

UNIVERSIDAD NACIONAL
SEDE REGIONAL BRUNCA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

Informe del seminario de graduación para optar por el grado académico de Licenciatura en
Administración con énfasis en Gestión Financiera

**PRODUCTOS FINANCIEROS NO TRADICIONALES UTILIZADOS POR EL PARQUE
EMPRESARIAL DEL SECTOR COMERCIO DE LA REGIÓN BRUNCA**

Integrantes

Andrés Esteban Abarca Jiménez

Carlos Francisco Rojas Badilla

Jorge Andrés Rivera Rodríguez

Karen Johanna Rojas Morales

Campus Pérez Zeledón, San José

2024

UNIVERSIDAD NACIONAL
SEDE REGIONAL BRUNCA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

**Productos financieros no tradicionales que utiliza el parque empresarial del sector
comercio de la región Brunca**

Memoria de trabajo final de graduación

Sometido a consideración del Tribunal Examinador como requisito para optar por el grado de
Licenciatura en Administración con énfasis en Gestión Financiera

Integrantes

Andrés Esteban Abarca Jiménez

Carlos Francisco Rojas Badilla

Jorge Andrés Rivera Rodríguez

Karen Johanna Rojas Morales

Responsable académico:

Melvin Bermúdez Elizondo

Campus Pérez Zeledón, San José

2024

Tribunal examinador

Trabajo final de graduación presentado el _____ de _____ del 2024, en la ciudad de San Isidro de El General, Pérez Zeledón, Costa Rica, como requisito para optar al grado de Licenciatura en Administración con énfasis en Gestión Financiera.

El trabajo presentado se da por aprobado por los miembros del Tribunal Examinador.

M. A. Yalile Jiménez Olivares

Decana, Sede Región Brunca

M. Sc. Josué Naranjo Cordero

Director Académico del Campus Pérez Zeledón

Sede Región Brunca

Dr. Melvin Bermúdez Elizondo

Tutor Trabajo Final Graduación

M. Sc. Jorge Saúl Abarca Cruz

Asesor

M. Sc. Diego Valverde Chavarría

Asesor

Dedicatoria

Dedico esta licenciatura a mi familia. Siempre han sido mis mayores apoyos y no podría haberlo logrado sin ustedes. Gracias por creer en mí, incluso cuando yo no creía en mí mismo. Agradezco su amor, su guía y sus sacrificios interminables. Estoy muy agradecido de tenerlos en mi vida.

Andrés Esteban Abarca Jiménez

Este trabajo está dedicado a mi querida madre, quien ha sido el mejor regalo que me ha dado la vida. A mis hermanos, por la paciencia y el cariño que siempre me han mostrado. A mi tía Vaña, por ser la base y el apoyo de la familia, por estar siempre en las buenas, pero más en las malas. A cada persona que tuvo un buen deseo para nuestro grupo de trabajo.

Carlos Francisco Rojas Badilla

A Dios, quien me ha dado la fuerza para continuar y avanzar día a día. A mi familia, que se ha mantenido constante en su apoyo y, principalmente, a mis sobrinos, quienes han sido la luz de mis ojos desde su llegada a mi vida. A mis amigos, que durante este periodo se mantuvieron a mi lado, brindándome apoyo y soporte.

Jorge Andrés Rivera Rodríguez

Principalmente, agradezco a Dios, quien siempre ha estado a mi lado. A mi hijo, quien espero esté orgulloso de su mamá. A mi familia, por creer en mí y a todas aquellas personas que han sido un soporte y apoyo durante toda esta etapa.

Karen Johanna Rojas Morales

Agradecimientos

Me gustaría agradecer a las muchas personas que me han ayudado en el camino para lograr este grado. En primer lugar, agradezco a mis compañeros de la universidad. Hemos compartido tantas risas y lágrimas en los últimos años. Me han desafiado a ser un mejor estudiante, un mejor amigo y una mejor persona. Estoy muy orgulloso de lo que hemos logrado juntos. Estoy emocionado de comenzar este nuevo capítulo en mi vida. Sé que puedo lograr cualquier cosa que me proponga y reconozco que debo agradecerles a todos ustedes por esto. De igual manera, agradezco a mis profesores y mentores. Me han desafiado a pensar de forma crítica y creativa. Estoy agradecido por su orientación y apoyo. Estoy emocionado de iniciar este próximo capítulo en mi vida y sé que estoy bien preparado gracias al apoyo de todos ustedes.

Andrés Esteban Abarca Jiménez

A Dios, por la vida y la valiosa posibilidad de estudiar una carrera universitaria. A nuestras familias, que son el motor que nos impulsa a conseguir los objetivos. A cada amigo y compañero que ha participado de manera positiva en nuestras vidas. A las personas docentes, que con paciencia nos apoyaron en nuestra formación personal y profesional.

Carlos Francisco Rojas Badilla

A Dios, primero, ha sido una luz en mi camino y motor de vida constante. A mi familia: mamá, hermana y sobrinos, que han sido mi apoyo incondicional. A mis amigos, quienes se han mantenido a mi lado y, día tras día, me han brindado los ánimos para continuar. Además, a las personas docentes, que fueron un pilar esencial en mi aprendizaje.

Jorge Andrés Rivera Rodríguez

Agradezco a Dios, por ser luz en mi camino, a mi hijo por ser mi motivación diaria, a mi familia por su apoyo incondicional y a cada persona que ha contribuido para culminar esta valiosa etapa.

Karen Johanna Rojas Morales

Índice de contenido

Introducción	23
Capítulo I. Planteamiento del problema.....	25
Antecedentes del tema.....	25
Justificación.....	29
Descripción y planteamiento del problema.....	31
Interrogantes de la investigación.....	34
Pregunta general	34
Subpreguntas	34
Objetivos	35
Objetivo general	35
Objetivos específicos.....	35
Modelo de análisis.....	37
Alcances y limitaciones.....	43
Alcances	43
Limitación.....	43
Capítulo II. Marco referencial-teórico	45
Marco referencial	45
Caracterización general de la región Brunca.....	45
Pérez Zeledón.	49
Buenos Aires-Coto Brus.	49
Osa-Corredores-Golfito.	50
Sector comercio en la región Brunca.....	50

Parque empresarial de la región Brunca y el sector comercio.....	52
Sistema financiero en la región Brunca.....	52
Marco teórico	54
Funcionamiento de un sistema financiero	54
Intermediarios financieros	56
Oferta de productos y servicios financieros tradicionales	58
Ahorro.....	58
Crédito.	60
Productos financieros no tradicionales.....	62
Leasing.....	63
Factoreo.	64
Avales.	66
Fideicomiso.....	68
Cartas de crédito.	69
Fondos de inversión.....	71
Seguros.	72
Back to back.	76
Normativa específica que regula el sistema financiero nacional (SFN).....	77
Marketing financiero	83
Esquema de inversión y esquemas de financiamiento en las empresas	86
Capítulo III. Marco metodológico	89
Enfoque de investigación	89
Tipo de estudio.....	90

	12
Exploratoria.....	91
Descriptiva.....	91
Correlacional.....	91
Población.....	92
Diseño muestral.....	93
Cálculo del muestreo.....	95
Fuentes de investigación.....	97
Fuentes primarias.....	97
Fuentes secundarias.....	97
Técnicas e instrumentos de investigación.....	98
Análisis documental.....	98
Encuesta.....	98
Entrevista en profundidad.....	99
Modelo de análisis.....	99
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable Oferta de productos y servicios.....	100
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable claridad de la información brindada.....	100
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable seguimiento y acompañamiento del cliente.....	101
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable intermediarios financieros.....	101
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable demanda....	102

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable seguimiento y acompañamiento del intermediario financiero	102
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable parque empresarial	103
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable acciones	103
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable marketing financiero.....	104
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable productos y servicios financieros no tradicionales.....	104
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable políticas	105
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable obstáculos y facilidades.....	105
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable Comunicación	106
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable esquemas de inversión	107
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable esquema de financiamiento	107
Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable impacto	107
Capítulo IV. Análisis e interpretación de los datos.....	109
Oferta de productos y servicios que ofrecen los intermediarios financieros que operan en la región Brunca.....	110
Empresas de intermediación financiera presentes en la región Brunca	111

Oferta de productos financieros por parte de las empresas de intermediación financiera que operan en la región Brunca.....	114
Calidad en la información brindada y el proceso de seguimiento y acompañamiento de los intermediarios financieros que operan en la región Brunca	115
Demanda de productos financieros por parte de las empresas del sector comercio de la región Brunca	122
Parque empresarial del sector comercio de la región Brunca según cantón de ubicación	122
Demanda de los productos financieros por parte de las empresas del sector comercio	124
Percepción de los empresarios del sector comercio sobre los procesos de seguimiento y acompañamiento que brindan los intermediarios financieros	128
Productos financieros no tradicionales que ofertan los intermediarios financieros a las empresas del sector comercio de la región Brunca	130
Productos financieros no tradicionales ofrecidos por los intermediarios financieros que operan en la región Brunca.....	130
Acciones de marketing de productos financieros no tradicionales realizadas por los intermediarios financieros que operan en la región Brunca	133
Principales obstáculos o facilidades que han enfrentado las empresas del sector comercio de la región Brunca para acceder a productos financieros no tradicionales	135
Obstáculos que tienen las empresas del sector comercio para acceder a productos financieros no tradicionales ofrecidos por los intermediarios financieros de la región Brunca.....	135
Facilidades que tienen las empresas del sector comercio para acceder a productos financieros no tradicionales ofrecidos por los intermediarios financieros de la región	

Brunca.....	138
Forma en que los productos financieros no tradicionales contribuyen a los esquemas de financiamiento en las empresas del sector comercio de la región Brunca	141
Impacto de los productos financieros no tradicionales en los esquemas de financiamiento e inversión que presentan las empresas del sector comercio de la región Brunca	141
Alcance de los productos financieros no tradicionales en los esquemas de financiamiento e inversión que presentan las empresas del sector comercio de la región Brunca	143
Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones.....	146
Conclusiones	146
Recomendaciones.....	149
Para las empresas del sector comercio pertenecientes a la región Brunca	149
Para las entidades financieras.....	150
Referencias bibliográficas.....	152
Anexos	172
Anexo 1. Encuesta.....	172
Módulo 1: oferta de productos financieros.....	172
Módulo 2: claridad en la información brindada	173
Módulo 3: seguimiento y acompañamiento	175
Módulo 4: intermediarios financieros	176
Módulo 5: demanda.....	177
Módulo 6: obstáculos y facilidades	180
Módulo 7: comunicación.....	181
Módulo 8: esquemas de inversión	182

Módulo 9: esquema de financiamiento.....	183
Módulo 10: impacto	184
Módulo 11: datos de la empresa.....	185
Anexo 2. Entrevista en profundidad.....	187
Anexo 3. Análisis documental	191

Índice de tablas

Tabla 1 Modelo de análisis de las variables.....	37
Tabla 2 Distribución de cantones y distritos en la región Brunca	47
Tabla 3 Distribución de habitantes según cantón y sexo	48
Tabla 4 Indicadores sociales por cantón de la región Brunca.....	49
Tabla 5 Tipos de seguro de cosecha	75
Tabla 6 Leyes y reglamentos que se relacionan con el campo del sistema financiero nacional...	82
Tabla 7 Distribución de patentes por cantones de la región Brunca.....	93
Tabla 8 Tamaño del estrato según cantón.....	95
Tabla 9 Distribución de muestra por cantón	96
Tabla 10 Base para interpretar las variables de la investigación	109
Tabla 11 Rangos para interpretar los resultados promediados	110
Tabla 12 Oferta de los productos financieros	114
Tabla 13 Aspectos de mejora según categoría de empresa (porcentajes).....	118
Tabla 14 Forma de acompañamiento de las entidades financieras según categoría de empresa (porcentajes).....	121
Tabla 15 Nivel de conocimiento de productos financieros no tradicionales por cantón	124
Tabla 16 Aspectos para incrementar la demanda de productos financieros no tradicionales según la categoría de la empresa (porcentajes)	126

Tabla 17 Forma de acompañamiento de las entidades financieras según categoría de empresa	128
Tabla 18 Grado de conocimiento de las empresas sobre productos financieros no tradicionales	131
Tabla 19 Afirmaciones sobre la comunicación de las entidades financieras hacia las empresas de la región Brunca acerca de los productos financieros.....	134
Tabla 20 Nivel de utilización de productos financieros no tradicionales (porcentajes)	144

Índice de figuras

Figura 1 Mapa de la región Brunca.....	46
Figura 2 Actividad productiva por regiones	51
Figura 3 Componentes del sistema financiero nacional	55
Figura 4 Elementos de la intermediación financiera.....	58
Figura 5 Características de los créditos en las instituciones financieras	62
Figura 6 Tipos de fideicomisos.....	69
Figura 7 Características del seguro de caución.....	74
Figura 8 Características del marketing financiero	84
Figura 9 Fórmula para el cálculo de la muestra de una población finita	96
Figura 10 Conocimiento de entidades financieras que brindan productos financieros no tradicionales	112
Figura 11 Labor promedio por tipo en entidad financiera según encuesta a empresas en el sector comercio.....	113
Figura 12 Porcentaje del nivel de información brindada por parte de los intermediarios financieros sobre productos financieros no tradicionales	116
Figura 13 Aspectos de mejora por parte de los intermediarios financieros (porcentajes)	117
Figura 14 Seguimiento de los intermediarios financieros con los productos financieros no tradicionales	120

Figura 15 Porcentaje de entidades financieras con mayor presencia en la región Brunca	123
Figura 16 Aspectos de mejora para incrementar la demanda de productos financieros	125
Figura 17 Razones para acceder a un PFNT de acuerdo con las opiniones de la empresa.....	127
Figura 18 Calificación promedio del conocimiento de productos financieros no tradicionales según tamaño de la empresa	132
Figura 19 Nivel de dificultad que tienen las empresas para obtener productos financieros	136
Figura 20 Aspectos que dificultan a las empresas obtener productos financieros.....	137
Figura 21 Calificación de las condiciones que ofrecen las cooperativas a las empresas del sector comercio.....	138
Figura 22 Calificación de las condiciones que ofrecen los bancos privados a las empresas del sector comercio	139
Figura 23 Calificación de las condiciones que ofrecen los bancos públicos a las empresas del sector comercio	140
Figura 24 Grado de impacto de los productos financieros no tradicionales sobre el desarrollo de la actividad productiva de las empresas.....	141
Figura 25 Porcentaje según el tipo de financiamiento inicial para el desarrollo de las empresas	143
Figura 26 Grado de impacto de los productos financieros no tradicionales sobre el desarrollo de la actividad productiva de las empresas.....	145

Acrónimos

BCCR: Banco Central de Costa Rica.

Cepal: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

CFN: Corporación Financiera Nacional.

Cijul: Centro de Información Jurídica en línea.

Conassif: Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero.

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Judesur: Junta de Desarrollo Regional de la Zona Sur.

MEIC: Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

Mipymes: micro, pequeña y mediana empresa.

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

OML: Observatorio del Mercado Laboral de Costa Rica.

PIB: producto interno bruto.

RAE: Real Academia Española.

Sinalevi: Sistema Costarricense de Información Jurídica.

Sugef: Superintendencia General de Entidades Financieras.

Sugeval: Superintendencia General de Valores.

Resumen ejecutivo

El presente seminario tiene como objetivo principal generar un análisis sobre el grado de conocimiento y utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas del sector comercio de la región Brunca. La dirección del proceso investigativo es asumida por estudiantes de la Universidad Nacional de Costa Rica, quienes actualmente cursan la carrera de Administración, con el propósito de optar por el grado de Licenciatura en Administración con énfasis en Gestión Financiera. En este caso, el estudio mantuvo un enfoque mixto, implicando una participación de los enfoques cualitativo y cuantitativo. Estos datos se tabularon, graficaron y analizaron con el fin común de entender la participación que poseen los productos financieros no tradicionales de las instituciones del territorio Brunca y el uso, conocimiento, así como formalidad por parte del sector comercio de la zona respecto a estos instrumentos financieros. El parque empresarial del territorio Brunca fue fraccionado y el foco de atención principal se centró en el área del comercio, donde se tomó una muestra para aplicar los respectivos instrumentos, así como las entrevistas correspondientes al personal de las instituciones financieras. Estos datos permitieron el avance y análisis correspondiente de las diversas variables que fueron extraídas a partir de los objetivos específicos. Los productos financieros no tradicionales, como lo indica su nombre, presentan un escaso conocimiento, tanto en el parque empresarial como en diferentes sectores de la comunidad empresarial, lo que genera pérdidas en las oportunidades de negocio e inversiones por parte de las compañías.

Introducción

El orbe se encuentra en un proceso de evolución; la humanidad se adapta, contextualiza, o bien prepara planes para enfrentar las necesidades presentadas durante la coyuntura localizada. Al ejemplificar el dato anterior con la realidad vivida actualmente en nuestro país, se permite comprender el rumbo del seminario por desarrollar. La investigación generada tiene como eje central entender los productos financieros no tradicionales que utilizan las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) de la región Brunca, según el sector comercio.

El sistema financiero nacional de Costa Rica ha permitido complementar de forma exitosa una serie de recursos, con el fin procurar un crecimiento adecuado, certero y concreto en la estabilidad empresarial del país. Sin embargo, la manera en la que se utiliza se encuentra sumergida en un sistema rígido o tradicional del campo, lo que limita la posibilidad de diversificación, perspectiva que puede generar un punto de inicio para el desarrollo de la temática que se mencionó.

Las entidades financieras han buscado ampliar su cobertura con respecto a las empresas del país. Las mipymes son un ejemplo claro de este proceso, al permitir, de cierta forma, la ampliación de productos y servicios funcionales para atraer a este sector. El Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) (2014) establece una serie de elementos que destacan las motivaciones de las compañías para acercarse al sistema financiero del país, así como las condiciones empleadas por este en los procesos institucionales en el ámbito. Es comprensible establecer esa relación con el avance o diversificación del campo empresarial en el territorio nacional.

Por lo tanto, la lectura del documento es distribuida, pero limitada, con la finalidad de no sesgar la información valiosa. El desarrollo del seminario surge con la perspectiva de entender el uso de los mecanismos en la región Brunca, enfocado directamente en el sector comercio. En primera instancia, se establece el planteamiento del problema, un espacio donde se logran apreciar las diferentes necesidades para establecer los procesos investigativos, así como los fundamentos prioritarios que permiten destacar la participación relevante de los temas esenciales y secundarios por verificar.

En segundo lugar, se refleja el marco referencial junto con la sección teórica, donde se integra el respaldo bibliográfico derivado de las variables en conjunción con los objetivos propuestos. En las secciones posteriores, se ampliará la metodología para la recolección de datos respectivos, así como el análisis e interpretación de los resultados, para finalizar con las conclusiones y recomendaciones derivadas del tema correspondiente.

Capítulo I. Planteamiento del problema

En el desarrollo de este capítulo se establecen los lineamientos que brinda la guía para el tratamiento del tema. En primera instancia, se detallan los antecedentes, los cuales generan un panorama de los aspectos más relevantes en la historia de los productos financieros no tradicionales. Asimismo, dentro del capítulo se definen la justificación, los objetivos y el planteamiento del problema, los cuales proporcionan las bases para el desarrollo de la investigación.

Antecedentes del tema

La historia ha sido consistente al priorizar de forma efectiva el desarrollo elocuente de diversos sistemas para situar los procesos evolutivos de la humanidad de la mejor manera; el sistema bancario es uno de ellos. La historia de la banca es incierta, sin embargo, Hernández (2017) logra destacar la concepción en la antigua Mesopotamia, estableciendo su génesis en las culturas antiguas occidentales. En sus inicios, se les conoció como *trapezites*, encargados de fomentar los cálculos certeros de interés, para luego implementarse en la antigua Roma, donde se generaron formas de cambio de dinero mediante préstamos y reembolsos bajo la denominación de *argentarii*. El primer banco moderno del mundo se localizó en Génova, Italia, durante la coyuntura histórica de 1406.

La expansión de los sistemas bancarios experimentó un rápido auge y repunte en la civilización del mundo, la cual requería un sistema de intercambio monetario que permitiera realizar transacciones de manera eficiente y desarrollada. En el caso de Ordóñez y Vinicio (2016), las funciones del dinero se representaban en tres ejes. Uno de los elementos primarios debía fungir como el medio de cambio necesario, lo que transformaría el modelo del trueque que

había prevalecido hasta ese momento. Otra de las características fundamentales es su función como unidad de cuenta, que permite comprender cómo se generan comparaciones eficientes de valor entre bienes mediante la aplicación de precios. Por último, se puede detallar la importancia del depósito de valor.

En el contexto latinoamericano, la aparición de la banca pudo verse retrasada por los procesos de conquista, que se encargaron de distribuir los elementos de valor o riqueza en los territorios, con la finalidad de entregarlos a España y Portugal, península ibérica responsable de dichos procedimientos de conquista en esa porción de terreno. Al abordar el aspecto bancario, se concibe a la primera entidad financiera: “La primera institución de este tipo en Latinoamérica fue el Banco de Brasil que fue creado en 1808 en Río de Janeiro cuando el gobierno de la corte real portuguesa se trasladó de Lisboa al puerto carioca” (Marichal, 2011, p. 26). Lo anterior permite comprender la evolución del sistema y cómo, poco a poco, se fue ampliando, tal como lo presentaron Hernández (2017) y Ordóñez y Vinicio (2016) al ampliar la percepción sobre la evolución de la banca en el ámbito latinoamericano.

En el caso costarricense, la evolución de la banca fue un proceso diferente. Desde la época de 1850, se inició la proliferación de instituciones con el propósito de establecer un marco de negociación para los créditos a pequeños cafetaleros. Durante casi 100 años, hubo un procedimiento de auge y caída en las entidades financieras nacionales, pero fue hasta 1917, bajo las órdenes de José Alfredo González Flores, que se buscó incursionar en la banca privada para competir contra el sector público.

Azofeifa (2019) enfatiza que uno de los instrumentos financieros más destacados fue el crédito, así como el ahorro por parte de sus participantes. En 1950, se produjo un hito en la historia financiera del país con la consolidación, a partir de la Ley n.º 1130, de la creación del

Banco Central, órgano encargado de gestionar la política monetaria y económica del país. Esto generó un gran dinamismo en el proceso de solidificación de las entidades financieras.

Desde 1950 hasta 1995, la banca estatal experimentó un crecimiento estable, priorizando siempre las acciones que generan los gobernantes del proceso. Con la crisis de 1980 y bajo las estrictas normas de los programas de ajuste estructural, que buscaban una apertura por parte del Estado, se produjo la promulgación de acciones que ejecutaron una política de modificación de la estructura establecida en la Ley n.º 1130, bajo la nueva legislación 7558.

Esta última restó proporción y, sobre todo, participación estatal en la toma de decisiones. Además, de brindar la oportunidad de un mayor dinamismo por parte del sector privado financiero. Azofeifa (2019) recalca la importancia del Banco Central, así como las acciones pertinentes de cada nuevo reglamento o decreto en relación con el sistema bancario, el cual debe garantizar de forma absoluta la liquidez para sus contribuyentes o accionistas, así como la representatividad ante los organismos internacionales financieros.

Al generar un cambio de vertiente, es decir, al dejar el enfoque sociohistórico de la banca y adentrarse de forma eficiente en la estructura, así como en la acción de las funciones que se implementan, es necesario reconocer su participación en el mercado, la interacción con los clientes y los mecanismos tradicionales mediante los cuales pueden interactuar. Loría (2013) permite comprender el desempeño que ha mantenido la banca desde finales de la década de los noventa hasta la actualidad. Al interactuar por medio de los mecanismos o instrumentos que utiliza este sector con los clientes es fundamental centrarse en productos como el crédito y el ahorro.

Estos servicios ofrecidos por las entidades financieras, tanto públicas como privadas, contribuyen a una dinámica que busca mantener los indicadores crediticios en su forma o rendimiento. Es evidente que cada uno de estos indicadores varía según si la entidad es pública, privada o cooperativa, cada una regulada por una norma emitida por la Superintendencia General de Entidades Financieras (Sugef) que, a la vez, responde ante el Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero (Conassif). Ambos organismos tienen la responsabilidad de prevenir cualquier evento que ponga en riesgo la liquidez financiera del banco, así como la de sus clientes o asociados.

En años anteriores, un concepto ha influido de forma directa en la interpretación sobre cómo se deben consolidar los intermediarios financieros y el sistema bancario hasta el momento; este elemento hace referencia al campo de la tecnología. Por ende, ha sido un aspecto que ha permitido innovar de manera certera y directa en el sector, bajo el sistema de Fintech, el cual se refiere a la nueva industria que ofrece servicios financieros de forma eficiente mediante la aplicación de la tecnología.

Su integración de términos proviene del inglés *finance*, que se traduce como finanzas en español y *technology*, que hace alusión a la tecnología. En el caso costarricense, Ruiz (2021) evidencia de qué forma la apertura de este tipo de instituciones ha modificado más de una entidad financiera en el ámbito mundial, las cuales han operado en condiciones tradicionales debido a su desconocimiento o temor al cambio tecnológico.

La apertura de la tecnología ha producido la posibilidad de participar de forma congruente en el campo financiero, lo cual amplía la diversidad de opciones para la distribución de nuevos productos del sistema financiero, lo que incluye una oferta diferente a lo establecido o tradicional hasta el momento. Las variaciones en el crédito han sido muy distintas a lo que se

pensó durante su auge. Por lo tanto, la diversificación desarrollada en la actualidad, permite comprobar la resistencia del campo de la banca ante las nuevas formas de introducción del sistema financiero costarricense.

La situación con los productos financieros no tradicionales no fue dinámica, mientras el Estado mantenía en su poder los procesos de estandarización de algunas funciones bancarias. Sin embargo, a partir de 1995, este portillo quedó derogado bajo nuevas medidas impuestas en la reforma de la Ley Orgánica del Banco Central. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) (1996) identifica una serie de avances en favor de las políticas monetarias y fiscales del país, gracias a los nuevos instrumentos de la banca para captar a un mayor número de consumidores, sobre todo en el ámbito privado, donde los fondos de inversión fueron relevantes en el momento. El dinamismo empleado en estas condiciones con la clase de productos mencionados permitió un crecimiento continuo hasta el presente, aunque persiste una falencia en los procesos de conocimiento por parte de la población usuaria de las entidades financieras.

Justificación

Las micro, pequeñas y medianas empresas en el territorio nacional han presentado un aumento considerable, de acuerdo con los datos mostrados. Cabe destacar la presencia de la COVID-19 como un obstáculo para el desarrollo adecuado o estructuración de nuevos negocios en el país. Hernández y Suárez (2014) permiten analizar una perspectiva de la competitividad de las compañías en la región Brunca, lo que ha permitido, de cierta forma, observar la gradualidad del avance correspondiente en el ámbito socioeconómico.

Otro punto por considerar son los mecanismos de financiación por parte de las entidades financieras a los pequeños negocios, los cuales se han visto sujetos a la variabilidad económica.

Las propuestas presentadas por las instituciones destacan los lineamientos iniciales para ofrecer los recursos, ya sean reembolsables o no reembolsables, estrictamente en términos de apoyo tradicional, con las características ambiguas de los procesos.

Por este motivo, surge la necesidad de analizar el uso de productos financieros no tradicionales y su fuente de financiamiento para las mipymes. Un aspecto relevante es la delimitación de la zona Brunca. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2018) considera importante el papel de un proceso de articulación institucional certero y elocuente, que colabore mediante políticas selectivas en beneficio de la comunidad empresarial de la región. Por lo tanto, se menciona la generación de empleo, el aumento de la rentabilidad del país y la obtención de los recursos necesarios para el Estado.

Sin embargo, para que la propuesta se haga efectiva, se necesita apoyo. Una forma de lograrlo debe ser vinculante con la empresa a través de las organizaciones de la administración pública, que se encargan de velar por satisfacer las necesidades de los habitantes de un país. Según lo analizado por Gómez (2016): “La administración pública configura una organización integrada por personal profesional, preparado para poner en práctica las decisiones idóneas que la sociedad requiere para lograr el bienestar a través del gobierno” (p. 457).

Este documento ofrece una perspectiva sobre el proceso de financiación de las pymes, con respecto a los productos financieros no tradicionales en la región Brunca, específicamente en el sector del comercio. Aprender la diversidad de instrumentos con los que cuentan las instituciones financieras en este ámbito es una de las principales necesidades, con el propósito de develar la información correspondiente al reconocimiento objetivo de las cualidades presentes en cada uno, analizando las ventajas o desventajas que se identificaron en el campo.

La necesidad de una población principalmente diversificada en conocimientos tecnológicos, el avance en la tecnología de la información y los refuerzos en temas de ciberseguridad han obligado a la banca a modernizarse de forma apremiante. Es importante mencionar ciertos flagelos reflejados por Cobis (2019), como que los canales de comercialización, así como los productos ofrecidos por las entidades bancarias se han vuelto lentos. Estos problemas afectan la atención de la demanda, que ha sido dinamizada por una oferta que ya no busca los aspectos tradicionales, sino mecanismos de agilidad en el momento de emplear la liquidez necesaria. Además, se deben considerar los elevados costos incurridos en el instante de presentar las solicitudes documentales para obtener préstamos.

Por ende, la necesidad de abrir las opciones financieras mediante otros aspectos no tradicionales es de gran interés para la comunidad en general. Mostrar nuevos conocimientos es la búsqueda de este enfoque, que busca realzar las figuras pertenecientes al campo con la sinceridad de obtener nuevos beneficios o diversificar la cartera productiva de las entidades financieras.

Descripción y planteamiento del problema

La realidad económica costarricense ha variado de acuerdo con el contexto en el que se encuentra, lo que representa un arduo trabajo para los integrantes del campo económico. Si se realiza una retrospectiva desde la independencia del país, se observa que la evolución se centró durante casi 100 años en el ámbito agrícola. Fue hasta 1950 cuando se inició un proceso incipiente de diversificación productiva, que desarrolló condiciones atractivas para la inserción de capital extranjero, así como la proliferación de mipymes en el país, conforme se atravesaba cada coyuntura en el territorio nacional, posicionándose hasta la línea temporal actual de la nación. Arce (2019) plantea lo siguiente:

El desarrollo socioeconómico es uno de los principales indicadores de bienestar de la sociedad, de una región y de un país; conforme se continúa buscando el progreso y el empoderamiento de las personas que desean mejorar sus condiciones de vida, se promueve la creación y el fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas que permiten contribuir a ese desarrollo, mediante la generación de nuevos empleos e ingresos, además de la contribución que realizan a la competitividad del país (p. 2).

El autor plantea un escenario de positivismo en el territorio de Costa Rica. Los índices de bienestar social, la cantidad de programas sociales y la promoción empresarial permitieron un avance sostenido en la apertura de nuevos negocios con las características de mipyme. Esto se evidencia en los datos ofrecidos por el MEIC. Según el estudio situacional del MEIC, Arce (2019) establece que la composición generada durante el lustro comprendido entre 2012 y 2017 muestra que el parque empresarial en el ámbito nacional estaba integrado en un 97.5 % por mipymes, además, de un crecimiento del 6.8 % en el parque empresarial. El sector comercio mantuvo un crecimiento del 22.4 %, lo cual implica datos de relevancia para la diversificación de la economía costarricense. Para 2017, había 130.388 mipymes en el ámbito nacional.

Se presentan los beneficios que ofrecen los emprendedores en este campo, el proceso de generar autoempleo, así como la posibilidad de brindar apoyo a otros miembros de la comunidad o región, lo que constituye su papel fundamental en el accionar del país. Sin embargo, las repercusiones o desafíos que enfrentan estas organizaciones pueden percibirse desde la perspectiva económica: “Es importante tomar en cuenta que los desequilibrios y distorsiones mundiales son más sensibles y por ende, actualmente se presenta una mayor inestabilidad global” (Rivas, 2016, párr. 9). Este elemento provoca uno de los mayores temores por parte de las mipymes, el acercamiento a los medios de financiación para obtener liquidez de forma

inmediata, necesaria o incluso indispensable para su funcionamiento, recordando la mención elaborada sobre las inestabilidades globales en las últimas décadas.

El año 2020 representó un hito en el sector empresarial debido a los impactos económicos que se generaron por la COVID-19. No obstante, esta situación no se limitó en el ámbito nacional, sino que el mundo se sumergió en la crisis. La perspectiva en Costa Rica fue crítica; según datos presentados por Montero (2020), las pérdidas en el sector alcanzaron los \$1,850,000,000 USD, lo cual implicó una contracción severa en la economía del país. Además, aproximadamente el 87 % de las pymes en el ámbito nacional detuvieron de forma temporal o permanente sus funciones, lo que ocasionó desempleo y la caída de los indicadores financieros nacionales, entre otros. Esta convulsión económica representa de manera certera la necesidad de financiamiento por parte de las micro, pequeñas y medianas empresas en la pospandemia o durante el contexto actual, con el fin de poder innovar y adaptarse, lo que evita la decadencia del proyecto.

El sistema financiero nacional se mantiene como un factor de gran relevancia en la afectación del auge sostenible de las mipymes, al brindar el sustento financiero necesario para la adecuación del campo. Con el impacto de la pandemia, así como con factores que han precedido a este periodo de la historia, Chanto *et al.* (2015) aportan que la segmentación del mercado en los productos financieros puede generar ciertas condicionantes en la forma de trabajar o elaborar acertadamente las condiciones idóneas para las perspectivas ofrecidas en su ampliación y desarrollo selectivo en la sistematización de integración o en el cuestionamiento sobre las maneras de distribuir los porcentajes de financiación sobre instrumentos tradicionales, en lugar de ampliar la diversificación de los mismos elementos consecutivos.

Lo anterior ha producido un cuestionamiento efectivo en los procedimientos sobre cómo las empresas, o bien el parque empresarial en el sector comercio en la región Brunca, pueden instrumentalizarse en búsqueda de opciones no tradicionales, lo que da auge a la pregunta de investigación: ¿Cuál es el grado de conocimiento y utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas del sector comercio en la región Brunca?

Interrogantes de la investigación

Según la información suministrada surge el planteamiento del problema de investigación, el cual se representa mediante la pregunta general formulada previamente. Además, de subpreguntas que ayudan a tener una visión clara de la temática y buscan ofrecer una solución al problema central.

Pregunta general

¿Cuál es el grado de conocimiento y utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas del sector comercio en la región Brunca?

Subpreguntas

1. ¿Cuál es la oferta de productos que presentan los intermediarios financieros que operan en la región Brunca?
2. ¿Cuál es la demanda de productos financieros por parte de las empresas del sector comercio de la región Brunca?
3. ¿Cuáles productos financieros no tradicionales (factoreo, avales, fideicomisos, cartas de crédito, *leasing*, fondos de inversión, seguros, pólizas de caución, *back to back*) ofrecen los intermediarios financieros al parque empresarial de la región Brunca?

4. ¿Cuáles son los principales obstáculos y facilidades que han enfrentado las empresas de la región Brunca para acceder a los productos financieros no tradicionales?
5. ¿De qué forma los productos financieros no tradicionales pueden contribuir a los esquemas de financiamiento o inversión de las empresas de la región Brunca, según el sector comercio?

Objetivos

A continuación, se exponen los diferentes objetivos propuestos para el desarrollo del seminario, los cuales contribuyen a responder las interrogantes que se plantearon.

Objetivo general

Analizar el grado de conocimiento y el uso de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas del sector comercio de la región Brunca.

Objetivos específicos

1. Describir la oferta de productos que ofrecen los intermediarios financieros a las empresas que operan en la región Brunca.
2. Determinar la demanda de productos financieros por parte de las empresas del sector comercio de la región Brunca.
3. Identificar los productos financieros no tradicionales (factoreo, avales, fideicomisos, cartas de crédito, *leasing*, fondos de inversión, seguros, pólizas de caución y seguros de cosechas, *back to back*) que ofertan los intermediarios financieros a las empresas del sector comercio de la región Brunca.

4. Establecer los principales obstáculos y facilidades que han enfrentado las empresas del sector comercio de la región Brunca para acceder a los productos financieros no tradicionales.
5. Describir de qué forma los productos financieros no tradicionales pueden contribuir en los esquemas de financiamiento o inversión de las empresas del sector comercio de la región Brunca.

Modelo de análisis

El modelo de análisis permite tener una visión clara del camino por seguir para alcanzar el fin esperado. Para esto, es crucial definir variables para cada objetivo establecido en la investigación. Cada una de las siguientes variables permite conocer el grado de utilización de los productos financieros no tradicionales en el sector comercio.

Tabla 1

Modelo de análisis de las variables

Objetivos	VARIABLES	Definición conceptual	Instrumentalización	Fuentes de información
Describir la oferta de productos y servicios que ofrecen los intermediarios financieros a las empresas que operan en la región Brunca, según sector económico	Oferta productos y servicios	Aquellos productos que conforman la propuesta de las empresas, con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes a cambio de una remuneración, generalmente monetaria.	Análisis documental	Sitios de Internet, revistas, libros
	Claridad información brindada	Aquella intención a la que se compromete el emisor, con la finalidad de facilitar la percepción y comprensión de quien recibe el mensaje	Encuesta	Clientes

	Seguimiento y acompañamiento del cliente	Es la condición que adquieren los intermediarios financieros de estar pendiente de aquellas personas o empresas que adquieren sus productos o que pueden adquirirlos, esto con el fin de evaluar las fortalezas y debilidades en las que incurre la entidad durante el proceso.	Encuesta	Clientes
	Intermediarios financieros	Aquellas instituciones que buscan generar ingresos en su labor de mediadores, su objetivo es captar el dinero de los ahorrantes para obtener recursos que le permitan brindar créditos a las personas o empresas que los necesiten.	Análisis documental y encuesta	Libros, sitios de Internet y clientes
Determinar la demanda de productos y servicios financieros por parte de las empresas de la región Brunca, según sector económico.	Demanda	Todos aquellos requerimientos que poseen las empresas u hogares, las cuales están dispuestas a entregar algo, generalmente dinero, a cambio de	Encuesta y entrevista	Clientes e intermediarios financieros

		satisfacer un deseo o una necesidad que surge en determinado momento.		
	Seguimiento y acompañamiento del intermediario financiero	Perspectiva que tienen los clientes sobre el seguimiento y acompañamiento que reciben por parte de los intermediarios financieros	Entrevista	Intermediarios financieros
	Parque empresarial	Lo componen todas aquellas empresas; sin importar su tamaño o actividad	Análisis documental	Sitios de Internet, revistas, libros
Identificar los productos y servicios financieros no tradicionales (factoreo, avales, fideicomisos, cartas de crédito, <i>leasing</i> , fondos de inversión, seguros, pólizas de caución, <i>back to back</i>) ofertan los intermediarios financieros a las empresas de la región Brunca	Acciones	Aquellos actos o hechos que se realizan con el fin de propiciar un resultado que tiene repercusiones positivas o negativas, tanto en la persona o empresa que realiza la acción, así como en el entorno que lo rodea	Entrevista	Intermediarios financieros
	Marketing financiero	Es integrado por estudios, técnicas y estrategias que aplican las entidades financieras para lograr una buena	Análisis documental	Sitios de Internet, revistas, libros

		conexión entre la cartera de productos que ofrecen en relación con los requerimientos de los clientes actuales y potenciales.		
	Productos y servicios financieros no tradicionales	Aquellos productos financieros que poseen un grado de alejamiento con relación al conocimiento y utilización que le otorgan los clientes	Entrevista y análisis documental	Sitios de Internet, revistas, libros, intermediarios financieros
Determinar los principales obstáculos o facilidades que ha enfrentado el parque empresarial de la región Brunca para acceder a los productos y servicios financieros no tradicionales.	Políticas	Permiten entrever que son lineamientos preestablecidos que buscan guiar las acciones de los sujetos en beneficio de una organización determinada.	Análisis documental	Sitios de Internet, revistas, libros
	Obstáculos y facilidades	Los obstáculos se entienden como todos aquellos inconvenientes que dificultan o entorpecen el funcionamiento correcto de una persona u organización y las facilidades son el	Encuesta y entrevista	Intermediarios financieros y clientes

		antónimo de los obstáculos, es decir, son condiciones favorables que permiten a las personas u organizaciones a disminuir, tanto los problemas que se interponen, así como los esfuerzos que se ejecutan.		
	Comunicación	Proceso social que integra múltiples modos de comportamiento, donde se enfatiza cuando se relaciona con otra persona al interactuar con diversas maneras de comportamiento como gestos, miradas y palabras.	Encuesta y entrevista	Intermediarios financieros y clientes
Establecer de qué forma los productos y servicios financieros no tradicionales pueden contribuir en los esquemas de financiamiento o inversión de las empresas	Esquemas de inversión	Lo componen todas aquellas alternativas que poseen las personas participantes del sistema financiero para invertir su dinero en busca de obtener en el futuro mayores beneficios.	Encuesta y entrevista	Intermediarios financieros y clientes

de la región Brunca, según sector económico	Esquema de financiamiento	Se encuentran integrados por las diferentes opciones de financiamiento que tienen los sujetos como consecuencia del requerimiento de capital ante la imposibilidad de proporcionar recursos propios para llevar a cabo un proyecto determinado.	Encuesta	Clientes
	Impacto	Se entiende que el impacto se percibe como las secuelas que se generan producto de un acto o suceso.	Encuesta	Clientes

Nota. Elaboración propia según los objetivos propuestos.

La **Tabla 1** muestra el modelo de análisis mediante el cual se realiza la investigación, presentando en primera instancia los objetivos específicos con sus respectivas variables, así como los instrumentos que se utilizan para recopilar la información y las fuentes para acceder a esta.

Alcances y limitaciones

Este estudio se enfoca en comprender el nivel de conocimiento y acceso de las mipyme del sector comercio a opciones de financiamiento con productos no tradicionales en el sistema financiero de la región Brunca. Debido a la complejidad de utilizar instrumentos tradicionales en el financiamiento de estas empresas, se busca analizar alternativas que fomenten su desarrollo. La investigación cubre de manera equitativa los seis cantones del territorio y se basa en información objetiva y detallada, evaluando las oportunidades de adopción de estos mecanismos para optimizar el financiamiento empresarial.

Alcances

La presente investigación busca analizar el conocimiento que poseen las mipyme del sector comercio sobre el financiamiento mediante productos no tradicionales del sistema financiero nacional. Esto se debe a las implicaciones y complicaciones en el uso de instrumentos tradicionales para el desarrollo adecuado del proceso de financiación de estas micro, pequeñas y medianas empresas. Cabe destacar que el estudio se distribuye de forma equitativa al contemplar los seis cantones integradores de la región Brunca, lo que evita la interpretación inadecuada del desarrollo con respecto a cualquier cantón. Al desarrollar este seminario, se rescata de manera objetiva la información recopilada y analizada, con la finalidad de identificar las mejores ventajas en caso de que se perciba de forma favorable la interiorización del uso de dichos mecanismos para el financiamiento empresarial.

Limitación

El virus de la COVID-19 se ha convertido en el principal impedimento para avanzar en la investigación correspondiente, al imponer trabas para el desplazamiento efectivo a las zonas o

para la búsqueda de información desde una perspectiva presencial. Otro aspecto por destacar es la burocracia institucional por parte de las municipalidades de los cantones seleccionados para el proyecto investigativo, debido al impedimento a brindar la información, aunque se cuenta con el respaldo de la universidad. Por lo tanto, obtener la población y la muestra de estudio se pausó más de lo esperado.

Capítulo II. Marco referencial-teórico

Marco referencial

El presente apartado permite identificar las características de mayor relevancia en la región Brunca, donde se detallan ámbitos como el nivel de población, el índice de desarrollo humano y la tasa de alfabetización, entre otros elementos importantes. Además, comprende un panorama general del sector comercio del territorio, así como componentes del área financiera integradora del campo, por consiguiente, estratifica de forma certera lineamientos de gran valor para reconocer la sustancia fundamental del aspecto referencial del estudio.

Caracterización general de la región Brunca

Costa Rica cuenta con una extensión territorial de 51.100 km²·, la cual mantiene una distribución de las regiones de acuerdo con los requerimientos económicos, naturales y sociales del contexto. Se distribuye en siete provincias, cada una subdividida en cantones y estos en distritos, lo que permite un manejo adecuado en el aspecto de la distribución territorial. Sin embargo, es necesario agrupar estas secciones en fundamentos que faciliten la evaluación o el análisis de los puntos de gran necesidad para la administración pública. Por lo tanto, es de esperarse contar con una división efectiva para el examen de sus indicadores sociales, económicos y culturales. La Ley n.º 7944 establece desde 1977 la *División regional del territorio de Costa Rica, para los efectos de investigación y planificación del desarrollo socioeconómico*, en la que se fundamentan los principios del país en seis regiones: región Central, región Pacífico Central, región Brunca, región Huetar Norte, región Chorotega y región Huetar Atlántica.

La Región Brunca se caracteriza por estar constituida por seis cantones, uno de los cuales pertenece a la provincia de San José, mientras que los restantes pertenecen a la provincia de

Puntarenas. El desarrollo de la investigación se realiza en dicho ámbito, por lo tanto, se decide emplear una serie de variables necesarias para determinar características de buena proporción en su finalidad.

El entorno natural que rodea la región Brunca, así como la diversidad de entornos biológicos, coopera para entrelazar de manera óptima la interacción de una riqueza súbitamente apreciable al gusto del ser humano, que incluye innumerables playas, destinos de campo y montañas. Desde la perspectiva natural es interesante valorar estos detalles, sin embargo, al observar el desarrollo social del territorio, se pueden encontrar datos desiguales entre los cantones que la integran. En la **Figura 1** puede apreciarse el mapa que delimita de forma precisa la región de estudio.

Figura 1

Mapa de la región Brunca



Nota. Ministerio de Agricultura y Ganadería.

La región Brunca abarca el 18.6 % de la superficie de Costa Rica, lo que equivale a una extensión de 9.528,4 km², según Araúz (2010). Además, las estadísticas vitales proporcionadas

por el estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en 2019 proyectaban una población total de 362.971 habitantes en el territorio. En el siguiente cuadro se analiza su distribución de acuerdo con el sexo y el cantón de procedencia. Asimismo, en el primer recuadro se puede observar la distribución de los cantones y distritos de la región Brunca. Como se aprecia en la **Tabla 2** se mantiene la perspectiva de la distribución geográfica del territorio.

Tabla 2
Distribución de cantones y distritos en la región Brunca

Cantones	Distritos
Pérez Zeledón	Pejibaye, Río Nuevo, Cajón, San Pedro, Páramo, Barú, Pejibaye, La Amistad, Platanares, Rivas, General, San Isidro de El General y Daniel Flores
Buenos Aires	Changuena, Potrero Grande, Pilas, Colinas, Boruca, Biolley, Volcán, Buenos Aires y Brunca
Osa	Sierpe, Bahía Drake, Piedras Blancas, Palmar y Bahía Ballena
Corredores	Corredor, Canoas, Laurel y La Cuesta
Golfito	Pavón, Puerto Jiménez, Guaycara y Golfito
Coto Brus	Limoncito, Pittier, Gutiérrez Brown, Sabalito, Agua Buena y San Vito

Nota. Elaboración propia con datos del Plan de acción para la reactivación económica del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Los cantones distribuidos se presentan como una base de datos sólida, concreta y eficiente para catalogar el funcionamiento o la distribución de las empresas, en relación con el uso de mecanismos sólidos en la interiorización de los hechos o la remembranza de la distribución geográfica. En la **Tabla 3** se puede encontrar la información sobre los habitantes de estos cantones.

Tabla 3
Distribución de habitantes según cantón y sexo

Cantones	Hombres	Porcentaje	Mujeres	Porcentaje	Total	Porcentaje
Pérez Zeledón	71 282	50 %	71 715	50 %	142 997	100 %
Buenos Aires	26 694	51 %	26 090	49 %	52 784	100 %
Osa	16 117	52 %	14 864	48 %	30 981	100 %
Corredores	26 327	51 %	25 538	49 %	51 865	100 %
Golfito	23 415	52 %	21 667	48 %	45 082	100 %
Coto Brus	22 053	50 %	22 209	50 %	44 262	100 %

Nota. Elaboración propia con datos derivados del estudio de estadísticas Vitales del INEC (2019).

La región Brunca presenta una serie de problemas desde hace años. Los estudios han demostrado una decadencia durante 10 años, colocándose en los últimos puestos de gestión cantonal y en el ámbito de región socioeconómica, lo que ha incrementado la desigualdad. Al analizar los distintos escenarios o variables sociales, se localizan los cantones de Pérez Zeledón, de igual forma, Coto Brus mantiene grandes desigualdades en el campo de género, mientras que Buenos Aires, Coto Brus y Corredores registran las cantidades más bajas. En el apartado de educación, la información procesada permite comprender cómo el territorio Brunca, en el ámbito de análisis general, mantiene un promedio estable en la caracterización educativa, así como en la esperanza de vida. Esto puede ser intrínseco a la manera de formalizar el análisis en niveles generales, lo cual se puede apreciar en la

Tabla 4.

Tabla 4
Indicadores sociales por cantón de la región Brunca

	Esperanza de vida	Índice de Desarrollo Humano	Educación esperada (años)	Desigualdad de género
Pérez Zeledón	82.64	0.80	12.17	0.33
Buenos Aires	82.30	0.72	11.65	0.21
Osa	77.99	0.74	11.78	0.24
Corredores	81.14	0.77	12.03	0.21
Golfito	80.93	0.77	12.12	0.21
Coto Brus	80.01	0.73	12.34	0.42

Nota. Elaboración propia con datos derivados del Atlas de desarrollo Humano cantonal del PNUD.

Hablar de la economía en la región Brunca es poco diversificado, sin embargo, existen grandes elementos o caracterizaciones de cada uno de los cantones, según se menciona a continuación:

Pérez Zeledón. Según los datos que se obtienen de la Municipalidad de Pérez Zeledón (2022), la composición de la economía se fundamenta en el campo agrícola. El sector primario está compuesto por productos como la siembra de caña de azúcar, café y tabaco, entre otros. En el sector secundario, se pueden apreciar las actividades industriales, como las maquilas, panificadoras y cooperativas dedicadas al procesamiento del café y la caña de azúcar. Por último, el sector terciario de la economía que se basa en el comercio y los servicios incluye cooperativas, entidades financieras y la influencia de la perspectiva turística en este ámbito.

Buenos Aires-Coto Brus. Estos cantones se caracterizan por mantener una variedad productiva en el sector primario de la economía, donde los cultivos de piña, la ganadería y el

café se sostienen. El sector secundario y terciario de la economía de estos cantones ha experimentado un incremento en los últimos años, opacando poco a poco al sector primario. Sin embargo, para el sector de Buenos Aires, Pindeco ofrece esa diversidad de empleos y usos (Instituto de Desarrollo Rural [Inder], 2014).

Osa-Corredores-Golfito. Al mantener posiciones ventajosas en el desarrollo de las economías, en el ámbito general se puede apreciar que en el campo primario no hay un protagonismo de primera mano para estos cantones. Mientras tanto, el sector secundario de la economía mantiene un protagonismo bastante lineal. Por último, el sector terciario tiene un gran protagonismo debido a diferentes aspectos o establecimientos, como el campo fronterizo, el Depósito Libre Comercial de Golfito o la variedad de atractivos turísticos en el ámbito de los servicios (Inder, 2014).

A niveles generales en la región Brunca y basado en el Directorio de Empresas y Establecimientos del 2020 elaborado por el INEC, se puede apreciar el registro de 1,404 compañías, de las cuales el cantón de Pérez Zeledón cuenta con 805, Buenos Aires con 59, Osa con 143, Coto Brus con 121, Corredores con 129 y Golfito con 147. Es importante recordar que estos datos poseen características especiales debido a la gestión establecida por el INEC, la cual se realiza de forma periódica (INEC, 2020).

Sector comercio en la región Brunca

La región costarricense ha gozado desde siglos anteriores de una posición de gran beneficio al emplear procesos de reorganización de acuerdo con sus aspectos socioeconómicos. Al analizar las realidades presentes en el país es necesario comprender cómo el comercio impacta de forma dinámica el producto interno bruto de la economía del territorio nacional. Por

lo tanto, se analiza la perspectiva presentada en el *Informe económico y comercial* elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Panamá (2021):

Los servicios que mayor aportación realizaron al PIB en 2020 fueron los servicios educación y salud (14,5%), servicios de actividades profesionales (12,3%), actividades inmobiliarias (8,6%), servicios comerciales al por mayor y al por menor (8,4%), y actividades financieras y de seguros (6,1%). El Estado desempeña un papel fundamental en la economía costarricense, y en Costa Rica hay más de 60 empresas públicas estatales y unas 50 entidades públicas no estatales (p. 5).

El dinamismo causado por una economía basada en el comercio se encuentra delimitado al campo, ya que aporta un 8.4 % de la productividad. Además, en función de la temática analizada, se observa cómo el aspecto financiero mantiene una fuerte referencia en el ámbito de la sostenibilidad del empleo. Asimismo, en la **Figura 2** puede apreciarse de qué forma se encuentra la actividad compuesta en el sector comercio de acuerdo con la ubicación regional.

Figura 2
Actividad productiva por regiones

Rama de actividad	Región						
	Costa Rica	Central	Brunca	Chorotega	Huetar Caribe	Huetar Norte	Pacífico Central
Total ocupados 1/	2 022 471	1 430 814	99 528	113 848	178 748	110 139	89 394
Agricultura, ganadería y pesca	12,7	6,1	32,3	20,1	35,6	34,9	14,1
Industria manufacturera 2/	11,6	13,4	6,6	7,7	7,6	7,0	8,2
Electricidad, gas y agua	1,7	1,6	1,4	3,0	1,9	2,2	1,5
Construcción	5,7	6,0	5,0	6,6	3,8	4,9	5,2
Comercio y reparación	18,0	19,2	13,9	14,4	13,8	15,5	18,9
Hoteles y restaurantes	4,8	4,2	3,4	9,0	4,2	5,0	11,3
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	6,9	7,5	5,6	4,4	7,0	3,7	6,1
Intermediación financiera	2,4	2,9	1,0	0,6	1,1	1,5	0,8
Actividades inmobiliarias, empresariales	9,2	10,9	4,4	5,5	4,9	4,1	6,5
Administración pública 3/	15,4	16,1	15,6	15,6	11,9	11,8	15,4
Servicios comunitarios, personales y otros 4/	11,6	12,1	10,9	13,1	8,4	9,3	12,0

Nota. Derivado del plan económico 2030 de la región Brunca.

La región Brunca presenta una composición de aproximadamente el 14 % en la actividad comercial, enfoque que se presentó para el año 2013, como se observa en la **Figura 2**. Esto indica que el sector sigue dominado por el auge del sector agropecuario, que constituye la primera parte de la economía en el ámbito general o su integración. Por lo tanto, es necesario posicionar de manera precisa la continuidad de acciones congruentes, con el fin de ser versátiles en los procesos de mecanización, para concretar beneficios de gran relevancia para el sector.

Parque empresarial de la región Brunca y el sector comercio

El parque empresarial se define como el elemento encargado de albergar a todas las empresas participantes del país. En el caso de Costa Rica, según algunos indicadores, se puede observar que la participación de microempresas, pequeñas compañías y medianas empresas alcanza casi un 97.5 %. Por lo tanto, no se evidencia un gran avance en este ámbito o en función crítica de este.

En el caso del área de estudio, se cuenta con una cantidad delimitada de empresas, lo que permite fragmentar los sectores comerciales correspondientes. Además, se destaca que el sector comercial es predominante, con la finalidad de emplear a la población bajo el sistema mipymes. Asimismo, es importante señalar que el sector servicios también tiene un impacto significativo en la economía actual.

Sistema financiero en la región Brunca

Costa Rica ha sido destacada por su preciso avance en la diversificación adecuada de los procesos de descentralización en la administración pública, con propósitos claros orientados a beneficiar a la población usuaria del Estado. La banca es uno de los mejores ejemplos en este caso, donde la proliferación de entidades se incrementa gracias a las diversas reformas que se

generan con el avance de los espacios temporales. Así lo recalca Arce (2006) al señalar que el dinamismo bancario se mueve en función de las diferentes apreciaciones realizadas de acuerdo con el contexto presentado, como ocurrió en la coyuntura de 1970. Bajo una serie de reglamentaciones, se inició una apertura a la banca privada, que logró posicionarse de forma rápida, estable y concisa.

Las entidades financieras mantienen un control significativo sobre la estructura, el sistema y la evaluación en el campo de la región Brunca. Esto no solo provee servicios de gran beneficio, sino que también genera un sinnúmero de empleos, lo cual resulta valioso ante la escasa presencia de oportunidades laborales y los resultados de estudios que indican que el territorio se encuentra entre los más afectados en términos de empleo. En el cantón de Pérez Zeledón, se pueden enumerar diversas instituciones financieras, tanto de la banca pública como el Banco de Costa Rica, el Banco Popular y de Desarrollo Comunal y el Banco Nacional de Costa Rica, como del sector privado, que incluye el BAC San José, Scotiabank, Davivienda y Promerica. La lista es extensa e incluye, además, cooperativas como Coopealianza R. L., Coopenae R. L. y Coopeservidores R. L.

La facilidad que ofrece la tecnología ha originado la posibilidad de abrir cuentas bancarias con un solo clic en el teléfono. Por ende, la ubicación o presencia geográfica en la zona puede no ser relevante, ya que las variaciones, así como la interacción al ofrecer los productos correspondientes, pueden establecerse de acuerdo con los movimientos de gran fortaleza y redundancia del campo, lo que promueve un sector virtual en el que se presente la comparecencia de los eventos ya establecidos o mencionados.

Marco teórico

La perspectiva del apartado anterior mostró una referencia en cuanto a la ubicación y caracterización de los diferentes panoramas presentados en la región Brunca. Por lo tanto, durante el desarrollo de este apartado, se pueden encontrar los sustentos teóricos para el desarrollo de la temática que se seleccionó en la investigación. De esta forma, se presentan las caracterizaciones propias del sistema financiero, además, se incluyen los componentes de los productos tradicionales, así como el desarrollo de los productos no tradicionales en la sección económica del territorio.

Funcionamiento de un sistema financiero

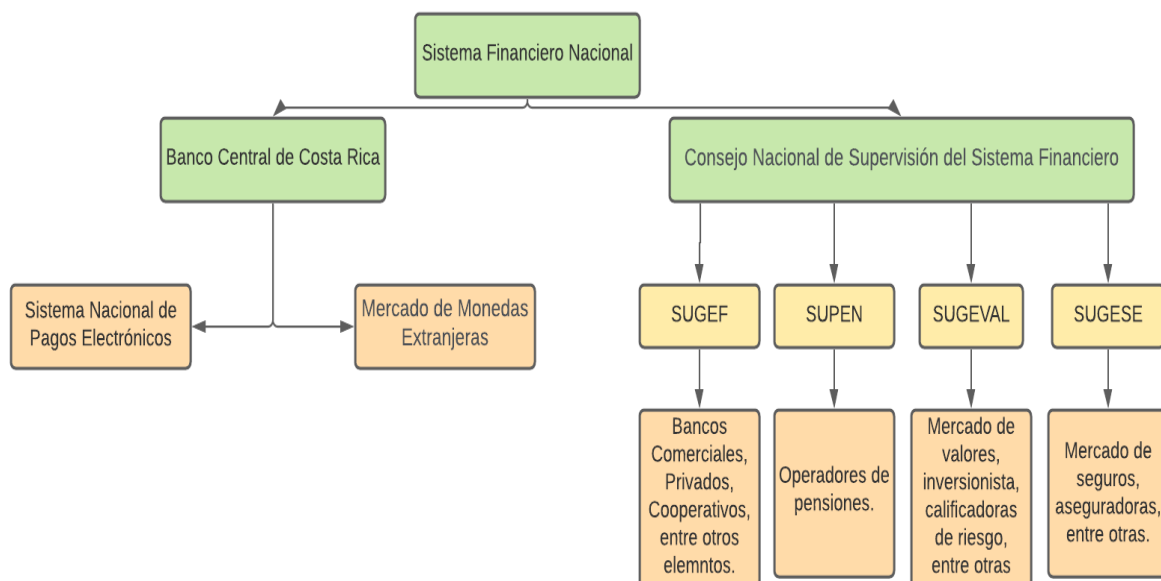
La realidad de un país consiste en depender de los procesos de intercambio de dinero para mantenerse a flote a niveles internacionales, así como en garantizar la afluencia de recursos. En la antigüedad, la estructura estaba sujeta a modelos de cambio en propia equivalencia, es decir, el trueque, en el que participaban intermediarios para gestionar de forma adecuada el cambio de productos. Cabe destacar la importancia de reconocer que este sistema evolucionó a lo largo de cada periodo histórico. En el caso costarricense, Camacho (2014) señala el proceso continuo desde 1858 con la aparición del primer banco en la nación, lo cual vino a fortalecer poco a poco la estructura financiera nacional costarricense.

El sistema financiero nacional (SFN) es importante para el desarrollo de un país, ya que se compone de grandes estructuras y participantes que generan un sinnúmero de acciones que emplean un dinamismo en la economía nacional. Es necesario adentrarse en la política o la estructura con el propósito de analizar mejor sus funciones o necesidades para el país. Por lo tanto, es fundamental reconocer su definición, al concebirse como: “Un conjunto de instituciones

e intermediarios que desempeñan un papel importante en el funcionamiento y el desarrollo de la economía. Se rige por las legislaciones que regulan las transacciones de activos financieros y los mecanismos e instrumentos” (Hernández y Rodesma, 2015, p. 4).

Es determinante que el sistema financiero nacional (SFN) de una nación logre, de forma correcta, ser competitivo en relación con fomentar el eficiente crecimiento y desarrollo económico del país. Cabe destacar que la administración pública también participa de manera puntual al preparar o elaborar las condiciones requeridas para la aplicación efectiva del proceso. Ramos y Rugama (2009) también destacan la relevancia de proveer los medios a los agentes económicos para consolidar el desarrollo del ahorro, así como para acceder a los fondos correspondientes, ya sea para el consumo o para la inversión en un negocio. En la **Figura 3** puede apreciarse la composición del SFN del país.

Figura 3
Componentes del sistema financiero nacional



En la **Figura 3** se denota la jerarquización de los diversos componentes o participantes del sistema financiero nacional (SNF) en nuestro país. Además, se puede apreciar cómo el Banco Central de Costa Rica (BCCR) y el Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero (Conassif) son los precursores para generar el dinamismo necesario en el empleo de agentes económicos, así como su respectiva interacción entre ellos.

El BCCR mantiene una línea estrecha entre los intercambios monetarios a gran escala y el manejo del comportamiento de las divisas extranjeras en la nación. Por otra parte, se encuentra el Conassif, encargado de supervisar a las superintendencias, las cuales fiscalizan, analizan y reconocen las variaciones en el mercado de dinero propuesto. La Superintendencia General de Entidades Financieras (Sugef) mantiene su propio protagonismo al vigilar, otorgar permisos y fiscalizar, entre otras funciones, a las entidades financieras del país. Además, se localiza la Superintendencia General de Pensiones (Supen), encargada de supervisar a las operadoras de pensiones. La Superintendencia General de Seguros (Sugese) se encarga de vigilar el mercado de seguros y, por último, la Superintendencia General de Valores regula el mercado de valores y a sus participantes (Díaz *et al.*, 2010).

Según lo mencionado, el SFN de Costa Rica mantiene una elevada cantidad de participantes, entidades financieras, fondos de inversión, entre otros, así como componentes de gran necesidad para controlar o regular los diferentes mercados integradores de dinero, los cuales son de gran beneficio para la población y para el desarrollo del país.

Intermediarios financieros

La evolución de la banca presentó una serie de cualidades que se relacionan con la importancia sobre cómo debían efectuarse los procedimientos o estructuras en los medios de

intercambio de divisas, dinero y otros medios de pago. La sociedad, de igual forma, ha estado sujeta a la legislación, que se ha encargado de definir quiénes son los autorizados para llevar a cabo dichos procesos en función del bienestar de la propia entidad. La intermediación financiera gira en torno a los requerimientos presentados por la función del sistema financiero, donde la canalización de ahorros por parte de las unidades superávit se dirige hacia las unidades económicas con déficit, con la finalidad de comprender la composición o materialización de las inversiones (Cárdenas *et al.*, 2011).

El desarrollo de las actividades en la perspectiva financiera debe medirse de acuerdo con los niveles de profundidad del mercado. Este desarrollo gira en torno a la comprensión de cómo los usuarios pueden mantener acceso a este dinamismo económico. Medina y Pacheco (2010) establecen o conceptualizan este término en relación con el art. 116 de la Ley Orgánica del Banco Central como el proceso mediante el cual se genera la captación de los recursos financieros del público, de forma continua, para poder destinarlos según los elementos de riesgo por parte del intermediario en cualquier vista o corriente de crédito o inversión, bajo el papel de formalización de transacciones.

La intermediación financiera denota la importancia de la capacitación de recursos financieros del público. Lo anterior tiene el fin de posicionarlos sobre los demás productos en función de concretar los elementos de interés. La sociedad requiere un orden para solventar sus requerimientos, o bien para guardar las porciones de dinero para su uso en el futuro, recordando la relevancia que tiene en el desarrollo del interés. Los intermediarios financieros ofrecen productos y servicios financieros de corte tradicional (crédito o ahorro), así como no tradicionales, que se desmarcan de la perspectiva convencional para originarse (Salas y Ureña,

2012). En el siguiente apartado se presentan los elementos de encaje para comprender la sistematización del proceso.

Figura 4

Elementos de la intermediación financiera

Captación de recursos financieros

Se recibe o recoge dinero de terceros en función de posicionar.

Habitualidad

El intermediario debe realizar las actividades de forma continua así como repetida.

Por cuenta y riesgo del intermediario

El intermediario se posiciona sobre el cambio de superavitario y el deficitario.

Nota. Datos extraídos de Medina y Pacheco (2010).

Oferta de productos y servicios financieros tradicionales

Ahorro. La necesidad de las cuentas de ahorro para la sociedad y la entidad financiera constituye un mecanismo esencial para la continuidad de su rol, ya que, debido al sinnúmero de avances en el campo tecnológico y al desarrollo de nuevos requisitos del mercado, es funcional que cada individuo tenga una cuenta en el banco, a través de la cual pueda depositar su liquidez de forma inmediata, desarrollando los puntos estables para integrarse en la sociedad actual.

Además, la organización financiera responsable, ya sea un banco o una cooperativa, se encuentra

en la disposición de cuidar los recursos de sus clientes mediante una serie de servicios vinculados a las cuentas de ahorro de manera adecuada.

Las cuentas de ahorro ofrecen al cliente una serie de beneficios y ventajas en su rol en la sociedad, al mismo tiempo que al banco le conviene gestionar el dinero de las personas. Lo anterior tiene el fin de incrementar sus activos, o bien establecer o solucionar las funciones pertinentes a cada entidad. La tecnología ha sido una de las principales promotoras del incremento de clientes en la solicitud de apertura de cuentas de ahorro a la vista.

Por este motivo, mantener una de estas cuentas proporciona facilidad de liquidez, ya que la permanencia de dinero en la cuenta facilita el pago de servicios. La simplificación de los métodos que se utilizan para gestionar funciones bancarias ha revelado un gran valor. Por ejemplo, para realizar transferencias de dinero o pagos de créditos, se puede utilizar Sinpe Móvil o la aplicación de la banca en línea correspondiente a la organización financiera de preferencia. Esto implica un mayor dinamismo en la economía, así como facilidad para la persona usuaria.

El ahorro se define por la Real Academia Española (2020) como: “reservar una parte de los ingresos ordinarios, Guardar dinero como previsión para necesidades futuras, Evitar un gasto o consumo mayor” (s. f.). Es decir, se refiere a aquella parte del dinero que se decidió no gastar y que se reserva para poder afrontar necesidades futuras o llevar a cabo algún proyecto. Una cuenta de ahorros, según Scotiabank (2020) es un: “Producto financiero ofrecido por el banco, y que permite ahorrar el dinero de forma segura” (s. f.). Además, permite acceder a esos fondos de manera rápida, ya sea a través de cajeros, oficinas o banca virtual, considerando que el dinero depositado puede generar intereses, los cuales dependen de las tasas de cada entidad financiera, así como de los servicios adicionales que se pueden ofrecer con una cuenta de ahorros.

A pesar de que las cuentas de ahorro no ofrecen altas tasas de rentabilidad, sí logran proporcionar disponibilidad y confianza en el manejo del dinero, adecuándose a lo que la persona desea o puede adquirir. Por lo tanto, es necesario conocer cuáles son las ventajas y desventajas que se pueden encontrar en el momento de adquirir cuentas de ahorro.

Cada banco puede ofrecer diferentes tipos de cuentas de ahorro y existen cuatro grupos principales de cuentas, de acuerdo con las necesidades personales. Cada una presenta algunas diferencias, pero todas cumplen una función concreta, la de ahorrar dinero. Estas se definen según Restrepo (2020) de la siguiente forma:

- Cuentas transaccionales: están destinadas a aquellos usuarios que suelen realizar numerosas transacciones u operaciones bancarias al día.
- Cuenta de ahorros para inversión: consiste en invertir el dinero de los inversores mediante instrumentos bursátiles.
- Cuenta corriente: pueden ser 100 % digitales y permiten a los clientes de un banco realizar toda la operativa básica necesaria para gestionar su dinero (domiciliar ingresos o recibos, llevar a cabo transferencias y consultar movimientos).
- Cuenta de ahorro programado: el cliente, de acuerdo con su capacidad de ahorro, establece los montos y el tiempo que durará el depósito en la entidad financiera en la que adquirió la cuenta.

Crédito. Las empresas, al iniciar sus operaciones, no cuentan con la suficiente liquidez para poner en funcionamiento el negocio con la máxima productividad. De igual forma, cuando una persona requiere realizar un movimiento que implique la necesidad de efectivo de la manera más rápida, recurre a las instituciones financieras con el propósito de utilizar los recursos

concretos de los intermediarios financieros. Además, de buscar adentrarse en la perspectiva tradicional del producto, en lo que respecta a los procesos de crédito. El término *crédito* se define como: “Se trata de un tipo de deuda a corto plazo y de naturaleza informal, cuyos términos no están generalmente fijados de forma legal” (Rodríguez, 2008, p. 36).

Los instrumentos de crédito se convierten en el fundamento de interés para racionalizar de forma efectiva los procesos concretos en etapas relevantes para la solidez en el ámbito empresarial. Los créditos deben mantenerse bajo sistemas de seguridad por parte de las operadoras financieras, así como regulados por los acuerdos propuestos por la Sugef. Uno de estos acuerdos es el Acuerdo 01-05, en el cual se aprecia el riesgo y los mecanismos de control crediticio en función de las personas que se encargan de vigilar o supervisar que los procedimientos se lleven a cabo de la mejor manera. Las mipymes son una de las unidades responsables de brindar suficiente espacio para resguardar efectivamente los procesos en este tipo de áreas, ya sea mediante el capital semilla o adecuaciones de crédito para su beneficio (Retana, 2014).

El proceso de obtención de un crédito es riguroso, así como los elementos de comprensión necesarios para posicionar las secciones, con el fin de mejorar las cualidades que brindan acceso a estos. A continuación, se presenta una figura en la que se exponen las características de mayor relevancia para beneficiarse de un crédito. Se utilizaron las entidades financieras del Banco Improsa, BAC Credomatic, Coopeservidores, Coopealianza, así como el Grupo Mutual Alajuela.

Figura 5*Características de los créditos en las instituciones financieras***Orientación del crédito**

Personales, de consumo, *back to back*, adquisición de vehículos, empresariales.

Plazos

Varían de acuerdo con el préstamo (12 a 96 meses).

Tasas

Las tasas de interés andan entre 6 y 7 puntos sobre la pasiva, si es mipyme puede reducir.

Nota. Datos que se obtienen de diversas páginas de instituciones financieras.

Productos financieros no tradicionales

La economía se ha centrado en el desarrollo de ofertas y productos financieros tradicionales, como se pudo observar en la **Figura 5** centrada en el crédito y el ahorro. Por lo tanto, es necesario enfocarse en los nuevos modelos no tradicionales, así como en esos productos ampliados o diversificados, gracias a la inserción de nuevas fases económicas en el país, así como en alternativas globales diversas y otros tipos de herramientas para su gestión y uso por parte de las empresas.

La nueva variedad de servicios puede visualizarse desde 1995, cuando se produjo el levantamiento de la nacionalización bancaria en la reforma de la Ley n.º 7558, Ley Orgánica del Banco Central. Durante esta coyuntura, las entidades privadas lograron contrastar, de mejor forma, las reglas del dinamismo internacional y las afectaciones de un mundo globalizado desde

su propia perspectiva. Por lo tanto, se preveía la aparición de nuevos instrumentos financieros para el proceso.

Este motivo implica que, durante el desarrollo de este apartado, se puede observar una serie de productos no tradicionales para el financiamiento de las empresas, así como su resguardo, comprendiendo su definición, ventajas y, por supuesto, las entidades a las cuales se puede recurrir para su procesamiento.

Leasing. Los mecanismos tradicionales ofrecidos por las entidades financieras han variado en su uso debido al surgimiento de instrumentos eficaces que permiten alejarse de un sistema complejo y difícil, especialmente para quienes comienzan a desarrollar un negocio o no cumplen con las estipulaciones tradicionales en el ámbito de los créditos. Por lo tanto, se exploran nuevos modelos que, al inicio, ofrecen ventajas para cuidar el flujo de caja de la empresa, ya que no requieren financiamiento, lo que no afecta el proceso de endeudamiento y puede brindar beneficios en el ámbito fiscal (Cisneros, 2017).

Es correcto que anteriormente se hablaba del *leasing*, el cual representa un nuevo modelo financiero ajeno a lo tradicional, destinado a desarrollar grandes beneficios, aportes y otras ventajas para las empresas. Sin embargo, para analizar de manera pertinente este mecanismo es necesario contemplar su definición, la cual se extrajo de la percepción desarrollada por diferentes autores. Según Asobancaria (2016), Leiva (2003) y Sánchez (2018), el *leasing* se establece como un mecanismo que brinda a una organización o empresa, a cambio de pagos periódicos pactados, la posibilidad de adquirir activos capitales para utilizarse en un periodo determinado, sin la necesidad de realizar una fuerte inversión.

El desarrollo e implementación del *leasing* constituye un precedente que transforma el modelo de los productos tradicionales ofrecidos por las entidades financieras hasta el momento. El proceso de apertura de las fronteras entre naciones, conocido como el movimiento de la globalización, ha permitido incluir nuevos métodos de atracción para los clientes en el sistema financiero, este es uno de los más innovadores. Las características especiales del *leasing* financiero, también denominado arrendamiento financiero, se encuentran en que:

Un proveedor determina los bienes o equipos para dárselos en arrendamiento mediante el pago de una remuneración en donde el punto de referencia inicial es el período de amortización de los bienes y con la opción a favor del arrendatario (Chaves, 2000, p. 109).

Al constatar cómo las posibilidades del *leasing* financiero ofrecen alternativas para comprender el uso de arrendamientos sin requerir la necesidad de endeudarse o de recurrir a un modelo de financiamiento tradicional, se brinda un panorama optimista a las empresas para emplear nuevos mecanismos de diversificación para adquirir productos financieros no tradicionales o en función de deseos de inversión, según la perspectiva analizada. En este caso, estos servicios se ofrecen por Scotiabank, BAC Credomatic, Bicsa, Banco Improsa y Banco Cathay. Por lo tanto, al verificar la diversidad de entidades privadas, se puede analizar más a fondo la participación de las entidades financieras públicas, las cuales ofrecen una gran variedad de instrumentos para el beneficio de los empresarios.

Factoreo. Los diferentes eventos presentados en el mundo durante los últimos años han ocasionado una severa preocupación en el campo empresarial, en el sentido de perder grandes porciones de liquidez a causa de las situaciones que impactaron a los consumidores. Asimismo, las condiciones económicas del país para adquirir un préstamo o financiamiento tradicional

constituyen una característica que ha llevado, tanto a empresas de gran calado como a las mipymes a optar por el factoreo; en lugar de endeudarse, se embarcan en el uso de un nuevo modelo financiero (Rodríguez, 2016).

La necesidad de contemplar una liquidez de forma rápida, o bien evitar la necesidad de requerir un préstamo, se basa en el sentido del factoreo. Este instrumento contempla una definición derivada de diferentes autores, como la Cámara Costarricense de Empresas de Factoreo (2021), Saieh (2021) y Yu (2013). Se puede determinar que el factoreo gira en torno a la decisión del empresario de trasladar sus cuentas por cobrar a una entidad financiera, con el fin de obtener liquidez y minimizar los riesgos asociados, a cambio de un pago porcentual del total de dichas facturas.

El desarrollo del factoreo o el descuento de facturas permite presentar de manera atractiva las oportunidades para potenciar el negocio mediante un proceso que incrementa las áreas correspondientes, sin requerir liquidez ni generar una carga financiera para la empresa. Entre sus ventajas, la tasa anual es más accesible en comparación con la de un crédito, lo que facilita el cumplimiento de requisitos y mejora el procedimiento de aprobación. Abissi (2017) establece una serie de beneficios para implementar este mecanismo dentro de las organizaciones; entre ellos se puede considerar un crecimiento en el flujo de efectivo de los negocios sin necesidad de financiarse a través de un crédito. Además, se puede destacar la provisión de un capital de trabajo que colabora significativamente en la mejora de los pagos en las empresas, así como un aumento en la competitividad en el sector (Banco Promerica, 2021).

Es necesario iniciar un proceso de observación por parte de las entidades comerciales sobre la posibilidad de considerar nuevos elementos para el financiamiento de un proyecto o negocio. Las ventajas que se identificaron, así como la oportunidad de crecimiento en el país,

permiten la agilización eficiente de su desarrollo. Es relevante aclarar que no se debe depender del crédito, el cual en ocasiones, resulta impagable al no contar con los recursos suficientes para su cancelación mensual. Algunas entidades como Banco Promerica y BAC Credomatic representan instituciones a las cuales se puede acudir para implementar este modelo, mientras que el Banco de Costa Rica ofrece este distinguido servicio a empresas exportadoras.

Avales. En el ámbito nacional, la pandemia afecta de forma directa a miles de empresas. Por lo tanto, para ampliar o activar una ruta económica que gestione la reactivación de la economía en el país es necesario afrontar un desarrollo selectivo para las compañías. En este contexto, se presenta un instrumento financiero de gran relevancia, así como la importancia que reviste la temática de los avales. Este tipo de mecanismo ha fomentado la posibilidad de crecimiento y, si se utiliza de manera adecuada, puede contribuir a elevar el parque empresarial de la región Brunca, creciendo de forma significativa mediante los aportes recibidos del uso de mecanismos no tradicionales.

El desarrollo de los avales es relevante para las empresas, ya que les permite gestionar la garantía, sin embargo, para analizar su caracterización, es fundamental definirlo. Según el aporte del Banco de España (2021), el Diccionario Panhispánico del Español Jurídico (DPEJ) (2020) y el Ministerio de Hacienda (MH) (2020), el aval se contempla como un producto financiero que, al caracterizarse por poseer un respaldo de pago para la entidad crediticia, mejora las condiciones de crédito para las compañías que lo adquieren mediante la disminución de las tasas de interés y el aumento de los plazos.

El desarrollo de avales en el país ha mantenido un crecimiento en los últimos años, especialmente en el último, debido al impacto de las consecuencias directas de la pandemia sobre las empresas. Casa Presidencial (2020) ha informado sobre las gestiones realizadas con el

propósito de ser certeros en el uso del dinero, así como sobre los mecanismos por utilizar y quiénes serían los beneficiarios de dicho acceso. El proyecto se enfoca en brindar aproximadamente \$300,000,000 USD, los cuales se repartirán entre las entidades financieras supervisadas por la Sugef, recordando el beneficio de tasas especiales y la colocación en plazos.

El desarrollo de los avales puede aplicarse en el contexto de las mipymes, según lo establecido en la Digipyme (2021). A través del Fondo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fodemipyme), concebido a partir de la Ley n.º 8262 de, Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas, se busca fortalecer el desarrollo y, sobre todo, la competitividad de las mipymes en la economía social mediante el otorgamiento de avales. En este caso, su función es brindar soporte económico a quienes presentan deficiencias en garantías, para ser cubiertos, o bien por un operador.

Un caso de funcionamiento del sistema de avales se presenta bajo la esquematización del Banco de Costa Rica (BCR), que actúa como operador financiero autorizado para orientar el apoyo financiero del Fonade, con el objetivo de beneficiar a las personas participantes del SBD. Existe un monto máximo para el desarrollo del beneficiario, que corresponde al 75 % de los créditos solicitados por las mipymes, lo que equivale a un caso de ₡65.000.000. La garantía se determina según las condiciones de cada proyecto o de acuerdo con la realidad de los solicitantes. El BCR proporciona un ejemplo más claro: si un empresario solicita ₡100.000.000, se realiza un estudio en el que se localiza una propiedad con un valor aproximado de ₡49.000.000. En este caso, el empresario puede ofrecer ₡35.000.000 de esta propiedad como garantía, mientras solicita ₡65.000.000 a Fonade como aval (Banco de Costa Rica, 2021).

Por lo tanto, es necesario comenzar a interactuar con una gestión eficaz de mecanismos financieros de apoyo a las empresas. Si bien existe un enfoque beneficioso para las mipymes,

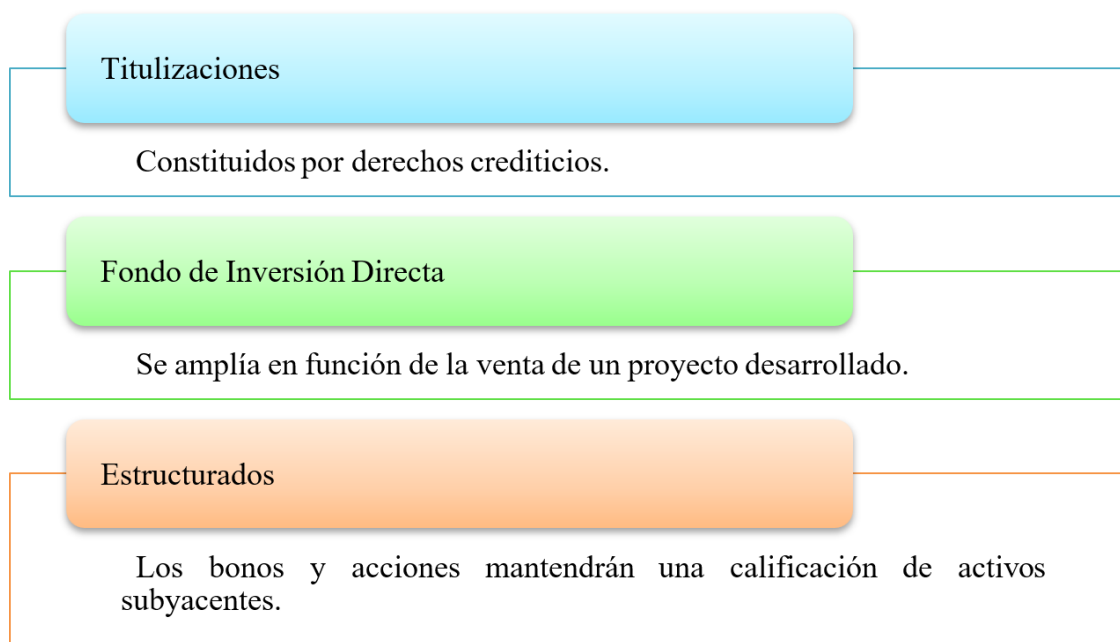
esto no implica que no haya instrumentos de solvencia en el proceso de empleo de avales para compañías en general.

Fideicomiso. La actualidad ha obligado, de cierta forma, a los sistemas financieros a regirse por mecanismos de interés que fortalezcan de manera eficiente las relaciones entre nuevos instrumentos de financiación, así como su aplicación por parte de una entidad como resguardo de un pago clave y que sean asequibles en caso de variar bajo algún elemento de interés.

El fideicomiso se define, según Apat (2002), Granada (2021) y Monge *et al.* (2020), como una relación contractual basada en la confianza, en la cual el cliente denominado fideicomitente, traspasa bienes al banco, que tiene la obligación de administrarlos en beneficio de un tercero conocido como fideicomisario. Este último, a la vez, tiene el deber de cumplir con una serie de requisitos preestablecidos en el acuerdo para que dichos bienes se entreguen.

El fideicomiso mantiene una serie de elementos clave, con la finalidad de estructurar de la mejor manera el desarrollo óptimo del contrato. Entre ellos, se pueden identificar a los sujetos. Mosqueira (2009) hace referencia, primero, al fiduciante o fideicomitente, quien transmite los bienes y establece las normas sobre el contrato, las cuales deben seguirse en su formalidad. Este término puede integrar diferentes personas físicas o jurídicas. Por otro lado, se encuentra el fiduciario o fideicomisario, quien asume el rol de administrador a cambio de una retribución. Por último, se halla la figura del beneficiario, encargado de recibir los beneficios de la administración por parte del fiduciario. En la **Figura 6** puede apreciarse el tipo de fideicomisos financieros para implementar:

Figura 6
Tipos de fideicomisos



Los fideicomisos se encuentran a la vanguardia debido a su influencia en el proceso de cobertura crediticia por parte de las entidades financieras. Algunas instituciones como el Bicsa, el BCR o el Banco Nacional, mantienen en su plataforma de productos, así como en su desarrollo, una serie de beneficios para su producción. El BCR (2021) establece que los fondos no reembolsables provienen a través de este tipo de sistema.

Cartas de crédito. Es necesario comprender la actualidad, con el objetivo de entender el mercado global y obtener los grandes beneficios de la exportación, el cual cuenta con una diversa red de tratados de libre comercio, así como acuerdos comerciales. Los empresarios disponen de grandes comodidades para llevar a cabo negociaciones en el exterior, sin embargo, es fundamental resguardar de forma concreta una garantía en el momento de gestionar los procesos de negociación internacional. Por esto, se requiere reconocer la importancia, definición y utilidad de la carta de crédito como instrumento financiero.

La carta de crédito se concibe como una herramienta de gran utilidad para el desarrollo de exportaciones por parte de los comerciantes, sin embargo, es necesario interpretar su definición. A partir de lo aportado por Mendoza (2016), Pico y Coello (2018) y Mejía (2004), este instrumento se define como un sistema de pago complejo, generalmente utilizado en operaciones de comercio internacional, cuyo objetivo principal es la disminución de riesgos en actividades de compraventa. La entidad financiera se compromete con el exportador por realizar el pago al importador en función del cumplimiento total de una serie de requisitos preestablecidos mediante un contrato.

Este instrumento, al ofrecer una serie de seguridades en los diversos niveles, permite determinar la generación del proceso por parte de quienes lo adquieren. El Banco de Costa Rica (2021) establece una serie de rubros o compromisos que, en el ámbito de comparación con las demás entidades financieras que lo ofrecen, se rigen bajo los mismos principios. Entre los elementos, se puede apreciar el pago a un tercero, quien se coloca como beneficiario, ya sea el exportador o el vendedor. Además, en caso de desarrollarse conflictos o cualquier eventualidad, la mercadería que se encuentra amparada por una carta de crédito es pagada en su totalidad.

Para este mecanismo financiero existe una gran variedad de instituciones que ofrecen sus servicios, como el Banco Nacional, el Banco de Costa Rica, Promerica, así como Scotiabank y BAC Credomatic. Este último adapta dicho instrumento para aplicarse a pymes que se encargan de exportar o importar, según su categoría. La diversidad de instituciones que se encargan de otorgar estas facilidades a las personas participantes del sistema que lo requieren garantiza la seguridad del proceso. Este elemento debe comenzar a propagarse en su aplicación por parte de los empresarios, al poder garantizarles de forma efectiva su procedimiento, recordando la mayor amplitud de los posibles daños colaterales derivados de una exportación o importación.

Fondos de inversión. Los países en desarrollo no cuentan con un gran dinamismo para el desarrollo óptimo del concepto de valores. En el caso de Costa Rica, se puede observar un mercado relativamente nuevo, en el cual el auge presentado durante las últimas dos décadas ha sido de gran importancia. El país ha encontrado la posibilidad de colocar los recursos, o bien obtenerlos sin requerir la intermediación financiera, lo cual provoca un aumento en los canales de ahorro de una población diferente a lo especializado hasta el momento. Es correcto mencionar que se habla de los fondos de inversión, considerados como instrumentos financieros de gran calibre para el mercado de valores de la nación costarricense (Chaves *et al.*, 2015).

Los fondos de inversión se conciben como una herramienta en auge, como se mencionó, por ende, es importante reconocer su definición para comprender de forma correcta el sentido material del elemento por describir. En este sentido, la Sugeval (2021), Fonseca (2020) y Crespo y Serrano (2006) coinciden en que los fondos de inversión se caracterizan por ser la agrupación de recursos pertenecientes a una serie de inversionistas individuales, los cuales se manejan por un experto con el objetivo de que dicha unión les permita alcanzar mayores niveles de rentabilidad y seguridad, comparados con la inversión en el mercado bursátil de manera separada.

Este instrumento ofrece una serie de facilidades a los patrimonios de los inversionistas y permite apreciar la sumatoria de los demás patrimonios de quienes se encuentran en el fondo de inversión. Al mantener un elevado estándar para los accionistas, se evidencia una mayor oportunidad para emplear un desarrollo óptimo de acciones y emitir o concursar para la adquisición de títulos valores de mayor prestigio. Los fondos de inversión son de gran interés para los empresarios, posiblemente debido a la naturaleza de sus activos, donde se pueden concentrar en tres vertientes: la perspectiva financiera, en la que se emplean títulos valores; los

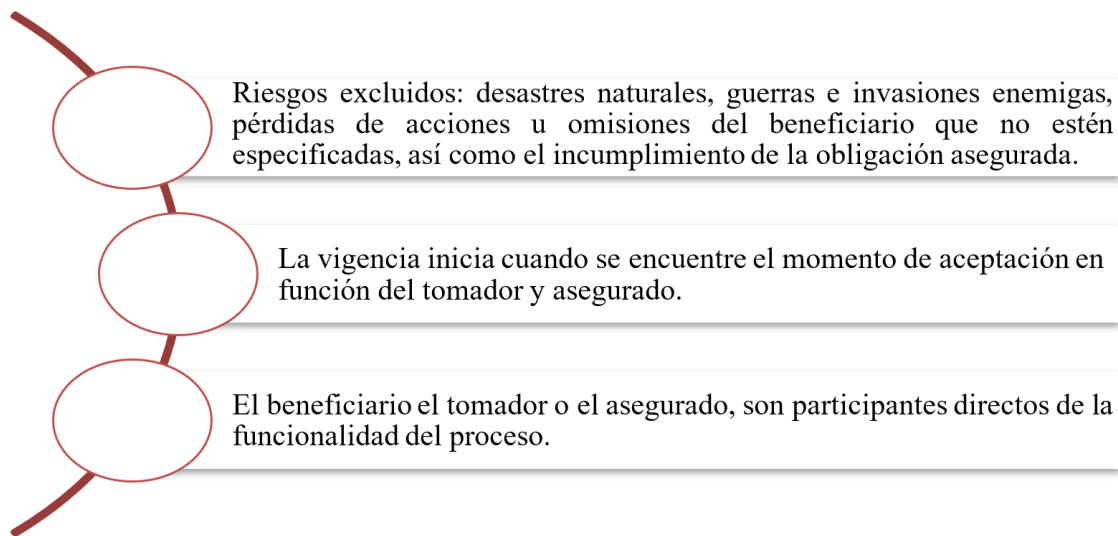
activos no financieros, con base en inmuebles y desarrollo de proyectos, o bien los megafondos dedicados a invertir en otros fondos. Este elemento da la posibilidad de contemplar el gran accionar de los mecanismos para congraciarse con la población empresarial activa (Carballo, 2011).

De igual forma, Costa Rica ha ampliado su diversificación para incluir a las mipymes en el desarrollo de fondos de inversión exclusivos para esta categoría empresarial, lo cual presenta una serie de ventajas y beneficios para la inversión de capital o la obtención de recursos de manera urgente. Cabe recordar los riesgos implícitos del proceso, así como su elevada rentabilidad en el campo. Una gran cantidad de entidades financieras, ya sean bancos públicos o privados, cooperativas e instituciones especiales bajo los reglamentos de la Sugeval, han surgido en los últimos años y ofrecen dichas modalidades. El Banco de Costa Rica, el Banco Nacional, el Banco Popular, BAC Credomatic, entre otros, han implementado mecanismos para diferenciar los procesos tradicionales ofrecidos en la intermediación financiera, tales como créditos y ahorros.

Seguros. Existe una serie de elementos o condicionantes, tanto externos como internos, que han obligado a las empresas a modificar su forma de producir o considerar alternativas para ofrecer una cobertura óptima en caso de que cualquier externalidad afecte el dinamismo. Los seguros son un elemento de gran importancia. Así lo define el Instituto Nacional de Seguros (INS) (2021), al considerarlos como un instrumento de previsión en el que alguien, mediante el cobro de una prima, es obligado a indemnizar a otro por el daño generado, únicamente si se produce un evento determinado. Asimismo, los seguros pueden considerarse como una técnica de transferencia del riesgo.

En este caso, durante el desarrollo del apartado se analiza la vertiente de dos instrumentos de aseguramiento. El primero de ellos es la póliza de caución, un término nuevo que se refiere al énfasis de aprendizaje para su uso en el desarrollo del sentido instrumental en los procedimientos causales de los eventos derivados. Para comprenderlo es fundamental definir este concepto con claridad y precisión, donde Crédito y Caución (2021), Sánchez (2021) y Vásquez (2019) coinciden en determinar la póliza de caución como un seguro que consiste en una garantía de indemnización que resguarda al beneficiario en caso de posible incumplimiento de los requisitos por medio de la otra parte involucrada.

La póliza de caución se convierte en un instrumento válido para su aplicación correcta en los procesos de contratación administrativa en los cuales se solicita el uso de una garantía en el momento de generar la participación en la oferta. Asimismo, se puede identificar en el instante de emplear un aval hacia una institución, la cual, al notar la presencia del seguro, permite de manera adecuada el desarrollo concreto de los eventos presentes. A continuación, en la **Figura 7** se pueden apreciar de forma resumida los datos más relevantes del componente de la póliza de caución.

Figura 7*Características del seguro de caución*

Nota. Elaboración propia con datos derivados del INS.

El INS (2015) inserta un mecanismo que permite visualizar de forma profunda la dirección ofrecida para comprender la variedad de pólizas de caución disponibles dentro de la entidad. La primera de ellas es la póliza directa, cuya vigencia se establece como definida, donde la modalidad asegura una obligación exigida por el asegurado. Por otra parte, se presenta la póliza directa con una vigencia indefinida, que se enfoca en una modalidad que asegura una sola obligación por parte del asegurado, pero en el contexto de un proceso judicial. Por último, se encuentra la póliza indirecta, también conocida como abierta, en la que el uso del seguro abarca la totalidad de las obligaciones exigidas por el asegurado en función y beneficio de este.

Un segundo aspecto de relevancia en la temática de los seguros es el seguro de cosecha, el cual según Navarro (2021), puede identificarse como un mecanismo mediante el cual los pequeños empresarios del campo agropecuario pueden proteger de forma segura las inversiones realizadas en este ámbito. Este tipo de seguro se caracteriza por su gran proporción y por las

especificaciones complejas que enfrentan los agricultores. En el siguiente recuadro se presentan de manera concisa los tipos de seguro, así como los requisitos establecidos para el proceso.

Tabla 5

Tipos de seguro de cosecha

Tipo de seguro de cosecha	Interpretación
Seguro de inversión con ajuste o rendimiento	<p>En este caso cubre las diferentes disminuciones que se generan por el rendimiento pactado, a consecuencia del evento cubierto por la póliza, en este caso hasta la cosecha se indemniza.</p> <p>Cubre desastres como granizo, inundación, incendio causal o por rayo, deslizamiento por tierras naturales, entre otras.</p>
Seguro por planta muerta	<p>En este caso cubre las plantas muertas, o bien destruidas por riesgos amparados en esta modalidad, en este caso se indemnizará sin requerir esperar la cosecha.</p> <p>Se trabaja con un 5 % de la franquicia, en caso de ser más se trabaja con un valor respectivo.</p> <p>En este caso cubre bajo las mismas medidas del seguro anterior, con la exclusión de problemas de luminosidad, depredadores, así como el piso de cosechar.</p>
Seguro de daño físico directo	<p>Cubre sobre aquellos casos donde se dañe de forma directa el producto o avance.</p> <p>Para el cálculo del valor productivo se toman variables como los daños del fruto, defoliación, así como reducción de población.</p> <p>De los tres seguros es el que cubre menos aspectos.</p>

Requisitos

- Solicitud de seguro agrícola debidamente cumplimentada.
- Constancia de la semilla que se utiliza emitida por la Oficina Nacional de Semillas o el ente supervisor del cultivo (en caso de requerirse).
- Contrato de compraventa para cultivos de exportación.

-
- Presentar análisis de suelo y programa de fertilización para optar por el descuento respectivo.
 - Presentar contrato de asistencia técnica para optar por el descuento respectivo.
 - Aplicar paquete tecnológico
-

Nota. Elaboración propia con información derivada del INS.

Back to back. El mercado ofrece nuevas variedades para el desarrollo colectivo de los procesos, lo cual ha fortalecido su búsqueda de captar nuevos clientes. El aspecto financiero ha intentado de la misma manera congraciarse con etapas o mecanismos de interés para empresas que buscan un financiamiento de forma rápida y accesible, donde, en ocasiones, se mantienen requisitos sin conocer la posibilidad de vincularse a un programa no tradicional del SFN. En este caso, se hace referencia al mecanismo de crédito *back to back*.

Este nuevo modelo o instrumento financiero se ha colocado a la vanguardia, sobre todo, por su facilidad y forma de implementación. Las circunstancias lo hacen ajeno a los créditos previstos por las entidades financieras. Ficohsa (2021), Rombiola (2009) y Scotiabank (2021) coinciden en visualizar que el *back to back* consiste en utilizar un instrumento financiero, en este caso el certificado de depósito a plazo fijo, como garantía del crédito solicitado por la persona usuaria, a raíz de la necesidad instantánea de obtener liquidez. Es decir, se posiciona como un sistema de hipoteca sobre el certificado a plazo para conseguir un crédito de manera rápida y precisa.

Este mecanismo se caracteriza, sobre todo, por su precisión para obtener una liquidez garantizada mediante el certificado, sin las infracciones que implicarían el retiro del dinero. Las condiciones ofrecidas por las instituciones financieras son similares entre sí. CoopeAnde (2021) establece que uno de los principales documentos requeridos es el del Centro de Información Crediticia (CIC). Además, de ofrecer un 95 % de financiamiento del certificado por utilizar con

un sistema de tasas estables y fijas, en el cual los plazos varían de 3 meses a 96 meses. La ventaja de este sistema es que permite cancelar el crédito por medio del certificado y en caso de existir un sobrante, se le devuelve al consumidor del crédito. Entidades como Scotiabank, CoopeAnde y BAC Credomatic son especialistas en su implementación.

Normativa específica que regula el sistema financiero nacional (SFN)

El marco jurídico de las instituciones públicas en un país de corte democrático como Costa Rica es importante, así como su reconocimiento. En apartados anteriores se mencionó la estructura de los componentes del sistema financiero nacional (SFN), así como la interpretación y necesidad de comprensión. Por lo tanto, en este apartado se profundiza en su marco normativo desde diversos puntos, destacando elementos de interés que permitan reconocer de forma concisa el protagonismo y las funciones ejercidas por las grandes jerarquías financieras en relación con el dinamismo realizado por los intermediarios.

El Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero (Conassif) se crea como fundamento o refuerzo de la Ley Reguladora del Mercado de Valores, Ley n.º 7732, bajo el art. 169. Desde sus inicios, esta entidad se ha dedicado a la regulación como ente supervisor, con la función de enfrentar al sistema financiero nacional (SFN) de Costa Rica mediante un proceso de uniformidad y, sobre todo, de integridad de funciones, con el propósito de regular el comportamiento (Conassif, 2021). Es necesario reconocer su importancia dentro del campo financiero nacional, por lo tanto, se mencionan tres de las funciones de mayor relevancia para la entidad:

- Ordenar la suspensión de las operaciones y la intervención de los sujetos regulados por las superintendencias.

- Aprobar las normas aplicables a los procedimientos, requisitos y plazos para la fusión o transformación de las entidades financieras.
- Ejercer las demás atribuciones conferidas en las leyes respectivas sobre los sujetos supervisados por la Superintendencia General de Entidades Financieras, la Superintendencia General de Valores, la Superintendencia General de Seguros y la Superintendencia de Pensiones.

Este ente se encarga de manejar una serie de elementos con el propósito de crear un espacio seguro para la intermediación financiera o para actividades que se relacionan con el intercambio de divisas. Solo en lo que va del 2021 se han aprobado aproximadamente 30 acuerdos en los cuales se manifiestan diversas variaciones en los reglamentos de las instituciones de las superintendencias o a nivel bancario, debido al impacto generado por la COVID-19 (Conassif, 2021).

Con el análisis correspondiente al Conassif sobre sus inicios, así como sus funciones e importancia, es necesario destacar la existencia de otro organismo encargado de supervisar, en este caso, a las entidades financieras. Su creación, desarrollo y actividades se encuentran bajo la mira, con el propósito de evitar un caos financiero en el país. Por lo tanto, es pertinente mencionar a la Superintendencia General de Entidades Financieras (Sugef), que comenzó a funcionar en 1995 con el objetivo de fiscalizar las instituciones financieras en la modalidad de interés público.

Esta entidad se enmarca en una serie de legislaciones que respaldan sus funciones y relevancia. La Sugef debe velar por el comportamiento de las personas participantes del sistema bancario nacional, que incluye bancos públicos, privados, cooperativas, asociaciones e

instituciones creadas con fines especiales para el manejo de recursos financieros, entre otras instancias mencionadas en su constitución.

El desarrollo y la importancia de la Sugef se enmarcan en su papel como ente supervisor, el cual busca alentar al personal propio mediante procesos de innovación, en los que se encuentren dispuestos a detectar o solucionar cualquier situación relacionada con sus competencias, así como a velar por la estabilidad requerida del sistema financiero del país, claramente enmarcada bajo las disposiciones y reglamentos legales emitidos por la institución o por una autoridad superior (Sugef, 2021). Esta entidad mantiene una serie de funciones importantes, entre las cuales destacan:

- Velar por el desarrollo eficiente, conciso y sólido del sistema financiero nacional.
- Fiscalizar de manera eficiente y eficaz el desarrollo de las operaciones y actividades de las entidades bajo su supervisión.
- Establecer las categorías de intermediarios financieros con base en la función del tipo, así como en el grado y tamaño del riesgo presente.

Como puede apreciarse en el desarrollo óptimo de las bases de la entidad relatada hasta el momento, se permite comprender su funcionalidad sobre la estructura de los elementos monetarios del país, ya que como mencionan Díaz *et al.* (2016), la normativa de la Sugef debe responder ante eventos o necesidades en un periodo determinado. Durante el año 2020, a causa de la COVID-19, esta organización emitió una serie de criterios y modificaciones según los elementos establecidos por el Gobierno Central, así como con los propios. En función de los elementos tratados hasta el instante, se incorporará el análisis sobre dos acuerdos de gran relevancia para el estudio. El primero de ellos es el Acuerdo Sugef 1-05 *Reglamento para la*

calificación de deudores y el segundo es el Acuerdo Sugef 15-16 *Reglamento sobre gestión y evaluación del riesgo de crédito para el sistema de banca para el desarrollo*.

El Acuerdo 1-05 establece las reglas del juego que se deben seguir para evaluar el sistema de deudores en el ámbito costarricense. Se pueden observar puntos de gran interés, como la capacidad de pago y el historial crediticio de los individuos o empresas, bajo ciertas variables, tales como la situación financiera, los antecedentes del deudor, el estado del entorno empresarial y la vulnerabilidad. Esta búsqueda le permite a la institución establecer un reglamento sobre los intermediarios financieros, con el fin de evitar la propagación de fuga de capital, así como la pérdida de liquidez en la cartera crediticia de las instituciones (Acuerdo Sugef 1-05, 2005).

La importancia de profundizar en los lineamientos de este acuerdo radica en evitar ciertos aspectos que ya han ocurrido en el panorama nacional, donde algunos integrantes han logrado sustraer una cantidad elevada de dinero mediante un crédito, lo cual posiciona a la entidad bancaria en una situación futura de riesgo al no contar con los instrumentos suficientes para su cobro. Esto hace referencia a escándalos como el *cementazo* o a la situación vivida en Aldesa, en la cual la Sugef debió intervenir para regular los problemas que se generan.

El proceso de calificar a los deudores, como se mencionó, proporciona seguridad sobre las acciones de la institución. Además, puede comprobarse a través de un sistema al que acceden todos en caso de tratarse de una entidad financiera. Este sistema permite, de forma sólida, analizar las variables mencionadas para asignar una calificación al individuo que requiere gestionar el crédito (Acuerdo Sugef 1-05, 2005). En concordancia, existe una serie de instrumentos financieros no tradicionales, los cuales también consideran el comportamiento histórico de la persona que adquirirá sus productos. Esto no implica que, debido a las mayores

facilidades para la implementación de estos, no haya un estudio detrás; al verificar una mala calificación, se negará automáticamente su aplicación.

Después de analizar el Acuerdo 1-05, se procede con el Acuerdo 15-16, el cual varía el enfoque presente de la investigación. Es de suma necesidad comprender el elemento clave en el campo de las instituciones financieras. Este reglamento gira en torno a los procesos de riesgo del sistema de banca para el desarrollo (SBD). Las entidades financieras deben estar preparadas para escenarios críticos en su gestión. Los lineamientos establecidos en el acuerdo buscan considerar los diferentes elementos posibles en los procedimientos correspondientes, así como estrategias como la liquidación contable de las operaciones incobrables, en función de las garantías de Finade o Fodemipyme (Acuerdo Sugef 15-16, 2016).

Estos elementos son de gran importancia para comprender las estipulaciones en función de las garantías o avales estructurados, lo que permite una comprensión exacta de los instrumentos propios de cada entidad. Por lo tanto, las estipulaciones del acuerdo rigen la necesidad de otorgar los créditos de esta línea bajo formatos que prevengan los riesgos en caso de que se presenten deudores que no sean conscientes de los pagos por realizar. A continuación, se resume en la

Tabla 6 las disposiciones mencionadas, así como los elementos agregados que se encargan de controlar de forma eficiente la gestión del marco jurídico que define las reglas para la convivencia de las personas participantes y componentes de la intermediación financiera.

Tabla 6

Leyes y reglamentos que se relacionan con el campo del sistema financiero nacional

Legislación, reglamentación, acuerdo o decreto	Interpretación
Ley Orgánica del Sistema Bancario Nacional n.º 1644 (1953)	Permite la comprensión del entorno integrado del SFN, así como los objetivos presentes y las acciones emergentes de los procedimientos, para la percepción estática de acuerdos.
Ley Reguladora del Mercado de Seguros n.º 8653 (2008)	Creación de la Superintendencia General de Seguros, recurre al orden y fiscalización del entorno de los seguros en el campo del país.
Ley Orgánica del Banco Central de Costa Rica n.º 7558 (1995)	Muestra el proceso de reforma después de los eventos de implementación a causa de los programas de ajuste estructural, una desnacionalización del procedimiento
Ley General de la Administración Pública n.º 6227 (1978)	Permite la comprensión general con la cual el Estado emplea las direcciones correspondientes en función de incrementar el desarrollo y crecimiento económico en función de las necesidades de los habitantes.
Ley General de Contratación Pública n.º 9986 (2021-2022)	Consta de actualizaciones que se generan por el contexto público, además hace hincapié en cuestiones de los seguros de caución con los cuales se puede participar en función de las garantías previstas para los carteles.
Ley Sistema de Banca para el Desarrollo n.º 8634 (2008)	Establece la normativa correspondiente para generar el desarrollo óptimo de la concepción en préstamos o acciones para acrecentar los fondos en función de las empresas destinadas para su desarrollo.

Nota. Elaboración propia con información derivada del Sistema Costarricense de Información Jurídica.

Las leyes que se desarrollaron en este país han logrado esquematizar el sistema bancario de manera precisa, en función de la realidad relacionada con las necesidades presentes en los

distintos ámbitos del país. Ofrecer este breve recorrido sobre los reglamentos incrementa gradualmente los conocimientos sobre procesos de interés para las empresas, las cuales se benefician al aumentar de manera sustancial sus intereses en relacionarse e involucrarse con las entidades financieras.

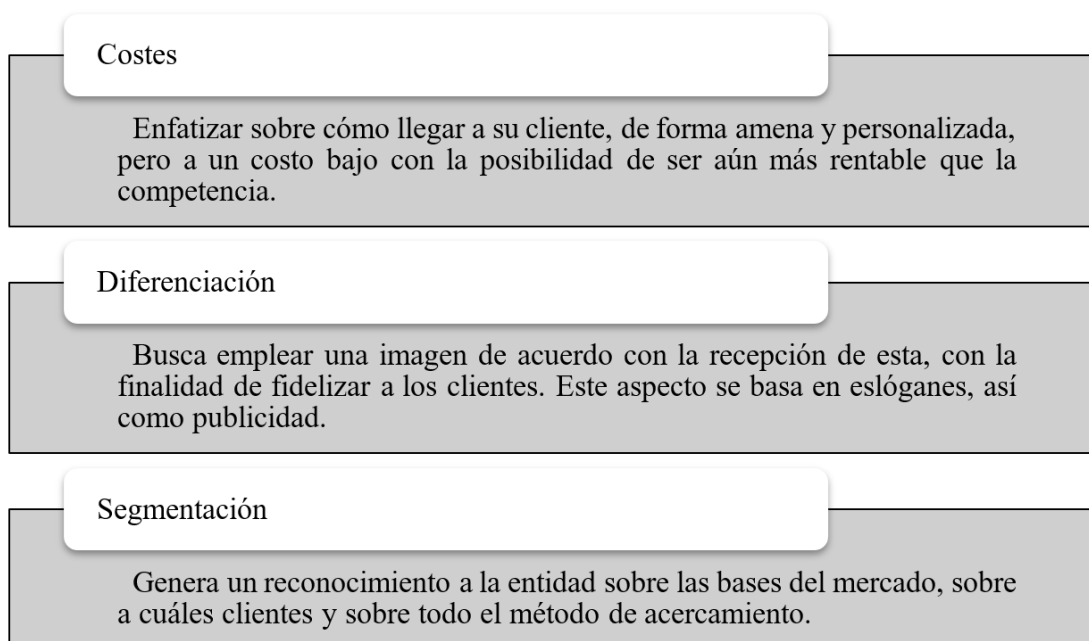
Marketing financiero

La evolución de la sociedad civil ha obligado a las instituciones a emplear una serie de medidas efectivas con el propósito de solventar de forma exitosa las necesidades presentes en el área establecida por los clientes de las entidades, pero nunca se debe mencionar la facilidad del sistema. En el contexto costarricense, la modificación de la banca en 1995 obligó, de cierta manera, a mantenerse a la vanguardia globalizada en competencias digitales, así como en habilidades concretas para cooperar directamente con un sistema preciso e invaluable que garantizara, de forma efectiva, la afluencia de las personas hacia el sentido de los bancos y sus funciones respectivas. Por lo tanto, estas debieron analizar su entorno o reestructurar la manera de brindar atención al cliente y la llegada de sus productos a los individuos, lo que da origen a una terminología de relevancia, el *marketing* financiero.

El *marketing* presenta un panorama severo para la rentabilidad del negocio, así como para los comercios de gran escala, en lo que respecta al desarrollo e incentivo de la atracción de clientes y la identificación de acciones inconsistentes que los mantienen alejados, con el objetivo de renovarlas mediante la concentración en los procesos que se generan. Crescente (2010) interpreta el *marketing* como una herramienta al servicio de los negocios destinada a mejorar las cualidades para satisfacer las necesidades de los clientes, así como por realizar un estudio sobre los entornos y el planeamiento ofrecido, claramente adaptado a la realidad requerida, en este caso, al aspecto financiero.

El *marketing* financiero mantuvo sus bases en España, según lo que indica Núñez (2015). Mediante un proceso evolutivo logró establecer una serie de relaciones en función del *marketing*. Pueden apreciarse desde la forma de captar a los clientes, así como los procesos de gestionarlos y fidelizarlos, estos tres elementos deben desarrollarse con un sistema articulador con el propósito de proporcionar, de manera correcta, el desarrollo del *marketing* en el campo financiero. Además, permite la comprensión objetiva de las acciones realizadas por la institución en busca de satisfacer una necesidad. Con respecto a la función del *marketing*, se establecen las bases ofrecidas por Núñez (2015), las cuales se observan en la **Figura 8**.

Figura 8
Características del marketing financiero



Nota. Elaboración propia con datos derivados del TFG de Núñez (2015).

Como puede apreciarse de forma certera, las entidades financieras han logrado mantener un auge en el desarrollo de factores que permiten agilizar procesos en función de una continua mejora de las cualidades proporcionales de los individuos. Año tras año, existen nuevas

competencias, por lo tanto, es fundamental buscar nuevas medidas para captar la atención del público. He aquí una estrategia denominada desarrollo de nuevos productos bancarios, como los productos no tradicionales.

Para las entidades financieras mantenerse a la vanguardia de los acontecimientos globales con el propósito de emplear una sistematización adecuada sobre los efectos que se producirán en las comunidades es fundamental. Crescente (2010) proporciona criterios con los cuales se puede trabajar esta dinámica. Uno de ellos consiste en relacionar los gastos derivados de eventos de mala calidad, con el fin de realizar un proceso de evaluación profunda en áreas que no se consideraban de gran importancia para la gestión.

En la actualidad, los elementos de las estrategias para consolidar las ventas de forma proporcionada, así como para reducir los costos operativos, son fundamentales. Dos ejemplos de estas estrategias son la banca electrónica, también conocida como *e-banking*, que permite acceder a la información de la empresa para visualizar sus productos o servicios. Actualmente, este instrumento es uno de los que más se utilizan, incluso en el contexto de la pandemia y sus efectos colaterales. Por lo tanto, las empresas bancarias deben ofrecer un sistema que retenga a los clientes que se encuentren en el proceso de interacción.

Otra estrategia que se ofrece es el *cross-selling* (venta de un nuevo producto) o el *up-selling* (aumento en la inversión en el servicio de los clientes). Bajo esta modalidad, se puede considerar también el enlace con el CRM, donde el ahorro de costos y la intención de personalizar la asistencia al cliente deben ser prioritarios. Esta combinación de herramientas de calidad contribuye a la mejora deseada (Crescente, 2010).

La aplicación del *marketing* financiero es una necesidad, especialmente cuando se observa la cantidad de herramientas disponibles para su posicionamiento, así como los productos no tradicionales de la oferta bancaria, con la finalidad de ponerlos al alcance de las empresas para su financiamiento, lo que otorga grandes beneficios a estas.

Esquema de inversión y esquemas de financiamiento en las empresas

Las empresas requieren un sistema que les permita posicionar una amplia brecha en la forma de elección o aplicación para desenvolverse de la manera más adecuada en términos de rendimiento. Uno de los puntos actuales es la posibilidad de trazar líneas de financiamiento en caso de que se requiera adquirir o ampliar la compañía. Asimismo, es fundamental considerar las características de la inversión de acuerdo con las posiciones empresariales, evaluando la factibilidad de esquematizar una inversión mediante la utilidad del financiamiento. En la nueva realidad existe una variedad que puede enriquecer este tipo de conceptos (Demaria y Gonnet, s. f.).

La realidad de los esquemas de inversión gira en función de comprender la situación para invertir por parte del negocio, al medir los riesgos latentes en la entidad, así como los rendimientos otorgados. Los fondos de inversión se constituyen como un artífice de este proceso, en el cual los intercambios de dinero, de acuerdo con el enfoque requerido, generan lo necesario para la empresa, ya sea para el pago de deudas o para mecanizar un estilo de financiación que permita mejorar las condiciones en sus características requeridas.

En cuanto al financiamiento, se posiciona como un eje de principios en el que se realiza la viabilidad económica para comprender las necesidades de implementación de acuerdo con ciertos postulados de interés. Para el proceso de financiamiento, existen diferentes tipos de

acciones que permiten concretarlo de la forma deseada. En el siguiente apartado, se presenta una lista de las posibles fuentes de financiamiento, dadas por Trejo (2021):

- **Capital semilla:** en este caso, se genera el aporte realizado por inversionistas o el acceso a créditos, los cuales impulsan el sistema de inversión dentro de las localidades financieras de la empresa.
- **Venture Capital:** este estilo de financiamiento es el más arriesgado debido a la cantidad de riesgo latente en las inversiones, así como a las sumas correspondientes a los procesos elaborados en el campo.
- **Crowdfunding:** permite a las empresas establecerse en línea, donde las personas físicas o jurídicas pueden invertir mediante la adquisición de deuda, capital o, simplemente, a través de donaciones.
- **Private Equity:** son fondos en los que la participación se basa en enfoques privados con planes de crecimiento de forma agresiva.
- **Fondos de deuda:** se presentan como una alternativa de capital en función de la deuda bancaria y se ofrece la flexibilidad de ser diferenciados. En este caso, se posicionan como un beneficio cuando las líneas de crédito se agotan para la empresa.
- **Instituciones financieras no bancarias:** son las instituciones que ofrecen créditos con bajos requisitos, pero con una amplia variabilidad en las tasas de interés, lo cual puede ocasionar un daño a las empresas. Sin embargo, se perciben como una fuente rápida de ingresos.
- **Financiamiento Mezzanine:** se presenta como un intermediario entre la deuda y el capital, en referencia al funcionamiento del riesgo en relación con el rendimiento. Además, se

emplea como un complemento a la deuda bancaria, en función de los recursos disponibles y del conocimiento.

Capítulo III. Marco metodológico

Parte primordial para llevar a cabo de manera satisfactoria el desarrollo del estudio es una planificación previa del camino por seguir para recolectar la información necesaria y así llegar a los resultados que se esperan. Para esto, se deben definir los instrumentos por utilizar, bajo qué modalidad se trabaja, la muestra por tratar, entre otros, por lo tanto, es importante una correcta definición del marco metodológico.

Según Bavaresco (2007), el marco metodológico constituye la fase sobre cómo trabajar metodológicamente en la investigación. En esta etapa es necesario conocer lo relativo a de qué forma elegir el tipo de diseño o métodos, cuál puede ser su población y muestra, cuáles serían las técnicas de recolección de datos, el procesamiento de esos datos, así como el análisis e interpretación de estos.

Como lo define Coelho (2020), la metodología de la investigación es aplicable a las más variadas disciplinas de estudio, desde las científicas y las sociales hasta las humanísticas, las educativas y las jurídicas. Según la materia y del tema de estudio, se elige el método que se considere más adecuado; el fin es generar validez a los resultados que se obtengan.

Enfoque de investigación

Referente al marco metodológico, es primordial definir el enfoque de la investigación basado en los resultados que se pretenden conseguir con la ejecución del trabajo. Existen tres tipos de enfoques. En primera instancia, se presenta el enfoque cualitativo que, según los autores Guerrero (2015) y Hernández *et al.* (2014), se puede entender como el tipo de investigación que se concibe a través de la realidad social construida por la diversidad cultural. Es decir, datos no numéricos, utilizando como método la recolección y análisis de datos mediante entrevistas,

encuestas, observación, entre otros, para dar respuesta a las interrogantes del proyecto investigativo o generar nuevas interrogantes. Asimismo, se muestra el enfoque cuantitativo que, de acuerdo con los mismos autores mencionados, es una clase de investigación que utiliza el método probabilístico para dar respuesta a las hipótesis que se plantearon, por medio de la recolección de datos basada en la medición numérica y el análisis estadístico.

Por último, se presenta el enfoque mixto que se utiliza para los efectos de la investigación. Este enfoque, según menciona Sánchez (2015) en relación con Anguera (2008) y Delgado (2014), se puede visualizar como una combinación de los métodos cuantitativos y cualitativos, enfatizando el proceso y el resultado mutuo de ambos procedimientos. Lo anterior tiene el fin de integrar tales resultados para comprender y obtener una visión más amplia del tema investigado.

En este orden de ideas, se recalca que el trabajo de seminario tiene un enfoque mixto con preponderancia cuantitativa, ya que se busca conocer la oferta y demanda existentes de productos financieros no tradicionales en la región Brunca y, a la vez, entender la perspectiva o posición de los empresarios respecto al acceso o conocimiento del diverso mercado financiero existente. Esto se realiza mediante la recolección de datos numéricos, verbales, documentales y visuales. Lo anterior tiene el fin de generar una visión conjunta y así comprender la posición actual de los empresarios del sector comercio del territorio.

Tipo de estudio

Existe un amplio ambiente de indagación y un grado de profundización según el estudio que se desee realizar. Por lo tanto, se establece una estrategia general o un plan para seguir por las personas investigadoras para obtener la información, los datos o las respuestas que aborden el

problema del proyecto investigativo. El siguiente apartado define los tipos de investigación por implementar, con el fin de conocer la realidad presente en las empresas del sector comercio de la región Brunca.

Exploratoria

De acuerdo con Hernández *et al.* (2014), la investigación exploratoria se realiza cuando el tema en estudio o el problema investigativo ha sido poco estudiado, se tienen dudas o, bien, tras la indagación literaria existen ideas vagamente relacionadas o se desea estudiar el problema en cuestión desde otras perspectivas.

Descriptiva

A la vez, Hernández *et al.* (2014) definen la investigación descriptiva como un estudio que pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las diversas variables y busca especificar características de personas, procesos o fenómenos de análisis.

Existen tres métodos mediante los cuales se puede llevar a cabo la investigación descriptiva, los cuales son la observación, tanto cuantitativa como cualitativa, el estudio de caso y la elaboración de encuestas (Guevara *et al.*, 2020). Cualquiera de los métodos que se utilizan debe realizarse de forma objetiva, válida y equilibrada para obtener resultados precisos y apegados a los estándares correspondientes.

Correlacional

De acuerdo con Grajales (2000), la investigación correlacional busca conocer el impacto que poseen unas variables en estudio sobre otras, medir el grado de relación existente y la manera en la que interactúan. A la vez, Hernández *et al.* (2014) resaltan que, para analizar la

relación de las variables del estudio, se debe buscar identificar rasgos que se puedan enlazar entre las variables del proyecto investigativo. Lo anterior tiene el fin de generar resultados más complejos y enriquecedores para el trabajo.

Dentro de ese orden de ideas, se determina que el estudio es exploratorio debido a su escaso desarrollo y a la información limitada existente en el momento de su realización. Además, se clasifica como descriptivo, ya que busca especificar características que se relacionan con las empresas del sector comercio en cuanto al grado de utilización de productos financieros no tradicionales y así identificar tendencias a través de las diversas herramientas disponibles para recolectar la información. Por último, se define como correlacional, pues se busca predecir el comportamiento de variables al relacionarlas con otras, lo que proporciona resultados más complejos.

Población

Desde el punto de vista de Arias *et al.* (2016), la población de estudio se puede contemplar como: “Un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, los cuales cumplen con una serie de criterios predeterminados” (p. 202). Por lo tanto, es fundamental que la limitación de los sujetos participantes cumpla con características que sean congruentes con los objetivos e interrogantes que se plantearon en la investigación.

Para los efectos del estudio, se establece que la población está compuesta por grandes, medianas, pequeñas y microempresas que pertenecen al sector comercio y cuya patente se encuentra registrada en las bases de datos de las diferentes municipalidades de la región Brunca. Tras consultar y depurar los registros proporcionados por las municipalidades del territorio,

según la actividad principal de las empresas, se obtiene como resultado que, para enero de 2022, la región Brunca cuenta con un registro de 3,421 compañías pertenecientes al sector comercio.

En la **Tabla 7** se detalla la distribución de patentes en relación con las empresas comerciales, según las bases de datos proporcionadas por las municipalidades de la región.

Tabla 7
Distribución de patentes por cantones de la región Brunca

Cantón	Cantidad de patentes
Pérez Zeledón	1323
Osa	393
Golfito	465
Coto Brus	434
Buenos Aires	372
Corredores	434
Total de patentes	3421

Nota. Elaboración propia con datos seleccionados de las patentes municipales pertenecientes a la región Brunca a enero de 2022.

La **Tabla 7** muestra a Pérez Zeledón como el cantón perteneciente a la región Brunca en el que se concentra la mayor parte del parque empresarial del sector comercio, con un saldo de 1.323 empresas. Asimismo, evidencia que, para el resto de los cantones del territorio, la cantidad de negocios comerciales oscila entre 370 y 470.

Diseño muestral

Palella y Martins (2008) definen la muestra como: “Una parte o un subconjunto de la población dentro de la cual, los integrantes deben poseer características que reproducen de la

manera más exacta posible a la totalidad de la población” (p. 93). Al contemplar la muestra en el estudio, se busca que, mediante subgrupos, se genere la representación de particularidades que permitan inferir los comportamientos para toda la población.

El muestreo se divide en dos grupos: el no probabilístico y el probabilístico. Este último es el que se aplica en el estudio, puesto que se adapta a la variedad deseada en relación con las características cualitativas y cuantitativas de las empresas que integran la población. Según lo definen Hernández *et al.* (2014), la muestra probabilística es aquella en la que todos los elementos integrantes de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para formar parte de la muestra, ya sea mediante selección aleatoria o mecánica.

Al contemplar como población a aquellas empresas pertenecientes al sector comercio de la región Brunca, se debe interpretar de manera intrínseca que cada cantón representa un peso porcentual dentro de la totalidad. Esta aclaración es importante para orientar la aplicación del muestreo estratificado, ya que dicho procedimiento se rige por el principio de proporcionalidad entre la muestra elegida y el tamaño de la población. Así lo refuerzan Manterola y Otzen (2017), al explicar que el muestreo por estratos hace referencia a subgrupos de unidades de análisis que difieren en las características que se investigan, tomando en cuenta que el tamaño de la muestra debe ser conforme al tamaño del estrato que le dio origen.

La

Tabla 8 muestra la delimitación de los estratos de acuerdo con el peso relativo de cada cantón con respecto a la totalidad de empresas comerciales existentes en la región Brunca.

Tabla 8
Tamaño del estrato según cantón

Cantón	Patentes municipales	Peso relativo
Pérez Zeledón	1323	39 %
Osa	393	11 %
Golfito	465	14 %
Coto Brus	434	13 %
Buenos Aires	372	10 %
Corredores	434	13 %
Total	3421	100 %

Nota. Elaboración propia con datos seleccionados de las patentes municipales pertenecientes a la región Brunca a enero de 2022.

Cálculo del muestreo

Una vez definida la población total que responde a los requerimientos del estudio, así como establecido el proceso para seguir para elegir los sujetos a los que se les aplica el instrumento, se procede con el cálculo de la muestra. Es importante resaltar que, para esta investigación, se trabaja con un margen de error del 5 % y un nivel de confianza del 95 %. Delfino (2021) indica que el nivel de confianza y el margen de error son instrumentos que se relacionan y permiten dar precisión al proyecto investigativo.

A continuación, la fórmula dada por Acuña (2014) permite determinar que el tamaño de la muestra para este estudio, de acuerdo con los parámetros mencionados en el párrafo anterior, es de 331 empresas.

Figura 9

Fórmula para el cálculo de la muestra de una población finita

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 N \sigma^2}{Z_{\alpha/2}^2 \sigma^2 + NE^2}$$

Donde:

N	Tamaño de la muestra
Z	Valor tabulado de Z correspondiente al nivel de confianza del 95 % (1,96)
Σ	Variabilidad ($p \times q = 0,5 \times 0,5 = 0,25$)
N	Tamaño de la población
E	Margen de error (0,05)

Nota. Elaboración propia con datos del manual de fórmulas y tablas estadísticas.

Retomando el muestreo estratificado y su principio de proporcionalidad, el cual especifica que el peso relativo que posee cada cantón en la totalidad del parque empresarial debe ser representado de igual manera dentro de la muestra, se obtiene como resultado los datos de la **Tabla 9** sobre la cantidad de empresas comerciales necesarias por cantón a las que se les aplica el instrumento de investigación.

Tabla 9

Distribución de muestra por cantón

Cantón	Peso relativo	Muestra
Pérez Zeledón	39 %	128
Osa	11 %	38
Golfito	14 %	45
Coto Brus	13 %	42

Buenos Aires	10 %	36
Corredores	13 %	42
Total	100 %	331

Nota. Elaboración propia con datos de las bases de datos de las patentes de las municipalidades de la región Brunca.

Fuentes de investigación

Las fuentes de información son la base para que el estudio por realizar sea lo más veraz, actualizado y confiable posible, ya que constituyen el punto de partida de la objetividad de la investigación. Estos recursos brindan una gran variedad de datos en formato escrito, oral o multimedia, los cuales se clasifican en primarios, secundarios y terciarios, así lo definen Silvestrini y Vargas (2008). Para el desarrollo de la presente investigación se utilizan las fuentes primarias y secundarias descritas de seguido.

Fuentes primarias

Las fuentes primarias son información de primera mano; se pueden visualizar como el resultado de conceptos, teorías e ideas de diversas investigaciones (Maranto y Gonzales, 2015). Para el desarrollo de esta investigación se obtienen datos de primera mano por parte de las municipalidades de la región mediante bases de datos y documentos oficiales. Además, de información vital proporcionada por los ejecutivos de las entidades financieras.

Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias se consideran la información procesada de una fuente primaria (Maranto y Gonzales, 2015). Es decir, es la información que ha sido generada a partir de otras investigaciones. Estas fuentes son de suma importancia, ya que permiten establecer una base o un punto de vista para reorganizar la información y generar una nueva perspectiva. Para el caso

de la investigación, se revisan sitios web, libros, revistas, informes, entre otros, que proporcionen una base confiable para el seminario.

Técnicas e instrumentos de investigación

En línea con lo anterior, es necesario utilizar técnicas o herramientas que permitan la recolección de datos necesarios e importante para el desarrollo de los objetivos de la investigación. A continuación, se presentan las técnicas y herramientas que se utilizan.

Análisis documental

El análisis documental se entiende como la interpretación de documentos escritos existentes, pero de una forma distinta que permite tener una visión propia, según el examen de diferentes documentos (Gardín, 1973). Para el desarrollo de la investigación se utiliza como base información proveniente de diversas páginas web y libros, que permiten generar un criterio propio para el proyecto investigativo.

Encuesta

Según los criterios de Anguita *et al.* (2003) y Kuznik *et al.* (2010), se destaca la encuesta como el instrumento que se emplea para recolectar datos mediante una serie de preguntas. Lo anterior tiene el fin de conocer la opinión de una muestra determinada en cuanto a un tema, producto o necesidad. Para el desarrollo de la investigación se elabora un sondeo aplicable a las empresas del sector comercio del parque empresarial de la región Brunca, respecto a los productos financieros no tradicionales que ofrecen las entidades financieras.

Entrevista en profundidad

La entrevista en profundidad consiste en realizar preguntas de forma directa a una persona o a grupos pequeños de personas que sean de interés para la investigación. De acuerdo con Benassi (2009) y Hernández *et al.* (2009), mediante este instrumento se puede lograr una mayor calidad en los datos recolectados.

Para recolectar datos valiosos, se realiza una breve entrevista que consta de siete preguntas dirigidas a entidades financieras de la región Brunca. Lo anterior con el objetivo de conocer en detalle la información acerca de los productos financieros no tradicionales que ofrecen.

Modelo de análisis

El modelo de análisis del presente estudio comprende la interpretación y el análisis de las variables que se desarrollan en la investigación para las empresas del sector comercio de la región Brunca en relación con el uso de productos financieros no tradicionales. Mediante este modelo de análisis se busca entender claramente cada una de las variables para orientar la aplicación del instrumento que mejor se adapte a las necesidades del estudio y que genere la recopilación de datos verídicos y confiables. Asimismo, se pretende identificar las fuentes de información que ayudan a dar respuesta a las interrogantes según los objetivos y el problema que se plantearon.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable Oferta de productos y servicios

Los autores Aquino *et al.* (2008), López (2015) y Ramos (2014) describen la oferta como el conjunto de productos que conforman la propuesta de las empresas para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes a cambio de una remuneración, generalmente monetaria.

Para los efectos del seminario, se pretende conocer cuáles son las opciones que tienen los empresarios comerciales de la región al requerir capital, en relación con la cartera de productos de la que disponen las instituciones financieras. Lo anterior se realiza haciendo énfasis en los productos financieros no tradicionales como una alternativa favorable para los usuarios que decidan utilizarlos.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable claridad de la información brindada

Sobre la claridad de la información brindada, Llacuna y Pujol (s. f.), la Real Academia Española (2020) y Robichaud (2013) la califican como la intención con la que se compromete el emisor, con la finalidad de facilitar la percepción y comprensión de quien recibe el mensaje. Al tener en cuenta que la aplicación de esta variable implica beneficios, tanto para el oferente como para el consumidor, se realiza un análisis del criterio de los clientes en cuanto a la complejidad de la información que transmiten las entidades financieras sobre los productos que ofrecen. Asimismo, se interpreta el nivel de impacto que puede tener la falta de claridad de la información en el momento en el que dichas entidades financieras intentan que los usuarios consuman sus productos.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable seguimiento y acompañamiento del cliente

La oferta en temas financieros presenta la característica particular de que los productos se cobran a través del tiempo. Es decir, que el cliente pagará o amortizará el producto adquirido en un plazo futuro mediante cuotas. De lo anterior se deriva la importancia del acompañamiento y seguimiento del cliente que, conforme a lo señalado por Appvizer (2021), Ortegón *et al.* (2005) y Sánchez (2008), se entiende como la condición que adquieren los intermediarios financieros de estar pendientes de aquellas personas o empresas que adquieren sus productos o que pueden adquirirlos. Lo anterior tiene el fin de evaluar las fortalezas y debilidades que muestra la entidad durante el proceso.

En el estudio se examina el comportamiento de los diferentes intermediarios financieros antes, durante y después de la colocación de un producto financiero, así como la percepción de los usuarios ante dicho comportamiento.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable intermediarios financieros

De acuerdo con Bestinver (2021), Elizondo y Pacheco (2010) y Herrera *et al.* (2005), los intermediarios financieros se definen como aquellas instituciones que buscan generar ingresos en su labor de mediadores. Su objetivo es captar el dinero de los ahorrantes para obtener recursos que les permitan brindar créditos a las personas o empresas que los necesiten.

Es importante conocer cuáles son los intermediarios financieros existentes en el territorio costarricense, a los que pueden recurrir las empresas regionales del sector comercio en caso de

necesitar capital. Asimismo, se desea interpretar cuál es el nivel de posicionamiento que tiene cada una de las entidades financieras en la mente de los usuarios del sistema financiero.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable demanda

Como consecuencia de lo expuesto por Banrepcultural (2018), Peiro (2015) y Startup Guide (2019), se entiende por demanda a todos aquellos requerimientos que poseen las empresas o los hogares, los cuales están dispuestos a entregar algo, generalmente dinero, a cambio de satisfacer un deseo o una necesidad que surge en un momento determinado. Para los efectos de este trabajo, se busca interpretar el grado de necesidad que impera en las empresas de la región Brunca en cuanto a la adquisición de productos financieros, analizando principalmente el nivel de participación que tienen los productos financieros no tradicionales en el momento en el que surge el requerimiento del usuario. De igual manera, se desea conocer los principales motivos que generan que los empresarios del territorio demanden estos productos.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable seguimiento y acompañamiento del intermediario financiero

En el caso de la demanda, también es necesario el seguimiento y acompañamiento de los intermediarios financieros para obtener información sobre los productos que ofrecen. Esto se relaciona con la constante preocupación que tienen los clientes respecto a los productos financieros, como consecuencia de una posible necesidad de inyección de capital (Bancoldex, 2018; Fernández, 2021; Van de Velde, 2009). Para los efectos de la investigación, se asocia el seguimiento y acompañamiento del intermediario financiero con la perspectiva que poseen los demandantes de los productos financieros respecto al actuar de los oferentes y los posibles aspectos de mejora que existen para impulsar una mayor utilización de estos productos.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable parque empresarial

Según lo expresado por Monterrey *et al.* (2013), Omypimes (2015) y PYME (2021), se infiere que el parque empresarial está compuesto por todas aquellas empresas, sin importar su tamaño o actividad, que se encuentran en un territorio determinado. Dichas compañías propician la generación de empleo e impulsan el desarrollo económico de la localidad.

Es de suma relevancia en esta investigación conocer la composición y las características que presenta el parque empresarial en el ámbito de la región Brunca, enfocado en el sector comercio, con la intención de analizar si existen comportamientos determinados según el tamaño u otra característica. Esto permite estratificar en subgrupos la totalidad de las empresas y, así, lograr que las entidades financieras enfoquen esfuerzos para adaptar su oferta de acuerdo con los aspectos y necesidades de cada segmentación del parque empresarial.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable acciones

Las acciones se pueden concebir como aquellos actos o hechos que se realizan con el fin de propiciar un resultado que tiene repercusiones positivas o negativas, tanto en la persona o empresa que lleva a cabo la acción como en el entorno que la rodea (Pérez y Gardey, 2009; Significados, 2021; Yirda, 2021). Dicha variable procura evaluar las acciones que aplican los intermediarios financieros con la intención de hacer llegar sus productos a los clientes actuales y potenciales. Además, se contemplan aspectos de mejora que permiten expandir la demanda de los productos financieros no tradicionales.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable marketing financiero

Sobre el *marketing* financiero, Esfera Creativa (2021), Toledo (2019) y Trenza (2021) mencionan que está integrado por estudios, técnicas y estrategias que aplican las entidades financieras para lograr una buena conexión entre la cartera de productos que ofrecen y los requerimientos de los clientes actuales y potenciales. El objetivo de este mecanismo es mejorar el consumo y la aceptación de dichos productos.

En un mercado tan cambiante, el análisis de esta variable pretende mostrar la importancia de saber *hacer llegar* la oferta de productos financieros no tradicionales a los clientes actuales y potenciales. Se busca que el instrumento evidencie las pretensiones de los clientes y las debilidades de las entidades financieras al intentar posicionarse en la mente de sus clientes, en un mundo globalizado donde cada vez abunda la tecnología y la información.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable productos y servicios financieros no tradicionales

Según lo expuesto por los autores Méndez (2019), RAE (2020) y Salgado y Méndez (2009), se interpreta que los productos financieros no tradicionales se caracterizan por poseer un grado de alejamiento en relación con el conocimiento y el uso que les otorgan los clientes, en comparación con los productos tradicionales. Por lo tanto, también se pueden catalogar como una alternativa a estos últimos. Los productos financieros no tradicionales que componen la oferta tienen como objetivo brindar una mejor adaptación a los requerimientos de los usuarios y se ofrece una mayor variedad de productos y, así, mejorar el dinamismo y la credibilidad del sistema financiero.

Para los efectos del seminario, se investiga información sobre cuáles son los principales productos financieros no tradicionales, con énfasis en el nivel de conocimiento y percepción que poseen los usuarios en relación con estos productos. Por otra parte, se evalúa el grado de utilización y el impacto que han tenido los productos financieros no tradicionales a lo largo de la vida de las empresas comerciales que se localizan en la región.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable políticas

Sobre la definición de las políticas, lo expresado por Función Legislativa (2020), Marín (2021) y el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS) (2019) permite entrever que son lineamientos preestablecidos que buscan guiar las acciones de los sujetos en beneficio de una organización determinada.

Las políticas son fundamentales para dirigir las acciones de las personas colaboradoras y de la empresa de acuerdo con la interacción con los clientes. No obstante, en algunas ocasiones, estas políticas tienen fines informativos para los clientes, ya que brindan pautas sobre cómo y qué se puede conseguir al optar por los productos y servicios de una determinada compañía. En este sentido, se analiza la influencia que ejercen las políticas en la relación entre las personas participantes de la oferta y la demanda de los productos financieros.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable obstáculos y facilidades

Esta variable se descompone en dos términos. Primero, se tiene la definición de obstáculos que, según Guzmán (2019), Pérez (2019) y la RAE (2020), se entiende como todos aquellos inconvenientes que dificultan o entorpecen el funcionamiento correcto de una persona u

organización, lo que a la vez precipita la necesidad de aplicar esfuerzos que permitan a dicha persona lograr sobrepasarlos.

Por otra parte, Bembibre (2010), Definiciona.com (2016) y la RAE (2020) explican que las facilidades son el antónimo de los obstáculos. Es decir, son condiciones favorables que permiten a las personas u organizaciones disminuir tanto los inconvenientes que se interponen como los esfuerzos que se requieren. La comunicación es un proceso para conectar que consiste en el intercambio de mensajes para transmitir información y en este procedimiento se involucran al menos dos partes: el emisor y el receptor. La medición de esta variable busca analizar las facilidades y los obstáculos a los que se enfrentan las empresas de la región Brunca al requerir un producto financiero no tradicional.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable Comunicación

Los autores Thompson (2019), Gómez (2016) y Cervantes (2017) definen la comunicación como un proceso de conexión que consiste en el intercambio de mensajes con el objetivo de transmitir información, en el cual se ven involucradas al menos dos partes: el emisor y el receptor.

La comunicación entre la oferta y la demanda es un elemento trascendental que determina el éxito o el fracaso de una entidad. Las empresas pueden fabricar un buen producto, pero si no logran exponer asertivamente la información sobre dicho producto, lo más probable es que fracase o no obtenga el reconocimiento esperado. Lo mismo ocurre en el ámbito financiero, por esto, en esta variable se pretende evaluar los factores asociados a la comunicación que tienen la posibilidad de afectar positiva o negativamente el uso de productos financieros no tradicionales por parte de los usuarios.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable esquemas de inversión

Gracias a lo expuesto por Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) (2018), López (2018) y Mtnet (2017), se entiende que los esquemas de inversión comprenden todas aquellas alternativas que poseen las personas participantes del sistema financiero para invertir su dinero en busca de obtener, en el futuro, mayores beneficios. Lo que se busca en este estudio es conocer el grado de conocimiento que poseen las empresas de la zona sobre los esquemas de inversión y su influencia en caso de que decidan invertir.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable esquema de financiamiento

Por otra parte, los esquemas de financiamiento están integrados por las diferentes opciones de financiamiento que tienen los sujetos como consecuencia del requerimiento de capital ante la imposibilidad de proporcionar recursos propios para llevar a cabo un proyecto determinado (BBVA, 2021; Universitat Oberta de Catalunya [UOC], s. f.; Westreicher, 2020). Al igual que en los esquemas de inversión, en el proyecto se pretende analizar el grado de conocimiento que poseen las empresas de la región sobre las alternativas de financiamiento, específicamente sobre el uso y el impacto que puede tener la adquisición de productos financieros no tradicionales para lograr el desarrollo y crecimiento de sus negocios.

Conceptualización, instrumentalización y operacionalización de la variable impacto

De acuerdo con Garmendia *et al.* (2005), Libera (2007) y Muñoz (2007), se entiende que el impacto se percibe como las secuelas que se generan por un acto o suceso. En esta variable se evalúan las consecuencias positivas y negativas que pueden contraer las empresas del sector

comercio de la región Brunca con el uso de productos financieros no tradicionales como parte de los esquemas de financiamiento e inversión.

Capítulo IV. Análisis e interpretación de los datos

El presente apartado consiste en la evaluación de cada uno de los elementos abordados en el TFG actual. El desarrollo se establece a partir de los objetivos específicos y de cada una de sus respectivas variables, analizando la información obtenida a través de los distintos instrumentos que se utilizan: entrevista exhaustiva, cuestionario y análisis documental. Adicionalmente, con la aplicación de los instrumentos, se deriva un análisis de las diferentes variables, el cual se elabora de acuerdo con los objetivos específicos de estudio. Para su interpretación correcta, se detalla la **Tabla 10**, en la que se muestra la escala de Likert como herramienta de medición de las preguntas aplicadas en la encuesta.

Tabla 10
Base para interpretar las variables de la investigación

Número	Variables	1	2	3	4	5
2	Claridad de la información brindada	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
3	Seguimiento y acompañamiento	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
5	Demanda	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
9	Productos financieros no tradicionales	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
11	Obstáculos y facilidades	Muy difícil	Difícil	Medio	Fácil	Muy fácil
13	Esquemas de inversión	Baja utilización	Utilización moderada baja	Utilización moderada	Utilización moderada alta	Alta utilización

14	Esquemas de financiamiento	Baja utilización	Utilización moderada baja	Utilización moderada	Utilización moderada alta	Alta utilización
15	Impacto	Bajo impacto	Impacto moderado bajo	Impacto moderado	Impacto moderado alto	Alto impacto

Nota. Elaboración propia a partir del instrumento de encuesta aplicado a los empresarios del sector comercio de la región Brunca en 2022.

De la misma forma, con la finalidad de interpretar los promedios que se derivan de los resultados al analizar las variables enumeradas en la **Tabla 10**, se plantea la clasificación de deficiente, regular y excelente que se muestra en la **Tabla 11**.

Tabla 11
Rangos para interpretar los resultados promediados

Mínimo	Máximo	Clasificación
1	2,49	Deficiente
2,50	3,49	Regular
3,50	5	Excelente

Nota. Elaboración propia a partir del instrumento de encuesta aplicado a los empresarios del sector comercio de la región Brunca en 2022.

Esta ponderación permite una mayor agilidad al establecer los análisis correspondientes de las diferentes variables o enunciados que se consideraron para la gestión y creación del presente capítulo.

Oferta de productos y servicios que ofrecen los intermediarios financieros que operan en la región Brunca

Este apartado tiene como objetivo exponer la variedad de productos financieros que se encuentran disponibles en el mercado por parte de las entidades de intermediación financiera, ya

que son estas quienes los promocionan y las ponen a disposición de los clientes empresariales. Para lograr este propósito, se abordan las siguientes variables: catálogo de productos, claridad y transparencia en la información proporcionada, acompañamiento y asistencia personalizada al cliente, así como la caracterización de los propios intermediarios financieros que operan en la región.

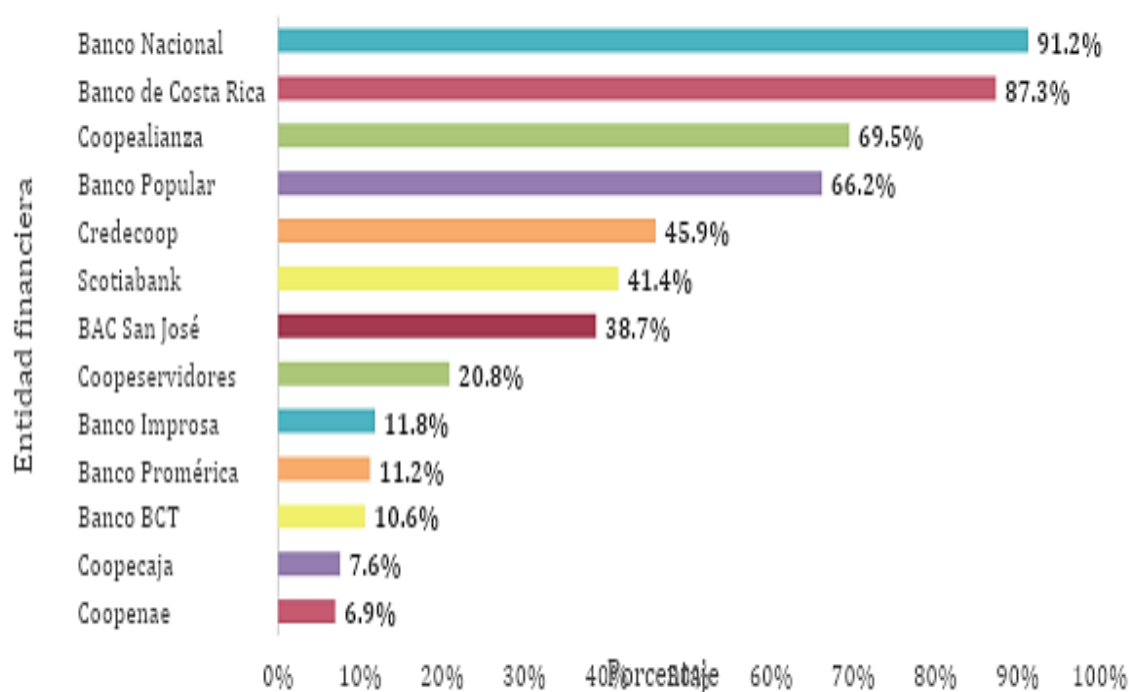
Empresas de intermediación financiera presentes en la región Brunca

Quienes realizan la promoción y distribución de los productos financieros son los mediadores o intermediarios financieros, ya que se encargan de captar recursos de ahorrantes o inversionistas y, mediante esos mismos fondos, otorgar préstamos o créditos a quienes los necesiten. Para efectos del presente seminario de investigación, los datos que se recopilamos sobre los mediadores financieros indican lo siguiente:

Las principales instituciones financieras presentes en la región Brunca, que cuentan con la autorización y supervisión de la Sugef (Superintendencia General de Entidades Financieras) para captar recursos de los superavitarios u oferentes de capital y canalizarlos hacia los deficitarios o demandantes de capital que requieren financiamiento, se observan en la **Figura 10**. Esta figura muestra cómo el consumidor mantiene un conocimiento de las instituciones primordiales que ofrecen una cartera de productos en el territorio.

Figura 10

Conocimiento de entidades financieras que brindan productos financieros no tradicionales



Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

El Banco Nacional de Costa Rica es el intermediario financiero que más se utiliza, con una participación del 91.2 %. Le sigue el Banco de Costa Rica, con un 87.3 % de uso por parte de las empresas. Coopealianza, una cooperativa de ahorro y crédito, también tiene una presencia importante, es utilizada el 69.5 % de las compañías. Otro de los principales intermediarios es el Banco Popular, con un 66.2 % de uso. Credecoop, Scotiabank y BAC San José también tienen una participación significativa, son utilizados el 45.9 %, 41.4 % y 38.7 % de las empresas, respectivamente.

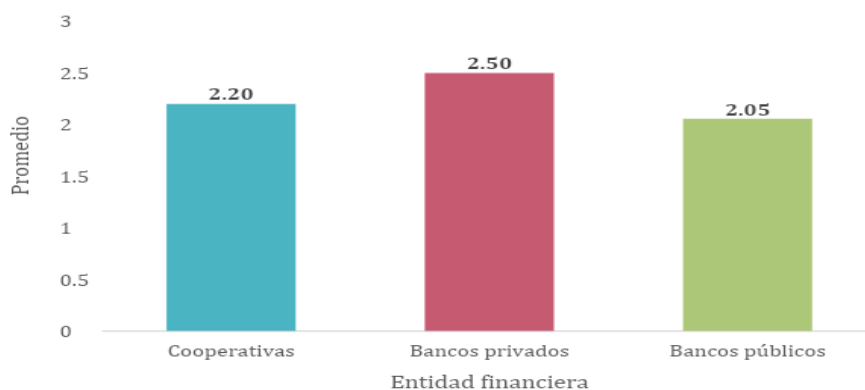
Por otro lado, otras entidades como Coopeservidores, Banco Improsa, BCT, Coopecaja y Coopenae, entre otras, tienen una menor presencia, con porcentajes de uso que van desde el

20.8 % hasta el 6.9 %. Los datos revelan que tanto la banca pública (Banco Nacional, Banco de Costa Rica y Banco Popular) como algunas cooperativas de ahorro y crédito (Coopealianza y Credecoop) son los intermediarios financieros que más se emplean por las empresas de la región Brunca. La banca privada, si bien tiene una presencia significativa, ocupa un lugar secundario en comparación con los anteriores.

Al analizar las diferentes instituciones que se presentan en el ámbito general en la región, se procede a gestionar la evaluación correspondiente por tipo de entidad, así como por la función del proceso. lo anterior permite obtener un promedio determinante para observar el comportamiento de las entidades en su gestión y funcionamiento.

Figura 11

Labor promedio por tipo en entidad financiera según encuesta a empresas en el sector comercio



Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

Según la **Tabla 11**, se puede observar que la labor promedio se encuentra entre 2 y 2,5 puntos, destacando en este caso el quehacer de los bancos privados, que reciben una calificación regular. Por otro lado, las cooperativas y los bancos públicos obtienen una calificación deficiente.

Oferta de productos financieros por parte de las empresas de intermediación financiera que operan en la región Brunca

Este apartado tiene como objetivo mostrar los distintos bienes financieros disponibles en el mercado gracias a las instituciones de intermediación financiera, que son las que se encargan de suministrarlos. En la región Brunca se encuentra una diversa gama de productos con el propósito de brindar soluciones para las diferentes necesidades de los clientes, no solo en el ámbito personal, sino también en el empresarial. La variedad de opciones que se ofrecen en esta área incluye cuentas de ahorro, tarjetas de crédito, préstamos personales y empresariales, así como fondos de inversión y seguros.

En este caso existe una gran variedad de instituciones financieras que ofrecen esta diversidad de productos, los cuales buscan atender los diferentes objetivos financieros requeridos por los empresarios de la región. Esto condujo a la elaboración de un análisis de las páginas web oficiales de las distintas instituciones de intermediación financiera, tales como Banco Nacional, Banco Promerica, BAC San José, Banco Popular y Coopealianza, con lo que se obtienen datos de gran interés que son visibles en la **Tabla 12**.

Tabla 12
Oferta de los productos financieros

Institución	Cuentas de ahorro	Tarjetas de crédito	Crédito personal	Factoreo	Fideicomiso
Banco Nacional	X	X	X	-	X
Banco Popular	X	X	X	-	-
Banco Promerica	X	X	X	X	-
Coopealianza	X	X	X	-	-

BAC San José	X	X	X	X	X
--------------	---	---	---	---	---

Nota. Elaboración propia a partir de datos del análisis documental, 2022.

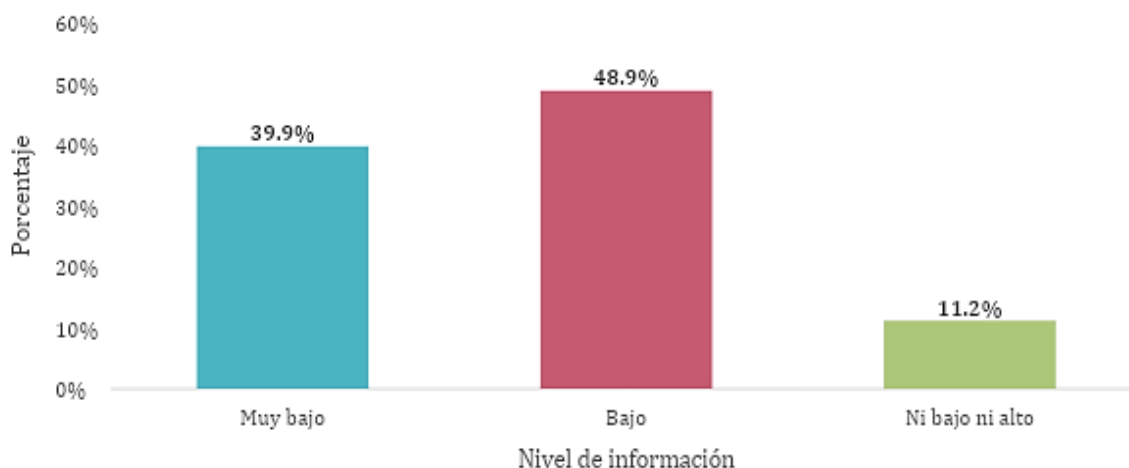
De acuerdo con la **Tabla 12**, analizada a partir de los diferentes productos financieros que se encuentran en las páginas oficiales de las entidades financieras, se puede observar que existe una variedad en los productos. Los más llamativos fueron: cuentas de ahorro, tarjetas de crédito, crédito personal, factoreo y fideicomiso. Una singularidad que es importante resaltar es que el sector no tradicional del área financiera posee una escasa representación en las páginas web de las instituciones. Esta situación implica que hay una mayor colocación de productos financieros por parte del sector tradicional.

Calidad en la información brindada y el proceso de seguimiento y acompañamiento de los intermediarios financieros que operan en la región Brunca

En el competitivo entorno financiero actual, la calidad de la información proporcionada y el proceso de seguimiento y acompañamiento a los clientes constituyen factores cruciales para el éxito de las instituciones de intermediación financiera. En la región Brunca, estas instituciones enfrentan el desafío de ofrecer productos financieros no tradicionales a una base de clientes diversa y en crecimiento. Este apartado examina la percepción de las empresas locales sobre la calidad de la información que reciben de los intermediarios financieros, así como la efectividad del seguimiento y el acompañamiento brindados. A través de un análisis, se identifican áreas de mejora que pueden potenciar la confianza y el uso de estos productos financieros, contribuyendo al desarrollo económico regional, tal como se observa en la **Figura 12**.

Figura 12

Porcentaje del nivel de información brindada por parte de los intermediarios financieros sobre productos financieros no tradicionales



Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

La **Figura 12** muestra que un alto porcentaje (88.8 %) de las empresas encuestadas considera que el nivel de información proporcionado por los intermediarios financieros sobre productos financieros no tradicionales es bajo o muy bajo. Esta percepción indica una gran insatisfacción con la calidad y la cantidad de información recibida, lo que puede dificultar el uso efectivo de estos productos por parte de las compañías.

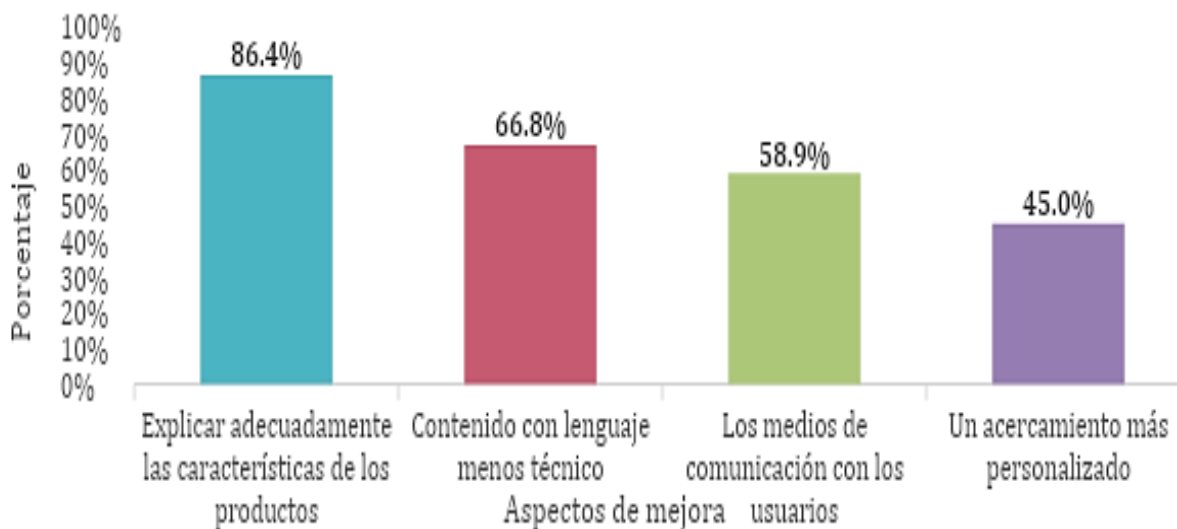
La falta de información adecuada puede llevar a que las empresas se sientan inseguras o incapaces de aprovechar las opciones financieras disponibles, lo que resalta la necesidad de mejorar la comunicación y la transparencia por parte de los intermediarios financieros. Corregir la calidad de la información y el seguimiento proporcionado puede fortalecer la confianza de los clientes y fomentar un mayor uso de estos productos financieros no tradicionales.

La **Figura 12** subraya la oportunidad para que las instituciones financieras desarrollen materiales educativos claros, capaciten a su personal en comunicación efectiva, utilicen diversos canales de comunicación y establezcan programas de seguimiento. Estas acciones pueden

aumentar la satisfacción del cliente y promover un entorno financiero más robusto en la región Brunca.

Figura 13

Aspectos de mejora por parte de los intermediarios financieros (porcentajes)



Nota. Porcentajes sobre el total de entrevistados para cada aspecto de mejora. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

La **Figura 13** ilustra los aspectos que requieren mejora según la percepción de las personas encuestadas sobre los intermediarios financieros en la región Brunca. Al tener en cuenta que los usuarios pueden elegir una o más opciones, los principales puntos de mejora detectados son la explicación de las características de los productos (86.4 %), el contenido del lenguaje (66.8 %) y los medios de comunicación (64.3 %).

El análisis del gráfico muestra que el 86.4 % de las personas encuestadas considera que la explicación actual sobre las características de los productos es insuficiente, lo que indica una falta de detalle y claridad. Además, el 66.8 % solicita un lenguaje menos técnico, sugiriendo que la terminología financiera resulta demasiado compleja para muchos usuarios. La necesidad de

mejorar los medios de comunicación (64.3 %) revela que los canales y métodos actuales no son lo suficientemente efectivos.

La **Figura 13** resalta áreas críticas en las que los intermediarios financieros deben enfocarse para mejorar la satisfacción y la confianza de sus clientes. Abordar las necesidades existentes de enriquecer la explicación de los productos, simplificar el lenguaje y optimizar los medios de comunicación puede incrementar positivamente la percepción de los servicios y fomentar una mayor adopción de productos financieros no tradicionales en la región Brunca.

De acuerdo con la **Tabla 13**, se pueden identificar las principales áreas de mejora que las empresas del sector comercio de la región Brunca consideran necesarias para facilitar el acceso y el uso de los productos financieros no tradicionales.

Tabla 13

Aspectos de mejora según categoría de empresa (porcentajes)

Aspectos de mejora	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Total
Lenguaje menos técnico	93,7	5,4	-	100
Explicar adecuadamente las características de los productos	88,5	9,8	1,7	100
Los medios de comunicación con los usuarios	87,2	9,2	3,6	100
Un acercamiento especializado	86,6	10,7	2,7	100

Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

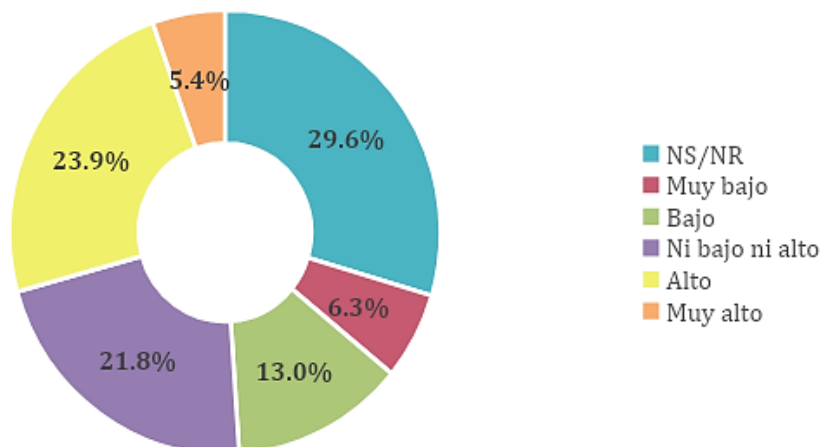
El análisis de la tabla muestra que las microempresas son las que identifican más oportunidades de mejora en la interacción entre la oferta y la demanda. Así, un 93.7 % de las microempresas considera que el lenguaje que se utiliza debe ser menos técnico, mientras que un

88.5 % opina que se deben explicar mejor las características de los productos. Además, un 87.2 % sostiene que los medios de comunicación con los usuarios deben mejorar y un 86.6 % demanda un acercamiento especializado por parte de las entidades financieras. En contraste, las pequeñas y medianas empresas presentan porcentajes mucho más bajos en estas mismas áreas, lo que sugiere que las necesidades de las microempresas son más apremiantes.

Estos datos revelan que las microempresas enfrentan importantes barreras de acceso a los productos financieros no tradicionales, que se relacionan principalmente con la complejidad del lenguaje que se utiliza, la falta de claridad en la explicación de las características de los productos y la percepción de que las entidades financieras no se acercan de manera suficientemente especializada. Para facilitar el acceso y uso de las microempresas a estos productos no convencionales, las entidades financieras deben priorizar la simplificación del lenguaje, mejorar la calidad de la información proporcionada y adoptar un enfoque más personalizado y cercano a este segmento empresarial. Solo así pueden estos negocios, que representan la mayoría del sector comercio en la región Brunca, aprovechar plenamente las oportunidades que ofrecen los productos financieros no tradicionales. En el siguiente apartado se incluye un análisis en referencia a los procesos de seguimiento que se realizan de estos productos.

Figura 14

Seguimiento de los intermediarios financieros con los productos financieros no tradicionales



Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

De las empresas que han obtenido algún producto financiero, el 16.3 % califica de bajo o muy bajo el seguimiento proporcionado por la entidad financiera, el 21.8 % lo califica como regular y el 45.7 % otorga una calificación alta o muy alta al seguimiento recibido por parte de la organización financiera. Esto demuestra que las instituciones financieras deben centrar sus esfuerzos en redoblar la asistencia de seguimiento a las compañías que adquieren sus productos.

Es importante destacar que las mismas empresas fueron las encargadas de proporcionar aspectos de mejora por parte de las entidades financieras, con la finalidad de que, al realizar el seguimiento y acompañamiento a sus clientes, este sea óptimo y conciso. Lo anterior se refleja en la

Tabla 14.

Tabla 14

Forma de acompañamiento de las entidades financieras según categoría de empresa (porcentajes)

Forma de acompañamiento	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Total
Llamada telefónica	87,7	10,4	1,9	100
Visitas periódicas	87,2	10,6	2,1	100
Aplicaciones móviles	82,6	12,8	4,6	100
Videoconferencias	66,7	25,0	8,3	100

Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

Al realizar este análisis en el ámbito de categoría de la empresa, se puede observar que la mediana y pequeña empresa prefieren las videoconferencias y las aplicaciones móviles, en ese orden respectivo, sobre las otras formas de acompañamiento que puede brindar la entidad financiera. En contraste, la microempresa prefiere las llamadas telefónicas y las visitas periódicas a la actividad productiva.

Un dato de relevancia que destacan las personas participantes de las entrevistas realizadas es que, a pesar de ser fundamental el acompañamiento de las llamadas telefónicas para las microempresas, existe un temor relacionado con el sistema de estafas que se ha presentado. Las instituciones consultadas durante la entrevista (Coopeagri, Credecoop y BAC San José) coincidieron en que debe haber un replanteamiento para ofrecer tanto productos como seguimiento a las empresas, ya que los canales tradicionales se han vuelto complejos debido al mal uso que se les ha dado.

Demanda de productos financieros por parte de las empresas del sector comercio de la región Brunca

El análisis de la demanda de productos financieros por parte de las empresas del sector comercio de la región Brunca es fundamental para comprender las necesidades y preferencias de este importante segmento empresarial. Este apartado examina variables clave como el requerimiento, el seguimiento y el acompañamiento del intermediario financiero, así como el parque empresarial del territorio. A través del instrumento aplicado en este trabajo de investigación, se obtuvieron datos relevantes sobre los aspectos de mejora necesarios para incrementar la demanda de productos financieros no tradicionales, diferenciados por tamaño de la empresa. Esta información permite identificar oportunidades para que las instituciones financieras adapten sus estrategias y ofrezcan soluciones más efectivas que satisfagan los requerimientos del sector comercio en la región Brunca.

Parque empresarial del sector comercio de la región Brunca según cantón de ubicación

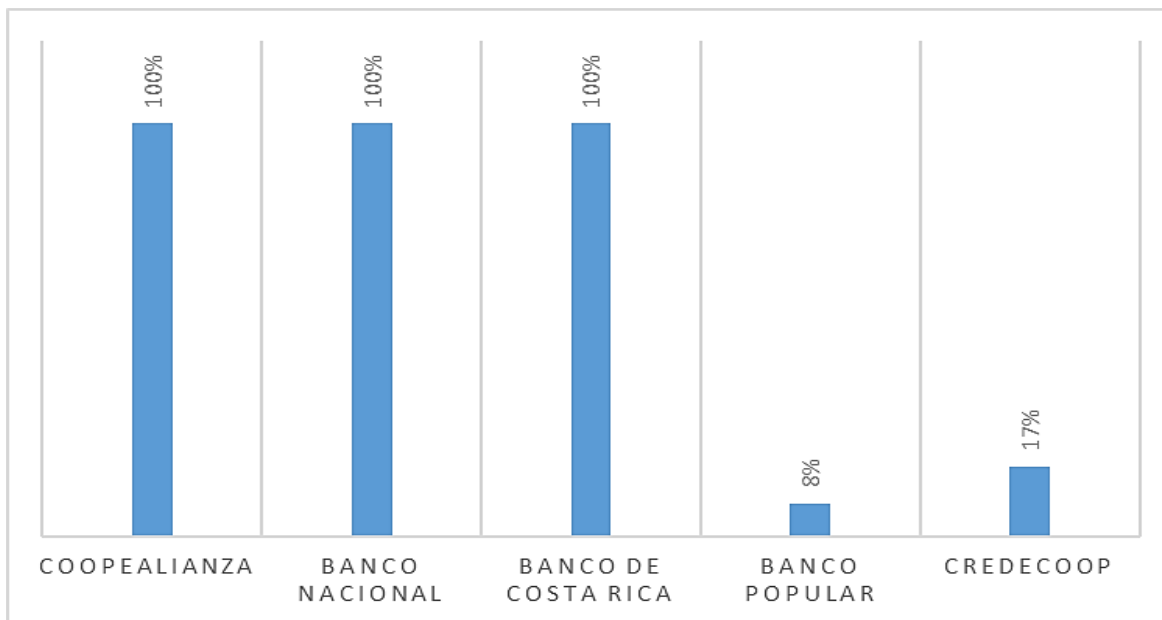
El parque empresarial constituye uno de los factores más relevantes para el bienestar en una sociedad que requiere un sistema que le permita desenvolverse de manera adecuada en la economía. Las entidades financieras son fundamentales para el sector empresarial analizado, de ahí la importancia de su estudio.

La **Figura 15** ilustra, en datos porcentuales, las entidades financieras con mayor presencia en la región Brunca, según el reconocimiento de las personas participantes de la encuesta. Este gráfico forma parte de un estudio más amplio que examina el uso de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas en dicha región. El sondeo subyacente, llevado a cabo por la Universidad Nacional, proporciona datos cruciales para comprender el

panorama financiero en el territorio Brunca, destacando las entidades financieras predominantes y su impacto en la economía local.

Figura 15

Porcentaje de entidades financieras con mayor presencia en la región Brunca



Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

La **Figura 15** revela que la región Brunca está dominada por un pequeño número de entidades financieras, con una notable concentración en unas pocas instituciones. Lo anterior puede tener implicaciones tanto positivas como negativas para la economía regional. En el lado positivo, una mayor presencia de entidades financieras grandes y establecidas puede traducirse en un incremento de la estabilidad financiera y en la disponibilidad de una gama más amplia de productos y servicios financieros para las empresas locales. Estas entidades, debido a su tamaño y recursos, pueden ofrecer tasas de interés competitivas y productos innovadores que pueden beneficiar a los negocios en la región Brunca. Sin embargo, como contraparte, la presencia de unas pocas entidades también puede reducir la competencia, lo que implica prácticas menos favorables.

El estudio subraya la necesidad de fomentar una mayor diversidad en el sector financiero de la región Brunca para asegurar que todas las empresas, independientemente de su tamaño, puedan beneficiarse de un entorno financiero competitivo y accesible. La encuesta de la Universidad Nacional proporciona una base sólida para futuras investigaciones y políticas destinadas a equilibrar la presencia financiera en esta región, lo que promueve tanto la estabilidad como la equidad en el acceso a los servicios financieros.

Demanda de los productos financieros por parte de las empresas del sector comercio

Es importante determinar la posible disposición en función del deseo de acceder a productos financieros no tradicionales por parte de las empresas del sector comercio en la región Brunca. Por lo tanto, se llevó a cabo un análisis de la gestión basado en el cuestionario aplicado, así como en los resultados de la entrevista. A continuación, se presenta en la **Tabla 15** el enlace entre el nivel de conocimiento que poseen las compañías del sector comercio y el cantón del territorio Brunca.

Tabla 15

Nivel de conocimiento de productos financieros no tradicionales por cantón

Productos financieros	Buenos Aires	Corredores	Coto Brus	Golfito	Osa	Pérez Zeledón
Fondo de avales	1,75	1,67	1,71	1,73	1,89	1,66
Leasing	1,44	1,60	1,62	1,60	1,61	1,35
Cartas de crédito	1,31	1,33	1,38	1,29	1,54	1,44
Factoreo	1,67	1,62	1,64	1,51	1,66	1,49
Back to back	1,06	1,17	1,05	1,00	1,22	1,08
Fideicomisos	1,39	1,62	1,55	1,49	1,74	1,39

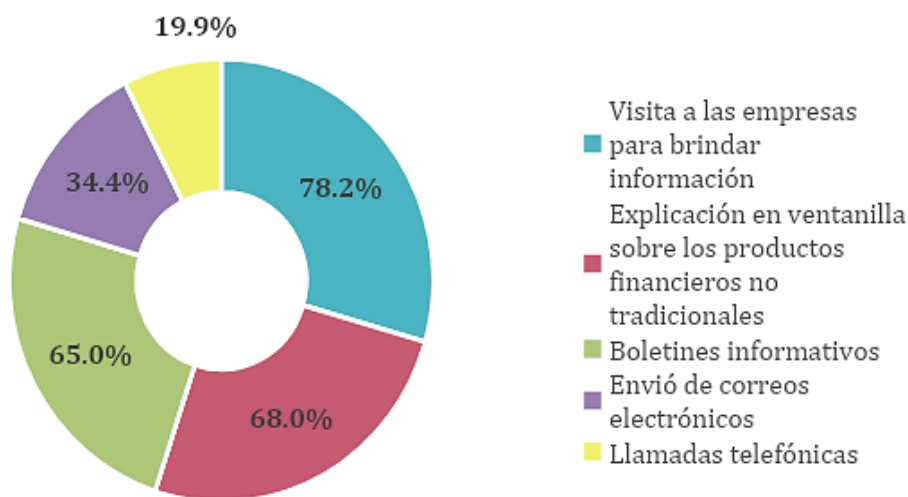
Fondo de inversión	1,67	2,29	1,67	2,02	1,54	1,63
Pólizas de caución	1,64	2,00	1,79	2,24	1,68	1,71

Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

Al realizar este análisis en el ámbito de cantón, se encuentra que en ninguno de los productos financieros no tradicionales se alcanza siquiera un nivel regular en cuanto al conocimiento de estos. En la **Figura 16** así como en la **Tabla 15** se pueden apreciar las acciones que las entidades financieras tienen la posibilidad de implementar con el propósito de atraer y retener a los usuarios de los servicios.

Figura 16

Aspectos de mejora para incrementar la demanda de productos financieros



Nota. Porcentaje sobre el total de entrevistados para cada aspecto. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

Según la **Figura 16**, los principales aspectos de mejora para incrementar la demanda de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas del sector comercio en la región Brunca son la visita a las compañías para brindar información sobre estos productos (90.3 %), la

explicación en ventanillas sobre dichos productos (84.9 %) y los boletines informativos (83.3 %). Esto indica que las empresas, especialmente las microempresas, prefieren un contacto más directo y personalizado con los intermediarios financieros, así como información clara y detallada sobre las alternativas de financiamiento disponibles. Estos hallazgos son relevantes para que las instituciones financieras adapten sus estrategias de promoción y asesoramiento a las necesidades y preferencias del sector comercio en el territorio Brunca. Lo anterior tiene el fin de incrementar la adopción de productos financieros no tradicionales.

Tabla 16

Aspectos para incrementar la demanda de productos financieros no tradicionales según la categoría de la empresa (porcentajes)

Aspectos para incrementar demanda	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Total
Boletines informativos	83,3	13,0	3,7	100
Explicación en ventanilla	84,9	12,9	2,2	100
Visita a las empresas	90,3	8,1	1,5	100
Envío de correos electrónicos	74,6	17,5	7,9	100
Llamadas telefónicas	86,4	12,1	1,5	100

Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

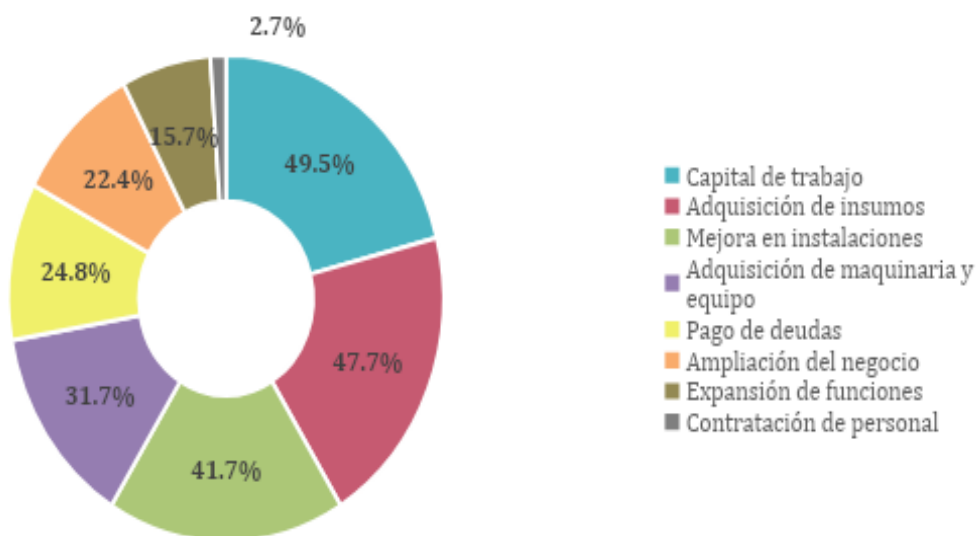
Según la **Tabla 16**, los aspectos para incrementar la demanda de productos financieros no tradicionales varían de acuerdo con la categoría de empresa en la región Brunca. Las microempresas prefieren la visita para recibir información sobre estos productos (90.3 %), seguidas de las llamadas telefónicas (86.4 %), lo que indica que buscan un contacto más directo con los intermediarios financieros.

Por otra parte, las pequeñas compañías tienen preferencias similares a las medianas, inclinándose más por el envío de correos electrónicos (17.5 % y 7.9 % respectivamente) y boletines informativos (13 % y 3.7 % respectivamente). Esto sugiere que, a medida que aumenta el tamaño de la compañía, se valora más la información enviada de manera digital, mientras que las microempresas priorizan el contacto personal y telefónico. Estos hallazgos son relevantes para que las instituciones financieras adapten sus estrategias de promoción y asesoramiento a las necesidades específicas de cada segmento empresarial. Lo anterior tiene el fin de incrementar la adopción de productos financieros no tradicionales en el sector comercio del territorio Brunca.

Ahora bien, en el instrumento aplicado se presentan posibles razones por las que las empresas del sector comercio de la región Brunca pueden buscar acceso a productos financieros no tradicionales. Los datos que se obtienen se muestran en la **Figura 17**.

Figura 17

Razones para acceder a un PFNT de acuerdo con las opiniones de la empresa



Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

De acuerdo con los datos de la **Figura 17**, las áreas en las que invertirán en caso de requerir financiamiento para su empresa muestran una preferencia por el capital de trabajo, con casi la mitad de las personas entrevistadas. A continuación, se encuentra la adquisición de insumos y, posteriormente, la mejora en las instalaciones. Con un alto contraste, en los últimos lugares se sitúan la contratación de personal y la expansión de las funciones.

Percepción de los empresarios del sector comercio sobre los procesos de seguimiento y acompañamiento que brindan los intermediarios financieros

La **Tabla 18** presenta un análisis de las formas de acompañamiento que ofrecen las entidades financieras a las empresas, categorizadas por su tamaño. Se evalúan diferentes modalidades de apoyo financiero, tales como asesoría, crédito y financiamiento de proyectos, entre otros, expresadas en porcentajes. Este análisis es crucial para comprender cómo las entidades financieras adaptan sus servicios a las necesidades específicas de las compañías pequeñas, medianas y grandes, así como el impacto de este acompañamiento en el desarrollo y crecimiento de las empresas en distintos sectores económicos.

Tabla 17

Forma de acompañamiento de las entidades financieras según categoría de empresa

Entidad financiera	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Total
Banco Nacional	83,8	12,6	3,6	100
Banco Popular	82,2	13,2	4,6	100
Banco de Costa Rica	84,8	11,8	3,5	100
Banco Promerica	54,1	29,7	16,2	100
Banco BCT	37,1	40,0	22,9	100

BAC San José	72,7	20,3	7,0	100
Scotiabank	75,2	17,5	7,3	100
Banco Improsa	46,2	35,9	17,9	100
Credecoop	76,3	17,1	6,6	100
Coopealianza	82,6	12,6	4,8	100
Coopecaja	36,0	32,0	32,0	100
Coopeservidores	65,2	20,3	14,5	100
Coopenae	39,1	39,1	21,7	100

Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

Al analizar la **Tabla 17**, se observa que las entidades financieras tienden a ofrecer una mayor variedad y frecuencia de acompañamiento a las empresas de mayor tamaño en comparación con las pequeñas y medianas. Por ejemplo, un alto porcentaje de grandes compañías recibe asesoría continua y personalizada, lo que evidencia una relación más robusta y estratégica con las instituciones financieras. En contraste, las pequeñas empresas, aunque también reciben apoyo, lo hacen en menor medida y con menor frecuencia, lo que puede limitar su acceso a recursos financieros cruciales para su expansión.

Este desbalance sugiere la necesidad de políticas y programas que incentiven a las entidades financieras y proporcione un soporte más equilibrado y accesible a todas las empresas, independientemente de su tamaño. Además, el análisis revela que las medianas compañías se encuentran en una posición intermedia, recibiendo un acompañamiento moderado que, aunque significativo, todavía presenta margen de mejora. La información contenida en esta tabla destaca

la importancia de adaptar los servicios financieros para fomentar un entorno empresarial inclusivo y sostenible.

Productos financieros no tradicionales que ofertan los intermediarios financieros a las empresas del sector comercio de la región Brunca

En esta sección se pretende examinar los productos financieros no convencionales (factoreo, avales, fideicomisos, cartas de crédito, arrendamiento financiero, fondos de inversión, pólizas de garantía y *back to back*) que ofrecen los intermediarios financieros a las empresas del sector comercio de la región Brunca. Para esto, se establecen las variables de *marketing* y productos financieros no tradicionales, logrando análisis más concretos.

Productos financieros no tradicionales ofrecidos por los intermediarios financieros que operan en la región Brunca

De acuerdo con la **Tabla 18**, se puede observar que la mayoría de las empresas de la región Brunca tiene un conocimiento muy bajo sobre este tipo de productos financieros.

Tabla 18

Grado de conocimiento de las empresas sobre productos financieros no tradicionales

Grado de conocimiento	Fondo de avales	Leasing	Cartas de crédito	Factoreo	Back to Back	Fideicomisos	Fondos de inversión	Pólizas de caución
Muy bajo	64,4	71,3	77,3	79,5	94,0	82,8	93,7	46,2
Bajo	26,6	21,1	18,7	15,1	4,5	15,7	5,7	26,9
Ni alto ni bajo	7,9	6,9	2,7	4,2	0,9	1,5	0,3	18,1
Alto	1,2	0,6	0,9	1,2	0,6	0,0	0,3	6,9
Muy alto	-	-	-	-	-	-	-	1,8
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

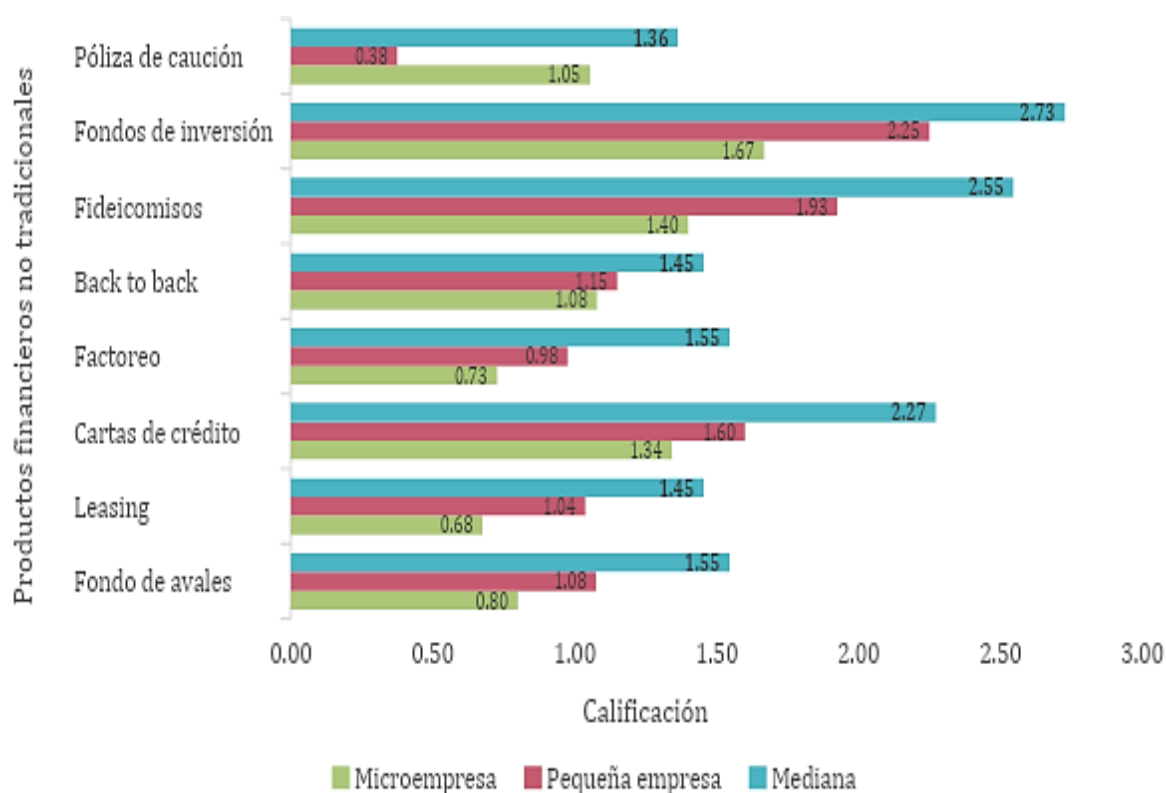
El análisis de la **Tabla 18** revela una preocupante falta de conocimiento por parte de las empresas de la región Brunca acerca de este tipo de alternativas de financiación. En general, se observa que, para la mayoría de los productos financieros no tradicionales enlistados, el grado de conocimiento de las empresas comerciales es muy bajo. Por ejemplo, para fondos de avales (64.4 %), *leasing* (71.3 %), cartas de crédito (77.3 %), factoreo (79.5 %) y fideicomisos (82.8 %), más del 60 % de las compañías tiene un conocimiento muy limitado de estos instrumentos.

Aún más alarmante es el caso de productos como *back to back* (94.0 %) y fondos de inversión (93.7 %), donde casi la totalidad de las empresas (más del 90 %) admite tener un conocimiento muy bajo. Incluso para pólizas de caución, que muestra el mejor resultado, todavía un 46.2 % de las compañías desconoce este producto.

Estos datos evidencian una brecha significativa en el conocimiento que poseen las empresas de la región sobre alternativas de financiamiento más allá de los productos bancarios tradicionales. Esto puede limitar su capacidad para acceder a fuentes de capital más diversificadas y adecuadas a sus necesidades específicas. Con la información anterior, se observa el conocimiento de los productos financieros no tradicionales de acuerdo con el tamaño de la empresa, como se muestra en la **Figura 18**.

Figura 18

Calificación promedio del conocimiento de productos financieros no tradicionales según tamaño de la empresa



Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

Al evaluar la calificación promedio de las empresas en el sector comercio que participaron en la encuesta sobre el conocimiento que poseen acerca de los productos financieros no tradicionales, se observa que solo la mediana empresa califica los fondos de inversión y

fideicomisos como *regular*, según lo establecido en la **Tabla 11**. En relación con los demás productos financieros no tradicionales, independientemente del tamaño de la compañía, se obtuvieron resultados deficientes.

Es importante destacar que, entre las entrevistas en profundidad aplicadas a los diferentes funcionarios de las entidades que se seleccionaron, se pudo identificar que la mayoría de los clientes (empresarios) conoce los productos financieros tradicionales, a diferencia de lo que sucede con los no convencionales, lo cual es un dato que se mantiene en función de lo observado en los distintos análisis hechos hasta el momento. De acuerdo con lo expuesto por las personas entrevistadas, se puede determinar que los empresarios de la zona mantienen un nivel muy bajo en el conocimiento de los productos no tradicionales de las instituciones financieras.

Según lo observado en el análisis documental, se sabe que la empresa en la región Brunca ha sido rezagada debido al impacto negativo sobre el acceso a alternativas de créditos y sus beneficios. Esto se confirma con los datos derivados de las entrevistas en profundidad, en las cuales se entiende que, en virtud de la complejidad de los productos financieros no tradicionales, se impide que los clientes accedan a las opciones de financiamiento, las cuales, de acuerdo con el momento, pueden establecer mejores condiciones de mercado que los productos tradicionales.

Acciones de marketing de productos financieros no tradicionales realizadas por los intermediarios financieros que operan en la región Brunca

De acuerdo con la **Tabla 18**, se puede observar que las empresas de la región Brunca tienen un conocimiento limitado acerca de estos productos financieros.

Tabla 19

Afirmaciones sobre la comunicación de las entidades financieras hacia las empresas de la región Brunca acerca de los productos financieros

Nivel de acuerdo	Le hacen llegar información pertinente sobre nuevos productos financieros no tradicionales	Le informan sobre los cambios en las condiciones de los productos financieros no tradicionales	Lo han contactado para ofrecerle algún producto financiero no tradicional	La comunicación recibida es muy efectiva
NS/NR	1,8	1,8	1,8	1,2
Muy en desacuerdo	4,8	3,9	3,9	1,5
Desacuerdo	6,0	8,8	13,0	3,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	50,2	62,5	63,7	26,0
De acuerdo	29,3	17,8	14,2	42,9
Muy de acuerdo	7,9	5,1	3,3	24,8
Total	100	100	100	100

Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 202.

El análisis de la **Tabla 19** revela una preocupante falta de esfuerzo por parte de las instituciones financieras para informar y promover los productos financieros no tradicionales entre las empresas de la región. Los datos muestran que solo una ínfima minoría de las compañías recibe información pertinente sobre nuevos productos financieros no tradicionales (1.8 %); por otra parte, son informadas sobre cambios en las condiciones de estos productos (1.8 %) o han sido contactadas para ofrecerles algún producto de este tipo (1.8 %). Aún más alarmante es que apenas el 1.2 % de las empresas considera que la comunicación recibida es muy efectiva.

Por el contrario, la mayoría de las empresas se muestra en desacuerdo o neutral respecto a la efectividad de la comunicación de las entidades financieras. Un 50.2 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo en cuanto a si recibe información pertinente sobre nuevos productos, mientras que un 62.5 % opina, de igual manera, sobre si se informa acerca de cambios en las condiciones. Incluso un 63.7 % se mantiene imparcial respecto a si ha sido contactado para ofrecerle algún producto no tradicional.

Estos datos resaltan que en las entidades financieras no se realiza un esfuerzo adecuado en términos de comunicación y promoción de los productos financieros no tradicionales entre las empresas de la región Brunca. Elementos como la falta de información, la carencia de proactividad en el contacto con los clientes y la percepción de ineffectividad en la comunicación limitan seriamente las posibilidades de las compañías de conocer y acceder a estas alternativas de financiamiento más allá de los productos tradicionales.

Principales obstáculos o facilidades que han enfrentado las empresas del sector comercio de la región Brunca para acceder a productos financieros no tradicionales

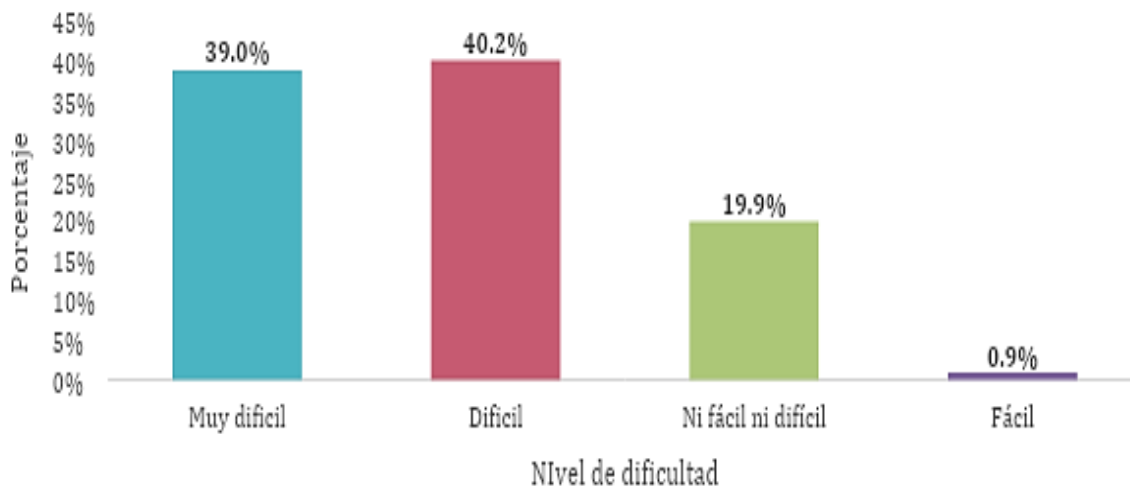
Este apartado tiene como objetivo establecer las condiciones en las cuales empresas del sector comercio de la región Brunca deben involucrarse al intentar acceder a un producto financiero no convencional.

Obstáculos que tienen las empresas del sector comercio para acceder a productos financieros no tradicionales ofrecidos por los intermediarios financieros de la región Brunca

De acuerdo con la **Figura 19**, se puede observar que las empresas del sector comercio de la región Brunca enfrentan grandes obstáculos para acceder a productos financieros no tradicionales.

Figura 19

Nivel de dificultad que tienen las empresas para obtener productos financieros



Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

Los datos muestran que para menos del 1 % de las empresas regionales del sector comercio, obtener productos financieros no tradicionales resulta una tarea fácil. Sin embargo, para una abrumadora mayoría, esto se convierte en un gran obstáculo. Específicamente, un 40 % de las compañías considera que acceder a estos productos es difícil, mientras que otro 39 % los encuentra muy difíciles de conseguir.

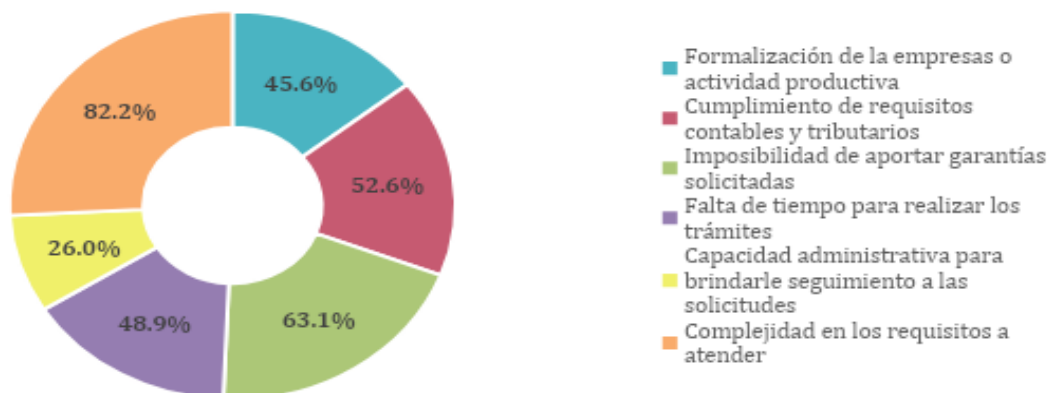
Esto sugiere que las empresas de la región enfrentan una barrera significativa y generalizada para diversificar sus fuentes de financiamiento más allá de los productos bancarios tradicionales. Esta situación puede limitar seriamente su capacidad para adaptarse a las necesidades específicas de su negocio y aprovechar las oportunidades que ofrecen los productos financieros no convencionales.

Resulta alarmante que solo un 19.9 % de las empresas se muestre imparcial respecto al nivel de dificultad. Esto indica que la mayoría percibe obstáculos importantes para acceder a estas alternativas de financiamiento, lo cual puede tener un impacto negativo en su

competitividad y desarrollo a largo plazo. La **Figura 20** identifica los principales obstáculos que enfrentan las empresas del sector comercio en la región Brunca para acceder a productos financieros no tradicionales.

Figura 20

Aspectos que dificultan a las empresas obtener productos financieros



Nota. Porcentaje sobre el total de entrevistados para cada aspecto. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

El análisis de la figura revela que los principales aspectos que dificultan la obtención de estos productos son la complejidad en los requisitos (82.2 %) y la imposibilidad de aportar las garantías solicitadas (63.1 %). Estos dos factores representan los mayores obstáculos para una abrumadora mayoría de las empresas. En contraste, solo un 26 % considera que la capacidad administrativa para dar seguimiento a las solicitudes es un aspecto dificultoso.

Estos datos sugieren que las entidades financieras deben simplificar y flexibilizar los requisitos y garantías exigidos para acceder a los productos financieros no tradicionales. La complejidad actual y las altas exigencias en términos de garantías representan barreras insalvables para la mayoría de las empresas del sector comercio en la región Brunca.

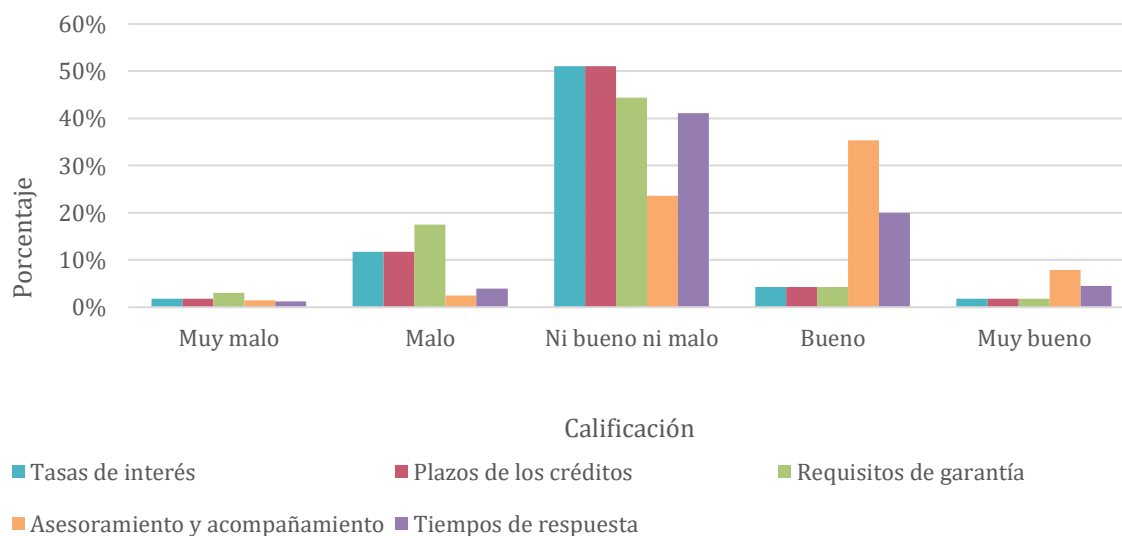
Por otro lado, la capacidad administrativa para dar seguimiento a las solicitudes no parece constituir un obstáculo tan significativo. Esto indica que las empresas estarían dispuestas a

invertir el tiempo y el esfuerzo necesarios para completar el proceso, siempre y cuando los requisitos iniciales fueran más asequibles.

Facilidades que tienen las empresas del sector comercio para acceder a productos financieros no tradicionales ofrecidos por los intermediarios financieros de la región Brunca

Seguidamente, se procede a observar las diferentes condiciones que facilitan el acceso a los productos, de acuerdo con el tipo de institución, ya sea privada, pública o del área de la cooperativa. Se inicia con la **Figura 21**, en la que se muestra la información del sector cooperativo.

Figura 21
Calificación de las condiciones que ofrecen las cooperativas a las empresas del sector comercio

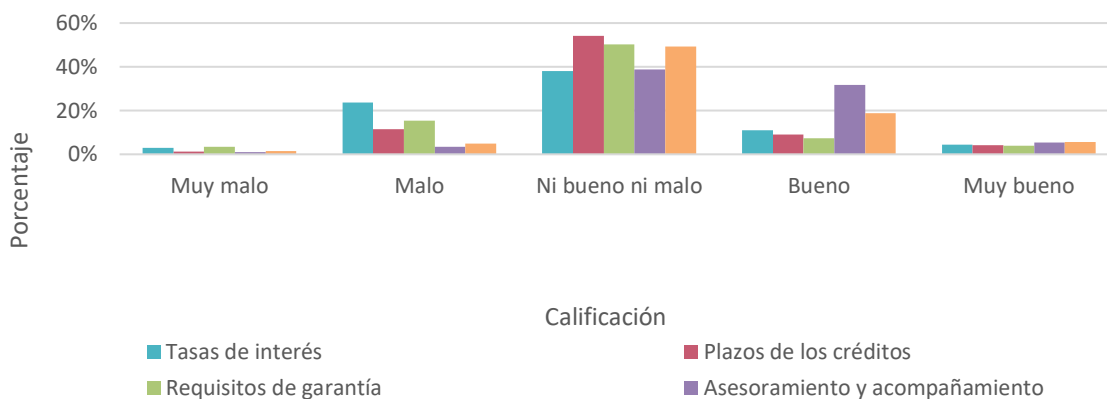


Nota. Se obtuvo aproximadamente un 30 % de no respuesta para esta variable. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

La calificación general de las condiciones que ofrecen las cooperativas es regular, destacando únicamente el asesoramiento y los tiempos de respuesta, que obtienen calificaciones más altas. Sin embargo, no alcanzan grandes porcentajes de satisfacción.

Figura 22

Calificación de las condiciones que ofrecen los bancos privados a las empresas del sector comercio

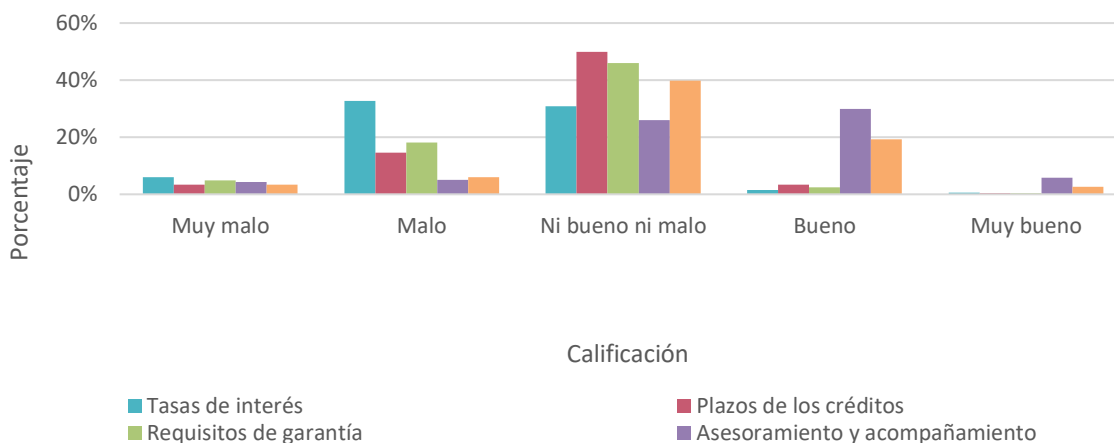


Nota. Se obtuvo aproximadamente un 20 % de no respuesta para esta variable. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

En la **Figura 22**, que se relaciona con el sector de la banca privada, se muestra la calificación de las condiciones que ofrecen los bancos privados a las empresas del sector comercio. En este contexto destaca que los plazos de crédito ofrecen una satisfacción media a los usuarios. De igual manera, se observa una calificación similar para los requisitos de garantía y los tiempos de respuesta.

Figura 23

Calificación de las condiciones que ofrecen los bancos públicos a las empresas del sector comercio



Nota. Se obtuvo aproximadamente un 28 % de no respuesta para esta variable. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

La calificación de las condiciones que ofrecen los bancos públicos a las empresas del sector comercio, presentada en la **Figura 23**, se sitúa en un punto medio en relación con los plazos de los créditos, los requisitos de garantía y los tiempos de respuesta en el ámbito general. Sin embargo, en lo que respecta a las tasas de interés, se observa un mayor porcentaje de personas que considera malo el servicio en esta categoría.

Los datos derivados de las entrevistas en profundidad revelan que, si bien se evidencian dificultades, las entidades financieras han insistido, mediante esfuerzos, en la urgencia de colaborar con el sector empresarial y hacer realidad el acceso a los diferentes productos financieros no tradicionales. En este caso, las personas funcionarias comentaron que se busca apertura en áreas de gestión para colaborar directamente en el rol de inculcar la aceptación de los productos en función de este propósito.

Una de las últimas facilidades que se puede mencionar, directamente relacionada con las cooperativas entrevistadas es la presencia, estabilidad y posibilidad de brindar acceso a los

cantones de la región Brunca. Esto ha producido buenas expectativas para ampliar o incluir planes de acción que contribuyan al crecimiento de la cartera y que se adaptan directamente a la mejora del área de cada empresa que lo solicita.

Forma en que los productos financieros no tradicionales contribuyen a los esquemas de financiamiento en las empresas del sector comercio de la región Brunca

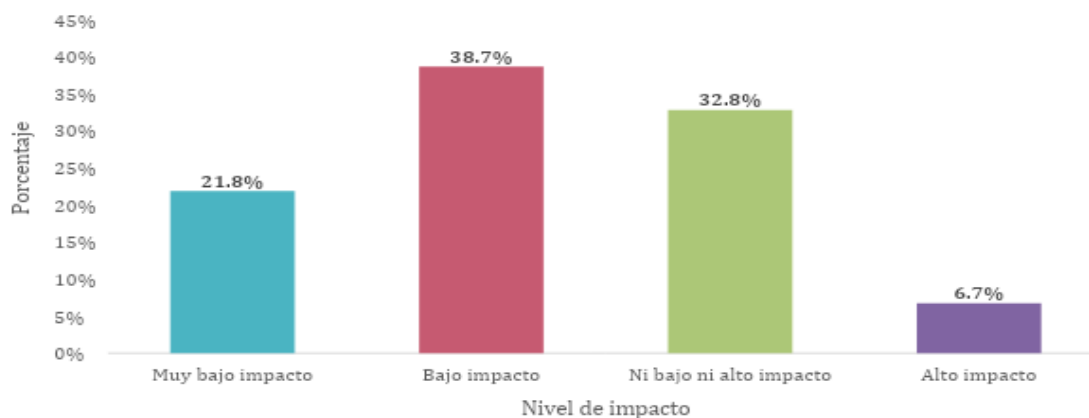
Con el objetivo de analizar la relevancia que pueden tener los productos financieros no tradicionales en el desarrollo interno de las empresas, a continuación se evalúa el alcance que las compañías encuestadas mencionaron que estos tienen en sus esquemas de inversión, financiamiento y su posible impacto.

Impacto de los productos financieros no tradicionales en los esquemas de financiamiento e inversión que presentan las empresas del sector comercio de la región Brunca

Según la **Figura 24**, se puede observar el impacto percibido por las empresas del sector comercio en la región Brunca.

Figura 24

Grado de impacto de los productos financieros no tradicionales sobre el desarrollo de la actividad productiva de las empresas



Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por

parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

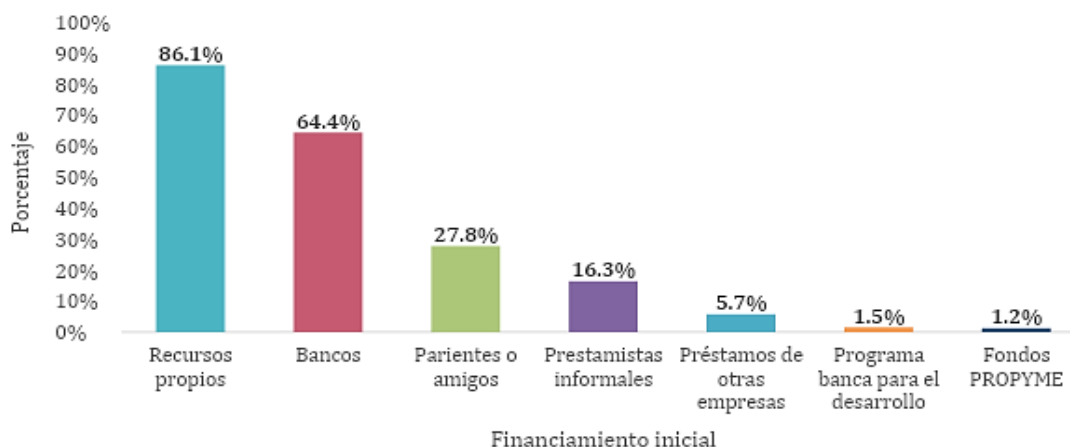
El análisis de la figura muestra que solo un 6.7 % de las empresas considera que los productos financieros no tradicionales han tenido un alto impacto en el desarrollo de su actividad productiva. Por el contrario, la mayoría, un 60.5 %, reporta haber recibido un bajo o muy bajo impacto tras obtener estos productos. Además, un 32.8 % indica que el impacto ha sido regular.

Estos datos sugieren que, a pesar de la disponibilidad de alternativas de financiamiento no tradicionales, las empresas de la región Brunca no han logrado aprovechar plenamente los beneficios que estos productos pueden aportar a su desarrollo y crecimiento. La percepción generalizada de un impacto limitado puede deberse a diversos factores, como la falta de conocimiento sobre las características y ventajas de estos productos, las dificultades para acceder a ellos o incluso una adecuación inadecuada de las alternativas ofrecidas a las necesidades específicas de las compañías del sector comercio.

A continuación, se muestran gráficamente las respuestas derivadas de los cuestionarios aplicados a las empresas comerciales con respecto al tipo de financiamiento inicial para el desarrollo de su negocio, como se presenta en la **Figura 25**. Es importante aclarar que existe la posibilidad de respuesta múltiple según lo requiriera cada participante.

Figura 25

Porcentaje según el tipo de financiamiento inicial para el desarrollo de las empresas



Nota. Porcentaje sobre el total de encuestados para cada tipo de financiamiento. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

Cabe destacar en la **Figura 25** que parte de las personas entrevistadas (86.1 %) ha realizado su financiamiento inicial con recursos propios, lo que evidencia que la mayoría de las empresas para surgir y alcanzar el desarrollo deben hacerlo por cuenta propia. Seguidamente, se encuentra la intervención de los bancos y sus productos como método de financiamiento inicial, con un indicador del 64.4 %. Se resalta la escasa actividad de financiamiento por parte del programa de Banca para el Desarrollo y los fondos Propyme, considerando que parte de las compañías encuestadas se encuentra en la categoría de microempresa, la cual requiere de estos beneficios.

Alcance de los productos financieros no tradicionales en los esquemas de financiamiento e inversión que presentan las empresas del sector comercio de la región Brunca

La **Tabla 19** muestra el nivel de utilización de diversos productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca en Costa Rica.

Tabla 20

Nivel de utilización de productos financieros no tradicionales (porcentajes)

Nivel de utilización	Crédito hipotecario en entidad financiera regulada	Crédito prendario en entidad financiera regulada	Crédito fiduciario en entidades financieras reguladas	Acceso a financiamiento de prestamistas	Préstamos personales	Tarjetas de crédito
No aplica	67,1	84,6	85,5	74,3	45,0	72,5
Muy baja	17,8	13,9	7,3	19,0	34,1	18,7
Baja	9,7	1,2	3,9	4,2	13,3	5,1
Ni alta ni baja	4,5	0,3	2,1	2,4	5,7	2,4
Alta	0,6	-	0,9	-	0,9	0,6
Muy alta	0,3	-	0,3	-	0,9	0,6
Total	100	100	100	100	100	100

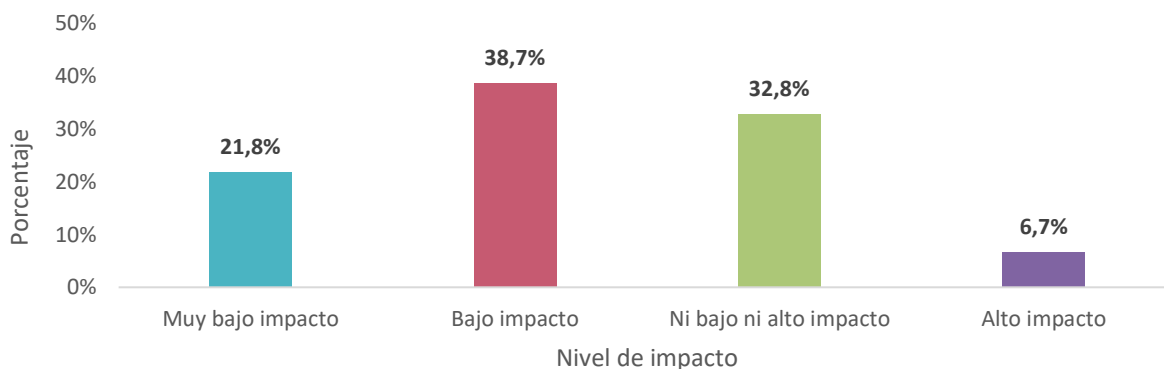
Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

El análisis de la **Tabla 20** revela hallazgos interesantes. En primer lugar, se observa que la mayoría de las empresas no utiliza estos productos financieros no tradicionales. Por ejemplo, el 67.1 % de las compañías no accede a créditos hipotecarios en entidades financieras reguladas; por otra parte, el 85.5 % no usa créditos fiduciarios. Esto sugiere que estas alternativas de financiamiento aún no son ampliamente adoptadas por las empresas de la región.

Asimismo, los productos con mayor nivel de utilización, aunque todavía en porcentajes bajos, son los préstamos personales (34.1 % con nivel de utilización *muy baja* o *baja*) y las tarjetas de crédito (24.4 % con nivel de utilización *muy baja* o *baja*). Esto indica que las empresas recurren más a estas opciones de financiamiento a corto plazo.

Figura 26

Grado de impacto de los productos financieros no tradicionales sobre el desarrollo de la actividad productiva de las empresas



Nota. Elaboración a partir de los resultados de la encuesta: Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las empresas de la región Brunca, Universidad Nacional, julio de 2022.

Por otra parte, la **Figura 26** muestra el grado de impacto de los productos financieros no tradicionales sobre el desarrollo de la actividad de aquellas empresas que alguna vez utilizaron un producto financiero no tradicional. En la **Figura 26** se observa que la mayoría de los empresarios opina que la adquisición de los productos financieros no tradicionales tuvo un bajo impacto, seguido de un punto medio *de ni bajo ni alto* y dejando como alto impacto a una minoría de los consultados (6.7 %).

Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

De acuerdo con el análisis e interpretación de los resultados, mediante la aplicación de los instrumentos se concluye que, en el ámbito de la región Brunca, persisten graves deficiencias entre los elementos que conforman la relación entre las entidades financieras y la oferta de sus productos con la demanda, en este caso, de los micro, pequeños, medianos y grandes empresarios comerciales.

La falta de conocimiento sobre los productos financieros no tradicionales se presenta como el eje central que explica la escasa utilización de las alternativas financieras no convencionales. Esta afirmación se refleja en el presente proyecto, ya que la aplicación del instrumento demuestra que casi el 90 % de los usuarios encuestados coincide en que existe poca o escasa información respecto a los productos financieros no tradicionales. Asimismo, el análisis de datos permite intuir y establecer una relación proporcional entre el tamaño de la empresa y el grado de conocimiento. Para ejemplificar lo anterior, se enlistó una serie de productos financieros no tradicionales que las personas entrevistadas debían calificar según su nivel de conocimiento. Lo anterior evidencia que, para los micro y pequeños empresarios. Este rubro es deficiente en todos los casos, mientras que para los medianos comerciantes se considera regular.

En el marco teórico se recalca que las pymes abarcan casi el 97 % del parque empresarial, lo que significa que representan la fuerza empresarial y el sustento para la mayoría de las familias costarricenses. No obstante, resulta irónico pensar que son los usuarios que se encuentran más alejados de adquirir productos financieros no tradicionales. Los datos que se obtienen a partir de las interrogantes del instrumento reflejan que, a lo largo de la *vida* de las

empresas encuestadas, muy pocas han utilizado alguna vez un producto financiero no tradicional y aquellas que sí lo han hecho consideran que el impacto en su negocio ha sido bajo.

Además, se intuye que las empresas requieren alternativas financieras; más que para lograr un crecimiento es para poder subsistir en un mundo tan competitivo como el actual. Así lo sugieren los datos que suministran los usuarios cuando se les consulta sobre las razones por las que buscan adquirir un producto financiero no tradicional; el capital de trabajo, la adquisición de insumos y la mejora de instalaciones son sus principales respuestas, elementos que son necesarios para que una empresa pueda perdurar en el tiempo.

La comunicación es un elemento fundamental para impulsar el uso de los productos financieros no tradicionales o, por el contrario, puede agravar el problema de la escasa adquisición de estos, según el grado de efectividad que la caracterice. La comunicación se puede asimilar a la raíz del conocimiento; la ejecución de este estudio demuestra que existen falencias que propician un nivel bajo de conocimiento y que en gran parte es influenciado por el fallido intercambio de información.

El análisis documental demuestra el escaso interés que tienen las entidades financieras en transmitir información sobre sus carteras, específicamente en lo que se refiere a los productos financieros no tradicionales. Algunos colaboradores de estas instituciones enfatizaron en la entrevista que priorizan los esfuerzos en aquellos productos que históricamente han tenido mayor utilización por parte de los usuarios. Por lo tanto, se genera intuitivamente la hipótesis de una correlación existente entre el grado de información y el nivel de utilización. Lamentablemente, en el caso de los productos financieros no tradicionales, ambos presentan índices negativos.

Por otra parte, los datos demuestran que, según el tamaño de la empresa, se agrava el nivel de recepción de datos, ya que son principalmente las empresas de menor tamaño las que consideran que existen desaciertos en la comunicación. Para lograr beneficios mutuos entre la oferta y la demanda, se deben mejorar aspectos del traslado de información financiera. Un lenguaje menos técnico, un acercamiento especializado o la explicación adecuada de las características de los productos son alternativas que los microempresarios insisten en que las entidades financieras deben pulir.

En síntesis, los datos revelan que las microempresas enfrentan importantes barreras de acceso a los productos financieros no tradicionales, que se relacionan principalmente con la comunicación de los datos. Sin embargo, también es necesario hacer hincapié en los elementos asociados a la burocracia que impera en el territorio nacional. Aspectos como la dificultad de formalización, los requisitos complejos y el exceso de garantías constituyen limitaciones que se suman a otros factores mencionados y que agravan la supervivencia empresarial. Las personas encuestadas opinan que estos factores burocráticos dificultan el acceso de las empresas comerciales a los productos financieros no tradicionales; tanto es así que aproximadamente el 82 % de los encuestados teme enfrentar la complejidad de los requerimientos en el momento de solicitar un producto financiero. Por otra parte, el 63 % considera que es casi imposible aportar las garantías que se solicitan para la aprobación del crédito.

Sobre la oferta de las entidades financieras es importante resaltar que, a conveniencia de ambas partes (oferta y demanda), se da prioridad y dirigiendo esfuerzos a la colocación de los productos financieros tradicionales. Se explica que una de las razones por las que los empresarios no se interesan en los productos financieros no convencionales es que no saben cómo adaptarlos a las necesidades de su negocio.

A pesar de que se presentan diferentes instituciones financieras como alternativas para las empresas de la región, el análisis documental evidencia que no todas ofrecen los mismos productos financieros no tradicionales. Además, según la encuesta, la dominancia en el ámbito regional es acaparada por pocas entidades; este es el caso de instituciones del sector público como el Banco Nacional y el Banco de Costa Rica, así como cooperativas como Coopealianza, las cuales lideran los indicadores de posicionamiento, tanto en el ámbito territorial como en la percepción de los usuarios del sistema financiero. Lo anterior puede provocar que, al haber menos competencia, se presenten menos condiciones favorables para los consumidores, como tasas de interés más altas y menor flexibilidad en los servicios ofrecidos, lo que significaría que, para las compañías, principalmente para las de pequeño tamaño, pueden empeorar las dificultades para acceder a financiamiento.

Recomendaciones

A continuación, se presenta una serie de recomendaciones que se generan a partir de los hallazgos que se obtienen en la investigación, tanto para la oferta como para la demanda.

Para las empresas del sector comercio pertenecientes a la región Brunca

Se recomienda a las empresas de la región Brunca la búsqueda de alternativas financieras que se adapten a cada uno de sus requerimientos, puesto que alternativas como los avales o el factoreo, por mencionar algunos ejemplos de productos tradicionales no financieros, son mecanismos que si se utilizan efectivamente según las necesidades de la empresa pueden ser de gran beneficio para esta.

La preparación adecuada y formalización de las empresas en el momento de requerir un producto financiero es de vital importancia para alcanzar el desarrollo en un entorno cada vez

más competitivo. A pesar de que la investigación destaca que más del 85 % de las personas participantes de la encuesta utilizaron recursos propios como método de inversión, las compañías del sector comercio deben analizar la inyección de capital por parte de terceros como una palanca para impulsar sus negocios, considerando las capacidades, ventajas y desventajas que esto implica.

Es importante el análisis de la oferta y sus alternativas, tanto de los productos financieros como de las instituciones que los brindan. Evaluar aspectos como las tasas de interés, el asesoramiento y el acompañamiento proporcionados, los requisitos de garantía, los tiempos de respuesta y los plazos de los créditos puede dictar el grado de beneficio que obtendrá una empresa al requerir un producto financiero.

Para las entidades financieras

Se recomienda la aplicación de investigaciones para conocer la perspectiva de los usuarios en relación con los componentes del sistema financiero, ya que es fundamental para las instituciones financieras detectar las fortalezas y deficiencias del mercado.

Es importante que las entidades financieras combatan de manera contundente la falta de conocimiento que tienen los empresarios comerciales de la región, ya que se destaca como el principal problema que afecta la adquisición de productos financieros no tradicionales. Promover sus productos, tanto por medios tecnológicos que significan una mayor facilidad de acceso y menos recursos como a través de una atención más personalizada, ayuda a impulsar el conocimiento que tienen los empresarios del sector comercio del territorio sobre los productos financieros no tradicionales.

El análisis de la demanda por parte de las entidades financieras es de suma relevancia para dirigir esfuerzos en la búsqueda de que los productos financieros no tradicionales mejoren su adaptación y exposición, con el objetivo de generar un mayor uso por parte de las empresas de la región. Conocer aspectos como las razones por las cuales compañías requieren financiamiento, por mencionar un ejemplo, representa oportunidades informativas que las entidades financieras pueden aprovechar para adaptar y hacer llegar su cartera de productos.

Por último, se recomienda participar, mediante alianzas con instituciones gubernamentales, en programas que apoyan el sector empresarial de la región, principalmente enfocados en las micro, pequeñas y medianas empresas. Lo anterior tiene como fin lograr un mayor acercamiento con las pymes y, así, exponer los productos financieros no tradicionales, o bien que dicho acercamiento también permita evaluar los comportamientos de las compañías del territorio.

Referencias bibliográficas

- Abissi, M. (2017). Factoreo mantiene dinamismo, pero atraviesa período de ajuste en Costa Rica. *El Financiero*. <https://www.elfinancierocr.com/finanzas/factoreo-mantiene-dinamismo-pero-atraviesa-periodo-de-ajuste-en-costa-rica/HHUTCYWXRNDQDOHKMTVNJ3I3PQ/story>
- Acuña, J. A. (2014). *Manual de fórmulas y tablas estadísticas*. Editorial Tecnológica de Costa Rica. <https://libros.tec.ac.cr/manual-de-formulas-y-tablas-estadisticas-fo851.html>
- Anguera, M. T. (2008). Metodologías cualitativas: características, procesos y aplicaciones. En Verdugo Alonso, M. Á.; Crespo, M.; Badia Corbella, M. y Arias, B. *VI simposio científico SAID, 2008*. Salamanca, 5 y 6 de junio de 2008.
- Anguita, J. C.; Labrador, J. R.; Campos, J. D.; Casas Anguita, J.; Repullo Labrador, J. y Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención primaria*, 31(8), 527-538.
- Apat, J. M. (2002). *Fideicomiso*. Las tesinas de Belgrano. <http://repositorio.ub.edu.ar/handle/123456789/187>
- Appvizer. (2021). *Definición de cliente en Marketing y otros ámbitos*. <https://www.appvizer.es/revista/relacion-cliente/software-crm/definicion-cliente>
- Aquino, R.; Duarte, J. y Zambrano, L. (2008). *Teoría de la oferta y la demanda*. <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-oferta-y-la-demanda/>

- Araúz, I. (2010). Análisis del Sistema Turístico del Cantón de Buenos Aires: Insumo para un Diseño de Plan de Desarrollo en Turismo Rural. *Biblioteca Virtual de Derecho, Economía, Ciencias Sociales y Tesis Doctorales*. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/index.htm>
- Arce, J. (2006). *Reformas Financieras en Costa Rica para una Banca Competitiva y Sólida* [Estudio de Posgrado, Universidad Estatal a Distancia]. Archivo digital. http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/handle/120809/818/Ensayo_Reforma_Financiera_en_CR_para_una_Banca_competitiva.pdf;jsessionid=4FCC3C496BDC34FC1690FAF5EFA6FF6D?sequence=1
- Arce, J. A. (2019). *Estado situacional de la pyme en Costa Rica*. MEIC. <http://reventazon.meic.go.cr/informacion/estudios/2019/pyme/INF-012-19.pdf>
- Arias-Gómez, J.; Villasís-Keever, M. Á. y Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Asobancaria. (2016). *Qué es el leasing*. <https://www.asobancaria.com/leasing/leasing>
- Azofeifa, A. (2019). Evolución de la banca en Costa Rica: una breve descripción de sus orígenes hasta la actualidad. *Revista Nacional de Administración*. https://www.researchgate.net/publication/334158731_Evolucion_de_la_banca_en_Costa_Rica_Una_breve_descripcion_de_sus_origenes_hasta_la_actualidad
- BAC Credomatic. (2021). *Carta de Crédito*. <https://www2.baccredomatic.com/es-cr/pymes/tesoreria/comercio-internacional/cartas-de-credito#requisitos>

- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA). (2018). *¿Qué es la inversión?*
<https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>
- Banco Central de Costa Rica (BCCR). (2021). *Participantes*. <https://www.bccr.fi.cr/sistema-de-pagos/informaci%C3%B3n-general/participantes>
- Banco de Costa Rica (BCR). (2021). *Carta de Crédito de Importación / Exportación*.
https://www.bancobcr.com/wps/portal/bcr/bancobcr/empresas/bcr_comercio_exterior/productos_y_servicios/carta_de_credito/
- Banco de España. (2021). *¿Cuál es la función de un aval?*
<https://clientebancario.bde.es/pcb/es/menu-horizontal/productoservici/avales/guia-textual/concepto-y-carac/>
- Banco Promerica. (2021). *Factoreo*. <https://www.promerica.fi.cr/banca-de-empresas/otros-servicios/factoreo/>
- Bancoldex. (2018). *Bancoldex*.
https://www.bancoldex.com/sites/default/files/792_adenda_no._1_-_tdr_fortalecimiento_de_intermediarios_financieros_17082018_082700.pdf
- Banrepultural. (2018). *Oferta y demanda*.
https://enciclopedia.banrepultural.org/index.php/Oferta_y_demanda
- Bavaresco de Prieto, A. M. (2007). *Proceso Metodológico en la Investigación*.
- Bavaresco, A. (2006). *Proceso metodológico en la investigación (Cómo hacer un Diseño de Investigación)*. Editorial de la Universidad del Zulia.
<https://virtual.urbe.edu/tesispub/0093233/cap03.pdf>

- BBVA. (2021). *¿Qué es un financiamiento?* <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/f/financiamiento.html>
- Bembibre, C. (2010). *Definición de Facilidad*. Definición ABC.
<https://www.definicionabc.com/general/facilidad.php>
- Bestinver. (2021). *Intermediario financiero*. <https://www.bestinver.es/terminos/intermediario-financiero/>
- Camacho, A. (2014). *El sistema financiero costarricense en los últimos 25 años: regulación y supervisión*. Academia de Centroamérica. <https://www.academiaca.or.cr/wp-content/uploads/2017/03/regulacion-y-supervision.pdf>
- Cámara Costarricense de Empresas de Factoreo (CCEF). (2021). *¿Qué es Factoreo?*
<http://www.factorero.co.cr/factoreo.php>
- Carballo, F. (2011). *Consideraciones para la participación de fondos de capital de riesgo en Costa Rica* [Trabajo Final de Grado, Universidad de Costa Rica]. Archivo Digital.
<https://ijj.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2017/06/Consideraciones-para-la-Participacion-de-fondos-de-capital-de-riesgo-en-Costa-Rica.pdf>
- Cárdenas, G.; García, C. y Molina, C. (2011). Análisis de la intermediación financiera en el escenario de las crisis de los siglos XX y XXI. *Sophia*, 7.
- Casa Presidencial. (2020). *BCIE Y Gobierno de Costa R firman contrato de crédito de us\$300 millones que será base de Fondo Nacional de Avaes*.
- Centro de Información Jurídica en Línea (Cijul). (2014). *Mercado Financiero*.
<http://cijulenlinea.ucr.ac.cr/>

Cervantes, I. (2017). *¿Qué es Comunicación?* Comunicayemprende.

<https://www.comunicayemprende.com/que-es-comunicacion/>

Chaves, E.; González, M.; Hernández, M.; Leiva, A. y Moreira, M. (2015). *Caracterización y análisis de tendencias de los fondos de inversiones Costa Rica* [Tesis de Grado, Instituto Tecnológico de Costa Rica]. Archivo Digital.

https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/6617/fondos_inversion_costa_rica.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chaves, L. (2000). El contrato de Leasing Financiero en Costa Rica. *Economía y Sociedad*, 107-114.

<https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/19329/Contrato%20de%20leasing.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Su%20funci%C3%B3n%20es%20asegurar%20el,goce%20y%20disfrute%20del%20bien>

Cisneros, M. F. (2017). Leasing les da pelea a los créditos tradicionales. *El Financiero*.

<https://www.elfinancierocr.com/finanzas/leasing-le-da-pelea-a-los-creditos-tradicionales/CTBCEDOR3JHU3OYMIEQYRWFYHA/story>

Coelho, F. (2020). *Investigación*. <https://www.significados.com/investigacion/>

Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero (Conassif). (2021). *Acuerdos*.

<https://www.conassif.fi.cr/acuerdos>

Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero (Conassif). (s. f.). *Marco Jurídico*.

<https://www.conassif.fi.cr/marco-juridico/>

- Coopeservidores. (2021). *Planes de Inversión en Costa Rica*.
<https://www.coopeservidores.fi.cr/es/inversiones#info>
- Crédito y Caución. (2021). *Seguros de Caución*. <https://www.creditoycaucion.es/es/seguro-caucion>
- Crespo, R. y Ortiz, S. (2006). *Los fondos de inversión a examen. Un análisis empírico con datos de panel*. Visionnet. <https://books.google.com.ec/books?id=hSf-NszdKl0C&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Decreto Ejecutivo n.º 7944. (1978). *Establece División Regional del Territorio de Costa Rica, para los efectos de investigación y planificación del desarrollo socioeconómico*.
http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_norma.aspx?param1=NRM&nValor1=1&nValor2=59729&nValor3=97717&strTipM=FN
- Definiciona.com. (2016). *Definición y etimología de facilidad*. E-Cultura Group.
<https://definiciona.com/facilidad>
- Delfino. (2021). *El famoso margen de error*. <https://delfino.cr/2021/06/el-famoso-margen-de-error>
- Delgado, C. (2014). *Viajando a Ítaca por los mares cuantitativos, manual de ruta para investigar en grado y en postgrado*. Amaru.
- Díaz de Rada, V. y Portilla, I. (2015). Encuestas telefónicas: estrategias para mejorar la colaboración. *Revista Perspectiva Empresarial*, 2(1), 97-115. Fundación Universitaria Ceipa. <https://revistas.ceipa.edu.co/index.php/perspectiva-empresarial/article/view/47/18>

Díaz de Rada, V. y Portilla, I. (2015). Encuestas telefónicas: estrategias para mejorar la colaboración. *Perspectiva Empresarial*, 2(1), 97-115.

<http://dx.doi.org/10.16967%2Frpe.v2n1a7>

Díaz, A.; Garita, W. y Solano, K. (2010). *Evaluación de las Superintendencias de Costa Rica, de los sectores financieros, valores y pensiones* [Tesis de Grado, Tecnológico de Costa Rica]. Archivo Digital.

<https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/12224/Evaluaci%C3%B3n%20de%20la%20superintendencias%20de%20Costa%20Rica%2C%20para%20los%20sectores%2C%20financieros%2C%20valores%20y%20pensiones.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Diccionario Panhispánico del Español Jurídico (DPEJ). (2020). *Definición de aval*.

<https://dpej.rae.es/lema/aval>

Elizondo, A. y Pacheco, J. M. (2010). *La Intermediación financiera y de valores en el Sistema Jurídico Costarricense*. Universidad de Costa Rica. <https://ijj.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/bsk-pdfmanager/2017/06/Intermediacion-financiera-y-valores.pdf>

Esfera Creativa. (2021). *La importancia de las estrategias de marketing en el sector financiero*.

<https://esferacreativa.com/estrategias-de-marketing-financiero>

España Exportación e Inversiones (ICEX). (s. f.). *Sistema Financiero*.

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/sistema-financiero/index.html?idPais=CR#>

- Espinal, A.; Kuznik, A. y Hurtado, A. (2010). El uso de la encuesta de tipo social en Traductología. Características metodológicas. *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación, 1*, 123-145. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265119729015>
- Fernández, S. (2021). *Tipos de intermediarios financieros y cuándo usar cada uno*. Trading y Bolsa para Torpes. <https://www.tradingybolsaparatorpes.com/blog/tipos-de-intermediarios-financieros-cuando-usar-cada-uno>
- Ficohsa. (2021). *Back to Back*. <https://www.ficohsa.com/ni/banca-de-personas/prestamos/back-to-back/>
- Fondo para el Logro de los ODM. (2009). *Desarrollo de la competitividad para la región Brunca en los sectores de turismo y agroindustria, con énfasis en la creación de empleos verdes y decentes para la reducción de la pobreza*. <http://www.mdgfund.org/sites/default/files/Signed%20JP%20-%20Costa%20Rica%20-%20Private%20Sec%20-%202020%20Aug%2009.pdf>
- Fonseca, H. (2020). Fondos de inversión. *Revista Acta Académica, 12*(1), 45-60. <http://revista.uaca.ac.cr/index.php/actas/article/view/644>
- Función Legislativa. (2020). *¿Qué es una política institucional?* <https://legislaturalarioja.gob.ar/prensa/que-es-una-politica-institucional/>
- García, C. (2017). *La evolución del sistema bancario* [Tesis de grado, Universidad de La Laguna]. Archivo Digital. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/7510/La%20Evolucion%20del%20Sistema%20Bancario.pdf?sequence=1>

Gardín, J. (1973). Análisis de documentos y teoría lingüística. *Journal of Documentation*, 29(1), 1-10.

Garmendia, A.; Salvador, A.; Crespo, C. y Garmendia, L. (2005). *Evaluación del impacto ambiental*. Pearson Educación, S. A.
<https://sociologiaambientalvcm.files.wordpress.com/2014/07/evaluacion-de-impacto-ambiental-garmendia.pdf>

Gómez, F. S. J. (2016). *La Comunicación*. *Scielo*, 20(3).
http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382016000300002

Granada, D. (2021). *Fideicomisos en Honduras: Su estructura, naturaleza y regulación*.
<https://lexincorp.com/2021/10/21/fideicomisos-en-honduras/>

Guerrero Dávila, G. (2015). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria.
<https://elibro.net.una.remotexs.co/es/ereader/unacr/40363?page=57>

Guevara Albán, G. P.; Verdesoto Argüello, A. E. y Castro Molina, N. E. (2020). Estrategias metodológicas para la enseñanza-aprendizaje de la asignatura de Matemática en la Educación Superior. *Recimundo*, 4(3), 163-173.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)

Guzmán, D. (2019). *Liderazgo: límites vs obstáculos*. Los Tiempos.
<https://www.lostiempos.com/actualidad/opinion/20190827/columna/liderazgo-limites-vs-obstaculos>

Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill. <https://www.esup.edu.pe/wp->

content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-
Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf

Hernández, C. y Rodesma, M. (2015). *Análisis comparativo de la normativa prudencial entre Costa Rica y México: Reglamentos y normas de las principales autoridades financieras presentes en cada país: La Comisión Nacional Bancaria y de Valores, CNBV y la Superintendencia General de Entidades Financieras, Sugef* [Tesis de grado, Tecnológico de Costa Rica]. Archivo Digital.

https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/6649/analisis_comparativo_normativa_prudencial_costa_rica_mexico_reglamentos.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, R.; Fernández, C.; Lucio, B. y Pilar, M. (2004). *Metodología de la investigación* (4.^a ed.). McGraw-Hill.

Herrera, J. S.; Jara, M. y Beatriz, M. (2005). *Los Bancos y las Nuevas Tecnologías*. Universidad de Chile.

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111497/Herrera%2C%20Juan%20S..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Herrera, J.; Jerez, M. y Manríquez, M. (2005). *Los Bancos y las Nuevas Tecnologías* [Seminario de Grado, Universidad de Chile]. Archivo Digital.

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111497/Herrera%2C%20Juan%20S..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Instituto de Desarrollo Rural. (2014). *Características*. <https://www.inder.go.cr/buenos-aires-coto-brus/#carateristicas>

Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC). (2020). *Estadísticas Vitales 2019: Población, Nacimientos Defunciones y Matrimonios*.

<https://www.inec.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/replacesevanual2019.pdf>

Instituto Nacional de Seguros (INS). (2015). *Póliza de Caución*. <https://www.ins-cr.com/poliza-caucion>

Instituto Nacional de Seguros (INS). (2021). *Seguro*. <https://www.ins-cr.com/seguro>

Kuznik, A.; Albir, A. H. y Berenguer, A. E. (2010). El uso de la encuesta de tipo social en traductología: características metodológicas. *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación*, 2, 315-344.

Leiva, J. (2003). El leasing y su configuración jurídica. *Vniversitas*.

<https://www.redalyc.org/pdf/825/82510620.pdf>

Ley n.º 1644. (1953). *Ley Orgánica del Sistema Bancario Nacional*. Asamblea Legislativa de Costa Rica.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=9925

Libera, B. E. (2007). Impacto, impacto social y evaluación del impacto. *Acimed*, 15(3).

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352007000300008&script=sci_arttext&tlng=pt

Llacuna, J. y Pujol, L. (s. f.). *La comunicación en las organizaciones*. Centro Nacional de Condiciones de Trabajo.

https://www.cso.go.cr/legislacion/notas_tecnicas_preventivas_insht/NTP%20685%20-%20La%20comunicacion%20en%20las%20organizaciones.pdf

López, A. (2015). *Gestión de compras en el pequeño comercio*. ELEARNING S. L.

<https://books.google.co.cr/books?id=rlxWDwAAQBAJ&pg=PA253&lpg=PA253>

López, J. F. (2018). *Inversión*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>

Loría, M. (2013). *El Sistema Financiero en los Últimos 25 años*. Academia de Centroamérica.

<https://www.academiaca.or.cr/wp-content/uploads/2017/03/estructura-y-desempeno.pdf>

Manterola, C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*.

<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Maranto Rivera, M. y González Fernández, M. E. (2015). *Fuentes de información*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/123456789/16700>

Marichal, C. (2011). Historia y Archivos Bancarios de Latinoamérica. *Revista de Historia de la Economía y de la Empresa*, 6, 23-50.

<https://carlosmarichal.colmex.mx/banca/Historia%20y%20archivos%20bancarios%20de%20Latinoamarica.pdf>

Marín, G. (2021). *Política - Qué es, definición y concepto*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/politica.html>

- Mejía, J. (2004). *Cartas de crédito e instrumentos del mercado financiero internacional*. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/cartas-de-credito-e-instrumentos-del-mercado-financiero-internacional>
- Méndez, D. (2019). *Producto financiero*. Numdea. <https://numdea.com/producto-financiero.html>
- Méndez, Y. y Salgado, F. (2009). *Alternativas de crédito y ahorro en mercados financieros no tradicionales en el Ecuador* [Tesis de Grado, Universidad de Azuay]. Archivo Digital. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/2847/1/07559.pdf>
- Mendoza, O. A. (2016). *Aspectos legales de la mercadotecnia*. https://books.google.co.cr/books?id=odFcDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Aspectos+legales+de+la+mercadotecnia&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Aspectos%20legales%20de%20la%20mercadotecnia&f=false
- Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). (2021). *Plan de Acción para la Reactivación Económica Región de Desarrollo Brunca*. https://www.mag.go.cr/regiones/region_brunca/Caracterizacion-Region-Brunca.pdf
- Ministerio de Hacienda (MH). (2020). *Fondo de avales y garantías atendería necesidades crediticias de unas 18.000 empresas*. <https://www.hacienda.go.cr/noticias/15942-fondo-de-avales-y-garantias-atenderia-necesidades-crediticias-de-unas-18000-empresas>
- Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (Mideplan). (2014). *Región Brunca Plan de Desarrollo 2030*. <https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/ZSbIneE2TOK8aq0CDaiuHw>

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS). (2019). *Guía para la elaboración de políticas institucionales*.

https://www.mtss.go.cr/perfiles/lineamientos_circulares_directrices_politicas_internas/lineamientos-circulares-directrices-politicas%20internas/guia_politicas_institucionales_MTSS.pdf

Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS). (2020). *Situación del mercado laboral II trimestre 2020: Principales indicadores*.

Monge, D.; Viguera, V. y Zurano, F. (2020). *Fideicomiso*. Revista de la Universidad Nacional de Córdoba.

<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/revistahttp://revistas.unc.edu.ar/index.php/esdeem/articulo/view/29506>

Monterrey, M.; Priore, P. y Fernández, I. (2013). Definición de un modelo de desarrollo y gestión de un parque empresarial de logística inversa en España. *Scielo*, 180, 179.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0012-73532013000300002

Mosqueira, M. (2009). *Fideicomiso Financiero: una Alternativa de Financiamiento no Tradicional* [Tesis de Grado, Universidad Nacional de Mar del Plata]. Archivo Digital.

http://nulan.mdp.edu.ar/641/1/mosqueira_ma.pdf

Mtnet. (2017). *Esquemas de inversión y desarrollo para proyectos de TI, ¿Cuál es la mejor opción?* <https://www.mtnet.com.mx/esquemas-de-inversion-y-desarrollo-para-proyectos-de-ti-cual-es-la-mejor-opcion>

Municipalidad de Pérez Zeledón. (2022). *Datos Generales del Cantón*.

<https://www.perezzeledon.go.cr/index.php/canton/informacion-general/datos-generales->

indicadores-y-estadisticas.html?switch_to_desktop_ui=1?date=2018-03-15-15-00%20*62354?date=2018-12-15-00-00

Muñoz, A. (2007). *Los métodos cuantitativo y cualitativo en la evaluación de impactos en proyectos de inversión social*. <https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/ams/16.htm>

Navarro, Z. (2021). *Seguro Agropecuario*. Minagricultura. <https://www.minagricultura.gov.co/atencion-ciudadano/preguntas-frecuentes/Paginas/Seguro-Agropecuario.aspx>

Oficina Económica y Comercial de España en Panamá. (2021). *Informe Económico y Comercial Costa Rica*. https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/ministerio-exterior/america-central-caribe/ofecom-informeeconcomercial_may2021_tcm30-542367.pdf

Omypimes. (2015). *Un retrato del parque empresarial de Costa Rica*. Universidad Estatal a Distancia [UNED]. <https://www.uned.ac.cr/acontecer/a-diario/gestion-universitaria/2533-parque-empresarial-de-costa-rica-experimenta-cambios>

Ortegon, E.; Pacheco, J. y Prieto, A. (2005). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. Cepal. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518_es.pdf

Pallella, S. y Martins, F. (2004). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. 1.^a ed. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (Fedupel).

Peiro, A. (2015). *Demanda - Qué es, definición y significado*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

Pérez, J. (2019). *Definición de obstáculo*. Definicion.DE. <https://definicion.de/obstaculo/>

- Pérez, J. y Gardey, A. (2009). *Definición de acción*. Definicion.DE. <https://definicion.de/accion/>
- Pico, L. y Coello, R. R. (2018). Cartas de crédito como medio de pago que genera confianza en el mundo de los negocios internacionales. *INNOVA Research Journal*, 3(8).
<https://doi.org/10.33890/innova.v3.n8.2018.613>
- PYME. (2021). *Noti PYME - PYMES Costa Rica*. Instituto Nacional de Aprendizaje [INA].
<https://www.pyme.go.cr/noticia.php?ID=29>
- Ramos, G. (2014). *Definición de Oferta*. Economía. <https://economia.org/oferta.php>
- Ramos, R. y Rugama, M. (2009). *Supervisión del Sistema Financiero Nacional, análisis de su constitución, desarrollo, responsabilidad del Ente Supervisor en la implementación de los Principios de Basilea y situación actual* [Tesis de Grado, Universidad de Costa Rica]. Archivo digital. <https://ijj.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2017/06/Basilea-Implementacion-en-la-Supervision-Financiera-TFG.pdf>
- Real Academia Española (RAE). (2020). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/>
- Robichaud, F. (2013). *Información clara y transparente (Parte 1)*. Boréal. <https://www.borealis.com/es/blog/informacion-clara-transparente-1/>
- Rodríguez, R. (2016). Empresas optan por factoreo antes que endeudarse. *LaRepublica.net*.
https://www.larepublica.net/noticia/empresas_optan_por_factoreo_antes_que_endeudarse
- Rombiola, N. (2009). *Back to Back (préstamos paralelos)*. <https://www.finanzas.com/back-to-back-prestamos-paralelos>

- Ruiz, F. (2021). Fintechs crecen en Costa Rica a la sombra de la banca tradicional. *El Financiero*. <https://www.elfinancierocr.com/economia-y-politica/las-fintechs-crecen-en-costa-rica-a-la-sombra-de/5LHMJG4BY5E73HSAH4FRE4F6AM/story>
- Saieh, C. (2021). *Factoring: ¿Qué es y qué ventajas tiene?* Pontificia Universidad Católica de Chile. <https://www.claseejecutiva.uc.cl/blog/articulos/factoring-ventajas/>
- Salgado, F. R. y Méndez, Y. (2009). *Alternativas de crédito y ahorro en mercados financieros no tradicionales en el Ecuador*. Universidad del Azuay.
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/2847>
- Sánchez, L. R. (2018). *¿El leasing inmobiliario es un derecho real?*
<http://valenciaabogados.com/2018/12/11/el-leasing-inmobiliario-es-un-derecho-real/>
- Sánchez, M. (2008). *Seguimiento y evaluación de planes y proyectos educativos: un reto y una oportunidad*. Omnia. <https://www.redalyc.org/pdf/737/73711121002.pdf>
- Sánchez, R. (2021). *Seguro de Caución - Beneficios*.
<https://centrodeayuda.cfia.or.cr/hc/es/articles/360009550033-Seguro-de-Cauci%C3%B3n-Beneficios>
- Scotiabank. (2021). *Garantía Líquida (Back to Back)*.
<https://www.scotiabankcr.com/personas/creditos/prestamos-personales/garantia-liquida.aspx>
- Significados. (2021). *Significado de Acción*. <https://www.significados.com/accion/>
- Silvestrini, M. y Vargas, J. (2008). *Fuentes de información primarias, secundarias y terciarias*.
<http://ponce.inter.edu/cai/manuales/fuentes-primaria>

Startup Guide. (2019). *Oferta y demanda: así afectan al mercado*. Ionos.

<https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>

Superintendencia General de Entidades Financieras (Sugef). (2006). *Acuerdo SUGEF 1-05*

Reglamento para la Calificación de Deudores.

[https://www.sugef.fi.cr/normativa/normativa_consulta/historico_normativa_consulta/normativa_vigente/SUGEF%201-05%20\(v55%20del%2001%20de%20agosto%202019\).pdf](https://www.sugef.fi.cr/normativa/normativa_consulta/historico_normativa_consulta/normativa_vigente/SUGEF%201-05%20(v55%20del%2001%20de%20agosto%202019).pdf)

Superintendencia General de Entidades Financieras (Sugef). (2016). *Acuerdo Sugef 15-16*.

Reglamento Sobre Gestión y Evaluación del Riesgo de Crédito Para el Sistema de Banca Para el Desarrollo.

[https://www.sugef.fi.cr/normativa/normativa_consulta/historico_normativa_consulta/normativa_vigente/SUGEF%2015-16%20\(v3%201%20agosto%202019\).pdf](https://www.sugef.fi.cr/normativa/normativa_consulta/historico_normativa_consulta/normativa_vigente/SUGEF%2015-16%20(v3%201%20agosto%202019).pdf)

Superintendencia General de Entidades Financieras (Sugef). (2021). *Consejo Nacional de*

Supervisión del Sistema Financiero Nacional (Conassif).

https://www.sugef.fi.cr/sugef/estructura_organizacional/documentos/conassif.pdf

Superintendencia General de Valores (Sugeval). (2021). *¿Qué es un Fondo de Inversión*

Financiero? [https://www.sugeval.fi.cr/Informacion-](https://www.sugeval.fi.cr/Informacion-inversionistas/Folletos/renovar_Fondos%20de%20Inversi%C3%B3n.pdf)

[inversionistas/Folletos/renovar_Fondos%20de%20Inversi%C3%B3n.pdf](https://www.sugeval.fi.cr/Informacion-inversionistas/Folletos/renovar_Fondos%20de%20Inversi%C3%B3n.pdf)

Tamayo y Tamayo, M. (2006). *Técnicas de investigación* (2.^a ed.). Editorial Mc Graw Hill.

Thompson, I. (2019). Definición de Comunicación. *Promonegocios.net*.

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

- Toledo, M. (2019). *Marketing financiero: ¿cómo puede ayudarte a generar clientes?*
Inboundcycle. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/marketing-financiero-como-puede-ayudarte-a-generar-clientes>
- Trenza, A. (2021). *Marketing financiero: definición, estrategias y ejemplos*. Anatreza.
<https://anatreza.com/marketing-financiero/>
- Universitat Oberta de Catalunya (UOC). (s. f.). *Esquema (síntesis)*.
http://cv.uoc.edu/UOC/a/moduls/90/90_148_h/recursos/esquema_sin.htm
- Valenzuela, R. (2016). *Algunas lecciones de la experiencia reciente de financiamiento a las pymes Colombia, Costa Rica y México*. Consejo Económico Para América Latina y el Caribe. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37046/1/S1420371_es.pdf
- Van de Velde, H. (2009). *Sistemas de evaluación, monitoreo, seguimiento y evaluación de proyectos sociales*. Cicap. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/Sistemas-de-Evaluaci%C3%B3n-Monitoreo-Seguimiento-Evaluaci%C3%B3n-III-edici%C3%B3n.pdf>
- Vásquez, M. (2019). *La ineficacia jurídica en la póliza de caución, en particular sobre la configuración de los incumplimientos del tomador, del beneficiario y del asegurador*. UCR. <https://ijj.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2019/08/La-Ineficacia-Jur%C3%ADdica-en-la-P%C3%B3liza-de-Cauci%C3%B3n.pdf>
- Westreicher, G. (2020). *Financiación o financiamiento*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/financiacion-o-financiamiento.html>

Yirda, A. (2021). *Definición de Acción*. ConceptoDefinición.

<https://conceptodefinicion.de/accion/>

Yu, Y. (2013). *Descuento de facturas en el sistema bancario costarricense, mecanismo de transmisión, dificultades prácticas e impacto del ente regulador*. UCR.

<https://ijj.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2017/06/Descuento-de-Facturas-en-el-sistema-bancario-costarricense-mecanismo-de-transmisi%C3%B3n-dificultades-pr%C3%A1cticas-e-impacto-del-ente-regulador.pdf>

Anexos

Anexo 1. Encuesta

Utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las mipymes de la región Brunca	
<p>Buenos días/buenas tardes, mi nombre es _____ y estoy realizando una encuesta que es parte de una investigación para la tesis de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera de la Universidad Nacional. Le solicitamos muy respetuosamente responder a las siguientes preguntas que se relacionan con el conocimiento y utilización de productos financieros no tradicionales por parte de las mipymes de la región Brunca. De antemano le agradecemos su sincera colaboración, se le garantiza que la información contenida en este cuestionario es confidencial y se utiliza para fines académicos.</p>	
DATOS DEL ENTREVISTADOR	
Nombre del entrevistador	Cód.
Fecha de la entrevista	Hora inicio:

Módulo 1: oferta de productos financieros

O1. Califique de 1 a 5, donde 1 es el nivel más bajo y 5 es el nivel más alto ¿cuál es el grado de conocimiento que posee usted sobre productos financieros no tradicionales, tales como fondos de avales, fideicomisos, cartas de crédito, pólizas de caución, *back to back*, *leasing* y descuento de facturas que ofrecen las instituciones financieras a las mipymes de la región Brunca?

Productos financieros no tradicionales	Muy bajo				Muy alto
1.1. Fondo de avales.	1	2	3	4	5
1.2. Leasing	1	2	3	4	5

1.3. Cartas de crédito.	1	2	3	4	5
1.4. Factoreo	1	2	3	4	5
1.5. Back to back	1	2	3	4	5
1.6. Fideicomisos	1	2	3	4	5
1.7. Fondos de inversión	1	2	3	4	5
1.8. Seguros (pólizas de caución)	1	2	3	4	5

O₂. Califique de 1 al 5, donde 1 es el nivel más bajo y 5 es el nivel más alto ¿cuál ha sido el grado de acercamiento de las entidades financieras para brindarle productos financieros no tradicionales, como los descritos en el punto anterior?

1	2	3	4	5
----------	----------	----------	----------	----------

Módulo 2: claridad en la información brindada

C1. De 1 a 5, donde 1 es muy bajo y 5 muy alto ¿cuál considera usted que es el nivel de información y promoción de productos financieros no tradicionales ofrecidos a las mipymes en la región Brunca?

	1	2	3	4	5
Nivel de información hacia a las mipymes					
Nivel de divulgación y promoción productos financieros no tradicionales					

C2. Al considerar tanto los productos financieros tradicionales (ahorro y crédito) como los no tradicionales, califique en una escala de 1 a 5, donde 1 representa *nada satisfecho* y 5 *muy*

satisfecho, ¿cuál fue su grado de satisfacción con respecto a la claridad de la información que brindan las instituciones financieras a las mipymes?

Nada satisfecho	1	2	3	4	5	Muy satisfecho
------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------------

C3. Al considerar aspectos de mejora en la claridad de información que las entidades financieras le brindan a las mipymes, califique de 1 a 5, donde 1 es muy poco margen de mejora y 5 es mucho margen de mejora, ¿cuál es el grado de mejora que se debe incorporar en la claridad de información brindada a las mipymes?

Aspectos de mejora	Muy bajo grado de mejora				Muy alto grado de mejora
Contenido con lenguaje menos técnico.	1	2	3	4	5
Explicar adecuadamente las características de los productos.	1	2	3	4	5
Mejorar las formas de comunicación con los usuarios.	1	2	3	4	5
Brindar un acercamiento especializado para la empresa.	1	2	3	4	5
Otra:	1	2	3	4	5

C4. Califique de 1 a 5, donde 1 es el nivel más bajo y 5 es el nivel más alto. En relación con el contenido de información proporcionado por las entidades financieras ¿cómo calificaría la precisión con la que estas entidades logran explicar los contenidos de sus productos para atraer a los usuarios?

1	2	3	4	5
----------	----------	----------	----------	----------

Módulo 3: seguimiento y acompañamiento

S1. En una escala de 1 a 5, donde 1 representa la puntuación más baja y 5 la puntuación más alta ¿cómo percibe usted el acompañamiento que le ha brindado la institución financiera con la que ha operado?

Bajo	1	2	3	4	5	Alto
-------------	----------	----------	----------	----------	----------	-------------

S2. En una escala de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 la más alta ¿cuáles son las formas en las que la institución financiera con la que usted opera debe hacer la labor de seguimiento y acompañamiento?

Forma de realizar acompañamiento	Muy bajo				Muy alto
Llamada telefónica.	1	2	3	4	5
Vistas periódicas (al menos dos veces por año) a la actividad productiva.	1	2	3	4	5
Aplicaciones móviles como WhatsApp.	1	2	3	4	5
Videoconferencias.	1	2	3	4	5
Otra:	1	2	3	4	5

S3. En una escala de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 la más alta ¿cómo calificaría el seguimiento realizado por parte de la entidad bancaria en el momento de haber obtenido el producto financiero, posicionándose un mes después de su obtención?

Bajo	1	2	3	4	5	Alto
-------------	----------	----------	----------	----------	----------	-------------

Módulo 4: intermediarios financieros

I1. De la siguiente lista de entidades financieras presentes en la región Brunca, marque con una equis (x) aquellas que usted conoce que ofrezcan productos financieros no tradicionales, como los descritos en este instrumento.

Banco Nacional		Banco Improsa	
Banco Popular		Credecoop	
Banco de Costa Rica		Coopealianza	
Banco Promerica		Coopecaja	
Banco BCT		Coopeservidores	
BAC San José		Coopenae	
Scotiabank		Otra: _____	

I2. Con base en la siguiente agrupación de entidades financieras ¿cómo calificaría las condiciones que ofrecen los intermediarios financieros? Considere que 1 representa la puntuación más baja y 5 la puntuación más alta.

COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO	Muy bajo				Muy alto
1. Mejores tasas de interés.	1	2	3	4	5
2. Mejores plazos.	1	2	3	4	5
3. Menos requisitos de garantía.	1	2	3	4	5
4. Asesoramiento y acompañamiento.	1	2	3	4	5
5. Menores tiempos de respuesta.	1	2	3	4	5

BANCOS PÚBLICOS	Muy bajo				Muy alto
1. Mejores tasas de interés.	1	2	3	4	5
2. Mejores plazos.	1	2	3	4	5
3. Menos requisitos de garantía.	1	2	3	4	5
4. Asesoramiento y acompañamiento.	1	2	3	4	5
5. Menores tiempos de respuesta.	1	2	3	4	5
BANCOS PRIVADOS	Muy bajo				Muy alto
1. Mejores tasas de interés.	1	2	3	4	5
2. Mejores plazos.	1	2	3	4	5
3. Menos requisitos de garantía.	1	2	3	4	5
4. Asesoramiento y acompañamiento.	1	2	3	4	5
5. Menores tiempos de respuesta.	1	2	3	4	5

Módulo 5: demanda

D1. En caso de requerir financiamiento para su negocio ¿cuál área se encargaría de mejorar o para que lo utilizaría? Califique como 1 aquella que no es prioridad y 5 como la de mayor prioridad.

Área donde requiere financiamiento	Baja prioridad				Alta prioridad
Ampliación del negocio.	1	2	3	4	5
Mejora en las instalaciones.	1	2	3	4	5
Adquisición de insumos.	1	2	3	4	5

Contratación de personal.	1	2	3	4	5
Expansión de funciones.	1	2	3	4	5
Capital de trabajo.	1	2	3	4	5
Pago de deudas.	1	2	3	4	5
Adquisición maquinaria y equipo.	1	2	3	4	5
Otra:	1	2	3	4	5

D2. De 1 a 5, donde 1 es nada de conocimiento y 5 es mucho conocimiento ¿cuál es el grado de conocimiento que tiene usted sobre cómo los productos financieros no tradicionales le pueden solventar las necesidades de apoyo financiero como las descritas en la pregunta anterior?

Productos financieros no tradicionales	Muy poco conocimiento	Poco conocimiento	Moderado conocimiento	Alto conocimiento	Mucho conocimiento
1.1. Fondo de avales.	1	2	3	4	5
1.2. Leasing.	1	2	3	4	5
1.3. Cartas de crédito.	1	2	3	4	5
1.4. Factoreo.	1	2	3	4	5
1.5. Back to back.	1	2	3	4	5
1.6. Fideicomisos.	1	2	3	4	5
1.7. Fondos de inversión.	1	2	3	4	5
1.8. Seguros (pólizas de caución).	1	2	3	4	5

D3. En una escala de 1 a 5, donde 1 es una baja probabilidad y 5 una alta posibilidad ¿cuál es la probabilidad de que usted en el corto plazo pueda utilizar algunos de los siguientes productos financieros no tradicionales?

Productos financieros no tradicionales	Muy baja probabilidad				Alta probabilidad
1.1. Fondo de avales.	1	2	3	4	5
1.2. Leasing.	1	2	3	4	5
1.3. Cartas de crédito.	1	2	3	4	5
1.4. Factoreo.	1	2	3	4	5
1.5. Back to back.	1	2	3	4	5
1.6. Fideicomisos.	1	2	3	4	5
1.7. Fondos de inversión.	1	2	3	4	5
1.8. Seguros (pólizas de caución).	1	2	3	4	5

D4. En una escala de 1 a 5, donde 1 nada importante y 5 es relevante ¿cuáles aspectos deben tomar en cuenta las instituciones financieras para lograr una mayor demanda de productos financieros no tradicionales?

Aspectos para aumentar demanda de productos financieros no tradicionales	Muy baja importancia				Muy alta importancia
Boletines informativos sobre cada producto.	1	2	3	4	5

Explicación en ventanilla sobre los productos.	1	2	3	4	5
Visita en sitio para brindar información.	1	2	3	4	5
Correos electrónicos.	1	2	3	4	5
Otra:	1	2	3	4	5

Módulo 6: obstáculos y facilidades

Aspectos que obstaculizan o dificultan acceso a productos financieros	Muy baja dificultad				Muy alta dificultad
Formalización de las empresas o actividad productiva.	1	2	3	4	5
Cumplimiento de requisitos contables y tributarios.	1	2	3	4	5
Imposibilidad de aportar garantías solicitadas.	1	2	3	4	5
Falta de tiempo para realizar los trámites.	1	2	3	4	5
Capacidad administrativa para brindarle seguimiento a las solicitudes.	1	2	3	4	5
Complejidad en los requisitos a atender.	1	2	3	4	5
Otra:	1	2	3	4	5

Ob1. Califique del 1 al 5 donde 1 es la opción más baja y 5 la alternativa más alta ¿cuán difícil es obtener un producto financiero de parte de su empresa en alguna institución financiera de la región Brunca?

1	2	3	4	5
----------	----------	----------	----------	----------

Ob2. De 1 a 5, donde 1 representa alta dificultad y 5 baja dificultad, ¿cuál de las siguientes condiciones considera usted que es su principal obstáculo para obtener un producto financiero, ya sea tradicional o no tradicional?

Módulo 7: comunicación

C1. ¿Considera que las entidades financieras de su región le envían información pertinente sobre nuevos productos o cambios positivos en las condiciones actuales de los productos financieros no tradicionales?

Sí

No

C2. Califique del 1 al 5, donde 1 es la opción más baja y 5 la alternativa más alta, ¿cuán efectiva ha sido la comunicación y el tiempo de respuesta que han tenido las entidades financieras en relación con sus necesidades?

1	2	3	4	5
----------	----------	----------	----------	----------

C3. ¿Alguna entidad financiera se ha contactado con su empresa para ofrecerle algún producto financiero no tradicional, como fideicomisos, avales, *factoring*, fondos de inversión, pólizas de caución o *back to back*?

Sí

No

Módulo 8: esquemas de inversión

EI1. De 1 a 5, donde 1 es muy baja utilización y 5 muy alta utilización ¿cuál ha sido la forma que ha utilizado para realizar la inversión en su empresa o actividad productiva?

Como ha gestionado el financiamiento de la empresa	Muy baja utilización				Muy alta utilización
Crédito hipotecario en entidad financiera regulada.	1	2	3	4	5
Crédito prendario en entidad financiera regulada.	1	2	3	4	5
Crédito fiduciario en entidades financieras reguladas.	1	2	3	4	5
Acceso a financiamiento de prestamistas.	1	2	3	4	5
Préstamos personales.	1	2	3	4	5
Tarjetas de crédito.	1	2	3	4	5
Otra:	1	2	3	4	5

EI2. Entre los proyectos de inversión que posee en su empresa o actividad económica ¿contempla la implementación de algún instrumento financiero no tradicional?

Sí

() No

EI3. Califique del 1 al 5, donde 1 es la opción más baja y 5 la alternativa más alta, ¿proporcionan las instituciones financieras de la región Brunca guías para elaborar un plan de inversión para su empresa o actividad económica?

1	2	3	4	5
----------	----------	----------	----------	----------

Módulo 9: esquema de financiamiento

EF1. En una escala de 1 a 5, donde 1 muy baja probabilidad y 5 es muy alta posibilidad, ¿cuál tipo de financiamiento estaría dispuesto a utilizar, en caso de necesitar capital, para realizar inversiones en su empresa o actividad económica?

Producto de financiamiento	Muy baja probabilidad				Muy alta probabilidad
Producto de financiamiento tradicional.	1	2	3	4	5
Producto de financiamiento no tradicional.	1	2	3	4	5
Otra:	1	2	3	4	5

EF2. Califique del 1 al 5, donde 1 es la opción más baja y 5 la alternativa más alta, ¿cuál es el grado de beneficio que otorgan los productos financieros en cuanto a la inversión que desarrolla su empresa o actividad productiva?

1	2	3	4	5
----------	----------	----------	----------	----------

EF3. Entre los proyectos de inversión que posee en su empresa o actividad económica ¿utiliza algún instrumento financiero no tradicional?

Sí

No

Módulo 10: impacto

I1. De 1 a 5, donde 1 es muy bajo impacto y 5 muy alto impacto, ¿cuál es el grado de impacto que otorgan los productos financieros no tradicionales en cuanto al desarrollo de su empresa o actividad productiva?

Aspectos que generan impacto	Muy bajo impacto				Muy alto impacto
Facilidad de requisitos.	1	2	3	4	5
Tasas de interés accesibles.	1	2	3	4	5
Facilidad de presentación de garantía.	1	2	3	4	5
Crecimiento y desarrollo.	1	2	3	4	5
Otra:	1	2	3	4	5

L2. Califique del 1 al 5, donde 1 es la opción más baja y 5 la alternativa más alta, ¿en caso de haber recibido un producto financiero, cuál ha sido el impacto que ha causado en la actividad comercial realizada?

1	2	3	4	5
----------	----------	----------	----------	----------

Módulo 11: datos de la empresa

<p>1. ¿Actualmente, cuántas personas trabajan en la empresa?</p> <p>¿Total? /___/___/___/</p> <p>¿Total de hombres? /___/___/___/</p> <p>¿Total de mujeres /___/___/___/</p>
<p>2. ¿Cuál es su grado académico personal?</p> <p>1. Primaria</p> <p>2. Secundaria</p> <p>3. Universitaria</p> <p>4. Formación técnica</p> <p>5. NS/NR</p>
<p>3. Indique el sector económico en la que se desarrolla su actividad productiva.</p> <p>1. Comercio</p> <p>2. Manufactura e industria</p> <p>3. Agropecuario</p> <p>4. Servicios</p> <p>4. NS/NR</p>
<p>4. Seleccione el rango de años de antigüedad con que cuenta la empresa.</p> <p>1. Menos a 1 año.</p> <p>2. De 1 a menos de 5 años.</p> <p>3. De 5 a menos de 10 años.</p> <p>4. Más de 10. Años</p>
<p>5. Seleccione la categoría en donde se encuentre la empresa.</p> <p>1. Microempresa (menos de 10 trabajadores).</p> <p>2. Pequeña empresa (de 10 colaboradores a menos de 35).</p> <p>3. Mediana empresa (de 35 colaboradores a menos de 100).</p> <p>4. Grande (más de 100 colaboradores).</p>
<p>6. Seleccione el cantón en donde se encuentre ubicada la empresa o actividad</p> <p>1. Buenos Aires.</p>

<p>2. Corredores.</p> <p>3. Coto Brus.</p> <p>4. Golfito.</p> <p>5. Osa.</p> <p>6. Pérez Zeledón.</p>
<p>7. ¿De dónde provino el financiamiento inicial para desarrollar la empresa? Puede marcar varios.</p> <p>1. Recursos propios.</p> <p>2. Prestamistas informales.</p> <p>3. Bancos.</p> <p>4. Préstamos de otras empresas.</p> <p>5. Parientes o amigos.</p> <p>6. Fondos Propyme.</p> <p>7. Programa Banca para el Desarrollo.</p>

Universidad Nacional de Costa Rica	Proyecto final de graduación (productos Financieros no tradicionales)
Nombre del entrevistado	Entidad financiera
Nombre del entrevistador:	Sector perteneciente
Puesto que desempeña	() Público () Privado () Cooperativa

Anexo 2. Entrevista en profundidad

Reciba un cordial saludo. Somos estudiantes de la Universidad Nacional de Costa Rica, donde actualmente elaboramos el trabajo final de graduación para optar por el grado de Licenciatura en Administración con Énfasis en Gestión Financiera. El tema que se desarrolla se relaciona con el conocimiento y el uso que tienen las mipymes del sector (coloque el sector correspondiente) de productos financieros no tradicionales, tales como fondos de avales, fideicomisos, cartas de crédito, pólizas de caución, *back to back*, *leasing* y descuento de facturas. Agradecemos la ayuda que nos pueda brindar.

1. ¿Cómo ha observado la tendencia del sistema financiero nacional en los últimos 5 años en cuanto a la oferta de productos financieros no tradicionales, tales como Fondos de avales, fideicomisos, cartas de crédito, pólizas de caución, *back to back*, *leasing* y descuento de facturas?

2. Comente en forma general cuál es la demanda que tiene la institución financiera donde usted trabaja de productos financieros no tradicionales por parte de las mipymes.

-
-
3. ¿Cuáles de los productos financieros no tradicionales que se han mencionado tienen un mayor potencial de demanda por parte de las mipymes de la región Brunca?

-
-
-
-
-
-
-
-
4. ¿Es el sector mipymes un cliente constante y rentable para la institución financiera en la que usted trabaja? ¿Por qué sí o por qué no?
-
-
-
-
-
-
-
-

5. ¿Cuáles pueden ser las causas principales por las que las instituciones financieras presentes en la región Brunca no promocionan ni ofrecen de forma amplia productos financieros no tradicionales?

6. ¿Cuáles son los principales beneficios que ustedes ofrecen para que las mipymes los seleccionen como opción financiera en caso de buscar un producto financiero (tradicional o no tradicional)?

7. Con respecto a la competencia entre las instituciones financieras que operan en la región Brunca, ¿considera usted que la oferta de productos financieros no tradicionales puede ser una opción para diferenciarse?

Anexo 3. Análisis documental

<i>Productos financieros disponibles en la página web</i>						
Instrumento Análisis documental						
Este instrumento permite identificar la información de productos financieros tradicionales y no tradicionales que se encuentran disponibles en las distintas entidades financieras.						
Productos financieros disponibles en internet por entidad financiera						
	Productos financieros			Entidad financiera		
ítem	No tradicionales	BN	BCR	BP	Coopealianza	Credecoop
a	Leasing					
b	Fideicomiso		x	x		
c	Factoreo					
d	Fondos de inversión	x	x	x	X	x
e	Aval		x			x
f	Póliza de caución					
g	Back to back			x		

<i>Entidades financieras por cantón</i>							
Cantón							
Buenos Aires	Corredores	Coto Brus	Osa	Pérez Zeledón	Golfito	Presencia promedio	
BCR	Sucursal	Agencia/O	Sucursal	Sucursal	Agencia	Sucursal	100%
BN	Agencia	Agencia	Agencia	Agencia/sucursal	Agencia/sucursal	Agencia	100%
Coopealianza	Agencia	Agencia	Agencia	Agencia	Agencia/sucursal	Agencia	100%
Banco Popular	Agencia	Sucursal	Agencia	Agencia	Sucursal	-----	83%
COOPEANDE	Sucursal	Sucursal	-----	-----	Sucursal	-----	50%
Grupo Mutual	-----	Agencia	-----	-----	Agencia	-----	33%
COPEMEP	-----	Sucursal	-----	-----	sucursal	-----	33%
COOPENAE	-----	Sucursal	-----	-----	Sucursal	-----	33%
COOPESERVIDORES	-----	Agencia	-----	-----	Agencia	-----	33%
Caja de Ande	-----	Sucursal	-----	-----	Sucursal	-----	33%
MUCAP	-----	-----	-----	-----	Oficina	-----	17%
SCOTIABANK	-----	-----	-----	-----	Sucursal	-----	17%
Bac San José	-----	-----	-----	-----	Sucursal	-----	17%
Banco Promérica	-----	-----	-----	-----	Sucursal	-----	17%
Banco Improsa S.A.	-----	-----	-----	-----	Sucursal	-----	17%
Banco Davivienda	-----	-----	-----	-----	Sucursal	-----	17%
Banco BCT S.A.	-----	-----	-----	-----	Sucursal	-----	17%
CREDECOOP	-----	-----	-----	-----	Sucursal	-----	17%
CAFSA	-----	-----	-----	-----	-----	-----	0%
LAFISE	-----	-----	-----	-----	-----	-----	0%
Banco Hipotecario La Vivie	-----	-----	-----	-----	-----	-----	0%

Nota: Elaboración propia con datos de la página de la SUGEF.