

Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología
Escuela de Administración de Negocios

RESUMEN EJECUTIVO

CASO

ESTRATEGIA MERCADOLÓGICA PARA LA SOCIEDAD ADMINISTRADORA DE FONDOS DE INVERSIÓN DEL GRUPO FINANCIERO ORAS

Trabajo de graduación como parte de los requisitos para optar por el
grado de Licenciatura en Mercadeo

Diego Ramírez Bolaños
Carné 107800196

San José, Costa Rica
2007

Hoy, el mercado bursátil es muy amplio y existen en Costa Rica diferentes productos de inversión en donde cada persona puede escoger el que más se adapte a sus necesidades. Si bien es cierto hay bastantes productos y compañías dedicadas a las inversiones, una de las limitantes que tiene el mercado, es la falta de conocimiento de los costarricenses del mercado bursátil.

En Costa Rica recientemente se están incorporando diferentes productos que han hecho que el mercado bursátil se vuelva más atractivo para el inversionista; uno de estos productos han sido los Fondos de Inversión, los cuales han dado un giro a la mentalidad del inversionista.

Un Fondo de Inversión se denomina como una institución financiera, que une el ahorro de muchos inversionistas para conformar un monto de mayor dimensión que permita adquirir títulos valores a los mejores rendimientos, y con la asesoría de una sociedad especializada en el campo de las inversiones.

Estos instrumentos pretenden hacer posible que el pequeño inversionista participe de los beneficios que se derivan de las inversiones a gran escala (rentabilidad y diversificación).

Los Fondos de Inversión son sociedades creadas con el aporte patrimonial de un número grande de inversionistas individuales. Este número de inversionistas puede ser limitado o ilimitado, dependiendo de cómo fue establecido al constituirse. Los inversionistas generalmente son personas físicas, a fin de destinar estos recursos a la inversión de los activos con características preestablecidas. Son administrados por sociedades creadas específicamente para este fin.

Al inicio fue un auge total, debido a que los rendimientos eran bastantes atractivos para las personas que querían invertir sus ahorros, los cuales daban buenos dividendos para los inversionistas, pero debido a un mal manejo en la estructura y mala asesoría por parte de los administradores incitaba a las personas a retirar su dinero, esto hizo que los fondos cayeran en crisis.

Una de las razones por la cual muchos de los inversionistas nacionales no se atreven a invertir en empresas o emisores inscritos en la Bolsa Nacional de Valores es debido a la desconfianza que presentan, ya que mucha de la información que suministran dichos emisores no es del todo completa e insuficiente y no revelan proyecciones sobre las ventas que son de suma importancia para tomar una decisión a la hora de hacer una inversión.

Además, la asesoría que tienen por parte de las Sociedades de Fondos de Inversión es escasa y da como resultado la falta de conocimiento por parte de las personas en invertir en productos que no son del todo conocidos y no saben cuál es el manejo ni las consecuencias que se tienen en dar su dinero para aumentar su capital.

Es por esta razón que se desarrollará una estrategia mercadológica que permita desarrollar un Fondo de Inversión y conocer qué aspectos son más relevantes para las personas a la hora de elegir un producto de inversión.

Grupo Financiero ORAS es una financiera que a través del tiempo ha sabido ganarse la confianza de los clientes, mediante un servicio ágil y veraz, lo cual hace que sea uno de los puntos fuertes de la compañía, pero a la vez el propósito es agrandar su cartera de clientes y motivarlos a buscar nuevos productos de inversión, es por ésta razón que quiere incursionar en los Fondos de Inversión, específicamente en los Fondos de Inversión Líquidos.

En este trabajo se implementará una estrategia mercadológica que permitirá a la empresa, en este caso Grupo Financiero ORAS, desarrollar una planificación a fin de alcanzar los objetivos que se tienen planteados.

El Grupo Financiero Oras inició sus actividades en el mercado bursátil organizado en nuestro país en setiembre de 1980. Los socios fundadores de esta compañía fueron los señores Pablo Orlich costarricense con amplio conocimiento del mercado bursátil nacional actualmente ocupa el cargo de Presidente Ejecutivo de la empresa, graduado de economía del INCAE, y Henry Asch chileno, empresario, con una maestría en la Universidad Católica de Chile, actualmente ocupa el cargo de Gerente General del G.F.O. (G.F.O. 2.007).

En la actualidad, la empresa únicamente se encuentra comercializando títulos en el mercado local e internacional a través de la colocación de valores en bolsa y compra y venta de acciones.

El acelerado ritmo de vida de las personas y el constante cambio de mentalidad, aunado a la desconfianza que tienen los inversionistas en invertir en mercados nacionales e internacionales y con la fuerte caída que tuvieron en el pasado los Fondos de Inversión, se ha creado un grado de incertidumbre por parte de las personas en cuanto la posibilidad de invertir sus dineros en estos productos, por los que directores de la empresa han decidido ver como amplian sus negocios, buscando la manera de encontrar nuevos productos en el mercado.

Realizado un análisis y una investigación de mercados se decidió que por las características de los clientes y del producto, el Fondo de Inversión Liquido es una opción muy viable para el crecimiento de la compañía.

Bajo el programa “es ORA de conocer a su cliente” la empresa ha realizado una estrategia en donde se tenga un contacto más directo con el cliente, a fin de que se sienta identificado con la compañía, y brindar un servicio personalizado y a la

vez permite mediante conferencias personalizadas explicar en detenimiento los beneficios de los Fondos de Inversión Líquidos y determinar qué es una opción bastante atractiva y que beneficia al inversionista creando una opción atrayente, ya que se puede tener un rendimiento bastante atractivos en un plazo relativamente corto.

Lo que se quiere es llegar a identificarse con el cliente mediante un contacto, el cual permita al cliente tener la suficiente confianza de que está invirtiendo en un producto que le brinda garantía, que su inversión va a generar ganancias, bajo una Compañía que le da solidez y respaldo a sus inversiones