

UNIVERSIDAD HISPANOMERICANA

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Tesis para optar por el grado académico de  
Licenciatura en Administración de Negocios  
con énfasis en Gerencia

ANÁLISIS SOBRE LA EDUCACIÓN FINANCIERA DE  
LOS CLIENTES DE GRUPO MUTUAL, AGENCIA DEL  
CENTRO DE SAN JOSÉ Y PROPUESTA PARA EL  
DESARROLLO Y MEJORAMIENTO INTEGRAL DE LA  
MISMA PARA EL AÑO 2018 CON EL FIN DE MEJORAR  
SU CAPACIDAD ADQUISITIVA Y DE AHORRO

Estudiante:

Jairo Chavarría Salas

Tutor:

Lic. Yhorgo Porras Vega, MAP

Septiembre 2017

## DECLARACIÓN JURADA

Yo Jairo Chavarría Salas, mayor de edad, portador de la cédula número 1-1033-0942 egresado de la carrera de Administración de Negocios con énfasis en Gerencia de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Gerencia, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: Análisis sobre la educación financiera de los clientes del Grupo Mutual, agencia del centro de San José y propuesta para el desarrollo y mejoramiento integral de la misma para el año 2018, con el fin de mejorar su capacidad adquisitiva y de ahorro, es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público en fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los 31 días del mes de Octubre del año dos mil diecisiete.



Jairo Chavarría Salas  
Cédula 1-1033-0942

## CARTA DEL TUTOR

Heredia, 12 de Setiembre de 2017

**Señores**  
**Administración de Negocios**  
**Universidad Hispanoamericana**

Estimados señores:

El estudiante Jairo Chavarría Salas, cédula de identidad número 1-1033-0942, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“Análisis sobre la educación financiera de los clientes de Grupo Mutual, agencia del centro de San José y propuesta para el desarrollo y mejoramiento integral de la misma para el año 2018 con el fin de mejorar su capacidad adquisitiva y de ahorro”**, el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Gerencia.

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL		100%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,



**Lic. Yhorgo Porras Vega, MAP**  
**Cédula identidad N° 1-1065-0862**  
**Carné Colegio Profesional N° 015913**

## CARTA DE LECTOR

San José, 22 de octubre del 2017

**Universidad Hispanoamericana**  
**Facultad de Ciencias Económicas**

**Atención: Oficina de Registro, Recinto Heredia**

Estimados señores:

El estudiante Jairo Chavarría Salas, cedula # 1 1033 0942, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "ANÁLISIS SOBRE LA EDUCACIÓN FINANCIERA DE LOS CLIENTES DE GRUPO MUTUAL, AGENCIA DEL CENTRO DE SAN JOSÉ Y PROPUESTA PARA EL DESARROLLO Y MEJORAMIENTO INTEGRAL DE LA MISMA PARA EL AÑO 2018 CON EL FIN DE MEJORAR SU CAPACIDAD ADQUISITIVA Y DE AHORRO", el cual ha elaborado para obtener su grado de Licenciatura en Administración de Negocios, con énfasis en Gerencia.

He revisado el contenido y analizado particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y el enlace de éstos con las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. Además, verifique, que se realizaron los cambios recomendados en el proceso de lectura y quedo muy satisfecho con los mismos.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado a defensa pública.

Atentamente,



**MSc. Ronald Ortiz Ramírez**  
**Cédula 105910178**

## CARTA DE FILOLOGO

San José, 26 de octubre del 2017

**Universidad Hispanoamericana**  
**Facultad de Ciencias Económicas**

**Atención: Oficina de Registro, Recinto Heredia**


Estimados señores:

El estudiante Jairo Chavarría Salas, cedula # 1 1033 0942, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "ANÁLISIS SOBRE LA EDUCACIÓN FINANCIERA DE LOS CLIENTES DE GRUPO MUTUAL, AGENCIA DEL CENTRO DE SAN JOSÉ Y PROPUESTA PARA EL DESARROLLO Y MEJORAMIENTO INTEGRAL DE LA MISMA PARA EL AÑO 2018 CON EL FIN DE MEJORAR SU CAPACIDAD ADQUISITIVA Y DE AHORRO", el cual ha elaborado para obtener su grado de Licenciatura en Administración de Negocios, con énfasis en Gerencia.

He revisado, de acuerdo a los lineamientos de la corrección del estilo señalados por la Universidad, los aspectos de estructura gramática, acentuación, ortografía, puntuación y los vicios de dicción, que se trasladen al escrito, y he verificado que se han realizado todas las correcciones indicadas en el documento.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval listo para ser presentado oficialmente en esta Universidad

Atentamente,



Dr. Bolívar Bolaños Calvo  
Carne No. 2949  
Cédula 2-279-320  
solymisa@racsa.co.cr

## INDICE DE CONTENIDOS

Índice de gráficos.....	5
Índice de cuadros.....	6
Introducción.....	7
Justificación.....	9
<b>Capítulo I PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>11</b>
1.1 Planteamiento del problema.....	12
1.1.1 Antecedentes del problema.....	12
1.1.2 Descripción del problema.....	16
1.1.3 Justificación del problema.....	19
1.2 Redacción del problema central.....	22
1.3 Objetivos de la investigación.....	23
1.3.1 Objetivo general.....	23
1.3.2 Objetivos específicos.....	23
1.4 Alcances y limitaciones.....	24
1.4.1 Alcances.....	24
1.4.2 Limitaciones.....	24
<b>Capítulo II EL CONTEXTO HISTÓRICO Y TEÓRICO.....</b>	<b>25</b>
2.1 El contexto histórico.....	25
2.1.1 Antecedentes .....	25
2.1.2 Reseña histórica.....	45
2.1.3 Sedes regionales.....	49
2.1.4 Visión .....	49
2.1.5 Misión.....	50
2.1.6 Creencias.....	50

2.1.7 Productos y servicios.....	53
2.1.8 Competencia.....	58
2.2 Marco Teórico / Conceptual.....	61
2.2.1 Presupuesto familiar .....	61
2.2.2 Educación financiera.....	62
2.2.3 Necesidades y productos financieros.....	63
2.2.4 Metas financieras .....	64
2.2.5 Plan de ahorro .....	65
2.2.6 Cultura financiera .....	66
2.2.7 Clientes .....	66
2.2.8 Estrategias .....	67
2.2.9 Planificación .....	68
2.2.10 Formas efectivas de ahorro .....	69
2.2.11 Formas de ahorro .....	70
2.3 Hipótesis.....	71
2.4 La operacionalización de la hipótesis.....	71
<b>Capítulo III PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO.....</b>	<b>73</b>
3.1 Tipos de investigación .....	74
3.1.1 Finalidad.....	74
3.1.2 Alcance temporal .....	74
3.1.3 Marco .....	74
3.1.4 Investigación de campo.....	75
3.1.5 Carácter de la investigación.....	75
3.1.6 Naturaleza de la investigación.....	76
3.2 Sujetos y fuentes de información.....	76
3.2.1 Fuentes primarias.....	77
3.2.2 Fuentes secundarias.....	77
3.2.3 Otros tipos de fuentes (fuentes terciarias).....	78

3.2.4 Técnicas e instrumentos para recopilar información.....	78
3.2.5 Tipos de cuestionamientos.....	78
<b>Capítulo IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....</b>	<b>80</b>
4.1 Obtención de la información de la muestra.....	81
4.1.1 Contenido de las encuestas.....	82
4.2 Análisis de la información recolectada.....	83
<b>Capítulo V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>97</b>
5.1 Conclusiones.....	98
5.2 Recomendaciones.....	100
<b>Capítulo VI PROPUESTA.....</b>	<b>101</b>
6.1 Plan Integral de Educación Financiera.....	102
6.1.1 Campañas, información y capacitaciones.....	103
6.1.2 Re direccionamiento eficiente de los propósitos de ahorro.....	104
6.1.3 Asesoramiento sobre la administración de gastos.....	105
6.1.4 Asesoramiento sobre la elaboración de presupuestos.....	106
6.2 Cronograma de actividades 2018.....	108
Referencias Bibliográficas .....	110
Anexos.....	112

## INDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N° 1</b> Rango de edades de clientes encuestados.....	83
<b>Gráfico N° 2</b> Ingresos familiares mensuales de los clientes encuestados.....	84
<b>Gráfico N° 3</b> Principales tipos de gastos de los clientes encuestados.....	85
<b>Gráfico N° 4</b> Cantidad de clientes propiamente del Grupo Mutual.....	86
<b>Gráfico N° 5</b> Cantidad de clientes titulares de cuenta de ahorros.....	87
<b>Gráfico N° 6</b> Tipo de ahorro de los clientes en Grupo Mutual.....	88
<b>Gráfico N° 7</b> Frecuencia de ahorro de los clientes encuestados.....	89
<b>Gráfico N° 8</b> Finalidad de ahorro de los clientes encuestados .....	90
<b>Gráfico N° 9</b> Cantidad de dinero destinada al ahorro de clientes encuestados...	91
<b>Gráfico N° 10</b> Control de ahorros de los clientes encuestados.....	92
<b>Gráfico N° 11</b> Conocimiento financiero de los clientes encuestados.....	93
<b>Gráfico N° 12</b> Interés en formar parte de la propuesta de desarrollo integral de información financiera.....	95

## INDICE DE CUADROS

<b>Cuadro N° 1</b> Conocimiento financiero sobre temas específicos (absoluto).....	94
<b>Cuadro N° 2</b> Conocimiento financiero sobre temas específicos (relativo).....	94
<b>Cuadro N° 3</b> Cronograma de actividades para la implementación del Plan Integral de Educación Financiera para el año 2018.....	109

## INTRODUCCIÓN

En Costa Rica como en otros países los clientes cuentan con dificultades para el ahorro, crédito e inversiones. Es evidente que al no contar con una educación financiera las familias y personas aboguen por otros mecanismos para alcanzar lo que desean.

Esta es una situación que está afectando a una gran parte de las familias, ya que sus gastos son mayor a sus ingresos, lo que dificulta que no puedan optar por crédito para la compra de una vivienda o para planes de ahorro, entre ellos: estudio, vacaciones, salud, entre otros. Son cada vez más las personas que manifiestan que sus salarios o ingresos no alcanzan para cubrir sus necesidades básicas por lo cual se nota que existe una debilidad en los planes de educación financiera en el país.

Es claro que al no contar con bases de educación financiera las familias y personas busquen otros mecanismos para alcanzar lo que desean, entre ellos tarjetas de crédito, préstamos rápidos, créditos consumo, lo cual se ve reflejado en su capacidad de pago y por ende en las finanzas familiares. Este es un tema que abarcar desde la niñez, ya que se debería de concientizar a la población para que desde pequeños aprendan administrar el ahorro, los padres deberían de preocuparse en abrirles una cuenta de ahorros en una entidad bancaria o contar en su vivienda con una alcancía. En ese mismo sentido, la UNICEF como organismo de la Organización de las Naciones Unidas, la cual tiene como objetivo promover la defensa de los derechos de los niños, suplir sus necesidades básicas y contribuir a su

desarrollo, en su publicación titulada “Educación social y financiera para la infancia”, cita:

“...con la oportunidad de participar en los planes de ahorro, ya sea a través de un ahorro la educación financiera ofrece a los niños una mejor comprensión de las cuestiones financieras, enseñándoles los principios de la administración del dinero, la generación de ingresos, el ahorro y el gasto, la inversión y el crédito. Esta educación se combina a menudo individual o una cuenta de cheques, o a través de un club basado en grupos de ahorro...” [www.unicef.org](http://www.unicef.org) pág. 7, año 2013, 8:00am, 01/02/2017.

El problema que se está presentando a no contar con un educación financiera es que los porcentajes captación y el ahorro se ha debilitado, por lo cual las entidades bancarias deben de buscar mecanismos para aumentar estos indicadores, el Grupo Mutual no es la excepción, en el Centro de San José se ubican tres oficinas en puntos estratégicos de afluencia de personas los cuales se cree que han disminuido la colocación de productos, lo que impacta a nivel de empresa. Por ello, con este trabajo se buscará realizar un programa agresivo en capacitación financiera primero del personal y después de los clientes con el fin de buscar índices de rendimiento.

## JUSTIFICACIÓN

La importancia de que en edades tempranas se pueda impartir y fomentar la educación financiera es vital para el desarrollo de las personas ya que se prevé una autosuficiencia económica, se convierte en la base para obtener las metas personales propuestas, se puede utilizar como un mecanismo de defensa para resolver problemas o situaciones que se presentan en la vida cotidiana y de esta manera aporta a la economía de un país. A nivel de mundo se han creado programas para la educación financiera de niños los cuales han tenido éxito, cuyo objetivo ha sido proveer materiales a los maestros y padres que capaciten a los niños en las finanzas.

Costa Rica no cuenta con una cultura de educación financiera o programas que fomenten a nivel público o privado esta práctica. Esto ha llevado a las personas a adquirir bienes y servicios optando por altos niveles de endeudamiento, lo que repercute en la capacidad económica, de esta manera es que hoy lo transmiten a sus hijos llevándoles a adoptar las mismas prácticas y como resultado de esto se limitan a postergar sus metas al no contar con el recurso económico para lograrlo. Al considerar una población que está en un proceso de formación y adopción de hábitos, será una oportunidad para Grupo Mutual establecer convenios con empresas públicas y privadas en materia de educación financiera, como por ejemplo ser parte de los programas que algunos Ministerios Públicos. A través de estos acuerdos se podrá llegar a la mayor parte de la población de nuestro país y de esta manera se

incrementarán los índices bancarios óptimos para definir la educación financiera como parte de la cultura de Costa Rica.

Un reto que se propone en esta investigación será valorar el uso de la tecnología como redes sociales, bancas electrónicas, páginas web y medios de pago electrónicos como parte de la educación financiera que deben recibir la población, ya que a través de estos mecanismos puede significar más interesante para ellos relacionarse con una entidad financiera. Es evidente la necesidad de considerar las tendencias que marcan a las nuevas generaciones, conocer sus gustos y preferencias para direccionar de una mejor manera y de mayor provecho, los recursos que se destinen para llegar a la población.

# **CAPÍTULO I**

## **Marco Conceptual**

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1.1 Antecedentes del problema

En los últimos años en el país ha presentado problemas con la economía. Desde el año 2015 ha aumentado el costo de la vida por lo que muchas personas y empresas están perdiendo la confianza en el gobierno. Esto se puede asociar a diversos aumentos en los servicios básicos, aumento en el costo de los combustibles y cada día encontramos más caro los productos de la canasta básica. Sin dejar de lado que la economía del país se ha visto afectado por la partida de empresas a otros países que ha causado niveles de desempleo, sin duda alguna, este factor ha afectado la economía de las familias. La cifra registrada por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) sobre el desempleo durante el último trimestre del 2014 fue de 9,7%; superior al 8,1% del mismo período del 2013. Los cierres de las plantas que estaban trabajando en Costa Rica, ha producido disminución en la económica; esto afecta a las familias desde un punto de vista de sus finanzas y aspectos sociales.

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) indicó en marzo de 2015, que ha existido un aumento de los costarricenses en deudas con tarjeta de crédito, más de 1.9 tarjetahabientes reportan un saldo adeudado de 930.586 millones de colones, lo cual significa un aumento del 18% con respecto al año 2014; estos según datos suministrados al diario Nación, lo cual se evidencia que existe una mala cultura financiera. Este tipo de créditos afectan a los consumidores, ya que cuenta con altas tasas de interés, por lo cual los gastos de las personas aumentan. Otro factor es el crecimiento de créditos, una gran parte de la población cuenta con

créditos para compra de vivienda, consumo o prendario, por lo cual su capacidad de ahorro se ve delimitada.

Además si se habla del tema de ahorro, se puede indicar, que al día de hoy, no solo a nivel de entidades financieras se puede ver el efecto de la poca iniciativa en cuanto al tema del ahorro, por el contrario, es una situación que a nivel país se puede evidenciar claramente ante la poca concientización e iniciativa que se tiene desde áreas primordiales como la educación, esto conlleva a la poca o nula cultura del ahorro en la población costarricense.

Con referencia a lo anterior, ha sido evidente en los últimos estudios que se han realizado por parte del Banco Interamericano de Desarrollo, el cual destaca en su artículo:

“Ahorrar para desarrollarse: cómo América Latina y el Caribe puede ahorrar más y mejor”, se dice que Costa Rica tiene un indicador de ahorro que está por debajo de la tasa media de Latinoamérica, siendo el promedio de la región 17,5% del Producto Interno Bruto, mientras que el de Costa Rica es de 16,8%.”

[http://www.elfinancierocr.com/finanzas/Ahorro-cuentas\\_de\\_ahorro-sistema\\_financiero-bancos-inversionistas\\_0\\_1006699344.html](http://www.elfinancierocr.com/finanzas/Ahorro-cuentas_de_ahorro-sistema_financiero-bancos-inversionistas_0_1006699344.html). 06/02/17 8:00 p.m.

Es evidente que al no tener bases en educación financiera las familias y las personas aboguen por otros mecanismos para alcanzar lo que desean, en definitiva,

es un tema que a nivel nacional, por consiguiente, es relevante en su economía y en el aporte que pueda brindar a la región.

María Fernanda Cisneros publica el 17 de julio del 2016 en el periódico financiero lo siguiente:

“...los países de América Latina y el Caribe tienen dificultades para que las empresas, las familias y gobiernos aumenten el ahorro, por tal razón se afirma que la región tiene una evidente escasez de fondos lo que restringe el crecimiento y el desarrollo. Costa Rica no es la excepción a esta regla en Latinoamérica, al ser una economía basada en la capacidad de consumo y no de ahorro. La problemática nacional gira en torno a la falta de educación financiera.” (párr.1.2.5) en:

[http://www.elfinancierocr.com/finanzas/Ahorro-nacional-Costa\\_Rica-BID-Banco\\_Interamericano\\_de\\_Desarrollo-America\\_Latina\\_0\\_994100603.html](http://www.elfinancierocr.com/finanzas/Ahorro-nacional-Costa_Rica-BID-Banco_Interamericano_de_Desarrollo-America_Latina_0_994100603.html) 06/02/17  
[8:30 p.m.](#)

En efecto, no solo se trata de incentivar a los niños a ahorrar para asegurar su futuro, sino lograr que se establezca de forma integral con las bases de una educación financiera, a fin de alcanzar en cualquier país una economía basada en la capacidad de ahorro que tengan sus habitantes, para utilizar y aprovechar los recursos en pro del desarrollo.

La visita de clientes a entidades bancarias ha disminuido y existe poca información de Ministerio de Economía, Bancos, Cooperativas o Mutuales sobre programas de educación financiera; que ayuden a las personas a contar con un

producto o servicio que fomente el ahorro. A nivel nacional los entes bancarios y en específico Grupo Mutual, han realizado esfuerzos en desarrollar algunos programas de educación financiera para las familias como base de la sociedad, con el fin de implementar buenas prácticas en cuanto al uso del dinero, sin embargo, el esfuerzo debe ser constante, más agresivo y de integración de otros entes u organismos de esta forma se podrá lograr que el tema sea adoptado dentro de la cultura del país.

Los bancos públicos y privados, cooperativas y mutuales dan instrucciones a sus ejecutivos para que capten personas o empresas con fuertes cantidades de capital, ya que esto le permite cumplir más rápido con sus metas, pero no se toma en cuenta que la mayor parte de la población no se encuentra dentro de este segmento, por lo cual, utilizan otras estrategias como los canales electrónicos, afiches, promociones, redes sociales, mensajes televisivos, programas de radio, centro de llamadas, entre otros, pero no realizan publicaciones de la educación financiera que debe de contar una persona.

### **1.1.2 Descripción del problema**

#### **¿Cuáles son las consecuencias de no contar con programas de educación financiera?**

El no contar con programas de educación financiera aumenta los índices de pobreza, son cada vez más las familias que no pueden optar por comprar una vivienda digna, adquirir productos de la canasta básica y pagos de servicios públicos, ya que parte de sus ingresos están comprometidos por solicitar dinero prestado, lo que afecta en la capacidad de pago. Este mismo factor causa inseguridad ciudadana, al no contar con el dinero para cubrir sus necesidades optan por adquirir dinero fácil, como el robo, venta de drogas, estafa, marcaje, entre otros.

Otro factor es el desempleo, cada vez aumenta los ceses laborales, lo que indica que una parte de estas empresas reduzcan personal, se trasladan a otras zonas fuera del valle central, o emigran a otros países donde los servicios públicos y combustibles son más baratos. Sin dejar de lado que todos los factores mencionados anteriormente, pueden afectar la parte psicológica de la familia, ya que esto crea ambientes de depresión, angustias y causas relacionadas con la salud física.

#### **¿Cómo afecta el mal manejo de prácticas financieras en la reducción de consumo de productos?**

El planear es la mejor idea de cómo se va a utilizar el dinero, decidir si se va a gastar ahora o en el futuro. El no contar con un manejo de prácticas financieras

afecta la venta de productos en las entidades, ya que los clientes no cuentan con capacidad para la apertura una cuenta de ahorro, título de inversión o crédito, por lo cual disminuye los índices de vinculación y por ende las utilidades.

### **¿Cuál es la tendencia de utilizar el ahorro?**

En Costa Rica las personas conocen solamente las herramientas tradicionales como lo son las cuentas de ahorro e inversión, sin pleno conocimiento de las actuales, existen otros productos que pueden generar mayor rentabilidad como los fondos garantizados, sociedades de inversión y otros instrumentos. La causa de que las personas inviertan en donde menos le conviene es a raíz de que se encuentra desinformada y desconfían de las novedades. Es necesario revisar los rendimientos que nos dan los bancos, las comisiones que cobran por el manejo de cuentas, el servicio que brindan, entre otros.

### **¿Qué se conoce sobre el desarrollo de estrategias personales?**

Cada persona desea contar con un estilo de vida, como por ejemplo donde va a vivir, que vehículo va a comprar, que carrera desea estudiar, cuánto dinero va a ahorrar, por lo cual antes de tomar decisiones se debe de establecer metas para la dirección la vida. Aunque se esté manejando las finanzas en forma eficiente debe de haber una preocupación por el futuro, de forma tal, que se les dé a los hijos la mejor herencia, la educación. Debido a que las necesidades y circunstancias personales cambian la planeación financiera es una actividad para toda la vida.

### **¿Qué efecto tendría la incorporación del plan de manejo de dinero a usuarios y comunidad del Grupo Mutual Agencia de San José?**

Ayudaría a que los clientes realicen mayores inversiones en Grupo Mutual, cuenten con un presupuesto con el fin de destinar una partida para el ahorro, por lo cual esto será una ventaja a futuro para una pensión o sueño que desee alcanzar.

### **¿Qué problemas se presentan a realizar una mala distribución del dinero?**

El dinero es el medio por el cual una persona pueda medir sus transacciones y establecer sus metas financieras para ir midiendo su cumplimiento. El valor personal que consisten en ideales y creencias son importantes ya que son diferentes para todos, por ejemplo para una persona puede ser más importante comprar un vehículo que pagar por una carrera universitaria, definiendo las metas financieras que se estableció de acuerdo a sus valores. El dinero es un tema que puede generar algún tipo de problemática en relación de pareja o conflictos entre padres e hijos, las personas se sienten incómodas al conversar sobre el tema, indicar cuales son los ingresos y gastos, aprender al comunicar este tema es algo crítico en el desarrollo de planes financieros efectivos.

### 1.1.3 Justificación del Tema

Al no contar con una cultura de ahorro en general ni programas que fomenten a nivel privado o público esta práctica, ha llevado a que las personas no tengan el ahorro como medio para lograr lo que desean y opten por endeudarse y limitar su poder adquisitivo. Lamentablemente, esta forma de pensar los padres se la transmiten a los niños, limitando y postergando de cierta forma las metas propuestas, muchas veces por falta de recursos económicos. Es importante la relación que se logre plasmar en los niños en cuanto a la educación financiera y así determinar como medio para acceder a mejores condiciones de bienestar y como una herramienta que favorecerá principalmente a las familias que en cierta forma, van a poder disponer de un mejor presupuesto para ayudarse a adquirir vivienda, vehículos, educación, recreación, etc.

El tema a investigar será de gran impacto para la empresa y a su vez como un valioso aporte que se hará a la sociedad como tal, al determinar los factores motivacionales que se puede ganar si se tiene una buena educación financiera, Grupo Mutual podrá incrementar su cartera de clientes actuales y futuros con la apertura de cuentas de ahorro, dispondrá de mayor recursos para proveer a más familias necesitadas de soluciones habitacionales mejorando sus indicadores sociales y financieros. Además se podrá segmentar el mercado y direccionar mejor sus estrategias de negocios.

En ese mismo sentido mediante el acercamiento de la población a los sistemas financieros a través de instrumentos como las cuentas de ahorro, se podrá contribuir a

la reducción de la pobreza haciendo un buen uso del dinero y través del aprendizaje se logrará asociar el ahorro con el logro de objetivos.

Si hablamos un poco sobre el tema de educación financiera, es importante retomar que la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) define la educación financiera como:

“El proceso a través del cual los usuarios financieros mejoran la comprensión de los productos, conceptos y riesgo financieros, desarrollando habilidades para ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras.....” [www.IAES.es](http://www.IAES.es) pág. 5, 10/02/16, 10:00a.m.

Se puede decir que uno de los retos de la educación financiera en enseñar, cuidar y formar un patrimonio, por lo cual debe de desarrollarse en los individuos, familias y empresas; los conocimientos, capacidades y habilidades para tomar la mejor decisión. Esto es importante debido al acelerado crecimiento de los mercados y al aumento de productos financieros. En la sociedad actual las familias y personas se encuentra preocupados sobre como incrementar su patrimonio, para contar con un mejor nivel de vida, sin embargo, se deja de lado el análisis, la decisión óptima en gastar, ahorrar o invertir su dinero, por lo tanto, la educación financiera viene a ser un beneficio a nivel personal, familiar, social, entre otros.

El tema de la educación y capacidad financiera es muy crucial hoy día, pues cada vez se escuchan comentarios donde las personas indican que no pueden

ahorrar ya que cuenta con gran cantidad de gastos, otros comentan que cuentan con altos endeudamientos con las tarjetas de crédito lo que repercute en sus ingresos.

En Costa Rica según datos del Periódico la Nación, el cual publicó un artículo en 24 de mayo del 2016, indica que un estudio realizado por el MEC (Ministerio de Economía y Comercio) existen 333.000 tarjetas de crédito con corte a enero de ese año, con una deuda de 896.716 millones, por lo que se demuestra que existe debilidad en los planes de ahorro. Los expertos recomiendan que cada persona debe de ahorrar el 10% de los ingresos mensuales y buscar productos que le generen dinero, entre ellos: una apertura de una cuenta de ahorros, un certificado de ahorro a plazo o un fondo de inversión.

## **1.2 REDACCIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL**

El fin principal del trabajo es investigar lo relacionado con la educación y capacidad financiera del cliente del Grupo Mutual, Agencias del Centro San José, abarcando fuente de ingreso, edades, situación laboral, extracto social y género. Llegando a obtener resultados que puedan establecer el nivel de ahorro, capacidad de crédito y apertura de inversiones de los mismos.

Es por tanto que la formulación de la problemática se puede definir de la siguiente manera:

¿Cómo la educación y capacidad financiera podría influir en la economía y el poder adquisitivo de los clientes del Grupo Mutual, Agencias del Centro de San José?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

Analizar una posible relación existente entre la educación financiera y la capacidad adquisitiva de los clientes del Grupo Mutual de las agencias de San José, distrito Central y proponer a su vez un plan de educación financiera para brindar a los clientes en las sucursales para implementar en el año 2018.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Conocer el grado de información y conocimiento financiero de los clientes Grupo Mutual Agencia San José, con el fin de diseñar las bases para proponer técnicas de planeación, control, registros de ingresos y gastos para ayudar en las finanzas personales, fortaleciendo el poder adquisitivo.
  
- Definir metas financieras a mediano y corto plazo desarrollando estrategias financieras para alcanzarlos, posterior a analizar las necesidades y circunstancias personales que cambian la planeación financiera.
  
- Definir un plan de educación financiera flexible y la periodicidad con que va a ser realizado, para implementar en el año 2018.

## **1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES**

### **1.4.1 Alcances de la investigación**

Esta investigación se enfocará en desarrollar un plan integral que fomente la educación y capacidad financiera de los clientes de Grupo Mutual, del centro de San José, en donde el programa contenga información didáctica, herramientas y recomendaciones para esta población en todo el país, lo cual representa una gran oportunidad para la empresa en general de nuevos negocios actuales y futuros, sin embargo no implica que Grupo Mutual vaya a implementar en parte o todo de forma inmediata lo aportado.

### **1.4.2 Limitaciones de la investigación**

La profundidad de la información en los diferentes temas relacionados como el aprendizaje, costumbres y actitudes de la población a la que se dirige. Es por esto que la investigación debe identificar los aspectos relevantes para resultados más precisos y de mayor alcance para que la empresa lo pueda implementar tal y como se presenta.

# **CAPÍTULO II**

## **El contexto histórico y teórico**

## 2.1 EL CONTEXTO HISTÓRICO

### 2.1.1 Antecedentes

#### 2.1.1.1 Historia del mutualismo

Hace más de 10.000 años que los seres humanos son iguales a sí mismos. Desde entonces, sus preocupaciones esenciales han sido también las mismas, entre ellas y sobre todo en los tiempos más antiguos, el culto a los dioses y la honra a los muertos. Pero como estas dos necesidades siempre fueron sumamente costosas de atender en términos económicos, los hombres descubrieron la manera de satisfacerlas a través de la asociación.

Es de observar también que las asociaciones aparecen cuando la sociedad humana se hace extremadamente compleja, por lo cual históricamente tardan mucho en manifestarse.

Probablemente, el registro más lejano que se conoce al respecto se debe al descubrimiento del Prof. William Petrie en Kahun, una localidad de Egipto, donde a fines del siglo XIX encontró una inscripción que da cuenta de la existencia –hace más de 4.500 años– de una asociación dedicada a prestar servicios funerarios a sus miembros.

Conforme a ese texto, se sabe ahora que Senefru, hijo de Hera, soldado del faraón, tuvo una sepultura digna gracias a que su abuela y unas tías pertenecían a

una asociación de albañiles de cementerios. Esto también permite apreciar la participación de la mujer ya desde el comienzo y la organización por gremios.

Como suele suceder en el curso de la historia occidental, estas ideas pasaron de Egipto a Grecia y de allí a Roma. Así, en Grecia se conocieron tres clases de entidades: las *thiasoi*, las *eranoi* y los *orfeones*. Estas, con distintas variantes, tenían fines religiosos, sociales y económicos.

Debe destacarse el carácter democrático de estas asociaciones que admitían tanto a hombres como mujeres, de cualquier clase social, nativos o extranjeros, con la sola condición de la aprobación de sus antecedentes morales. Para su sostenimiento, dependían de las cuotas de ingreso, donaciones e intereses de inversiones y préstamos.

Ya en Roma, se conocen las asociaciones llamadas colegios, que atendían a distintos grupos sociales y profesionales y que, además de los objetivos estrictamente religiosos, se ocupaban de otras necesidades.

Los hubo de personas ricas que aspiraban a la construcción de un "*columbarium*", el equivalente del actual panteón social, y los hubo de los menos pudientes, que se conformaban con pagar a los deudos del miembro fallecido un "*funeraticum*", con el cual solventar los gastos de una sepultura. Este pago equivalía al actual subsidio por fallecimiento. Durante el Imperio, a partir del siglo III, comienza el control estatal de las mutuales.

Hubo también agrupaciones de militares, que pagaban a sus integrantes los gastos de traslados, una suma a los que eran dados de baja, socorros para los que eran destituidos y atendían también los funerales de sus miembros. Estas asociaciones romanas se sostenían con las cuotas de ingreso –en dinero y en especie- y con las cuotas mensuales. Su tipo de organización fue luego adoptado por los cristianos que ampliaron sus objetivos a la atención de los pobres, la educación de los huérfanos y el socorro a los ancianos. Ello es fácilmente comprensible, si se recuerda que el cristianismo era heredero directo de la tradición ética y solidaria del pueblo de Israel.

Asimismo, es de resaltar que desde su desarrollo en Roma estas asociaciones tomaron una organización muy semejante a la de las mutuales actuales: un cuerpo colegiado que se ocupaba de la administración; la reunión periódica de todos sus miembros, que equivalía a la asamblea de hoy; y hasta sistemas de control a cargo de los asociados, que es antecedente de la fiscalización privada contemporánea.

Bajo formas muy parecidas de organización se encuentran en la edad media asociaciones de asistencia mutua y defensa de los intereses profesionales de sus miembros. Este es el lejano antecedente de los sindicatos de hoy, con la diferencia que los gremios medievales reunían en su seno a patrones y a obreros. Estos gremios se ocuparon también de asistir a los ancianos y a los huérfanos y las viudas de sus miembros.

Como quiera que sea, la conciencia de las posibilidades que brindaba la asociación para acceder a distintos servicios, procurar amparo en las situaciones de infortunio, producir bienes para el mercado y representar y defender los intereses profesionales de sus integrantes, alcanza completo desarrollo en el siglo XIX, quedando perfectamente definidos los campos de actuación de cooperativas, mutualidades y sindicatos.

La más antigua mutual de la que se tiene conocimiento parece ser la Unión Tipográfica Italiana de Socorros Mutuos, fundada en 1728. Desde entonces, durante toda la segunda mitad del siglo XIX y comienzos del actual, se difundieron las mutuales por todo el país, nucleando a sus miembros por nacionalidades e incluso por regiones de los países de origen, también lo hicieron por gremios.

Estas entidades aparecen como una reacción positiva frente a las exigencias de luchas de las otras, más antiguas, que solo asociaban a sus compatriotas. Como comentario adicional es válido recordar que algunos autores del siglo XIX y comienzos del s. XX, divulgaban conjuntamente las ideas del cooperativismo, el mutualismo, el sindicalismo y los museos sociales. Esta agrupación no es casual.

El lugar que hoy ocupan las mutuales estaba reservado a las cofradías o hermandades y a las órdenes terciarias. De la diversidad de actividades que encaraban las cofradías da cuenta el caso de la Hermandad de la Caridad, que desde 1727 por imposición de la iglesia tenía que dar sepultura a los pobres y después se

hizo cargo del Colegio de Niñas Huérfanas, del Hospital de Mujeres y finalmente de la Casa de Niños Expósitos.

En sentido estricto la hermandad se diferencia de la cofradía por una mayor dedicación a la atención hospitalaria y por su composición mayoritariamente clerical, pero en ambos términos pueden considerarse como sinónimos. Estas entidades tenían en primer lugar finalidades diversas de carácter devocional, de asistencia espiritual y de carácter caritativo, como dar sepultura a los pobres; mientras que la ayuda mutua se expresaba en el pago de médicos o enfermeros para los hermanos enfermos, dar préstamos a interés para solventar la libertad de un hermano esclavo, o la dote de una hija, ya sea para su casamiento o para su ingreso a un convento, o financiar alguna actividad comercial o industrial.

Más adelante, se tienden a crear “sociedades de beneficencia”, mientras que es la inmigración la trae la idea del mutualismo. Las asociaciones que aparecen se vinculan más con la actividad cultural, social y política que con la asistencia social, y aparece la primera entidad de beneficencia sin vinculación con la iglesia.

Se unen la actividad asistencial con la de proselitismo político, son numerosas las asociaciones de negros, que se reunían por naciones (sus etnias de origen). Esto último se relaciona con el aumento de la inmigración y la aparición de un proletariado urbano, porque se advierte que el mutualismo aparece donde se extiende o tiene mayor arraigo la inmigración.

Las primeras asociaciones de carácter mutual tenían por objeto asistir a sus miembros en los casos de enfermedad, invalidez, temporaria o permanente, fallecimiento, cubriendo el entierro y, a veces, dando también un subsidio a la viuda y huérfanos, ayuda dineraria y asistencia legal; es decir, lo que más tarde, ya en el siglo XX, se conocería como previsión social.

Su ideario es tan fuerte y sus resultados tan beneficiosos, que las viejas sociedades africanas, adoptan fines mutualistas y de esta manera las connotaciones étnicas quedan redimensionadas a favor de la condición de trabajadores de sus miembros.

Puede hacerse una distinción entre las mutuales que tienen en cuenta la nacionalidad o el origen de sus miembros, de aquellas que tienen en cuenta su actividad profesional, con prescindencia de su origen geográfico.

Y así junto a las asociaciones españolas de socorros mutuos o las italianas, aparecen entidades identificadas como las primeras mutuales de la historia, a continuación algunos ejemplos:

- “L’Union et Secours Mutuels Capital Federal” (Francia)
- “San Crispín” (Argentina)
- “Tipográfica Bonaerense “(España)
- “Asociación Española de Socorros Mutuos Rosario (SF)” (España)
- “Unione e Benevolenza “(Italia) “

Desde entonces, las mutuales no dejaron de desarrollarse y se extendieron por todo el mundo. Entre otras causas, porque hasta bien entrado el siglo XX los únicos trabajadores que contaban con protección social y previsional eran los empleados del estado y muy pocas empresas más; el resto quedaba librado a su suerte o dependía de la protección de su mutual, hasta el extremo de que, cuando había trabajo, el ingreso a alguna empresa se decidía en función de las prestaciones que ofrecía la mutual vinculada a esa empresa.

De aquí surge también una de las diferencias entre las cooperativas y las mutuales. Las diferentes clases de asociados que caracterizan a estas, solo es explicable con coherencia si se tiene presente que las mutuales fueron concebidas para la protección del grupo familiar en las áreas de la previsión social en sentido lato.

Las cooperativas, en cambio, desde sus inicios se ocuparon de las actividades económicas, pero abordadas desde la solidaridad, porque habían tomado los criterios del mutualismo.

La mutual es creada para la ayuda mutua y la seguridad de sus miembros, de libre adhesión, con derechos igualitarios, la mutual es hasta hoy un pilar fundamental del desarrollo económico de cada país en donde existen, y en Costa Rica, no es la excepción.

### 2.1.1.2 Educación Financiera

Dar una buena educación financiera consiste en enseñar conceptos, lenguaje, productos financieros y estrategias útiles, con la finalidad de desarrollar las habilidades que se requieren en la toma de buenas decisiones, construyendo, así, el camino del éxito en las finanzas.

La educación financiera facilita las elecciones, puesto que genera las estructuras mentales necesarias para evaluar riesgos y considerar las ganancias potenciales; es decir, para saber poner en una balanza las condiciones positivas y las negativas de una situación y decidir los pasos a seguir con bases sólidas.

Por medio de la educación financiera se puede planificar el futuro, elegir los mejores instrumentos financieros y estar siempre al tanto de lo que ocurre en el mundo que nos rodea.

La educación financiera se toma en todas partes, se aprende en muchos lugares diferentes, comenzando por:

- *El hogar/la familia:* El manejo de las finanzas en la familia, se aprende tanto de manera consciente como inconsciente. La forma en que los padres y hermanos mayores manejan los aspectos económicos de sus vidas, deja una huella a los integrantes más pequeños de la familia.

Si se inculca el ahorro, el cuidado del dinero, el disfrute de sus beneficios y se habla de las decisiones financieras en familia, en la mente de los hijos se genera aprendizaje duradero. Una familia puede mantener sus finanzas sanas cuando establece comunicación entre sus miembros.

- *En la escuela:* Es el segundo lugar donde las personas aprenden a tomar sus decisiones de vida. Incluso si no se lleva una materia en específico que trate con los temas financieros, se enseña de otras formas; por ejemplo, cuando se organizan eventos para apoyar ciertas causas o cuando participan en actividades relacionadas.
- *Medios de comunicación:* Lo que se ve en televisión, escucha en radio o experimenta en Internet, condiciona también el aprendizaje financiero. Por ello, es conveniente estar al tanto de los ejemplos que los medios masivos transmiten sobre el tema.
- *Juegos.* Como sucede con la educación en general, los juegos pueden resultar muy útiles para fomentar el aprendizaje, puesto que cuando la educación financiera se integra a la vida cotidiana y se hace de una manera divertida o casual suele ser más efectiva y benéfica.

La educación financiera comienza a adquirirse desde la infancia. Es en este periodo de la vida cuando los seres humanos somos más receptivos al aprendizaje, en particular al inconsciente (que es el más duradero), por lo que resulta conveniente

dar una buena educación en cuanto al manejo de los recursos económicos a los hijos desde que son niños.

No se trata de abrumarlos con conceptos, número y términos que les resulten aburridos, por el contrario, hay que abordar esos temas de forma casual y enseñarles con el ejemplo. De nada sirve hablar de finanzas y de la necesidad de construir y cuidar el patrimonio, si se actúa de manera contraria no controlando las deudas y realizando gastos superficiales, no planeados.

Para iniciar la educación financiera desde temprano, se puede empezar por metas de ahorro más generales y demostrar que el dinero debe cuidarse y no desperdiciarse o gastarse en lo primero que se desea.

Visto desde esta perspectiva, la educación financiera es la capacidad de cómo funciona el dinero en el mundo, como una persona lo gana, administra, invierte o dona a los demás. En países como Canadá, Australia, Reino Unido, entre otros, aumentó el interés por las finanzas personales.

Desde el año 2003, la Organización para la Cooperación de Programas Económicos (OCDE) inicio con un proyecto con el objetivo de proporcionar formas para mejorar la educación financiera los cuales fueron trasladados a todo el mundo.

En Costa Rica el 14 de agosto del 2013, un grupo de 16 entidades conforman la Red Costarricense de Educación financiera, entre ellas: Grupo Mutual, Banco

Nacional, Banco de Costa Rica, Bolsa Nacional de Valores, Banco Lafise, el objetivo era analizar el comportamiento de los consumidores y el nivel de cultura.

En diciembre del 2013, en CONASSIF aprobó la Estrategia de Educación financiera, un plan para el desarrollo de seis años durante cuatro fases el cual contempla un diagnóstico de la cultura nacional financiera.

El 17 de abril del 2015 fue firmado un convenio entre las Cámara de Bancos y varias entidades del sector público, el cual permite llevar a una plataforma de educación financiera a escuelas del país.

Este acuerdo compromete a los bancos estatales, promover la apertura de cuenta de ahorro para escolares. De igual forma este convenio insta a los bancos estatales a seguir apoyando la Feria Nacional de Educación, la cual, se celebra el 31 de octubre de cada año.

#### 2.1.1.3 Planeación Financiera

Al comenzar una etapa de planeación financiera, se debe establecer la misión, es decir, lo que se quiere alcanzar y para qué. Posteriormente se definen los objetivos a largo o corto plazo, lo cual permitirá dar sentido a las actividades financieras que realizaremos.

El plan debe ser realista para aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas que se presenten en el entorno. Será necesario considerar nuestras fortalezas y debilidades, buscando a los profesionales que puedan asesorarnos.

En la elaboración del plan financiero, se debe incluir el presupuesto anual y el proyecto de ahorro e inversión. La adquisición de las diferentes pólizas de seguros para prevenir imponderables y el plan financiero a corto, mediano y largo plazo. Este último aspecto es la base para tomar decisiones en áreas como la educación, la adquisición de la vivienda o fondos para el retiro.

Considerando el sueldo o ingreso fijo se deberá definir cuál es el gasto máximo que puede cubrir con el mismo, ya que si se desea generar un ahorro y por tanto riqueza existen solo dos formas: gastar menos o buscar otras opciones de ingreso.

Otra opción para conseguir que las metas se realicen antes de ese tiempo, es generar mayores ingresos, pero conservando el mismo nivel de gastos, lo que permitirá un monto mayor para ahorro e inversión.

Para llevar a cabo una buena planeación financiera en nuestra vida influyen los factores que ya hemos mencionado, pero consideramos que la parte más importante para generar el plan, es la fijación de metas, ellas serán la guía para continuar en la dirección correcta.

El paso siguiente es que se adapte este cuadro a su situación personal, definiendo claramente, adicional a los factores mencionados, las metas financieras que le motivarán al ahorro y el interés por ser cada día un mejor inversionista.

#### 2.1.1.4 Inteligencia emocional y finanzas sanas

Es común oír hablar a las personas de si tienen ganas o no de hacer compras. Esto porque han asociado cierto sentimiento o emoción a la acción de adquirir algo, esto mismo ocurre con la administración del dinero.

Siempre se ha hecho creer que la planeación financiera tiene poco que ver con nuestras emociones, que es pura lógica, números, disciplina y principios a seguir. Es por eso mismo que muchos fallan en la organización de sus finanzas personales.

Un factor importante que se debe considerar al manejar las finanzas personales, es analizar la relación que se tiene con el dinero, y cómo se reacciona financieramente a ciertas situaciones. Cuando se descubren los motivos detrás de las decisiones financieras, será más fácil que se cree y ejecute un plan financiero que esté diseñado para cumplir las aspiraciones personales.

La Inteligencia Emocional es una buena herramienta para crear hábitos de ahorro que ayuden, sin duda, a tener unas sanas finanzas personales. Popularizada desde 1995 en el libro *Emotional Intelligence*, por el autor Daniel Goleman, se indica que la Inteligencia Emocional es la capacidad para reconocer sentimientos propios y ajenos y la habilidad para manejarlos.

A continuación se presentan situaciones que ayudan a definir cómo opera la relación con el dinero y cómo se puede aplicar la inteligencia emocional para mejorar en el control de tus gastos:

➤ *Complacencia - Vamos bien*

Cuando por fin se tiene un trabajo cuyo sueldo permite pasar con comodidad de una quincena a otra, es posible que podamos volvernos más relajados sobre nuestras finanzas y se crea que nada puede afectar nuestra situación o el flujo de dinero.

El riesgo aquí es empezar a hacer compras o compromisos hoy, tomando por sentado el salario del siguiente mes, lo que lleva a que la planeación financiera termine de cabeza. Cuando las cosas van bien, muchas veces no nos preparamos por si empiezan a ir mal y carecemos de un plan de emergencia.

**Inteligencia Emocional:** Vamos bien, pero tenemos que estar conscientes que las cosas pueden ir mal en algún momento, por eso estableceremos un fondo de emergencia que permita mantener nuestra seguridad financiera.

➤ *Celos - Si esa persona puede, nosotros también*

El ambiente laboral altamente competitivo se ha trasladado también al área de la tecnología, ropa, calzado y demás; llevándonos a desear las posesiones de la gente que nos rodea, ya sea el nuevo celular del jefe, la pantalla del vecino o el automóvil del colega, la imaginación es el límite.

El impacto de este comportamiento es que lleva a las personas a gastar más de lo que pueden pagar, y los deja en un endeudamiento que podría generarles graves problemas.

**Inteligencia Emocional:** Cuando reconocemos que nos gustaría tener tal o cual cosa, debemos hacer un análisis de si es necesario y si podemos adecuar nuestro presupuesto para adquirirlo. Si no nos alcanza hoy, será una motivación para seguir trabajando fuerte para adquirirlo en el futuro.

➤ *Vanidad - Tenemos que tenerlo primero*

Algunos caemos en la trampa de creer que merecemos más de lo que tenemos. Al creer que tenemos derecho a todo, empezamos a crear el hábito de comprar lo que sea, sin considerar si está dentro de nuestro presupuesto o no. Esto ocurre especialmente cuando hay ofertas o llega un artículo nuevo. Esta es una de las maneras más fáciles de endeudarse.

**Inteligencia Emocional:** Vamos a aplicar la regla de las dos semanas. Si en dos semanas sigo pensando que es absolutamente necesario comprarlo, entonces evaluamos nuestro presupuesto y vemos si podemos comprarlo.

➤ *Desidia – Dejamos nuestras finanzas para después*

El día no nos alcanza para hacer lo que tenemos que hacer y a veces nos gana la desidia y dejamos nuestras finanzas para después. Al dejar las cosas para el último minuto, posponemos decisiones importantes sobre la administración de nuestro dinero, con lo cual corremos el riesgo de impactar negativamente nuestro patrimonio.

La peor parte, es que uno siempre se acaba arrepintiendo, porque aun sabiendo lo que se debía hacer, no lo hicimos bien y a tiempo.

**Inteligencia Emocional:** Vamos a darle la prioridad adecuada a nuestras finanzas dentro de las actividades de nuestro día. Nos vamos a ayudar de un calendario en el que registraré todos mis pendientes y los iré cumpliendo al pie de la letra.

➤ *Temor – Nos aterra pensar en las finanzas*

Instintivamente los seres humanos nos alejamos de cualquier cosa que nos provoque dolor. Es más fácil huir que enfrentarse a un problema. Hay muchas personas que se niegan a analizar sus finanzas simplemente por miedo. Les asustan tanto los problemas de sus finanzas que nunca han hecho un esfuerzo real para resolverlo. Eventualmente, este patrón daña sus finanzas aún más.

**Inteligencia Emocional:** Sabemos que nos estamos enfrentando a una situación difícil pero huir de ella no va a resolver nada. Esto se debe resolver en algún momento y mientras antes mejor.

➤ *Flojera – Manejar mis finanzas es demasiado complicado para mí*

Aprender a administrar nuestras finanzas es un proceso que toma mucho tiempo y que requiere de esfuerzo y disciplina. Sin embargo, es mejor saber aunque sea un poco que no saber nada de finanzas personales. Al no querer informarnos nosotros

mismos sobre cómo manejar nuestro dinero, a veces acabamos preguntando a familiares o amigos que tienen menos idea que nosotros

**Inteligencia Emocional:** Administrar mejor nuestras finanzas es una tarea que nos corresponde sólo a nosotros, ya que es a nosotros a quienes afecta lo que pase con nuestro dinero.

➤ *Resentimiento – Por qué nosotros*

Hay algunas personas que no pueden soportar la presión generada por problemas financieros y a lo largo del tiempo generan un resentimiento hacia sí mismos, su situación, sus finanzas y hacia aquellas personas que no están en la misma situación. En ese estado de ánimo, se rehúsan a resolver sus problemas y tomar medidas decisivas para mejorar sus finanzas y le echan la culpa a los demás.

**Inteligencia Emocional:** Somos los responsables de nuestras finanzas. Si algo externo dañó nuestra situación, nada externo va a venir a resolverlo. Tenemos que encontrar en nuestro propio bienestar y en el de nuestra familia la motivación para mejorar nuestra situación financiera con creatividad, asertividad y disciplina.

#### 2.1.1.5 Administración financiera

La importancia del dinero en nuestra forma de vida actual ha originado que se preste mucha atención a como se administra el mismo, originando disciplinas que apoyan el estudio de la generación y gasto de los recursos que obtenemos por nuestro trabajo

diario, así como las formas de generación de ingresos financieros por medio de inversiones.

Podemos decir que las finanzas son el arte y la ciencia de la administración del dinero, por lo que la administración financiera es una disciplina que nos ayuda a planear, producir, controlar y dirigir nuestra vida económica.

### **La administración financiera en nuestra vida cotidiana**

Similar a una empresa, las familias generan y gastan recursos para conseguir un objetivo financiero y al igual que una organización con fines de lucro, en las familias deberá buscarse la maximización de la utilidad de nuestros ingresos que se verán reflejados en resultados financieros positivos, es decir, crecimiento y mayor bienestar familiar.

La administración financiera inicialmente solo se ocupó de las empresas y debido a la necesidad personal de administrar adecuadamente nuestros recursos se originó la figura del consejero o administrador financiero personal, que en muchas ocasiones se ve en la figura de un agente de seguros o un ejecutivo bancario, no obstante existen asesores dedicados especialmente a esta actividad.

### **¿En qué consiste la administración financiera?**

*Presupuestos:* En esta actividad se planea nuestra vida financiera, se fijan objetivos para compras y ahorro, se estiman nuestros ingresos, egresos y actividades para controlar los registros contables.

*Análisis de oportunidades financieras:* Es indispensable conocer las herramientas que harán que nuestro ahorro se convierta en una inversión eficiente, para lo cual debemos estar atentos a lo que el mercado financiero ofrece en esta materia, buscando el menor riesgo con la mayor utilidad.

*Manejo del dinero:* Contabilizar adecuadamente nuestros ingresos y gastos, así como analizar adecuadamente las formas de mantener un control del dinero, son opciones que se deben buscar al reunir los fondos familiares; una cuenta de cheques, una cuenta de débito o el crédito a través de una tarjeta, deberán analizarse en base a nuestra capacidad económica y objetivos financieros. La disponibilidad de fondos y maximización de intereses son las características que debemos buscar cuando se trata del manejo de nuestro dinero.

*Inversiones y activos:* Cada compra o inversión debe significar crecimiento en nuestras finanzas familiares. Se deben analizar en función de su productividad financiera, es decir comprar un bien inmueble será más productivo financieramente que adquirir un bien que pueda depreciarse en el futuro. Conocer sobre inversiones nos dará las herramientas para lograr compras de inversión redituables en el tiempo.

*Pago de impuestos:* Es indispensable conocer las características del pago de impuestos para cumplir ordenadamente nuestra contribución, aprovechando la deducibilidad de los gastos que realizamos en nuestras actividades productivas.

*Procuramiento de fondos:* Como lo mencionamos anteriormente, el manejo de nuestro dinero también debe considerar los fondos necesarios para cumplir con las obligaciones contraídas como el pago de servicios en nuestro hogar, compromisos personales, satisfactores familiares, colegiaturas y otros gastos. Realizar una buena planeación de los fondos necesarios evitará invertir nuestro dinero sin considerar estos rubros vitales para el funcionamiento de nuestra familia y evitará incumplir con nuestras obligaciones crediticias.

*Maximizar utilidades:* Este aspecto, no obstante se considera en la forma en que invertimos el ahorro, es importante enfatizar su importancia, ya que manteniéndolo como objetivo será la línea de acción que nos llevará a conseguir nuestros objetivos en el menor tiempo posible. Conocer lo relacionado a la administración de sus recursos, será siempre recomendable para lograr sus objetivos financieros.

### **2.1.2 Reseña Histórica**

Contar con vivienda digna, junto a la educación, la salud y el empleo, es una de las necesidades humanas básicas.

Sin embargo, durante los años 50 y 60, los esquemas institucionales tradicionales, exclusivamente públicos, encargados de atender el déficit habitacional

en nuestro país, enfrentaron limitaciones de carácter económico que hicieron necesaria la creación de nuevos roles para las entidades del Estado en cuanto a urbanismo, vivienda y atención de los sectores en situaciones de pobreza.

Resultado de esta transformación, durante los años 70 y 80 se produjo una mayor participación de actores privados en el desarrollo de la vivienda. Surgieron las cooperativas de vivienda, los desarrolladores privados y las asociaciones mutualistas de ahorro y préstamo.

El 21 de setiembre de 1970, nació la primera asociación mutualista de ahorro y préstamo en Costa Rica con el nombre de Mutual Cartago de Ahorro y Préstamo (Mucap) como entidad financiera de derecho privado, sin fines de lucro.

En el año 1973 es impulsada por el entonces gobernador de la Ciudad de Alajuela señor Antonio Pacheco Pérez y un grupo de representantes de la comunidad y clubes de servicio, se establece la entidad con un carácter social para coadyuvar en la solución habitacional del cantón. El 22 de octubre de ese año se da la apertura oficial de Mutual Alajuela.

Durante 15 años se mantiene operando bajo un perfil de crecimiento moderado ubicándose en el cuarto lugar en tamaño por activos. En 1988 representaba el 15% de los activos del sector mutualista.

Con la creación del Sistema Financiero Nacional para la Vivienda durante la primera administración del Doctor Oscar Arias Sánchez, se incorporan las mutuales al Sistema y se inicia el otorgamiento de bonos familiares (subsidiado por el Estado costarricense) para la construcción de casas de habitación, a familias de escasos recursos.

En 1989 y cumpliendo un plan de expansión geográfica se asumen por absorción las operaciones de la asociación mutualista Mutual Puntarenas de Ahorro y Préstamo, con oficinas en las ciudades de Puntarenas y Ciudad Nelly. Posteriormente entre los años 1990 y 1998 se abren 9 nuevas sucursales con el objeto de llevar los productos y servicios del Grupo Mutual a una vasta área del territorio nacional. A finales del año 1995, las mutuales como entidades financieras, se incorporan a la supervisión de la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF).

A partir de los años 90 se da la fusión por absorción entre Mutual Alajuela y Mutual Metropolitana y se adiciona a la cobertura geográfica las sucursales que pertenecieron a esta segunda, 8 en total y ubicadas en las siguientes ciudades: Liberia, Cañas, Tibás, Guadalupe, Hatillo, Desamparados y San José Centro.

El crecimiento geográfico de Mutual Alajuela continúa en el año 2001 cuando se da la fusión por absorción con Mutual Heredia de Ahorro y Préstamo. Por consiguiente las sucursales ubicadas en las ciudades de Heredia Centro, Santa

Bárbara, Belén y Paseo Colón pasan a formar parte de los centros de negocios de Mutual Alajuela.

A partir del año 2002 y aprovechando las oportunidades tecnológicas que implementaba la entidad, se da la apertura de 4 nuevas sucursales en las siguientes ciudades: El Roble de Puntarenas, Heredia oeste, Heredia Mall Paseo de las Flores, Avenida Central en San José y en el año 2005 se abre una Agencia en la ciudad sureña de Pérez Zeledón.

En abril del 2006, se inician conversaciones entre Mutual Alajuela y Mutual La Vivienda de Ahorro y Préstamo, para conformar una alianza estratégica entre ambas entidades y bajo ese objetivo poder brindar a los clientes una respuesta inmediata a sus necesidades financieras y habitacionales.

La fusión es aprobada por la Junta Directiva de las dos instituciones y la Superintendencia General de Entidades Financieras y el Banco Hipotecario de la Vivienda avalan la propuesta.

El 01 de diciembre del 2006 inicia formalmente sus operaciones con el nombre de GRUPO MUTUAL ALAJUELA LA VIVIENDA, ampliando su cobertura en 16 sucursales más y a partir de ese momento los clientes tienen a su disposición 50 oficinas en seis de las siete provincias del país.

Para esta fecha el Grupo Mutual cuenta con 55 sucursales, abarcando las siete provincias costarricenses, además es propietaria de cuatro empresas Subsidiarias, a saber:

- Mutual Seguros Sociedad Anónima, Sociedad Comercializadora de Seguros de todo tipo.
- Mutual Valores, Puesto de Bolsa Sociedad Anónima.
- Mutual Sociedad Administradora de Fondos de Inversión, Sociedad Anónima.
- Mutual Leasing, Sociedad Anónima.

### **2.1.3 Sedes Regionales**

Grupo Mutual dentro de su estrategia de distribución ha puesto a disposición de los clientes todos los productos y servicios a lo largo y ancho del territorio nacional, con oficinas en las 7 provincias para un total de 55 centros de negocio a disposición de los clientes y en la provincia de San José cuenta con 21 oficinas.

### **2.1.4 Visión**

“El Conglomerado Financiero estará entre las mejores alternativas en créditos hipotecarios y ofrecerá otras soluciones financieras competitivas para el desarrollo de las personas y sus negocios, a través de las creencias y la responsabilidad social empresarial.”

### **2.1.5 Misión**

“Somos un Conglomerado Financiero que fomenta la inversión y el ahorro, con el fin de proveer soluciones habitacionales y financieras para las personas, fundamentada en las creencias y responsabilidad social empresarial.”

### **2.1.6 Creencias**

Eficiencia en servicio al cliente.

- Venta proactiva: No vender por vender, sino solucionar al cliente sus necesidades de manera ágil y efectiva, según sus solicitudes y requerimientos personales, empresariales y / o laborales.
- Excelente trato al cliente: Dar al cliente una respuesta que sobre pase las expectativas, en un ambiente de atención clara, oportuna, concisa y respetuosa.
- Escucha empática: Anteponer los intereses del cliente por encima de los empresariales, en beneficio de ambos.
- Agilidad en el servicio: Brindar un tiempo de respuesta acorde con las necesidades y sobretodo sus expectativas.
- Tener un fin en mente: Visualizar los objetivos a corto, mediano y largo plazo como el horizonte por alcanzar.

## El capital humano es muy importante

- Competencia técnica y profesional: Profesionales integrados al mercado laboral, con experiencia y altos principios personales y laborales, con formación interdisciplinaria en las áreas requeridas por el cliente.
- Seguridad laboral: Instalaciones y ergonomía basadas en la comodidad y condiciones dignas y necesarias del empleado, para que puedan brindar un servicio de calidad intachable en todo aspecto.
- Gestión del talento: Oportunidades de crecimiento profesional y personal en los ámbitos de su competencia, creando un sano ambiente de motivación y superación personal.

## Los equipos de alto desempeño producen mejores resultados

- Sinergia: Compañerismo y compenetración laboral diseñados para un aumento en la calidad de servicio.
- Confianza y lealtad: Principios de confianza hacia la empresa y lealtad para con la misma, transformándose en un servicio de calidad que se muestra en el trato con la clientela.
- Afilar las sierras: Emprendimiento y mejora continua en los aspectos propios de la organización.

- Actitud ganar – ganar: Brindar soluciones integrales a las situaciones presentadas, con el fin primordial de que el cliente obtenga lo solicitado y la organización, pueda verse beneficiada con el servicio.

Todo colaborador debe de ser eficiente, ético y ofrecer un valor agregado

- Honradez y ética: Principios fundamentales y básicos en el desarrollo de las labores en los sectores bancarios y financieros.
- Ser proactivo: Actitudes de servicio pleno y creatividad en el desarrollo de soluciones.
- Mejora continua en procesos: En búsqueda permanente de maneras más eficientes de realizar las actividades requeridas y la atención de necesidades.
- Cumplir con los indicadores de medición: Objetivos previamente establecidos con el fin de dar crecimiento empresarial periodo a periodo.
- Control y cumplimiento: Seguimiento estricto a las labores realizadas con el fin de dar sostenibilidad y mejora continua a los productos y servicios.

Somos una empresa sostenible

- Responsable con el ambiente: Conscientes de la necesidad de protección del medio ambiente, para disfrute de las generaciones venideras.
- Responsable socialmente: Colaboradores con las clases menos privilegiadas, otorgando igualdad de posibilidades y oportunidades.

- Responsable en lo económico: Integridad en las operaciones económicas realizadas como parte de las operaciones empresariales.

### **2.1.7 Productos y Servicios**

- *Ahorro a la vista, Cuentas Paga Más Colones*

Cuenta de ahorros que puede ser utilizada solamente por personas mayores de 18 años y que genera una tasa de interés de mercado que se acredita quincenalmente.

- *Ahorro a la vista, Cuentas Paga Más Dólares*

Cuenta de ahorros en dólares, para personas mayores de 18 años. Con ésta cuenta se pueden realizar depósitos y retiros en cualquier oficina de Grupo Mutual.

- *Ahorro a la vista, Cuenta Comercial*

Libreta de ahorros para mayores de 18 años, por medio de la cual se pueden realizar depósitos y retiros en cualquier oficina de Grupo Mutual y que posee un gran beneficio ya que calcula los intereses diariamente y se acreditan quincenalmente. Cuenta con servicios complementarios como pago de planillas, transferencias interbancarias, débitos automáticos y órdenes de retiro.

- *Cuenta Expediente Simplificado (CES)*

Cuenta de ahorros que se abre con solo presentar el documento de identificación, lo que permite que las personas puedan tener acceso de forma ágil y sencilla a la apertura de cuentas de ahorro.

- *Ahorro a la vista, Cuenta Infantil*

Es una cuenta de ahorros a nombre de un menor de edad, comprendida entre 0 meses y 12 años de edad, son los responsables de los depósitos y retiros sus padres o representantes legales. Pertenecientes a una clase baja, medio baja y medio típico.

- *Ahorro a la vista, Cuenta Juvenil*

Es una cuenta de ahorros a nombre de jóvenes cuya edad oscila entre los 12 y 17 años, estos pueden realizar sus propios retiros y depósitos en la sección de cajas de cualquier oficina.

- *Ahorro a la vista, Cuenta Inversión*

La cuenta inversión es un tipo de ahorro a la vista, donde un depósito inicial se programa por un tiempo determinado, que va desde un mes hasta un año. De acuerdo con el plazo elegido se hará el cálculo de intereses, los cuales se acreditarán de manera mensual a la cuenta de ahorro en la fecha de inicio del contrato. Las tasas de interés serán similares a las de los certificados a plazo, tanto en colones y dólares.

- *Tarjeta de Débito Internacional*

Tarjeta de débito, por medio de la cual un cliente puede realizar compras en los comercios afiliados a la red VISA así como retiros en cajeros automáticos de las redes ATH y Visa Plus; siempre y cuando posea una cuenta de ahorros en colones.

- *Planillas Comerciales*

Servicio mediante el cual se realiza el pago de los salarios de los empleados de una empresa o institución pública a través de Mutual en línea de forma sencilla y segura al optimizar el tiempo de trabajo administrativo. Dichos pagos se realizan mediante un sistema automático que toma el dinero de la cuenta comercial de la institución o por medio de transferencia SINPE, y lo deposita en las cuentas correspondientes de los clientes.

- *Colegiaturas*

Servicio que permite a los Centros Educativos privados cobrar las mensualidades, matriculas, papelería u otros materiales que los alumnos deben pagar. Estos pagos se cancelan en la sección de cajas en cualquiera de nuestras 55 oficinas a lo largo del país o bien por medio de Mutual en Línea.

- *Cajitas de Seguridad*

Es un servicio que consiste en un grupo de cajitas de seguridad que brindan protección a los bienes más valiosos dentro de una bóveda de seguridad, donde

podrá guardar cualquier tipo de artículos y documentos de valor; tales como joyas, escrituras, letras de cambio, certificados de depósito a plazo, entre otros. Los cofres son individuales y con doble cerradura para abrir; un llavín maestro que Grupo Mutual posee la llave y un segundo llavín para el cliente que adquiere la cajita.

- *Débito Automático de Servicios*

El débito automático de servicios es un sistema gratuito que le permite de forma ágil y efectiva debitar automáticamente de una cuenta de ahorros el monto del pago de sus servicios, tales como recibo de electricidad, agua, teléfono, cuotas hipotecarias, colegiaturas, pólizas del INS suscritas por Grupo Mutual, entre otros.

- *Mutual en Línea*

Desde cualquier parte del mundo por medio de Internet, el cliente podrá utilizar la oficina virtual mutual en línea, la cual es un medio seguro, rápido, fácil y de uso gratuito donde podrá realizar transacciones como transferencias SINPE, Pago de servicios, transferencias entre cuentas, recargas celulares, revisar estados de cuenta, entre otros.

- *SINPE*

Es una plataforma tecnológica desarrollada y administrada por el BCCR, que conecta a entidades financieras e instituciones públicas del país a través de una red privada de telecomunicaciones, la cual les permite realizar la movilización electrónica de

fondos entre cuentas clientes y participar en los mercados de negociación que organiza el BCCR mediante esa plataforma.

- *Crédito para Vivienda*

Líneas de crédito con garantía hipotecaria cuya finalidad es brindar una solución habitacional para:

- Construcción en lote propio.
- Cancelación hipoteca.
- Compra de lote y construcción.
- Compra de lote.
- Compra de vivienda existente.
- Reparaciones, Ampliaciones, Mejoras.

- *Captación a Plazo*

Certificados de Depósito a Plazo (CDP), dentro de los cuales pueden identificarse los siguientes tipos:

- Contrato de participación hipotecaria (CPH): Cuenta con el respaldo en la cartera hipotecaria de Grupo Mutual.
- Certificado de Inversión Inmobiliaria (CII). Cuenta con el respaldo en los activos de Grupo Mutual.

- *Ahorro Libre – Cuenta Multiahorro*

El Multiahorro es un sistema de ahorro programado que le permite formarse una inversión mediante cuotas consecutivas que pueden ser semanales, quincenales o mensuales, durante un plazo determinado. Por medio de un contrato se establecen condiciones como plazo, tipo de ahorro, monto de la cuota y tasa de interés que va a ganar.

Grupo Mutual dentro de su estrategia de distribución ha puesto a disposición de los clientes todos los productos y servicios a lo largo y ancho del territorio nacional, con oficinas en las 7 provincias para un total de 55 centros de negocio a disposición de los clientes.

### **2.1.8 Competencia**

Entidades supervisadas por la SUGEF

- Bancos comerciales del Estado
  - Banco Crédito Agrícola de Cartago
  - Banco de Costa Rica
  - Banco Nacional de Costa Rica
- Bancos creados por leyes especiales
  - Banco Hipotecario de la Vivienda
  - Banco Popular y de Desarrollo Comunal

- Bancos privados
  - Banco BAC San José S.A.
  - Banco BCT S.A.
  - Banco Cathay de Costa Rica S.A.
  - Banco CMB (Costa Rica) S.A.
  - Banco Davivienda (Costa Rica) S.A.
  - Banco General (Costa Rica) S.A.
  - Banco Improsa S.A.
  - Banco Lafise S.A.
  - Banco Promérica de Costa Rica S.A.
  - Prival Bank (Costa Rica) S.A.
  - Scotiabank de Costa Rica S.A.
  - The Bank of Nova Scotia (Costa Rica) S.A. (Antes Banco Citibank de Costa Rica S.A.)

#### Empresas financieras no bancarias

- Financiera Cafsa S.A.
- Financiera Comeca S.A.
- Financiera Desyfin S.A.
- Financiera Credilat S.A. ES-1
- Financiera G&T Continental Costa Rica, S.A.

## Organizaciones cooperativas de ahorro y crédito

- Coocique R.L.
- Coopavegra R.L.
- Coopealianza R.L.
- Coopeamistad R.L.
- Coopeande No.1 R.L.
- Coopeaya R.L.
- Coopebanpo R.L.
- Coopecaja R.L.
- Coopecar R.L.
- Coopeco R.L.
- Coopefyl R.L.
- Coopegrecia R.L.
- Coopejudicial R.L.
- Coopelecheros R.L.
- Coopemapro R.L.
- Coopemédicos R.L.
- Coopemep R.L.
- Coopenae R.L.
- Coopesanmarcos R.L.
- Coopesanramón R.L.
- Coopeservidores R.L.
- Coopesparta R.L.

- Coopeuna R.L.
- Credecoop R.L.
- Servicoop R.L.

Entidades autorizadas del sistema financiero nacional para la vivienda

- Grupo Mutual Alajuela – La Vivienda de Ahorro y Préstamo
- Mutual Cartago de Ahorro y Préstamo

Otras entidades financieras

- Caja de Ahorro y Préstamos de la ANDE

## **2.2 Marco Teórico / Conceptual**

### **2.2.1 Presupuesto Familiar**

Se detalla los ingresos y gastos que una familia posee, con el fin de ahorrar dinero, planificar, gastar, teniendo en cuenta los riesgos financieros y acontecimientos futuros de su vida.

Según María José Aibar Ortiz, en su libro Finanzas Familiares: planificación, control y gestión, define presupuesto como:

“Documentos en que se plasman de forma ordenada y por escrito la relación de gastos e ingresos, previstos en una unidad familiar durante un periodo de tiempo determinado” pág. 6. Año 2012.

Tomando en cuenta lo anterior, para tener un buen presupuesto familiar, se debe tomar en cuenta, todos los ingresos y gastos de los miembros del núcleo familiar. De tal forma, manejar un presupuesto ordenado, tomando en cuenta la prioridad de gastos que la familia posee.

Los principales elementos de un presupuesto son:

- Elaborar un plan: este expresa lo que la administración tratara de administrar.
- Integrador: Involucra todas las áreas y actividades de la empresa.
- Coordinador: Los planes deben de ser preparados conjuntamente y en armonía.
- En términos monetarios: debe de ser expresado en unidades monetarias.
- Operacionales: La información debe de laborarse en forma detallada.
- Recursos: Debe de planearse los recursos necesarios para realizar sus planes de operación.
- Dentro de un periodo determinado.

### **2.2.2 Educación financiera**

“Proceso mediante el cual tanto los consumidores como los inversionistas financieros logran un mejor conocimiento de los diferentes productos financieros, sus riesgos y beneficios que mediante la información desarrollan habilidades para tomar la mejor decisión” OECD 2005 [www.eumed.net](http://www.eumed.net), 22-03-2017 7:15 p.m.

Para tomar una decisión financiera, ante una complejidad de productos y servicios financieros, lo mejor es conocer las distintas alternativas para gestionar correctamente el uso del dinero. El aprendizaje se centra en tres puntos:

- a. Diferencias entre los distintos gastos y adaptar el presupuesto personal a cada uno de ellos.
- b. La planificación del ahorro para gastos futuros y la elaboración de un presupuesto personal.
- c. La investigación sobre distintas estrategias de compra, comparando precios y recopilando información.

### **2.2.3 Necesidades y productos financieros**

“Las necesidades financieras van a venir condicionadas por la situación de las finanzas personales, que a su vez, estará determinada por la posición económica familiar, que vendrá influenciada por el entorno económico y las políticas públicas” (Domingo Martinez J.M, 2013, pag.8).

Los productos financieros pueden ser un contrato, un bono o un crédito que equivale a una cantidad monetaria, puede ser una inversión simple u otorgar el derecho de una propiedad. En Costa Rica las Bancos, Mutuales y Cooperativas cuentan con diferentes productos financieros para satisfacer las necesidades de los clientes. Dentro de sus características se encuentran las siguientes:

- Rentabilidad: muestra una relación entre la ganancia y los gastos de inversión.

- Riesgo: variable consustancial de los negocios, pueden haber dos tipos: riesgo de pérdida y el riesgo de insolvencia del emisor, esta se trata que puede ser que el emisor no pague la cantidad comprometida.
- Liquidez: posibilidad de vender un activo sin incurrir en grandes pérdidas.
- Maduración: El tiempo que se tarda recuperando la inversión inicial.
- Fiscalidad: Disminución de la rentabilidad por un fenómeno fiscal de las rentas generadas.

#### **2.2.4 Metas Financieras**

Según Figueroa Delgado Lo., en su artículo las Finanzas Personas define lo siguiente:

“Las metas financieras se pueden plantear como una decisión de dos escenarios posibles: la primera la podemos ver como la búsqueda de un alto nivel de vida donde poseemos variados bienes y por otro lado podemos crear nuestra propia riqueza trabajando en buscar una sostenibilidad mediante acciones propias y apoyadas en la planeación financiera” pág. 129, año 2009.

De no contar con metas financieras no se podría establecer los límites de la planeación ya que la única forma de medirlo es por medio de dinero. Estas son simples declaraciones sobre cosas que usted desearía lograr, la clave de esto es fijar metas que sean:

- Mejorables: el poder de determinar un progreso para alcanzar la meta.
- Específicas: establecer lo que se desea hacer y el tiempo a realizar.
- Tangibles: que sea medible, para conocer cuánto se ha logrado.

- Alcanzables: ser realista sin ignorar las limitaciones.
- Superables: cumplir con sus metas sin afectar sus obligaciones.

### **2.2.5 Plan de ahorro**

Según C.A. Ayala Garza. (2005) lo define de la siguiente forma:

“Es la opción de los pequeños ahorradores que no se asumen como potenciales inversionistas. Su objetivo es separar un porcentaje de su ingreso (o el que no gastaron en determinado período) hasta reunir una cantidad para satisfacer una necesidad, o bien como fondo para eventos contingentes que puedan presentarse” pág. 12, año 2005.

Podemos decir que el ahorro es una forma de separar su salario o ingreso para guardarlo para un futuro. Consiste en que las personas inviertan en forma voluntaria una parte de sus ingresos, sin dejar de lado, que puede ser una aportación voluntaria como por ejemplo un ingreso para la hora de la jubilación de las personas.

Es importante que las personas sean conscientes de las características de un plan de ahorro, debido a que deben escoger la que mejor ofrezca sus servicios, puesto que es donde depositaran su confianza.

### **2.2.6 Cultura Financiera**

“Es el dominio de habilidades, conocimientos y prácticas diarias necesario para tomar decisiones financieras con información y de una forma sensata a lo largo de la vida”

[www.finanzasparatodos.es](http://www.finanzasparatodos.es), 23/03/2017 11:17 a.m.

La mejor forma de utilizar el dinero puede ser por medio de la cultura financiera, pero nos podemos preguntar ¿Dónde podemos obtener ese conocimiento sobre cultura financiera? Pero una de las formas más asertivas para cualquier clase de cultura es a través de la lectura. En esto se puede encontrar muchas enseñanzas para las finanzas personales y negocios. Sin embargo, se debe consultar otras fuentes como lo es el uso de internet.

### **2.2.7 Clientes**

“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”

[www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html](http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html) , 23/03/17 2:24 p.m.

Desde el área empresarial podemos clasificar el cliente en dos tipos:

- Internos: son aquellas personas que laboran para la institución, los que dependen de otros empleados que le presten bienes y servicios para poder realizar el trabajo.
- Externos: comprenden a los intermediarios que tienen una directa relación con la empresa, estos son esenciales para el éxito de cualquier negocio, ya que proporcionan el flujo de ingresos a través de sus comprar, que la empresa necesita para sobrevivir.
- Conocer los niveles de satisfacción le ayuda a la empresa a desarrollar políticas y prácticas que garantizan la permanencia de estos clientes.

### **2.2.8 Estrategias**

“Es el camino que la empresa debe reconocer para alcanzar sus objetivos, toda estrategia es básicamente competitiva. Es el camino que conduce a la formulación de las estrategias adecuadas, dado a que permite considerar el posicionamiento individual de cada uno de las actividades que lo componen.”

[www.strategos.blogspot.com](http://www.strategos.blogspot.com) 23/03/17 2:50 p.m.

Michael Porter, define tres estrategias genéricas las cuales son:

- Liderazgo general en costos: esta se fundamenta en mayor productividad y posibilidad de ofrecer un precio más bajo como consecuencia de un mayor control en los costos.

- Estrategia de diferenciación: consiste en adicionar a la función básica del producto algo que sea percibido en el mercado como único y que lo diferencie de la oferta de los competidores.
- Concentración o enfoque de los especialistas: es concentrar la atención de las necesidades de un grupo particular de compradores sin pretender abastecer el mercado entero, tratando de satisfacer este nicho mejor que los competidores.

### **2.2.9 Planificación**

“Consiste en decidir con anticipación que tiene que hacerlo, como deberá hacerlo, se rige como puente entre el punto en que nos encontramos y aquel en el que queremos ir.” Murdick, Robert G. Sistemas de Información Administrativa. 2001

Esto implica un proceso de toma de decisiones, proceso de anticipación o visualizar a futuro lo deseado.

Todo negocio está siempre expuesto a ciertos riesgos o cambios imprevistos en el mercado como los son: aumento de tasas de interés, baja en la demanda, instalación de competidores cercanos o aparición de otros productos. Contar con una buena planificación obtiene los siguientes beneficios:

- Ayuda a definir hacia donde se quiere ir y cuál es la meta.
- Permite realizar rápidos ajustes si se presentan dificultades.
- Deja ver primero los errores en el papel antes que aparezcan en la realidad.

- Señala un camino lógico a seguir para llegar a ella.
- Mantiene informado de cómo se progresa del plan trazado.

### **2.2.10 Formas efectivas de ahorrar dinero**

Existen varias formas efectivas de ahorrar dinero, por lo cual para no malgastar podemos mencionar las siguientes:

- Reducir los gastos: es pensar siempre lo que se necesita y comprar lo que se requiere. El hecho de poseer muchos gastos no permite que se realice el ahorro.
- Todo debe ser planificado: por medio de la planificación se puede tener menos gastos y por ende aumentar sus ahorros, esto es sencillo, se debe escribir en una hoja lo que se desee hacer y planifique.
- Pague sus deudas: las personas no conocen en muchas veces las comisiones que se deben pagar a los bancos, se debe tratar de pagar las deudas al día para evitar futuros cobros por el no pago de las mismas.
- Haga una lista de todos los gastos del mes: con esto se puede dar prioridad a lo que realmente se necesita y no comprar por comprar.
- Buscar un monedero para monedas sobrantes: una forma efectiva para ahorrar es depositar todo lo que le sobre en un recipiente. Este no debe ser tocado por nadie y solo debe abrirse una vez por mes.

- Busque ofertas: los supermercados y tiendas tiene épocas especiales donde se tiene ofertas, éstas se deben aprovechar para ahorro de dinero.
- Si tiene carro el combustible es un gasto muy fuerte: este es un gasto recurrente en el que todo conductor se ve afectado, por ende para ahorrar dinero debe ahorra gasolina, obteniendo rutas menos congestionadas y no acelerar innecesariamente su carro.
- Cuide y guarde sus ingresos extras: los ingresos que llegan por medio de bonos o premios son muy buenos y fáciles de gastar. Por lo cual, si lo que se desea es ahorrar se debe de guardar y utilizar en momentos de emergencia.
- Venda sus cosas sin uso: todo lo que ya no se use y este en buen estado es perfecto para vender si desea conseguir un dinero extra. Él mismo debe ser usado para pagar deudas o bien para ahorrarlo.
- Encierre todas sus tarjetas de crédito: cuando se utilizan tarjetas de crédito es muy fácil incurrir en un gasto que no sea necesario.

### **2.2.11 Formas de ahorro**

Formas tradicionales de ahorro:

Según C.A. Ayala Garza. (2005) lo define de la siguiente forma:

“Los productos de ahorro e inversiones tradicionales de la banca son las cuentas de ahorro y cheques así como los certificados de depósitos y los pagarés con

rendimiento liquidable al vencimiento. Estos últimos mejor conocidos como inversiones a plazos o simplemente pagares.” 23/03/17 4:46 p.m.

El ahorro es una parte del ingreso que permanece después del consumo, mientras que la inversión son los recursos canalizados para obtener ganancias. Las personas en algún momento cuentan con algún temor de realizar una inversión, por lo cual, se detalla cada uno de las posibles inversiones:

- Cuenta de ahorros: el objetivo es separar un porcentaje de su ingreso hasta reunir una cantidad para satisfacer una necesidad, o bien un fondo para una situación que se presente. El rendimiento es simbólico, pero al menos, es suficiente para que el banco se cobre los servicios de administración.
- Cuenta de inversión: son certificados de participación inmobiliaria, rinde mejores rendimientos y cuentan con todo el respaldo.
- Entre otras.

## **2.3 Hipótesis**

Las personas con poco conocimiento en programas de educación financiera mantienen problemas económicos.

## **2.4 La operacionalización de la hipótesis**

Para la investigación se trabaja con la hipótesis descriptiva, según se define:

“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p.91). Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio (2014), *Metodología de la Investigación*. Quinta Edición. McGraw-Hill Interamericana S.A. México

A través del diseño de la encuesta se considera que se obtendrán resultados del grupo de estudio, así como sus características y perfiles para desarrollar la estrategia necesaria.

<b>Concepto</b>	<b>Indicador</b>	<b>Escala</b>	<b>Instrumento de medición</b>
Educación Financiera	Desarrollo Adquirir consumo Toma de decisiones financieras Desenvolver Habilidades	Cuestionario	Encuesta
Manero de Finanzas Personales	Egresos Ingresos Ahorros Inversiones Deudas	Cuestionario	Encuesta
Presupuesto Familiar	Ingresos Gastos	Cuestionario	Encuesta

# **CAPÍTULO III**

## **Procedimiento Metodológico**

## **3.1 Tipos de Investigación**

### **3.1.1 Finalidad**

La investigación se está realizando con una finalidad mixta, donde se explicará y se diseñará un plan a los clientes de Grupo Mutual, donde se recomendarán hábitos para llevar sus finanzas al día, contar con un ahorro en caso de alguna enfermedad, plan de estudios, compra de vehículo o simplemente contar con el dinero para alguna emergencia.

### **3.1.2 Alcance Temporal**

Se ejecutará transversalmente ya que lo que se interesa es investigar lo que está pasando con la educación financiera en el periodo 2017.

### **3.1.3 Marco**

Lo mega de la investigación es el conocimiento que tiene la población del país de la educación financiera y planes de ahorro. Lo macro es conocer a nivel del sector de San José los planes de educación financiera. Lo micro sería realizar la investigación en las Agencias del Grupo Mutual del Centro de San José. Sin embargo solo se va a investigar la educación y capacidad financiera de clientes del Grupo Mutual Agencias del Centro de San José.

### 3.1.4 Investigación de campo

La investigación es de campo ya que se estará extrayendo la información por medio de entrevistas y encuestas con el fin de dar respuesta al problema.

### 3.1.5 Carácter de la investigación

#### a. Descriptivo

Tal y como lo señalan Hernández, Fernández y Baptista (2014):

**“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.”**(p.91).

Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio (2014), *Metodología de la Investigación*. Quinta Edición. McGraw-Hill Interamericana S.A. México

A través del diseño de la encuesta se considera que se obtendrán resultados del grupo de estudio, así como sus características y perfiles para desarrollar la estrategia necesaria.

#### b. Exploratorio

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), señala:

**“Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o**

**no se ha abordado antes.”** (p.91). Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio (2014), *Metodología de la Investigación*. Quinta Edición. McGraw-Hill Interamericana S.A. México.

Por lo tanto, el presente proyecto de investigación brindará información y estrategias que se puedan utilizar en adelante para cualquier entidad financiera o ente público relacionado con estos temas.

### **3.1.6 Naturaleza de la investigación**

La investigación por realizar será cualitativa en aras de determinar los factores de éxito que estimulen la educación financiera, se fundamentará principalmente en dos elementos el primero en la recolección y análisis de la información que a través de una encuesta y el segundo en la elaboración e interpretación de los datos que se obtendrá a partir de la percepción de los clientes.

## **3.2 Sujetos y fuentes de información**

En la investigación se estaría realizando entrevista a personas que cuenta con criterios en temas de educación financiera y conocimiento de productos de ahorro en productos en el Grupo Mutual:

- Msc. Johnny González Garita, Director de Ventas del Grupo Mutual.
- Lic. Oscar Soto, Director de Mercadeo
- Lic. Luis Alfonso Ramírez, Encargado de Comercialización.

- Lic. Ivannia Sibaja Sandi, Directora de Regiones
- Lic. Fabio Alvarado, Director de Región 1
- Clientes del Grupo Mutual, del Centro de San José

### **3.2.1 Fuentes primarias**

- a. Respuesta extraída a expertos en la materia, son los conocedores de la colocación de productos y han realizado análisis de la situación financiera que presenta el país.
- b. Encuestas realizadas a una muestra de clientes sobre el conocimientos de planes de educación financiera
- c. Listado de vinculación de productos que mantiene el Grupo Mutual en los Centros de Negocios de Centro de San José, suministrados por el departamento de comercialización de productos.
- d. Procedimiento para la apertura de productos de ahorros, con la autorización de la Dirección de Regiones del Grupo Mutual

### **3.2.2 Fuentes secundarias**

Artículos electrónicos, revistas y libros acerca de la educación financiera. Se investigará artículos del periódico el Financiero y revistas de actualidad económica. Adicionalmente se revisará en libros de la Universidad conceptos de sistema de

ahorros y educación financiera, temas de cómo realizar un presupuesto, impacto que tiene para un familia contar con planes de educación financiera, entre otros.

### **3.2.3 Otros tipos de fuentes (fuentes Terciarias)**

Artículo publicados por centros de investigación sobre temas de como contar con un modelo de educación financiera y como se ha desarrollado para mejorar el sistema económico de las personas.

### **3.2.4 Técnicas e Instrumentos para recopilar información**

Encuesta: Se estará trabajando la técnica de encuesta de preguntas abiertas y cerradas. Se estarán redactando un total de 8 preguntas, a las que la muestra de 100 personas deberá contestar anónimamente sobre aspectos económicos, sociales, financieros, etc.

Ésta técnica se va a realizar con el fin de que una muestra de clientes de la Mutual indique si cuenta con planes de ahorro, elaboración de presupuesto familiar, si conocen que porcentaje de sus ingresos debe de ahorrar, si conocen productos financieros de la entidad, entre otros.

### **3.2.5 Tipos de cuestionamientos**

Se clasificaron las distintas preguntas realizadas en tres categorías básicas: preguntas de introducción, preguntas de transición y preguntas clave, con el fin de obtener la mayor cantidad posible de información financiera, utilizando la técnica de la

“confianza de avance”, misma que es utilizada en ocasiones por vendedores de seguros médicos, tarjetas de crédito o productos financieros que requieran algún tipo de inversión inicial, sin obtener rendimientos o resultados inmediatos.

# **CAPÍTULO IV**

## **Análisis e interpretación de datos**

En el presente capítulo se van a desarrollar los objetivos específicos que se plantearon en la presente investigación, con el fin de definir a cada uno de ellos una delimitación de resultados.

#### **4.1 Obtención de la información a la muestra**

Según lo indicado en la presente investigación, específicamente en el primer objetivo específico, el mismo se detalla como **“Conocer el grado de información de los clientes Grupo Mutual Agencia San José, con el fin de diseñar las bases para proponer técnicas de planeación, control, registros de ingresos y gastos para ayudar en las finanzas personales, fortaleciendo el poder adquisitivo”** por lo que primeramente se realizaron una serie de estrategias de recolección de material estadístico referente a la comprensión de diferentes productos financieros actuales, así como sobre cultura financiera.

Se realizó un análisis de los resultados obtenidos de los métodos aplicados en la investigación como lo son las encuestas con el fin de extraer la mejor información y recomendaciones para la propuesta de técnicas de planeación, control, registros de ingresos y gastos para ayudar en las finanzas personales y fortalecer el poder adquisitivo.

### **4.1.1 Contenido de las encuestas**

Mediante el contenido de la encuesta se pretende identificar el grado de conocimiento en materia económica – financiera de la muestra de clientes analizada, con el fin de determinar las costumbres de gasto, inversión, ahorro, etc. Asimismo basado en los datos obtenidos, se pretende delimitar las bases para la propuesta del Plan de Educación Financiera contenido en la presente investigación.

#### **4.1.1.1 Preguntas de introducción**

Preguntas realizadas a los participantes donde los mismos aportaron datos básicos como edad, estado civil, sexo, lugar de residencia, ingreso promedio, etc. lo que nos dará una base de estudio sobre el segmento de mercado que acude a la sucursal del Grupo Mutual.

#### **4.1.1.2 Preguntas de transición**

Este segmento de preguntas ahondó un poco más en el grado de conocimiento financiero actual del encuestado, sea básico o intermedio, lo que permite de alguna manera empezar a relacionar si el mismo tiene algún tipo de inherencia en el poder adquisitivo de la muestra en investigación.

#### **4.1.1.3 Preguntas claves**

Estas preguntas son muy específicas y exploratorias, incluso algunas, hasta con cierto grado de invasivas, sobre la situación económica del encuestado, activos, deudas, inversiones, problemas financieros (como individuo o como núcleo familiar),

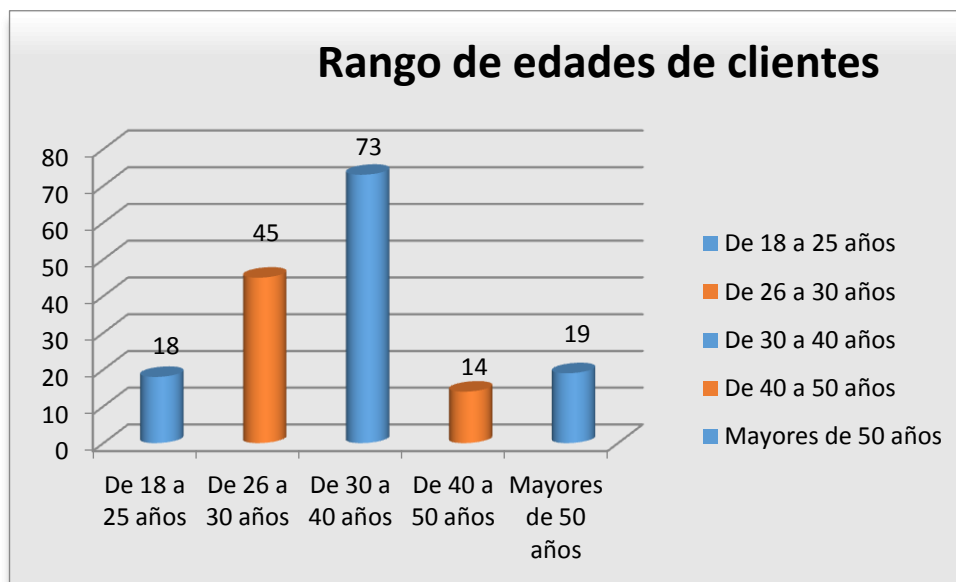
lo cual sienta las bases para determinar las necesidades que deben ser cubiertas por la propuesta del plan de educación financiera flexible y periódico que se proyecta.

## 4.2 Análisis de la información recolectada

Los datos más relevantes obtenidos para realizar el análisis fueron los siguientes:

Se elaboraron y aplicaron 169 encuestas aleatorias a diferentes personas, hombres y mujeres mayores de edad, que visitaron las oficinas de Grupo Mutual en San José Centro, en el periodo comprendido entre el 01 y el 31 de marzo del 2017 que fueron completadas de forma escrita y obteniendo los siguientes resultados:

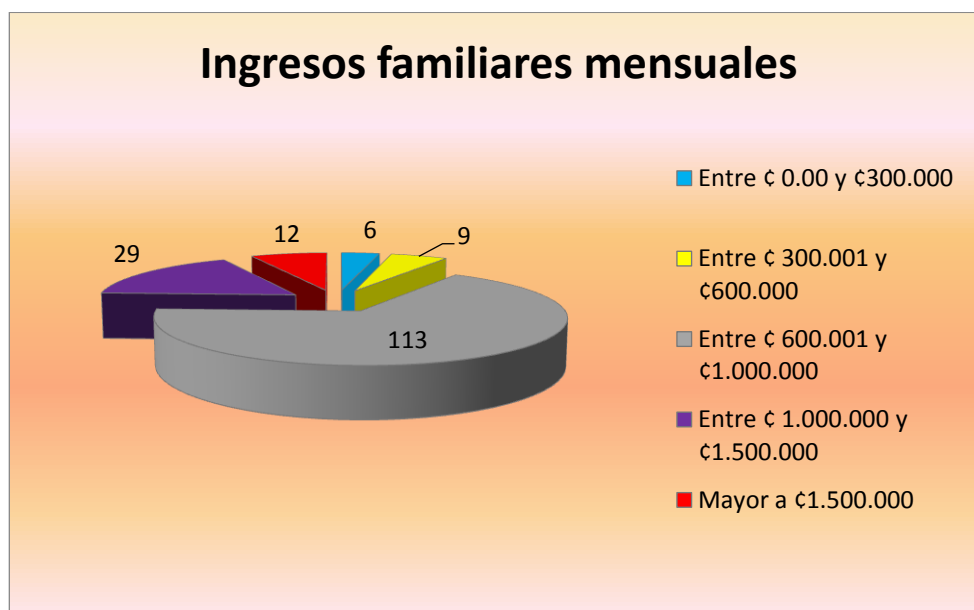
**Gráfico N° 1 Rango de edades de clientes encuestados  
Oficinas de Grupo Mutual en San José  
Marzo 2017**



Fuente: Elaboración propia

El rango de las edades de los clientes encuestados oscila entre los 18 años y los 71 años, siendo el mayor rango, los clientes con edades entre los 30 y 40 años de edad, lo que muestra la diversidad de edad que visitan las sucursales.

**Gráfico N° 2 Ingresos familiares mensuales de los clientes encuestados  
Oficinas de Grupo Mutual en San José  
Marzo 2017**



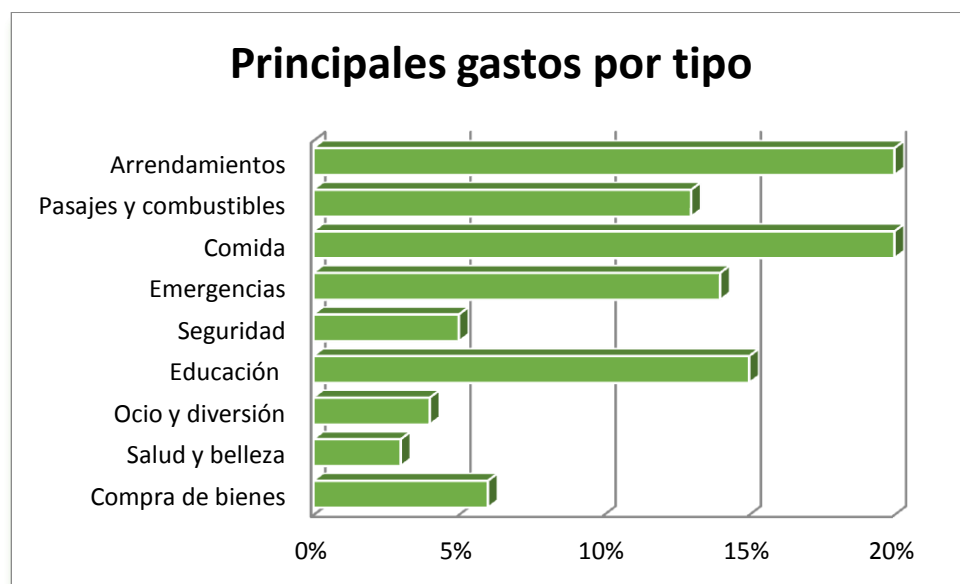
Fuente: Elaboración propia

Se pudo investigar acerca de los rangos de ingresos familiares mensuales ostentados por los entrevistados, arrojando como resultado que los ingresos familiares de la muestra, que tiene mayor peso es el rango que se encuentra entre los ¢600.001,00 y ¢1.000.000,00, basado en el ingreso promedio familiar.

Para efectos de la investigación no se ha tomado en cuenta el grado de escolaridad de los encuestados, lo cual para nadie es secreto, es un incidente muy

significativo, en el tanto que se ha podido determinar que en la mayoría de las ocasiones, a mayor escolaridad mayos ingresos por conceptos de remuneraciones, en el caso de los asalariados.

**Gráfico N° 3 Principales tipos de gastos de los clientes encuestados  
Oficinas de Grupo Mutual en San José  
Marzo 2017**



Fuente: Elaboración propia

Del total de personas encuestadas, se determinaron las principales aplicaciones de gasto que realizan, lo cual nos da como resultado que los gastos más significativos son los que se realizan en las áreas de alquileres y arrendamientos de vivienda, compra de comidas y víveres, educación, emergencias varias y pago de pasajes y combustibles.

Lo anterior da a entender que la muestra encuestada es un reflejo de la actualidad económica del país, donde los costarricenses realizan sus gastos y

erogaciones en aplicaciones netamente operativas y cotidianas (supervivencia), para lo cual los rubros más importantes tienen que ver con vivienda, alimentación y vestido, además de transporte y educación.

**Gráfico N° 4 Cantidad de clientes propiamente del Grupo Mutual  
Oficinas de Grupo Mutual en San José  
Marzo 2017**



Fuente: Elaboración propia

Del total de personas que visitaron las oficinas antes mencionadas, un 93% manifestaron ser clientes de Grupo Mutual, es decir poseen algún producto que no necesariamente es una cuenta de ahorro, sino cualquiera de los productos o servicios otorgados por el Grupo Mutual, en cualquiera de sus sucursales. El otro 7% manifestó no ser cliente ocasional del Grupo, sin embargo se encontraba realizando gestiones comerciales en la entidad al momento de la encuesta.

La idea de esta medición es ir denotando cual podría ser el beneficio de realizar la propuesta de planificación para el desarrollo y mejoramiento integral de las costumbres de gasto y ahorro de los clientes del Grupo Mutual como tal, integrando la propuesta y dirigiéndola al beneficio comercial de la organización.

**Gráfico N° 5 Cantidad de clientes titulares de cuenta de ahorros  
Oficinas de Grupo Mutual en San José  
Marzo 2017**



Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestados que indicaron que sí eran clientes de Grupo Mutual, el mismo porcentaje posee una cuenta de ahorros vinculada.

El cuestionamiento o solicitud de información anterior, se realizó con la intención de revisar el grado de los encuestados que sí pertenecen a la clientela

regular, que podrían verse beneficiados con la propuesta realizada en el presente trabajo de investigación.

En el mismo se pretende optimizar las formas, costumbres y mecanismos de ahorro por parte de la muestra encuestada, con la finalidad de maximizar su potencial referente al poder adquisitivo.

**Gráfico N° 6 Tipo de ahorro de los clientes en Grupo Mutual  
Oficinas de Grupo Mutual en San José  
Marzo 2017**



Fuente: Elaboración propia

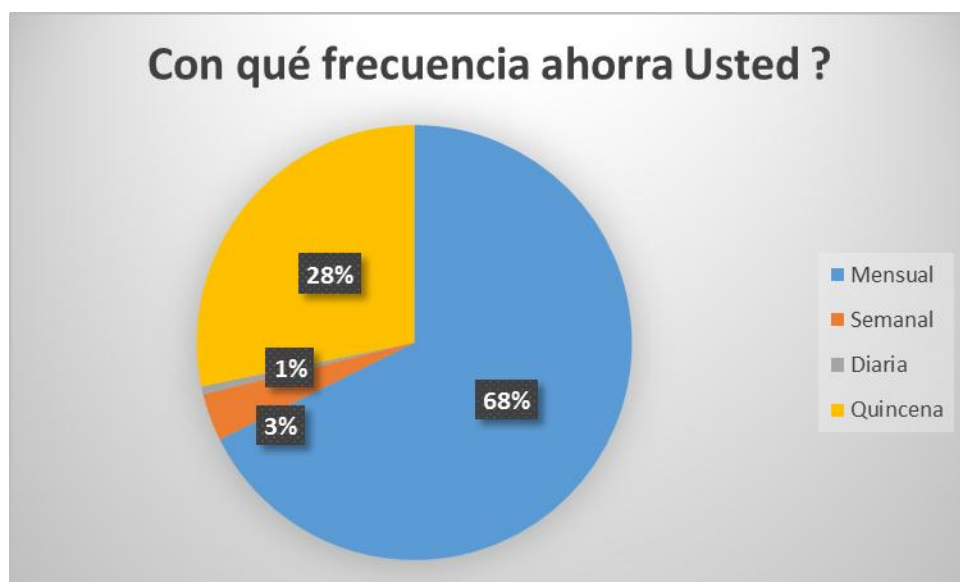
Dentro de los diferentes tipos de ahorro o productos que ofrece Grupo Mutual, del total de población encuestada, 139 personas indicaron tener una cuenta de ahorro “Paga más colones”, la cual es a la vista, seguido 78 personas con otro producto de ahorro a la vista llamado “Cuenta Comercial” y 72 personas con una “Cuenta

multiahorro” productos que ofrecen beneficios diferentes en cuanto a la tasa de interés.

Esta última es una cuenta de ahorro programado, la cual permite establecer diferentes plazos y montos según el propósito del cliente. Otras cuentas que se mencionan son ahorro a la vista en dólares y cuenta inversión.

Podemos mencionar que varios de los clientes encuestados poseen uno o más productos de ahorro de los indicados anteriormente, por lo que el dato supera los 169 encuestados.

**Gráfico N° 7 Frecuencia de ahorro de los clientes encuestados  
Oficinas de Grupo Mutual en San José  
Marzo 2017**



Fuente: Elaboración propia

El mayor porcentaje lo constituyen los que tienen la posibilidad de ahorrar de forma mensual correspondiente a un 68%, luego un 28% manifiesta ahorrar de forma quincenal, éstos como los más representativos en los diferentes productos de ahorro que poseen.

Lo anterior puede denotar que la periodicidad mensual indica que la costumbre del cliente y el costarricense como tal, no es dar prioridad a los ahorros, una vez que los ha obtenido quincenalmente.

**Gráfico N° 8 Finalidad de ahorro de los clientes encuestados  
Oficinas de Grupo Mutual en San José  
Marzo 2017**

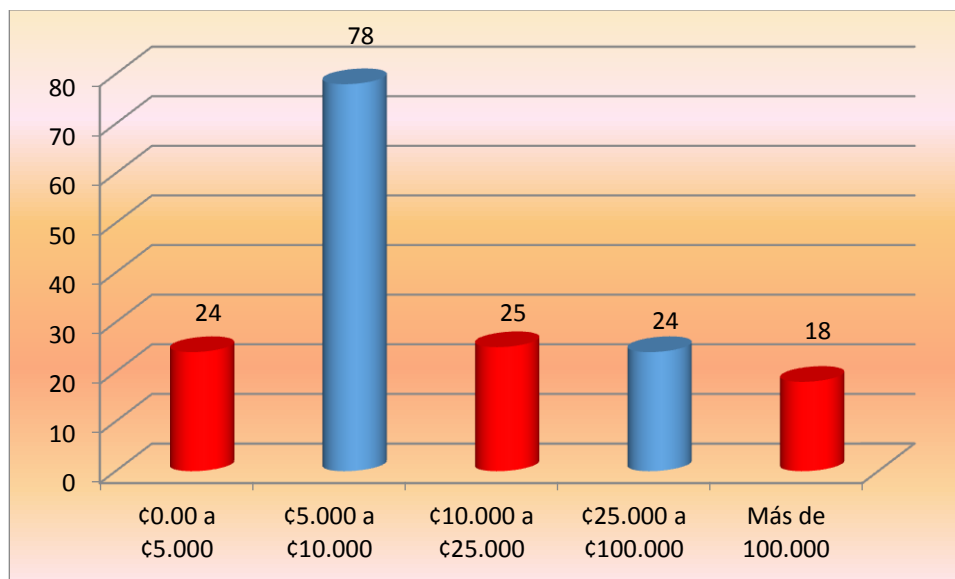


Fuente: Elaboración propia

Los propósitos de ahorro para emergencia, salud, educación y seguridad son los que más se valoran dentro del estudio, seguidos por el ahorro para obtener una vivienda y en menor grado de importancia destinan sus ahorros para compras de bienes u otros.

De lo anterior se podría preliminarmente concluir que el costarricense promedio está regularmente preparado para una erogación económica emergente e imprevisible.

**Gráfico N° 9 Cantidad de dinero destinada al ahorro de clientes encuestados  
Oficinas de Grupo Mutual en San José  
Marzo 2017**



Fuente: Elaboración propia

De los rangos de montos de dinero indicados que podrían ahorrar los encuestados, 78 personas como mayoría manifestaron que regularmente destinan

entre ¢5,000.00 y ¢10,000.00 al mes, independientemente de la periodicidad con que lo hagan.

El resto de los encuestados en proporciones muy similares destinan otros montos de dinero para el ahorro sean mayores o menores al que obtuvo mayor inclinación.

**Gráfico N° 10 Control de ahorros de los clientes encuestados  
Oficinas de Grupo Mutual en San José  
Marzo 2017**

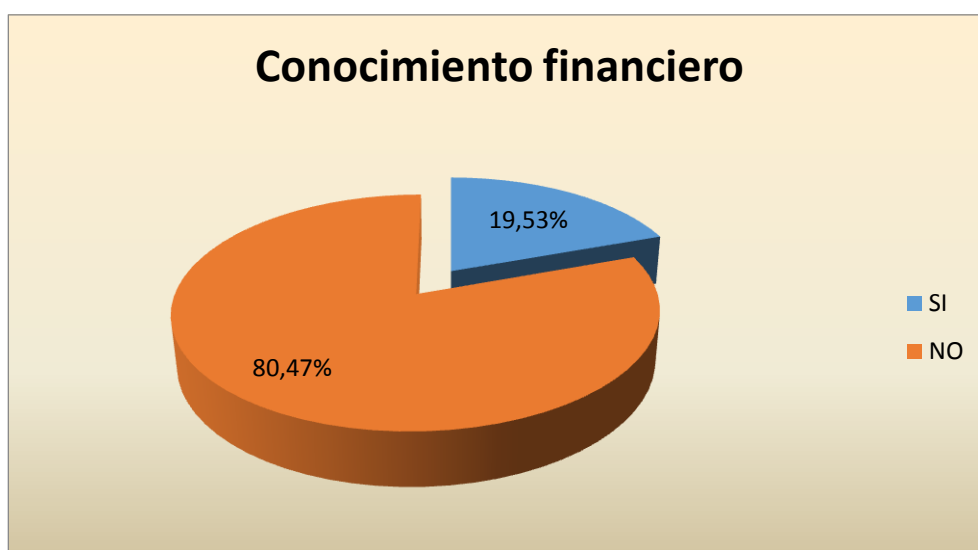


Fuente: Elaboración propia

Dentro de las diferentes opciones que se brindan para control de los ahorros, la opción de la consulta a través de la página de Internet es la más usada así lo indican 109 de los encuestados, seguido por 60 personas quienes prefieren hacerlo a través del aplicativo móvil.

El resto de las personas lo hacen por otros medios como visita a agencias, estados de cuentas impresos y libretas en porcentajes mucho menos representativos, como las más utilizadas para llevar a cabo el control de los ahorros realizados.

**Gráfico N° 11 Conocimiento financiero de los clientes encuestados  
Oficinas de Grupo Mutual en San José  
Marzo 2017**



Fuente: Elaboración propia

Se realizó la consulta a los encuestados, indicando si de alguna forma los mismos poseen algún tipo de conocimiento de tipo financiero, ya sea por estudios, experiencia, apoyo de personas de confianza, etc.

Lo anterior arrojó como resultado que un 80,47% no posee conocimiento sobre temas o áreas financieras más que lo básico, por otro lado el restante 19,53% indicó

si tener estudios, experiencia o apoyo de allegados que los ayudan con dichos temas, como una guía para la toma de decisiones.

**Cuadro N° 1 Conocimiento financiero sobre temas específicos (absoluto)**  
**Oficinas de Grupo Mutual en San José**  
**Marzo 2017**

<b>Tema / Tópico</b>	<b>Nada</b>	<b>Casi nada</b>	<b>Algo</b>	<b>Bastante</b>	<b>Mucho</b>	<b>Total</b>
Manejo de tarjetas de crédito	18	27	23	80	21	<b>169</b>
Manejo de créditos	0	1	6	50	112	<b>169</b>
Inversiones temporales	32	33	8	31	65	<b>169</b>
Uso y características de chequeras	56	18	15	63	17	<b>169</b>
Fondos de inversión	112	40	6	8	3	<b>169</b>
Especulación y tipos de cambio	101	29	10	14	15	<b>169</b>
Cálculo de intereses tarjetas	48	42	36	25	18	<b>169</b>
Cálculo de intereses créditos	10	1	6	42	110	<b>169</b>
Moneda extranjera	125	18	1	23	2	<b>169</b>
Fideicomisos	156	8	3	2	0	<b>169</b>

Fuente: Elaboración propia

**Cuadro N° 2 Conocimiento financiero sobre temas específicos (relativo)**  
**Oficinas de Grupo Mutual en San José**  
**Marzo 2017**

<b>Tema / Tópico</b>	<b>Nada</b>	<b>Casi nada</b>	<b>Algo</b>	<b>Bastante</b>	<b>Mucho</b>	<b>Total</b>
Manejo de tarjetas de crédito	10,65%	15,97%	13,60%	47,33%	12,42%	<b>169</b>
Manejo de créditos	0,00%	0,59%	3,55%	29,58%	66,27%	<b>169</b>
Inversiones temporales	18,93%	19,52%	4,73%	18,34%	38,46%	<b>169</b>
Uso y características de chequeras	33,13%	10,65%	8,87%	37,27%	10,05%	<b>169</b>
Fondos de inversión	66,27%	23,66%	3,55%	4,73%	1,77%	<b>169</b>
Especulación y tipos de cambio	59,76%	17,15%	5,91%	8,28%	8,87%	<b>169</b>
Cálculo de intereses tarjetas	28,40%	24,85%	21,30%	14,79%	10,65%	<b>169</b>
Cálculo de intereses créditos	5,91%	0,59%	3,55%	24,85%	65,08%	<b>169</b>
Moneda extranjera	73,96%	10,65%	0,59%	13,60%	1,18%	<b>169</b>
Fideicomisos	92,30%	4,73%	1,77%	1,18%	0,00%	<b>169</b>

Fuente: Elaboración propia

Se realizaron consultas a los encuestados acerca del conocimiento en temas básicos de gestión bancaria, con el fin de determinar de alguna forma, el conocimiento que puedan tener sobre los mismos, con la finalidad de determinar la relación existente entre la capacidad adquisitiva y de ahorros y el conocimiento en dichos temas.

**Gráfico N° 12 Interés en formar parte de la propuesta de desarrollo integral de información financiera  
Oficinas de Grupo Mutual en San José  
Marzo 2017**



Fuente: Elaboración propia

Finalmente se consultó a los encuestados sobre el interés que tendrían en formar parte de una estrategia para el desarrollo y mejoramiento integral de la educación financiera, con el fin de apoyar la capacidad adquisitiva y fomentar la del ahorro.

Una vez que se ha realizado el análisis de la información, se ha llegado a varias conclusiones de índole analítico, mismas que serán presentadas a en el siguiente capítulo.

# **CAPÍTULO V**

## **Conclusiones y Recomendaciones**

En el presente capítulo se indican los datos más relevantes y recomendaciones que se consideran se puedan llevar a cabo con el fin de diseñar la propuesta para el desarrollo y mejoramiento integral de la capacidad adquisitiva y de ahorro de los clientes del Grupo Mutual en general, basados en una muestra significativa de la clientela atendida durante todo el mes en la Agencia de San José, Cantón Central mediante los diferentes métodos de investigación y el análisis realizado.

## **5.1 Conclusiones**

- ✓ Existen ciertos factores que denotan que los clientes que se analizaron como muestra de la presente investigación tienen cierto conocimiento financiero sobre temas relacionados con posibles índices de endeudamiento y su propensión, tal es el caso del conocimiento que tienen sobre créditos y sus tasas de interés, de la misma manera pero inversamente, se carece de conocimiento en temas relacionados con oportunidades de negocio, inversión o utilidad, como sistemas de ahorros, conocimiento de moneda extranjera, fideicomisos, inversiones temporales, entre otras.
  
- ✓ Se determinó que el cliente promedio estaría interesado en fortalecer sus conocimientos en áreas financieras básicas, con el fin de sanear sus finanzas personales y de familia.

- ✓ Los principales propósitos de ahorro de la muestra encuestada son para emergencias, salud, educación y seguridad, seguidos por el ahorro para obtener una vivienda y en menor grado de importancia destinan sus ahorros para compras de bienes u otros.
  
- ✓ Se determinó que los principales gastos del cliente promedio se realizan en las áreas de alquileres y arrendamientos de vivienda, compra de comidas y víveres, educación, emergencias varias y pago de pasajes y combustibles, lo que da como resultado que la mayor parte de los ingresos va a gastos operativos o “de supervivencia”.
  
- ✓ Se determina con base en la muestra analizada que no es una costumbre del cliente promedio la cultura del ahorro, por lo que en datos relativos, se ahorra como máximo un 1% de los ingresos recibidos.

## 5.2 Recomendaciones

Con base en las conclusiones obtenidas del presente estudio, se procede a realizar una serie de recomendaciones que a criterio del autor de la presente investigación, apoyarían los puntos fuertes analizados de la muestra evaluada, asimismo crearía oportunidades de mejora para los puntos débiles evaluados y evidenciados del presente estudio, mismas que a continuación se detallan:

- ✓ Potencializar mediante campañas, información y capacitaciones subsidiadas o gratuitas, la educación financiera básica, con el fin de que el cliente promedio conozca sobre las principales oportunidades que se tienen para mejorar la capacidad adquisitiva y minimizar los índices de endeudamiento.
- ✓ Educar al cliente para re direccionar los propósitos de ahorro, con una visión enfocada hacia la prevención del riesgo de quiebra o refinanciamientos innecesarios.
- ✓ Dar asesoramiento al cliente sobre la importancia de administrar los gastos, de manera que se pueda minimizar el gasto “hormiga” y demás erogaciones superfluas que se mantengan en las finanzas personales.
- ✓ Fomentar la cultura del ahorro mediante prácticas y técnicas de elaboración de presupuestos establecidos y administración responsable de las finanzas personales y conjuntas.

# **Capítulo VI**

## **Propuesta**

## 6.1 Plan Integral de Educación Financiera

El Plan Integral de Educación Financiera se desarrollará con base en las recomendaciones indicadas en el capítulo anterior y con base en el análisis realizado a la muestra propuesta para lograr los objetivos establecidos, considerando estrategias y tácticas de forma integral.

Para ello se presentan algunas propuestas en este plan de mercadeo, en donde se explican cada una de los medios que se podrían utilizar así como el costo que representa la implementación de cada uno y un cronograma para los próximos 12 meses sobre dónde y de qué manera se implementará.

- ✓ Potencializar mediante campañas, información y capacitaciones subsidiadas o gratuitas, la educación financiera básica, con el fin de que el cliente promedio conozca sobre las principales oportunidades que se tienen para mejorar la capacidad adquisitiva y minimizar los índices de endeudamiento.
- ✓ Educar al cliente para re direccionar los propósitos de ahorro, con una visión enfocada hacia la prevención del riesgo de quiebra o refinanciamientos innecesarios.
- ✓ Dar asesoramiento al cliente sobre la importancia de administrar los gastos, de manera que se pueda minimizar el gasto “hormiga” y demás erogaciones superfluas que se mantengan en las finanzas personales.

- ✓ Fomentar la cultura del ahorro mediante prácticas y técnicas de elaboración de presupuestos establecidos y administración responsable de las finanzas personales y conjuntas.

### **6.1.1 Campañas, información y capacitaciones**

**Objetivo.** Realizar una campaña de capacitaciones e información para la educación financiera de los clientes de Grupo Mutual con el fin de que conozcan sobre las principales oportunidades que se tienen para mejorar la capacidad adquisitiva y minimizar los índices de endeudamiento.

**Estrategia:** Educar al cliente con los diferentes productos que ofrece el Grupo Mutual, explicando sus características, su forma de utilización y las ventajas que algunos de estos productos, según la necesidad puede dar a sus finanzas personales y conjuntas en el hogar.

**Contenido:** El contenido programático de las campañas, abarcará en detalle los siguientes conceptos:

- ✓ *Planes de ahorro programado:* en el cual se tienen la oportunidad de ahorrar debitando una cuenta bancaria preestablecida, con el fin de crear el hábito del ahorro.
- ✓ *Refinanciamiento de deudas:* dando la oportunidad de cancelar deudas con tasa de interés más altas o a plazos más convenientes, con la misma entidad pero en otras condiciones.

- ✓ *Tarjetas de crédito:* cuyo propósito no es del de ofrecerlas o promocionarlas, sino el de explicar cuál es el tratamiento óptimo para que se convierta en una herramienta de beneficio para el usuario.
  
- ✓ *Productos financieros de inversión distintos a los conocidos básicamente:* mismos que a la postre, resultan más rentables y no son utilizados por el escaso conocimiento o por miedo a experimentar nuevas oportunidades en estas áreas.

**Táctica:** Invitación a clientes formales y potenciales a charlas con funcionarios del Grupo Mutual y/o funcionarios bancarios que puedan explicar y demostrar las ventajas de la utilización de la diversidad de productos financieros.

Lo anterior mediante la utilización de diferentes canales de medios de comunicación escritos y electrónicos, tanto a lo interno como a lo externo de las diferentes sucursales.

### **6.1.2 Re direccionamiento eficiente de los propósitos del ahorro**

**Objetivo.** Realizar una retroalimentación y análisis de los propósitos de ahorro habitual del cliente, con el fin de revisar sus principales propósitos y definir prioridades y urgencias reales, basadas en la situación financiera actual de la clientela promedio.

**Estrategia:** Educar al cliente con las diferentes opciones con que puede contar para consignar sus ahorros, ofrecidos en este caso por el Grupo Mutual, indicando las

ventajas competitivas de cada una y dando prioridad a los propósitos de ahorro que pueden beneficiar la economía personal y de su hogar:

**Contenido:** El contenido programático de la guía para el re direccionamiento eficiente de los propósitos de ahorro incluye:

- ✓ Aprendizaje en la definición del monto correcto de ahorro según las posibilidades, necesidades y prioridades al momento de la intención del ahorro.
- ✓ Mecanismos de ahorro (fondos de inversión, certificados a plazo, ahorro a la vista)
- ✓ Propósitos del ahorro y definición de metas
- ✓ Modelos mentales para consignación de ahorros de forma sistemática

**Táctica:** Invitación a clientes formales y potenciales a charlas con funcionarios del Grupo Mutual y/o funcionarios bancarios que puedan explicar los contenidos sobre definición del monto, mecanismos, propósitos, prioridades y modelos mentales de ahorro.

Lo anterior mediante la utilización de diferentes canales de medios de comunicación escritos y electrónicos, tanto a lo interno como a lo externo de las diferentes sucursales.

### 6.1.3 Asesoramiento sobre la administración de gastos

**Objetivo.** Realizar una retroalimentación y análisis de los propósitos de la conceptualización y administración efectiva de los gastos del cliente, con el fin de clasificar su importancia, temporalidad, propósitos y definir prioridades y urgencias reales, basadas en la situación financiera actual de la clientela promedio.

**Estrategia:** Educar al cliente acerca de la importancia de clasificar de manera eficaz sus gastos, de manera que puedan ser correctamente administrados, sin recaer en ciertos vicios comunes de este aspecto.

**Contenido:** El contenido programático de la guía para el análisis de los objetos del gasto incluye:

- ✓ Determinación responsable de los propósitos del gasto, según las necesidades existentes y las posibilidades basadas en el nivel adquisitivo, con la finalidad de no ejecutar gastos superfluos.
- ✓ Minimización del “gasto hormiga” (erogaciones de poco monto pero alta frecuencia que a la postre provocan un valor económico considerable)
- ✓ Objetos del gasto y definición de prioridades, minimizando la ejecución de gastos innecesarios.

**Táctica:** Invitación a clientes formales y potenciales a charlas con funcionarios del Grupo Mutual y/o funcionarios bancarios que puedan explicar y demostrar los conceptos de gasto, así como la minimización de gastos superfluos e innecesarios.

Lo anterior mediante la utilización de diferentes canales de medios de comunicación escritos y electrónicos, tanto a lo interno como a lo externo de las diferentes sucursales.

#### **6.1.4 Técnicas para la elaboración de presupuestos**

**Objetivo.** Conocer los mecanismos básicos para la preparación, análisis y cumplimiento de presupuestos (conjuntos y personales), con el fin de planificar las finanzas, de la clientela promedio.

**Estrategia:** Proporcionar al cliente las herramientas técnicas básicas para la preparación y cumplimiento de presupuestos, ya sean para finanzas personales o del hogar.

**Contenido:** El contenido programático de la guía para la preparación y cumplimiento de presupuestos incluye:

- ✓ Identificación de los elementos determinantes de un presupuesto (tipos de gastos e ingresos, frecuencia y periodicidad), con la finalidad de preparar un presupuesto básico según las necesidades existentes de la clientela solicitante.
- ✓ Cumplimiento de los estatutos establecidos en el presupuesto elaborado, con el fin de darle validez a la propuesta, priorizando las transacciones e integrando las recomendaciones para la administración financiera responsable y eficiente.
- ✓ Reorganización o reestructuración de presupuestos para finiquitar y “afinar” los mismos, con base en lecciones aprendidas y puesta en práctica de

presupuestos anterior bajo el principio “el presupuesto no está escrito en piedra”.

**Táctica:** Invitación a clientes formales y potenciales a charlas con funcionarios del Grupo Mutual y/o funcionarios bancarios que puedan explicar las herramientas básicas para la preparación de presupuestos, según las necesidades y situación financiera de cada individuo o núcleo familiar.

Lo anterior mediante la utilización de diferentes canales de medios de comunicación escritos y electrónicos, tanto a lo interno como a lo externo de las diferentes sucursales.

## **6.2 Cronograma de actividades 2018**

A continuación se presenta el cronograma básico a proponer para la aplicación del Plan Integral de Educación Financiera para el año 2018.

El mismo pretende implementar durante el periodo 2018 las actividades concernientes al Plan Integral de Educación Financiera para los clientes actuales y potenciales del Grupo Mutual, no solamente en la Sede donde se realizó el estudio, sino a corto plazo en las demás sedes de la organización.



## Referencias bibliográficas

Arias, J. (La Nación, 14 de agosto de 2014). *Lanzan red de instituciones en favor de la educación financiera*. [Versión electrónica]. Consultado en: [http://www.nacion.com/m/economia/finanzas/inicialmente-Red-Costarricense-Educacion-Financiera\\_0\\_1432856813.html](http://www.nacion.com/m/economia/finanzas/inicialmente-Red-Costarricense-Educacion-Financiera_0_1432856813.html)

Aibar Ortiz MJ. (2012) *Finanzas Familiares: planificación, control y gestión*, México, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Cisneros, M. (El Financiero, 14 de mayo de 2016). *40% de los costarricenses creen que deben endeudarse para conseguir lo que quieren*. [Versión electrónica]. Consultado en [http://www.elfinancierocr.com/finanzas/banca-personas-asociacion\\_bancaria\\_costarricense-ABC-Unimer\\_encuesta\\_0\\_737326264.html](http://www.elfinancierocr.com/finanzas/banca-personas-asociacion_bancaria_costarricense-ABC-Unimer_encuesta_0_737326264.html)

Cisneros, M. (El Financiero, 17 de julio de 2016). *Costa Rica emula falta de ahorro del resto de América Latina*. [Versión electrónica]. Consultado en [http://www.elfinancierocr.com/finanzas/Ahorro-nacional-Costa\\_Rica-BID-Banco\\_Interamericano\\_de\\_Developmento-America\\_Latina\\_0\\_994100603.html](http://www.elfinancierocr.com/finanzas/Ahorro-nacional-Costa_Rica-BID-Banco_Interamericano_de_Developmento-America_Latina_0_994100603.html)

Cisneros, M. (El Financiero, 02 de octubre 2016). *Bancarización avanza en Costa Rica, pero aún le falta en inclusión financiera*. [Versión electrónica]. Consultado en [http://www.elfinancierocr.com/finanzas/bancarizacion-inclusion\\_financiera-cuentas\\_de\\_ahorro-cuentas\\_corrientes-Sinpe-CES-acceso-banca\\_0\\_1040295975.html](http://www.elfinancierocr.com/finanzas/bancarizacion-inclusion_financiera-cuentas_de_ahorro-cuentas_corrientes-Sinpe-CES-acceso-banca_0_1040295975.html)

C.A. Ayala Garza. (2005). *Como mejorar las finanzas personales*. Universidad Autónoma de Nuevo León.

Domingo Martinez JM. (2013) *Educación financiera para todos una visión introductora*. España. Universidad Alcala. Instituto Universitario de Análisis Económico y Social.

Figuroa Delgado L.O.(2009) *Las Finanzas Personales*. Colombia. Universidad EAN

Morales, S. (El Financiero, 25 de agosto de 2016). *Cantidad de cuentas de ahorro y de saldos aceleran su crecimiento en Costa Rica*. [Versión electrónica] Consultado en

[http://www.elfinancierocr.com/finanzas/Ahorro-cuentas\\_de\\_ahorro-sistema\\_financiero-bancos-inversionistas\\_0\\_1006699344.html](http://www.elfinancierocr.com/finanzas/Ahorro-cuentas_de_ahorro-sistema_financiero-bancos-inversionistas_0_1006699344.html)

Martínez Pedrós, Daniel, and Milla Gutiérrez, Artemio. Análisis del entorno. Madrid, ES: Ediciones Díaz de Santos, 2012. ProQuest ebrary. Web. 16 February 2017. Copyright © 2012. Ediciones Diaz de Santos. All rights reserved.

Monferrer Tirado, Diego. Fundamentos de marketing. Castellón de la Plana, ES: Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions, 2013. ProQuest ebrary. Web. 16 February 2017. Copyright © 2013. Universitat Jaume I. Servei de Comunicacions i Publicacions. All rights reserved.

Murdick, Robert G. Sistemas de Información Administrativa. Editorial Prentice – Hall, 2001

[www.finanzasparatodos.es](http://www.finanzasparatodos.es)

[www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html](http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html)

[www.strategos.blogspot.com](http://www.strategos.blogspot.com)

[http://www.fundacioncieso.org.ar/testing-wp/wp-content/uploads/Apuntes\\_para\\_una\\_historia\\_del\\_mutualismo.pdf](http://www.fundacioncieso.org.ar/testing-wp/wp-content/uploads/Apuntes_para_una_historia_del_mutualismo.pdf)

<https://www.finanzaspracticas.com.co/finanzaspersonales/presupuestar/personales/administracion.php>

# Anexos

**Universidad Hispanoamericana**  
**Administración de Negocios**  
**Encuesta**

**INSTRUCCIONES**

Emplee bolígrafo de tinta azul o negra para responder el cuestionario.

No hay respuestas correctas o incorrectas. Simplemente reflejan su opinión personal.

Todas las preguntas deben ser contestadas. Elija la que mejor describa lo que usted piensa.

Marque solamente una opción en las preguntas cerradas.

Marque con claridad la opción elegida con una "X"

Si no puede contestar una pregunta o si la pregunta no tiene sentido para usted, por favor pregúntele a la persona que le entregó este cuestionario.

**CONFIDENCIALIDAD**

Sus respuestas serán anónimas y absolutamente confidenciales.

De antemano: ¡muchas gracias por su colaboración!

1. ¿Qué edad tiene?

De 18 a 25 años ( )

De 18 a 25 años ( )

De 18 a 25 años ( )

De 18 a 25 años ( )

Mayor de 50 años ( )

2. Género: Femenino  Masculino

3. Estado Civil:

Soltero  Casado  Unión Libre  Casado  Viudo

4. Indique sus ingresos familiares promedio mensualmente

Entre \$0,00 y \$300.000,00 ( )

Entre \$300.001,00 y \$600.000,00 ( )

Entre \$600.001,00 y \$1.000.000,00 ( )

Entre \$1.000.001,00 y \$1.500.000,00 ( )

Mayor a \$1.500.000,00 ( )

5. ¿Cuál es su grado de escolaridad?

R/ \_\_\_\_\_

6. Indique por favor ¿en qué realiza sus principales gastos?

R/ \_\_\_\_\_

**Universidad Hispanoamericana**  
**Administración de Negocios**  
**Encuesta**

7. ¿Es usted cliente del Grupo Mutual?

Sí

No

8. ¿Posee usted alguna cuenta de ahorro que ofrece el Grupo Mutual? Si responde "No", pase a la pregunta No. 10.

Sí

No

9. ¿Qué tipo de cuenta (s) de ahorro posee con el Grupo Mutual? (En esta pregunta puede marcar varias opciones).

Cuenta comercial ( )

Paga más \$ ( )

Cuenta Inversión ( )

Paga más ¢ ( )

Cuenta multiahorro ( )

10. ¿Con qué frecuencia realiza su ahorro con el Grupo Mutual?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

11. Indique por favor ¿cuáles son los principales fines para los que realiza sus ahorros?

R/ \_\_\_\_\_

12. ¿Cuál es el monto económico que destina mensualmente a ahorros, independientemente de la frecuencia indicada en la pregunta No. 10?

Entre ¢0,00 y ¢5.000,00 ( )

Entre ¢5.001,00 y ¢10.000,00 ( )

Entre ¢10.001,00 y ¢25.000,00 ( )

Entre ¢25.001,00 y ¢100.000,00 ( )

Mayor a ¢100.000,00 ( )

13. ¿Cuál es el control que lleva de sus ahorros, según las siguientes opciones?

Visita la agencia ( )

Página Web (consulta) ( )

Estados de cuenta impresos ( )

Libreta de ahorros ( )

Aplicativo móvil (APP) ( )

**Universidad Hispanoamericana**  
**Administración de Negocios**  
**Encuesta**

14. ¿Cree usted tener algún tipo o nivel de conocimiento financiero?

Sí

No

15. ¿En qué áreas considera usted que posee algún conocimiento?

Manejo de tarjetas de crédito

Especulación y tipos de cambio

Manejo de créditos

Cálculos de intereses tarjetas

Inversiones temporales

Cálculos de intereses créditos

Uso y características de chequeras

Moneda extranjera

Fondos de inversión

Fideicomisos