

Recomendaciones a las instituciones financieras de la provincia de San José para la inclusión de la Generación Y en la cultura de la inversión durante el 2021

Josué David Vargas Brenes¹

Resumen

Los individuos que conforman la Generación Y se han convertido en agentes económicos de gran interés para las instituciones financieras. La presente investigación busca compartir recomendaciones que permitan a las instituciones financieras de la provincia de San José atraer fondos frescos mediante la inclusión de los “millennials” en la cultura de inversión.

El problema que plantea la investigación es el siguiente: ¿cuáles son las recomendaciones enfocadas a las instituciones financiera privadas de la provincia de San José, para la inclusión de la Generación Y, en la cultura de inversión, durante el año 2021? En relación con la metodología, esta investigación tiene un enfoque cuantitativo y el alcance es de tipo descriptivo. El instrumento de investigación utilizado fue el cuestionario y la técnica de recolección de datos fue la encuesta. Dicho instrumento fue aplicado a 80 personas quienes cumplían con los dos criterios básicos de selección: ser “millennial” y vivir en la provincia de San José.

En cuanto a los principales resultados, estos revelan que la Generación Y es una generación que cuenta con los recursos suficientes para invertir, sin embargo, muchos no lo hacen por desconocimiento temas financieros de inversión. Este grupo se caracteriza por su gran interés en el bien social y ambiental, estando dispuestos a renunciar a un porcentaje de su retorno por invertir en este tipo de proyectos. La tecnología juega un papel fundamental en el día a día de dichos individuos, por lo que estas instituciones deben diseñar estrategias de transformación digital que les permitan aprovechar la oportunidad que la tecnología ofrece

¹ Josué David Vargas Brenes. Bachiller en Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica. Optando por la Licenciatura en Finanzas de la Universidad de la Ciencia y Tecnología, ULACIT. Correo electrónico: josuevb95@gmail.com

para atraer a nuevos clientes de esta generación e ir migrando de procesos presenciales a otros más virtualizados. También, se concluye que las instituciones financieras se encuentran frente a una oportunidad para captar nuevos clientes de este grupo, sin embargo, esta aún no ha sido explotada en un 100%, y esto es debido a que un porcentaje importante de esta generación que nunca ha invertido en productos financieros y cuenta con los recursos para hacerlo.

Palabras clave: Generación Y, Inversiones, Instituciones Financieras, Cultura de Inversión, Inclusión Financiera

Abstract

The individuals that make up Generation Y have become economic agents of great interest to financial institutions. This research seeks to share recommendations that will allow financial institutions in the province of San José to attract fresh funds by including millennials in the investment culture.

The problem posed by the research is the following: what are the recommendations focused on private financial institutions in the province of San José, for the inclusion of Generation Y, in the investment culture, during the year 2021? Regarding the methodology, this research has a quantitative approach, and the scope is descriptive. The research instrument used was the questionnaire and the data collection technique was the survey. This instrument was applied to 80 people who met the two basic selection criteria: being "millennials" and living in the province of San José.

As for the main results, they reveal that Generation Y is a generation that has sufficient resources to invest, however, many do not do so due to lack of knowledge about financial investment issues. This group is characterized by their great interest in social and environmental good, being willing to give up a percentage of their return to invest in this type of projects. Technology plays a fundamental role in the daily lives of these individuals, so these institutions must design digital transformation strategies that allow them to take advantage of the opportunity that technology offers to attract new customers of this generation and migrate from face-to-face processes to more virtualized ones. It is also concluded that financial institutions are facing an opportunity to attract new customers from this group, however, this has not yet been 100% exploited, and this is due to the fact that a

significant percentage of this generation has never invested in financial products and has the resources to do so.

Key words: Generation Y, Investments, Financial Institutions, Investment Culture, Financial Inclusion

Introducción

Al igual que cualquier otra empresa, las instituciones financieras deben de estar en constantemente análisis de las variables internas y externas que pueden llegar a afectar su rentabilidad en el largo plazo. Factores como la globalización y los avances tecnológicos han hecho que los gustos, necesidades y preferencias de las personas varíen grandemente de generación en generación. Los productos financieros que una vez ayudaron a jóvenes de generaciones pasadas a cumplir sus objetivos profesionales y personales, podrían no tienen el mismo efecto con las nuevas generaciones.

Es por lo antes mencionado que estas instituciones deben de estar en constante revisión de su cartera de productos, asegurándose de que sus soluciones generen valor para sus clientes y las ayude a mantenerse competitiva en un mercado voraz, caracterizado por su alta competitividad.

Según Narayanan (2016), la Generación Y incluye a todas aquellas personas nacidas entre 1982 y el año 2004. Esta generación se caracteriza por ser una generación racialmente más diversa y con mayores niveles de educación que generaciones pasadas. Según la definición dada por la autora antes mencionada, los datos del INEC muestran que para el 2021, un poco más del 25% de la población del país es parte de dicha generación, con edades desde los 21 hasta los 40 años. Esto representa una excelente oportunidad para todas entidades financieras privadas del país interesadas en atraer nuevos clientes a invertir.

Es de vital importancia el conocer e identificar las principales características de la población en estudio que permitan a las instituciones financieras privadas de la provincia de San José a generar un conjunto de estrategias que permitan la adecuada inclusión de la Generación Y dentro de un paradigma de una sana cultura de inversión, en el 2021.

Hoy en día, se tiene la idea de que la mayoría de los inversionistas son personas de edad avanzada que han logrado crear un capital, producto de las actividades laborales de

muchos años. Sin embargo, hay una población importante de jóvenes de la Generación Y que se encuentran inmersos en el mercado laboral y cuentan con recursos que podrían destinar a la inversión. Diseñando las estrategias adecuadas, las entidades financieras privadas podrían atraer a estos jóvenes trabajadores a invertir parte de sus recursos ociosos en productos financieros que permitan generar mayores rendimientos a dichas instituciones.

Como ya se ha mencionado, el presente estudio es de utilidad para todas las instituciones financieras ubicadas en la provincia de San José, que busquen atraer y fomentar en los jóvenes de la generación bajo estudio a una cultura de inversión, durante el 2021.

En cuanto a los beneficios que brinda esta investigación, se destaca el cumplimiento de las metas profesionales y personales de los jóvenes de la generación Y mediante la inversión de sus recursos en distintos activos financieros. También, permite a las instituciones financieras expandir su base de clientes y captar más recursos que luego puede colocar en el mercado con el objetivo de cobrar una tasa de interés a cambio de los recursos prestados.

Los resultados de este trabajo servirán de un insumo para todas aquellas entidades financieras privadas que deseen generar políticas y estrategias orientadas a facilitar la inclusión de la Generación Y a una sana cultura de inversión.

Tomando esto en cuenta, esta investigación busca solucionar la siguiente pregunta de investigación: ¿cuáles son las recomendaciones enfocadas a las instituciones financiera privadas de la provincia de San José, para la inclusión de la Generación Y, en la cultura de inversión, durante el año 2021?

El objetivo general del presente trabajo es analizar las recomendaciones que las instituciones financieras privadas de la provincia de San José pueden utilizar para la inclusión de la Generación Y en la cultura de inversión.

Para alcanzar el objetivo previamente mencionado, se establecen los siguiente tres objetivos específicos: describir los criterios para gestar una cultura de inversión en la Generación Y, descubrir las características de la Generación Y que sean pertinentes para la inclusión en la cultura de inversión de las instituciones financieras privadas y detallar las recomendaciones para la inclusión de la generación en estudio en la cultura de inversión en el corto plazo.

En la siguiente sección, se detallan los conceptos teóricos considerados indispensables para la comprensión y desarrollo del tema en estudio.

Revisión Bibliográfica

De acuerdo con Zutter y Smart (2019), las finanzas son el arte y la ciencia de como los individuos recaudan, asignan e invierten su dinero. Se dice que es una ciencia ya que establece teorías y modelos financieros que permiten a las personas tomar decisiones acertadas, que los acerca al cumplimiento de las metas y objetivos planteados. Sin embargo, estos conceptos teóricos no son genéricos y su aplicación textual no garantiza los mismos resultados para todos los casos. Es por esto por lo que también se considera que las finanzas son un arte, ya que hay que lograr adaptar estas teorías a casos específicos con situaciones particulares.

A nivel de las personas, la falta de conocimiento y herramientas técnicas relacionadas a la correcta administración del dinero hace que muchas personas desarrollen problemas financieros tales como: exceso de deudas, faltante de liquidez, ahorros improductivos, entre otros. Estos problemas llegan a afectar negativamente la calidad de vida de los miembros de la familia y los puede llevar a experimentar dificultades tales como: divorcios, desuniones, suicidios, enfermedades mentales, conflictos internos, etc. (Rodríguez, 2019).

Las finanzas personales permiten a los individuos administrar correctamente su dinero, entendiendo el valor del ahorro y de la inversión, alejándolos de las compras impulsivas, una cultura de gasto desmedido, de altos niveles de endeudamiento y consumismo (Rodríguez, 2019). Una buena administración del dinero permite que los individuos alcancen sus objetivos personales y profesionales, dotándoles de los recursos que les garanticen el estilo de vida deseado.

Un componente fundamental de las finanzas personales es la inversión. De acuerdo con Merriam-Webster (2021), el término inversión se refiere al proceso de desembolsar dinero con el objetivo de recibir ingresos y ganancias. Por otro lado, el Banco BBVA (2018) lo define de la siguiente manera:

El término inversión se refiere al acto de postergar el beneficio inmediato del bien invertido por la promesa de un beneficio futuro más o menos probable. Una inversión

es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial.

El Banco previamente mencionado establece cuatro variables fundamentales a analizar, previo a realizar cualquier inversión:

- 1) Rendimiento esperado: este término se refiere a la rentabilidad que se espera obtener con la inversión realizada. Es importante mencionar que existe una relación directa entre el rendimiento esperado y el riesgo asumido: a mayor rendimiento, mayor riesgo.
- 2) Riesgo aceptado: se refiere a la incertidumbre que se tiene sobre los flujos que se generarán sobre la inversión realizada y de la probabilidad de que se recupere la inversión.
- 3) Horizonte temporal de la inversión: esta variable se refiere al plazo en el que los recursos permanecerán invertidos. Existen tres tipos: corto, mediano y largo plazo.
- 4) Liquidez de la inversión: se refiere a que tan rápidamente se puede recuperar la inversión realizada y el costo incurrido en caso de necesitar recuperar el dinero.

Es de suma importancia que los puntos antes mencionados sean analizados exhaustivamente antes de realizar cualquier inversión, ya que la combinación óptima de estas variables depende de los objetivos financieros de cada individuo y sus necesidades de liquidez. También, hay que estar conscientes de que existen muchos riesgos asociados a este tipo de operaciones y que dependiendo del tipo de inversión que se realice, siempre va a existir la posibilidad de perder el capital invertido y los rendimientos generados.

Una de las mayores motivaciones que tienen los individuos para empezar a invertir es la esperanza de recibir un beneficio a futuro que le permita incrementar su capital en el largo plazo. Sin embargo, con el paso del tiempo, las nuevas generaciones se han ido interesando más y más en inversiones que tenga un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, estando dispuestos a sacrificar rendimiento por otras oportunidades donde tengan garantía de que su dinero se utilizará para mejorar el mundo (Robinson, 2017). Este es el caso de la “Generación Y”, o como se les conoce popularmente, los “Millenials”.

De acuerdo con Cievelek et al (2017), una generación es un grupo de personas nacidas con cierta proximidad temporal, en condiciones en común y con responsabilidades similares. Los “Millenials”, al igual que otras generaciones, cuentan con características particulares que los hacen únicos en comparación con otras generaciones. Robinson (2017), define a la “Generación Y” como todos aquellos individuos nacidos entre 1900 y el 2000. Por otro lado, Narayanan (2016) establece un rango de edad, para esta generación, más amplio incluyendo a todos aquellos individuos nacidos entre 1982 y el 2004. Aunque pareciera que en la literatura no hay acuerdo en cuanto al rango de edad donde se ubica esta población, una mayoría de autores concuerdan que esta generación es totalmente distinta a las anteriores, caracterizada por tener altos niveles de escolaridad, por ser socialmente responsable con el medio ambiente y los derechos humanos y ser expertos en el uso de la tecnología (Yeap, 2016). Es una generación que creció en periodos de prosperidad y con gran interés y apoyo por parte de sus familias, lo que los llevó a ser confiados e independientes, caracterizados por su conciencia social, enfocada en las relaciones humanas, la cooperación y deseo de aprender (Cievelek et al, 2017)

Estos factores han hecho que esta generación tenga prioridades totalmente distintas a las de sus padres y esto se ve reflejado en sus decisiones de inversión. De acuerdo con Yeap (2017), los “Millenials” buscan crear portafolios de inversión que tengan retornos tanto económicos, como sociales. Es por esto que muchos jóvenes han utilizado la estrategia de impacto social, la cual busca combinar resultados económicos, sociales y ambientales. Se dice también que es una generación que está utilizando la riqueza de sus familias para cambiar el mundo y que va a representar el aproximadamente el 70% de la fuerza laboral para el 2030, por lo que cada vez esta población toma más y más relevancia en los mercados financieros (Robinson, 2017).

A diferencia de generaciones pasadas, los “Millenials” son selectos en escoger en qué activos invierten su dinero y buscan aquellas opciones que estén alineados con sus principios y valores (Banker Middle East, 2017). Ellos se consideran los inversionistas del mañana, por lo que las instituciones financieras deben visualizar con claridad esta oportunidad del mercado para formular estrategias que les permitan incorporar los deseos, gustos y preferencias de estos nuevos inversionistas socialmente responsables.

Sin embargo, estudios recientes muestran que esta generación no confía en las instituciones financieras, principalmente como resultado de las experiencias vividas con las últimas crisis financieras causadas por estas mismas instituciones. Según Brown (2016), un estudio reciente de Harvard acerca de los “Millenials” reveló que tan solo un 11% de los encuestados expresaban tener confianza en las instituciones bancarias y financieras en general. Esto obliga aún más a estas instituciones a buscar alternativas para mejorar la confianza y de añadir a nuevos “inversionistas responsables” a sus carteras de clientes.

De acuerdo con el mismo autor, los resultados de una encuesta realizada por MFour a “Millenials”, alrededor de Estados Unidos, mostró que tan solo un 18.1% de los encuestados prefería realizar sus actividades bancarias en la ventilla física, contra un 82.7%, afirmando haber utilizado una aplicación móvil para hacer dichas actividades. También, esta misma investigación mostró que esta generación prefiere el uso de aplicaciones móviles para realizar actividades bancarias y que poco a poco van dejando de utilizar computadoras para realizar dichas transacciones, utilizando más frecuentemente sus celulares. Finalmente, la misma encuesta le consulta a la población en estudio acerca de su percepción de la seguridad que tienen estas aplicaciones de banca y finanzas, en la que un 62.9% afirmó estar muy confiado en que sus datos y dinero están seguros y protegidos de ciberataques, lo que demuestra la gran confianza que esta generación tiene en las llamadas “Fintech”.

Lo que si queda claro es que los “Millenials” son una generación que nació en una época donde los avances tecnológicos han moldeado la forma en la que los individuos realizan muchas de sus actividades diarias y ha venido a cambiar la forma tradicional de administrar el dinero. Las instituciones financieras que deseen mantenerse competitivas están en la obligación de adaptar sus estrategias y de tener la habilidad de cambiar según el mercado lo necesite, generando nuevos canales que permitan llegar a nuevos clientes y alcanzar los objetivos estratégicos planteados. Lo que sí está claro, es que esta es una generación totalmente distinta a las anteriores, son inversionistas más complejos, con un inmenso deseo de ayudar con el mundo, lo cual influye en su toma de decisiones financieras.

A continuación, se exponen los detalles relacionados con el tipo de investigación y su respectivo enfoque, la población y muestra, el instrumento de recolección de datos y la técnica utilizada con el objetivo de analizar las recomendaciones que las instituciones

financieras privadas de la provincia de San José pueden utilizar para la inclusión de la Generación Y en la cultura de inversión.

Metodología

La presente investigación es de tipo descriptiva. De acuerdo con Hernández & Mendoza (2016), estos estudios “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis”. Este tipo de investigación se centra en analizar y describir un fenómeno, sin tomar en cuenta el “por qué”. Los investigadores que utilizan este tipo de investigación buscan generar resultados que contribuyan a la generación de nuevo conocimiento. En el caso de esta investigación en particular, se busca analizar un tema poco estudiado, como es la cultura de inversión de la Generación Y en Costa Rica, así como describir aquellas estrategias que las instituciones financieras privadas pueden seguir para la inclusión de esta generación a una cultura de inversión en el año 2021.

El enfoque de la presente investigación es de tipo cuantitativo. De acuerdo con el autor previamente mencionado, este enfoque se basa “en la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. La naturaleza de los datos analizados siempre es cuantitativa, por lo que busca ser lo más objetiva posible. Mas adelante, se hará referencia a la técnica de recolección de información utilizado en el presente proyecto.

La población utilizada en la investigación es de tipo finita. De acuerdo con la Real Academia Española (2021), una población es un “conjunto de elementos sometidos a una evaluación estadística mediante muestreo”. En base a la definición antes brindada, se establece que la población de estudio para esta investigación está compuesta por 1,312,480 personas, entre los 21 y 41 años, que habitan en la provincia de San José durante el año 2021.

Se utilizará un muestreo no probabilístico de conveniencia para la selección de los elementos que componen la muestra. De acuerdo con Hernández & Mendoza (2016), la selección de los elementos en este proceso no depende de la probabilidad sino de las características en específico de la investigación. Basado en lo anterior, se establece que la muestra a utilizar en la presente investigación será un subgrupo de personas conformado por

80 individuos, con edades de los 21 a los 41 años, que vivan en la provincia de San José de Costa Rica durante el año 2021.

En relación con el instrumento de recolección de datos que se utilizará en la investigación, este será el cuestionario. Este instrumento consiste en “un conjunto de preguntas respecto a una o varias variables a medir” (Hernández & Mendoza, 2016). En cuanto a la técnica empleada, se utilizará la encuesta, la cual se aplicará de forma digital a los individuos que conforman la muestra. Un beneficio de esta técnica utilizada es que permite conocer las opiniones directamente de la población de estudio.

A continuación, en la sección de análisis de resultados, se hará un detalle de los principales hallazgos encontrados posterior a la aplicación del cuestionario y las técnicas de análisis de información aplicadas. Adicionalmente, se expondrán algunas líneas de investigación para desarrollarlas en el futuro.

Análisis de resultados

En esta sección se detallan los principales hallazgos encontrados a partir de la aplicación del cuestionario (ver anexo 1). Dicho instrumento fue aplicado a 80 personas, quienes cumplan con los dos criterios básicos de selección:

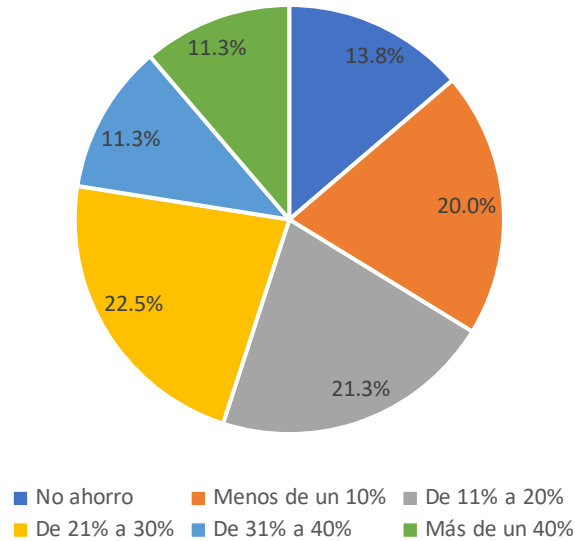
- a. Estar dentro del rango de edad definido para la población “millenials”.
- b. Residir en la provincia de San José.

Las preguntas incluidas se derivan de cada uno de los objetivos específicos que contiene esta investigación. Los resultados obtenidos se presentan a través de diferentes gráficos, esto con el fin de hacer más fácil la comprensión de las respuestas.

A continuación, se exponen los principales hallazgos que se derivan del primer objetivo específico. Este hace referencia a “*describir los criterios para gestar una cultura de inversión en la Generación Y*”.

Gráfico 1

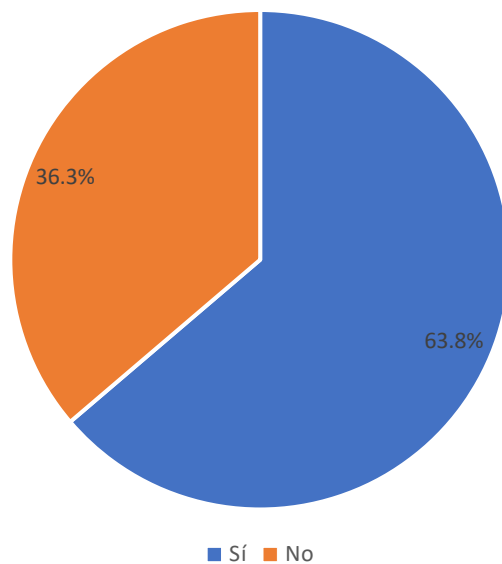
Capacidad de ahorro de la Generación Y.



El gráfico 1 muestra un dato muy importante para la investigación y es que un 88,7% de los encuestados afirmó ahorrar parte de sus ingresos mensuales. De este grupo, la mayoría señaló ahorrar del 21,0% al 30,0% de su salario mensual. Esto representa una oportunidad para que las instituciones financieras privadas de San José capten estos recursos ociosos y los canalicen en distintos instrumentos de inversión, que se adapten a las necesidades específicas de la población bajo estudio.

Gráfico 2

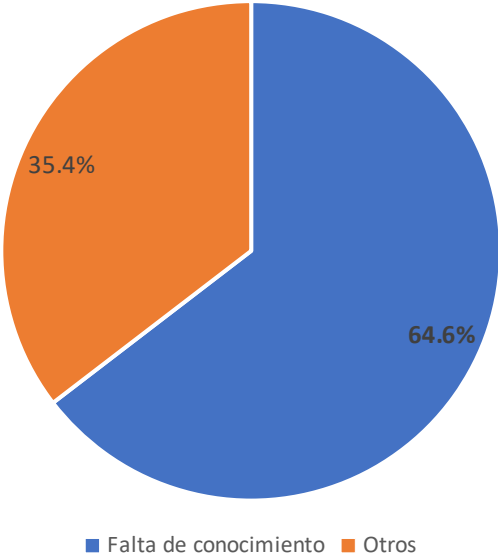
Inversión en activos financieros de la Generación Y



De acuerdo con el gráfico 2, un 36,3% del total de los encuestados afirmó nunca haber realizado inversiones en activos financieros de ningún tipo. De este último grupo, un 64,6% indicó que la razón por la cual no lo ha hecho es principalmente debido a la falta de información y desconocimiento del tema (ver gráfico 3). Esto representa una oportunidad para que las instituciones financieras de la provincia de San José desarrollen estrategias de formación y educación financiera que les permita a sus clientes tener los conocimientos básicos para sentirse cómodos invirtiendo en activos financieros. De este modo, la institución financiera podría aumentar la cartera de clientes y su porcentaje de participación de mercado.

Gráfico 3

Razones por las cuales la Generación Y no invierte en activos financiero



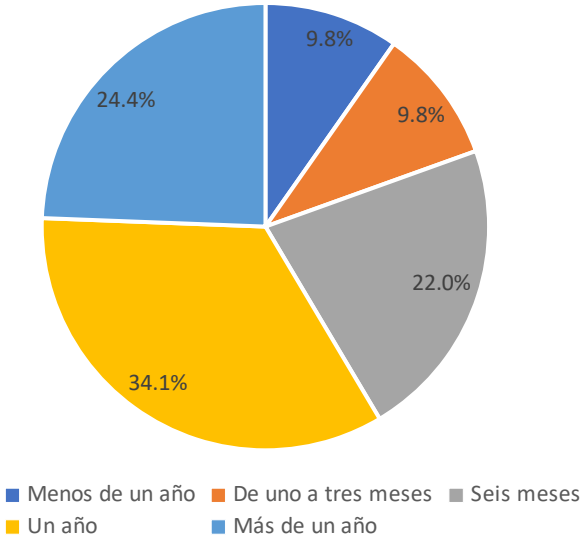
Por otro lado, al preguntarle al restante 63,8% que afirmó haber realizado inversiones en activos financieros por su instrumento financiero favorito, a la hora de invertir, la gran mayoría contestó que su instrumento de preferencia era el certificado a plazo. De este análisis se podría inferir que la población bajo estudio tiene cierta preferencia a invertir en este tipo de activo debido a que probablemente es el único instrumento financiero que conocen.

Tal y como se mencionó anteriormente, las instituciones financieras se verían grandemente beneficiadas de implementar estrategias dirigidas a educar al cliente en temas básicos de inversión. La falta de conocimiento pareciera ser una de las principales barreras

que limitan a los “millennials” de realizar inversiones en activos financieros. El gráfico 6 muestra como la mayoría de los encuestados preferiría realizar sus inversiones por medio de aplicaciones en sus dispositivos móviles, por lo que se podría aprovechar este mismo medio para llegar a los clientes y capacitarlos sobre temas financieros básicos de interés.

Gráfico 4

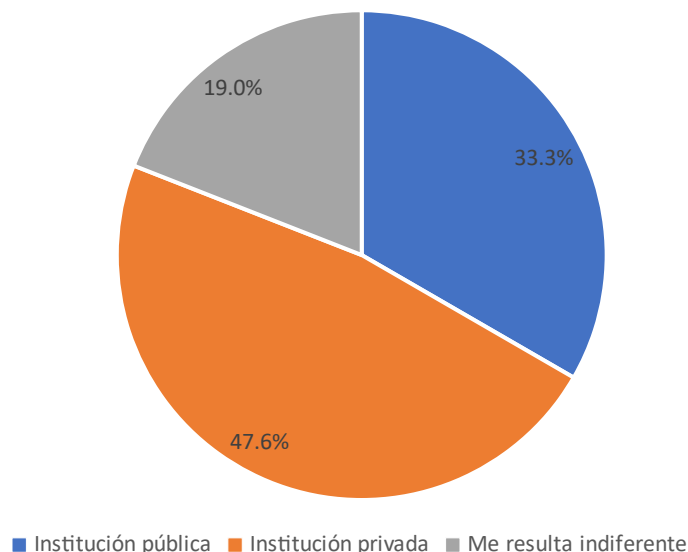
Plazos de las inversiones realizadas por la Generación Y



En el gráfico 4 se detallan los plazos a los cuales la Generación Y prefiere invertir su dinero. Del total de los encuestados, un 55,5% afirmó preferir realizar sus inversiones a un año plazo o más. Es de vital importancia para las instituciones financieras conocer los gustos y preferencias de inversión que definen a la Generación Y para desarrollar productos que se ajusten a sus necesidades financieras.

Gráfico 5

Preferencia por tipo de institución donde desea invertir la Generación Y

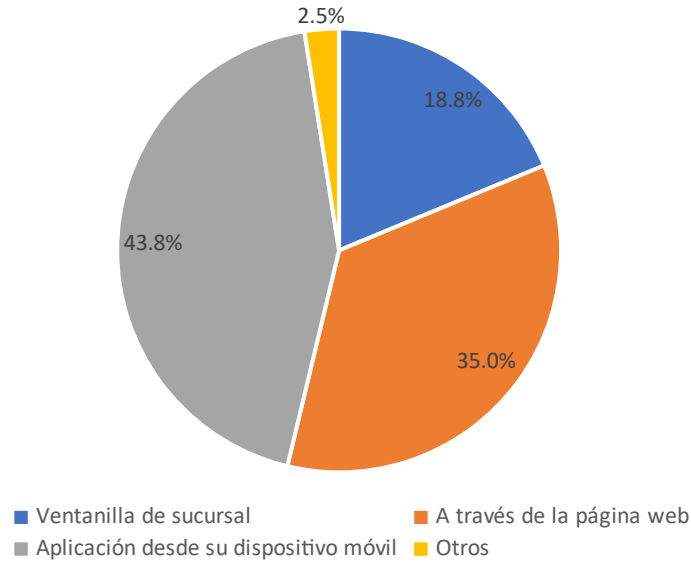


El gráfico 5 muestra que la población bajo estudio tiene preferencia por las instituciones financieras privadas a la hora de invertir su dinero. Del total de los encuestados, un 47,6% afirmó preferir invertir a través de una institución financiera privada, un 33,3% prefiere hacerlo a través de una institución financiera pública y un 19,0% opina que le resulta indiferente el tipo de institución a través de la cual haga sus inversiones. Esto podría ser consecuencia de la percepción general que se tiene acerca de las instituciones privadas son más eficientes que las públicas.

A continuación, se exponen los principales hallazgos que se derivan del segundo objetivo específico. Este objetivo hace referencia a *“descubrir las características de la Generación Y que sean pertinentes para la inclusión en la cultura de inversión de las instituciones financieras privadas”*.

Gráfico 6

Medios de preferencia por la Generación Y para realizar sus inversiones

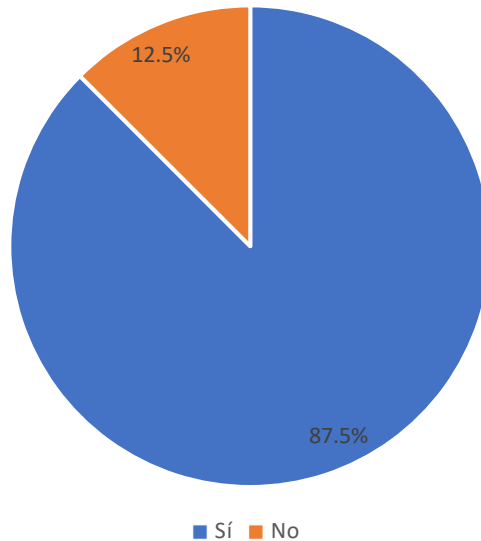


El gráfico 6 hace referencia al medio de preferencia que tiene los “millennials” para realizar sus inversiones. Del total de los encuestados, un 43,8% afirmó que preferiría realizar dichas transacciones por medio de una aplicación desde su teléfono móvil, un 35,0% indicó preferir realizar dichas transacciones a través de la página web de la institución y un 18,8% afirma preferir continuar visitando la tradicional ventanilla de sucursal.

De la información recolectada se puede inferir que la tecnología juega un rol muy importante en la vida de los “millennials”. Más de dos tercios de los encuestados afirmó preferir utilizar algún tipo de recurso tecnológico para realizar sus inversiones (aplicación desde dispositivo móvil o página web de la institución).

Gráfico 7

Confianza de la Generación Y en realizar transacciones bancarias por medio de medios digitales

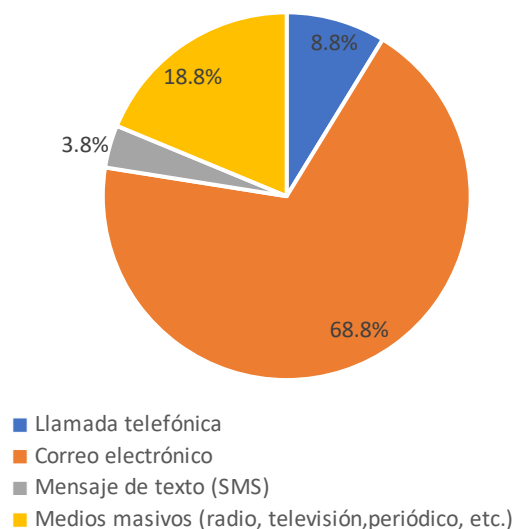


El gráfico 7 pone en evidencia lo expuesto previamente en la revisión literaria, respecto a la gran confianza que tienen los “millennials” en los medios digitales por haber nacido en la era digital (Brown, 2016). Cuando se le realizó dicha consulta a la población de estudio, un 87.0% afirmó tener confianza en realizar transacciones bancarias a través de medios digitales, contra un 12,5% que afirmó que no le generaba confianza utilizar dichos medios para realizar transacciones bancarias.

Estos últimos hallazgos ponen en evidencia como las instituciones financieras deben estar en la constante búsqueda de formas de innovar sus procesos y brindar nuevos canales digitales que faciliten la interacción entre la institución y el cliente. También, es necesario que estas instituciones inviertan constantemente en la creación de la infraestructura tecnológica que les permita diferenciarse de la competencia y a generar opciones que proporcionen valor agregado a sus clientes.

Gráfico 8

Medios de comunicación preferidos por la Generación Y para ser contactados por las instituciones financieras privadas

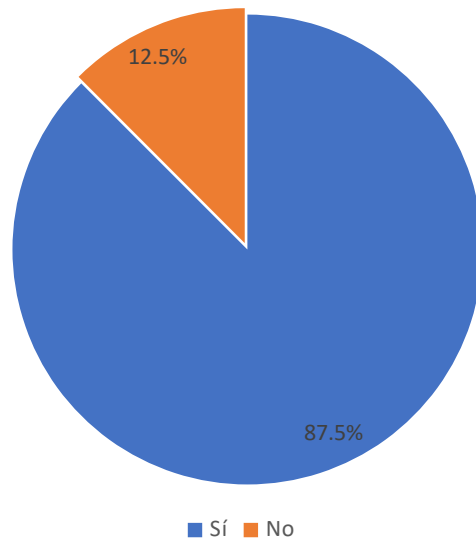


Al preguntarle a la población bajo estudio acerca de los medios de comunicación por los cuales les gustaría ser contactado por las instituciones financieras privadas para que les brinden información acerca de las distintas alternativas de inversión que tienen disponibles, un 68,8% de los encuestados afirmó preferir ser contactado por medio de correo electrónico, seguido por medios masivos con un 18,8% y llamada telefónica con un 8,8% (ver gráfico 8).

Resulta interesante como la tecnología juega un rol fundamental en casi que la totalidad de las interacciones que tiene la institución financiera con los clientes. Desde el medio por el cuál prefieren realizar las inversiones, hasta el canal por el cual desean ser informados acerca de las nuevas oportunidades de inversión. Cada vez resulta más importante que estas instituciones se apoyen en estos medios digitales para llegar a aquellos clientes que de forma tradicional, no podrían alcanzar. Esto les permitiría captar más recursos que luego pueden canalizar en distintos activos financieros.

Gráfico 9

Perspectiva de la generación Y acerca del impacto de la globalización bancaria en sus alternativas de inversión

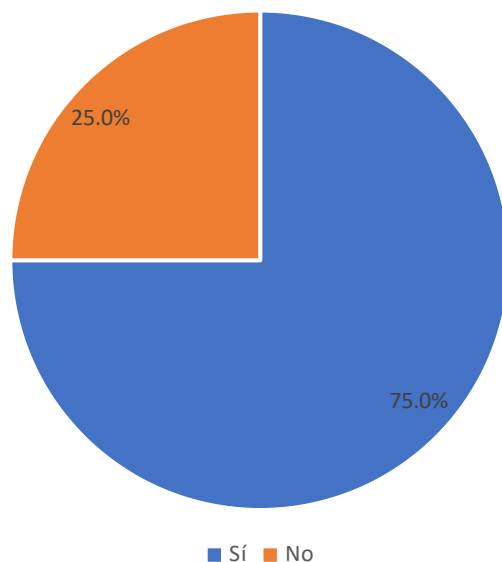


El gráfico 9 pretende medir el impacto que ha tenido la globalización financiera en la oferta de productos financieros, disponibles en los últimos años. Del total de los encuestados, un 87,5% considera que la globalización si ha venido a expandir las alternativas que tienen a la hora de tomar una decisión de inversión, mientras que el restante 12,5% no cree que la globalización haya afectado la oferta de productos financieros disponibles en el mercado. Esto representa una potencial amenaza para las instituciones financieras privadas ya que la competencia no solo resulta de instituciones financieras locales, sino también de otras entidades financieras ubicadas en el exterior. Valga resaltar que la tecnología, reduce las barreras de entrada de inversores en cualquier lugar del mundo.

A continuación, se exponen los principales hallazgos que se derivan del tercer objetivo específico. Este objetivo hace referencia a “*detallar las recomendaciones para la inclusión de la generación en estudio en la cultura de inversión en el corto plazo*”.

Gráfico 10

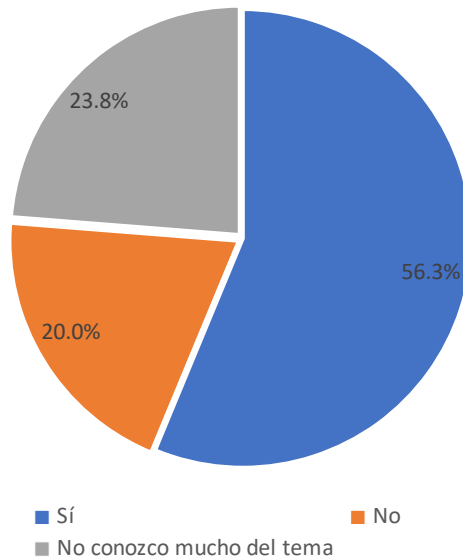
¿Considera usted que las instituciones financieras privadas de la provincia de San José toman en cuenta sus preferencias a la hora generar y ofrecer productos de inversión?



De acuerdo con el gráfico 10, un 75,0% de los encuestados considera que las instituciones financieras de la provincia de San José toman en cuenta sus preferencias a la hora de generar y ofrecer productos de inversión, mientras que el restante 25,0% considera lo contrario. Se le hizo la consulta a este último grupo acerca de que otros factores les gustaría que fueran tomados en cuenta, dentro de los cuales destacan: “experiencia de usuario más favorable y atractiva”, “mejor comunicación con los clientes”, “mayor facilidad para invertir en mercados internacionales”, “mejores explicaciones a la hora de promocionar productos financieros”, “más opciones de inversión de poco capital”, “servicio más personalizado” y “opciones de inversión accesibles desde plataformas digitales”.

Gráfico 11

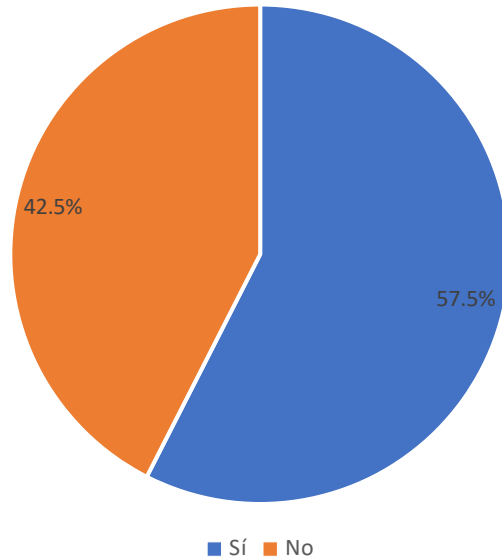
Opciones de inversión orientados a desarrollar el bien social y ambiental.



El gráfico 11 tiene como propósito conocer la perspectiva de la población en estudio respecto a la oferta actual de opciones de inversión orientados a desarrollar el bien social y ambiental. Los datos reflejan que la mayoría de los encuestados desconocen las opciones de este tipo de instrumentos financieros que ofrecen dichas instituciones, con un 56,3% afirmando desconocer del tema, seguido por un 23,8% que consideran que existen suficientes alternativas de inversión de este tipo y finalmente, un 20,0% que opina que no hay suficientes alternativas de inversión de este tipo.

Gráfico 12

Porcentaje de los encuestados dispuestos a renunciar a cierto porcentaje de su retorno esperado por invertir en proyectos ambientales y de bien social.



Por último, se le hizo la consulta al grupo en estudio si estaría dispuesto a renunciar a parte de su retorno esperado para invertir en proyectos ambientales y de bien social. Del total de los encuestados, un 57,5% afirmó que sí estaría de acuerdo; mientras que el restante 42,5% opina lo contrario (ver gráfico 12). Esta información ayuda a confirmar lo mencionado anteriormente en la revisión literaria respecto a que los millenials son una generación caracterizada por su conciencia social, enfocada en las relaciones humanas y la cooperación (Cievelek et al, 2017).

A continuación, se exponen los principales resultados obtenidos de la investigación, así como las sugerencias y recomendaciones destinadas a las instituciones financieras privadas de la provincia de San José, para la inclusión de la Generación Y a la cultura de inversión.

Conclusiones y recomendaciones

Con respecto al objetivo específico 1, se concluye que los criterios para gestar una cultura de inversión en la Generación Y bajo estudio son: a) se caracterizan por ahorrar gran parte de sus ingresos b) acostumbran a invertir sus ahorros en productos financieros, con preferencia en certificados a plazo, c) el segmento de la población que no invierte, lo hace principalmente por desconocimiento temas financieros básicos de inversión, d) prefieren invertir a un año plazo o más , e) tienen preferencia por las instituciones financieras privadas

para realizar sus inversiones y f) estarían dispuestos a renunciar a un porcentaje de su retorno por invertir en proyectos de bien social y ambiental.

Se le recomienda a las instituciones financieras privadas de la provincia de San José diseñar estrategias mercadeo para la captación de “fondos frescos” provenientes de esta generación. En forma paralela, se sugiere desarrollar programas de capacitación y formación en temas financieros básicos de inversión para estos nuevos clientes. Adicionalmente, se recomienda utilizar medios digitales para implementar ambas estrategias citadas, dado que esta generación sumamente tecnológica y percibe este medio como el ideal para realizar inversiones.

Con respecto al objetivo específico 2, se concluye que las características más relevantes de la Generación Y que facilitan la inclusión en una cultura de inversión son: a) confían en los medios digitales para realizar transacciones bancarias, con preferencia a las aplicaciones móviles y páginas web de dichas instituciones, b) prefieren ser contactados por medio de correo electrónico para recibir información por parte de instituciones financieras y c) consideran que hay nuevas oportunidades de inversión extranjeras producto de la globalización de los mercados financieros.

Se le recomienda a las instituciones financieras privadas de la provincia de San José implementar estrategias de transformación digital que le permitan aprovechar la oportunidad que la tecnología ofrece para atraer a nuevos clientes de esta generación e ir migrando de procesos presenciales a otros más virtualizados.

Con respecto al objetivo específico 3, se concluye que las instituciones financieras se encuentran frente a una oportunidad para captar nuevos clientes, sin embargo, esta aún no ha sido visibilizada ni explotada en un 100%, ya que aún existe un porcentaje importante de esta generación que nunca ha invertido en productos financieros y cuenta con los recursos para hacerlo.

Se le recomienda a las instituciones financieras privadas de la provincia de San José trabajar las siguientes áreas: mejorar el servicio al cliente haciendo que la relación cliente-banco se convierta en una experiencia agradable y mejorar la comunicación con el cliente. También, facilitar la accesibilidad a productos financieros en el exterior, asimismo,

desarrollar estrategias de promoción de activos financieros orientados a los gustos y preferencias de dicha generación. Finalmente, diseñar nuevos productos financieros orientados a clientes con poco capital y de temática social y ambiental, para aprovechar el interés mostrado por esta generación en dicho tema.

Se espera que los resultados de este estudio sirvan de base para nuevas investigaciones que permitan la inclusión de esta generación en la cultura de inversión.

Bibliografía

- Andra, J. (2019). How “Millenials” Invest -- Or Don’t Invest – Their Money: Generations Y and Z Don’t Trust the Stock Market. Here’s what they’re doing. *Utah Business*, 33(2), 32. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bwh&AN=134815139&lang=es&site=ehost-live>
- Brown, C.M. (2016). How “Millenials” Manage Their Money. *Black Enterprise*, 47(3), 23. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=119400068&lang=es&site=ehost-live>
- Banco BBVA. (2018, 14 de marzo). ¿Qué es la inversión? <https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>
- Banker Middle East. (2018). Uae Millennials Prefer Sustainable Investments, 213, 44–46.
- Civelek, M. E., Çemberci, M., Aşçı, M. S., & Öz, S. (2017). The Effect of the Unique Features of Y Generation on Organizational Commitment. *Journal of History, Culture & Art Research / Tarih Kültür ve Sanat Arastirmalari Dergisi*, 6(6), 336–349. <https://doi.org/10.7596/taksad.v6i6.1353>
- Fischerová, M., & Půbalová, K. (2018). Different Approaches in Recruiting Young Professionals. *EMAJ: Emerging Markets Journal*, 8(1), 31–38. <https://doi.org/10.5195/emaj.2018.149>
- Hernández, R., & Mendoza, C.P. (2018). Metodología de la investigación. *Mc Graw Hill*.
- Merriam-Webster. (2020). *Investment*. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/investment>
- Narayanan, A. (2016, 25 de noviembre). Millennial Investors Are Here, And Wall Street Will Never Forget It. *Investors Business Daily*, 1.
- Robinson, K. (2017). The millennial investor’s mindset: What differentiates millennials from other generations? What are their values and what traits do they look for when investing? *Finweek*, 26.

- Rodríguez, N. E. (2019). Administración del dinero, en busca de la libertad financiera. *Dictamen Libre*, 25, 87–92. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.25.5763>
- Rosenthal, M. F. (2017). Using Responsible Investments to Forge Millennial Relationships: How to appeal to the hearts and minds of the younger generation. *Trusts & Estates*, 156(8), 59–63.
- Yeap, N. (2016). Making a Difference. *On Wall Street*, 26(8), 24–26.
- Zutter, C. & Smart, Scott. (2018). Principles of Managerial Finance. *Pearson Education*.

Anexos

Anexo 1. Encuesta

Encuesta dirigida a: todas aquellas personas de entre 21 y 41 años, que vivan en la provincia de San José, durante el 2021.

Objetivo general del estudio: generar recomendaciones que las instituciones financieras privadas de la provincia de San José pueden utilizar para la inclusión de la Generación Y en la cultura de inversión.

Tema de la investigación: recomendaciones a las instituciones financieras de la provincia de San José para la inclusión de la Generación Y en la cultura de la inversión durante el 2021.

Encabezado-presentación de la encuesta: la siguiente encuesta busca conocer todos aquellos criterios y características que permitan la inclusión de la Generación Y en la cultura de inversión durante el 2021.

Objetivo específico 1: describir los criterios para gestar una cultura de inversión en la Generación Y.

1. De sus ingresos mensuales, ¿cuánto destina al ahorro?
 - a. No ahorro (De ser esta su respuesta, pase a la pregunta # 3)
 - b. Menos de un 10%
 - c. De 11 a 20%
 - d. De 21% a 30%
 - e. De 31% a 40%
 - f. Más de un 40%
 2. ¿Cuáles son sus motivos para ahorrar?
-
3. ¿Ha realizado alguna vez alguna inversión en algún activo financiero?
 - a. Sí (Si la respuesta es “Sí”, pase a la pregunta #5)
 - b. No (Si la respuesta es “No”, pase a la pregunta #4)

4. ¿Por qué motivo no ha realizado usted ninguna inversión en activos de este tipo?

5. ¿Qué lo ha motivado a invertir en activos de este tipo?

6. A la hora de invertir, ¿en qué tipo de institución financiera prefiere hacerlo?

- a. Institución pública
- b. Institución privada
- c. Me resulta indiferente

7. ¿Cuál es su instrumento financiero favorito a la hora de invertir?

8. ¿A qué plazo acostumbra usted invertir su dinero?

- a. Menor a un mes
- b. De uno a tres meses
- c. Seis meses
- d. Un año
- e. Más de un año

Objetivo específico 2: descubrir las características de la Generación Y que sean pertinentes para la inclusión en la cultura de inversión de las instituciones financieras privadas.

1. ¿A través de qué medio prefiere usted realizar sus inversiones?

- a. Ventanilla de sucursal
- b. A través de la página web
- c. Aplicación desde su dispositivo móvil
- d. Otro: _____

2. ¿Le genera a usted confianza realizar transacciones bancarias a través de medios digitales?
 - a. Sí
 - b. No
3. ¿Qué medios de comunicaciones considera usted que son lo más adecuados para que las instituciones financieras privadas le informen sobre las opciones de inversión que tiene a disposición de los clientes?
 - a. Llamada telefónica
 - b. Redes sociales
 - c. Correo electrónico
 - d. Mensaje de texto (SMS)
 - e. Medios masivos (radio, televisión, periódico, etc.)
4. ¿Considera usted que la globalización bancaria ha venido a expandir el abanico de opciones de inversión a las cuales usted tiene acceso?
 - a. Sí
 - b. No

Objetivo específico 3: detallar las recomendaciones para la inclusión de la generación en estudio en la cultura de inversión en el corto plazo.

1. ¿Considera usted que las instituciones bancarias privadas de la provincia de San José toman en cuenta sus preferencias a la hora de ofrecer productos de inversión?
 - a. Sí (Si su respuesta es “Sí”, pase a la pregunta #3)
 - b. No (Pase a la siguiente pregunta)
2. ¿Qué aspectos le gustaría que fueran tomados en cuenta: _____
3. ¿Considera usted que las instituciones financieras privadas del país ofrecen diversidad de opciones de inversión orientados a desarrollar el bien social y ambiental?
 - a. Sí (Si la respuesta es “Sí”, pase a la pregunta #4)
 - b. No (Si la respuesta es “No” pase a la pregunta #5)
4. ¿Estaría usted dispuesto a renunciar a una parte de su retorno esperado por invertir en proyectos ambientales y de bien social?

- a. Sí
- b. No

Perfil del encuestado

Edad:

- a. Menor de 21
- b. 21 -31
- c. 32-41
- d. Mayor de 41

Género:

- a. Masculino
- b. Femenino
- c. Otro

¿Vive usted dentro de la provincia de San José?

- a. Sí
- b. No

¿Cuál es su ocupación actual?

¿Cuál es el su mayor grado académico alcanzado?

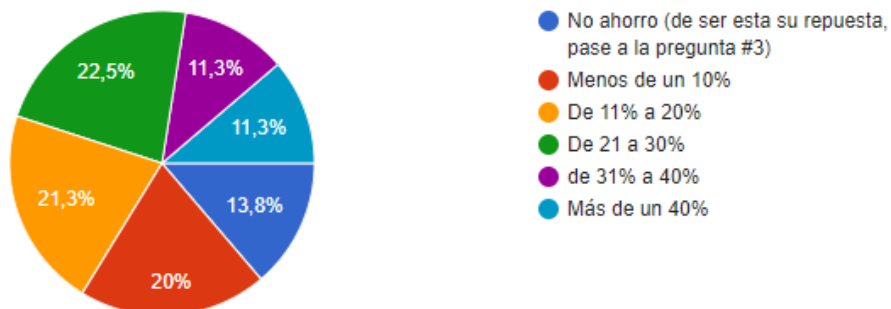
¿Ha recibido alguna vez algún tipo de capacitación acerca de finanzas personales?

- a. Sí
- b. No

Anexo 2. Resultados de la encuesta

1. De sus ingresos mensuales, ¿cuánto destina al ahorro?

80 respuestas



2. ¿Cuáles son sus motivos para ahorrar?

70 respuestas

Futuro
Emergencias
Precaución
Tener un fondito
Emergencias, inversiones o negocios futuros, gastos, etc
Futuro, y para fin de año
Comprar casa
proyectos personales
Viajes

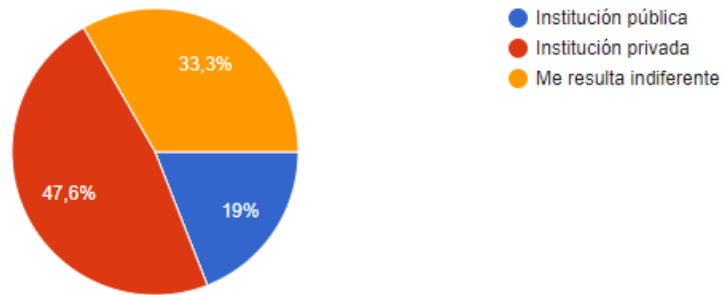
5. ¿Qué lo ha motivado a invertir en activos de este tipo?

30 respuestas

N/A
Me gusta mas invertir que gastar
Poner a generar el dinero
Mejores ROI que los bancos
generar ahorro
Retorno va riesgo
El interés que se gana
Para un mejor futuro mío y de mi familia en el futuro
Herencia

6. A la hora de invertir, ¿en qué tipo institución financiera prefiere hacerlo?

42 respuestas



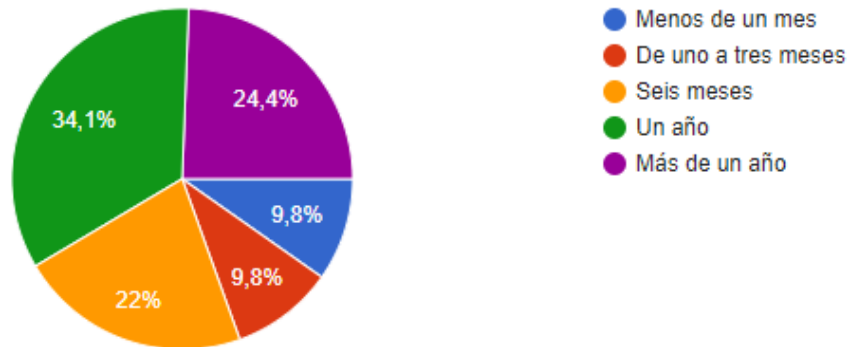
7. ¿Cuál es su instrumento financiero favorito a la hora de invertir?

40 respuestas

Certificados de inversión en dólares
no tengo alguna preferencia, depende de la inversión
Banco
Certificado de inversión
Inversiones a plazo 6 meses
Prestamo
Bonos
Me es indiferente, sigo las recomendaciones del banco
Depósito a plazo
Albano

8. ¿A qué plazo acostumbra usted a invertir su dinero?

41 respuestas



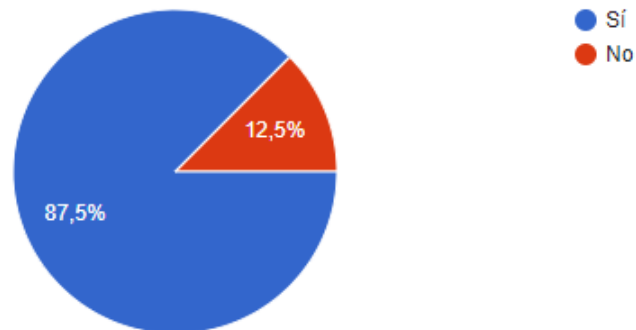
9. ¿A través de qué medio prefiere usted realizar sus inversiones?

80 respuestas



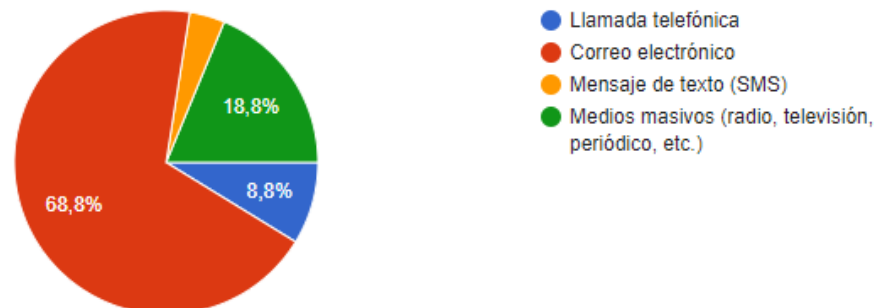
10. ¿Le genera confianza realizar transacciones bancarias a través de medios digitales?

80 respuestas



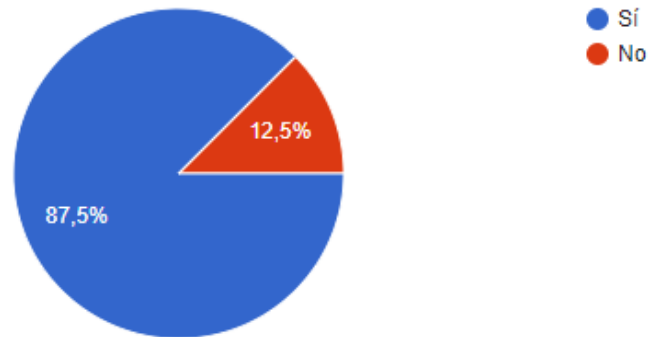
11. ¿Qué medios de comunicaciones considera usted que son lo más adecuados para que las instituciones financieras privadas le informen sobre las opciones de inversión que tiene a disposición de los clientes?

80 respuestas



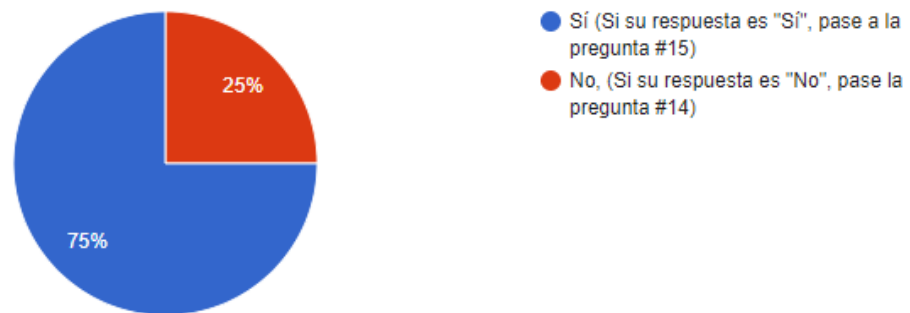
12. ¿Considera usted que la globalización bancaria ha venido a expandir el abanico de alternativas de inversión a las cuales usted tiene acceso?

80 respuestas



13. ¿Considera usted que las instituciones financieras privadas de la provincia de San José toman en cuenta sus preferencias a la hora generar y ofrecer productos de inversión?

80 respuestas



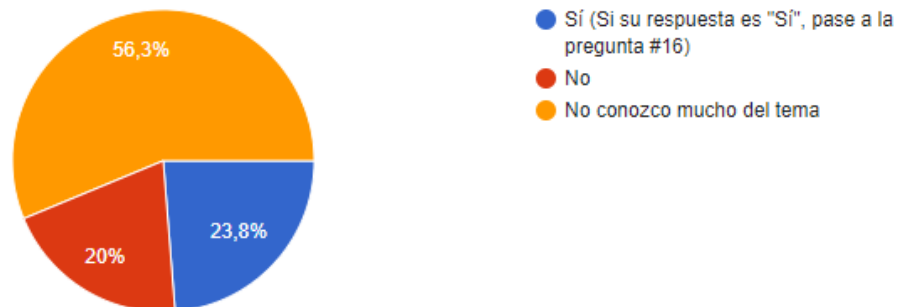
14. ¿Qué otros aspectos le gustaría que fueran tomados en cuenta?

22 respuestas

Na
Oferta de instrumentos financieros de mercados internacionales
Que mejoren la comunicación
Los montos a invertir (la mayoría deben ser altos), opciones como la bolsa, acciones de empresas (se tiene desconocimiento de eso), orientar esfuerzos para inculcar el ahorro en personas más jóvenes e informarlo adecuadamente
Experiencia de usuario más favorable y atractiva
Mayor variedad de productos financieros para inversionistas de poco capital
El tiempo
Brinden información. Hay desconocimiento total. El público en general no conoce de estos mecanismos y

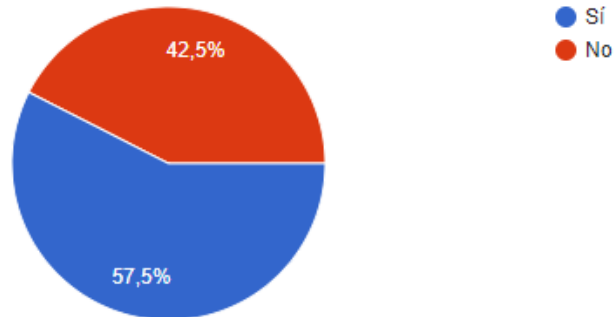
15. ¿Considera usted que las instituciones financieras privadas del país ofrecen diversidad de opciones de inversión orientados a desarrollar el bien social y ambiental?

80 respuestas



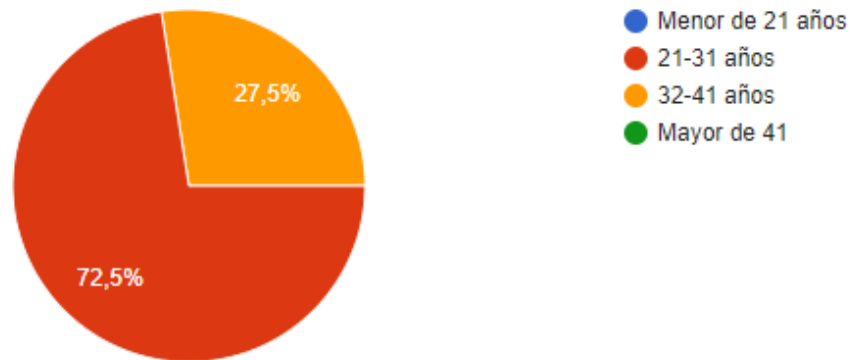
16. ¿Estaría usted dispuesto a renunciar a una parte de su retorno esperado por invertir en proyectos ambientales y de bien social?

80 respuestas



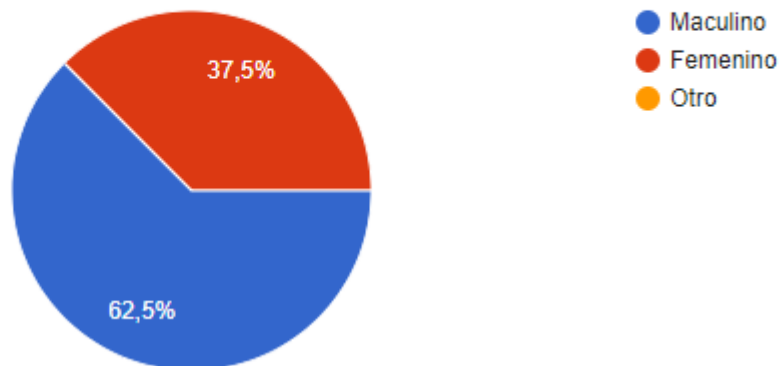
Edad

80 respuestas



Género

80 respuestas



¿Vive usted dentro de la provincia de San José?

80 respuestas



● Sí
● No

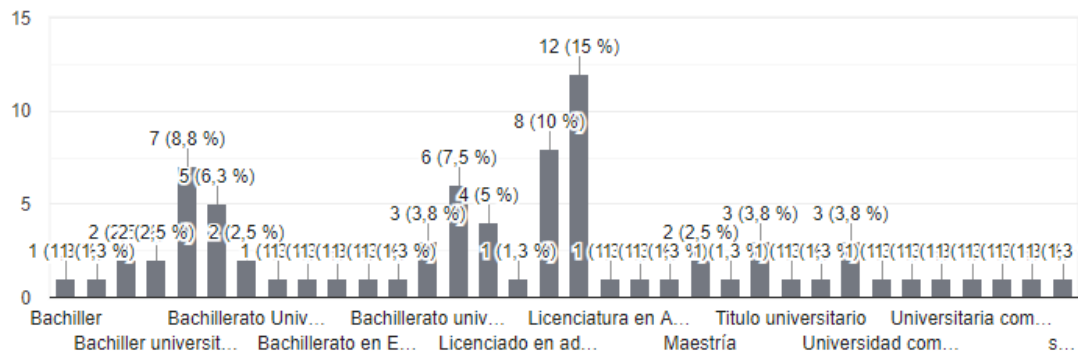
¿Cuál es su ocupación actual?

80 respuestas

Estudiante
Analista Financiero
Estudiante
Analista financiero
Administrador
Analista financiero
Analista
Administrador de empresas
Empresario

¿Cuál es su mayor grado académico alcanzado?

80 respuestas



¿Ha recibido usted alguna vez algún tipo de capacitación acerca de finanzas personales?

80 respuestas

