1995 y su respectivo Reglamento.

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3 Marco Teórico

En este apartado se desarrolla el sustento teórico que respalda el tema central del proyecto y los objetivos, por consiguiente, consta de toda la información documental recopilada para el desarrollo de la investigación, permite conocer con fundamentos a qué se refiere cuando se mencionan las características del perfil del cliente y de los productos de inversión ofrecidos por la entidad bancaria; contempla todo lo relacionado a ambas partes.

En este sentido, resulta sustancial identificar las líneas de investigación que se abordarán y ampliarán a lo largo del desarrollo del proyecto, entre las cuales se encuentran: el sistema financiero nacional, la importancia de conocer el marco legal y normativo que influye en la entidad bancaria, los productos de inversión, el cliente y su interacción en los mercados, las características demográficas y socioeconómicas, el perfil del cliente y la importancia del desarrollo de un instrumento que ayude a su aplicación.

3.1 Sistema Financiero Nacional

La economía y los negocios comerciales de los mercados son el motor del desarrollo de los países, pero debe existir un sistema que permita la interacción y control entre los agentes que participan en ella. Por esta razón, en Costa Rica se creó el Sistema Financiero Nacional, definido como la actuación de agentes superavitarios y agentes deficitarios mediante la intermediación financiera, considerada esta como la función principal del desarrollo financiero costarricense.

Por consiguiente, se originó el Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero (CONASSIF), el cual se creó mediante el artículo 169 de la Ley N° 7732 Ley Reguladora del Mercado de Valores del 17 de diciembre de 1997, siendo éste un órgano colegiado de dirección superior que tiene como principal finalidad dotar de uniformidad e integración a las actividades de regulación y supervisión del Sistema Financiero Costarricense.

Esta Ley otorgó al CONASSIF la potestad directiva sobre la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF), la Superintendencia General de Valores (SUGEVAL), la Superintendencia de Pensiones (SUPEN) y la Superintendencia General de Seguros (SUGESE). Para efectos del presente trabajo, las labores de la SUGEF son relevantes, puesto que se encuentran vinculadas con las regulaciones del Banco Nacional de Costa Rica, mismas que debe cumplir a cabalidad.

El CONASSIF opera bajo el cumplimiento del Plan Estratégico del Sistema de Supervisión Financiera, contribuyendo en su misión de velar por la estabilidad, la solidez y el eficiente funcionamiento del Sistema Financiero Costarricense, manteniendo una regulación y supervisión fundamentada en buenas prácticas que permitan la rigurosidad, la ética y la transparencia en las transacciones financieras del país.

Como se mencionó anteriormente, la SUGEF tiene una participación activa en la operativa de las entidades bancarias y el BNCR no es la excepción, debido a que establece diversas normas y lineamientos que buscan una eficiente regulación y control de los recursos que capta esta entidad bancaria, permitiendo la transparencia y solidez que debe cumplir.

Profundizando, y como ya se mencionó anteriormente, el principal objetivo de la SUGEF es velar por la estabilidad, la solidez y el funcionamiento eficiente del Sistema Financiero Nacional, al mantener el estricto apego a las disposiciones legales y reglamentarias y de conformidad con las normas y directrices que dicte la legislación costarricense, para garantizar la salvaguarda de los intereses colectivos.

3.2 Consideraciones Legales

En el marco de la legalidad, es importante mencionar dos leyes relativas al tema del proyecto de investigación, pues tipifican las disposiciones legales que deben considerar tanto el BNCR como los clientes interesados en adquirir los productos de inversión que este ofrece.

En primera instancia, la Ley Orgánica del Sistema Bancario Nacional N° 1644, la cual indica en el artículo 1 que el Sistema Bancario Nacional estará integrado por el Banco Central de Costa Rica, el Banco Nacional de Costa Rica, el Banco de Costa Rica, cualquier otro banco que en el futuro llegará a crearse, los bancos comerciales privados y alguna sucursal bancaria domiciliada en Costa Rica de un banco extranjero.

Por consiguiente, los bancos del Estado enumerados en el párrafo anterior son instituciones autónomas de derecho público, con personería jurídica propia e independencia en materia de administración, por ende, están sujetos a la Ley en materia de gobierno y deben actuar en estrecha colaboración con el Poder Ejecutivo, coordinando sus esfuerzos y actividades bajo responsabilidad propia en la ejecución de sus funciones, de acuerdo con lo establecido en el artículo 2 de la misma Ley.

Por otra parte, también se debe tomar en cuenta la Ley N° 8204 Ley sobre estupefacientes, sustancias psicotrópicas, drogas de uso no autorizado, actividades conexas, legitimación de capitales y financiamiento al terrorismo, puesto que es pertinente y se relaciona con los recursos de los clientes, pues dichos fondos no pueden ser introducidos al Sistema Financiero Nacional si provienen de actividades comerciales y lucrativas no permitidas como las establecidas en la Ley en mención.

Por tal razón, en el artículo 7 se establece que el Estado deberá propiciar la cooperación técnica y económica internacional a través de sus órganos competentes para fortalecer los programas de investigación y prevención en materia de estupefacientes y psicotrópicos. No obstante, aparte del Estado, los clientes también deben estar informados de las directrices estipuladas en dicha Ley, para minimizar inconvenientes con los recursos que estos vayan a invertir en el BNCR.

3.3 Inversión

Una inversión, en términos generales, es la utilización de los recursos en el sector productivo o de capitales con la finalidad de lograr beneficios o ganancias (rentabilidad) a futuro; su importancia radica en la obtención de la libertad financiera. Para ello, se debe contar con recursos financieros, es decir, dinero, el cual irá en aumento por medio de los intereses generados sobre dicha inversión.

El término inversión se refiere al acto de postergar el beneficio inmediato del bien invertido por la promesa de un beneficio futuro más o menos probable. Una inversión es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una

empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria [BBVA], 2018, párr. 1).

Al momento de realizar una inversión, se asume un costo de oportunidad, pues se renuncia a esos recursos en el presente para obtener un beneficio en el futuro; por eso toda inversión conlleva un riesgo.

Los autores De Rosario y Rosario Díaz (2017) afirman que el acto de invertir contempla cuatro elementos:

- El sujeto que invierte, ya sea de naturaleza física o jurídica.
- El objeto en el que se invierte, siendo éste el soporte físico de la inversión y puede ser de diferentes naturalezas.
- El coste que supone la renuncia a una satisfacción inmediata y cierta.
- La ganancia futura o valor de la esperanza que se adquiere, que normalmente es incierta.

3.3.1 Tipos de Inversiones

Las inversiones pueden clasificarse desde diferentes puntos de vista, por lo tanto, no existe una única clasificación. Castillo (2020) asegura que los tipos de inversiones más importantes son los siguientes:

3.3.1.1 Según el horizonte temporal

- Corto plazo (menos de 1 año): Se caracterizan por obtener márgenes en periodos breves de tiempo. Las personas interesadas en invertir a corto plazo, por lo general, buscan instrumentos líquidos, es decir, que puedan convertir sus operaciones financieras en dinero de manera rápida.
- Mediano plazo (entre 1 y 3 años): Este tipo de inversiones son realizadas por personas que no desean esperar mucho tiempo para obtener los beneficios de su inversión, pero tampoco buscan conseguirlos inmediatamente. Una de sus principales ventajas es que el inversor no necesita estar pendiente de sus operaciones financieras día a día.
- Largo plazo (más de 3 años): El principal propósito de este tipo de inversiones es obtener resultados financieros en un amplio periodo de tiempo. Uno de los principales beneficios de invertir a largo plazo es la probabilidad de que los márgenes que se alcancen sean muy significativos, es decir, la obtención de mayores ganancias.

3.3.1.2 Según la naturaleza de lo invertido

- Inversiones reales o productivas: Se trata de la adquisición de bienes o activos productivos, es decir, bienes cuya utilidad es producir otros bienes.
- Inversiones financieras: Son aquellas inversiones donde no existe creación de riqueza, sino un cambio de titularidad del bien.

3.3.1.3 Según el sujeto que invierte

Las inversiones pueden ser efectuadas por individuos, empresas, o bien, por el Estado, comunidades autónomas o corporaciones públicas.

3.3.1.4 Según el objeto de la inversión

Una empresa que desee realizar una inversión puede clasificar el proyecto en función del objeto de la inversión, de acuerdo con el activo que se esté financiando, por ejemplo, la inversión puede ser en equipos industriales, en materias primas, en mobiliarios, en vehículos, en maquinaria o en cualquier otro activo.

3.3.1.5 Según las relaciones entre las diversas inversiones

- Inversiones autónomas o independientes: Se trata de inversiones que no tienen relación entre sí, es decir, cuando la realización de uno de los proyectos de inversión no condiciona, impide u obliga la realización de otros proyectos.
- Inversiones complementarias: Se refiere a aquellas inversiones cuya realización exige la realización de otras, es decir, que no se podrá invertir en un segundo proyecto si no se ha realizado el primero.
- Inversiones sustitutivas: Cuando la realización de una inversión excluye de manera automática la realización de otras.

3.3.2 Variables más importantes de una inversión

Sin importar cuál sea el tipo de inversión que realiza una persona u empresa, siempre se deben tener en consideración cuatro factores fundamentales: rendimiento, riesgo, plazo de la inversión y liquidez; mismos que se describen a continuación:

3.3.2.1 Rendimiento

El rendimiento se refiere a lo que se espera obtener cuando se realiza una inversión, es decir, la ganancia de la inversión realizada. Por lo general, es medido en porcentajes de la cantidad invertida o en términos de beneficio o rentabilidad, aunque no necesariamente tiene que ser así. Dentro de este variable, es fundamental considerar la relación directa entre el rendimiento esperado y el riesgo asumido, puesto que, a mayor rendimiento, mayor riesgo.

3.3.2.2 Riesgo

El riesgo es la incertidumbre con respecto a la inversión, es decir, acerca del rendimiento que se espera obtener y la posibilidad de la no recuperación del dinero invertido, pues en economía nada es cien por ciento seguro, por esta razón, es recomendable e importante trabajar con un nivel de riesgo asumible, por si la inversión no sale como se espera.

El Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA, 2020) asegura que esta variable es muy subjetiva y es de suma importancia para determinar el perfil del inversor y la aversión al riesgo que muestre. Por ejemplo, un inversor conservador tiende a invertir en productos de

bajo riesgo, tales como los títulos de renta fija o los depósitos a plazo, por ende, obtendrá un bajo rendimiento.

3.3.2.3 Horizonte temporal

Es la tercera variable más importante de tener en consideración cuando se decide invertir. El horizonte temporal se refiere al tiempo o plazo por el cual se realiza la inversión, puede ser a corto, mediano o largo plazo. Las inversiones con mayor plazo tienden a ofrecer mayores intereses que los plazos más cortos, un ejemplo de esto son las letras del tesoro frente a los bonos o las obligaciones del Estado.

3.3.2.4 Liquidez

Este factor consiste en la capacidad de convertir una inversión en dinero, pero con pérdidas mínimas respecto de su valor. En pocas palabras, significa qué tan rápido se puede recuperar la inversión y a qué costo, en caso de que deba recuperarse.

3.3.3 Productos de Inversión

Los productos de inversión son considerados como un medio para poder aumentar el capital de una entidad o persona, con el propósito de ser utilizado para un fin determinado en un plazo establecido, razón por la cual algunas empresas que tienen dinero ocioso buscan invertir parte de su capital a mediano o largo plazo y así obtener beneficios económicos a

futuro, pues cuando se trata de aprovechar al máximo el dinero, los productos de ahorro e inversión son ideales.

La revista digital Royal Magazine (2020) afirma lo siguiente: “Un producto de inversión es aquel que se ofrece en función de un valor subyacente o grupo de valores que se compra con la expectativa de obtener un rendimiento favorable” (párr. 1). Estos productos se basan en una gran diversidad de valores subyacentes y abarcan distintos objetivos o fines para invertir.

3.3.3.1 Tipos de productos de inversión

Existen diferentes tipos de productos de inversión con diversas características y cualidades que los distinguen unos de otros, por lo tanto, es importante conocer acerca de estos para determinar con mayor certeza cuál de ellos se adapta de mejor manera a las necesidades de cada individuo y así realizar una inversión más oportuna.

El autor Ruiz (2019) afirma que existen 6 diferentes tipos de productos de inversión y que para determinar cuál es el indicado para invertir, en primera instancia se debe conocer el perfil de inversión y aversión al riesgo de cada cliente, quien deben de tener claros los objetivos que desea alcanzar y el horizonte temporal que se propone para esos objetivos propuestos.

Teniendo claro lo anterior, Ruiz asegura que el inversor puede optar por alguna de las siguientes opciones de productos de inversión:

3.3.3.1.1 Renta variable

Este es uno de los productos más conocidos, puesto que corresponde principalmente, entre otros activos, a las acciones que se compran y venden en la Bolsa. Se considera que la característica más relevante presente en este producto es que no se conoce la rentabilidad del activo, pues su valor cambia con respecto a los movimientos del mercado y del comportamiento del ente en el cual se adquieren las acciones, por lo tanto, la rentabilidad de la inversión y el retorno del dinero no se encuentran garantizados, lo cual es la principal desventaja de este producto.

3.3.3.1.2 Renta fija

Corresponde principalmente a los bonos y obligaciones y es uno de los preferidos por aquellos inversores que presentan un perfil más conservador, pues presentan la principal característica de ofrecer, como bien lo dice el nombre, una rentabilidad fija sobre la inversión, pero en un plazo de tiempo determinado, lo cual ofrece más seguridad para la persona que realiza la inversión. No obstante, la consecuencia de lo anterior es la obtención de una rentabilidad inferior en comparación con otros productos.

3.3.3.1.3 Fondos de inversión

Estos fondos hacen referencia a las Instituciones de Inversión Colectiva (IIC), las cuales tienen como fin principal atraer un determinado patrimonio de un determinado número de inversores, para luego invertirlo en distintos activos financieros que ofrecerán un retorno

favorable, por lo tanto, al realizar esta acción, los fondos de inversión logran diversificar el riesgo, debido a que, si alguno de los activos financieros no está generando un buen rendimiento, se compensa con otro.

Por este motivo, se considera que todos los diferentes perfiles de inversores pueden encontrar un fondo de inversión que se acople a cada uno de ellos, por la diversidad que presenta este producto, asimismo, presentan la gran ventaja de ser muy líquidos, es decir, si el inversor desea recuperar su dinero, puede lograrlo con facilidad.

3.3.3.1.4 Planes de pensiones

Se considera un producto de inversión pensado para aquellas personas que desean complementar la pensión de jubilación en el momento del retiro laboral. Su forma de operar es muy similar a la de los fondos de inversión, a diferencia de que estos planes no son líquidos, pues el dinero no se puede recuperar hasta después de un lapso de 10 años (como mínimo) luego de la primera aportación. Un beneficio de este producto de inversión es que ofrece algunas ventajas fiscales que otros productos no dan.

3.3.3.1.5 Productos derivados

Estos productos se consideran los más complejos, por lo tanto, son los más utilizados por aquellos inversores con mayor experiencia, por la complejidad que conllevan. Los derivados son productos basados en la evolución de los precios de otro activo, que pasa a llamarse activo subyacente. En pocas palabras, implican una contratación a plazo con

establecimiento de todos los detalles en el momento del acuerdo, mientras que la transacción real se genera en un momento futuro. Algunos de estos derivados son los Futuros, las Opciones, los Warrants o los CFDs.

3.3.3.1.6 Gestión pasiva

La estrategia de inversión de este producto se basa en la eficiencia del mercado con respecto a las decisiones que el gestor de un fondo de inversión pueda tomar para superar dicho mercado. Existen dos tipos: los fondos de inversión indexados, que tratan de replicar el comportamiento de un índice en el que se basa; y los ETFs (conocidos como fondos cotizados), los cuales consisten en grupos de activos financieros de un índice, divisas, materias primas e inclusive acciones. La ventaja de este producto es que disminuye los gastos de gestión y diversifica la inversión, mientras que la principal desventaja es el poco tiempo de respuesta al inversor para conocer si el mercado cae.

3.3.3.1.7 Inversión alternativa

Este es un tipo de producto diferente, pues no se basa en la inversión tradicional, es decir, en los activos financieros mencionados anteriormente, sino, busca que se realice la inversión en otros tipos de productos no ubicados en los mercados financieros, pero sin tener que renunciar a rentabilidades favorables. Algunos ejemplos de este tipo de productos son la inversión inmobiliaria, la compra de arte o el Private Equity.

Es importante destacar que la inversión alternativa y la tradicional no son incompatibles, al contrario, existen algunos fondos de inversión que destinan cierta parte de su patrimonio a este tipo de activos.

3.3.3.2 Rentabilidad y riesgo de los productos de inversión

Es necesario comprender que cuando existe un rendimiento también va a existir un riesgo, en términos generales, cuanto más riesgoso sea un producto, más rentable debe ser, del mismo modo que cuanto mayor sea el plazo de inversión, más riesgoso suele ser, por ello, se acostumbra decir que los productos enfocados en el corto plazo son los más seguros.

Un riesgo financiero se puede definir como la posibilidad de existencia de un evento inesperado en el rendimiento de una determinada inversión. El Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA, 2020) afirma lo siguiente:

El riesgo financiero hace referencia a la incertidumbre producida en el rendimiento de una inversión, debida a los cambios producidos en el sector en el que se opera, a la imposibilidad de devolución del capital por una de las partes y a la inestabilidad de los mercados financieros (párr. 1).

Cada producto puede ser el mejor dependiendo de las características del cliente que lo adquiera, pues algunos prefieren mayores rendimientos; esto va muy relacionado con la liquidez y poder adquisitivo, los cuales son variables influyentes en la decisión de los productos de inversión.

Por su parte, los factores externos e internos tienden a impactar en la rentabilidad de los productos de inversión, pues el tipo de cambio, las fluctuaciones y las tasas de interés son cambiantes constantemente, aunado a las variaciones en la moneda cuando se trata de inversiones en moneda extranjera.

3.3.3.3 Ventajas y desventajas de los productos de inversión

Si bien es cierto, los productos de inversión son instrumentos utilizados para generar rentabilidad en relación a los ahorros previstos en un periodo futuro, cada uno de estos tiene particularidades específicas, por lo cual, es de suma importancia conocer las ventajas y desventajas de dicha utilización. Por lo anterior, seguidamente se expresarán las consideradas más relevantes.

Las cuentas de ahorro pueden generar disponibilidad de efectivo en un momento determinado, vistas como la principal ventaja de invertir en este tipo de producto; por otro lado, se puede mencionar como desventaja una rentabilidad baja en relación con la generada por otros productos de inversión existentes.

Respecto a los certificados de depósitos a plazos, se destaca la ventaja relacionada con la retribución del dinero invertido, aunque no se garantiza la rentabilidad de los intereses; la desventaja más sobresaliente se posiciona en la poca liquidez que eventualmente se puede obtener.

3.3.4 Productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica

Según el Banco Nacional de Costa Rica, los productos de inversión ofrecidos a sus clientes brindan mayores beneficios y rentabilidad a los recursos debido a su automatización, pues el cliente elige fecha y monto, no presentan costos por comisión de mantenimiento ni de administración, son personalizados y seguros.

Dentro de los productos para invertir dinero ofrecidos por el BNCR, se encuentran las cuentas corrientes, las cuentas electrónicas, los BN ahorro programado y las inversiones; estas últimas pueden ser a largo o corto plazo, y dependiendo del tiempo se derivan algunos tipos. A continuación, se explican las características y condiciones de estos diversos productos:

3.3.4.1 Cuentas Corrientes

Se considera uno de los productos financieros más tradicionales. Consiste en una cuenta dirigida a empresas, es decir, personas jurídicas, pues tiene el propósito de simplificar la operación y desarrollo de estas mediante el acceso a productos y servicios de forma ágil y oportuna, para facilitar una gestión de tesorería eficiente.

Además, estas cuentas se adaptan a las necesidades de las empresas considerando que pueden ser en diferentes monedas (colones, dólares y euros), sin comisiones por administración, con acceso a todos los canales electrónicos del BNCR; se puede autorizar a otras personas para el giro de cheques y cargos a la cuenta, diversidad de transacciones y brinda información oportuna para la conciliación de las operaciones.

Al ser cuentas utilizadas por empresas, donde los saldos diarios son sumamente elevados en ocasiones, tienen la particularidad que ofrecen un rendimiento mensual por invertir y mantener el capital en este tipo de productos, lo cual hace más atractivo su utilización en el BNCR, en la operativa de las personas jurídicas.

3.3.4.2 Cuentas Electrónicas

Constituyen una cuenta de ahorro personalizada para personas físicas y jurídicas, que paga intereses automáticamente sobre un monto establecido; se utiliza mediante una tarjeta de débito, el cliente puede hacer depósitos y retiros de dicha cuenta. Se pueden realizar en colones, dólares y euros.

3.3.4.3 BN Ahorro Programado

Es un producto de ahorro voluntario donde el cliente puede ir acumulando una cantidad de dinero por medio de una deducción fija o aportes voluntarios, por un espacio de tiempo determinado por él mismo en colones y dólares, en períodos semanales, quincenales y/o mensuales.

Las facilidades que integran este producto es que el cliente define cuándo y cuánto quiere ahorrar, la tasa establecida al afiliarse no varía durante todo el plazo y se puede retirar antes de dicho plazo sin generar comisiones o castigos al capital.

3.3.4.4 Inversiones

Una inversión es aquella constituida por un monto de dinero que el cliente deposita a la vista o por un plazo determinado y sobre el cual recibe un rendimiento a una tasa definida. Las inversiones ofrecidas por el BNCR se clasifican en dos:

3.3.4.4.1 Certificado de Depósito a Plazo (CDP)

Con un certificado de depósito a plazo, o CDP por sus siglas, se puede invertir para obtener atractivos en un plazo específico con los mejores beneficios, entre ellos: no tienen límites en cuanto a montos o número de certificados por tener, puede designar beneficiarios, existen plazos desde 1 día hasta los 5 años y la inversión puede ser renovada automáticamente o se deposita a una cuenta al vencimiento del título.

Además, mediante este producto se puede obtener un título valor, facilidades en montos, monedas (colones, dólares y euros) y plazos, conocimiento de la fecha de vencimiento y la ganancia desde la apertura y, muy importante, con intereses atractivos para el beneficio de los clientes que opten por ellos. De estos certificados, se derivan 2 tipos:

- CDP materializados: Mediante este certificado se obtiene un título valor físico (por eso está disponible únicamente en oficinas, no de manera virtual en las plataformas digitales del BNCR).
- CDP desmaterializados: Se podrán abrir desde la Banca en línea o la app BN Móvil, se dan de forma electrónica, lo que exime de portar el “título valor”.

3.3.4.4.2 Inversiones a Corto Plazo

Las inversiones a corto plazo son aquellas realizadas con el fin de obtener un retorno o beneficio inmediato, o en un plazo inferior a un año. De acuerdo con el BNCR, estas inversiones son muy atractivas, la diferencia entre ellas y un CDP es que se invierte por días, es decir, son completamente personalizadas. Dentro de las inversiones a corto plazo, se encuentran los siguientes 2 tipos:

- **Inversión Corto Plazo Tradicional (ICP):** Consiste en una inversión por un monto determinado, el cual puede ser retirado en el momento que el cliente lo desee. La tasa de interés que va a obtener el cliente depende del día en que retire el dinero, generalmente, a mayor cantidad de días, mayor tasa.

- **Inversión Corto Plazo Tasa Pactada:** En esta inversión el cliente establece un plazo en días y se le indica una tasa de interés que recibirá al concluir el periodo indicado. Sin embargo, puede retirar el dinero anticipadamente, pero se le paga una tasa piso, no la pactada.

3.3.4.5 Beneficios que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica en relación con la adquisición de los productos de inversión

El Banco Nacional de Costa Rica flexibiliza y automatiza los requerimientos necesarios para que el cliente pueda acceder a los productos de inversión; lo anterior se ve reflejado en la fijación de las cuotas con las cuales el cliente puede iniciar. Estas varían dependiendo del producto de inversión que el cliente desee adquirir.

Las opciones de inversión ofrecidas por la entidad bancaria son variadas, este hecho puede traducirse como otro beneficio, puesto que amplía las opciones de inversión a las que tiene acceso el cliente, lo cual le brinda la oportunidad de incursionar en un instrumento que le permita disponer, de forma inmediata, su dinero, sin evidenciar pérdidas de efectivo por sanción o comisión dispuesta por la entidad, claramente dependiendo de la naturaleza del producto de inversión y su clasificación propia.

Aunado a los beneficios mencionados anteriormente, se debe destacar el efecto de provisión generado por los productos de inversión a las finanzas personales de los potenciales clientes, para disponer de un fondo de ahorro destinado a eventos en el futuro, por ejemplo, realizar el pago del marchamo o bien, disponer de un ahorro escolar.

También, el cliente tiene beneficios relacionados con el orden de sus finanzas, pues el Banco le brinda la opción de obtener diversos productos personalizados; esto permite al cliente ordenar sus finanzas como mejor considere.

Además de adquirir los beneficios ya expuestos, el cliente también goza de beneficios relacionados con la actualización y mejoramiento constante que mantiene el ente bancario; esta es una cualidad mantenida por la institución a lo largo del tiempo, al contar con sistemas de deducción directa a la cuenta bancaria o bien a la tarjeta de crédito, donde el cliente decide qué día y qué monto puede ser dirigido a su producto de inversión.

En resumen, la accesibilidad que brinda el ente a sus clientes es un recurso muy valioso en materia de beneficios, pues este cuenta con acceso en línea las veinticuatro horas al día, donde puede realizar sus transacciones en la banca en línea.

3.4 Cliente

Un cliente podría definirse como una persona o entidad que adquiere los bienes y servicios ofrecidos por una empresa, también puede decirse que es un comprador o consumidor; pero sin duda alguna, es el principal foco de atención de cualquier entidad, pues las estrategias de marketing deben establecerse e implementarse en función de él.

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios (Thompson, 2009, párr. 7).

Teniendo claro lo indicado en el párrafo anterior, se procede a resaltar la importancia de los clientes para cualquier entidad, debido a que, desde la perspectiva de mercadeo y captación, se busca lograr un intercambio de valor entre las empresas y sus clientes.

Los clientes son un pilar importante en cualquier entidad, por ello, la mayoría de las estrategias de mercado enfatizan en buscar nuevos clientes a través de métodos disruptivos e innovadores; sin embargo, algunas instituciones simplemente buscan aumentar su cartera y, de esta manera, ampliar la difusión de sus servicios y productos.

Cuanta más clientela tenga una empresa, mayores serán las posibilidades de posicionarse en el mercado y consigo obtener mayores ingresos y rendimientos, pero éstas, en pocas ocasiones, se detienen a analizar el tipo de cliente que desean, pues existe gran diversidad de ellos, los cuales van a clasificarse según sus comportamientos y preferencias.

Por consiguiente, personalizar el servicio al máximo es de suma importancia debido al mercado actual. Con tanta información al alcance y un portafolio de ofertas dirigidas a los nichos de negocios, el cliente preferirá las soluciones más rápidas y con la atención que se merece; en estos tiempos la empresa decide qué ofertar en función de las necesidades de los consumidores.

Aunado a lo anterior, resulta esencial reconocer la importancia de la empatía según las grandes figuras del liderazgo empresarial. García (2020) afirma que “es la capacidad de imaginar lo que está sintiendo el cliente que tenemos delante” (párr.9). Es decir, se trata de pensar qué pasa por su mente o qué sentimientos positivos o negativos le está generando la conversación y la oferta de los productos en dado momento.

Por esta razón, todos los esfuerzos y estrategias de negocios para atraer clientes y generar experiencias memorables son vitales; se evidencia lo provechoso que es para los clientes del BNCR y la entidad propia, contar con un instrumento que determine el perfil del cliente, específicamente para aquellos interesados en los productos de inversión.

3.4.1 Tipos de clientes

Generalmente, los tipos de clientes se determinan por factores como la personalidad, el carácter, las expectativas con respecto al producto y la manera en que toman decisiones tanto en las fases de venta como de posventa, por tanto, es responsabilidad de las empresas conocer a sus clientes y sus intereses.

No existe una única clasificación para el perfil de un cliente, de hecho, es posible que cada área de negocio tenga la propia, pues en circunstancias, no en todas, los espectros comerciales y empresariales terminan definiendo el carácter de los clientes. Sin embargo, según García (2020), algunos tipos de perfiles más habituales de clientes podrían resumirse de la siguiente manera:

3.4.1.1.1 Clientes apóstoles

Son aquellos que manifiestan el más alto nivel de compromiso con la entidad, los productos y el negocio en general. También suelen conocerse como embajadores de buena voluntad, pues en sus círculos de acción son verdaderos líderes cuando se trata de difundir el mensaje de la empresa.

3.4.1.1.2 Clientes indiferentes

Este grupo se caracteriza por tener una actitud neutral hacia un producto, no sienten ni atracción ni rechazo hacia lo que se les ofrece. Son los más difíciles de captar, pues implica un doble esfuerzo: el de sacarlos de su esquema y el de convencerlos con una propuesta; aun así, pocos acaban por sumarse a una determinada marca.

3.4.1.1.3 Clientes rehenes

La característica principal de estos clientes es que, aun cuando no están del todo contentos con el producto, permanecen ligados él. Es decir, no se atreven a romper

completamente el vínculo, esto se debe a factores como el monopolio de una empresa en ciertos sectores comerciales o la falta de mejores alternativas. No se recomienda mantener un cliente en estas condiciones, pues en cuanto aparezca una oferta que le seduzca y suponga mejores garantías, no dudará un segundo en mudarse de entidad.

3.4.1.1.4 Clientes mercenarios

Son los que no priorizan la calidad del producto ni sus características, sino más bien las condiciones en las que este se ofrece. Por ejemplo, no dudan en cambiar de entidad si les ofrecen un precio más bajo por el producto, no tienen preferencia por alguna oferta en concreto ni demuestran niveles de fidelidad.

3.4.1.1.5 Clientes leales

Los leales son aquellos clientes que nunca fallan, aunque no manifiestan de forma tan abierta su compromiso con la marca como los clientes apóstoles. Se debe personalizar la marca para motivar los compradores con un valor añadido para que la elijan por encima de la competencia.

3.4.1.1.6 Clientes potencialmente desertores

La relación de estos s hacia el producto generalmente está atravesada por situaciones negativas o insatisfactorias. Esto ha hecho, con toda razón, que su nivel de compromiso hacia el producto disminuya y que, en el peor de los casos, se conviertan en pregoneros de la mala

experiencia. Son esos clientes que aún no se han ido, pero que seguramente no tardarán en hacerlo.

3.4.1.1.7 Agresivos

Es el cliente fácilmente irritable y que siempre quiere que le den la razón, aun cuando no la tenga, se caracteriza por tener un carácter fuerte, difícil y para seducirlo o ganarse su confianza es necesario emplear todos los recursos. Sin embargo, también es posible que su actitud solo sea una manera de exigir un buen servicio y que no efectúe su plan de marcharse a otra entidad. Además, este es uno de los tipos de clientes más comunes en el apresurado mundo actual. El entorno social, las dificultades de encontrar financiación o la competencia feroz son algunas de las causas de que proliferen estos, que parecen enfadados cuando realmente están muy asustados y preocupados.

Es oportuno mencionar cómo podría tratarse un cliente permanentemente molesto, existen dos claves:

- Tener sólidos conocimientos teóricos y prácticos de dirección y liderazgo. Una formación especializada en estrategias de negociación que ayude a consolidar esa inteligencia emocional clave para tratar eficazmente todo tipo de conflictos profesionales.
- No aferrarse en discutir ni intentar convencer a un cliente que no quiere soluciones sino conflictos; es difícil guardar silencio en una discusión, pero ahí precisamente está la diferencia entre un profesional y un gran profesional: dominar la situación en todo momento.

3.4.1.1.8 Clientes impacientes

A este cliente no lo mueven los detalles ni las explicaciones, lo que realmente le importan son las soluciones a su problema, razón por la cual se quedará con la empresa que sepa atender con mayor rapidez sus solicitudes. La transformación digital en la cual vivimos inmersos actualmente ha provocado que aumente este tipo de clientes: el impaciente, ese hombre o mujer acostumbrado a obtener información a golpe de un clic y en un milisegundo y que, por supuesto, lo quiere todo “para ya”.

Los clientes impacientes no son sencillos de tratar y convencer, pero estos dos fundamentos claves aportan cómo sobrellevarlos:

- Potenciar de forma teórica y práctica la capacidad creativa.
- Trasmitir al cliente que hay consciencia de la prisa que tiene y externarle que el equipo está trabajando “ya” en su solicitud, cuenta o transacción.

3.4.1.1.9 Clientes reservados

Se trata de uno de los tipos de perfiles de clientes más complicados que existen, conocidos también como tímidos o introvertidos; representan un perfil complejo, sobre todo por la dificultad de extraerles la información necesaria para empezar a trabajar en su solicitud, entender las claves de su negocio, entre otros aspectos. Una de las claves de esa compleja disciplina, llamada atención al cliente es el conocimiento puro y constante.

3.4.1.1.10 Clientes indecisos

Se ubican en el mismo espectro que los clientes indiferentes, pero a diferencia de estos sí que demuestran algún interés por lo que se le ofrece.

3.4.1.1.11 Clientes objetivo

El carisma, la empatía y la facilidad de palabra no convencen a este cliente, al menos de entrada, pues su prioridad es valorar si lo que le ofrecen supone un verdadero beneficio para sus necesidades.

3.4.2 Otros tipos de clientes

Ahora bien, como se mencionó anteriormente, existe gran diversidad de tipos de clientes, cuya clasificación va a depender del ámbito al cual se hace referencia. No obstante, cuando se habla en términos empresariales u organizacionales, existen dos que son considerados de acuerdo con su rol y función:

- **Cliente interno:** Se refiere a aquella persona que forma parte de una empresa u organización, es decir, que labora en ella y presta sus servicios para que ésta pueda brindar productos o servicios comercializables. En pocas palabras, los clientes internos son los colaboradores de una empresa, por ello, la organización debe procurar afianzar ciertos principios entre sus empleados, entre ellos: estimular la obtención de resultados e inculcar una cultura empresarial basada en la calidad y en la ética.

- **Cliente externo:** Son aquellas personas a las que una empresa u organización orienta los productos y/o servicios que coloca en el mercado, éstas son sus efectivas compradoras o usuarias. Por consiguiente, los clientes externos son quienes proporcionan el flujo de ingresos de una entidad.

3.4.3 Perfil del Cliente

El perfil del cliente, mejor conocido como perfil del inversionista, se refiere a una clasificación realizada a las personas interesadas en invertir, con la finalidad de ubicarlos en grupos que delimiten rasgos generales en su comportamiento de inversión, esto les permitirá tener una elección acertada de los instrumentos financieros con los cuales es ideal que realicen la inversión de su capital.

El Grupo Financiero Banorte (BANORTE, 2021) afirma lo siguiente:

El perfil del cliente también conocido como perfil de inversión, es el conjunto de características de una persona mediante el cual determina la manera en que el cliente deberá tomar sus decisiones de inversión considerando su objetivo de inversión y nivel de tolerancia al riesgo (párr. 10).

Por tal razón, es esencial realizar una evaluación previa a la oferta de productos de inversión, a través de una herramienta que cumpla con el propósito de determinar el perfil del cliente y este pueda tener una elección acorde con sus rasgos actuales, pues la inversión en ciertos tipos de productos puede ser adecuada para unos, pero no para otros.

Es decir, conocer el perfil del cliente es fundamental para tener una inversión exitosa, pues va indicar el resultado de algunas características, por ejemplo, qué porcentajes estaría dispuesto a invertir, cuál es el horizonte temporal deseado, cuál es el objetivo de inversión, cuáles son los rendimientos esperados, entre otros.

3.4.3.1 Tipos de perfil del cliente o del inversionista

Según la evaluación y diagnóstico del inversionista, se pueden identificar algunos grupos de perfiles relacionados con la situación actual del cliente y sus preferencias, lo que permite ofrecerle un producto de inversión adecuado, es decir, un “traje a la medida”. A continuación, se describen los tipos de perfil del (la) inversionista:

3.4.3.1.1 Conservador

En este grupo se encuentran los inversionistas que no están dispuestos a perder su capital, por lo cual ubican la seguridad por encima de la rentabilidad. Suelen invertir a corto o mediano plazo, con el fin de mantener un crecimiento estable en su inversión. En pocas palabras, la principal característica del cliente con un perfil conservador, es que es menos tolerante al riesgo y valora, por encima de todo, la seguridad de su dinero invertido.

3.4.3.1.2 Moderado

Este tipo de inversionista se caracteriza por querer un balance entre la rentabilidad y el riesgo, es decir, está dispuesto a asumir un riesgo moderado con tal de obtener una mayor

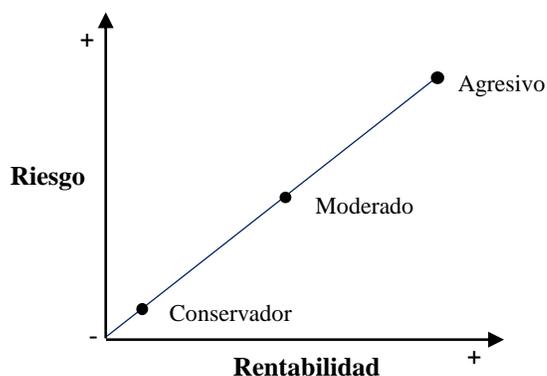
ganancia. Por lo general, sus inversiones son a mediano plazo, con tolerancia a un riesgo moderado.

3.4.3.1.3 Agresivo

En este perfil se clasifican los inversionistas que ya tienen conocimientos de los instrumentos financieros y el mercado, aquellos que buscan los mayores rendimientos posibles, de tal forma que están dispuestos a asumir el riesgo necesario. Estos inversionistas no presentan miedo de perder todo el dinero invertido, pues consideran que el porcentaje de ganancias vale el riesgo que asumen.

Aclaradas las características de cada uno de los perfiles descritos anteriormente, estos se podrán visualizar e interpretar, según se detalla en la siguiente figura:

Figura 6. Perfil del Inversionista



Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

3.4.3.2 Características que determinan el perfil del cliente

Existen una serie de características o elementos que permiten determinar el perfil del cliente, como se presenta a continuación:

3.4.3.2.1 Características Demográficas

Constituyen una serie de aspectos relacionados, por estudiar en los seres humanos, desde su formación y características generales propias de su naturaleza. Algunas de estas son la edad, el género, el lugar de residencia, el tipo de núcleo familiar, el estado civil, las culturas, las creencias, otras.

3.4.3.2.2 Características Socioeconómicas

Son las condiciones en medida económica y su relación social, que combina la preparación laboral de una persona, sus rasgos económicos y la interacción que esta tenga con otras personas en la sociedad. Por ejemplo, el nivel de ingresos, el estilo de vida, la clase social, el poder adquisitivo, la profesión, el nivel educativo, el tipo de empleo, entre otras.

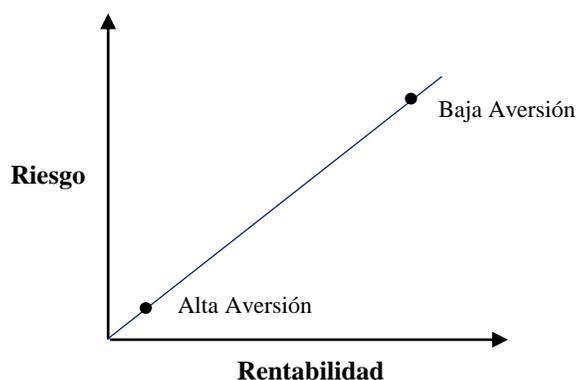
3.4.3.2.3 Aversión al riesgo

Es el grado de atención que pueda presentar un inversor por evitar la incertidumbre en sus inversiones financieras, es decir, un cierto nivel de rechazo al riesgo, en concreto ante la posibilidad de sufrir pérdidas. La aversión al riesgo se puede presentar en dos niveles:

- **Riesgo Bajo:** Aquí se sitúan aquellas personas con una alta aversión al riesgo, las cuales se identifican con un perfil muy conservador en temas de inversiones, por ello, deciden elegir alternativas financieras poco riesgosas pero estables.
- **Riesgo Alto:** En este nivel se destacan inversores más arriesgados, pues escogen productos con mayor grado de incertidumbre considerando que son más inestables y que las pérdidas son un factor latente.

El nivel de aversión al riesgo se encuentra relacionado con diversos aspectos propios del perfil de la persona que va invertir su dinero, como la experiencia en finanzas, pues existe una relación entre rentabilidad y riesgo, tal como se muestra en la siguiente figura:

Figura 7. Aversión al riesgo y su relación con la rentabilidad y el riesgo



Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

3.4.3.2.4 Horizonte Temporal

El horizonte temporal hace referencia al plazo de la inversión, en otras palabras, la fecha esperada de vencimiento o liquidación de la inversión, asimismo, cuánto tiempo está dispuesto el inversionista a esperar que la inversión de frutos.

3.4.3.2.5 Conocimientos y Experiencia en Inversiones

Se considera como el nivel general de conocimientos financieros que tenga el cliente, así como la experiencia y los instrumentos de inversión y financieros en los que haya invertido o conozca, pues esto le genera una amplia visión del tema y fundamento para la elección del producto de inversión.

3.4.3.2.6 Objetivos y metas de Inversión

Es en qué se utilizarán los recursos invertidos, además, se constituyen como el propósito que desea alcanzar el cliente con su inversión en un tiempo determinado, dicho objetivo debe ser consistente con la relación riesgo-rentabilidad, es decir, si el objetivo del cliente es un retorno alto, debe estar dispuesto a asumir niveles de riesgo proporcionales.

3.4.3.2.7 Rentabilidad deseada

Básicamente, es el rendimiento o la ganancia que se espera obtener en el futuro como producto de la inversión.

3.4.3.2.8 Ingresos

Es una variable crucial, pues el origen y porcentaje aproximado de los ingresos del inversionista que serán destinados a la inversión influyen en el monto de la inversión; es importante mencionar que se deben contemplar tanto los ingresos actuales, como los futuros.

3.4.3.2.9 Obligaciones Financieras

El cumplimiento de las obligaciones financieras del inversionista se encuentra relacionado con la determinación de su perfil, pues al momento de realizar una inversión debe analizar y estar seguro que puede continuar haciéndole frente a sus obligaciones posterior a la adquisición de esta.

3.4.3.2.10 Capacidad de Ahorro

La liquidez del patrimonio del inversionista influye en la capacidad de ahorro que presente este, debido a que si mayor es su patrimonio, mayor será su capacidad de ahorrar respecto del ingreso total, y con ello, los montos que desee destinar para invertir.

3.4.3.3 Beneficios de conocer el perfil del cliente

Dentro de los beneficios de conocer el perfil del cliente, se encuentran los siguientes:

- Capacidad de detectar las necesidades del cliente.
- Aportar coherencia al producto como al proceso de comunicación con el consumidor.

- Consolidar un plan de contenidos adaptado al potencial cliente.
- Brindar una asesoría diferenciada.

3.5 Instrumento

Un instrumento consiste en cualquier utensilio utilizado para desempeñar un determinado tipo de actividad, con la intención de lograr un propósito específico. Pérez y Gardey (2010) definen instrumento de la siguiente manera: “Con origen vocablo latino *instrumentum*, **instrumento** es una palabra que describe el elemento que, al ser combinado con otras piezas, sirve en el ámbito de los oficios o las artes para determinados propósitos” (párr.1). Los instrumentos pueden ser un objeto material tangible o intangible, de carácter manual o sistemático.

Además, un instrumento está constituido por un conjunto de componentes que facilitan la determinar u organizar la información relevante en el desarrollo del estudio de un fenómeno o bien, analizar un grupo de características que, unidas, den respuesta a una gran interrogante, con lo cual se satisfaga una necesidad específica para la cual se esté utilizando dicho instrumento. Asimismo, se puede vincular que la implementación de un instrumento en el desarrollo del trabajo ayudará a determinar el perfil del cliente y con esto, se podrá asociar el producto de inversión que mejor se acople a las características de dicho perfil.

Por consiguiente, se busca conceptualizar los tipos de instrumentos existentes, se relacionen o no con el desarrollo del trabajo, al igual que estudiar la composición de estos, sus variables y utilización, con respecto al perfil del cliente, con el propósito de utilizar este recurso de la manera óptima para conseguir los objetivos planteados.

El desarrollo de un instrumento debe ser estudiado previamente para que sea capaz de satisfacer una necesidad. Por esta razón, se propone la implementación de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión ofrecidos por el BNCR, Sucursal de Puntarenas, con beneficio, en este caso, de la entidad bancaria y los clientes que invierten en ellos.

3.5.1 Componentes de un instrumento

Es complejo pretender enumerar los componentes de los instrumentos pues la naturaleza de estos varía significativamente respecto del enfoque y la planeación en la cual van a ser utilizados. No obstante, de forma analítica y pensando en la utilización del instrumento por desarrollar en este trabajo, se pueden mencionar los siguientes componentes con una importancia empírica, en busca del logro de los objetivos pensados para el instrumento en cuestión.

En este caso específico el instrumento estará compuesto por las siguientes características: información del cliente, dentro de la cual se contemplan las características socioeconómicas, demográficas y de aversión al riesgo.

Con la finalidad de que el instrumento pueda garantizar los resultados esperados una vez puesto en ejecución, se segregará la información del cliente en dos grandes grupos: uno constituido por las características inherentes a la persona física o jurídica, subdivididos los parámetros de inversión que el cliente proyecte destinar de su patrimonio, es decir, el instrumento contará con los componentes que faciliten clasificar los conceptos propios de cada perfil del cliente; y el otro grupo, constituido con componentes que evalúen los factores

relacionados con su apetito al riesgo, lo cual permitirá que el instrumento pueda compilar la información de ambos sesgos de componentes, para la futura determinación del producto de inversión que más favorezca las necesidades o apetito de inversión del cliente.

Para poder llevar acabo lo explicado en el párrafo anterior, el instrumento también contará con componentes relacionados propiamente con los productos de inversión, donde se cotejen los términos de cada producto, por ejemplo, la rentabilidad, el lapso de inversión y demás pormenores que constituyan características de los productos.

El enfoque de los anteriores componentes del instrumento es específico para alcanzar los objetivos planteados dentro del proyecto final de graduación, por ello, se debe puntualizar que cada instrumento está conformado por componentes distintos y estos se determinan según la función por la cual son planeados, es decir, no se presentan como una formula única en su utilización y aplicación.

En síntesis, los componentes del instrumento consisten en una serie de variables y características que, en su conjunto, ayudan a determinar la información necesaria de obtener y por la cual se desarrolla e implementa el instrumento.

3.5.2 Tipos de instrumentos

Debido a que las investigaciones y estudios pueden tener enfoques y alcances muy diversos, no se puede conceptualizar de manera específica el tipo de instrumento por utilizar; en otras palabras, existen diversos tipos, por lo cual se mencionarán algunos de estos que pueden ser atinentes con la investigación del presente proyecto.

3.5.2.1 Instrumento de recolección de datos

Como lo indica su nombre, este instrumento tiene como objetivo recolectar datos relevantes para la investigación o estudios proyectados, con el fin de mantener una base de datos para una futura utilización.

3.5.2.2 Instrumento de evaluación

Este tipo instrumento diseñado con el enfoque, las variables o componentes indicados, puede ser de utilidad para evaluar el perfil del cliente si es planteado con objetivos para registrar u obtener información pertinente que facilite la evaluación e identificación de diferentes aspectos del perfil.

3.5.2.3 Instrumento de Deuda Gubernamental

Estos instrumentos se desarrollan en el contexto de inversión y son emitidos por el gobierno de una nación o bien, por una entidad bancaria y su finalidad es brindar plazos de inversión diversos al cliente que los utiliza.

Según lo externado por el Banco Nacional de México, S.A. (s.f), “este instrumento ofrece al inversionista la posibilidad de utilizarlos en muy diversas estrategias de inversión relativamente conservadoras” (p.4).

3.5.2.4 Instrumento de involucramiento

Con base en la investigación relacionada con el tipo de instrumento de involucramiento, se puede argumentar que dicha herramienta es comúnmente utilizada y conceptualizada en la mercadotecnia, dentro de la cual se analizan factores o variables que ayudan a comprender el proceso de selección de los clientes o al menos las tendencias predominantes.

Es pertinente enfatizar que son variados los conceptos o definiciones alrededor de dicho instrumento, es decir, no se puede argumentar la existencia de una sola definición que lo caracterice. Según la Universidad Nacional Autónoma de México (2003), “el alto involucramiento generalmente implica mucha información por procesar en términos de búsqueda y análisis” (p.3).

3.5.2.5 Instrumento de Deuda Corporativa

Considerados como una herramienta de inversión que facilita la obtención de rendimiento en las inversiones, el Banco Nacional de México, S.A argumenta que “los instrumentos de deuda corporativa son emitidos por las principales empresas del país y permiten al inversionista obtener rendimientos por encima de la tasa libre de riesgo” (p.4).

En síntesis, la naturaleza de los instrumentos es prácticamente ilimitada y puede dárseles el enfoque que mejor favorezca a una investigación o bien, servir como herramienta de apoyo o indagación de datos relacionados para tipificar un estudio o fenómeno en el cual surja la necesidad de analizar ciertos datos, con la finalidad de alcanzar algún objetivo o meta.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4 Marco Metodológico

En el marco metodológico se examinarán los conceptos y fundamentos interpuestos en el marco teórico, para plantear lo realizado en el estudio. Incluye el tipo de investigación, el enfoque, las variables, la hipótesis y las técnicas e instrumentos para la recopilación de la información que sustenta la base teórica.

En pocas palabras, en este apartado se especifica toda la metodología para guiar el desarrollo y permitir la resolución del problema planteado.

4.1 Enfoque de la investigación

Cuando se lleva a cabo una investigación, es necesario conocer, analizar y definir el enfoque que esta tendrá, pues dicho enfoque será el método y el diseño de investigación que se va a utilizar en el desarrollo del contexto a lo largo del desenlace del tema.

El enfoque de la investigación permite afrontar el estudio de una manera más descriptiva, en relación con las características del problema (cualitativo) o, por su parte, basado en los aspectos numéricos (cuantitativo), pero también podría darse la combinación de ambos enfoques (mixto).

Para alcanzar una mejor comprensión acerca del significado de los diferentes enfoques de investigación, Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman que el enfoque cuantitativo recolecta información para comprobar una hipótesis mediante la medición numérica y la estadística. Entretanto, el enfoque cualitativo recolecta y analiza los datos para ajustar las preguntas por investigar o para generar nuevas interrogantes.

El enfoque mixto consiste en la combinación de los enfoques anteriores y, de acuerdo con Martínez (2012), permite obtener una visión más amplia y completa de la situación o fenómeno que se desea estudiar.

Por lo anterior, será el enfoque seleccionado en la presente investigación, pues permite analizar datos tanto cuantitativos como cualitativos en una misma investigación, para obtener información más precisa y de esta manera orientar la investigación hacia una conclusión más acertada.

En síntesis, con el enfoque de la investigación se pretende determinar la modalidad del estudio. El cualitativo describe y profundiza el problema; el cuantitativo incluye el análisis de forma numérica; o bien, se da la combinación de ambos elementos, lo cual sería una manera más integral de analizar el problema en estudio, como un todo. Por esta razón, se determina que la investigación presentará un enfoque mixto.

4.1.1 Enfoque mixto

El enfoque mixto permite la recolección y el análisis de información cuantitativa y cualitativa, para combinar los métodos estandarizados e interpretativos, debido a esto, los resultados pueden generalizarse y dar lugar a nuevas hipótesis o al desarrollo de nuevas teorías.

Se puede realizar una mayor profundización de la problemática planteada en la investigación con ambos enfoques, tanto cualitativo como cuantitativo, con el fin de identificar y establecer información sólida y verificable, que servirá de sustento relevante en el análisis de los datos obtenidos en el desarrollo de la investigación.

En cuanto al objetivo o meta que se pretende alcanzar con el enfoque mixto, Hernández et al. (2014) afirman lo siguiente: “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (p.532). Es decir, el enfoque mixto combina los datos cuantitativos y cualitativos recolectados para obtener la información más adecuada y así alcanzar una investigación más precisa.

Con la presente investigación, se pretende identificar las características que permiten determinar el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el BNCR, Sucursal de Puntarenas; dichas características contemplan la edad del cliente, su nivel de ingresos, su objetivo de inversión, su aversión al riesgo, entre otros.

Como se puede observar, los datos por recolectar son tanto cuantitativos como cualitativos, por ello, se determina que el enfoque mixto es el más acorde e idóneo, pues permite la combinación de los datos mencionados anteriormente y alcanza, a su vez, mayor exactitud y solidez en el desarrollo del estudio.

4.2 Tipo de investigación

Al identificar el tipo de investigación, es relevante esclarecer la profundidad y los aportes positivos que se espera concretar al finalizar, con el propósito de determinar las circunstancias relacionadas y dar mayor énfasis a una guía del estudio precisa, para aprovechar al máximo el tiempo y los recursos. Respecto del tipo de investigación, Bernal (2010) afirma lo siguiente:

La elección o selección del tipo de investigación depende, en alto grado, del objetivo del estudio del problema de investigación y de las hipótesis que se formulen en el trabajo que se va realizar, así como de la concepción epistemológica y filosófica de la persona o del equipo investigador.

De acuerdo con la afirmación anterior, y después de estudiar los diferentes tipos de investigación expuestos por Bernal en su libro “Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales”, se determina que el presente proyecto final de graduación es una investigación descriptiva, la cual se caracteriza por la descripción de los rasgos acerca del evento por estudiar. “La investigación descriptiva, aquella que reseña características o los rasgos de la situación o del fenómeno objeto de estudio” (Bernal, 2010, p.122). En pocas palabras, esta investigación consiste en describir los atributos del fenómeno, evento o situación que se desea estudiar.

El proyecto de graduación planteado se clasifica como una investigación descriptiva porque con él se pretende reseñar o describir las características que permiten determinar el perfil del cliente para los productos de inversión ofrecidos por el BNCR, Sucursal de Puntarenas; asimismo, se pretenden describir las principales características de dichos productos, para desarrollar el instrumento propuesto.

De acuerdo con el mismo autor, el tipo de investigación descriptiva es el más utilizado, y se fundamenta principalmente en técnicas de recopilación de datos como la encuesta, la entrevista, la revisión documental y la observación.

4.3 Formulación de hipótesis

En la presente investigación no se formulará hipótesis debido que presenta un tipo de investigación descriptiva. Bernal (2010) afirma lo siguiente: “Las investigaciones de tipo descriptivo no requieren formular hipótesis; es suficiente plantear algunas preguntas de investigación que, como ya se anotó, surgen del planteamiento del problema, de los objetivos y, por supuesto, del marco teórico que soporta el estudio” (p.136).

Las hipótesis se formulan cuando una investigación tiene como propósito principal probar el efecto de algunas variables entre sí, es decir, aquellas investigaciones que estudian la relación de causa y efecto. Por lo tanto, todas las investigaciones deben plantear preguntas de investigación, no obstante, aquellas que estudian el impacto entre variables deben formular hipótesis.

Con base en los fundamentos expuestos anteriormente, se determina que esta investigación no presentará hipótesis. Sin embargo, es necesario el planteamiento de algunas preguntas de investigación, las cuales se presentan seguidamente:

- ¿Cuáles beneficios genera el instrumento propuesto al Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas?
- ¿Qué impacto genera el instrumento a los clientes interesados en adquirir los productos de inversión que ofrece del Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas?
- ¿Cómo influye la determinación del perfil del cliente en la optimización del proceso de ventas de los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas?

4.4 Definición de Variables

Las variables consisten en aquellos ítems o valores que se van a medir y analizar durante el desarrollo del trabajo, los cuales están relacionados con los objetivos de la investigación, y aportan a su logro de manera enriquecedora. Hernández et al. (2014) definen variable de la siguiente manera: “Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (p.105).

En este sentido, las variables son aquellas unidades que pueden medirse por medio de indicadores, para crear una idea más sólida sobre éstas y contribuir al cumplimiento adecuado de los objetivos específicos y el objetivo general de la investigación.

Partiendo de los objetivos específicos planteados, se obtiene que las variables por medir en esta investigación son las siguientes: productos de inversión, características, perfil del cliente e instrumento.

La medición se llevará a cabo mediante la investigación documental y de campo, pues se establecieron como guía para relacionar la información obtenida de las diferentes herramientas, por ejemplo, la entrevista, los cuestionarios y la revisión documental, según establecen los documentos consultados.

Para la medición y análisis de las variables mencionadas, es importante primero conocer su definición conceptual, operacional e instrumental, así como los indicadores que determinan el comportamiento de dichas variables. Por lo tanto, para alcanzar una mayor comprensión de los términos anteriores, a continuación, se presenta una breve explicación de éstos.

4.4.1 Definición Conceptual

Esta definición de las variables consiste en conceptos puntuales que describen la esencia o características de una palabra, con el fin de obtener mejor comprensión y articulación de dichas variables, para facilitar la perspectiva que ésta representa en la investigación. Bernal (2010) indica que “*conceptuar* una variable quiere decir definirla, para clarificar qué se entiende por ella” (p.141). Por eso, es de suma importancia asegurarse que la fuente de donde se obtiene dicha definición es confiable y permite la obtención de un concepto oportuno y verídico.

En síntesis, la definición conceptual se basa en ideas claras para definir una variable, lo cual genera una conceptualización acorde con el tema de investigación y en relación con los objetivos establecidos al inicio del trabajo, es decir, no constituye ni más ni menos que conceptos cortos y concretos que aluden a las variables determinadas en el estudio.

4.4.2 Definición Operacional

Consiste en la manera mediante la cual se van medir las variables y, por consiguiente, da una respuesta oportuna al análisis de éstas, al verificar el cumplimiento de las preguntas de investigación y la generación de soluciones sólidas. Según Bernal (2010), “*operacionalizar* una variable significa traducir la variable a indicadores, es decir, traducir los conceptos hipotéticos a unidades de medición” (p.41).

También se puede definir como el conjunto de instrucciones que permitirán clasificar las unidades de análisis de manera inequívoca y permite describir los criterios de evaluación y medición, explicando la información por obtener de cada variable.

En síntesis, definir operacionalmente las variables consiste en determinar la forma en que se presentará la información recopilada sobre éstas. Para efectos de esta investigación, la información se expondrá mediante gráficos, tablas y análisis de la información.

4.4.3 Definición Instrumental

En esta definición se detalla la forma, los medios e instrumentos mediante los cuales se obtendrá y recolectará la información de cada variable. Por esta razón, deben definirse y elaborarse de acuerdo con las variables y los objetivos por alcanzar con la investigación.

En este caso, se utilizarán instrumentos como entrevistas no estructuradas y cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas, así como la revisión documental, los cuales serán el soporte idóneo para recopilar la información necesaria en función de un mejor análisis de las variables objeto de estudio.

4.4.4 Indicadores

Muestran la forma en que se comportan las variables, es decir, representan un indicio que permite el estudio de las variables identificadas, según Caicedo (2016). Los indicadores se consideran como los elementos que representan una señal o medida que permite estudiar o cuantificar las variables y sus dimensiones, además, hacen referencia al valor aceptable de una variable o cómo se calificará esta.

Es importante mencionar que estos indicadores deben ir relacionados con cada variable y que contribuyan de manera enriquecedora como guía para el análisis e

interpretación de cada una de ellas, pues en conjunto forman las características por medir y analizar.

De acuerdo con las variables determinadas en función de los objetivos específicos, se obtienen los siguientes indicadores: captación, productos, demográficas, socioeconómicas, grado de aversión al riesgo, horizonte temporal, objetivo de inversión y experiencia en inversiones, características, instrumento de recolección de información, cuadro comparativo tipo de cliente vs. producto.

4.5 Población y Muestra

Determinar la población y muestra objeto de estudio consiste en definir quiénes y cuáles son las características que deben tener aquellos sujetos bajo análisis para el desarrollo de la investigación. Seguidamente, se detallan ambos términos.

4.5.1 Población

Se refiere al conjunto o totalidad de los elementos sobre los cuales se va a realizar la investigación. La población es uno de los indicadores que debe definirse para realizar el estudio de las variables, donde se debe determinar la población específica para direccionar la investigación y aplicar los instrumentos o técnicas de recopilación de datos. Por lo tanto, se podría decir que la población es el universo o conjunto total para investigar y se trata de determinar, en primera instancia, el tipo, ya sea finita o infinita.

La población por estudiar en esta investigación corresponde a los clientes del Banco Nacional de Costa Rica, específicamente de la Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, durante el año 2021. Dicha población corresponde a 23.432 clientes; se evaluará principalmente su perspectiva con respecto a los productos de inversión ofrecidos por dicha entidad.

4.5.2 Muestra

Es el subconjunto que se desprende de la población, el cual es seleccionado previamente para realizar el estudio respectivo. Según Bernal (2010), “es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (p.161). En pocas palabras, la muestra es el fragmento de la población sobre la cual se realizará el estudio. Por ello, la importancia de aplicar un muestreo en una investigación radica en que implica menor tiempo y un bajo costo.

4.5.2.1 Tipo de muestreo

Para efectos de esta investigación, la muestra se determinará mediante la aplicación de un muestreo probabilístico o estadístico, por cuanto es el más adecuado por dos razones fundamentales: en primer lugar, porque su determinación se realiza mediante métodos estadísticos que incluyen reglas matemáticas, lo cual genera mayor confiabilidad en la muestra obtenida; y, como segundo motivo, porque permite que todos los individuos de la población tengan las mismas posibilidades de ser seleccionados para el respectivo análisis.

El muestreo probabilístico es aquel basado en la equiprobabilidad, es decir, todas las unidades estadísticas (individuos) tienen las mismas probabilidades de ser elegidas para conformar la muestra sobre la cual se realizará el estudio. Este tipo de muestreo tiene la particularidad de asegurar que la muestra sea representativa de toda la población, para alcanzar conclusiones del total del universo a partir de un fragmento de ella.

El muestreo probabilístico obtiene la muestra mediante la aplicación de técnicas que permiten la formulación de conclusiones sobre la población con una base matemática, lo cual proporciona una seguridad razonable de los resultados alcanzados.

4.5.2.2 Técnica de muestreo

El muestreo por emplear corresponde al aleatorio simple, definido como la técnica sobre la cual la selección de las unidades estadísticas de la muestra no considera condiciones predeterminadas y cada individuo que conforma la población tiene las mismas posibilidades de ser seleccionado para ser parte de la muestra.

Bernal (2010) afirma lo siguiente acerca de esta técnica: “En investigación, el muestreo aleatorio simple se utiliza cuando en el conjunto de una población, cualquiera de los sujetos tiene la variable o variables objeto de la medición” (p.164).

Con base en los anteriores fundamentos, se determina que el muestreo aleatorio simple es la técnica más adecuada para la presente investigación, puesto que permite la obtención de una muestra más representativa y confiable sobre la cual se podrán formular conclusiones oportunas acerca del universo bajo análisis.

4.5.2.3 *Tamaño de la muestra*

El tamaño de la muestra se refiere a la cantidad de participantes que deben ser encuestados en un estudio. García, Reding y López (2013) señalan que el tamaño de la muestra permite saber cuántos individuos se necesitan para llevar a cabo la investigación, estimando un parámetro con el grado de confianza deseado. Para determinar el tamaño de la muestra, se hará uso de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z\alpha^2 * p * q}{E^2 * (N - 1) + Z\alpha^2 * p * q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra buscado.

N = tamaño de la población o universo.

Z = parámetro estadístico que depende el nivel de confianza.

e = error de estimación máximo aceptado.

p = probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito).

q = probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

Siguiendo como referencia lo indicado en los párrafos anteriores, para determinar el tamaño de la muestra se cuenta con una población 23.432 clientes, se estima un nivel de confianza de 92% ($Z = 1.75$), un error de estimación de 0,06, una probabilidad de ocurrencia del 50% y una probabilidad de que no ocurra el evento estudiado del 50%. Aplicando la fórmula antes señalada, el tamaño de la muestra es el siguiente:

$$n = \frac{N * Z\alpha^2 * p * q}{E^2 * (N - 1) + Z\alpha^2 * p * q}$$

$$n = \frac{23432 * 1.75^2 * 0.5 * 0.5}{0.06^2 * (23432 - 1) + 1.75^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 211 \text{ clientes}$$

Donde:

N = población de 23,432 clientes.

Z = nivel de confianza de 92% (1.75).

e = error esperado de 6% (0.06).

p = probabilidad de que ocurra el evento de 50% (0,5).

q = probabilidad de que no ocurra el evento de 50% (0,5).

4.6 Fuentes de recolección de información

Las fuentes de recolección de información son aquellos medios utilizados en una investigación para obtener información referente al tema objeto de estudio. Las fuentes de información más utilizadas son las primarias y las secundarias.

4.6.1 Fuentes primarias

Son todas aquellas fuentes que brindan información de primera mano, es decir, información directa. Algunos ejemplos de estas fuentes son las personas, las entidades, las circunstancias, entre otros, según Bernal (2010).

Las fuentes primarias son relevantes para el desarrollo de esta investigación, pues se requiere principalmente la información de los clientes del Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, para obtener datos de primera mano acerca de su perspectiva sobre los productos de inversión ofrecidos por dicha entidad, y de esta manera, desarrollar el instrumento propuesto. Igualmente, la información que brinde la entidad acerca de los productos de inversión disponibles y el comportamiento de los clientes ante estos, es de suma importancia para determinar los más adecuados para cada cliente, según su perfil.

Por lo tanto, para esta investigación se utilizarán dos fuentes primarias: las personas, que en este caso son los clientes del Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas; y la entidad, que corresponde al BNCR de la sucursal mencionada.

4.6.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias tienen información elaborada producto de análisis y reorganización de información primaria. Estas fuentes proporcionan información relacionada con el tema en estudio, pero solo referencian los hechos de la fuente que originó dicha información, según lo afirma Bernal (2010). Algunas fuentes secundarias son los libros, los documentos, las revistas, las noticias, entre otras.

En la presente investigación, se examinarán y utilizarán fuentes secundarias confiables que permitan obtener información referente a las variables por medir, por ejemplo, la plataforma digital del Banco Nacional de Costa Rica, en donde existe plena seguridad de que la información es fiable; también se indagará en libros y documentos digitales para la obtención de datos relevantes en el desarrollo del estudio.

4.7 Técnicas de recolección de información

Como bien lo señala el nombre, en este apartado se indican aquellas técnicas o instrumentos seleccionados para recopilar la información de la muestra obtenida, con el fin de realizar el debido análisis.

Para efectos de esta investigación, se utilizarán dos técnicas: la entrevista y el cuestionario, pues facilitan la obtención de los datos requeridos y proporcionan fundamentos necesarios para realizar un análisis amplio y completo de la situación en estudio.

4.7.1 Entrevista

La entrevista es una técnica efectiva para recolectar información de primera mano, pues permite interactuar de forma directa con las personas de interés, quienes brindarían información esencial para el desarrollo de la investigación. Por tal razón, se realizarán entrevistas no estructuradas, porque son más flexibles, abiertas y permiten obtener información más espontánea.

Sánchez (2017), señala que la entrevista no estructurada se basa en preguntas abiertas, su procedimiento es más flexible, se considera menos estandarizada y el entrevistado tiene la oportunidad de responder con sus propias palabras y dentro de un marco de referencia a la temática en estudio.

Por tanto, la principal ventaja de las entrevistas no estructuradas consiste en la alta probabilidad de obtener información más veraz, porque se construye un vínculo con el entrevistado que permite un diálogo más flexible sobre el tema de interés.

4.7.2 Cuestionario

Esta herramienta está confeccionada por un conjunto de preguntas que pueden ser abiertas o cerradas, con el objetivo de medir los conocimientos y recabar datos útiles para la solución de un problema o incógnita; está dirigido a personas con cierto grado de integración en el campo investigado.

Las preguntas cerradas son aquellas cuyas alternativas de respuestas se encuentran delimitadas, su codificación y análisis es más fácil y simple. Entretanto, las preguntas abiertas no presentan delimitación alguna en las opciones de respuesta y permiten recolectar información más amplia, según Hernández et al. (2014).

4.8 Propuesta metodológica

Esta investigación se abordará por medio de entrevistas y cuestionarios aplicados a las personas (fuentes primarias) seleccionadas en la muestra, la cual será determinada

mediante la técnica de muestreo aleatorio simple, con el fin de lograr que todos los clientes del Banco tengan las mismas posibilidades de ser elegidas y así obtener un resultado representativo del universo a partir de una muestra.

En caso de que la situación por COVID-19 se prolongue como emergencia sanitaria y se mantengan las medidas del distanciamiento social, tanto la entrevista como el cuestionario serán aplicados de forma virtual.

Respecto a la entrevista, será de tipo no estructurada y se realizará mediante reuniones virtuales, para lo cual existen diversas herramientas que permiten realizar este tipo de actividades, por ejemplo, Google Meet, Zoom, Microsoft Teams, entre otras.

Por otro lado, el cuestionario, será de tipo mixto, debido a que contemplará preguntas abiertas y cerradas, para obtener información que se puede codificar y analizar con sencillez; a su vez, se obtiene información más amplia y flexible. Este cuestionario será enviado vía correo electrónico y en los casos que se amerite, se enviará vía WhatsApp.

No obstante, de ser posible y permitido el acceso directo a los sujetos en estudio por el descenso de la pandemia, tanto la entrevista como el cuestionario serán aplicados de manera personal, mediante el trabajo de campo, con el fin de lograr un mejor acercamiento con los entrevistados y obtener información más fidedigna.

4.9 Validación de la información

Con base en la basta investigación realizada, se puede decir que validar la información se refiere al grado de veracidad que un instrumento o método de recolección de

información puede proporcionar, en referencia con las variables y los objetivos planteados al inicio.

Hernández et al. (2014) afirma que se trata de la “validez de contenido grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de que se mide” (p.201). Para lograr esta veracidad, se debe evidenciar que la mayor parte de las variables son tomadas en consideración por el instrumento seleccionado.

Para efectos de esta investigación, se utilizará el método de triangulación, con instrumentos como la entrevista no estructurada y cuestionarios abiertos y cerrados, que puedan medir, de una forma adecuada, las variables o características presentes en el contexto del tema en investigación.

La entrevista se trata de una conversación concreta entre un individuo formulador de los ítems que enfrascan la información en relación con el tema en estudio y su contraparte, quien se encarga de solventar las interrogantes planteadas. Entretanto, el cuestionario consiste en una serie de interrogantes, cuya finalidad es comprobar la información.

De lo anterior, se busca correlacionar y explicar el universo de información con el cual se pueda encontrar a lo largo de la investigación, vinculando los conceptos más importantes de esta. En el desarrollo del estudio se tratará de reafirmar la validez de la información, dentro de la cual se estipulan los lineamientos de la investigación.

Tabla 2. Cuadro de Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Definición Instrumental
Productos de inversión	Medio por el cual se espera obtener un rendimiento beneficioso en función del ofrecimiento de un activo subyacente.	La información al respecto de esta variable será presentada por medio de un análisis de esta.	Para recopilar la información, se utilizarán instrumentos como la entrevista no estructura y los cuestionarios mixtos.
Características	Cualidad o circunstancia propia o peculiar de una persona o una cosa y por la cual se define o se distingue de otras de su misma especie.	La información al respecto de esta variable será presentada por medio de gráficos, tablas y análisis de los datos recopilados.	Para recopilar la información, se utilizarán instrumentos como la entrevista no estructura y los cuestionarios mixtos.
Perfil del cliente	Se trata de un concepto el cual abarca las características que determinan al cliente actual o potencial de un producto o servicio.	La información al respecto de esta variable será presentada por medio de gráficos, tablas y análisis de los datos recopilados.	Para recopilar la información, se utilizarán instrumentos como la entrevista no estructura y los cuestionarios mixtos.
Instrumento	Objeto que sirve para realizar un determinado trabajo o actividad.	La información al respecto de esta variable será presentada por medio de gráficos, tablas y análisis de los datos recopilados.	Para recopilar la información, se utilizarán instrumentos como la entrevista no estructura y los cuestionarios mixtos.

Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE RESULTADOS

5 Análisis de resultados

El análisis de la información recopilada mediante los instrumentos de recolección de datos indicados en el marco metodológico permite conocer de manera más precisa y oportuna, la perspectiva de los clientes del Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, con respecto a los productos de inversión ofrecidos por dicha entidad, lo cual permite determinar cada perfil del cliente para tales productos y de esta manera, diseñar el instrumento propuesto en este proyecto final de graduación.

A continuación, se presentan los resultados de los instrumentos aplicados. La información resultante de las entrevistas será presentada mediante un análisis de los datos recopilados, mientras que los resultados del cuestionario o la encuesta serán presentados mediante gráficos, tablas y un análisis de estos, con la finalidad de facilitar la comprensión del lector.

5.1 Entrevista

La entrevista estaba constituida por 6 preguntas totalmente abiertas, por lo tanto, no se limitaron las opciones de respuesta de los entrevistados, sino, estos pudieron expresar libremente sus opiniones y criterios.

Se entrevistó a un total de tres personas, quienes fueron seleccionadas con base en su amplia experiencia y conocimiento en el tema central de la investigación. Todos los entrevistados forman parte o han formado parte del Sistema Financiero Nacional, por consiguiente, su conocimiento en el tema es sustancial y relevante para el estudio; se logró con ello obtener la siguiente información:

5.1.1 Variable: Perfil del cliente

Pregunta N° 1: ¿Considera usted que el perfil del cliente influye en la elección de un producto de inversión? ¿Por qué?

En concordancia con la interrogante N° 1, se obtuvo como resultado que el perfil del cliente sí influye en la elección de los productos de inversión, pues existen características particulares para cada producto que van a indicar cuáles clientes son los idóneos para adquirirlos. Asimismo, es imprescindible y relevante tener un perfil del cliente porque tropicaliza e indica a la institución cuáles son las necesidades del mercado y permite la diversificación de los productos de inversión en el proceso de captación.

Además, se obtuvo que el perfil determina las características del cliente y sus necesidades, considerando algunos elementos como los objetivos de inversión, la capacidad de ahorro, el conocimiento financiero, el horizonte temporal y el nivel de tolerancia al riesgo de cada persona, es decir, el perfil permitirá la apertura al conocimiento del cliente, lo cual es de gran valor porque se le brindará el producto idóneo en relación con su perfil y objetivos de inversión.

A su vez, la totalidad de los entrevistados indicaron que sí es determinante el perfil de los clientes, de acuerdo con las necesidades o potencial de cada uno, por cuanto estos, en su mayoría no tienen las bases del conocimiento acerca de los productos de inversión, lo que podría, en alguna medida, complicar su venta. Aunado a esto, también influye el empleado bancario y el servicio que brinde a la persona, hasta impactar directamente en su experiencia; pues existen funcionarios con pasión, temple, experiencia y, sobre todo, destreza para conquistar al cliente, mientras que otros carecen de ello.

Por tal razón, se debe trabajar en dos líneas: la parte externa (el cliente) y la parte interna (el empleado bancario), ambos fundamentales; es sustancial tener el perfil del cliente asociado a sus características y también la sensibilización del funcionario para transmitirle seguridad y confianza, de modo que se sienta cómodo.

5.1.2 Variable: Productos de inversión

Pregunta N° 2: ¿Considera usted que existe una relación entre la aversión al riesgo y la rentabilidad como variables determinantes en la elección de los productos de inversión?

De acuerdo con la presente interrogante relacionada con dicha variable, todos los entrevistados consideran que sí existe una relación entre la aversión al riesgo y la rentabilidad como variables determinantes en la elección de los productos de inversión. Por medio de sus opiniones y aportes, se obtuvo que mayor rentabilidad significa mayor riesgo y que los costarricenses, por lo general, son más conservadores cuando de inversiones se trata, puesto que prefieren tener un riesgo bajo, aunque eso implique obtener una menor rentabilidad en su inversión, es decir, prefieren seguridad antes que rentabilidad.

Además, coincidieron en que el BNCR y los demás bancos estatales, tienen cierta ventaja en cuanto al riesgo, debido al respaldo estatal con que cuentan, por consiguiente, el riesgo en sus productos de inversión es menor con respecto al enfrentado por las entidades financieras privadas.

Por otro lado, indicaron que estas variables (aversión al riesgo y rentabilidad) van a depender del cliente. Por ejemplo, en cuanto a la aversión al riesgo, existen clientes muy conservadores y prefieren invertir en productos que le generen mayor seguridad, es decir,

productos cuyo riesgo sea bajo, independientemente de la rentabilidad que obtengan. En el caso de la rentabilidad, hay clientes que son todo lo contrario a los conservadores y su interés está principalmente enfocado en obtener mayores ganancias, por lo cual adquieren productos con tasas de interés muy altas y atractivas y asumen el riesgo inherente. Por tal razón, afirman que definitivamente sí hay una relación directa entre la aversión al riesgo y la rentabilidad como variables determinantes en la elección de los productos de inversión.

Pregunta N° 3: ¿Considera usted que la educación financiera y la cultura de ahorro influye en la adquisición de los productos de inversión? ¿Por qué?

La totalidad de los entrevistados afirmó que la educación financiera y la cultura de ahorro influyen en la adquisición de los productos de inversión ofrecido por el BNCR. Todos ellos expresaron que el Gobierno de Costa Rica debería inculcar la educación financiera y la cultura de ahorro en el sistema educativo nacional, puesto que actualmente no se cuenta con ello y son temas sumamente importantes, a saber: permitiendo que los estudiantes tengan una perspectiva acerca de los productos de inversión y sepan cuáles de estos existen en el mercado, asimismo, para que adquieran esa cultura de ahorro tan fundamental, entre otros aspectos.

La mayoría concuerda en que la educación financiera y la cultura de ahorro deberían implementarse al menos a nivel de colegio, mientras que según la minoría se debe inculcar desde la niñez, es decir, desde las escuelas, puesto que ellos serían los futuros clientes potenciales del Banco, quienes en su edad adulta ya contarían con esa cultura de ahorro que tanto se requiere.

Asimismo, se obtuvo que las entidades financieras, como el BNCR, han trabajado para brindar información al respecto de la educación financiera por medio de actividades, charlas, capacitaciones y demás, con el fin de que las personas conozcan acerca de estos temas y se sientan motivadas para invertir, sin embargo, expresan que aún falta mucho por hacer en el país.

5.1.3 Variable: Instrumento

Pregunta N° 4: Si existiera un instrumento que determine el perfil del inversionista ¿considera usted que impactaría en una adecuada adquisición de los productos de inversión?

En cuanto a la presente interrogante, se evidenció de manera significativa que la existencia de un instrumento determinante del perfil del inversionista sí impactaría en una adecuada adquisición de los productos de inversión. La cantidad total de entrevistados expresó que el instrumento es sumamente importante porque permitiría perfilar y conocer las particularidades de cada cliente, de modo que se sienta más seguro y acompañado en la elección del producto de inversión y de esta manera, cumplir con sus expectativas; esto aseguraría su fidelización con la entidad bancaria.

También, indicaron que el instrumento es conveniente porque en ocasiones el cliente se puede sentir insatisfecho con la adquisición de los productos de inversión, por dos razones: primero, porque no hubo un previo perfilamiento para poder determinar su objetivo de inversión y lo que realmente necesitaba; y segundo, por una mala asesoría, pues el cliente no siempre tiene la experiencia o el conocimiento acerca del producto adquirido y se deja llevar

por alguna variable en específico, por ejemplo, la tasa de interés, sin percatarse que una mayor tasa implica un mayor riesgo.

Por otra parte, acotaron que el instrumento facilitaría el proceso de venta de los productos de inversión del BNCR, pues brindaría mayor precisión para identificar cuál producto se puede ofrecer al cliente, y en algunos casos, asignarle un funcionario especializado en el producto requerido. Sin embargo, aportaron que en dicho proceso suelen influir algunos factores que impactan en el servicio al cliente, por ejemplo, el tiempo de espera para que este sea atendido, aunado al lapso que toma el funcionario bancario para aplicar el instrumento de manera idónea, por lo cual, recomiendan brevedad y concisión en el instrumento, es decir, que su aplicación no requiera de un periodo amplio para ser completado.

Pregunta N° 5: ¿Considera que un previo asesoramiento acerca de los productos de inversión es un factor que ayuda a evitar elecciones erróneas con relación con éstos? ¿Por qué?

Al consultar a los tres entrevistados al respecto de la presente pregunta, se obtuvo como resultado que un previo asesoramiento acerca de los productos de inversión, sí constituye un factor importante que ayudaría a evitar elecciones erróneas a la hora de adquirir uno de estos.

Aunque los entrevistados estuvieron de acuerdo con que un previo asesoramiento es importante, la mayoría destaca que es fundamental hasta cierto grado, que va a depender de la previa aplicación del instrumento por diseñar como objetivo en el presente proyecto; es

decir, primero se debe perfilar al cliente y con base en los resultados obtenidos se brindará el asesoramiento específico. En pocas palabras, al tener la certeza de que el cliente desea invertir y al conocer sus características, se facilitaría el asesoramiento y la recomendación del producto más idóneo para él.

Por otra parte, se mencionó que el asesoramiento significa ponerse en el lugar del cliente, por tal razón, brindar una asesoría completa y adecuada ayudaría a evitar, en el futuro, malas referencias de parte de los clientes, lo cual podría ser ocasionado por una falta de información respecto a los términos y condiciones del producto que la persona adquirirá.

Por consiguiente, el empleado bancario debe dirigirse al cliente con transparencia a la hora de ofrecer los productos de inversión; debe contar con material de apoyo que le permita informarle todo lo relacionado con dichos productos, por lo cual sería ideal tener un prospecto como herramienta, donde se detallen las características específicas de cada producto de inversión, para usarse como insumo.

Además, se obtuvo que se debe resaltar la importancia del análisis previo del perfil del empleado bancario a quien se le delegue la función de aplicar el instrumento en cuestión, puesto que él debe establecer ese vínculo de confianza que le transmita seguridad al cliente a la hora de elegir el producto en el cual desea invertir, entendiendo que existe un trasfondo el cual los bancos deben estudiar a detalle para fortalecer las relaciones cliente-banco.

En síntesis, la opinión general de los entrevistados concuerda en que el asesoramiento sí es un factor importante, siempre y cuando se dirija y estructure de forma concreta y tratando de solventar todas las aristas eventuales en el desarrollo del proceso de asesoría, asimismo, que el BNCR debe diseñar un plan de selección óptimo para elegir a los

funcionarios adecuados que se encargarán de ejecutar dicho proceso, para construir un vínculo de confianza con el cliente que asegure una relación duradera con este.

5.1.4 Pregunta adicional

Pregunta N° 6: ¿Qué otra información importante aportaría a esta entrevista, que no se haya considerado en las interrogantes anteriores?

Esta pregunta tenía como propósito recolectar información adicional que los entrevistados pudieran aportar al estudio. En términos generales, consideraron que la contextualización de las interrogantes expuestas en la entrevista estuvo muy bien estructurada y abarcó los temas con mayor interés para la investigación.

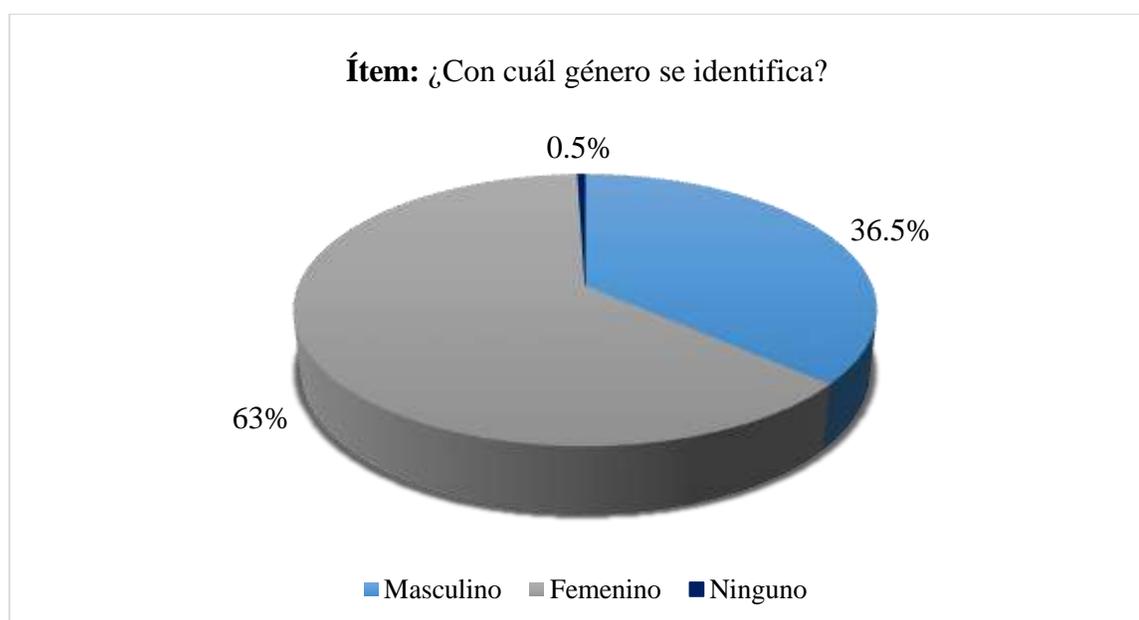
A manera de realimentación y con la finalidad de enriquecer el estudio en desarrollo, se obtuvo como recomendación que se podía profundizar en temas como los mercados primarios y secundarios: indagar las figuras que mantiene el BNCR para el manejo de los productos de inversión, asimismo, investigar acerca de la historia de los productos de inversión en Costa Rica.

De igual forma, se recalcó la importancia del asesoramiento como un servicio que bien implementado ayudaría a establecer lazos de confianza con el cliente al ser atendido, además, que se debe planificar adecuadamente el instrumento propuesto para lograr una futura implementación.

5.2 Cuestionario

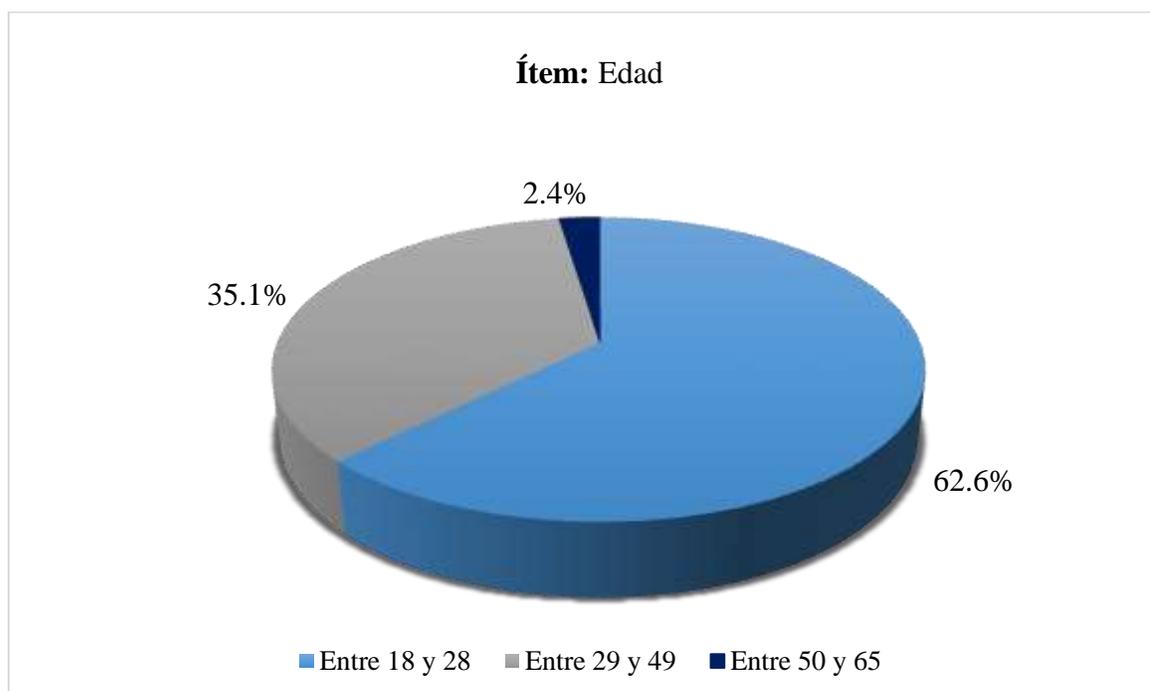
Se aplicó un cuestionario o encuesta conformada por 11 preguntas tanto abiertas como cerradas a un total de 211 clientes del Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas; se obtuvo como resultado la siguiente información:

Gráfico N° 1. Aspectos personales del encuestado: Género



Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

Con base en la información recopilada, se obtuvieron los datos precisos de la segmentación de la muestra referente al género con el cual se identificó cada uno de los encuestados. Como resultado, la menor cantidad de encuestados se identificaron con la opción que hacía referencia a ningún género en específico. Por otro lado, un tercio de la muestra expresó pertenecer al género masculino. Por último, de manera significativa, la mayoría de las personas encuestadas se identificaron con el género femenino.

Gráfico N° 2. Aspectos personales del encuestado: Edad

Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

De acuerdo con la gráfica anterior, se logró evidenciar que existe una injerencia mayor de la población de la muestra que se encuentra dentro del rango de edad entre 18 y 28 años, representado por el porcentaje más significativo del total de las personas encuestadas.

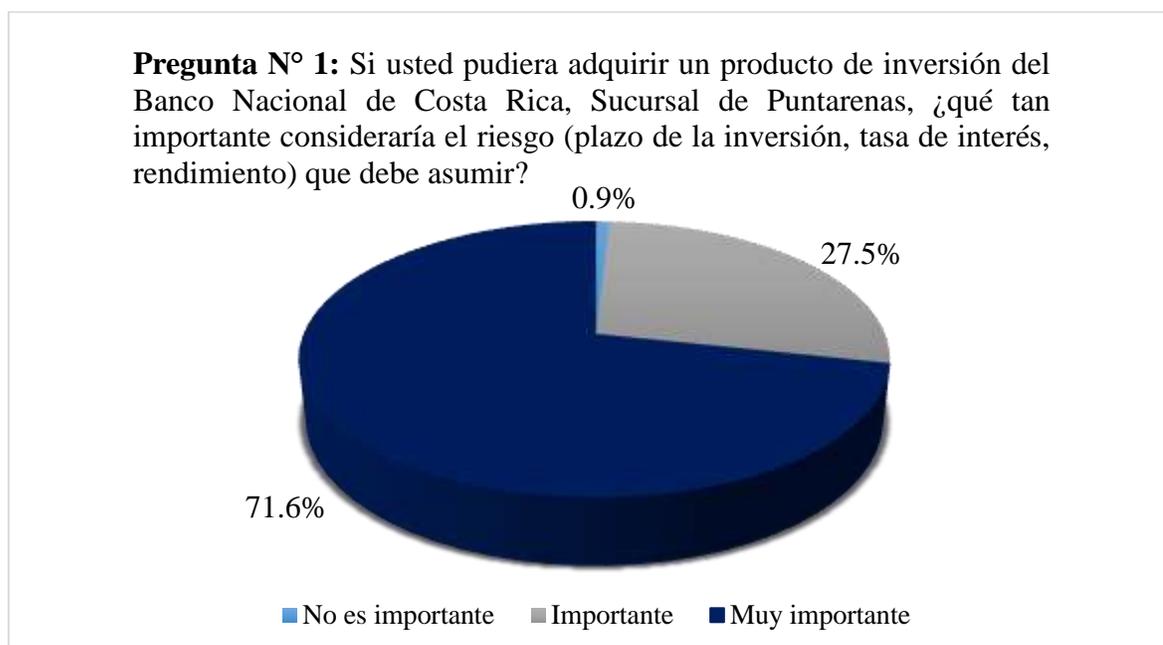
Seguidamente, se ubica el intervalo correspondiente a las edades entre 29 y 49 años, con un valor porcentual mayor al 30% de la muestra. Finalmente, se identifica el porcentaje con menor proporción y representa la cantidad de la muestra entre las edades que van de los 50 a los 65 años. En este sentido, la mayor parte se posiciona en edades que podrían considerarse relativamente jóvenes.

Consecuentemente, se logra realizar la segmentación de las edades clasificándolas por género, con base en los rubros correspondientes de cada intervalo de edad, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 3. Clasificación de los resultados de la encuesta por género y rubro de edades

Género	Entre 18 a 28	Entre 29 a 49	Entre 50 a 65	Total
Femenino	86	44	3	133
Masculino	45	30	2	77
Ninguno	1	0	0	1
Total	132	74	5	211

Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

Gráfico N° 3. Características: Aversión al riesgo

Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

De acuerdo con los resultados que se muestran en el gráfico N° 3, acerca de la perspectiva de los clientes con respecto a la importancia del riesgo que se debe asumir cuando se adquiere un producto de inversión, la mayor parte de los encuestados consideran que dicho riesgo es muy importante, lo cual indica que estas personas presentan un perfil conservador, es decir, prefieren asumir un bajo riesgo en sus inversiones.

Por otro lado, menos del 30% de la muestra piensa que el riesgo es importante, por consiguiente, son personas que presentan un perfil no tan conservador, pero tampoco tan

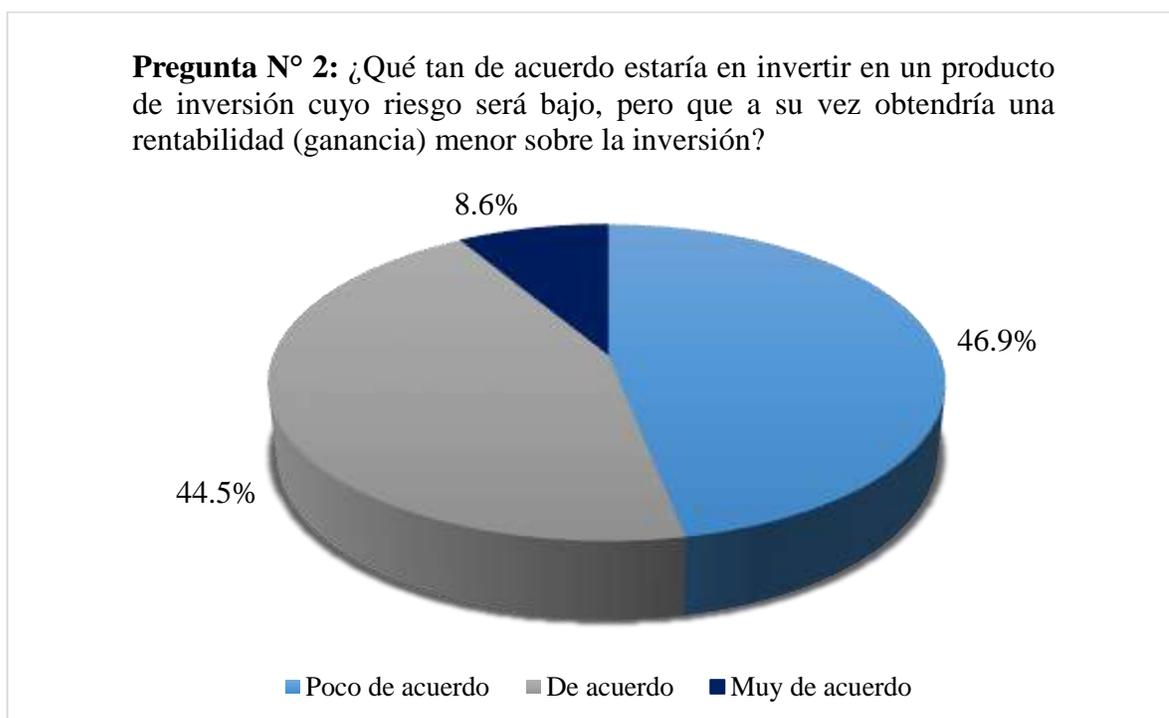
arriesgado, es decir, se encuentran en un nivel medio. Entretanto, la minoría considera que el riesgo no es importante, lo cual significa que estas personas son muy arriesgadas, por lo tanto, no tendrán problema en adquirir productos de inversión cuyo riesgo sea alto.

Además de lo anterior, se obtuvo que la mayor cantidad de participantes con género tanto femenino como masculino, con edades entre los 18 y los 28 años, consideran el riesgo muy importante, por consiguiente, se puede afirmar que la mayoría de las personas jóvenes adultas son más conservadoras que las personas con edades superiores. A continuación, se muestran brevemente los resultados, según género y edad:

Tabla 4. Resultados según género y edad

Clasificación de la población por género y edad	Muy importante	Importante	No es importante	Total
Población femenina (entre 18 a 28 años)	58	28	0	86
Población femenina (entre 29 a 49 años)	35	8	1	44
Población femenina (entre 50 a 65 años)	3	0	0	3
Población masculina (entre 18 a 28 años)	29	15	1	45
Población masculina (entre 29 a 49 años)	23	7	0	30
Población masculina (entre 50 a 65 años)	2	0	0	2
Ninguno (entre 18 a 28 años)	1	0	0	1
Total	151	58	2	211

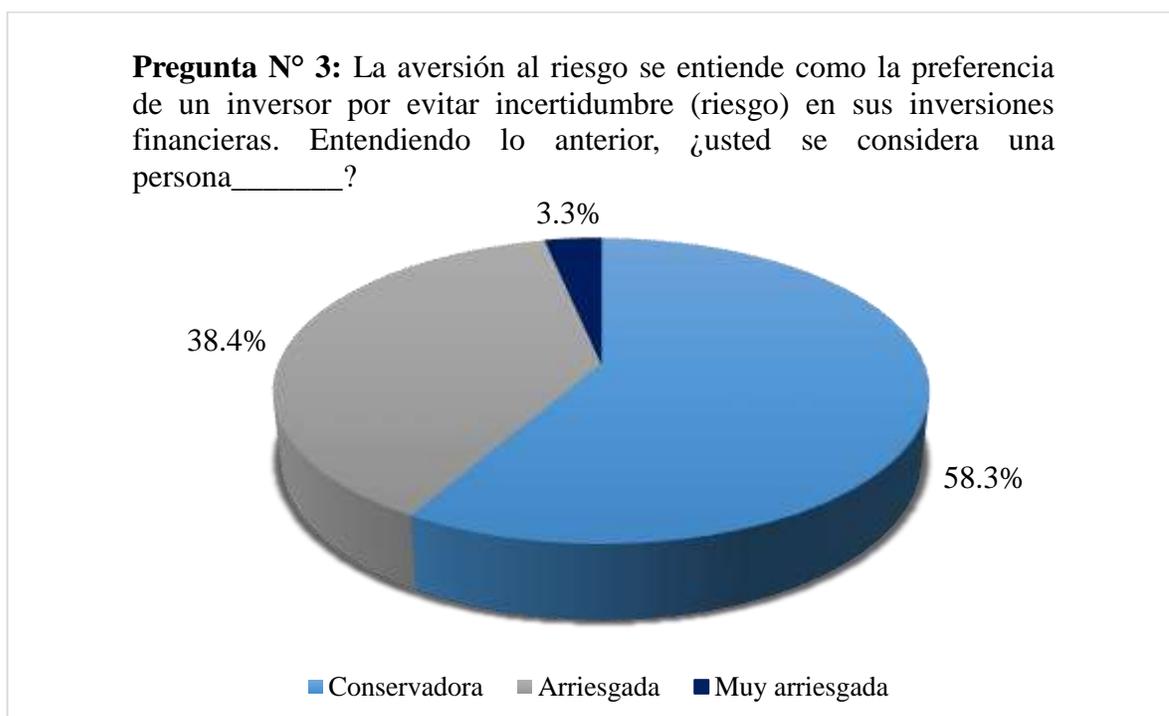
Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

Gráfico N° 4. Características: Aversión al riesgo

Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

Con respecto a esta interrogante, el gráfico muestra que la mayoría de las personas encuestadas están poco de acuerdo en invertir en un producto de inversión cuyo riesgo sea bajo, pero que a su vez obtendrían una rentabilidad o ganancia menor sobre la inversión. Significa que estas personas presentan un perfil muy arriesgado, pues prefieren invertir en productos con mayor nivel de riesgo, pero que al mismo tiempo les generará mayor rentabilidad.

Por otro lado, una cuarta parte de la muestra indica que está de acuerdo en adquirir dicho producto, es decir, son personas con un perfil arriesgado. Entretanto, la menor parte de la muestra está muy de acuerdo en adquirir el producto, por consiguiente, para estas personas es más importante la seguridad de su inversión y por tal motivo, prefieren que la rentabilidad sea menor, siempre y cuando el riesgo sea bajo.

Gráfico N° 5. Aversión al riesgo y perfil del cliente

Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

Según los resultados del gráfico N° 5 referente a las variables de aversión al riesgo y perfil del cliente, la mayoría de las personas encuestadas se consideran conservadoras, esto indica que tienen un alto grado de aversión al riesgo, es decir, prefieren evitarlo en sus inversiones financieras. Por otro lado, menos del 40% de la muestra indicó que se consideran personas arriesgadas, lo cual significa que su grado de aversión al riesgo es medio.

Por último, en menor proporción, el resto de los encuestados se consideran personas muy arriesgadas, lo cual significa que presentan un bajo grado de aversión al riesgo, es decir, están más dispuestas a asumir un riesgo alto a cambio de obtener un mayor retorno (ganancias) de la inversión.

Pregunta N° 4: Con base en la pregunta anterior, indique el motivo por el cuál prefiere ser una persona conservadora, arriesgada o muy arriesgada.

Esta interrogante de la encuesta no incluye gráfico porque se trata de una pregunta abierta, es decir, no se limitaron las opciones de respuesta de los encuestados, sino, se brindó un espacio para que pudieran aportar su opinión con palabras propias y conocer sus perspectivas con respecto al riesgo.

Como se puede observar, esta interrogante se encuentra relacionada con la pregunta anterior del cuestionario, donde primero los encuestados debían indicar si se consideraban personas conservadoras, arriesgadas o muy arriesgadas, según su grado de aversión al riesgo; posteriormente, en la presente pregunta, debían indicar el motivo de su respuesta. A continuación, se detallan brevemente los resultados más significativos.

En términos generales, se obtuvo que quienes señalaron ser conservadoras, en su gran mayoría se debe a que prefieren no arriesgarse demasiado para no experimentar pérdidas. Muchas indicaron que prefieren ser conservadoras por seguridad, por temor a la no recuperación de su capital invertido. Algunos expresaron que su alta aversión al riesgo también se debe a que no cuentan con la capacidad económica suficiente para realizar inversiones con un capital mayor, por lo cual, prefieren ser más precavidos y realizar inversiones de menor tamaño. Asimismo, algunos expresaron que prefieren mantener un perfil conservador por desconfianza, puesto que el mercado es muy volátil.

Por otro lado, quienes indicaron ser arriesgadas, casi que en su totalidad anotaron la frase “el que no arriesga, no gana” o comentarios similares; asimismo, muchos indicaban que por la rentabilidad o por la obtención de mayores ganancias. Por lo tanto, se puede afirmar

que su elección se debe a su disposición a asumir mayor riesgo a cambio de obtener un mayor retorno de la inversión.

Finalmente, quienes expresaron ser muy arriesgados, de igual manera destacaron el tema de la rentabilidad, e indicaron, por ejemplo, que prefieren mayor rentabilidad en lugar de mayor seguridad o que mayor riesgo significa maximizar las ganancias; por consiguiente, son personas cuyo interés está puesto principalmente en obtener el mayor nivel de rentabilidad posible, sin prestar mayor importancia al riesgo, pues están dispuestas a asumirlo.

Gráfico N° 6. Características: Rentabilidad

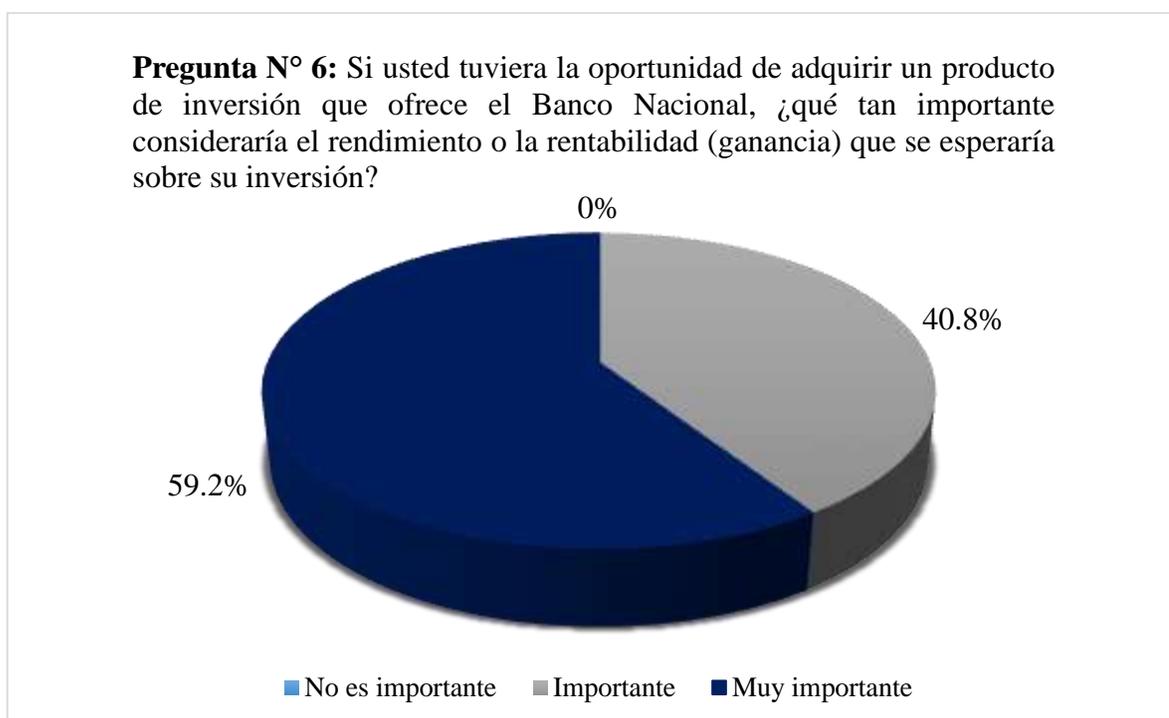


Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

Con el objetivo de evaluar la variable que vincula las características que permiten determinar el perfil del cliente, se estudia la relación entre el rendimiento que los encuestados esperan obtener y el riesgo que están dispuestos a asumir, por ello, se plantea la interrogante en cuestión y da como resultado un mayor número de la muestra dispuesta a asumir un nivel de riesgo alto, con tal de obtener un rendimiento (ganancia) mayor.

Por otra parte, es menor la cantidad de los encuestados no dispuestos a asumir niveles altos de riesgo, aunque eso signifique obtener un menor rendimiento en la realización de la inversión; esto se asocia a una mayor seguridad para los clientes más conservadores, a quienes no les gusta tener incertidumbre en sus inversiones y están dispuestos a dejar de percibir mayores rendimientos, por lo tanto, limitan dicha posibilidad con tal de mantener un riesgo asumible dentro de sus características económicas.

Gráfico N° 7. Características: Rentabilidad

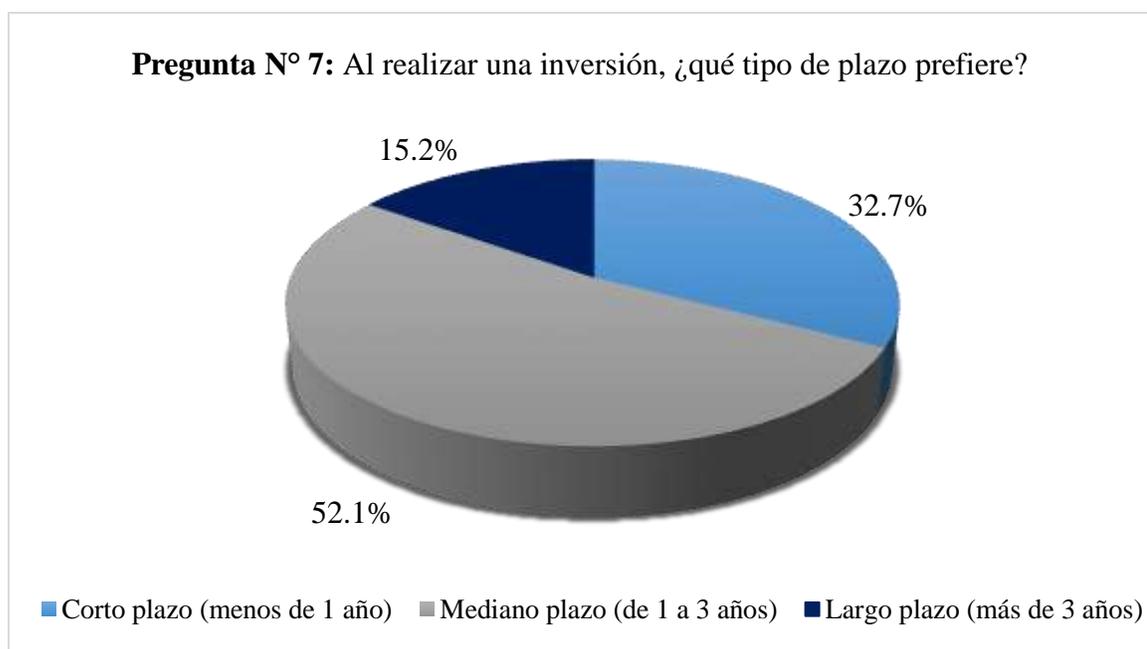


Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

Con el fin de conocer el nivel de importancia para los encuestados respecto del rendimiento generado al adquirir un producto de inversión que ofrece el BNCR, se plantea la presente interrogante; se encuentra una similitud cuantitativa entre los porcentajes resultantes de la pregunta pasada, la cual abordaba dicha variable desde un enfoque diferente, es decir, que los encuestados mantienen su opinión respecto del rendimiento, pero esta vez en referencia al nivel de importancia.

Más de la mitad de los encuestados consideran muy importante el rendimiento al adquirir un producto de inversión, mientras que un menor número de la muestra lo percibe como importante. Aunque ambos porcentajes indican que la importancia del rendimiento es empírica, la diferencia existente entre la consideración de si es muy importante o solo importante se asocia con la relación entre el rendimiento y el nivel de aversión al riesgo de cada cliente.

Gráfico N° 8. Características: Horizonte temporal



Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

El gráfico N° 8 evidencia los plazos preferidos por las personas cuando realizan una inversión, vinculado directamente con la variable característica. De acuerdo con los datos recopilados, en promedio la mayoría de las personas prefieren invertir su dinero a mediano y corto plazo, tal como se muestra en el gráfico anterior. Asimismo, se evidencia como menor la cantidad de la muestra que elige invertir a largo plazo, es decir, períodos mayores a los 3 años; por consiguiente, estas personas se identifican con un perfil de clientes arriesgados, pues prefieren obtener mayores rendimientos y riesgos en las inversiones que eligen.

Para comprender de una manera más amplia las razones por las cuales los encuestados prefieren cada plazo, se muestra la siguiente tabla, donde se visualiza, por género y edad, la cantidad de personas que optaron por cada respuesta.

Tabla 5. Resultados según género y edad

Clasificación de la población	Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	Total
Población femenina (entre 18 a 28 años)	29	47	10	86
Población femenina (entre 29 a 49 años)	20	19	5	44
Población femenina (entre 50 a 65 años)	0	3	0	3
Población masculina (entre 18 a 28 años)	11	24	10	45
Población masculina (entre 29 a 49 años)	8	16	6	30
Población masculina (entre 50 a 65 años)	1	0	1	2
Ninguno (entre 18 a 28 años)	0	1	0	1
Total	69	110	32	211

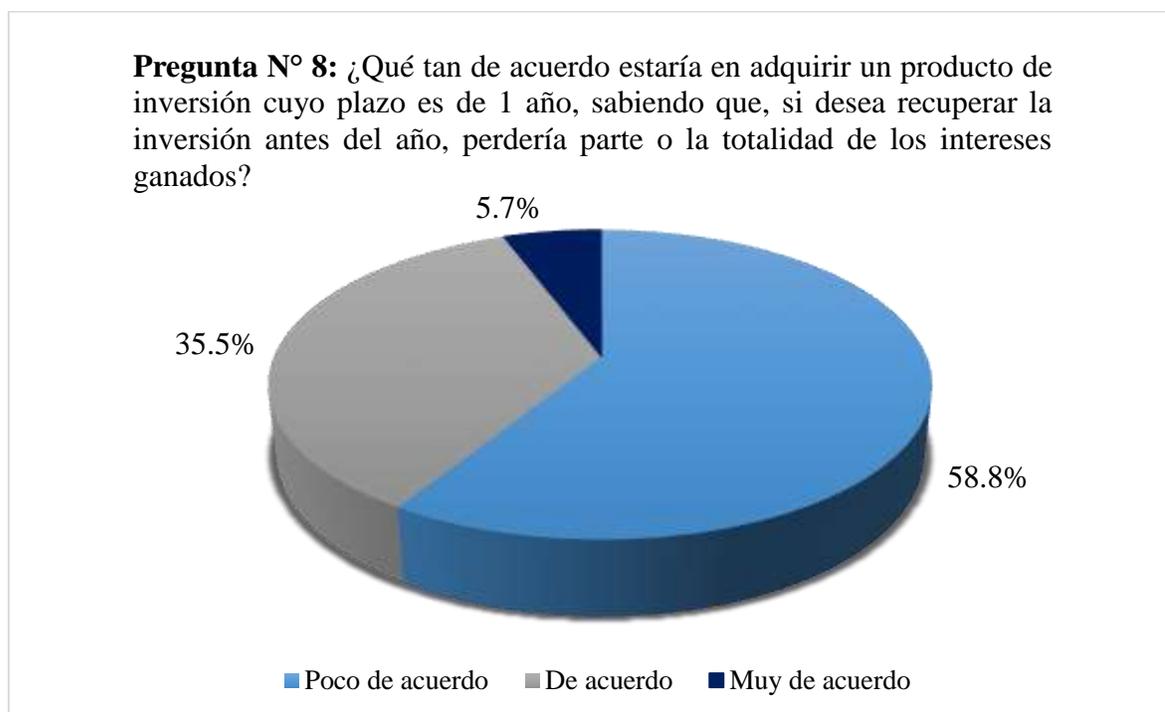
Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

En concordancia con los datos de la tabla anterior, las personas del género femenino y masculino con edades desde los 18 hasta 28 años, se inclinan por invertir a corto plazo, pues algunas variables como el nivel de ingresos y la posición laboral influyen en su elección; esto significa que son personas sin la estabilidad económica que podría tener alguien de esos

mismos géneros, pero a una edad entre los 50 y 65 años, donde sus ingresos y economía se consideran más estables y avanzadas.

Finalmente, se muestra una leve diferencia entre el género femenino y el masculino con edades entre 29 y 49 años, lo cual refiere a las mujeres más conservadoras que los hombres. Sin embargo, ambos apuntan a invertir a mediano plazo, pues el retorno de su inversión será en un período entre 1 y 3 años, un plazo determinado como ideal para invertir, pues no arriesgan demasiado y la rentabilidad es considerable, lo cual les permite hacer frente a posibles factores externos que fluctúen durante ese plazo, por ejemplo, la inflación, las tasas de interés, los ingresos, entre otros.

Gráfico N° 9. Características: Horizonte temporal

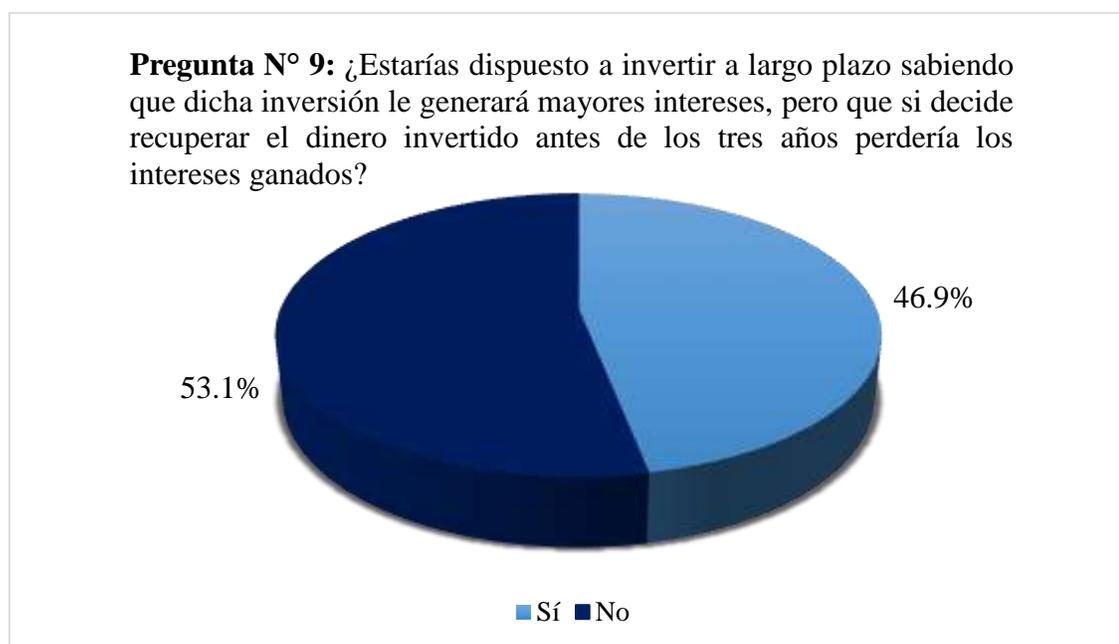


Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

Esta pregunta se relaciona con la variable de características y determina que la mayoría de los encuestados están poco de acuerdo en adquirir un producto de inversión a un plazo de un año, pues si desean recuperar el capital invertido antes de ese plazo, podrían perder parte o la totalidad de los intereses ganados.

La segunda cantidad de importancia arrojada por la gráfica indica que esta parte de los encuestados están de acuerdo en adquirir dicho producto, en su mayoría, según indican, su elección se debe a que, cuando eligieron el producto tenían presente dicha condición y debe respetarse. Por último, el porcentaje menor y restante de la muestra asegura estar muy de acuerdo, indican que al menos obtendrán el capital invertido o están seguros de que no les afectaría dicha circunstancia, porque la inversión fue analizada antes de escogerla y no requerirán el dinero antes del plazo establecido.

Gráfico N° 10. Características: Horizonte temporal

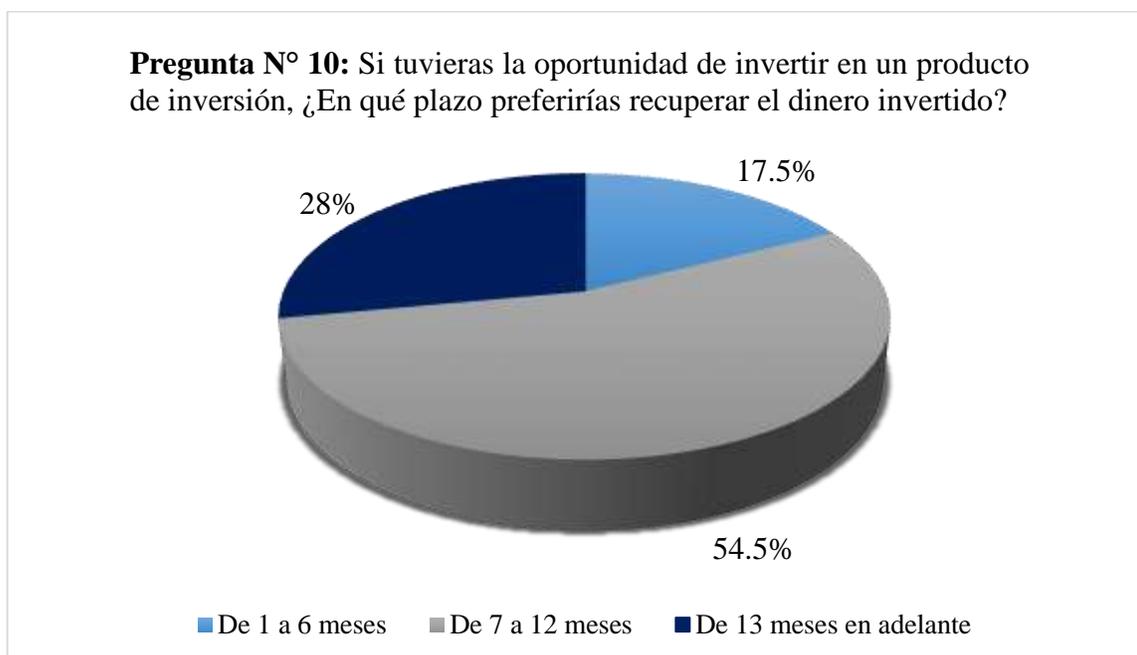


Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

De acuerdo con lo anterior, la mayoría de la muestra no invertiría a largo plazo, aunque obtenga mayores intereses, considerando que los podría perder si requiere el capital antes de los tres años. Este porcentaje de la muestra expresó que generalmente no arriesgan sus rendimientos, sino, prefieren plazos donde el retorno sea pronto y no se vea afectado.

A su vez, una menor cantidad representa las opiniones de los encuestados que sí invertirían a largo plazo y obtendrían mayores intereses, pese a que recuperar el dinero invertido antes de los tres años provocaría la pérdida de ellos. Estas personas ponen la rentabilidad por encima del riesgo, es decir, asumen un plazo mayor porque les va a generar mayores rendimientos.

Gráfico N° 11. Características: Horizonte temporal



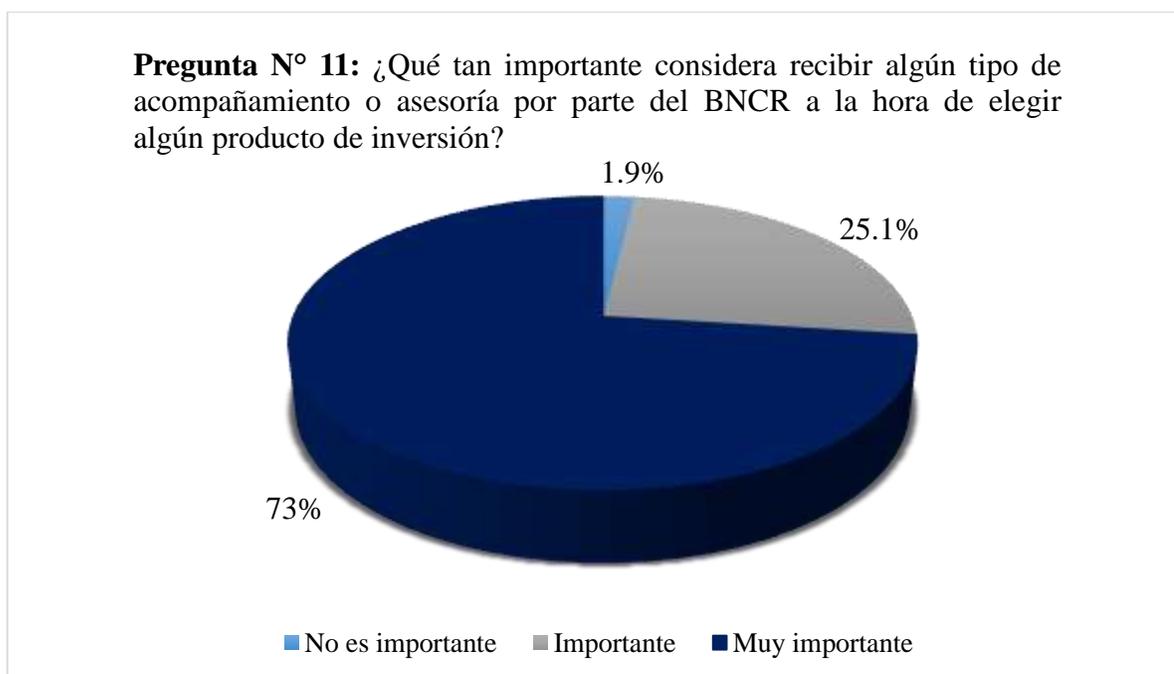
Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

Esta interrogante tiene como objetivo identificar el plazo que las personas prefieren para recuperar el dinero invertido, asimismo, asociar los resultados obtenidos de esta con la

variable de las características, específicamente con la que hace alusión al horizonte temporal preferido por los clientes a la hora de adquirir un producto de inversión.

Según los datos recopilados, la mayoría de las personas optan por recuperar el dinero que invierten, en un período de 7 a 12 meses, dichas personas no están dispuestas a esperar plazos mayores para obtener el retorno de su inversión. Por otra parte, el gráfico muestra que una menor proporción de los encuestados no tienen inconveniente en recuperar el dinero invertido en un plazo mayor a 13 meses, lo cual evidencian con la representación de la segunda cantidad más significativa dentro de la gráfica. A su vez, la menor cantidad porcentual de las personas encuestadas eligen recuperar su inversión en un período igual o menor a los 6 meses.

Gráfico N° 12. Instrumento



Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

El presente cuestionamiento tiene como objetivo conocer la perspectiva de los clientes en relación con la oportunidad de recibir un acompañamiento o asesoría por parte del ente bancario, para ayudar a perfilarle con el producto de inversión que mejor se acople a sus necesidades o características, es decir, recabar información atinente, en relación con la variable correspondiente al instrumento, por lo tanto, se les consulta el nivel de importancia que tiene para ellos dicha consideración y el porqué de su elección.

Los resultados obtenidos presentan un nivel de aceptación en términos generales muy positivo y da como resultado que más del 90%, es decir, casi la totalidad de los encuestados consideró importante o muy importante el hecho de poder recibir un acompañamiento o asesoría de parte del BNCR. Lo anterior se ve reflejado en que más de la mitad de la muestra consideró muy importante recibir dicho acompañamiento, asimismo, una cuarta parte indica que esta posibilidad es importante, es decir, esta parte de la muestra encuestada percibe la iniciativa como beneficiosa. Por otro lado, representado con el menor porcentaje de la gráfica, se muestra que los encuestados consideran como poco importante recibir un acompañamiento o asesoría en relación con los productos de inversión.

Con la finalidad de comprender, de una manera más precisa, el porqué de las consideraciones que dieron como resultado los porcentajes descritos en la gráfica anterior, se les brindó un espacio a los encuestados para que expresaran su opinión al respecto y de esta forma, tener mayor conocimiento de las características de cada uno de los perfiles de las personas encuestadas, por lo cual, se analizaron dichas opiniones, tratando de evaluar y comparar las semejanzas relativas encontradas en las opiniones expresadas.

Por lo tanto, dicha información se segmenta y perfila para poder materializarse de manera porcentual y gráfica, partiendo de los datos arrojados de la siguiente tabla:

Tabla 6. Resultados del porqué de la pregunta N° 11 del cuestionario

Motivos	Muy importante	Importante	No es importante	Total
Seguridad en la inversión (en relación con el riesgo y la rentabilidad)	66	16	0	82
Asesoría (por desconocimiento total o parcial de los productos de inversión)	83	33	0	116
Hostilidad (respecto de las intenciones que creen tiene el Banco)	3	0	2	5
Opinión nula	2	4	2	8
Total	154	53	4	211

Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

Con base en los datos obtenidos en la tabla anterior, la cantidad de la muestra que consideró muy importante el recibir algún tipo de asesoría, se constituye por un total de 154 de los encuestados, de los cuales 66 (el 42.9% de la cantidad mencionada) hacen referencia a que su criterio se basa en obtener una mayor seguridad a la hora de adquirir un producto de inversión.

Por otro lado, un total de 83 personas aseguran que su determinación de priorizar como muy importante esta iniciativa, se debía a motivos de asesoría, pues presentan desconocimiento de forma total o parcial respecto de los productos de inversión; son representados por un 53.9% de los 154 mencionados anteriormente. Entretanto, 3 de los encuestados que percibieron, de igual forma, como muy importante la consideración, expresaron hostilidad ante la desconfianza que les genera las intenciones del ente bancario a la hora de asesorarlos, dicha cantidad equivale al 1.9% del total mencionado. Por último, los restantes 2, que representan el 1.3%, no emitieron ninguna opinión al respecto.

Consecuentemente, siguiendo la guía que facilita la tabla anterior, del total de los encuestados que consideraron importante la asesoría, el 30.2% lo hicieron por motivos de seguridad en la inversión, el 62.3% por asesoría, un 0% presentó hostilidad y, por último, un 7.5% no emitió ninguna opinión. Entretanto, la cantidad total que consideró no importante recibir asesoría por parte del Banco, se dividió a la mitad, dos de estos expresaron hostilidad y los dos restantes decidieron expresar una opinión nula.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6 Propuesta

6.1 Introducción

La propuesta trata de un instrumento que permite determinar el perfil del cliente para los productos de inversión ofrecidos por el Banco Nacional de Costa Rica, específicamente en la Sucursal de Puntarenas, es decir, una herramienta que le indica al cliente cuáles productos son más idóneos para invertir, de acuerdo con su perfil, el cual será determinado con base en una serie de características.

En la actualidad, si un cliente desea adquirir un producto de inversión que ofrece el BNCR, el funcionario del Banco le indicará cuáles productos tiene a disposición la entidad y le mencionará las particularidades y características de cada uno de ellos, y con base en esa información, el cliente elige el producto que él considera mejor para invertir. Sin embargo, la elección del cliente no siempre es la apropiada, puesto que no todas las personas poseen el conocimiento y la experiencia suficientes para saber con certeza en cuál producto es más conveniente para realizar su inversión.

Con el instrumento, se pretende que el cliente conozca previamente las opciones de los productos de inversión más adecuados para destinar su capital, tomando como base sus características y necesidades, con lo cual su elección será más segura y oportuna.

6.2 Justificación

Actualmente, el BNCR, Sucursal de Puntarenas, no posee una herramienta o instrumento que le permita determinar el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece, lo cual, en ocasiones genera que las personas no adquieran los productos mejor adaptados a su perfil como inversionista; ello, aunado al hecho de que muchas personas no tienen el conocimiento suficiente en cuanto el tema de inversiones y productos de inversión, pues en Costa Rica no se inculca la educación financiera en el sistema educativo nacional y los costarricenses, por lo general, no tienen una cultura de ahorro e inversión.

Por lo tanto, estos factores generan elecciones inadecuadas por parte de los clientes respecto a dichos productos y con ello, consecuencias para ambas partes: por un lado, para el cliente, puesto que una elección inapropiada de un producto de inversión podría provocarle la pérdida de los intereses ganados, e inclusive, dependiendo de la situación, podría perder hasta parte del capital invertido; por otro lado, para el BNCR, porque dicha situación podría causar una insatisfacción o molestia en el cliente, por lo que este último podría optar por invertir en otra entidad financiera.

Además de lo anterior, se debe tener en cuenta que cada producto de inversión se encuentra conformado por una serie de características o factores que los hacen diferentes unos de otros, tales como la rentabilidad que se obtendrá con su adquisición, el riesgo que se debe asumir, el plazo para recuperar la inversión y la liquidez de estos. Por consiguiente, es importante definir el perfil del cliente adecuado para cada producto. Por ejemplo, si un cliente tiene una alta aversión al riesgo, es decir, que prefiere evitar el riesgo en sus inversiones, entonces su perfil se asocia con productos cuyo nivel de riesgo es bajo; caso contrario para los clientes dispuestos a asumir un riesgo alto con tal de obtener una rentabilidad mayor, es

decir, con un bajo grado de aversión al riesgo, puesto que su perfil se asociaría con productos que presentan altas tasas de interés. En pocas palabras, se debe definir el perfil del cliente con base en las características y necesidades de cada persona, pero también con base en las características del producto de inversión.

Es así como surge el interés y la necesidad de diseñar un instrumento que permita determinar el perfil del cliente para los productos de inversión ofrecidos por el BNCR, Sucursal de Puntarenas, con el fin de que dicha entidad tenga la facilidad de indicarle al cliente cuáles productos de inversión se asocian con su perfil, considerando las características y necesidades que presenta, de modo que la persona conozca previamente los productos a los cuales es más conveniente destinar su dinero, lo cual permite al Banco, a la vez, optimizar el proceso de captación de estos.

6.3 Alcances

Para desarrollar el instrumento se debe contemplar lo que se pretende obtener con su aplicación, tomando en consideración los alcances deseados; estos se presentan a continuación:

- El instrumento se desarrollará para ser aplicado en el Banco Nacional de Costa Rica, específicamente en la Sucursal de Puntarenas.
- Evaluará las características de los clientes inversionistas interesados en los productos de inversión que ofrece el BNCR.
- Proporcionará al Banco la facilidad de perfilar las características de los clientes inversionistas.

- Brindará a los clientes inversionistas recomendaciones personalizadas que les ayuden en la toma de decisiones respecto de los productos de inversión.
- Permitirá la asociación de los resultados del perfilamiento del cliente inversionista con el(los) producto(s) mejor adaptado(s) a sus características y necesidades de inversión.

6.4 Objetivos de la Propuesta

6.4.1 Objetivo General

- Determinar el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas.

6.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar las características de los clientes interesados en adquirir los productos de inversión que ofrece el BNCR, Sucursal de Puntarenas.
- Establecer el perfil del cliente con base en las características identificadas.
- Asociar los productos de inversión que mejor se adaptan a cada perfil del cliente.

6.5 Definición de la Propuesta

La propuesta está pensada para ser implementada en el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, con la finalidad de brindarle un instrumento que le facilite la determinación del perfil del cliente interesado en sus productos de inversión. Con base en la evaluación de las características de cada perfil, el BNCR podrá utilizar el instrumento para asociar el perfil determinado con los productos de inversión que más le favorecen a cada inversionista, para, de esa manera, lograr la optimización en el proceso de venta de dichos productos.

Dentro del desarrollo del instrumento, se encontrarán particularidades de percepción, cuya función se orienta en la medición o clasificación de las características que constituyen el perfil del cliente, tales como la aversión al riesgo, el horizonte de inversión, el rendimiento esperado, los propósitos de inversión y la trayectoria en el tema de inversiones, los cuales coadyuvarán para la determinación del perfil.

Se considera de suma importancia que el BNCR cuente con la información necesaria para determinar el perfil del cliente, pues el instrumento genera una fuente de información de primera mano proporcionada por el cliente al Banco, puesto que el primero facilita los datos, y con base en esa información, el segundo puede conocer no solo las preferencias y objetivos de la persona, sino también sus necesidades de inversión. Por lo tanto, partiendo desde la premisa que al contar con dicho insumo se generaría información que permita al ente tener un perfil del cliente, el Banco puede diseñar estrategias con base en dichos perfiles con la finalidad de suplir las necesidades encontradas, para de esta forma lograr una captación provechosa.

Asimismo, se enfatiza en la importancia de la presente propuesta argumentando que, al contar el BNCR con un instrumento que facilite un adecuado perfilamiento de sus clientes, lograría atraer al inversionista, pues crearía un efecto positivo en la mente del cliente, al percibir un genuino interés por parte de la institución en cuanto a solventar sus necesidades, es decir, el Banco estaría creando una experiencia personalizada de acercamiento con sus clientes tratando de tener pleno conocimiento de su perfil.

Consecuentemente, el hecho de que el cliente conozca de primera mano los términos y condiciones de los productos de inversión, le generará un nivel de seguridad bastante elevado, es decir, la aplicación del instrumento no solo brindará información del perfil del cliente al Banco, sino que le permitirá al usuario, con base en el asesoramiento dado por el funcionario bancario, conocer la mejor opción para fundar su decisión, asimismo, el Banco estaría asegurando que dicho inversionista regrese, basándose en la experiencia y retribuciones obtenidas a raíz del asesoramiento brindado.

En síntesis, el instrumento propuesto busca beneficios tanto para el BNCR como para sus clientes inversionistas, tratando de que, con base en su implementación, se abra un canal de comunicación entre ambos actores, lo cual facilita la compra de los productos de inversión para conquistar al cliente, en aras de apoyar el proceso que lleva el Banco en la colocación del producto. También ayuda a reducir los niveles de hostilidad que podrían tener los clientes respecto de las intenciones de la entidad bancaria, al percibir que esta realmente se interesa en conocer y satisfacer sus necesidades.

6.6 Instrumento

El instrumento ayudará a determinar y conocer el perfil del cliente interesado en los productos de inversión que ofrece el BNCR, Sucursal de Puntarenas, mediante la clasificación y análisis de las características de los inversionistas, por medio de preguntas que facilitan la interpretación de los datos obtenidos con la aplicación del instrumento; dichas preguntas están orientadas a temas como el nivel de aceptación del riesgo de cada persona, los propósitos de su inversión, el rendimiento esperado, su conocimiento en inversiones y el plazo en el cual está dispuesto a destinar su dinero.

Por otro lado, el instrumento permitirá al funcionario bancario sugerir al cliente los productos de inversión que mejor se ajustan a sus necesidades y preferencias, por lo cual, es necesario que sea contestado de manera veraz y en apego a las condiciones actuales del inversionista y además, que todas las preguntas sean contestadas.

Las sustentantes a cargo de la elaboración de instrumento no garantizan bajo ningún concepto que los rendimientos esperados sean los resultantes, al igual que no se responsabilizan por las decisiones que los clientes elijan al invertir sus recursos en relación con los resultados obtenidos a través del instrumento, por lo tanto, se enfatiza en que las pretensiones a las cuales se quiere llegar con la obtención del perfil del cliente es proveer un instrumento que facilite la toma de decisiones tanto del funcionario bancario a la hora de asesorar, como del cliente al momento de elegir un producto para destinar su dinero.

En síntesis, el instrumento propuesto se diseña de manera que los clientes del BNCR puedan identificar, en un periodo corto de tiempo, su perfil del cliente y los productos de

inversión asociados a su perfil, para, con que ello su elección sea más idónea y acorde con sus características y necesidades específicas.

6.6.1 Estructura del Instrumento

El instrumento se encuentra estructurado por una serie de elementos que, de forma conjunta, permiten la adecuada determinación del perfil del cliente y, posteriormente, la identificación de los productos de inversión que mejor se acoplan a dicho perfil. A continuación, se detallan brevemente estos elementos:

6.6.1.1 Título

En primera instancia, el instrumento contiene su respectivo título: “Perfil del (la) Inversionista”, definido con base en el objetivo que persigue el instrumento.

6.6.1.2 Aspectos introductorios

Seguidamente, el instrumento contiene los aspectos introductorios, donde se indican las instrucciones para el adecuado uso de la herramienta, con señalamiento del paso a paso que debe seguir el cliente para determinar y conocer su perfil como inversionista y los productos de inversión acoplados a su perfil.

Asimismo, se menciona que el instrumento no contiene respuestas correctas o erróneas; cada cliente debe seleccionar las respuestas con las cuales se sienta más

identificado. Esto, con el fin de conocer las características y necesidades reales de la persona y de esta manera, determinar su verdadero perfil como inversionista, pues si el cliente no contesta de forma sincera o con base en su situación real, entonces el resultado del instrumento podría ser alterado y obtenerse con ello un perfil quizás no adecuado, según sus verdaderas características y necesidades.

6.6.1.3 Apartados

El instrumento se encuentra constituido por cuatro apartados que coadyuvan en la precisa identificación del perfil del cliente. Dichos apartados son los siguientes:

6.6.1.3.1 Características del Inversionista

Este primer apartado se establece con el fin de identificar cada una de las características de los clientes del BNCR, tomando en consideración cinco secciones con preguntas relevantes para la determinación del perfil. Estas secciones son las siguientes:

1. Aversión al riesgo

La aversión riesgo es considerada como una de las características o factores con mayor relevancia en la determinación del perfil del (la) inversionista. El instrumento contempla ítems que facilitan la determinación del rango de aceptación del riesgo de cada cliente, asimismo, evalúa la tolerancia del inversionista respecto del riesgo a la hora de invertir y su disposición de asumirlo.

2. Horizonte Temporal

Como su nombre lo indica, el horizonte temporal no es más que la medición o estimación del tiempo, en este caso en particular, referido a la materia de inversiones. Por consiguiente, se refiere al plazo dentro del cual el inversionista desea recibir la retribución del rendimiento de su inversión con base en el capital invertido, es decir, la estimación de cuánto desea o está dispuesto a esperar el inversionista para obtener los resultados de su inversión.

Para poder estimar de una forma más precisa el horizonte temporal con el cual se encuentra más cómodo el inversionista, dentro del instrumento se planteó una pregunta que categoriza la medición del corto, mediano y largo plazo, con el fin de tener una idea más clara de la preferencia de tiempo que le brinda mayor seguridad al cliente a la hora de realizar una inversión. Es importante destacar la dificultad de argumentar la determinación específica de tiempos exactos, pues estos son ajustables según las necesidades y preferencias de cada inversionista.

Asimismo, se busca llegar a una comprensión más personalizada de las preferencias de tiempo del cliente cuando decide invertir, con el propósito de no estigmatizar la asociación de una posible elección especulativa de tiempo en las inversiones, por parte de los clientes, donde se podría llegar a vincular la relación teórica, según la cual, cuanto más alto sea el horizonte temporal, mayores son los riesgos que debe asumir el inversionista y, en consecuencia, mayor sería la rentabilidad esperada.

Aunque dicha afirmación se crea bajo el concepto de que la duración prolongada de la inversión representa repercusiones de riesgo en el perfil del cliente, no necesariamente

debe ser así, pues cada situación en particular dependerá de la inversión que se esté realizando, por lo cual, es necesario conocer de forma general la categoría del plazo de preferencia para invertir del cliente, para, de forma conjunta con las demás características, poder perfilarle con el producto de inversión más adecuado.

3. Experiencia en Inversiones

Uno de los puntos característicos para lograr la determinación del perfil del cliente, radica en obtener información concisa respecto de la experiencia con la cual cuenta este en el tema de inversiones, pues de esta característica dependerá no solo el éxito del asesoramiento brindado por medio del instrumento, sino también de las preferencias en inversiones a las que ya esté acostumbrado el inversionista.

En pocas palabras, el conocimiento en inversiones obtenido por el cliente en el pasado será parte clave de las decisiones de inversión a futuro, asimismo, de sus aspiraciones respecto de la rentabilidad y, a su vez, de la aversión al riesgo de este con base en sus objetivos de inversión, por lo cual esta sección dispone de una interrogante que facilita recolectar dicha información.

4. Objetivo de Inversión

Esta sección recaba el enfoque que persigue el inversionista al colocar parte de su capital en los productos de inversión, con la finalidad de conocer el objetivo o meta que desea alcanzar el cliente cuando decide invertir, con una interrogante orientada en la medición de la rentabilidad esperada versus el nivel de tolerancia al riesgo.

Lo anterior, con la finalidad de llegar a la obtención congruente de los resultados que vinculen los índices obtenidos en el análisis de la aversión al riesgo, el horizonte temporal y la experiencia de inversión respecto de la preservación, incremento y retorno del capital que los clientes inversionistas proyectan al momento de hacer su inversión, es decir, el objetivo de inversión se puede asociar entre los rendimientos esperados y la prioridad que le imprime el inversionista a la utilización de estos.

5. Rentabilidad

La sección referida a la rentabilidad, incluida en el instrumento, asocia las características de los apartados antes vistos en relación con el nivel de conocimiento y la posible especulación relacionada con la rentabilidad a la cual aspiran llegar los clientes a raíz de las inversiones realizadas. Por tal razón, se determina el grado de tolerancia al riesgo y la rentabilidad, con el fin de conocer la posición que visualiza el inversionista al momento de invertir, para, de esta forma, determinar los productos realmente ajustados a las necesidades y preferencias de cada perfil del (la) inversionista.

En cuanto a estructura, cada sección contiene una tabla con preguntas, opciones de respuesta y la puntuación. A cada opción de respuesta se le asignó un puntaje del 1 al 3, con el fin de que el cliente coloque en la columna “Puntuación” el número correspondiente a la opción de respuesta de su preferencia.

Se establecieron dos diseños diferentes de tablas para las interrogantes del instrumento: una de tres columnas, para las preguntas cuyas opciones de respuestas son

cortas; y otra de dos columnas, para las preguntas cuyas opciones de respuestas son largas, tal y como se presenta en las siguientes figuras:

Figura 8. Diseño de tabla del instrumento para opciones de respuestas cortas

Preguntas	Opciones de respuesta			Puntuación
	1	2	3	

Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

Figura 9. Diseño de tabla del instrumento para opciones de respuestas largas

En este espacio se coloca la pregunta		Puntuación
En este espacio se coloca la primera opción de respuesta	1	
En este espacio se coloca la segunda opción de respuesta	2	
En este espacio se coloca la tercera opción de respuesta	3	

Fuente: López, Retana y Villalobos (2021).

Después de contestar las interrogantes de cada uno de los apartados, el instrumento realizará automáticamente la sumatoria de todas las puntuaciones seleccionadas por el cliente, con obtención, al final, del puntaje total, el cual es determinante para la identificación de su perfil.

6.6.1.3.2 Determinación del Perfil del Cliente

Después de realizada la sumatoria en la columna de “Puntuación” y conocido el puntaje final, en este apartado se podrá determinar el perfil del cliente, con base en los siguientes rangos:

- De 7 a 13 puntos, su perfil es conservador.
- De 14 a 17 puntos, su perfil es moderado.

- De 18 a 21 puntos, su perfil es agresivo

Por ejemplo, si al aplicar el instrumento el cliente obtuvo un puntaje total de 16, entonces su perfil es moderado, puesto que su puntaje se encuentra dentro del rango que va desde los 14 a los 17 puntos.

Asimismo, en el instrumento, cada uno de esos perfiles (conservador, moderado y agresivo) contienen una breve definición, con el fin de que el cliente pueda tener una pequeña noción acerca de su perfil.

6.6.1.3.3 Identificación de los Productos de Inversión

Una vez determinado el perfil del cliente, el inversionista podrá conocer los productos de inversión asociados a su perfil.

El instrumento contiene una última tabla donde, en la primera columna, se integran los tres tipos de perfil del cliente, es decir, conservador, moderado y arriesgado; en la columna siguiente se incluyen los productos de inversión acoplados a cada perfil. Por consiguiente, luego de conocer su perfil del cliente en el apartado anterior, el inversionista deberá dirigirse a la última tabla del instrumento, posicionarse en el perfil que le indicó el instrumento y revisar cuáles productos de inversión se asocian a su perfil.

6.6.1.3.4 Declaración y Aceptación

Como último apartado, la herramienta incluye una breve declaración y aceptación por parte del inversionista, donde este hace constar que se ha determinado su perfil de cliente y

los productos de inversión acoplados a este, así como la eventual asesoría que se le podría brindar, de conformidad con los resultados. Además, declara que, en caso de solicitar la adquisición de otro producto de inversión que no se encuentra dentro de los que corresponden a su perfil, entonces acepta los términos y las condiciones de ese producto.

6.6.1.4 Nota

Por último, pero no menos importante, el instrumento incluye una nota en la parte inferior, donde se le indica al cliente la responsabilidad de actualizar su perfil cuando exista algún cambio en las condiciones originales, que puedan conllevar a un resultado diferente al actual. Además, se hace constar que el BNCR no es responsable por las decisiones que el cliente elija con base en el resultado obtenido a través del instrumento, ni que tampoco garantiza ganancias o rendimientos específicos sobre la inversión; solamente, que se pretende proveer de un instrumento facilitador de la toma de decisiones de inversión. Asimismo, se le indica que, si por alguna razón decide realizar un retiro total o parcial, debe asumir el costo de las comisiones de retiro anticipado, en caso de que apliquen.

En síntesis, el instrumento está conformado por una serie de estrategias analíticas que ayudarán en la determinación del perfil del cliente, pues permiten filtrar las características propias de cada inversionista, y de esta manera, el funcionario bancario pueda brindar un acompañamiento y asesoramiento más personalizado; asimismo, podrá sugerirle al cliente el producto de inversión que mejor se adapta a dichas características, con base en las respuestas expresadas en el instrumento.

Dicho sea de paso, la sugerencia no será impositiva; es el cliente inversionista quien tendrá la última palabra en la elección del producto, y de igual manera, de los resultados obtenidos de acuerdo con su elección de inversión, pues el ente bancario previamente le informó, de forma concisa, todos los pormenores vinculados con su decisión.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7 Conclusiones y recomendaciones

7.1 Conclusiones

Con base en los resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación a través de las fuentes tanto primarias como secundarias de recolección de datos, se concluye lo siguiente:

1. El Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, es una entidad bancaria con una amplia trayectoria en el Sistema Financiero Nacional. Es líder en el ofrecimiento de múltiples productos y servicios, dentro de los cuales se encuentran los productos de inversión, que constituyen una alternativa o un medio para aumentar el capital de los clientes, pues se adquieren con la expectativa de obtener un rendimiento en el futuro. Se logró identificar, de manera concreta, que los productos de inversión ofrecidos por el BNCR de la sucursal mencionada, son las cuentas corrientes, las cuentas electrónicas, los BN ahorro programado y las inversiones.

Las cuentas corrientes son dirigidas a personas jurídicas y se utilizan mediante chequeras; las cuentas electrónicas constituyen cuentas personalizadas que automáticamente pagan intereses sobre un monto establecido; con los BN ahorro programado, el cliente ahorra de manera voluntaria, él mismo define cuándo y cuánto quiere ahorrar. Entretanto, las inversiones se dividen en dos: certificados de depósito a plazo (CDP), los cuales permiten conocer de antemano la rentabilidad que obtendrá el cliente y a su vez, se subdividen en materializados y desmaterializados; y las inversiones

a corto plazo, donde el cliente invierte por días, es decir, son totalmente personalizadas, y se subdividen en tradicionales y de tasa pactada.

Mediante la investigación, se alcanzó a determinar que los productos de inversión presentan atributos o elementos que los distinguen de otros; dichos atributos están orientados principalmente en variables como la rentabilidad, el riesgo, el plazo y la liquidez. Por consiguiente, es de suma importancia determinar el perfil del cliente adecuado para cada producto, de modo que la entidad le ofrezca el producto que mejor se acopla a su perfil, según sus características y necesidades específicas.

2. Se concluye que, para determinar el perfil del cliente respecto de los productos de inversión ofrecidos por el BNCR, Sucursal de Puntarenas, es sustancial identificar las características que permiten definir dicho perfil. Una característica sumamente importante en esta determinación es la aversión al riesgo, es decir, la preferencia del inversionista por evitar incertidumbre en sus inversiones; al conocer qué tan dispuesto está un cliente para asumir el riesgo en una inversión, se puede identificar el perfil al cual pertenece y, posteriormente, los productos de inversión apropiados para él

Asimismo, se identificaron otras características para determinar dicho perfil, como los objetivos de inversión de cada persona, su experiencia o grado de conocimiento en inversiones, el horizonte temporal que desea, es decir, el tiempo dispuesto a esperar para recuperar su inversión, y la rentabilidad esperada.

Por otro lado, se concreta, de manera precisa, la existencia de diversos tipos de perfil del cliente o del inversionista; entre los más conocidos está el conservador, con una baja

tolerancia hacia el riesgo, es decir, prefiere la seguridad de su inversión, aunque eso signifique obtener una menor rentabilidad; el moderado, aquel inversionista dispuesto a asumir un riesgo moderado con tal de obtener una mayor rentabilidad; y el agresivo, asociado con los clientes que buscan maximizar sus ganancias, asumiendo cualquier riesgo en la inversión.

Además, con la investigación se logró determinar que los clientes del Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, en su mayoría presentan una cultura más conservadora o poco arriesgada en cuanto al tema de inversiones; prefieren la seguridad de su inversión antes que obtener una mayor rentabilidad.

3. Con respecto a la propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión ofrecidos por el BNCR, Sucursal de Puntarenas, dicha propuesta tendrá un efecto positivo tanto para el Banco como para los clientes, pues casi la totalidad de las personas objeto de estudio afirmaron que recibir el acompañamiento brindado por el instrumento es de suma importancia para elegir el producto de inversión idóneo; asimismo, que la existencia de dicho instrumento sí impactaría en una adecuada adquisición de los productos de inversión. Por consiguiente, el instrumento es diseñado de manera que el cliente pueda conocer los productos de inversión mejor acoplados a su perfil, con lo cual obtiene un previo acompañamiento respecto de su elección final.

Además, se logró determinar que el señalado instrumento debe ser una herramienta de aplicación breve, es decir, que no requiera de un periodo prolongado, pues por lo general, el solo hecho de ser atendido en la sucursal demanda tiempo, debido a las extensas filas de clientes que requieren de los diferentes servicios ofrecidos por el Banco. Por lo tanto, si el instrumento

demanda un lapso amplio para ser aplicado, el cliente se puede sentir indispuerto para completarlo.

7.2 Recomendaciones

En concordancia con las conclusiones y los resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación, se recomienda lo siguiente:

1. Fomentar campañas publicitarias y actividades que brinden un mayor conocimiento en cuanto a los productos de inversión ofrecidos por el BNCR, pues la población que los conoce es poca. A su vez, incentivar la educación financiera y la cultura de ahorro en los costarricenses, con el fin de erradicar la carencia de buenas prácticas y falta de conocimiento en el ámbito financiero y económico; por lo tanto, es esencial que desde la niñez se inculquen temas relacionados con el ahorro y la inversión, puesto que, cuando dichas personas tengan la madurez necesaria, se convertirán en clientes potenciales para las entidades financieras y, en algunos casos, en empresarios e inversores exitosos.
2. Que el Banco Nacional de Costa Rica analice e identifique, de manera objetiva, cada una de las características que presentan los clientes interesados en adquirir los productos de inversión, pues con base en estas se podrá determinar y clasificar información sensible para la colocación de los productos ofrecidos por la entidad.

Asimismo, que el BNCR resalte al inversionista la importancia de actualizar su perfil del cliente cuando se presente una variación en sus características, puesto que, si se presenta

un cambio en sus condiciones o necesidades actuales respecto del pasado, entonces podría reflejarse una variación en su perfil.

3. Se recomienda al BNCR, Sucursal de Puntarenas, implementar el instrumento propuesto con esta investigación, el cual permite determinar el perfil del cliente para los productos de inversión ofrecidos por la entidad. El instrumento será fundamental para optimizar el proceso de captación de los productos de inversión mediante asesorías dirigidas y el ofrecimiento de los productos adecuados para cada cliente, según su perfil; esto permitirá que el empleado bancario cuente con la herramienta idónea para el proceso de ventas de tales productos y se obtenga como resultado clientes satisfechos.

Referencias

- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria. (2018). *¿Qué es la inversión?* BBVA. Recuperado de <https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria. (2020). *¿Qué es el riesgo financiero? 5 consejos para evitarlo.* BBVA. Recuperado de <https://www.bbva.com/es/finanzas-para-todos-el-riesgo-financiero-y-sus-tipos/>
- Banco Nacional de Costa Rica. (s.f). *Conózcenos.* Banco Nacional. Recuperado de <https://www.bncr.fi.cr/conozcanos>
- Banco Nacional de México, S.A. (s.f). Características para determinar el Perfil del Cliente para la Prestación de Servicios Asesorados. Recuperado de <https://www.banamex.com/resources/pdf/es/empresas-gobierno/inversiones/caracteristicas-perfil-cliente-banamex.pdf?lid=MX%7Cbancapatrimonial%7Chome-TextoBody- CaracteristicasPerfilCliente-irPDF-ES>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales.* Bogotá, Colombia: Pearson Educación.
- Caicedo, R. (2016). *Variables, Dimensiones e Indicadores.* Saber Metodología. Recuperado de <https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/02/08/variables-dimensiones-e-indicadores/>

Castillo, C. (11 de abril de 2020). Clasificación de las inversiones [Mensaje en un blog].

Recuperado de <https://www.cesarcastillolopez.com/2020/04/clasificacion-de-las-inversiones.html>

De Rosario, A. H. y Rosario Díaz, J. F. (2017). *Dirección Financiera: Inversión*. Editorial

Universidad de Almería. Recuperado de

<https://elibro.net/es/ereader/biblioutn/44579?page=7>

García, J.A., Rending, A. y López, J. C. (2013). *Metodología de Investigación en Educación*

Médica. México D. F.: Elsevier

García, J. I. (2020). *Principales tipos de clientes*. EAE Business School. Recuperado de

<https://retos-directivos.eae.es/cuales-son-los-principales-tipos-de-clientes-del-mercado-irigaray/>

Grupo Financiero Banorte, S.A.B. de C.V. (2021). Guía de Servicios de Inversión.

BANORTE. Recuperado de

https://www.banorte.com/wps/wcm/connect/banorte/a4f2f8c0-86ab-4e80-9d03-37944b6af6bb/GUIA_DE_SERVICIOS_DE_INVERSION.pdf?MOD=AJPERES&ContentCache=NONE

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. P. (2014). *Metodología de la investigación:*

Sexta edición. México D.F.: Mc Graw Hill Education

Martínez, H. (2012). *Metodología de la investigación*. Cengage Learning. Recuperado de

<https://elibro.net/es/ereader/biblioutn/39957?page=159>

McIlveen, C. (20 de setiembre de 2017). Perfiles de clientes, personalización y estrategias de

marketing [Mensaje en un blog]. Recuperado de

<https://www.brandwatch.com/es/blog/perfiles-de-clientes/#:~:text=Un%20perfil%20de%20cliente%2C%20o,para%20ellos%20a%20nivel%20personal.>

Montagud, R. N (2020). Instrumentos de evaluación educativa: qué son, tipos y características. Recuperado de

<https://psicologiaymente.com/desarrollo/instrumentos-evaluacion-educativa>

Pérez, J. y Gardey, A. (2010). *Definición de instrumento*. Definición.de. Recupera de

<https://definicion.de/instrumento/>

Royal Magazine. (2020, junio). ¿Qué es un producto de inversión? *Royal Magazine*.

Recuperado de <https://royal-lecompte.com/producto-de-inversion/>

Ruiz, J. (7 de noviembre de 2019). ¿Qué tipos de productos de inversión existen? [Mensaje

en un blog]. Recuperado de <https://blog.r4.com/tipos-productos-inversion/>

Sanchez, L. (2017). *Entrevista Estructurada y no Estructurada*. Prezi. Recuperado de

<https://prezi.com/pbflbbqd07in/entrevista-estructurada-y-no-estructurada/>

Thompson, I. (2009). *Definición de cliente*. Promonegocios.net. Recuperado de

<https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

Universidad Nacional Autónoma de México. (2003). *Perfiles de involucramiento del consumidor y el instrumento de medición para consumidores mexicanos "IP6"*.

Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/395/39520805.pdf>

Anexos

Anexo N° 1. Entrevista

Entrevista dirigida a informantes clave, seleccionados con el fin de recopilar información sobre la determinación del perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas.

I.- Aspectos personales del entrevistado

1.- Nombre del entrevistado _____

2.- Sexo _____

3.- Formación académica _____

4.- Empresa en la que labora _____

5.- Puesto que desempeña _____

6.- Años de ocupar el puesto _____

II.- Aspectos específicos sobre el tema

Analizar la opinión y conocimiento de acuerdo con las siguientes preguntas relacionadas con la determinación del perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, como fuente de información para el desarrollo del tema de investigación. Es un total de 6 preguntas.

La información que nos proporcione es de uso confidencial y será utilizada exclusivamente para fines académicos. Se agradece su valiosa colaboración.

- 1.- ¿Considera usted que el perfil del cliente influye en la elección de un producto de inversión? ¿Por qué?

- 2.- ¿Considera usted que existe una relación entre la aversión del riesgo y la rentabilidad como variables determinantes en la elección de los productos de inversión?

- 3.- ¿Considera usted que la educación financiera y la cultura de ahorro influyen en la adquisición de los productos de inversión? ¿Por qué?

- 4.- Si existiera un instrumento que determine el perfil del inversionista, ¿Considera usted que impactaría en una adecuada adquisición de los productos de inversión?

- 5.- ¿Considera que un previo asesoramiento acerca de los productos de inversión es un factor que ayuda a evitar elecciones erróneas en relación con estas? ¿Por qué?

- 6.- ¿Qué otra información importante aportaría a esta entrevista, que no se haya considerado en las interrogantes anteriores?

Anexo N° 2. Cuestionario

I.- Introducción

El presente cuestionario se encuentra estructurado con preguntas abiertas y cerradas, y tiene como propósito recopilar información acerca de la perspectiva del cliente en relación con los productos de inversión del Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, para determinar cada perfil del cliente para dichos productos.

La información que nos proporcione es de uso confidencial y será utilizada exclusivamente para fines académicos. Se agradece su valiosa colaboración.

II.- Instrucciones generales

- 1.- Por favor, lea todas las preguntas.
- 2.- Marque con una equis (X) la opción de respuesta que corresponda a su opinión.
- 3.- Por favor, utilice lapicero de tinta azul o negra.
- 4.- Se agradece contestar **todas** las preguntas del cuestionario.
- 5.- Escribir con letra clara y legible en aquellas preguntas donde se considere fundamental aportar su opinión.

III.- Aspectos personales del informante

- 1.- Género _____
- 2.- Edad _____

IV.-Aspectos específicos sobre el tema

1.- Si usted pudiera adquirir un producto de inversión del Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, ¿Qué tan importante consideraría el riesgo (plazo de la inversión, tasa de interés, rendimiento) que debe asumir?

No es importante Importante Muy importante

2.- ¿Qué tan de acuerdo estaría en que invertir en un producto de inversión cuyo **riesgo** será **bajo**, pero que a su vez obtendría una **rentabilidad** (ganancia) menor sobre la inversión?

Poco de acuerdo De acuerdo Muy de acuerdo

3.- La aversión al riesgo se entiende como la preferencia de un inversor por evitar incertidumbre (riesgo) en sus inversiones financieras. Entendido lo anterior, ¿usted se considera una persona_____?

Conservadora Arriesgada Muy arriesgada

4.- Con base en la pregunta anterior, indique el motivo por el cuál prefiere ser una persona conservadora, arriesgada o muy arriesgada.

5.- Si realizara una inversión, ¿estaría dispuesto a obtener mayores rendimientos (ganancias) a cambio de asumir un nivel de riesgo alto?

Sí () No ()

6.- Si usted tuviera la oportunidad de adquirir un producto de inversión que ofrece el Banco Nacional, ¿qué tan importante consideraría el rendimiento o la rentabilidad (ganancia) que se esperaría sobre su inversión?

() No es importante () Importante () Muy importante

7.- Al realizar una inversión, ¿qué tipo de plazo prefiere?

() Corto plazo (menos de 1 año)

() Mediano plazo (1-3 años)

() Largo plazo (más de 3 años)

¿Por qué? _____

8.- ¿Cuánto acuerdo tendría en adquirir un producto de inversión cuyo plazo es de 1 año, sabiendo que, si desea recuperar la inversión antes del año, perdería parte o la totalidad de los intereses ganados?

() Poco de acuerdo () De acuerdo () Muy de acuerdo

¿Por qué? _____

9.- ¿Estarías dispuesto a invertir a largo plazo sabiendo que dicha inversión le generará mayores intereses, pero que si decide recuperar el dinero invertido antes de los tres años perdería los intereses ganados?

Sí () No ()

10.- Si tuvieras la oportunidad de invertir en un producto de inversión, ¿en qué plazo preferiría recuperar el dinero invertido?

() De 1 a 6 meses () De 7 a 12 meses () De 13 meses en adelante

¿Por qué? _____

11.- ¿Qué tan importante considera recibir algún tipo de acompañamiento o asesoría, por parte del BNCR, a la hora de elegir algún producto de inversión?

() No es importante () Importante () Muy importante

¿Por qué? _____

Anexo N° 3. Instrumento de determinación del perfil del cliente

Perfil del Cliente para los Productos de Inversión

Estimado (a) Inversionista:

En la columna “Puntuación”, responda cada una de las preguntas, sin omitir ninguna, eligiendo un número entre el 1 y el 3, según corresponda a su situación en particular. Al finalizar, estas se sumarán automáticamente y se obtendrá el puntaje total. Luego, y de acuerdo con el rango establecido, usted podrá determinar qué tipo de inversionista es. En este cuestionario no hay respuestas correctas o erróneas, por lo que le solicitamos contestarlo con la respuesta que usted se sienta más identificado.

A. Características del Inversionista

1. Aversión al riesgo

Preguntas	Opciones de Respuesta			Puntuación
¿Qué porcentaje de sus ingresos o ahorros actuales desea invertir?	Menos de 5%	5%-15%	Más de 15%	
	1	2	3	
Entendiendo que a mayor rentabilidad mayor riesgo y viceversa, prefiere que su inversión sea:	Segura	Balanceada	Rentable	
	1	2	3	
La palabra <i>riesgo</i> para usted significa:	Peligro	Alerta	Oportunidad	
	1	2	3	

2. Horizonte temporal

Preguntas	Opciones de Respuesta			Puntuación
¿Cuánto tiempo está dispuesto a esperar para comenzar a utilizar el dinero invertido?	Menos de 1 año	1-3 años	Más de 3 años	
	1	2	3	

3. Experiencia en Inversiones

¿Cómo describiría su grado de conocimiento en inversiones?	Puntuación
Bajo: Nunca he usado los productos de inversión o lo he hecho pocas veces.	1
Medio: He invertido algunas veces en el pasado.	2
Alto: Tengo amplia experiencia en los productos de inversión.	3

4. Objetivo de Inversión

¿Cuál sería el objetivo de su inversión?	Puntuación
Asegurar y mantener su capital.	1
Aumentar el capital con retornos estables.	2
Que el dinero crezca sin importar los riesgos.	3

5. Rentabilidad

¿Qué frase lo identifica mejor respecto de las inversiones?	Puntuación
Invertiría mi dinero en productos de inversión con poco riesgo aunque su rentabilidad sea baja.	1
Invertiría mi dinero en productos que, aunque son más riesgosos, tienen mayor rentabilidad.	2
Invertiría mi dinero en productos de alto rendimiento para maximizar mis ganancias, aun cuando esto signifique asumir mayores riesgos, incluyendo la posible pérdida de mi capital.	3

Puntaje Total:

B. Determinación del Perfil del Cliente

De acuerdo con el puntaje obtenido, identifique en la siguiente tabla su perfil del inversionista.

Puntaje	Perfil	Definición
7-13	Conservador	Tiene poca tolerancia al riesgo porque prefiere la seguridad de su inversión.
14-17	Moderado	Busca un balance entre el riesgo y la rentabilidad.
18-21	Agresivo	Está dispuesto a asumir un mayor riesgo, con tal de maximizar sus ganancias.

C. Identificación de los Productos de Inversión

A continuación, se presentan las opciones de los productos de inversión que mejor se adaptan a su perfil, según lo identificado en el apartado B.

Perfil	Productos de Inversión
Conservador	Cuentas Corrientes, Cuentas Electrónicas, BN Ahorro Programado, Certificado de Depósito a Plazo (CDP) Materializado menor a un 1 año, Certificado de Depósito a Plazo (CDP) Desmaterializado menor a 1 año, Inversión Corto Plazo Tradicional (ICP) e Inversión Corto Plazo Tasa Pactada.
Moderado	Todas las anteriores más: Certificado de Depósito a Plazo (CDP) Materializado y Certificado de Depósito a Plazo (CDP) Desmaterializado hasta 3 años.
Agresivo	Todas las anteriores más: Certificado de Depósito a Plazo (CDP) Materializado y Certificado de Depósito a Plazo (CDP) Desmaterializado hasta 5 años.

D. Declaración y Aceptación

Acepto que se me ha indicado mi perfil como inversionista y los productos de inversión que mejor se adaptan a mi perfil, asimismo, la eventual asesoría que se me podría suministrar con base en sus resultados.

En caso de que el perfil del inversionista determinado por el instrumento no se adapte al producto de inversión que deseo adquirir, acepto los términos y condiciones del producto solicitado.

Personas Físicas

Nombre del (la) Inversionista

Firma y N° cédula

Personas Jurídicas

Nombre del (la) representante legal

Firma y N° cédula

Nota: Es su responsabilidad actualizar su perfil cuando exista una variación en las condiciones originales que pueda conllevar a un resultado diferente al actual. El BNCR no es responsable por las decisiones que usted elija con base en el resultado obtenido a través del perfil para invertir su capital, tampoco garantiza ganancias o rendimientos específicos sobre la inversión, solamente, pretende proveerle de un instrumento que le facilite la toma de decisiones de inversión. Si por alguna razón usted decide realizar un retiro total o parcial, deberá asumir el costo de las comisiones de retiro anticipado, en caso de que apliquen.

Anexo N° 4. Infografía Productos de Inversión

PRODUCTOS DE INVERSIÓN



Cuentas Corrientes

Colones, dólares y euros.
Diversidad de transacciones.
Permite el uso de chequeras.
Simplifica la operativa en las empresas.
Genera intereses.



Cuentas Electrónicas

Colones, dólares y euros.
Fácil, ágil y oportuna.
Sin comisiones.
Permite el ahorro para futuras obligaciones.
Relacionada a una tarjeta de débito.



BN Ahorro Programado

Automatizado.
Sin costo.
Personalizable.
Tasa fija todo el plazo.
Permite retiros anticipados.
Deducción automática.



Inversiones a la Vista

Tiene como propósito obtener un retorno inmediato en un plazo inferior a un año, son muy atractivas ya que los fondos se pueden disponer en el momento que se desee y la tasa de interés depende de los días de la inversión.

Tipos:

1. Inversión a la vista tradicional.
2. Inversión a la vista tasa pactada.



Inversiones a Plazo

Son inversiones con facilidades de montos, monedas y plazos hasta los 5 años, conocimiento de las ganancias desde la apertura y se puede obtener un título valor.

Tipos:

1. Certificado de depósito a plazo materializado.
2. Certificado de depósito a plazo desmaterializado.



Descubra su mejor opción para ahorros e inversiones.



Fuente: <https://www.bncr.fi.cr/banco-nacional-de-costa-rica-personas> Créditos: Jenniffer López, Kimberly Retana y Yanel Villalobos (2021).

Anexo N° 5. Infografía Perfil del Cliente



Tipos de perfiles

Algunos grupos de perfiles relacionados con la situación actual del cliente y sus características son los siguientes:

- **Conservador:** menos tolerante al riesgo.
- **Moderado:** balance entre la rentabilidad y el riesgo.
- **Agresivo:** dispuestos a asumir un mayor riesgo.



Importancia de conocer los perfiles con relación a los productos de inversión

- Para no realizar una elección especulativa.
- Comprender que, entre más alto sea el horizonte temporal, mayor es la rentabilidad esperada.
- Entender la relación rentabilidad y riesgo.

Fuente: Autorregulador del mercado del Mercado de valores de Colombia (2009). Guía de estudios administración de portafolios. Recuperado de <https://www.amvcolombia.org.co/wp-content/uploads/2019/07/Material-de-estudio-Administracion-de-Portafolios-24-de-enero-de-2019.pdf> Créditos: Jenniffer López, Kimberly Retana y Yanel Villalobos (2021)

Anexo N° 6. Infografía Importancia de la Educación Financiera



Anexo N° 7. Infografía Importancia de la Cultura de Ahorro e Inversión



Anexo N° 8. Matriz de Congruencia

Tema		
“Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021”		
Objetivo General		
Desarrollar la propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021.		
Objetivo Específico		
Definir los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas.		
Variable	Conclusión	Recomendación
Productos de inversión	Se logró identificar y definir, de manera concreta, que los productos de inversión ofrecidos por el BNCR, Sucursal de Puntarenas, son las cuentas corrientes, las cuentas electrónicas, los BN ahorro programado y las inversiones; este último se divide en certificados de depósito a plazo (materializado y desmaterializado) y las inversiones a corto plazo (tradicional y tasa pactada).	Fomentar campañas publicitarias y actividades que brinden mayor conocimiento en cuanto a los productos de inversión ofrecidos por el BNCR, dado que la población con conocimiento de estos productos es poca.

Tema

“Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021”

Objetivo General

Desarrollar la propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021.

Objetivo Específico

Identificar las características que permiten determinar el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas.

Variable	Conclusión	Recomendación
Características	Las características que permiten determinar el perfil del cliente son la aversión al riesgo, los objetivos de inversión de cada persona, la experiencia o conocimiento en inversiones, el horizonte temporal que desea y la rentabilidad esperada.	Que el BNCR analice e identifique, de manera objetiva, cada una de las características presentadas por los clientes interesados en adquirir los productos de inversión, pues con base en estas se puede determinar y clasificar información sensible para la colocación de productos ofrecidos por la entidad.
Perfil del cliente	Los perfiles del cliente más comunes son el conservador, inversionista que prefiere seguridad antes que rentabilidad; el moderado, inversionista que busca un balance entre el riesgo y la rentabilidad; y el agresivo, inversionista que asume cualquier riesgo con tal de maximizar sus ganancias.	Que el BNCR evidencie al inversionista la importancia de actualizar su perfil del cliente cuando se presente una variación en sus características, puesto que, si se presenta un cambio en sus condiciones o necesidades actuales respecto del pasado, entonces podría reflejarse una variación en su perfil.

Tema

“Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021”

Objetivo General

Desarrollar la propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021.

Objetivo Específico

Elaborar un instrumento que permita determinar los productos de inversión que mejor se acoplen a cada perfil del cliente de acuerdo con las características que presentan.

Variable	Conclusión	Recomendación
Instrumento	El instrumento tendrá un efecto positivo tanto para el Banco como para sus clientes. Además, debe ser una herramienta de aplicación breve, es decir, que no requiera de un periodo prolongado, pues por lo general, el solo hecho de ser atendido en la sucursal demanda tiempo, debido a las extensas filas de clientes que requieren de los diferentes servicios ofrecidos por el Banco. Por lo tanto, si el instrumento demanda un lapso amplio para ser aplicado, el cliente se puede sentir indispuesto para completarlo.	Se recomienda al BNCR, Sucursal de Puntarenas, implementar el instrumento propuesto, el cual permite determinar el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece dicha entidad. El instrumento será fundamental para optimizar el proceso de captación de los productos de inversión mediante asesorías dirigidas y el ofrecimiento de los productos adecuados para cada cliente, según su perfil; esto permitirá que el empleado bancario cuente con la herramienta idónea para el proceso de ventas de tales productos y se obtenga como resultado clientes satisfechos.

ANEXO IV

**CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA USO Y MANEJO DE
LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN UNIVERSIDAD
TÉCNICANACIONAL
(Trabajo colectivo)**

Puntarenas
Lunes 09 de agosto de 2021

Señores/as

Vicerrectoría de Investigación
Sistema Integrado de Bibliotecas y Recursos Digitales

Estimados señores:

Nombre completo de sustentantes	Número de identificación
Jennifer López Castillo	6-0387-0728
Kimberly Ninozka Retana Carrillo	6-0444-0789
Yanel María Villalobos Oconor	6-0436-0290

Nosotras, en calidad de autoras del trabajo de graduación titulado:

“Propuesta de un instrumento que determine el perfil del cliente para los productos de inversión que ofrece el Banco Nacional de Costa Rica, Sucursal de Puntarenas, del cantón Central, distrito Primero, en el año 2021”.

El cual se presenta bajo la modalidad de:

_____ Seminario de Graduación

X Proyecto de Graduación

_____ Tesis de Graduación

Presentado en la fecha 09 de agosto de 2021, autorizamos a la Universidad Técnica Nacional, Sede del Pacífico, para que nuestro trabajo pueda ser manejado de la siguiente manera:

Autorizamos	SI	NO
Conservación de ejemplares para préstamo y consulta física en biblioteca.	X	
Inclusión en el catálogo digital del SIBIREDI (Cita catalográfica).	X	
Comunicación y divulgación a través del Repositorio Institucional.	X	
Resumen (Describe en forma breve el contenido del documento).	X	
Consulta electrónica con texto protegido.	X	
Descarga electrónica del documento en texto completo protegido	X	
Inclusión en bases de datos y sitios web que se encuentren en convenio con la Universidad Técnica Nacional contando con las mismas condiciones y limitaciones aquí establecidas.	X	

Por otra parte, declaramos que el trabajo que aquí presentamos es de plena autoría, es un esfuerzo realizado de forma conjunta, académica e intelectual, con plenos elementos de originalidad y creatividad. Garantizamos que no contiene citas, ni transcripciones de forma indebida que puedan devenir en plagio, pues se ha utilizado la normativa vigente de la American Psychological Association (APA). Las citas y transcripciones utilizadas se realizan en el marco de respeto a las obras de terceros. La responsabilidad directa en el diseño y presentación son de competencia exclusiva, por tanto, eximo de toda responsabilidad a la Universidad Técnica Nacional.

Conscientes de que las autorizaciones no reprimen nuestros derechos patrimoniales como autores del trabajo. Confiamos en que la Universidad Técnica Nacional respete y haga respetar nuestros derechos de propiedad intelectual.

Nombre del estudiante	Cédula	Firma
Jennifer López Castillo	6-0387-0728	
Kimberly Ninozka Retana Carrillo	6-0444-0789	Kimberly Retana C.
Yanel María Villalobos Oconor	6-0436-0290	Yanel Villalobos Oconor

Día: lunes 09 de agosto de 2021.