

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>8</b>
1.1. JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	8
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	11
1.3. OBJETIVOS	12
1.3.1. <i>Objetivo General</i> .....	12
1.3.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	12
1.4. ALCANCES Y LIMITACIONES.....	13
<b>II MARCO TEORICO</b> .....	<b>14</b>
2.1. GENERALIDADES DE LOS PLANES DE PENSIONES COMPLEMENTARIAS .....	14
2.1.1. <i>Conceptos Basicos Asociados a los Planes de Pension Complementaria</i> .....	15
2.1.1.1. Planes de Pensión Complementaria.....	16
2.1.1.2. Fondos de Pensión Complementaria .....	18
2.1.1.3. Agentes Activos en los Planes de Pensión Complementaria .....	18
2.1.1.4. La Operadora de Pensiones Complementarias como Entidad Administradora.....	19
2.1.1.5. Estructura de Cuentas Independientes .....	20
2.1.1.6. Cartera de Activos Financieros .....	21
2.1.1.7. Estructura de Comisiones .....	22
2.1.1.8. El Ente Regulador: La Superintendencia de Pensiones .....	23
2.2. PLANES DE PENSIONES COMPLEMENTARIAS EN ALGUNOS PAISES DE AMERICA .....	24
2.2.1. <i>Historia</i> .....	24
2.2.1.1. El Sistema Chileno .....	26
2.2.1.2. En México .....	32
2.2.1.3. Caso de Argentina .....	38
2.2.1.4. Sistema en Colombia .....	40
2.3. PLANES DE PENSIONES COMPLEMENTARIAS EN COSTA RICA .....	45

2.3.1. Aspecto Generales de los Sistemas Previsionales Formales.....	45
2.3.1.1. Sistemas de Reparto.....	45
2.3.1.2. Sistemas de Capitalización .....	50
2.3.1.2.1. Sistemas de Capitalización Individual.....	51
2.3.1.2.2. Sistemas de Capitalización Colectiva.....	52
2.3.1.3. Fondos de Pensiones Complementarias.....	53
2.3.1.4. Breve Retrospección de los Sistemas Previsionales Formales en Costa Rica.....	54
2.3.2. Sistemas de Pensiones existentes en el Mercado Nacional.....	59
2.3.2.1. Régimen de Invalidez, Vejez y Muerte de la Caja Costarricense del Seguro Social .....	59
2.3.2.2. Regímenes Especiales.....	61
2.3.2.3. Régimen del Poder Judicial .....	62
2.3.2.4. Régimen del Magisterio Nacional .....	64
<b>III. PROCEDIMIENTOS METODOLOGICOS.....</b>	<b>68</b>
3.1. TIPO DE INVESTIGACION .....	68
3.1.1. Estudio N°1 características de la afiliación a las opc .....	68
3.1.1.1. Objetivos del estudio N°1 .....	68
3.1.2. Estudio N°2 expectativas de servicio y de afiliación a las opc .....	69
3.1.2.1. Objetivos del estudio N°2.....	69
3.1.3. Estudio N°3 Incidencia y Participación de las opc.....	69
3.1.3.1. Objetivos del estudio N°3.....	69
3.1.4. Estudio N°4 Semántica en la Comunicación de las OPC .....	70
3.1.4.1. Objetivos del estudio N°4.....	70
3.1.5. Estudio N°5 percepciones y valores asociados a las opc.....	70
3.1.5.1. Objetivos del estudio N°5.....	70
3.1.6. Estudio N°6 definición de aspectos constitutivos de la opc ideal .....	71
3.1.6.1. Objetivos del estudio N°6.....	71
3.2. FUENTES DE INFORMACION.....	71
3.2.1. Sujetos 71	

3.2.1.1. Población.....	72
3.2.1.2. Muestras .....	72
3.3. DESCRIPCION DE INSTRUMENTOS .....	79
3.3.1. <i>Estudio 1:</i> .....	80
3.3.1.1. Encuesta Estudio N°1 .....	81
3.3.1.2. Sólo Para pesronas No Afiliadas .....	83
3.3.1.3. Para personas que ya están afiliadas .....	84
3.3.2. <i>Estudio 2:</i> .....	86
3.3.3. <i>Estudio 3:</i> .....	90
3.3.4. <i>Estudio 4:</i> .....	92
3.3.4.1. Guía de Sesiones.....	92
3.3.5. <i>Estudio 5:</i> .....	102
3.3.6. <i>Estudio 6</i> .....	103
3.4. PROCEDIMIENTOS .....	140
3.4.1. <i>Procedimientos de los estudios 1, 2, y 3:</i> .....	141
3.4.1.1. Levantamiento de los datos .....	141
3.4.1.2. Procesamiento y análisis de la información.....	141
3.4.2. <i>Procedimientos del estudio 4: Semántica en la comunicación de las OPC</i> .....	141
3.4.2.1. Levantamiento de los datos .....	141
3.4.2.2. Procesamiento y análisis de la información.....	142
3.4.3 <i>Procedimientos del estudio 5: Percepciones y valores asociados a las OPC</i> .....	143
3.4.3.1 Levantamiento de los datos .....	143
3.4.3.2. Procesamiento y análisis de la información.....	144
3.4.4. <i>Procedimientos del estudio 6: Aspectos constitutivos de la OPC ideal</i> .....	145
3.4.4.1 Levantamiento de los datos .....	145
3.4.4.2. Procesamiento y análisis de la información.....	145
<b>IV. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....</b>	<b>147</b>

4.1. ANÁLISIS CUANTITATIVO - PRESENTACIÓN DE CUADROS Y GRAFICOS.....	147
4.1.1. ESTUDIO N°1: CARACTERÍSTICAS DE LA AFILIACIÓN.....	147
4.1.1.1. Recordación de las OPC.....	147
4.1.1.2. Intenciones de Afiliación.....	148
4.1.1.2.1. Motivos para no haberse afiliado: .....	148
4.1.1.2.1. ¿Ha pensado ya en afiliarse?: .....	149
4.1.1.3. PROYECCIONES DE AFILIACIÓN .....	149
4.1.1.3.1. OPC con la que se afiliaría .....	149
4.1.1.3.2. Motivos de afiliación.....	150
4.1.1.3.3. Segunda opción de afiliación .....	151
4.1.1.4. AFILIACIÓN EFECTIVA .....	152
4.1.1.4.1. OPC con la que está afiliado .....	152
4.1.1.4.2. Motivos de afiliación.....	153
4.1.1.4.3. Lugar y momento en el que se afilió.....	154
4.1.2. ESTUDIO N°2: EXPECTATIVAS DE SERVICIO Y PROYECCIONES DE	
AFILIACION	155
4.1.2.1. ¿QUÉ ES LA PENSIÓN COMPLEMENTARIA OBLIGATORIA? .....	155
4.1.2.1.1. Definición espontánea.....	155
4.1.2.1.2. Definición guiada .....	156
4.1.2.2. BENEFICIOS QUE SE ESPERA RECIBIR.....	157
4.1.2.2.1. Beneficios por afiliarse.....	157
4.1.2.2.2. Beneficios adicionales dados por las OPC .....	158
4.1.2.3. Intenciones de afiliarse a una OPC.....	159
4.1.2.3.1. ¿Ha pensado ya en afiliarse a alguna OPC? .....	159
4.1.2.3.2. ¿Cuándo planea afiliarse?.....	160
4.1.2.4. Lugar o situación ideal para afiliarse .....	161
4.1.2.5. Aspectos más valorados en una OPC.....	162
4.1.2.6.¿Con cuál OPC se afiliaría?.....	162
4.1.2.6.1. Intención de afiliación espontáneo .....	163

4.1.2.6.2. Razones de la intención de afiliación .....	163
4.1.2.6.3. Intención de afiliación con Popular Pensiones: sugerido .....	164
4.1.2.7. Sugerencias del patrono.....	165
4.1.3. <i>Estudio N°3 Incidencia y Participación de mercado</i> .....	166
4.1.3.1. Niveles de afiliación .....	166
4.1.3.2. Participaciones de mercado .....	166
4.1.3.2.1. Nivel general .....	167
4.1.3.2.2. Según edad .....	167
4.1.3.2.3. Según sexo .....	167
4.1.3.2.4. Según nivel reportado de ingresos .....	168
4.1.3.2.5. Según nivel socioeconómico .....	168
4.1.3.2.6. Según zona de residencia .....	169
4.2. ANÁLISIS CUALITATIVO.....	170
4.2.1. <i>Estudio N°4 Semántica en la Comunicación de las OPC</i> .....	170
4.2.1.1 Principales ideas que transmiten las Operadoras .....	170
4.2.1.2 Ideas centrales en torno a las OPC'S .....	173
4.2.1.3 La información como valor.....	179
4.2.1.4 Lo proyectivo.....	180
4.2.2. <i>Estudio N° 5 Percepciones y Valores Asociados</i> .....	185
4.2.2.1. Percepciones asociadas a la saturación .....	185
4.2.2.2. La diferenciación entre respaldo de una constitución y del Estado .....	188
4.2.2.3. Aspectos interventores en la decisión de afiliarse a una OPC .....	191
4.2.2.4. Expectativas de valor agregado .....	194
4.2.2.5. Personificación de las OPC's.....	197
4.2.2.5.1. Popular Pensiones .....	197
4.2.2.5.2. BN Vital .....	200
4.2.2.5.3. BCR Pensiones.....	202
4.2.2.5.3. San José Pensiones.....	203
4.2.2.5.5. Banex Pensiones.....	204

4.2.2.5.7. Interfin Pensiones.....	205
4.2.2.5.7. INS Pensiones .....	206
<b>4.2.3. Estudio N°6: Aspectos Constitutivos de la OPC Ideal.....</b>	<b>207</b>
4.2.3.1. Elementos tomados en cuenta al momento de elegir la OPC.....	207
4.2.3.2. Construcción de la OPC ideal.....	210
4.2.3.2.1. Seguridad de recuperación del dinero .....	210
4.2.3.2.2. Respaldo económico .....	211
4.2.3.2.3. Rentabilidad .....	211
4.2.3.2.4. Transparencia en sus acciones.....	212
4.2.3.2.5. Responsabilidad .....	212
4.2.3.2.6. Servicio al cliente .....	213
4.2.3.2.7. Integración de servicios.....	213
4.2.3.2.8. Cobertura.....	213
4.2.3.2.9. Experiencia.....	214
4.2.3.2.10. Facilidades de acceso vía internet o consultas en cajeros automáticos.....	215
4.2.3.2.11. Información oportuna / atención de dudas y envíos de estados de cuenta.....	216
4.2.3.2.12. Personal capacitado en todas las áreas .....	216
4.2.3.2.13. Importante plataforma tecnológica.....	217
4.2.3.3. El papel de la familia en la decisión de afiliarse.....	218
4.2.3.4. Lo Proyectivo .....	219
<b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>224</b>
5.1. CONCLUSIONES DE CADA UNO DE LOS ESTUDIOS .....	224
5.1.1. Conclusiones del Estudio N°1 .....	224
5.1.1.1 Recordación de las OPC.....	224
5.1.1.2 Intenciones de afiliación.....	224
5.1.1.3 Proyecciones de afiliación .....	225
5.1.1.4 Afiliación efectiva .....	226
5.1.2. Conclusiones de Estudio N°2 .....	226

5.1.2.1. ¿Qué es la pensión complementaria obligatoria?.....	226
5.1.2.2. Beneficios que se espera recibir.....	227
5.1.2.3. Intenciones de afiliarse a una OPC.....	227
5.1.2.4. ¿Con cuál OPC se afiliaría?.....	228
5.1.2.5. Sugerencias del patrono.....	229
5.1.3. Conclusiones del Estudio N°3.....	229
5.2. RECOMENDACIONES GENERALES.....	230
5.3. LA PROPUESTA.....	231
<b>VI. BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>239</b>
<b>VII. ANEXOS 241</b>	
7.1. LISTA DE ANEXOS.....	241

## **INTRODUCCIÓN**

### **1.1. JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

En 1947 con la aprobación de la Ley Constitutiva de la Caja Costarricense del Seguro Social, inicia en Costa Rica el Sistema de Seguridad Social. De esta manera entra en funcionamiento la primera institución que ofrece a todos los costarricenses que llegan a la edad para su retiro laboral, una pensión para cubrir sus necesidades. Es así como se da inicio al Régimen de Pensiones de Invalidez, Vejez y Muerte (IVM), el cual viene a promover la justicia, equidad y la solidaridad intra e intergeneracional.

Sin embargo, a través de los años se han buscado diferentes opciones que puedan llegar a complementar, sustituir o proporcionar (en el caso de los no cotizantes) este sistema. Así mismo, en los años ochenta empieza a nacer en Costa Rica la iniciativa de algunas instituciones de ofrecer los llamados Planes de Pensiones Complementarias manejados bajo la figura del fideicomiso, por parte de un departamento especializado.



Es a partir de 1995 con la Ley 7523 "Ley del Régimen Privado de Pensiones Complementarias y Reformas a la Ley Reguladora del Mercado de Valores y Código de Comercio, que se crean las Operadoras de Planes de Pensiones complementarias como las entidades administradoras de estos fondos, estableciéndose como tal la figura de los Planes de Pensiones Complementarias.

Esta tendencia es aún más marcada al considerarse la necesidad de una reforma del sistema de pensiones, ya que a pesar de la gran contribución a la seguridad social y al desarrollo de nuestro país realizada por el Régimen de IVM, distintos factores fueron minando la solidez de dicho sistema. Uno de los factores que más impacto ha tenido es la transición demográfica, ya que entre mediados y finales del siglo XX, se produjeron importantes cambios desde el punto de vista demográfico. En primer lugar, la esperanza de vida pasó de 47 a 76 años, la fecundidad disminuyó en un poco más de la mitad y la mortalidad infantil decreció en forma importante de 120 por mil a 13 por mil.

Adicionalmente, en la actualidad por cada persona en edad de pensionarse existen 13 contribuyentes mientras que en el 2050 se estima que habrá únicamente 5 contribuyentes por cada pensionado y según los cálculos realizados en unos 10 años los gastos del régimen de IVM serán superiores a los ingresos.

Otros problemas que enfrenta el sistema de pensiones del Régimen de IVM son de índole administrativo por el inadecuado manejo de las inversiones, a morosidad del

sector privado y la subdeclaración; por último de acuerdo con los datos que se tienen, la población económicamente activa del país asciende a un millón doscientos veintiún mil personas de los cuales un 45% no posee algún tipo de protección. Lo anterior obligó a proponer una reforma que evitara la inminente reducción del fondo de pensiones y su eventual desaparición.

Fue así como a principios de la administración del Dr. Miguel Angel Rodríguez, se inició la discusión de la reforma del sistema nacional de pensiones inspirado en modelos latinoamericanos, lo que culminó en el Proyecto de Ley de Protección al Trabajador el cual pasa a ser Ley de la República en febrero del 2000.

Es a partir de 1995, con la Ley 7523 "Ley del Régimen Privado de Pensiones Complementarias y Reformas a la Ley Reguladora del Mercado de Valores y Código de Comercio, que se crean las Operadoras de Planes de Pensiones Complementarias como las Entidades Administradoras de estos fondos, estableciéndose como la figura de los Planes de Pensiones Complementarias, en un mercado de libre competencia.

Esta situación ha despertado una intensa pugna mercadológica entre las diferentes entidades, las cuales, en una primera etapa, basaron sus estrategias en una afiliación masiva de clientes, pero no visualizaron con claridad los pasos a seguir en etapas posteriores.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En esta propuesta se determinan los pasos estratégicos correctos para optimizar los resultados alcanzados en la primera etapa. El ámbito de estudio se concentró específicamente en la Operadora de Pensiones de Propiedad del Banco Popular y de Desarrollo Comunal, Popular Pensiones.

El plan de investigación sobre el mercado de las OPC surge a partir de una necesidad explícita de Popular Pensiones por conocer las condiciones básicas que definen el comportamiento de las OPC, de los afiliados y no afiliados y de las variables que determinan su estado a lo largo de un período competitivo en constante evolución.

El compendio de los resultados obtenidos en este trabajo determinó las respuestas al problema expresado a través de: ¿qué estaba sucediendo con las expectativas de captación de clientes de las OPC, y las expectativas de los afiliados? y ¿cómo Popular Pensiones puede ocupar una posición de liderazgo en este mercado competitivo?

### **1.3. OBJETIVOS**

#### 1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar las variables que motivan el comportamiento de las Operadoras de Pensiones Complementarias, de sus clientes y de sus expectativas, así mismo plantear una propuesta estratégica que le permita a Popular Pensiones ubicarse como la mejor Operadora de Pensiones Complementarias en etapas posteriores a la primera, cuya estrategia se basó en la afiliación masiva de clientes.

#### 1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar los factores que determinan la intención de afiliación por parte de aquellos clientes que no se encuentran afiliados a alguna OPC.
2. Identificar y explorar los conocimientos que los trabajadores tienen acerca de los planes de pensión complementaria así como sus expectativas de servicios.
3. Determinar los factores que inciden para que un no afiliado opte integrarse a una OPC.
4. Determinar la proporción de la población económicamente activa en el Área Metropolitana.
5. Identificar los servicios ofrecidos por una OPC que los clientes consideran más importantes.
6. Definir los elementos que componen la OPC ideal.

7. Determinar la estrategia para que la Operadora de Pensiones del Banco Popular pueda obtener las mayores ventajas ante sus competidoras.

#### **1.4. ALCANCES Y LIMITACIONES**

Los alcances de este estudio pretenden determinar las variables que describen las estrategias actuales de captación de clientes por parte de las OPC, así como sus necesidades y expectativas tanto para la captación como para la conservación de los mismos. Por último se plantea una propuesta de mercado para Popular Pensiones a fin de optimizar los resultados obtenidos durante las primeras etapas de este mercado competitivo.

En el desarrollo de este trabajo se plantearon inicialmente seis estudios con metodologías diferentes, tres de los cuales describen aspectos cuantitativos para determinar la información proyectable al total de la población, y los tres restantes de índole cualitativa ofrecen una profundidad explicativa sobre la cuestión; para determinar los factores relevantes que en la actualidad inciden en el mercado y las variables que favorecen la competencia por ganar afiliados, a fin de determinar una propuesta estratégica de mercado que brinde a mediano plazo a Popular Pensiones la mejor participación del mismo.

## **II MARCO TEORICO**

### **2.1. GENERALIDADES DE LOS PLANES DE PENSIONES COMPLEMENTARIAS**

El propósito de éste capítulo es establecer la base teórica de los Planes de Pensiones Complementarias por lo que se ha dividido el capítulo en tres partes:

1. desarrollo de algunos conceptos básicos asociados a los Planes de Pensión Complementaria.
2. breve presentación de la evolución de los Planes de Pensión Complementaria en algunos países de América Latina.
3. aspectos relacionados con Planes de Pensiones Complementarias en Costa Rica.

### 2.1.1. CONCEPTOS BASICOS ASOCIADOS A LOS PLANES DE PENSION

#### COMPLEMENTARIA

Los Fondos de Pensiones Complementarias constituyen uno de los medios por los cuales la seguridad social atiende una de las necesidades básicas de las personas: ésta se basa en obtener el sustento económico una vez haya cumplido los requisitos de edad y las cuotas establecidas para pensionarse, se pierda o se vea disminuida su capacidad laboral.

Estos sistemas de pensiones pueden ser asistenciales ó sustitutivos, con las características que se detallan:

- Sistema Asistencial: se proveen los medios para alcanzar un consumo básico.
- Sistema Sustitutivo: reemplazan en algún porcentaje la remuneración que se deja de recibir.
- Sistema Permanente: no se recupera la capacidad de trabajo
- Sistema Transitorio: sí se recupera la capacidad de trabajo.

También se puede señalar que estos Fondos se clasifican de acuerdo a su tipo de financiamiento, su tipo de administración y/o los beneficios que otorga y según el papel que juega el Estado. Según éstas características, se pueden distinguir dos tipos de Sistemas de Pensiones o Fondos de Previsión Social.

1. Los Sistemas de Reparto: fondo de ahorro en el cual todos los aportes se destinan a una misma cuenta común y de ésta se obtiene la mensualidad que se le asigna a cada pensionado.

2. Los Sistemas de Capitalización: fondo de ahorro en el que el aporte de cada cliente se deposita en una cuenta individual, a nombre de él, y la pensión que recibe al finalizar su vida laboral es proporcional al aporte que realizó en el período de cotización.

Para aclarar y profundizar las nociones referentes al tema a continuación, se describirán los principales conceptos y definiciones.

#### **2.1.1.1. Planes de Pensión Complementaria**

Ha sido de gran preocupación para los gobiernos en las últimas décadas el soporte económico de las personas de la tercera edad y por ello se han creado diferentes fuentes que llevan a satisfacer las necesidades básicas de la población en cuestión a fin, de que no se conviertan en una carga social.

Es así como se creó el Régimen de Pensión Complementaria para complementar las necesidades que deja para los pensionados el régimen IVM y que consiste en "*un*



*conjunto de regímenes de pensiones complementarias al régimen de IVM de la Caja Costarricense del Seguro Social o de los Regímenes Públicos Sustitutivos"* (Ley de Protección al trabajador, expediente 13691 art 2 inciso c).

Los Planes de Pensión Complementaria (PPC) satisfacen la inquietud de los trabajadores de alcanzar, una vez pensionados, un nivel de vida suficiente ó semejante al que tenían cuando estaban laboralmente activos. Los beneficios en los PPC son proporcionales a los aportes y los cotizantes disponen de total libertad para elegir la entidad a la que desean confiar la administración de sus aportes.

Los PPC son un tipo de fondos de inversión ampliamente elaborados y utilizados en los diferentes esquemas previsionales de seguridad social alrededor del mundo.

También se puede afirmar que son un tipo de recursos que están constituidos por las cuotas aportadas por los afiliados o cualquier otro interesado en participar en el fortalecimiento de la cuenta así como por rendimientos obtenidos por la capitalización individual de dichos recursos; es decir a la acumulación de los capitales aportados se suma el rendimiento que se va obteniendo de estas inversiones una vez deducidas las comisiones.

Estos recursos se constituyen en patrimonio de los participantes de los planes de pensión, razón por la cual requiere una administración de forma independiente y separada del patrimonio de la operadora.

### **2.1.1.2. Fondos de Pensión Complementaria**

*"Un fondo de pensiones se define como una cartera mancomunada de aportaciones que han sido depositadas ante un administrador, quien por cuenta y riesgo de estos individuos toma decisiones de inversión en distintos títulos valor con el propósito de constituir una reserva que le permita a cada uno de ellos contar con una pensión digna en momento de su retiro"* (Corrales, Gerardo. "Fondos de Pensión". En: La Nación, Sección Economía y Negocios, 23 de agosto de 1999, pág 44<sup>a</sup>).

### **2.1.1.3. Agentes Activos en los Planes de Pensión Complementaria**

Los Agentes Activos que se involucran en un Plan de Pensión Complementaria se detallan a continuación:

- El Promotor: es la misma Operadora de Pensión Complementaria.
- El Cotizante: *"Persona Física o Jurídica por cuyo interés se crea el Plan y que contribuye voluntariamente a un Plan determinado con la intención de fortalecerlo y ampliar los beneficios a favor de los trabajadores afiliados"* (Ley N°7523, 1995, N°156)

- El Afiliado: "*Persona física que se mantiene adscrita a un plan con el propósito de recibir los beneficios previstos en los Planes ofrecidos por las Operadoras*" (Ley N°7523, 1995, N°156)
- Organismo Supervisor y Controlador: Se encarga de regular todas las actividades de las operadoras y está representado por la Superintendencia de Pensiones (SUPEN).

#### **2.1.1.4. La Operadora de Pensiones Complementarias como Entidad**

##### **Administradora**

- La administración de los sistemas de pensiones es responsabilidad de entidades privadas y competitivas llamadas Operadoras de Planes de Pensiones Complementarias que son "*entidades que se encargan de recibir los aportes, constituir los fondos, administrarlos y otorgar los beneficios correspondientes...*" (Ley N°7523, 1995, N°156)

Estas entidades también han sido definidas como "*organismos económicos y financieros que reúnen las aportaciones de fondos de numerosas personas, con el fin de disponer de sumas importantes de dinero, para comprar valores mobiliarios o títulos valores. Estos fondos comunes son administrados por los órganos de la empresa con el fin de conservar su valor e incluso lo acrecientan - asegurando al mismo tiempo un rendimiento estable mediante el empleo de una táctica inversora caracterizada por la distribución del riesgo, mediante la diversificación de las inversiones*" (Araya Vargas, Liseth, 1998. "Marco Jurídico de las Fondos de Pensiones Complementarias . ¿Una adecuada herramienta para enfrentar el futuro?". UCR, op. cit., pág 27.)

Las sociedades Operadoras, que son el pilar en el funcionamiento de los PPC, pueden ser definidas como *"aquellas entidades responsables de manejar recursos de terceros, con la finalidad de proporcionar un sistema complementario de pensiones el cual estará constituido por un fondo o cartera de inversión, creado con las cotizaciones de las personas que se afilien"* (Araya Vargas, Liseth, 1998. "Marco Jurídico de las Fondos de Pensiones Complementarias . ¿Una adecuada herramienta para enfrentar el futuro?". UCR, op. cit., pág 39).

#### **2.1.1.5. Estructura de Cuentas Independientes**

Las Sociedades Operadoras son las encargadas de administrar los fondos de pensiones, y lo hacen mediante la estructuración de cuentas individuales integradas por las sumas de dinero recaudadas por cada afiliado y que van a ser manejadas de acuerdo a principios de rentabilidad, seguridad y liquidez, a través del sistema de la capitalización individual. Una cuenta individual se define como la *"parte alicuota del fondo de pensiones que corresponde a un afiliado concreto y que es resultado de la suma de sus aportaciones, y en su caso del cotizante, más los rendimientos que proporcionalmente le correspondan, menos los gastos de administración que por concepto de comisiones deban deducírsele"* (Costa Rica. "Reglamento de la Ley sobre el Régimen Privado de Pensiones Complementarias y Reformas de la Ley Reguladora del Mercado de Valores y del Código de Comercio". La Gaceta, Diario Oficial N° 217, 12 de noviembre de 1996. Capítulo 1, artículo 2, inciso o).

Esto quiere decir que la cuenta está constituida por los aportes mensuales que realizan el cotizante más los intereses ganados producto de la inversión del capital principal y luego de que le sean rebajadas las correspondientes comisiones.

*"Comprende el registro conjunto que se lleva de un mismo afiliado en relación con las cotizaciones que ha efectuado, las transferencias de cotizaciones realizadas desde otra entidad administradora y cualquier otro aporte adicional de distinta naturaleza"*

(Pacheco Rodríguez, Ana Catalina. "Estructura de Control para Sociedades Administradoras de Fondos de Pensiones en Costa Rica". Memoria de Seminario, UCR, 1995, pág 36).

Los afiliados pueden hacer uso de esta cuenta para obtener el acumulado de sus fondos, es decir, sus aportes más los rendimientos al momento de pensionarse.

#### **2.1.1.6. Cartera de Activos Financieros**

La cartera de Activos Financieros de la OPC es el conjunto de inversiones que realiza esta entidad con el fin de salvaguardar la seguridad de los aportes de los afiliados y generar la rentabilidad a largo plazo. *"Debe estar compuesta por títulos emitidos, evaluados y afianzados por el sector público, depósitos a plazo, letras de cambio y otros títulos de captación garantizados por entidades financieras autorizadas para funcionar en el país, bonos y otros instrumentos de renta fija de empresas públicas y privadas inscritas en la Comisión Nacional de Valores, acciones de Sociedades Anónimas"*

*inscritas en la Comisión Nacional de Valores y cualesquiera otros instrumentos financieros autorizados por dicha comisión"* (Costa Rica. "Ley N°7523 Régimen Privado de Pensiones Complementarias y Reformas de la Ley Reguladora del Mercado de Valores y del Código del Comercio". La Gaceta, Diario Oficial N° 156, 07 de junio de 1995, Capítulo III, artículo 13).

Los recursos que obtienen las Operadoras tienen que ser invertidos en el mercado de capitales bajo estrictas normas de supervisión, y solamente dentro de los lineamientos autorizados previamente por la respectiva entidad reguladora. El proceso de inversión de los PPC está regulado con el objeto de ofrecer máxima seguridad a los afiliados, cuyos ahorros previsionales pueden contar además con garantía estatal. Con este mismo propósito, los fondos de pensiones y las Operadoras están separadas jurídica y patrimonialmente.

Los fondos que constituyan las Operadoras deberán ser invertidos para el provecho primordial de los afiliados, procurando el necesario equilibrio entre los principios de seguridad, incremento de su valor, rendimientos reales, rentabilidad y liquidez.

#### **2.1.1.7. Estructura de Comisiones**

Las operadoras cobran comisiones de monto preestablecido a sus afiliados, como retribución por la labor de administrar el fondo privado de pensiones, y las mismas se constituyen en su forma de financiamiento. Estas comisiones pueden ser ordinarias o extraordinarias. La comisión ordinaria es el "*porcentaje de las contribuciones de cada*

*cuenta individual, con el que se pagará los gastos administrativos y la utilidad de cada operadora".* (Costa Rica. "Ley N°7523 Régimen Privado de Pensiones Complementarias y Reformas de la Ley Reguladora del Mercado de Valores y del Código del Comercio". La Gaceta, Diario Oficial N° 156, 07 de junio de 1995, Capítulo 1, artículo 2, inciso g).

La comisión extraordinaria es el "*cargo que se cobra por encima de la comisión ordinaria por servicios o garantías adicionales, distintos del manejo normal del fondo*" (Costa Rica. "Ley N°7523 Régimen Privado de Pensiones Complementarias y y Reformas de la Ley Reguladora del Mercado de Valores y del Código del Comercio". La Gaceta, Diario Oficial N° 156, 07 de junio de 1995, Capítulo 1, artículo 2, inciso h).y que son autorizadas por la Ley del Régimen Privado de Pensiones.

#### **2.1.1.8. El Ente Regulador: La Superintendencia de Pensiones**

La Superintendencia de Pensiones (SUPEN) es la entidad encargada de la regulación y fiscalización del Régimen de Pensiones. Es un órgano de máxima desconcentración, con personalidad y capacidad jurídicas instrumentales, y adscrito al Banco Central de Costa Rica Su creación se contempla en la Ley N°7523 sobre el Régimen Privado de Pensiones.

Desde entonces se le reconoce como el organismo de interpretación y de aplicación de la Ley, y como el supervisor y controlador del funcionamiento de las OPC.

Hasta su creación, sus funciones fueron desempeñadas por la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF), pero a partir de ella la Superintendencia

adquiere un papel muy importante como garante de la credibilidad del país y en especial, del régimen privado de pensiones complementarias.

## **2.2. PLANES DE PENSIONES COMPLEMENTARIAS EN ALGUNOS PAISES DE AMERICA**

En las últimas décadas en América Latina se han puesto en marcha Sistemas de Previsión Social basados en el Sistema de Reparto pero estos con el tiempo han sufrido un agotamiento paulatino y desde el punto de vista financiero manifiestan su inviabilidad por su ineficacia para asegurar un retiro digno de los trabajadores por lo cual han surgido una serie de reformas a los Sistemas Previsionales que buscan corregir dichas imperfecciones, facilitar el incremento económico de los países y ante todo asegurar un retiro digno a la clase trabajadora.

### **2.2.1. HISTORIA**

A comienzos de la década de los 20 surgen en Chile los programas de Sistemas de Seguridad Social y es en 1924 cuando se crea la Caja del Seguro Obrero para administrar los beneficios médicos de la clase obrera, los subsidios de enfermedad y pensión de Vejez e invalidez.



En 1925 se establece la Caja de Previsión de Empleados Particulares y la Caja Nacional de Empleados Públicos, simultáneamente se autoriza a las Empresas Privadas para que administren las cotizaciones previsionales de sus trabajadores con el propósito de financiar pensiones y otros beneficios adicionales. Al principio las Instituciones que se crearon basaron su sistema de financiamiento en Sistemas de Capitalizaciones sin embargo, este sistema no les funcionó porque las contribuciones se hicieron insuficientes a lo largo de los años. Esto fomentó la creación de Instituciones tradicionales que atendían las necesidades particulares de distintos grupos de trabajadores. No obstante, embargo el crecimiento del Sistema ocasionó un caos por los diversos intereses sectoriales comprometidos. A partir de 1980 se establecen reformas de ley en el sistema vigente y se crea un Régimen de Pensiones Complementarias basado en la capitalización individual con aportes definidos y con administración privada de fondos y obligatorio para todos los trabajadores no afiliados y voluntario para quienes ya estuvieran afiliados.

Este sistema chileno ha servido como modelo en la implementación de Regímenes de Pensiones Complementarias en otros países de América Latina como México, Perú y Colombia, entre otros.

Al evaluar algunos aspectos del modelo chileno, aparece el segundo país en establecer reformas en su Sistema Pensional fue Perú en 1993, luego siguieron Colombia y Argentina en 1994 y por último México puso en marcha un Régimen Obligatorio de Cotizaciones Definidas que complementa el Régimen Público Vigente con cuentas de

ahorro individual de alcance muy limitado todavía, pero esta medida no se acompañó de Reformas en el Sistema Público como sí sucedió en otros países.

A continuación se describen brevemente las reformas realizadas en Chile, México y Colombia, principales exponentes del tema en cuestión.

#### **2.2.1.1. El Sistema Chileno**

El primer país americano no sajón donde se operó la sustitución de un Sistema de Reparto por un Sistema de Capitalización Individual hace casi 20 años fué en Chile.

Las principales características de este sistema se detallan a continuación:

*"Capitalización individual sobre la base de aportes de magnitud definida, pensiones de vejez cuyo monto depende del saldo acumulado por el trabajador en su cuenta individual, pensiones de invalidez y sobrevivencia proporcionales a la renta imponible del afiliado, libertad para escoger la institución administradora, administración privada de los fondos de pensiones que compiten por captar las cotizaciones de los trabajadores y rol subsidiario del Estado, que se expresa en la regulación y Fiscalización del sistema y el pago del diferencial respectivo a quienes no sean capaces de financiarse por sí mismos una pensión mínima".* (Acuña R., Rodrigo, Iglesias Augusto. "Chile: Experiencia con un Régimen de Capitalización 1981 - 1991". CEPAL / PNUD, Santiago, octubre 1991, pág 11).

En el caso chileno, la incorporación a los sistemas de pensiones se realizó de una manera mixta; los asalariados recién incorporados a la fuerza de trabajo estaban obligados a afiliarse a una AFP (Administradora de Fondo de Pensiones) mientras que el resto estaban en libertad de incorporarse al nuevo sistema ó permanecer en el antiguo. Sin embargo, se establecieron importantes incentivos para promover el traspaso al régimen de AFP. Por ejemplo, se dispuso un aumento de más de un 11% en la remuneración líquida de los trabajadores que se trasladaran al nuevo sistema, beneficio que se sustentó principalmente en una rebaja en la tasa de cotización; además, se estableció la entrega de un bono de reconocimiento por las cotizaciones que los trabajadores hubieran efectuado en el sistema antiguo. En definitiva la reforma al sistema de pensiones se insertó en un proceso más amplio de transformaciones estructurales en la economía chilena.

En mayo de 1981 empezó a funcionar un sistema de pensiones basado en la capitalización individual, destinado a los trabajadores y administrado por instituciones privadas. El sistema de pensiones implementado se apoya fundamentalmente en cuatro principios básicos.

- Administración privada de los fondos de pensiones.
- La propiedad individual por parte de los trabajadores, de los fondos que acumulen para su pensión.

- La maximización de las utilidades a través de la capitalización individual, es decir, el retorno de la inversión.
- El Estado cumple un papel de subsidiario.

Es importante mencionar que la reforma ha ido eliminando paulatinamente el sistema de reparto estatal, debido a que por un lado, se prohibió el ingreso a este sistema de nuevos afiliados, por cuanto se dispuso que todos aquellos sujetos que se incorporaran a la actividad productiva deberían afiliarse como única opción al sistema privado de pensiones (de forma obligatoria para los trabajadores dependientes y voluntaria para los independientes). Por otro lado, los que se encontraban en ese momento cotizando para el sistema estatal podían seguirlo haciendo, pero se les dio también la opción de trasladarse al nuevo sistema.

Es preciso comprender que el Sistema de Capitalización Individual impuesto por el nuevo régimen tiene naturaleza sustitutiva, tomando en cuenta al sistema de reparto estatal como un sistema que sería mantenido temporalmente. *"En 1981 Chile reemplazó el antiguo régimen público de reparto por otro, totalmente capitalizado y entregado a la gestión privada, donde cada persona tiene su cuenta individual... La afiliación al sistema es obligatoria para todos los asalariados de los sectores público y privado que se incorporan a la fuerza de trabajo, y optativa para los trabajadores independientes"* (Queisser, Monika. "Después de Chile: la segunda generación de reformas en América Latina". En: Revista Internacional de Seguridad Social. N° 48, volumen 3, págs 32-33).

*"En Chile, el antiguo sistema se cerró inmediatamente para las personas que ingresaban en la vida económica activa, y está desapareciendo poco a poco"* (Macías Muñoz, Oswaldo. "El Sistema Chileno de Pensiones". En Seguridad Social. N° 203, noviembre-diciembre 1996, pág 81).

*"Desde 1983, la afiliación es obligatoria para todos los trabajadores dependientes y optativa para los trabajadores independientes o que se encuentren adscritos al antiguo sistema de pensiones"* (Queisser, Monika. "Después de Chile: la segunda generación de reformas en América Latina". En: Revista Internacional de Seguridad Social. N° 48, volumen 3, págs 37).

Este régimen se creó con la idea de ser un sistema único y no discriminador, otorgando los mismos beneficios a todos los trabajadores, independientemente de su actividad específica o del sector económico en el que laboran. Se fijaron iguales cotizaciones y condiciones para acceder a los beneficios para todos. Es muy diferente al sistema anterior, basado en la mayor o menor cuota de poder.

En su estructuración inicial se limitó a otorgar pensiones por concepto de vejez, invalidez y sobrevivencia. Posteriormente se agregaron otros beneficios de tipo no previsional, tales como la administración de cuentas de ahorro voluntario y cuentas de indemnización.

Paralelamente se estableció un Sistema de Seguros Colectivos como parte del financiamiento de las pensiones de invalidez y sobrevivencia, pues la alternativa de

seguro individual resulta en cualquier medio muy costoso para los trabajadores. Estos se cancelan a través de la prima que pagan los afiliados al momento de verificar su ingreso al sistema.

Se estableció por Ley, que la Administración de los Fondos de Pensiones estaría a cargo de Sociedades Anónimas denominadas Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP) con el fin de promover la eficiencia y garantizar la maximización del valor de las pensiones.

Es importante destacar que como medida de seguridad en cuanto a la administración de los recursos, se estableció como reglamento básico la separación patrimonial de la Administradora y los fondos, de forma tal que la rentabilidad de los fondos acumulados por el trabajador fuese resultante de la inversión y que no dependiera del resultado del negocio de la administración propiamente. Bajo el mismo concepto de seguridad para el trabajador, se les exige a las AFP, mantener un encaje mínimo de 1% del Fondo de Pensiones que administren.

La AFP están facultadas para pagar pensiones de vejez, invalidez y sobrevivencia, así como recaudar las cotizaciones correspondientes, administrar las cuentas individuales de los trabajadores, invertir los fondos de pensiones, tramitar la obtención del Bono de Reconocimiento y administrar cuentas de indemnización.

En principio, las administradoras únicamente podían dedicarse a la administración de fondos destinados al otorgamiento de pensiones. Posteriormente se les posibilita la captación de recursos con otros fines. Como el caso del ahorro voluntario, ocurre que los trabajadores afiliados efectúan aportes adicionales a la cuenta de capitalización, con el objeto de acrecentar su saldo y aumentar el monto de su pensión ó adelantar su edad de retiro.

Los ingresos de las entidades dedicadas a la Administración provienen del cobro de comisiones autorizadas por Ley, así como por la inversión del Encaje y otras fuentes operacionales y no operacionales.

Las AFP se rigen por el principio de la libre competencia, en cuanto a la captación de afiliados, siempre y cuando cumplan con las condiciones mínimas de protección al consumidor impuestas y fiscalizadas por el órgano Contralor, la Superintendencia de Administradoras de Fondos de Pensiones. De la misma forma, el trabajador tiene la libertad de elegir la entidad que va a administrar sus recursos, teniendo la posibilidad de trasladarse de AFP en cualquier momento con la inconveniencia de que le genera altos gastos administrativos.

Deben afiliarse a través de las Administradoras que elijan, todos los trabajadores dependientes, cualquiera que sea su actividad laboral, que hayan iniciado labores a partir de 1983. Además pueden afiliarse los trabajadores que registren imposiciones en el antiguo sistema con anterioridad a ese año y por otro lado también pueden afiliarse aquellos trabajadores independientes que ejerzan una actividad mediante la cual obtengan una renta no inferior a un ingreso mínimo.

Los afiliados deben realizar durante su vida activa una serie de aportaciones, recaudadas por las Administradoras. Estos aportes implican el depósito en la cuenta individual del 10% de la remuneración imponible. Además existe una cuota adicional fijada por las AFP que es un porcentaje de la remuneración imponible. Estos recursos se utilizan para financiar las Pensiones de Invalidez y Sobrevivencia en caso de que el trabajador se invalide o muera antes de cumplir la edad legal para pensionarse por vejez. Para acceder a los beneficios de las pensiones por vejez, los trabajadores requieren tener una edad exacta de 65 años si son hombres y de 60 si son mujeres, más 20 años de contribuciones.

#### **2.2.1.2. En México**

La Seguridad Social ha sido uno de los pilares fundamentales de la política social en México. Por ende, el sistema de pensiones para los trabajadores afiliados al Instituto Mexicano del Seguro Social, es de gran importancia, ya que ha otorgado pensiones a muchas generaciones de trabajadores mexicanos. Sin embargo, ante los cambios



demográficos vividos en el país, la inviabilidad financiera y las desigualdades que genera actualmente el propio sistema, se hizo necesaria su reforma.

El cambio principal se verificó al pasar de un esquema de reparto con beneficios definidos a uno en el cual las pensiones que se reciben dependen del monto acumulado a lo largo de la vida laboral.

La Nueva Ley del Seguro Social y la Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro (SAR) establecen y regulan el Nuevo Sistema de Pensiones, que entró en vigor el 1 de julio de 1997. La Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro (publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 23 de mayo de 1996) tiene como objeto primordial, regular el funcionamiento de los sistemas de ahorro para el retiro y la supervisión de los participantes en dichos sistemas. El órgano administrativo responsable de esta regulación es la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro CONSAR.

Asimismo, la Ley define a los Sistemas de Ahorro para el Retiro como los regulados por las Leyes de Seguridad Social que prevén que las aportaciones de los trabajadores, de los patrones y del Gobierno sean manejadas a través de cuentas individuales, propiedad de los trabajadores, con el fin de acumular saldos que se aplicarán para fines de previsión social, es decir, para la obtención o complemento de las pensiones.

Los sistemas de Ahorro para el Retiro se crearon con el objetivo de mejorar la situación económica de los trabajadores al momento de retirarse, incapacitarse temporal, ó bien, para mejorar la situación económica de su familia en caso de su fallecimiento. Para su creación se llevaron a cabo diversas reformas a la Leyes del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE). Entre estas reformas se encuentra prevista la participación de los institutos de Seguridad Social, de dependencias e instituciones gubernamentales y entidades financieras en los sistemas de ahorro para el retiro.

Para lograr una coordinación entre las dependencias, entidades, instituciones de crédito y entidades financieras de aquellos que participan en el SAR, se crea la Ley para la Coordinación de los Sistemas de Ahorro para el Retiro en donde se establece la creación de CONSAR, como órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, cuyos objetivos se recitan enseguida:

- Garantizar una pensión digna a través de un sistema más justo y viable financieramente.
- Respetar los derechos adquiridos por los trabajadores en el sistema anterior. El trabajador tendrá la posibilidad de elegir la pensión otorgada por el sistema anterior o el nuevo.
- Motivar la participación activa del trabajador, asegurando la plena propiedad y control del trabajador sobre sus ahorros y permitiendo elegir libremente la

Administradora de Fondos de Ahorro para el Retiro (AFORE) que administrará los recursos de su cuenta individual de ahorro para el retiro.

- Dar acceso al mercado financiero a sectores que no lo tienen.
- Fomentar el ahorro como base para el crecimiento económico y el desarrollo del mercado financiero del país.
- Promover la administración transparente de los recursos de los trabajadores, canalizándolos a fomentar actividades productivas para el desarrollo nacional, a través del impulso de inversiones en infraestructura que a su vez generen empleos para los mexicanos.

Por otra parte, el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) es un organismo descentralizado que fue creado por la Ley del Seguro Social, expedida el 19 de enero de 1943 como resultado de las demandas obreras. En esta Ley se contemplaba, dentro de sus disposiciones, que los seguros y prestaciones, sólo eran aplicables a los individuos que estuvieran sujetos a una relación laboral. Sin embargo, en 1972 se modifica esta Ley, derogando la anterior y estableciéndose la incorporación voluntaria de los trabajadores no asalariados al régimen obligatorio del IMSS.

De igual forma, el 24 de febrero de 1992, se adiciona a la Ley del Seguro Social, el Capítulo V Bis denominado "Del Seguro del Retiro" a través del cual se incorpora el Sistema de Ahorro para el Retiro (SAR) con los artículos 183-A al 183-S. Cabe señalar

que este sistema al igual que en la Ley del ISSSTE fue considerado como un sistema complementario de las pensiones que se venían otorgando, el cual repercutirá en un beneficio de carácter económico hacia el trabajador y ayude a elevar la calidad de los servicios y prestaciones que se ofrecían.

No obstante, el 21 de diciembre de 1995, se efectúa nuevamente una reforma a la Ley del Seguro Social, derogando la anterior. De este modo, la nueva Ley del Seguro Social, modifica su régimen obligatorio, al separar la Invalidez y Muerte de la Cesantía y Vejez y cambiando la denominación del seguro de muerte por el de vida, quedando como Invalidez y Vida (IV) y, además, unir el Seguro de Retiro con Cesantía en Edad Avanzada y Vejez (RCV). Al entrar en vigor el Nuevo Sistema de Pensiones, aquellos trabajadores que al momento de pensionarse hayan cotizado en el IMSS bajo la Ley anterior, podrán elegir bajo qué régimen quisieran hacerlo, ya sea con el actual o con el que entró en vigor a partir del 1º de julio de 1997.

Es importante también señalar que con este Nuevo Sistema de Pensiones (NSP) los trabajadores no perderán los recursos del SAR anterior sino que cada trabajador propietario los traspasará a su nueva cuenta individual. Las personas que comenzaron su vida laboral a partir del 1º de julio de 1997 se registrarán exclusivamente con el NSP. Por otro lado el IMSS continuará pagando las pensiones de los ya pensionados, incrementándose en la misma manera que el salario mínimo, con los recursos de las aportaciones que ha realizado el Estado.

Las cuotas y aportaciones pagadas por el patrón son depositadas en una cuenta individual a nombre de trabajador que a su vez se subdivide en una subcuenta de retiro y otra de vivienda. También a través del patrón se pueden realizar aportaciones a la cuenta individual que serán equivalentes a un máximo de 10 veces el salario mínimo del Distrito Federal para la subcuenta de retiro y de 5 veces el salario mínimo del Distrito Federal para la subcuenta de vivienda, mismos que se retirarán al cumplir con alguno de los supuestos para obtener una pensión.

En el NSP se contempla una tercera subcuenta de aportaciones voluntarias, en donde el trabajador podrá ahorrar adicionalmente. Los recursos de la Subcuenta de Aportaciones Voluntarias podrán ser retirados una vez cada seis meses, dando para ello aviso a la administradora en el tiempo que los establecen los contratos previamente aprobados por la comisión.

El Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) creado el 31 de diciembre de 1959 como un organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonios propios, cumple con lineamientos generales para asegurar el otorgamiento y la cobertura de las prestaciones básicas, procurando atención médica, la garantía de pensiones, la ampliación de créditos personales y de vivienda, entre otros, a los trabajadores al servicio del Estado.

El SAR para los trabajadores al servicio del Estado es considerado como una aportación complementaria a la pensión otorgada por este Instituto y continúa vigente debido a que la Ley del ISSSTE no ha tenido modificaciones, para cambiar su régimen de pensiones.

### **2.2.1.3. Caso de Argentina**

Es de gran utilidad tomar en consideración el proceso llevado a cabo en Argentina, por ser uno de los países latinoamericanos que implementó un sistema "mixto", entendiendo como tal al sistema de pensiones que permite la incorporación del financiamiento individual para el futuro, además del financiamiento de reparto. Este último por lo general es administrado por el Estado. La reforma aplicada en Argentina tiene su fundamento en la Ley "24.241" conocida como "El sistema Integrado de Jubilaciones y Pensiones (SIJP)", promulgada en 1993 la cual entra en vigencia en julio de 1994.

Entre los principales cambios aplicados al sistema se puede mencionar el papel que cumple el sector público y la incorporación de empresas del sector privado como captadoras de recursos de los ahorrantes.

Las pensiones otorgadas por el Estado tienen un carácter básico y son complementadas por el Fondo de Capitalización Individual manejado por las

Administradoras de Fondos de Jubilación y Pensión (AFJP). Aún así, estos entes administradores no son exclusivamente del sector privado además de dedicarse a otras actividades como la banca, los seguros etc.

El sistema es obligatorio para todos los trabajadores, salvo escasas excepciones que contempla la Ley. La fuerza laboral que venía cotizando al sistema colectivo antes de que rigiera la nueva Ley tiene el derecho de elegir el sistema que mejor le convenga, ya sea permanecer en el sistema de reparto o trasladarse al sistema mixto pero no a la inversa. De la misma manera, los nuevos cotizantes tienen la opción de elegir el sistema de su preferencia.

En el sistema de reparto las contribuciones se componen de la siguiente manera: los trabajadores en relación de dependencia aportan el 11% de su remuneración, los empleadores el 16% de las mismas y los autónomos el 27% de sus ingresos.

El régimen de capitalización se financia con los 11 puntos que aportan los trabajadores en relación de dependencia y con los 11 restantes de los 27 puntos de los aportes de los trabajadores autónomos, ya que los otros 16 puntos de los empleadores y de los asalariados por cuenta propia se dirigen al componente colectivo mixto. Ambos sistemas vigentes exigen 30 años de contribuciones para poder retirarse. También cuentan con una pensión básica que es estimada cada dos años de acuerdo con los ingresos de las contribuciones y con el número de asegurados.

La diferencia radica en que el sistema de reparto cuenta con una pensión adicional calculada como un porcentaje del salario básico que se creó como un incentivo para los asegurados que permanecieran en el sistema. Por otro lado, el componente de capitalización individual del sistema mixto, paga una pensión suplementaria basada en el fondo acumulado en la cuenta individual.

En el caso Argentino, existen 13 Administradoras de Pensiones donde sobresalen con una mayor participación tanto de afiliados como de aportantes las llamadas Orígenes, Consolidar, Máxima y Siembra ya que entre ellas manejan más del 65% de los afiliados y aportantes de la Nación.

Cabe resaltar que Argentina tenía el régimen de pensiones más antiguo y más cercano a la etapa de madurez, con una amplia cobertura, sumamente afectada por la evasión, y una tasa de dependencia del sistema en veloz aumento.

A lo largo de la década de 1980, el sistema no pudo cumplir repetidas veces sus obligaciones hacia los pensionados, y las muchas tentativas de restablecer el equilibrio financiero resultaron infructuosas.

#### **2.2.1.4. Sistema en Colombia**



El sistema de Colombia tenía 20 años de antigüedad, no había llegado a la etapa de madurez y no estaba expuesto aún a las presiones demográficas, pero a causa de una evasión muy difundida, ya atravesaba dificultades financieras. El campo de aplicación era limitado y alcanzaba sólo al 25% de la población económicamente activa. En Perú la proporción de trabajadores era cubierta por el antiguo sistema de pensiones que no superaba el 20%.

Tanto en Colombia como en Perú y a diferencia de Chile, se dá la coexistencia permanente del régimen de pensiones público y el privado. Mientras que en Chile el antiguo sistema cerró el ingreso de nuevos trabajadores, países como estos rechazaron esta estrategia.

El nuevo régimen privado se concibió como alternativa al público, y se ofreció a los afiliados la opción: de un régimen de prestaciones definidas fundado en el método de reparto a otro de cotizaciones definidas totalmente capitalizado y con cuentas individuales.

En Colombia se permite a los principiantes el traspaso entre regímenes públicos y privados, cada tres años, en Perú esta posibilidad fue dada en un comienzo, pero ya no se permite. En ambos países los adherentes que no efectúan una elección expresa son inscritos en el sistema público, ninguno de los países estableció la obligación de que las personas que ingresaban a la vida activa, o las que estuvieran por debajo de una edad

determinada, se afiliaran al nuevo régimen. La tendencia es que los nuevos regímenes atraigan predominantemente a los jóvenes afiliados, que en los antiguos queden los viejos y así dejen de funcionar en forma gradual. No obstante para que este mecanismo opere según lo previsto, es preciso crear condiciones que inciten a los jóvenes a elegir los nuevos regímenes y permanecer en ellos.

Al igual que el modelo chileno, se aplicaron varias medidas para restar atractivo al antiguo régimen: se unificaron regímenes de jubilación, se redujeron las ventajas de que gozaban algunos grupos, se elevó la edad pensionable y las condiciones de adquisición de derechos se hicieron más rigurosas. En Colombia la edad de jubilación se elevó de 60 y 55 años a 62 y 57, para hombres y mujeres respectivamente en el régimen público. Los hombres de 40 años en adelante y las mujeres de 35 ó más a la fecha de la reforma conservan el derecho de jubilarse en el marco de las condiciones anteriores, más generosas.

En lo que concierne a la estructura y a la concepción del sistema privado, este segundo pilar de pensiones está constituido, al igual que en el ejemplo chileno, por compañías administradoras de fondos descentralizados destinadas a gestionar cada una un sólo fondo de pensiones. Los adherentes tienen derecho a poseer su cuenta individual y a pasar de una compañía a otra.

Todos los sistemas han sido estrictamente reglamentados y se hallan sometidos a la supervisión de un organismo especial; en Colombia, en lugar de crear una entidad separada, se formó un nuevo departamento dentro de la Institución encargada de la supervisión de los bancos. Se exige que las Administradoras de Fondos de Pensiones den a conocer periódicamente la información sobre los balances y las tasas de rendimiento.

Colombia no ofreció incentivos financieros para alentar el traspaso al nuevo sistema. Mientras tanto en Perú, se concedió por única vez un incremento de 13.5%, aplicable al salario bruto de las personas que pasaran al régimen privado. Pero al mismo tiempo, las condiciones de cotización tomaron el rumbo opuesto: en el sistema público las tasas equivalen a 9%, de este porcentaje los empleados pagan sólo 3% y los empleadores 6%. Los afiliados de las AFP aportan 15% de sus salarios y no existen contribuciones patronales. En Colombia las tasas de cotización son uniformes y se elevan progresivamente tanto en el sistema público como en el privado hasta un tope máximo. El régimen tiene una característica especial, que es interesante: todos los afiliados que ganan más del cuádruple de salario mínimo efectúan una contribución suplementaria, de solidaridad, igual a 1% de sus ingresos; el producto, completado por transferencias presupuestarias, se utiliza para subvencionar las cotizaciones de ciertos grupos de personas pobres y ampliar la cobertura del régimen de seguridad social. En Perú, los adherentes del sistema AFP también deben efectuar un aporte adicional de 1% que se aplica a la subvención del régimen público.

En general y cada uno con sus características propias, los nuevos regímenes de pensiones que se han puesto en marcha en América Latina no han funcionado el tiempo suficiente para extraer conclusiones definitivas. Tal vez se han observado irregularidades en el pago de las cotizaciones retenidas por lo empleadores como en el caso de Perú. El Gobierno ha demorado la emisión de bonos privando a las administradoras de fondos de instrumentos para las inversiones.

En Colombia se han presentado otros problemas: hasta 1996 las cotizaciones de los afiliados al antiguo sistema que pasaron al nuevo, aún las recauda el sistema público, y la transferencia de las mismas a las AFP han suscitado problemas. Además, al igual que en otros países hispanos, se presenta la dificultad de la extrema fragmentación de los regímenes del sector público y la descentralización fiscal. Esta serie de dificultades ha ameritado operaciones complejas difíciles de instrumentar que amenazan poner en peligro la credibilidad de toda la reforma. Un aspecto positivo es que la creciente competencia del sector privado ha redundado en mejoras administrativas dentro del régimen público de pensiones.

De una u otra forma, los factores que determinarán el éxito de las reformas son la coherencia, el consenso y la credibilidad como lo ha demostrado el caso chileno. Lo cierto es que el lanzamiento de los nuevos sistemas ha desencadenado en todos los países amplias campañas de información y de relaciones públicas entre las compañías competidoras, y las transferencias y captación de afiliados ha sido masiva.

Los expertos han considerado aún prematuro cualquier análisis profundo del éxito o fracaso de estas reformas en América Latina. Aún así es importante mencionar que en Latinoamérica *"hoy día los montos acumulados en los fondos de pensión representan la mitad de los activos bancarios, un tercio de la capitalización bursátil y casi el doble de las exportaciones"* (Sánz, Luis. "Reforma de los sistemas de pensiones en Latinoamérica". En: Revista INCAE, N° 1. Volumen XI, 1998, pág 44).

## **2.3. PLANES DE PENSIONES COMPLEMENTARIAS EN COSTA RICA**

### **2.3.1. ASPECTO GENERALES DE LOS SISTEMAS PREVISIONALES FORMALES**

Los sistemas de previsión de carácter formal, nacen a raíz del surgimiento y auge que presenta la seguridad social durante la primera mitad del siglo veinte. Una gran parte de los sistemas formales iniciaron con una participación directa del Estado, quien asumió tanto las funciones de administrador como de regulador.

Considerando la forma en la que los sistemas previsionales formales obtienen los fondos que manejan, se puede distinguir dos tipos:

#### **2.3.1.1. Sistemas de Reparto**

Dentro de esta clasificación se ubica el Sistema de Invalidez, Vejez y Muerte de la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS), así como algunos otros regímenes que se comentarán posteriormente.

Algunas de las principales características de los sistemas de reparto son:

- ofrecer beneficios, lo cual quiere decir que el monto que se determina como pensión para cada individuo, está determinado por una serie de regulaciones y lineamientos predeterminados y no tiene una relación directa con el monto total aportado durante su vida laboral;
- existe un fondo común al que se destinan todos los aportes;
- los aportes provienen de los patronos y de los trabajadores, en porcentajes que cada sistema determina;
- tienen una administración centralizada, en la mayoría de los casos a cargo del Estado;

Este sistema fue el primero en utilizarse, se llegó a dar una generalización en el ámbito mundial ya que fue considerado por muchos años como el método o el programa de previsión social ideal. En la mayoría de los casos se mantiene hasta la fecha, aunque en algunos se ha modificado para adaptarlo a la realidad de cada país y en otros, ha sido

necesario buscar otras opciones adicionales, debido a que en las últimas décadas se han comenzado a reconocer las fallas de los sistemas de reparto.

Primeramente se debe destacar el desequilibrio demográfico provocado por el aumento en la esperanza de vida y la disminución en la tasa de natalidad lo que causa un mayor número de adultos mayores con todos los derechos de disfrutar de una pensión y una menor cantidad de jóvenes que ingresan al mundo laboral para realizar sus aportes al fondo de pensiones.

Esto ha provocado que en muchas ocasiones el Estado haya debido desembolsar de su presupuesto, recursos para subsanar la creciente falta de dinero para cubrir los montos que por concepto de pensiones deben pagarse mensualmente. Situación que, en el caso específico de Costa Rica, ha sido muy comentada en la última década y que ha dado pie para que se inicien modificaciones en la mayoría de los regímenes de pensiones y jubilaciones existentes en el país.

Por otro lado y no menos importante es la realidad inflacionaria que aqueja a la gran mayoría de los países latinoamericanos y de la cual Costa Rica no ha escapado. Este fenómeno incide directamente en el valor real de la pensión, ya que aunque en un principio puede estar adecuada a las necesidades personales, con el paso del tiempo sufre de una importante pérdida de su valor adquisitivo, ya que en general no se cuentan con medidas para adecuar el monto de las pensiones a los índices inflacionarios del país.

Podrían resumirse los aspectos negativos de los sistemas de reparto como *"inequidad, ineficiencia y debilidad en la consecución de sus objetivos primordiales. Según se argumenta la inequidad se dá por cuanto los beneficios que otorgan estos sistemas no son sostenibles, sino que tienden a reducirse a lo largo del tiempo, dándose una desigualdad entre las generaciones. La ineficiencia se considera como producto de los escasos rendimientos de los manejados por los sistemas tradicionales y los altos costos de su administración. Por su parte la debilidad de este tipo de sistema para coadyuvar al desarrollo económico de una nación, se relaciona principalmente con las funciones para la redistribución y de acumulación de ahorro de los regímenes de pensiones para la ancianidad, las cuales no estimulan mayormente el ahorro nacional"* (Araya Vargas, Liseth, y otra. "Marco Jurídico de los Fondos Privados de Pensiones Complementarias. ¿Una adecuada herramienta para enfrentar el futuro?". UCR, 1998, op. cit., pág 8).

Los sistemas tradicionales de pensiones, basados en esuemas o regímenes de reparto con beneficios definidos, se sustentan en principios de solidaridad intergeneracional y de confianza en la permanencia de ese sistema. En un período determinado, las generaciones que participan en la actividad económica cotizan para proveer recursos a las generaciones en edad de retiro y confían en que, llegado su tiempo, las generaciones futuras cotizarán para proporcionar los recursos cuando las primeras lleguen a la edad del retiro.



Básicamente funciona con los aportes de los trabajadores a un fondo común o no diferenciado, del cual se destina una suma determinada a cada persona que por una u otra razón ya se encuentre pensionada y en su momento haya aportado al fondo.

De lo anterior se deduce que este sistema depende directamente de la relación que exista entre el número de personas laboralmente activas y aquellas ya retiradas, para permitir que el saldo del fondo sea positivo y logre cubrir a quienes corresponde. Este es uno de los aspectos que ha comenzado a dificultar la viabilidad de continuar con los sistemas de reparto tal y como se han aplicado hasta la fecha, por el problema de desequilibrio demográfico anteriormente comentado.

En un sistema de reparto no existe la acumulación de fondos (más que los fondos de reserva), ya que los recursos se obtienen y gastan sobre la marcha, no hay propiedad individual de los fondos obtenidos por las cotizaciones, y los beneficios no dependen de los esfuerzos, sino que están definidos de antemano; es decir, en este sistema no existen cuentas de capitalización individual, sino que los aportes ingresan a un fondo común y los recursos se obtienen por medio de una forma de financiamiento sobre la marcha.

*Se dice que "un sistema de reparto funciona como un esquema de impuestos y subsidios. En virtud de ese esquema, los trabajadores activos deben aportar obligatoriamente para generar así los recursos con los cuales hacer frente al pago de jubilaciones y pensiones. La obligatoriedad emana del poder de coerción del Estado, y*

*el beneficio provisional es en realidad para el aportante una promesa de mantener el estado de situación de modo que también en el futuro se hagan cargo los trabajadores de financiar las jubilaciones y pensiones"* (Demarco, Gustavo. "Reflexiones sobre las Reformas Previsionales en América Latina y las Alternativas en Análisis en Costa Rica". San José. En: Boletín Informativo N°2, Superintendencia de Pensiones, Julio 1997, pág 2). Es decir, que el trabajador debe cumplir con sus aportes por un período determinado para garantizarse el derecho de recibir en el momento de su jubilación la pensión que le corresponde.

### **2.3.1.2. Sistemas de Capitalización**

El segundo tipo de sistema de previsión se denomina de capitalización, en este caso las principales características son:

- Los aporte son definidos.
- Los ingresos se distribuyen en cuentas individuales, una para cada afiliado.
- Los beneficios económicos del cotizante tienen una relación directa con el monto que ha aportado a su fondo.
- Se deduce de las ganancias un monto por gastos de administración.
- Se aplica el concepto de ahorro a largo plazo.
- El fin único del dinero acumulado es el de ser distribuido en caso de Invalidez, Vejez ó Muerte.

Son contribuciones definidas igual que en el sistema de reparto, pero con algunas variaciones ya puede darse un aporte de carácter obligatorio si se acuerda deducir del salario un porcentaje determinado para destinarlo al fondo, o también existe el denominado aporte voluntario, que se presenta cuando la persona es quien selecciona la empresa que desea le administre su cuenta y cuanto será su aporte al fondo.

Dentro de este sistema de previsión, se pueden distinguir dos tipos de fondos de capitalización: el individual y el colectivo, que están claramente diferenciados aunque se rigen por los mismo principios.

#### **2.3.1.2.1. Sistemas de Capitalización Individual**

*La capitalización individual consiste en un sistema donde "los aportes de cada trabajador se acumulan en una cuenta individual en un fondo que se encargará de administrarla. Los aportes registrados en la cuenta individual se incrementan de acuerdo con la rentabilidad que el fondo haya obtenido mediante la inversión de los recursos por él administrados. La cuantía de la pensión dependerá del capital acumulado, que a su vez estará condicionado por el monto de las contribuciones aportadas por cada interesado, del número de años de aportes y de la rentabilidad obtenida en las inversiones"* (Araya Vargas, Liseth. "Marco Jurídico de los Fondos Privados de Pensiones Complementarias. ¿Una adecuada herramienta para enfrentar el futuro?". UCR, 1998, op. cit., Pág 12).

A este sistema de le anotan ventajas tales como que tiende a fomentar el desarrollo del mercado de valores y el ahorro nacional; los beneficios dependen del esfuerzo individual realizado por el cotizante dependiendo de sus aportes; además, permite una mayor libertad entre el afiliado y el sistema, ya que las condiciones de afiliación, los beneficios y la cuenta se mantienen aunque se cambie de actividad o de ocupación. Por otro lado, se le atañen desventajas como altos costos de administración y se critica el hecho de que no son la solución más óptima al sistema tradicional de pensiones, ya que los fondos no siempre producirán los resultados esperados al estar sujetos al éxito de las inversiones realizadas con los mismos. Sin embargo, esta es la modalidad más popular en materia de pensiones, quizás porque se adecua más a las necesidades económicas actuales.

#### 2.3.1.2.2. Sistemas de Capitalización Colectiva

Este tipo de capitalización estima la totalidad de los aportes de los activos como un todo y satisface las prestaciones que éstos requieran en algún instante, considerándolos también como un todo. Aquí las reservas generadas son inferiores a las que resultarían con la capitalización individual, pero existe un tipo de subsidio cruzado entre los diferentes participantes del plan.

La desventaja de este tipo de capitalización, es que fácilmente se desnaturaliza, pues muchas veces termina funcionando disfrazadamente como un sistema de reparto.

### **2.3.1.3. Fondos de Pensiones Complementarias**

El ejemplo más claro de un sistema de capitalización lo constituyen los fondos privados de pensiones, comercialmente conocidos como Planes de Pensiones Complementarias PPC.

*Este tipo de fondo "se va constituyendo con la acumulación de los capitales aportados por los afiliados y cotizantes, más el rendimiento que se va obteniendo de esas inversiones, una vez deducidas las comisiones. Estos recursos constituyen un patrimonio que pertenece a los participantes de los Planes de pensiones razón por la cual requiere una administración en forma independiente y separada del patrimonio de la operadora"* (Superintendencia de Pensiones. "Boletín Informativo N°1", San José, mayo 1997, Pág 6).

Como ya se mencionó cada cuenta dentro del fondo debe estar claramente separada por cotizante, de forma tal que en cada una se acumulen las cuotas y los beneficios correspondientes a la inversión de los mismos. Los aportes son obligatorios, mensuales y el mismo afiliado establece el monto del aporte al firmar el contrato, obviamente adecuándose a las características del plan.

El término "complementarias" se utiliza para señalar que estos mismos sistemas han sido creados con la finalidad de brindar un ingreso adicional o complementario a la pensión que otorga el sistema tradicional de cada país, con la finalidad de permitir al

jubilado mantener el nivel de vida al que ha estado acostumbrado durante su vida laboral.

En este punto se hace necesario comentar algunos de los aspectos característicos de un fondo privado de pensiones complementarias:

- Estos Planes tienen la finalidad única y específica de administrar los fondos
- Dado el objetivo de estos fondos, son inversiones a largo plazo, ya que el trabajador cotizará durante la mayor parte de su vida laboral, alrededor de 20 a 30 años.
- Las empresas administradoras pueden ser tanto empresas privadas como públicas.
- El patrimonio de estas Operadoras debe estar claramente separado del dinero que conforma el fondo de pensiones.
- Cada afiliado posee una cuenta individual de ahorro de la cual es propietario.
- Existe un ente regulador, generalmente de carácter estatal. En el caso de Costa Rica, esta función cae sobre la Superintendencia de Pensiones.
- Existe una normativa destinada a regular la inversión del dinero de los fondos.
- Bajo ciertas condiciones se pueden realizar retiros anticipados.
- Dado lo anterior, las Operadoras deben conocer el valor diario de cada cuenta.
- Generalmente se otorgan ventajas fiscales.

#### **2.3.1.4. Breve Retrospección de los Sistemas Previsionales Formales en Costa Rica**

En un principio las pensiones eran sólo para algunos pocos que cumplieran con características especiales, tal es el caso de los militares. En el año 1886, se crea la Ley General de Educación Común, con la cual se establecen las bases para el posterior surgimiento del Régimen de Pensiones para Maestros.

En noviembre de 1941, durante la administración del Dr. Rafael Angel Calderón Guardia, el presidente en conjunto con Monseñor Sanabria, como representante de la Iglesia Católica y con el Lic. Manuel Mora Valverde en nombre de los obreros y campesinos, se presenta la Ley para constituir la Caja Costarricense del Seguro Social, aunque su aprobación se da hasta 1947.

Resulta interesante comentar que en América Latina la primera Ley que establece un sistema de seguridad social, se firma en Chile en el año 1924, bajo el nombre de Ley de Seguro Obligatorio de Enfermedad, Invalidez, Vejez y Muerte. Es de esta Ley que nuestro país toma las bases para el primer "Proyecto de Ley de Seguridad Social", para lo cual se envió a este país al Dr. Guillermo Padilla a estudiar la legislación existente.

Nuestro sistema de Seguro Social administra tres grandes áreas según se cita.

- El Seguro de Enfermedad y Maternidad
- El Seguro de Invalidez, Vejez y Muerte
- Un Sistema de Asistencia Social

La llegada de la Ley de la CCSS establece como obligatorio para todos los trabajadores, la asociación al régimen de Invalidez, Vejez y Muerte, que es el encargado de proporcionar las prestaciones económicas. Sin embargo, se establece como excepción para aquellos empleados que formaran parte de cualquier régimen de pensiones creado antes del 14 de noviembre de 1941.

El derecho al seguro social se garantiza en el artículo 73 de la Constitución Política de Costa Rica y se convierte en obligatorio e irrenunciable en su artículo 74. Como ya se mencionó es un régimen de reparto y por tanto, fundamentado en el principio de solidaridad.

En sus inicios la protección ofrecida solo llegó a cubrir a algunos empleados públicos y muy pocos del sector privado, dejando de lado a los trabajadores de las zonas rurales, generalmente dedicados a la producción agraria y en forma independiente, así como a los familiares sin salario de los patronos.

No es sino hasta el año 1947 cuando se inicia la ampliación de la cobertura del régimen al incluirse a los empleados de las Instituciones y Empresas Públicas ó Privadas. En 1959, se incluye a los empleados del Banco Nacional, en 1960 los trabajadores del Tribunal Supremo de Elecciones y de las Instituciones Autónomas, en 1969 se unen los



trabajadores del Muelle y Ferrocarril al Pacífico, en 1973 se agrega a la lista los beneficiados a las empleadas domésticas, jardineros y choferes y en 1975 finalmente se incluye a los trabajadores agrícolas y de ganadería. Además se establece el Régimen No Contributivo de Pensiones por Monto Básico, destinado a brindar pensiones a aquellas personas que no están en capacidad de hacer aportes al sistema de IVM.

Además de este régimen, durante los inicios del siglo veinte, se crearon diferentes regímenes destinados a proteger grupos específicos del sector público, en especial el Poder Judicial, las municipalidades y el Registro Público.

Todos estos sistemas de pensiones sobreviven a la creación del Régimen de IVM, destacando en primer lugar el régimen de los maestros que posteriormente dio vida al Fondo de Pensiones del Magisterio, así como el de Hacienda y el de Obras Públicas y Transportes ente otros, y que son conocidos como regímenes especiales.

En la última década se han hecho muchos cambios en estos regímenes, uno de los principales se dio mediante la Ley 7302 del 8 de julio de 1992, conocida como Ley Marco de Pensiones, cuando se unificaron los regímenes especiales que se describen a continuación:

- Régimen de Pensiones y Jubilaciones de los funcionarios el Registro Nacional: instaurado en el año 1939, incluye además de los empleados de esta institución, al

personal de la Administración Central del Ministerio de Justicia y de la Dirección General de Adaptación Social.

- Régimen de Pensiones y Jubilaciones de los Empleados de Comunicaciones: inició labores en el año 1940, sus miembros son los trabajadores de correos y telégrafo y los de la Administración Central del Ministerio de Gobernación.
- Régimen de Pensiones y Jubilaciones de Hacienda y el Poder Legislativo: que fue creado en 1943 e incluye a los empleados de las instituciones mencionadas así como a los del Tribunal Supremo de Elecciones, del Ministerio de Agricultura, de la Fábrica Nacional de Licores, de la Procuraduría General de la República, del Ministerio de Trabajo, del Servicio Civil, de la Empresa Nacional y los exmiembros de los Supremos Poderes.
- Régimen de Pensiones y Jubilaciones del Ministerio de Obras Públicas Transportes: Para los empleados de este ministerio el cual funciona desde 1944.
- También se incluyeron a todas las personas que se encontraban como candidatos para alguno de los siguientes regímenes no contributivos: Régimen de Pensiones e indemnizaciones de Guerra, Régimen de Beneméritos de la Patria y Régimen de Expresidentes.
- A partir de la Ley Marco de Pensiones, todo empleado nuevo que ingrese a laborar al Estado debe afiliarse al Régimen de IVM de la CCSS, con excepción de los nuevos miembros del Magisterio Nacional, del Poder Judicial, los Diputados y los Presidentes de la República, que se adhieren a su propio régimen.

Otro importante cambio que se ha dado en materia de pensiones, es la firma el 16 de enero del 2000 de la Ley 7983, conocida como "Ley de Protección al Trabajador". Para esta fecha se realizó un acto solemne en la Plaza de las Garantías Sociales, con presencia de trabajadores, empresarios, miembros del Gobierno y la Iglesia. El principal objetivo de esta Ley es crear un Régimen Obligatorio de pensiones Complementarias, lo que ha provocado un fuerte impacto en el mercado de las Operadoras, llegando a generar un despliegue publicitario a nivel nacional a través de todos los medios de comunicación. El aporte del análisis de los diferentes aspectos que ha originado esta Ley, se comentarán en diferentes secciones de esta investigación.

### 2.3.2. SISTEMAS DE PENSIONES EXISTENTES EN EL MERCADO NACIONAL

#### **2.3.2.1. Régimen de Invalidez, Vejez y Muerte de la Caja Costarricense del Seguro Social**

Como se ha comentado en las páginas anteriores, el Régimen de IVM de la CCSS ha sido durante muchos años el pilar de las pensiones del pueblo costarricense, además de ser un ejemplo típico de un sistema de pensiones de reparto.

Al momento de pensionarse, los trabajadores deben haber cumplido con una serie de requisitos para poder disfrutar de este derecho, que actualmente equivale a un 60%

del salario; porcentaje que aumentó gracias a la derogación del artículo 14 bis del Reglamento del Seguro de Invalidez, Vejez y Muerte, ya que anteriormente el pensionado solo recibía un 40% de su salario por concepto de pensión.

La Pensión por Vejez requiere 61 años y 11 meses de edad para los hombres con 462 cuotas como mínimo, y 59 años 11 meses para las mujeres y por lo menos 466 cuotas, ambos casos con un mínimo de cuotas de 240 y 65 años. Cumplido este período se procede a considerar los últimos 60 salarios, de los cuales se seleccionan los 48 mejores y se obtiene un promedio, este promedio se multiplica por el 60% y esta es la pensión que recibe el trabajador, la misma que se incrementa en enero y julio de cada año.

Si la pensión se debe otorgar por razones de invalidez, el trabajador debe haber perdido las dos terceras partes de sus capacidades para realizar su trabajo y debe haber efectuado por lo menos 36 aportes al fondo. Para la pensión por muerte, que reciben los beneficiarios del trabajador, es necesario que éste haya efectuado al menos 24 aportes o que ya recibiera una pensión de la CCSS.

Los aporte a este régimen están estructurados de la siguiente forma: 2,5% por parte del trabajador, un 4,75% del patrono y el Estado como tal entrega un 0,25%. En los casos en que el Estado también cumple un papel de patrono, éste realiza un doble aporte al fondo.

### **2.3.2.2. Regímenes Especiales**

Se denominan Regímenes Especiales aquellos sistemas de pensiones destinados a un grupo específico de trabajadores, generalmente ofrecen requisitos más favorables para el retiro del empleado. Por ejemplo, en muchos no se estipula una edad mínima de retiro sino que depende de los años de servicio.

Por muchos años existieron en nuestro país 17 regímenes especiales del sector público, de los cuales 10 son contributivos, tales como el Magisterio Nacional, Hacienda, Poder Judicial, Obras Públicas y Transportes, Comunicaciones y Registro de la Propiedad, Ferrocarril Eléctrico al Pacífico, Músicos, etc.

En el año 1992 los regímenes especiales sufrieron un importante cambio al unificarse en un solo sistema, a partir de esta unión los requisitos para que los miembros de estos sistemas obtengan su pensión, variaron.

Actualmente para que se otorgue en caso de invalidez, se requiere un mínimo de 36 cuotas mensuales. Para la pensión por vejez se presentan dos opciones:

- 60 años de edad y por lo menos 30 de cotizar

- 65 años de edad y más de 20 de cotizar

En el caso de la pensión por muerte, ésta se le otorga a la viuda o compañera, viudo inválido o mayor de 65 años, hijos menores de 18 años solteros, hijos inválidos, hijos menores de 22 años que estudien, hijas mayores de 55 años que vivan con cargo al fallecido, hijos menores adoptivos o ascendientes en ausencia de viuda, compañera ó huérfanos.

Debe recordarse que la mayoría de estos regímenes se encuentran cerrados a los nuevos empleados y que estas condiciones para pensionarse solo aplican para aquellos que están incluidos en el régimen especial.

### **2.3.2.3. Régimen del Poder Judicial**

Este régimen especial, es uno de los más fuertes que existen en la actualidad, se instituyó mediante la Ley 34 de junio de 1939 y cubre a los funcionarios judiciales y, adicionalmente, a los Magistrados del Tribunal Supremo de Elecciones y al Director del Registro Civil, siempre que en ambos casos, estos funcionarios hayan sido abogados que trabajaron un mínimo de cinco años con el Poder Judicial.

La regulación de este sistema se encuentra en la Ley Orgánica del Poder Judicial, en los artículos del 224 al 235, a lo largo de los cuales se establecen los requisitos para

acceder a una pensión, como proceder al cálculo de la misma y otras regularidades importantes.

El financiamiento de este fondo de pensiones, proviene de cuatro vías que se citan a continuación:

- Los actuales trabajadores
- El patrono (en este caso el Estado)
- Los empleados ya pensionados
- El Estado como tal
- Porcentaje sobre dinero en albacea del Poder Judicial.

La pensión se otorga a los empleados que hayan cumplido 62 años de edad y tengan al menos 30 de trabajar, ya sea en el Poder Judicial o en cualquier institución de la Administración Pública. En este caso la pensión consiste en un monto promedio de los últimos 24 salarios recibidos en el Poder Judicial.

Si la pensión se otorga por años de laborar pero la persona aún no cumple la edad necesaria, el monto se calcula en proporción a la edad que tiene el empleado para lo cual se obtendrá el promedio de los mejores 24 salarios y se multiplicará por la edad del empleado para luego dividir el monto entre 60.

Existe también la posibilidad de que el empleado se pensione por edad pero sin haber alcanzado los 30 años de laborar en el sector público, para este caso se multiplica el salario promedio (calculado igual que los anteriores) por los años trabajados y luego esto se divide entre 30. Para ser candidato a este tipo de cálculo, el servidor debe tener un mínimo de 10 años de trabajar en el Poder Judicial.

En relación con el cálculo de los años laborados se dice que *"para el cómputo del tiempo servido, no es necesario que los servidores del Poder Judicial hayan servido en él consecutivamente ni en puestos de igual categoría. Se tomarán en cuenta también los años de trabajo remunerado que se hubiesen servido en otras dependencias o instituciones públicas estatales, debiendo haber servido al Poder Judicial los últimos cinco años"* (Poder Judicial. "Ley Orgánica del Poder Judicial". 1939, art. 231).

La Ley Orgánica del Poder Judicial establece que ni las pensiones ni el dinero de Pensiones pueden ser embargados, cedidos o traspasados por ningún motivo, con excepción de cuando se trata de deudas por pensión alimenticia.

#### **2.3.2.4. Régimen del Magisterio Nacional**

Como ya se mencionó, este régimen tiene sus inicios en la Ley General de Educación Común de 1886, sin embargo su creación como tal corresponde a la Ley de Pensiones y Jubilaciones del Magisterio Nacional, del 5 de setiembre de 1958.



Tienen derecho a pertenecer a este régimen las personas que sean docentes en algún centro educativo público ó privado de cualquier tipo. También pertenecen aquellos que desempeñan labores administrativas en estas instituciones y en el Ministerio de Educación y finalmente los profesores regulares del Instituto Nacional de Aprendizaje.

Con la publicación de la Ley N°7531 del 13 de julio de 1995, en la cual se introducen una serie de reformas al régimen, se establece que éste se encuentra compuesto por:

- El régimen de pensiones otorgadas al amparo de la Ley N°2248 del 5 de setiembre de 1958 y sus reformas, excepto la reforma integral realizada mediante la Ley N° 7668 del 14 de noviembre de 1991.
- El régimen de pensiones otorgadas al amparo de la reforma introducida por la Ley N° 7268 del 14 de noviembre de 1991.
- El régimen transitorio de reparto
- El régimen de capitalización de pensiones y jubilaciones.

Este último régimen nace con esta Ley 7531 y sólo aplica para los educadores que sean nombrados después de la publicación en la Gaceta. El patrimonio de este sistema se encuentra completamente separado del Fondo de Pensiones y Jubilaciones del

Magisterio Nacional, al que sólo pueden pertenecer aquellos profesores que hayan sido nombrados antes del 15 de julio de 1995.

Con esta Ley se abre la opción a todos los afiliados, de solicitar el traslado de su sistema de pensiones al Régimen de Invalidez, Vejez y Muerte de la Caja Costarricense del Seguro Social; sin embargo, se establece como excepción que el personal administrativo que ingrese a trabajar luego de la publicación de esta Ley se integrará en forma directa al Régimen del Seguro Social.

El financiamiento de estos fondos proviene de las cuotas de los maestros activos, quienes aportan un 7% de su salario (existe la posibilidad de aumentar este porcentaje hasta un 9%). Los educadores pensionados aportan según la pensión que reciban de un 1,5% a un 7%. Aquellos cuya pensión sea menor a ₡30.000 mensuales no aportan. Por su parte, el Estado debe efectuar un desembolso doble, como patrono un 7% y como Estado otro 7%.

Para tener derecho a disfrutar de una pensión por vejez, se presentan tres opciones:

- se debe acumular un mínimo de 400 cuotas;
- contar con 240 cuotas con un mínimo de 20 años de laborar en el sector educativo;
- al cumplir 60 años de edad y haber cotizado 240 cuotas.

El monto a cancelar se estipula como un 80% del cálculo promedio de los últimos 48 mejores salarios recibidos, trabajando en el sector educativo.

En el caso de la pensión por invalidez, se deben haber efectuado no menos de 60 cotizaciones y haber sufrido la pérdida de las 2 terceras partes de sus capacidades para ejercer sus labores. El monto de la pensión será del 70% del promedio de los 48 mejores salarios y ésta podrá convertirse en pensión por vejez, cuando el educador alcance los 60 años de edad.

La administración del Fondo de Pensiones, está a cargo de la Junta de Pensiones y Jubilaciones del Magisterio Nacional, integrada por 6 miembros, cada uno representando alguno de los sectores educativos del país. Esta junta es supervisada por la Dirección Nacional de Pensiones del Ministerio de Trabajo.

### **III. PROCEDIMIENTOS METODOLOGICOS**

#### **3.1. TIPO DE INVESTIGACION**

Para conocer las características del mercado de las OPC se desarrollaron 6 estudios de tipo Exploratorio Descriptivo cuyos objetivos se describen a continuación.

##### **3.1.1. ESTUDIO N°1 CARACTERISTICAS DE LA AFILIACION A LAS OPC**

###### **3.1.1.1. Objetivos del estudio N°1**

- Detallar el Top of Mind de las OPC
- Identificar los principales elementos motivadores e inhibidores en la intención de afiliación a una OPC determinada.

### 3.1.2. ESTUDIO N°2 EXPECTATIVAS DE SERVICIO Y DE AFILIACION A LAS OPC

#### **3.1.2.1. Objetivos del estudio N°2**

- Explorar el conocimiento sobre ¿Qué es Pensión Complementaria?
- Identificar las expectativas de servicio y beneficios a recibir por parte de las OPC
- Identificar los factores de decisión tomados en cuenta para afiliarse a una OPC
- Identificar el momento en que un no afiliado planea a afiliarse a una OPC
- Explorar los factores que influyen en la selección del momento de afiliación

### 3.1.3. ESTUDIO N°3 INCIDENCIA Y PARTICIPACION DE LAS OPC

#### **3.1.3.1 Objetivos del estudio N°3**

- Identificar la proporción de la población económicamente activa en la gran Area Metropolitana
- Identificar la participación de cada OPC en el mercado en cantidad de afiliados y en salarios, representados según niveles socioeconómicos: A, B, C, D

#### 3.1.4. ESTUDIO N°4 SEMANTICA EN LA COMUNICACIÓN DE LAS OPC

##### **3.1.4.1. Objetivos del estudio N°4**

- Explorar los principales mensajes presentes en la comunicación de las OPC
- Identificar los elementos comunicacionales más valorados para la decisión de afiliación
- Identificar el tipo de figuras de referencia que eventualmente podrían influenciar la decisión de afiliación
- Conocer sugerencias para la comercialización de Popular Pensiones

#### 3.1.5. ESTUDIO N°5 PERCEPCIONES Y VALORES ASOCIADOS A LAS OPC

##### **3.1.5.1. Objetivos del estudio N°5**

- Identificar los principales valores agregados que se esperan en una OPC
- Identificar los valores de servicio al cliente que resultarían más apreciados en una OPC
- Explorar la percepción de imagen para las diferentes OPC
- Explorar elementos racionales y emotivos que influyen la decisión de afiliación.

### 3.1.6. ESTUDIO N°6 DEFINICION DE ASPECTOS CONSTITUTIVOS DE LA OPC IDEAL

#### 3.1.6.1. Objetivos del estudio N°6

- Identificar los elementos que componen una OPC ideal
- Establecer comparaciones entre una OPC ideal y la elegida para la afiliación
- Identificar los principales factores de decisión tomados en cuenta para la afiliación
- Explorar el peso relativo de la mujer y de la familia en la decisión de afiliación

Con los resultados de este estudio descriptivo se plantea una estrategia de captación y conservación de clientes para Popular Pensiones.

## 3.2. FUENTES DE INFORMACION

### 3.2.1. SUJETOS

- Estudio N°1. Hombres y mujeres entre 20 y 40 años de edad, con al menos un año de cotizar para cualquiera de los regímenes de Previsión Social, de cualquier nivel socioeconómico ya sea que se hayan afiliado a alguna OPC o no.
- Estudio N°2. Hombres y mujeres entre 20 y 40 años de edad, económicamente activos y que no se hayan afiliado a ninguna OPC.

- Estudio N°3. Hombres y mujeres entre 18 y 40 años de edad, económicamente activos de cualquier nivel socioeconómico, afiliados o no a una OPC.
- Estudio N°4. Hombres y mujeres entre 25 y 40 años de edad, económicamente activos, de niveles socioeconómico medio alto, medio típico y medio bajo, que no se hayan afiliado a alguna OPC.
- Estudio N°5. Hombres y mujeres entre 25 y 40 años de edad económicamente activos, de niveles socioeconómico medio alto, medio típico y medio bajo, que no se hayan afiliado a alguna OPC.
- Estudio N°6. Hombres y mujeres entre 25 y 40 años de edad económicamente activos, de niveles socioeconómico medio alto, medio típico y medio bajo, afiliados a una OPC.

### **3.2.1.1. Población**

Hombres y mujeres de la gran Area Metropolitana económicamente activos y con expectativas de servicio y afiliación a las OPC

### **3.2.1.2. Muestras**

Para el cálculo de las muestras de este estudio se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = (\sigma^2 * p * q) / (e^2)$$



con:

- n : tamaño de la muestra
- o : nivel de confianza deseado (95%)
- e : nivel de error tolerable
- p : probabilidad de que un informante responda correctamente
- q : probabilidad de ocurrencia del evento complementario al anterior

Las características de cada una de las muestras se determinan a continuación:

- Estudio N°1: la muestra se compuso de 647 casos distribuidos proporcionalmente según zona de residencia de la Gran Area Metropolitana. Las proyecciones de los resultados sobre la población señalan un margen de error del 4% sobre la muestra y un 5.7% sobre cada subgrupo de ella.
- Estudio N° 2: la muestra se compuso de 400 casos iguales distribuidos en partes iguales según sexo, con edades entre 20 y 30 años y entre 31 y 40 años y según zona de residencia (Area Metropolitana y resto de la gran Area Metropolitana), esta muestra permite proyectar datos hacia la población total con un margen de error del 4.9% bajo un nivel de confianza del 95%.
- Estudio N°3: Se tomó inicialmente una muestra de 600 casos y después la muestra se amplió en 300 casos, esto permitió proyectar resultados al resto de la población con un margen de error del 3.27% y con un nivel de confianza estadística del

95%. La distribución de la muestra total incluye un 50% en el total del Area Metropolitana y 50% en el resto de la gran Area Metropolitana. La muestra incluye un 33% de los casos en el nivel socioeconómico medio bajo, 55% en el nivel socioeconómico medio medio y un 12% en el nivel socio económico medio alto. Las unidades muestrales primarias empleadas para el estudio son segmentos censales seleccionados aleatoriamente a partir del marco censal muestral del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Las unidades muestrales secundarias son hogares individuales seleccionados por criterio de cuotas dentro de los segmentos previamente muestrados.

- Estudio N°4: Descripción general: Se desarrollaron 12 sesiones de grupo en donde se exploró a profundidad cada uno de los tópicos expuestos en los objetivos. las sesiones de grupo son herramientas de investigación que permiten obtener percepciones, sentimientos asociados a determinadas situaciones previamente definidas, la información se extrae de un grupo representativo y con características en común.

Participantes: se consideró como participante en el estudio a los hombres y mujeres mayores de 18 años, asalariados con más de un año de laborar y estar cotizando para el Régimen de Invalidez, Vejez y Muerte (IVM) de la Caja Costarricense de Seguro Social, residentes del Gran Área Metropolitana de San José, de los niveles medio-bajo, medio-medio y medio alto.

Características de la muestra:

Participantes	Edades	Nivel	Cantidad de Sesiones
		Socioeconómico	
Hombres y Mujeres Profesionales en cualquier carrera, comerciantes o en actividades remuneradas propias que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM	25-30 años	Medio-alto, con ingresos personales superiores a los ¢250.000.00	2
Hombres y Mujeres Profesionales en cualquier carrera, comerciantes o en actividades remuneradas propias que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM	31-40 años	Medio-alto, con ingresos personales superiores a los ¢250.000.00	2
Hombres y Mujeres, comerciantes, técnicos, oficinistas o en actividades remuneradas propias que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM	25-30 años	Medio-medio, con ingresos personales superiores a los ¢150.000.00	2
Hombres y Mujeres, comerciantes, técnicos, oficinistas o en actividades remuneradas propias que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM	31-40 años	Medio-medio, con ingresos personales superiores a los ¢130.000.00	2
Hombres y Mujeres, obreros, operarios no especializados, guardas, que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM	25-30 años	Medio-bajo con ingresos personales superiores a los ¢ 80.000	2
Hombres y Mujeres, obreros, operarios no especializados, guardas, que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM	31-40 años	Medio-bajo con ingresos personales superiores a los ¢ 80.000	2
<b>Total general</b>			<b>12</b>

- Estudio N°5: este estudio se desarrolló en 12 sesiones de grupo donde se exploraron los aspectos descritos en los objetivos. Participaron hombres y mujeres de 18 años cotizantes al régimen IVM.

Descripción general: se desarrollaron 12 sesiones de grupo en donde se exploró a profundidad cada uno de los tópicos expuestos en los objetivos. Las sesiones de grupo son herramientas de investigación que permiten obtener percepciones, sentimientos asociados a determinadas situaciones previamente definidas, la información se extrae de un grupo representativo y con características compartidas en común.

Participantes: se consideró como participante en el estudio a los hombres y mujeres mayores de 18 años, asalariados con más de un año de laborar y estar cotizando para el Régimen de Invalidez, Vejez y Muerte (IVM) de la Caja Costarricense de Seguro Social, afiliados todos a alguna operadora de planes complementarios de pensión y residentes en el Gran Área Metropolitana de San José, de los niveles medio-bajo, medio-medio y medio alto.

Características de la muestra:

Participantes	Edades	Nivel Socioeconómico	Cantidad de Sesiones
Hombres y Mujeres Profesionales en cualquier carrera, comerciantes o en actividades remuneradas propias que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM y afiliados a cualquier OPC	25-30 años	Medio-alto, con ingresos personales superiores a los ¢250.000.00	2
Hombres y Mujeres Profesionales en cualquier carrera, comerciantes o en actividades remuneradas propias que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM y afiliados a cualquier OPC	31-40 años	Medio-alto, con ingresos personales superiores a los ¢250.000.00	2
Hombres y Mujeres, comerciantes, técnicos, oficinistas o en actividades remuneradas propias que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM y afiliados a cualquier OPC	25-30 años	Medio-medio, con ingresos personales superiores a los ¢150.000.00	2
Hombres y Mujeres, comerciantes, técnicos, oficinistas o en actividades remuneradas propias que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM y afiliados a cualquier OPC	31-40 años	Medio-medio, con ingresos personales superiores a los ¢130.000.00	2
Hombres y Mujeres, obreros, operarios no especializados, guardas, que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM y afiliados a cualquier OPC	25-30 años	Medio-bajo con ingresos personales superiores a los ¢ 80.000	2
Hombres y Mujeres, obreros, operarios no especializados, guardas, que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM y afiliados a cualquier OPC	31-40 años	Medio-bajo con ingresos personales superiores a los ¢ 80.000	2
<b>Total general</b>			<b>12</b>

- Estudio N°6: Descripción general: se desarrollaron 12 sesiones de grupo en donde se exploró a profundidad cada uno de los tópicos expuestos en los objetivos. Las sesiones de grupo son herramientas de investigación que permiten obtener percepciones, sentimientos asociados a determinadas situaciones previamente definidas, la información se extrae de un grupo representativo y con características compartidas en común.

Participantes: se consideró como participante en el estudio a los hombres y mujeres mayores de 18 años, asalariados con más de un año de laborar y estar cotizando para el Régimen de Invalidez, Vejez y Muerte (IVM) de la Caja Costarricense de Seguro Social, afiliados todos a alguna operadora de planes complementarios de pensión y residentes en el Gran Área Metropolitana de San José, de los niveles medio-bajo medio-medio y medio alto.

Participantes	Edades	Nivel Socioeconómico	Cantidad de sesiones
Hombres y Mujeres Profesionales en cualquier carrera, comerciantes o en actividades remuneradas propias que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM y afiliados a cualquier OPC	25-30 años	Medio-alto, con ingresos personales superiores a los ₡250.000.00	2
Hombres y Mujeres Profesionales en cualquier carrera, comerciantes o en actividades remuneradas propias que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM y afiliados a cualquier OPC	31-40 años	Medio-alto, con ingresos personales superiores a los ₡250.000.00	2

Participantes	Edades	Nivel Socioeconómico	Cantidad de sesiones
Hombres y Mujeres, comerciantes, técnicos, oficinistas o en actividades remuneradas propias que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM y afiliados a cualquier OPC	25-30 años	Medio-medio, con ingresos personales superiores a los ¢150.000.00	2
Hombres y Mujeres, comerciantes, técnicos, oficinistas o en actividades remuneradas propias que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM y afiliados a cualquier OPC	31-40 años	Medio-medio, con ingresos personales superiores a los ¢130.000.00	2
Hombres y Mujeres, obreros, operarios no especializados, guardas, que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM y afiliados a cualquier OPC	25-30 años	Medio-bajo con ingresos personales superiores a los ¢ 80.000	2
Hombres y Mujeres, obreros, operarios no especializados, guardas, que tengan más de un año de estar cotizando para el Régimen IVM y afiliados a cualquier OPC	31-40 años	Medio-bajo con ingresos personales superiores a los ¢ 80.000	2
Total general			12

### 3.3. DESCRIPCION DE INSTRUMENTOS

A continuación se presentan los tests y sesiones de cada uno de los estudios que se realizaron.

Estudio 1: Características de la afiliación

Estudio 2: Expectativas de servicio y proyecciones de afiliación

### Estudio 3: Incidencia y participación del mercado de las OPC

#### 3.3.1. ESTUDIO 1:

Ver siguiente página (Pág 81).



### 3.3.1.1. Encuesta Estudio N°1

---

ESTUDIO 1	(16-jul-00)	Entrev. # _____
Nombre:	Sexo: 1. Masc 2. Fem	Tel:
Zona: 1. GAM 2. Resto	Grupo: 1. Afiliado 2. No afiliado	Supervisión: 1 - 2 - 3

---

Buenos días / tardes / noches. Mi nombre es \_\_\_\_\_, y trabajo para una empresa de mercadeo. Estamos haciendo un estudio sobre servicios financieros, y quisiera pedirle unos minutos para hacerle una cuantas preguntas muy simples.

¿Me permite unos minutos de su tiempo?

A. ¿Podría Ud. decirme cuál es su edad en años cumplidos?

1. Menos de 20 (*termine*)    2. Entre 20 y 30    3. Entre 31 y 40    4. 41 o más (*termine*)

B. ¿Trabaja Ud. de forma que cotice para la CCSS en forma permanente?

Si

No (*Termine*)

C. ¿Desde hace cuánto?

Menos de un año (*Termine*)

Un año a más

D. ¿Ha participado Ud. en alguna encuesta o estudio de mercado en los últimos tres meses?

Si → ¿De qué se trataba? (*Si es sobre OPCs, termine*)

No

E. ¿Trabaja Ud. o alguien cercano a Ud. alguno de los siguientes tipos de empresa:

Agencia de publicidad 1. No 2. Si (*Termine*)

Agencia de investigación de mercados 1. No 2. Si (*Termine*)

Banco estatal o privado 1. No 2. Si (*Termine*)

Operadora de Pensiones Complementarias 1. No 2. Si (*Termine*)

F. ¿Trabaja Ud. para el Estado, para alguna empresa privada, o en forma independiente?

1. Estado 2. Empresa Privada 3. Independiente 4. Otro

G. ¿Ha escuchado Ud. hablar sobre las OPC, u Operadoras de Pensiones Complementarias?

Si

No (*Termine*)

1. ¿Podría Ud. mencionarme los nombres de las OPC que conoce o recuerda? (*Responda en el cuadro de abajo. Anote solo la primera respuesta*).

2. ¿Recuerda alguna otra? ¿Alguna otra? (Responda en el cuadro de abajo. Puede anotar varias respuestas. Anote aquí las respuestas adicionales de la pregunta anterior).

3. Ahora le voy a mencionar algunas OPC, para que Ud. me diga si las conoce o si recuerda haber escuchado algo sobre ellas (Responda en el cuadro de abajo. **Lea solo las que hasta ahora no han sido mencionadas**).

	P1 Primera mención	P2 Otras menciones	P3 Ayudando
BN Vital (Banco Nacional)	7	7	7
INS Pensiones	1	1	1
OPC Banco Cuscatlán	8	8	8
OPC de Banex	3	3	3
Interfin Pensiones	4	4	4
OPC del Banco de Costa Rica	6	6	6
Popular Pensiones (Bco Popular)	9	9	9
San José Pensiones (Bco San José)	2	2	2
Vida Plena (Magisterio Nacional)	5	5	5
Otras	98	98	
Ninguna – Ns/Nr	99	99	

4. ¿Está Ud. afiliado actualmente a alguna OPC?

Si (Pase a P13)

No

### 3.3.1.2. Sólo Para personas No Afiliadas

5. ¿Por qué no se ha afiliado todavía a ninguna OPC?  
\_\_\_\_\_ [ ]

6. ¿Ha pensado ya en afiliarse a alguna OPC?  
Si (Pase a P8)  
No

7. ¿Por qué no?  
\_\_\_\_\_ [ ]

8. ¿Con cuál OPC sería más probable que se llega a afiliarse Ud.?  
BN Vital (Banco Nacional)  
INS Pensiones  
Interfin Pensiones  
OPC Banco Cuscatlán  
OPC de Banex  
OPC del Banco de Costa Rica  
Popular Pensiones (Bco Popular)  
San José Pensiones (Bco San José)  
Vida Plena (Magisterio Nac.)  
Otras  
Ns/Nr (Pase a P11)

9. ¿Por qué? ¿Por qué otras razones? (*Profundice*)  
\_\_\_\_\_ [ ]

10. Si no se afiliara Ud. con esta OPC, ¿Con cuál otra lo haría:Cuál sería su segunda opción?  
BN Vital (Banco Nacional)  
INS Pensiones  
Interfin Pensiones  
OPC Banco Cuscatlán  
OPC de Banex  
OPC del Banco de Costa Rica  
Popular Pensiones (Bco Popular)  
San José Pensiones (Bco San José)  
Vida Plena (Magisterio Nac.)  
Otras  
Ns/Nr

11. (*Si ya ha mencionado Popular Pensiones, TERMINE AHORA*) ¿Ha pensado Ud. en la posibilidad de afiliarse con la OPC del Banco Popular?

Si

No

12. ¿Por qué? ¿Por qué otras razones? (*Profundice*) (*RESPONDA Y TERMINE*)

\_\_\_\_\_ [   ]  
\_\_\_\_\_ [   ]

### **3.3.1.3. Para personas que ya están afiliadas**

13. ¿Con cuál OPC está Ud. afiliado?

1. BN Vital (Banco Nacional)
2. INS Pensiones
3. Interfin Pensiones
4. OPC Banco Cuscatlán
5. OPC de Banex
6. OPC del Banco de Costa Rica
7. Popular Pensiones (Bco Popular)
8. San José Pensiones (Bco San José)
9. Vida Plena (Magist Nac.)
10. Otras
11. Ns/Nr

14. ¿Por qué motivo escogió afiliarse con esta OPC?

- \_\_\_\_\_ [ ]

15. ¿Hace cuánto tiempo se afilió Ud. con (*Mencione OPC a la que está afiliado*)?

\_\_\_\_\_ semanas

99 Ns/Nr

16. ¿En qué lugar se afilió Ud. con esta OPC? En las oficinas de la OPC

1. En las oficinas de la OPC
2. En un banco
3. En su lugar de trabajo
4. En un supermercado
5. En un centro comercial
6. En su casa (lo visitaron)
7. En la calle

[ ] Otro: \_\_\_\_\_

MUCHAS GRACIAS POR SU INFORMACIÓN!!!

3.3.2. ESTUDIO 2:

---

ESTUDIO 2

(16-jul-00)

Entrev. # \_\_\_\_\_

---

Buenos días / tardes / noches. Mi nombre es \_\_\_\_\_, y trabajo para una empresa de mercadeo. Estamos haciendo un estudio sobre servicios financieros, y quisiera pedirle unos minutos para hacerle una cuantas preguntas muy simples. ¿Me permite unos minutos de su tiempo?

A. ¿Podría Ud. decirme cuál es su edad en años cumplidos?

1. Menos de 20 (**Termine**)
2. Entre 20 y 30
3. Entre 31 y 40
4. 41 o más (**Termine**)

B. ¿Trabaja fuera de la casa en forma permanente?

1. Si
2. No (**Termine**)

C. ¿Ha participado Ud. en alguna encuesta o estudio de mercado en los últimos tres meses?

1. Si → ¿De qué se trataba? (**Si es sobre OPCs, termine**)
2. No

D. ¿Trabaja Ud. o alguien cercano a Ud. alguno de los siguientes tipos de empresa:

Agencia de publicidad 1. No 2. Si (**Termine**)

Agencia de investigación de mercados 1. No 2. Si (**Termine**)

Banco estatal o privado 1. No 2. Si (**Termine**)

Operadora de Pensiones Complementarias 1. No 2. Si (**Termine**)

E. ¿Ha escuchado Ud. hablar sobre las OPC, u Operadoras de Pensiones Complementarias?

1. Si
2. No (**Termine**)

F. ¿Está Ud. afiliado actualmente a alguna OPC?

1. Si (**Termine**)
2. No

1. En sus propias palabras, ¿Qué es la pensión complementaria obligatoria?

\_\_\_\_\_ [ ]  
\_\_\_\_\_ [ ]

2. ¿Cuál de estas frases (*Entregue tarjeta #1*) diría Ud. que describe mejor lo que es la pensión complementaria obligatoria?

Es una nueva forma de administrar el sistema de pensiones del gobierno

Es una privatización del sistema de pensiones

Es una pensión adicional, que me va a costar más dinero en deducciones

Es una pensión adicional, que no me va a costar nada extra

Es un asunto político, sin repercusiones para mí

3. ¿Qué beneficios cree Ud. que va a recibir a raíz de su afiliación a una OPC?

\_\_\_\_\_ [   ]

\_\_\_\_\_ [   ]

\_\_\_\_\_ [   ]

\_\_\_\_\_ [   ]

98. Ningún beneficio

99. Ns/Nr

4. Solo para confirmar, vamos a decir que la función principal de las OPC es administrar el dinero de la pensión complementaria obligatoria de sus afiliados. ¿Sabe Ud. si las OPC le darán a las personas algunos beneficios adicionales, además de administrar el dinero de su pensión? (*Si responde positivo, profundice sobre los beneficios*)

\_\_\_\_\_ [   ]

\_\_\_\_\_ [   ]

\_\_\_\_\_ [   ]

\_\_\_\_\_ [   ]

98. Ningún beneficio

99. Ns/Nr

5. ¿Ha pensado ya en afiliarse a alguna OPC?

1. Si (*Pase a P7*)

2. No

6. ¿Por qué no?

\_\_\_\_\_ [   ]

\_\_\_\_\_ [   ]

7. ¿En qué momento planea afiliarse a alguna OPC?

\_\_\_\_\_ [   ]

\_\_\_\_\_ [   ]

\_\_\_\_\_ [   ]

9. En su opinión, ¿Cuál sería la situación, el lugar, o la forma ideal para afiliarse a una OPC?

En la calle

En un centro comercial

En un supermercado

Que lo visiten en el trabajo

Que lo visiten en la casa

\_\_\_\_\_ [   ]

10. En estas tarjetas (Entregue tarjetas) hay varias cosas que uno podría tomar en cuenta a la hora de escoger a cuál OPC afiliarse. Por favor ordene las tarjetas en orden de importancia, poniendo al frente la más importante, y así hasta dejar de último el aspecto de menor importancia para Ud. (*Marque con un número según el orden*)

1. [ ] El respaldo del estado
2. [ ] La calidad de la atención
3. [ ] La cantidad de afiliados
4. [ ] La cantidad de publicidad
5. [ ] La cantidad de sucursales
6. [ ] La cercanía de las oficinas
7. [ ] La presencia de afiliadores
8. [ ] La seriedad de la publicidad
9. [ ] La solidez de la institución
10. [ ] Los beneficios adicionales
11. [ ] Los intereses que ofrecen

11. ¿Con cuál OPC sería más probable que se llega a afiliarse Ud.?

1. BN Vital (Banco Nacional)
2. INS Pensiones
3. OPC Banco Cuscatlán
4. OPC de Banex
5. OPC de Interfin
6. OPC del Banco de Costa Rica
7. Popular Pensiones (Bco Popular)
8. San José Pensiones (Bco San José)
9. Vida Plena (Magisterio Nac.)
10. Otras
11. Ns/Nr (*Pase a P13*)

12. ¿Por qué? ¿Por qué otras razones? (*Profundice*)

---

[ ]

---

[ ]

13. ¿Ha pensado Ud. en la posibilidad de afiliarse con la OPC del Banco Popular?

1. Si
2. No

14. ¿Por qué? ¿Por qué otras razones? (*Profundice*)

---

[ ]

---

[ ]

15. ¿En su lugar de trabajo en algún momento le han sugerido con cuál OPC debería Ud. afiliarse?

1. Si
2. No



Esto es todo en cuanto a las preguntas. Es posible que en mi oficina quisieran verificar algún detalle sobre mi trabajo, así que me gustaría pedirle su nombre y su número de teléfono por si necesitan llamarlo para verificar algo.

Nombre: \_\_\_\_\_

Sexo: 1. Masc 2. Fem

Tel: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Provincia: \_\_\_\_\_ Cantón: \_\_\_\_\_ Distrito: \_\_\_\_\_ Segmento: \_\_\_\_\_

**MUCHAS GRACIAS POR SU INFORMACIÓN!!!**

### 3.3.3. ESTUDIO 3:

ESTUDIO 3	(16-jul-00)	
Nombre	Zona: 1. AM 2. Resto	Tel:
Dirección:		NSE: 1 2 3 4 5
Prov:	Dist:	Segm:
Cant.		

Buenos días / tardes / noches. Mi nombre es \_\_\_\_\_, y trabajo para una empresa de mercadeo. Estamos haciendo un estudio sobre servicios financieros, y quisiera pedirle unos minutos para hacerle una cuantas preguntas muy simples. ¿Me permite unos minutos de su tiempo?

1. ¿Vive Ud. habitualmente en esta casa, y es miembro de la familia?  
1. Si    2. No (Pida hablar con uno de los miembros de la familia)

2. ¿Podría Ud. decirme cuál es su edad en años cumplidos?  
1. Menos de 18 (Pida hablar con un mayor de edad)  
2. 18 o más

Quisiera hacerle algunas preguntas para la clasificación estadística del hogar. A partir de ahora vamos a referirnos solamente a las personas que son miembros de la familia, que viven habitualmente en esta casa, y que tienen entre 18 y 40 años de edad.

3. En total, ¿Cuántas personas entre 20 y 40 años de edad, que son miembros de la familia, viven habitualmente en esta casa?  
\_\_\_\_\_

4. ¿Cuántos de ellos trabajan actualmente para un patrono, cotizando habitualmente para la CCSS?  
\_\_\_\_\_

5. ¿Cuántos de ellos se han afiliado ya a alguna Operadora de Pensiones Complementarias?  
\_\_\_\_\_

Hablemos ahora de las personas que Ud. me dice que ya se han afiliado a alguna Operadora de Pensiones Complementarias. Para mayor facilidad, podemos identificarlos por el nombre de pila (Juan, María, etc...) o por el parentesco con Ud. (mamá, hermano, etc...).

**IDENTIFIQUE ADECUADAMENTE A LAS PERSONAS YA AFILIADAS. RESPONDA LAS SIGUIENTES PREGUNTAS EN EL CUADRO DE ABAJO.**

OBTENGA TODAS LAS RESPUESTAS PARA CADA UNA DE LAS PERSONAS YA AFILIADAS.

6. ¿Cuál es la edad de (*Mencione persona*) en años cumplidos?

\_\_\_\_\_

7. Anote el sexo de la persona. Pregúntelo solo si no queda claro por medio del nombre u otra referencia similar.

\_\_\_\_\_

8. ¿Con cuál de estas Operadoras de Pensiones Complementarias (*Entregue tarjeta #1*) está afiliado/a (*Mencione persona*)?

\_\_\_\_\_

9. ¿A cuál de estos rangos (*Entregue tarjeta #2*) corresponde el salario mensual aproximado de (*Mencione persona*)?

	IDENTIFICAC IÓN	DAD	OPERADORA										SALAR IO			
A.																
B.																
C.																
D.																
E.																
F.																
G.																
H.																

MUCHAS GRACIAS

POR SU INFORMACIÓN!!!

#### 3.3.4. ESTUDIO 4:

##### **3.3.4.1. Guía de Sesiones**

###### *Elementos comunicacionales más valorados*

En esta parte de la sesión se presenta un rell de comerciales previamente elaborado, con dos veces seguidas cada comercial a fin de que las personas capten detalles que probablemente en la exposición común del comercial no logran captar. El orden de los comerciales debe de variar para ello se tendrán dos copias del rell con orden diferente, a fin de evitar el efecto anclaje de los participantes.

Se presenta video con todos los comerciales de las OPC's

*Tiempo estimado 12 minutos*

Inmediatamente después de la presentación de los 18 comerciales, se procede al llenado del TOI. Test de Oraciones Incompletas.

###### *Test de oraciones incompletas*

Se entrega a cada uno de los participantes una hoja para llenar

*Tiempo estimado 13 minutos*

###### *Mensajes de las OPC's*

¿De todas las OPC's que ustedes conocen, cuales recuerdan?

¿Qué recuerdan?

¿Que ideas, imágenes o cosas relevantes recuerdan ustedes?

Se efectúa un listado sobre las OPC's y los mensajes de cada una ordenados de mayor importancia a menor importancia.

*Entran LISTADOS*

*Tiempo estimado 15 minutos*

*Discusión dirigida: Figuras de Referencia*

Cómo deberían de ser los comerciales de las OPC's para que uno crea en los servicios que ofrecen?

¿Qué figuras reconocidas de cualquier campo, televisión, radio, deporte, teatro, deberían de aparecer? Explorar cuales sí y cuales no

*Tiempo estimado 16 minutos*

*Comentarios*

¿Alguno de ustedes tiene algún comentario que quisiera agregar y que no dijo a lo largo de esta reunión?

Alguna sugerencia

¡MUCHAS GRACIAS!

Todos dicen que...

Edad \_\_\_\_\_

Me encanta el comercial de \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Lo que mejor recuerdo de todos es \_\_\_\_\_

No me gusta el comercial de \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Aunque algunos les falta decir que \_\_\_\_\_

Todos los comerciales que (a qué se refiere) \_\_\_\_\_

Pero ninguna ha dicho que \_\_\_\_\_

EL COMERCIAL MENOS CREIBLE ES EL DE \_\_\_\_\_

EL COMERCIAL MÁS CREIBLE ES EL DE \_\_\_\_\_

#### TEST DE ORACIONES INCOMPLETAS

Estas son las respuestas emitidas a los diferentes participantes en el estudio, en el Test de Oraciones Incompletas que se les entregó para que contestaran.

SESION N° 1

Edad: 25-30

Me encanta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Lo que mejor recuerdo de todos los comerciales es: \_\_\_\_\_

No me gusta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Todos los comerciales dicen que: \_\_\_\_\_

Pero ninguna ha dicho que: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el menos creíble es el de: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el más creíble es el de: \_\_\_\_\_

## SESION N° 2

Edad: 25-30

Estas son las respuestas emitidas a los diferentes participantes en el estudio, en el Test de Oraciones Incompletas que se les entregó para que contestaran.

Me encanta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Lo que mejor recuerdo de todos los comerciales es: \_\_\_\_\_

No me gusta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Todos los comerciales dicen que: \_\_\_\_\_

Pero ninguna ha dicho que: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el menos creíble es el de: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el más creíble es el de: \_\_\_\_\_

SESION N°3.

Edad: 25-30

Me encanta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Lo que mejor recuerdo de todos los comerciales es: \_\_\_\_\_

No me gusta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Todos los comerciales dicen que: \_\_\_\_\_

Pero ninguna ha dicho que: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el menos creíble es el de: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el más creíble es el de: \_\_\_\_\_

SESION N°4.

Edad: 25-30

Me encanta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_



Lo que mejor recuerdo de todos los comerciales es: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Todos los comerciales dicen que: \_\_\_\_\_

Pero ninguna ha dicho que: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el menos creíble es el de: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el más creíble es el de: \_\_\_\_\_

#### SESION N°4.

Edad: 31-40

Me encanta el comercial de:

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Lo que mejor recuerdo de todos los comerciales es: \_\_\_\_\_

No me gusta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Todos los comerciales dicen que: \_\_\_\_\_

Pero ninguna ha dicho que: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el menos creíble es el de: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el más creíble es el de: \_\_\_\_\_

#### SESION N°6.

Edad: 31-40

Me encanta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Lo que mejor recuerdo de todos los comerciales es: \_\_\_\_\_

No me gusta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Todos los comerciales dicen que: \_\_\_\_\_

Pero ninguna ha dicho que: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el menos creíble es el de: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el más creíble es el de: \_\_\_\_\_

## SESION N°7

Edad: 25-30

Me encanta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Lo que mejor recuerdo de: \_\_\_\_\_

No me gusta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Todos los comerciales dicen que: \_\_\_\_\_

Pero ninguna ha dicho que: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el menos creíble es el de: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el más creíble es el de: \_\_\_\_\_

SESION N°8

Edad: 31-40

Me encanta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Lo que mejor recuerdo de: \_\_\_\_\_

No me gusta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Todos los comerciales dicen que: \_\_\_\_\_

Pero ninguna ha dicho que: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el menos creíble es el de: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el más creíble es el de: \_\_\_\_\_

SESION N°9

Edad: 31-40

Me encanta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Lo que mejor recuerdo de: \_\_\_\_\_

No me gusta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Todos los comerciales dicen que: \_\_\_\_\_

Pero ninguna ha dicho que: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el menos creíble es el de: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el más creíble es el de: \_\_\_\_\_

#### SESION N°10

Edad: 31-40

Me encanta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Lo que mejor recuerdo de: \_\_\_\_\_

No me gusta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Todos los comerciales dicen que: \_\_\_\_\_

Pero ninguna ha dicho que: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el menos creíble es el de: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el más creíble es el de: \_\_\_\_\_

#### SESION N°11

Edad: 31-40

Me encanta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Lo que mejor recuerdo de: \_\_\_\_\_

No me gusta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Todos los comerciales dicen que: \_\_\_\_\_

Pero ninguna ha dicho que: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el menos creíble es el de: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el más creíble es el de: \_\_\_\_\_

## SESION N°12

Edad: 25-30

Me encanta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Lo que mejor recuerdo de: \_\_\_\_\_

No me gusta el comercial de: \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

Todos los comerciales dicen que: \_\_\_\_\_

Pero ninguna ha dicho que: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el menos creíble es el de: \_\_\_\_\_

De todos los comerciales, el más creíble es el de: \_\_\_\_\_

### 3.3.5. ESTUDIO 5:

En los últimos días la mayoría de nosotros hemos escuchado publicidad sobre las operadoras de pensiones complementarias. Qué cosas recuerdan ustedes de esta publicidad? \_\_\_\_\_

Y qué más? \_\_\_\_\_

Hablemos sobre las operadoras de pensiones: cuáles son las cosas por las que uno debería de escoger un OPC´s? \_\_\_\_\_

Por cuales cosas uno no debería de escoger una OPC? \_\_\_\_\_

Para que ustedes se sientan a gusto con una OPC, que deberían de hacer para que uno la cambie POR NADA? \_\_\_\_\_

Y qué más? \_\_\_\_\_

A todos nos gusta que nos traten como clientes especiales en cualquier lugar donde vamos, que cosas han visto ustedes en el servicio al cliente que son atractivas en el caso de las OPC´s? \_\_\_\_\_

Y qué otras? \_\_\_\_\_

Ahora yo le voy a mostrar unas fotografías de diferentes personas y le voy a entregar también 12 fichas con los nombres de todas las OPC´s. Las fotografías representan diferentes personas: obreros, campesinos, modelos, ejecutivos, gerentes... cuál OPC escogería Usted? (ponga el nombre de la OPC) \_\_\_\_\_

Porqué: \_\_\_\_\_

Ahora, si las OPC fueran personas quienes serían? \_\_\_\_\_

Donde vivirían? \_\_\_\_\_

En que trabajarían? \_\_\_\_\_

Qué tipo de automóvil tendrían? \_\_\_\_\_

Qué tipo de amigos tendrían? \_\_\_\_\_

Qué sitios que frecuentarían? \_\_\_\_\_

A que centros comerciales irían? \_\_\_\_\_

Qué cosas toma uno en cuenta para la afiliación a una OPC? \_\_\_\_\_

Y cuáles otras? \_\_\_\_\_

(Indagar elementos racionales y emotivos ) \_\_\_\_\_

Comentarios \_\_\_\_\_

¿Alguno de ustedes tiene algún comentario que quisiera agregar y que no dijo a lo largo de esta reunión? \_\_\_\_\_

Alguna sugerencia... \_\_\_\_\_

**¡Muchas Gracias!**

3.3.6. ESTUDIO 6

TEST DE ORACIONES INCOMPLETAS

Sesión N° 1

Edad: 31-40 Medio bajo

MI OPC es la mejor de todas por que tiene:

Menor tasa de interés

Por que tiene estabilidad

Mejor estabilidad

Mayor confiabilidad y créditos

Dinero

Estabilidad en los empleados

Aunque todavía les falta:

Más publicidad

Más comunicación

Más información

Desarrollar mejores estrategias

Mayor cobertura

Nada

No me gustan las OPC que:

Se apresuran y mienten

Tienen intereses muy altos

No tengan cobertura nacional



Tratan de engañar

No dan datos bien sobre lo mismo

Pero mejor que no cambien en \_\_\_\_\_ porque\_\_\_\_\_

Tasas de interés.... benefician

Los intereses... me parecen la mejor opción

Mucho... sino son un fracaso

Servicio.... están bien

Otra.... pienso que esta es la mejor la del Popular como dicen la del pueblo

Hay OPC`s que mejor\_\_\_\_\_ por que\_\_\_\_\_

No afiliarse....

Por lo que brindan mejor...

No funcionara. ... con ineficientes

No se asocian a al SUGEF... son inestables y privadas

Desaparecieran....son una farsa

De otros bancos... no son muy estables

De todas la mejor OPC es:

BCR

BN Vital 2

Varias

Popular

Banco Popular

Y la peor de todas

Popular Pensiones 2

No sé

No puedo decirlo sin conocer otras

Son las privadas

No hay

Sesión N° 2

Edad: 31-40 Medio alto

MI OPC es la mejor de todas por que tiene:

No hay que hacer fila

Seguridad del Estado

Mayores ventajas para mí

La seguridad del Estado

Seguridad y Respaldo

Está a mi alcance y no tengo que hacer filas

Mucha seguridad y me da confianza

Mucha solidez

Aunque todavía les falta:

Más sucursales

Eficiencia

Pulir los sistemas de afiliación

Eficiencia y rapidez

Más eficiencia en las cajas

No estoy muy enterada

Un poco más de claridad

Nada

No me gustan las OPC qué:

Son todas muy parecidas

Son muy insistentes en la afiliación

Ofrecen las condiciones menos benéficas

Tienen pocas oficinas

Sean de la banca privada

Ofrecen y ofrecen

Ofrecen mucha publicidad barata

No pagan buen interés

Pero mejor que no cambien en \_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_

Atención...son muy eficientes

Seguridad... lo que yo busco es un futuro seguro

Las ventajas.. son muy razonables

Persona...es muy amable

Servicios al cliente... es gente muy amable

En lo que ofrecen...no me gustan los engaños

Seguridad...

Si deben de cambiar...para mejorar

Hay OPC`s que mejor\_\_\_\_\_ por que\_\_\_\_\_

No existieran ... les falta agilizarse

Servicios tienen...son eficientes y personalizan los servicios

Nos atienden... más efectivas

Ni existan...son pantallas

Ni existieran...copias de las OPC grandes

Lo que sea...no sé

De todas la mejor OPC es:

Son muy parecidas

BN Vital 2

BANEX

Banco Popular

Interfin

Banco San José

Creo que BANEX

Y la peor de todas es:

Son casi iguales

BN Vital

Cualquiera de cooperativas

No sé 3

No conozco

Sesión N° 3

Edad: 25-30 Medio-bajo

MI OPC es la mejor de todas por que tiene:

Experiencia

Muy buenas ubicaciones es sus oficinas

Me da confianza y buena rentabilidad

Rentabilidad

Solidez

Gran rentabilidad

Mayor rentabilidad

Mayor solidez

Solidez y respaldo

Aunque todavía les falta:

Dar información 2

Dar los datos de los intereses

Mejorar las condiciones para dar un servicio integrado

Más locales

Atención al público

Mejorar servicio

Experiencia

Más afiliados

No me gustan las OPC que:

Falta de información

No dan información completa

No me dan confianza ni rentabilidad

Dan poca información

Tengan mal servicio

No tratan bien al cliente

Ocultan o cambian información

No son serias

Hacen competencia desleal

Mi OPC debe mejorar en :

Atención al cliente

Más rápida atención al cliente

Acrecentar los servicios a los usuarios

En nada

Las sucursales

Los intereses

Servicio

Mayor rentabilidad

Sistema de cómputo

Pero mejor que no cambien en \_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_

Forma de manejar fondos...da garantía

Solvencia económica...me preocuparía

Su trato al público ...porque fue una de las cosas que me atrajo a la operadora

Solidez...sumamente importante

Puntualidad... porque se caen

Rentabilidad...porque es una de las más fuertes

Rentabilidad...porque está bien

Servicios...porque son mejores

Trato...porque es excelente

Hay OPC`s que mejor\_\_\_\_\_ por que\_\_\_\_\_

No tiene mejor solvencia...porque son auténticas

No deberían alardear tanto...porque nos desinforman

Es mejor que desaparezcan...porque no crean confianza

No son seguras...porque son recientes

No deberían ofrecer...porque son algunas conflictivas

Deberían cerrar ...porque son demasiado pequeñas

Es mejor que desaparecían...porque son malas

Las quemarán en la hoguera...porque son falsas

De todas la mejor OPC es:

Vida Plena

El nacional

Banco nacional

BN Vital 3

Banco Popular 2

BANEX

Y la peor de todas es:

No sé

Las privadas



No estatales

Costa Rica

BANEX 2

Banco Popular 2

Sesión N° 4

Edad: 31-40 Medio-bajo

MI OPC es la mejor de todas por que tiene:

Solidez y experiencia

Solidez 5

El respaldo que yo quiero

Aunque todavía les falta:

Ser más atentos y vernos como su principal cliente

Confianza

Experiencia 2

Trayectoria

Mayor información

Publicidad

No me gustan las OPC que:

Hostigan, acosan y manipulan al cliente

Hacen demasiada publicidad

Dicen mucho y al final son mentiras

No me brindan información

No tienen respaldo del Estado

No dan reportes o informes

Ofrecen más de lo que tienen

Mi OPC debe mejorar en :

Atención y visión del cliente

Un poquito de asesoramiento

Calidad

Información

Atención al cliente

Calidad al cliente

Información a la hora de adquirirlo

Pero mejor que no cambien en \_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_

Buen trato... porque sería una decepción para uno

Trato con el cliente... la dejaría de inmediato

Solidez... mejores intereses

Atención... me cambio

Banco Popular...pueden quebrar

Rendimiento... pierdo la plata

Hay OPC`s que mejor\_\_\_\_\_ por que\_\_\_\_\_

No buscan clientes... desordenados del pasado

No hay mucho anuncio...un poco exagerados

Tratan al cliente...lo dejan irse

Del mercado...muy buenas

Por un trayecto...confiables

No...la que yo elegí es más confiable

Cerraran...son bien malitas

De todas la mejor OPC es:

INS

Banco Popular 2

Interfin

BN Vital 2

BCR Pensiones

Y la peor de todas es:

Banco Popular 3

CCSS

BCR Pensiones 2

No tengo esa información

Sesión N° 5

Edad: 31-40 Medio-alto

MI OPC es la mejor de todas por que tiene:

Respaldo del estado

Servicio personalizado

Excelente atención

Solidez

Respaldo, buenos métodos de la información y consulta

Experiencia y seguridad

Seguridad

Solidez, responsabilidad

Aunque todavía les falta:

Dar más información

Afinar áreas de información

Solidez

Personal

Un poco más de agilidad al brindar servicios

Servicio

Atención al público con rapidez

Seguridad

No me gustan las OPC que:

Me abruman con su publicidad

Son de bancos estatales

No dan un buen servicio al cliente

No le ofrecen información

Derrochan tanto dinero en publicidad y a la hora de la verdad ofrecen sólo la mitad de lo que informan

Son nuevas (salieron ahora)

No dan información 2

Mi OPC debe mejorar en:

Información sobre el plan

Información

Mayor apertura de trabajadores

Casi todo

Más conocimientos del respaldo que ofrecen por sí mismos y del grupo que los apoya

Intereses

Más información más técnica

Atención

Pero mejor que no cambien en \_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_

Respaldo...porque me dan tranquilidad

El servicio...porque es bueno

En servicio...porque para mí es excelente

En plataforma o servicio al cliente...porque ayudan más cuando se requiera información y consultar

Información...porque todos los meses me dan un estado de cuenta

Estar informado...porque es el bien de todos

Hay OPC`s que mejor \_\_\_\_\_ por que \_\_\_\_\_

Se renueven...son poco modernas

Se retiran...son inestables y poco respaldo

No deben de existir...porque son deficientes en la atención

Desaparezcan...porque son deficientes

Mejor dejen el mercado...porque son poco conocidas en el mismo

Que desaparezcan...porque son sólo ahora por el negocio nuevo

Que sí...porque puede ser un peligro de quiebra

Se quedan...porque son las mejores

De todas la mejor OPC es:

Interfín

Me parece Interfín

San José Pensiones 2

Caja de Ande

La nuestra

Banco Nacional

BANEX

Y la peor de todas es:

No sé

Cuscatlán 2

Banco Popular 3

Ahorrar en el Popular Pensiones

Los extranjeros

Sesión N° 6

Edad: 25-30 Medio-medio

MI OPC es la mejor de todas por que tiene:

Tiene respaldo

Experiencia 2

La mayor rentabilidad y muy ordenados

Respaldo y seguridad

Respaldo y solidez

Aunque todavía les falta:

Información

Organización

Incentivos

Nada

Mejor estabilidad

Abarcar un poco más

No me gustan las OPC que:

Ofrecen con propaganda barata

Son insistentes

No son responsables

No estimulan económicamente a sus clientes

Sólo ofrecen servicio para su bienestar

No dan una buena información

Mi OPC debe de mejorar en:

Confianza

Infraestructura

Atención al cliente



Nada

Organización

Pero mejor que no cambien en \_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_

La línea...porque me da seguridad

En servicio al cliente...porque son muy atentos

En comunicación...porque desmejora el servicio y puntualidad

En rentabilidad...porque pierden clientes

En servicio...porque es muy bueno

En organización...porque no confiaría

Hay OPC's que mejor \_\_\_\_\_ por que \_\_\_\_\_

No les doy mi futuro...porque son carentes de mi confianza

No sé...lo desconozco

No funcionen...porque son poco creíbles

No participen...porque son poco ordenadas

Publicidad...

De todas la mejor OPC es:

San José Pensiones

La mía

BANEX 2

BN Vital 2

Y la peor de todas es:

La operadora del Banco Popular

La del otro

La peor de todas no tengo parámetros reales para medir espero resultados

El INS

Privadas

Sesión N° 7

Edad: 25-30 Medio-bajo

MI OPC es la mejor de todas por que tiene:

Una cobertura amplia

Tiene seguridad, tiempo en asegurar a las personas

Respaldo del gobierno

Respaldo del estado

Seguridad y respaldo del estado

Solidez

Aunque todavía les falta:

Demostrarlo en la práctica

Información y mercadeo en OPC

Experiencia 2

Profundidad

Un sistema de consulta telefónica

No me gustan las OPC que:

Tratan de hacer ver que se les debe de escoger por imposición

Que se le meten a la gente por donde sea me parecen poco serias

Que tiene capital extranjero

Tienen capital extranjero o están divididas

Que manipulan

Mi OPC debe de mejorar en :

Brindar más información 3

Publicidad 2

Amplitud

Experiencia

Pero mejor que no cambien en \_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_

Información...porque es de beneficio al cliente

Coberturas...porque son buenas

Seriedad...porque así están bien

En trato...porque es excelente

En eficiencia...porque brindan una seguridad en todo momento

Hay OPC`s que mejor\_\_\_\_\_ por que\_\_\_\_\_

Brindan información...porque son más eficientes

Vida Plena...porque son su factibilidad % de intereses

No se dedicarán a eso...porque son demasiado informales

...porque son experiencia

No deberían estar... porque son inexpertas

Mejor se retirarán...porque son extranjeras y no pueden decir que cuentan con un  
100% de respaldo nacional

Que no...porque son poco sólidas

De todas la mejor OPC es:

Popular Pensiones

BN Vital 2

INS Pensiones 2

BCR

Vida Total

Y la peor de todas es:

Interfín

No sabría 2

Banco de Cuscatlán 2

Popular

Banco de Costa Rica

Sesión N° 8

Edad: 25-30 Medio-medio

MI OPC es la mejor de todas por que tiene:

Seguridad y experiencia

Respaldo

Respaldo, calidad, seguridad y servicio

Buen servicio

Experiencia y solidez

Veracidad y servicio

Respaldo

Tiene la mejor tecnología y el soporte del mejor banco del país

Aunque todavía les falta:

Creo que nada 2

Experiencia

Una mejor comunicación

Mayor agilidad

Mejor propaganda

Más publicidad

Más agencias por todo el país

No me gustan las OPC que:

Privadas porque no hay confianza

Utilizan publicidad engañosa

Prometen y no cumplen

Ofrecen cosas muy fácilmente

Quieren comercializar sus servicios a personas de sólo clase alta

Exageran en publicidad

No dicen lo que es realmente

Son privadas (bancos privados)

Mi OPC debe de mejorar en:

Nada 2

Servicio y agilidad

En sus medios de comunicación

En tecnología

Propaganda

Atención más rápida y servicio

Respaldo

Pero mejor que no cambien en \_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_

Nada...nada

Magnitud...porque se convierten más impersonales

En nada...porque necesita tener más tiempo trabajando en el mercado de las OPC  
para tomar una dirección acertada y preparada para el cambio

En seriedad...porque estoy satisfecho

En servicios...porque es excelente al cliente

En servicio...por su veracidad

En solidez...porque son años en el comercio bancario

En soporte económico...porque si no pierden su atractivo

Hay OPC`s que mejor \_\_\_\_\_ por que \_\_\_\_\_

Ofrecen más intereses

Se dan a conocer...porque son más reconocidas

Que se esfuercen en mejorar...porque son pura publicidad morosa

Que no ofrezcan servicios...porque son poco objetivas

Que se retiren...porque son aduladoras

Servicio...porque son veracidad

Se arriesguen...porque son muy débiles

No participarán en el proceso...porque son futuras a fallas y quedarnos con sus  
afiliados

De todas la mejor OPC es:

BN Vital 5

No sé dígame usted

La que brinde mayor seguridad

San José Pensiones

Y la peor de todas es:

Las privadas porque no hay seguridad

Cuscatlán

Tampoco sé y cuando sepa me lo dice para no afiliarme a esa

La que no de confianza

Interfín 2

No la conozco

Banco de Costa Rica

Sesión N° 9

Edad: 31-40 Medio-medio

MI OPC es la mejor de todas por que tiene:

Solidez y respaldo

Garantía, respaldo del estado, solidez y un buen capital



Solidez

Respaldo

Mejor respaldo del país

Solidez, confianza

Me atienden muy bien

Aunque todavía les falta:

Más comunicación y atención personalizada

Nada 2

Más cordialidad a los promotores

Más información 2

Escuchar un poco más

No me gustan las OPC qué:

No dan información al cliente pero si quieren que uno se afilie

Prometen y prometen

Son poco serias

No dicen las cosas claras

No tienen mucho convencimiento

No dan buena atención

Engañan al asociado o cliente

Mi OPC debe de mejorar en:

Está en el punto 2

Comunicación

Nada

Información 2

Con el tiempo le respondo

Atención

Pero mejor que no cambien en \_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_

Transparencia...porque siempre son claros

Solidez...porque da seguridad y tranquilidad

Presentación...porque son buenas

Respaldo...porque es el mejor

Nada...porque el tiempo lo dirá

Solidez...porque tienen respaldo

Atención...porque ha sido bueno

Hay OPC`s que mejor \_\_\_\_\_ por que \_\_\_\_\_

No deberían de estar en el mercado...porque son a mi criterio inseguras

Que dijeran la verdad...porque son desorganizadas

Que salieran del mercado...porque son un poco exageradas en la comunicación

No afiliarse...porque son inestables

No insistieran...porque son poco creíbles

De todas la mejor OPC es:

Banco de Costa Rica 2

BN Vital 3

Banco de San José

El tiempo lo dirá

Y la peor de todas es:

No sé

Cuscatlán 3

San José Pensiones

Sin comentarios

Realmente no lo sé

Sesión N° 10

Edad: 31-40 Medio-medio

MI OPC es la mejor de todas por que tiene:

Estabilidad

Respaldo del gobierno

Excelente respaldo del estado

Una opción de póliza colectiva

Todas las ventajas

Eficiencia y rendimiento

Buen trato al cliente

Aunque todavía les falta:

Sistema computarizado

Más agencias

Mayor y mejor atención al público

Información 2

Iniciar para comprobarla / Demostrarlo

No me gustan las OPC que:

La atención es lenta

Tienen mucho congestionamiento

No dan información clara y transparente

No tienen la tecnología necesaria para trabajar

No cumplen con su ofrecimiento

Tienen desorden de información

Mienten

Mi OPC debe de mejorar en:

Información y control

Dar más facilidades al cliente

Garantizar un buen manejo de los fondos que recibe

Información 2

La eficiencia en su red bancaria

Rendimiento

Pero mejor que no cambien en \_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_

Intereses...porque la utilidad a brindar es muy buena

Tratos...porque la gente se puede cambiar

Todo lo de la póliza...porque ya no me interesa

En eficiencia...porque es la mejor

Atención...

Hay OPC`s que mejor \_\_\_\_\_ por que \_\_\_\_\_

No lo escribo...porque son muy burocráticas

...porque son de dudoso proceder

Sí...porque creo que tienen más experiencia

De todas la mejor OPC es:

BANEX

BN vital

No lo sé

La mía

Y la peor de todas es:

Ninguna

No puedo indicar cuál

Sesión N° 11

Edad: 25-30 Medio-alto

MI OPC es la mejor de todas por que tiene:

Tiene un excelente servicio

Seguridad 2

Respaldo, solidez

Excelente personal

Buen trato

Excelente atención al cliente

Respaldo estatal

Aunque todavía les falta:

Un poco más de experiencia o manejo de algunos puntos de la ley

Información 2

Mejor atención

Eficiencia

Crece en información e infraestructura

Comprobarlo

Que la atención sea más personalizada

No me gustan las OPC que:

No informan honestamente

No dan las verdaderas cifras económicas

No se digan los intereses que se van a ganar

No dan información completa

Que lo reciben con malas caras y con poca información

Prometen y luego no cumplen

Te tratan fríamente

No atraen al cliente bien

Mi OPC debe mejorar en:

Tiempo de respuesta cuando consultan algún aspecto técnico de la ley

Información 2

Atención

Servicio al cliente 2

La comisión que cobran los intereses

Un incremento de información

Pero mejor que no cambien en \_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_

Su forma de tratar a la gente...porque realmente nos hacen sentir muy bien

En servicio...porque es muy eficiente

En respaldo...porque es estatal

En seguridad...porque pierden clientes

El servicio al cliente...porque eso es fundamental

En seguridad...porque promete

En servicio...porque son excelentes

En seguridad...

Hay OPC`s que mejor \_\_\_\_\_ por que \_\_\_\_\_

Salen del mercado...porque no tienen experiencia en manejo de dinero de clientes

o afiliados (Banco San José)

Salgan del mercado...porque son mentirosos

Es mejor que no estuvieran...porque son como fantasmas

Es mejor que cerraran...porque son ineficientes

Deberían cerrar...porque son poco eficientes y poco preparadas

Que desaparezcan...porque son incompetentes

Mejor no existieran...porque son ineficientes

De todas la mejor OPC es:



INS

Popular Pensiones 2

BCR Pensiones

Interfín Pensiones 3

Banco Nacional

Y la peor de todas es:

BN Vital 3

Banco Cuscatlán

Popular Pensiones

BCR 2

BANEX

Sesión N° 12

Edad: 25-30 Medio-alto

Mi OPC es la mejor de todas por que tiene:

Solidez 3

Respaldo confiables

Experiencia, rentabilidad, excelentes servicios

Estabilidad

La mejor atención al cliente, rentabilidad y seguridad

Solidez y respaldo

El respaldo del banco del estado y la experiencia en el manejo de esos fondos

Aunque todavía les falta:

Informar más al cliente 2

Un servicio de agencia más amplio /Servicio e información

Mejorar en servicios e informar mejor a la gente

Soluciones e información al cliente

Información certera donde colocan el dinero

Más información dirigida a todas las clases, especialmente a las que no frecuentan estas

No me gustan las OPC qué:

No sean del estado

Dan mucha publicidad sin objetivos reales

No tengan suficiente trayectoria en el mercado

No tengan respaldo estatal

Instituciones que no brindan atención al cliente

Se parecen al gobierno “INS, sector público”

Casi se pelean porque las personas las escojan

No brindan toda la información

Mi OPC debe de mejorar en:

Servicio

La publicidad que tiene de poder confiar en ella

Rentabilidad y experiencia

Publicidad

Atención

Seguridad de la inversión

Rapidez de la información/Rentabilidad

Pero mejor que no cambien en \_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_

Solidez y respaldo...porque no serían confiables

Respaldo...porque brindan seguridad

Rentabilidad...porque muchas personas cambiarían de operadora de pensiones

En servicio...porque hay descontento

En atención...porque están bien

En publicidad e información...porque es el fuerte para mí

En atención...porque uno está donde mejor lo traten

En las inversiones...por el tipo de riesgo

Hay OPC`s que mejor \_\_\_\_\_ por que \_\_\_\_\_

Invierten en publicidad...porque son muy pocas las que se prepararon con tiempo  
para ofrecer este servicio

No continúen en el mercado...porque son poco conocidas

No sé...

Se jalen...porque ni se quienes son “caja ANDE algo así”

De todas la mejor OPC es:

La que tiene respaldo del estado

San José Pensiones 2

Las del estado, privada BANEX

INS

BANEX 2

Banco Nacional de Costa Rica

Y la peor de todas es:

Popular Pensiones

INS 2

No sé 3

### **3.4. PROCEDIMIENTOS**

A continuación se describe cada uno de los procedimientos con los cuales se llevo acabo el trabajo de campo. El desarrollo de los estudios 1, 2, y 3. Se hizo bajo la misma metodología procedimental.

### 3.4.1. PROCEDIMIENTOS DE LOS ESTUDIOS 1, 2, Y 3:

#### **3.4.1.1. Levantamiento de los datos**

El levantamiento de los datos fue realizado mediante entrevistas telefónicas. Para la toma de los datos se emplearon cuestionarios totalmente estructurado y parcialmente precodificado, diseñado especialmente para este estudio. A fin de garantizar la fidelidad y exactitud de los datos, se implementó una supervisión efectiva por verificación posterior (re-llamado), en aproximadamente un 30% de los casos.

#### **3.4.1.2. Procesamiento y análisis de la información**

Una vez obtenida la información requerida, ésta fue sometida a un proceso manual de crítica destinado a probar y asegurar su coherencia interna. Luego de este proceso, la información fue codificada y digitada en bases de datos convencionales para luego ser procesada mediante rutinas diseñadas por medio del paquete de software de análisis estadístico SPSS. Los resultados de este análisis proveen la base de los gráficos, tablas y comentarios que integran el presente informe de resultados.

### 3.4.2. PROCEDIMIENTOS DEL ESTUDIO 4: SEMÁNTICA EN LA COMUNICACIÓN DE LAS OPC

#### **3.4.2.1. Levantamiento de los datos**

Las sesiones de grupo tuvieron una duración promedio de setenta y cinco minutos para este efecto se contó con una Cámara de Gesell y la sala de observación para clientes.

Durante cada una de las sesiones se presentó a consideración de los participantes un rell de comerciales, con dos comerciales representativos de cada una de las operadoras de planes de pensión complementaria. Los comerciales fueron grabados dos veces con “pantallas” de 10 segundos entre cada uno a fin de lograr captar el máximo de atención de los participantes. En todas las sesiones de grupo se modificó el orden de inicio de los comerciales a fin de evitar sesgos por el denominado efecto anclaje.

Inmediatamente después de haber presentado los comerciales se procedió a llenar un test de oraciones incompletas a fin de conocer la opinión de carácter proyectivo de los y las participantes.

#### **3.4.2.2 Procesamiento y análisis de la información**

Todas las sesiones de grupo fueron grabadas en audio y una asistente capacitada en el ámbito cualitativo tomó notas sobre los puntos relevantes indicados por los participantes. A partir de análisis triangulares la información fue organizada por ítems relevantes. La información se presenta en formato word y se analiza cada tema por separado.

Considerando la urgencia de la información y la necesidad impostergable de contar con las valoraciones de los no afiliados a las OPC, se ha diseñado un reporte de resultados conciso que abarca los hallazgos relevantes de las sesiones. Con el fin de profundizar aún más en esta información, se adjunta la transcripción de los test de oraciones incompletas.

### 3.4.3 PROCEDIMIENTOS DEL ESTUDIO 5: PERCEPCIONES Y VALORES ASOCIADOS A LAS OPC

#### **3.4.3.1 Levantamiento de los datos**

Las sesiones de grupo tuvieron una duración promedio de 80 minutos para este efecto se contó con una Cámara de Gesell y la sala de observación para clientes.

Durante cada una de las sesiones se presentó a consideración de los participantes un rell de comerciales escogidos por la Agencia de Publicidad McCann Erickson Costa Rica con dos comerciales representativos de cada una de las operadoras de planes de pensión complementaria. Los comerciales fueron grabados dos veces con “pantallas” de 10 segundos entre cada uno a fin de lograr captar el máximo de atención de los participantes. En todas las sesiones de grupo se modificó el orden de inicio de los comerciales a fin de evitar sesgos por el denominado efecto anclaje.

Inmediatamente después de haber presentado los comerciales se procedió a la discusión dirigida explorando las percepciones que los participantes tienen con respecto a cada una de las operadoras.

A fin de lograr enmarcar a los participantes, se indicaron algunos prototipos como lugares de residencia, sitios de trabajo, profesiones y utilización del tiempo libre, para que ellos los utilizaran como marco de referencia.

#### **3.4.3.2. Procesamiento y análisis de la información**

Todas las sesiones de grupo fueron grabadas en audio y una asistente capacitada en el ámbito cualitativo tomó notas sobre los puntos relevantes indicados por los participantes. A partir de análisis triangulares la información fue organizada por ítems relevantes. La información se presenta en formato word y se analiza cada tema por separado.

Considerando la urgencia de la información y la necesidad impostergable de contar con las valoraciones de los no afiliados a las OPC, se diseñó un reporte de resultados conciso que abarca los hallazgos relevantes de las sesiones. Con el fin de profundizar aún más en esta información, se adjuntan los cuadros que organizan la información por cada una de las operadoras evaluadas.



#### 3.4.4. PROCEDIMIENTOS DEL ESTUDIO 6: ASPECTOS CONSTITUTIVOS DE LA OPC

IDEAL

##### **3.4.4.1 Levantamiento de los datos**

Las sesiones de grupo tuvieron una duración promedio de 50 minutos, para este efecto se contó con una Cámara de Gesell y la sala de observación para clientes.

Las sesiones se iniciaron con una discusión dirigida y posteriormente procedió a llenar un test de oraciones incompletas a fin de conocer la opinión de carácter proyectivo de los y las participantes.

##### **3.4.4.2 Procesamiento y análisis de la información**

Todas las sesiones de grupo fueron grabadas en audio y una asistente capacitada en el ámbito cualitativo tomó notas sobre los puntos relevantes indicados por los participantes. A partir de análisis triangulares la información fue organizada por ítems relevantes. La información se presenta en formato word y se analiza cada tema por separado.

Considerando la urgencia de la información y la necesidad impostergable de contar con las valoraciones de los no afiliados a las OPC, se diseñó un reporte de resultados conciso que abarca los hallazgos relevantes de las sesiones. Con el fin de

profundizar aún más en esta información, se adjunta la transcripción de los test de oraciones incompletas.

El desarrollo de los estudios 1 al 6 se llevo a cabo entre el 19 de junio y el 10 de julio del año 2000. Las tablas del anexo N°10 presentan las diferentes etapas en las que se desarrollo cada estudio. Ver anexo N°10.

## IV. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

### 4.1. ANÁLISIS CUANTITATIVO - PRESENTACIÓN DE CUADROS Y GRAFICOS

#### 4.1.1. ESTUDIO N°1: CARACTERÍSTICAS DE LA AFILIACIÓN

##### 4.1.1.1. Recordación de las OPC

“Top of mind”: El “*top of mind*”, o primera mención espontánea de recordación, para las OPC está ampliamente dominado por BN Vital, que en términos generales abarcó un 39.9% de la primera mención. En un segundo lugar más bien lejano se ubicó Popular Pensiones, que registra un 13.9% de la primera mención de recordación espontánea. En las posiciones siguientes, y con niveles de recordación muy similares entre sí se destacaron Banex Pensiones, Interfín Pensiones, y BCR Pensiones (Ver Cuadro # 1, Anexo 1).

El dominio de BN Vital sobre el “*top of mind*” de las OPC es más fuerte en el sector masculino, y entre los trabajadores del sector privado. En contraste, la posición de Popular Pensiones sobre el “*top of mind*” muestra fortalezas destacadas fuera de la Gran Área Metropolitana, y entre los trabajadores del sector público (Ver Cuadro # 1, Anexo 1).

“Share of mind”: El dominio que BN Vital muestra al nivel de “*top of mind*” se mantiene también al nivel del “*share of mind*” (acumulación de todas las menciones espontáneas de recordación), aunque en este caso las diferencias entre BN Vital y Popular Pensiones se ven claramente menguadas (Ver Cuadro # 2, Anexo 1).

En el nivel general, BN Vital es mencionado por un 70.9% de las personas, mientras que Popular Pensiones recibe menciones espontáneas por parte de un 50.9% de los informantes. Por su parte, BCR Pensiones, Interfín Pensiones y Banex Pensiones se comportan en forma similar entre si, registrando menciones, cada uno, en alrededor de un 36% de los casos (Ver cuadro # 2 Anexo 1).

Al igual que sucede en el “*top of mind*”, en el “*share of mind*” BN Vital muestra fortalezas en el sector masculino y entre los trabajadores de la empresa privada, aunque ahora se destaca además una fortaleza en la Gran Área Metropolitana. Por su parte, Popular Pensiones muestra sus mejores niveles de recordación espontánea fuera de la Gran Área Metropolitana y entre los empleados del sector público, consistentemente con el comportamiento mostrado en el “*top of mind*” (Ver Cuadro # 2).

#### **4.1.1.2. Intenciones de Afiliación**

##### 4.1.1.2.1. Motivos para no haberse afiliado:

Las personas que aún no se han afiliado con alguna OPC indican en un 34.5% de los casos que el no haberse afiliado obedece a la falta de información adecuada para

tomar una decisión sobre este tópico. Los otros dos argumentos principales podrían ser interpretados como un enmascaramiento de la misma falta de información: mientras que un 24.8% de las personas menciona no haberse afiliado por falta de tiempo, otro 13% indica que simplemente no le ha dado importancia al asunto (Ver. Cuadro # 3).

En cualquiera de los tres casos se podría decir que la información recibida por el público no ha sido adecuada hasta el punto de provocar una decisión e invitar a la acción de afiliación, lo cual afectaría entonces a un 72.2% de los informantes (Ver Cuadro #3).

#### 4.1.1.2.1. ¿Ha pensado ya en afiliarse?:

Entre las personas que todavía no se han afiliado a alguna OPC, hasta un 75.1% afirma que si ha considerado ya su afiliación, mientras que el restante 24.9% no ha pensado aún sobre esta decisión. Los sectores donde resulta mayor la proporción de personas que no ha considerado su decisión de afiliación son claramente el segmento femenino, el sector fuera de la Gran Área Metropolitana, así como los segmentos de trabajadores independientes y los empleados del gobierno (Ver Cuadro # 4).

1

### **4.1.1.3. PROYECCIONES DE AFILIACIÓN**

#### 4.1.1.3.1. OPC con la que se afiliaría

En el segmento del mercado que es objeto de este estudio (personas entre 20 y 40 años), la intención de afiliación favorece a BN Vital en un 35.3% de los casos, mientras

que la preferencia se inclina por Popular Pensiones en otro 18.8% de los casos. Los restantes competidores del mercado se muestran más bien rezagados en la intención de afiliación, siendo BCR Pensiones el único oferente que supera el 8% en las intenciones de afiliación (Ver Cuadro # 6).

Al nivel de las intenciones de afiliación, BN Vital muestra fortalezas muy claras en el sector masculino, en la Gran Área Metropolitana, y entre los trabajadores del sector privado. Por su parte, Popular Pensiones muestra intenciones de afiliación muy similares en todos los subgrupos de informantes, aunque con fortalezas limitadas fuera de la Gran Área Metropolitana, y entre los trabajadores independientes (Ver. Cuadro # 6).

Finalmente, llama la atención que BCR Pensiones muestra una destacada fortaleza en el sector gobierno, donde hasta un 15.4% de los entrevistados se muestra inclinado a afiliarse con esta OPC. Con esta proporción de la intención de afiliación a su favor, BCR Pensiones iguala la posición de Popular Pensiones en el segmento de empleados públicos (Ver. Cuadro # 6).

#### 4.1.1.3.2. Motivos de afiliación

Hasta un 58.8% de las personas que manifiestan intención de afiliarse con BN Vital indican que esta decisión se fundamenta en la experiencia, el apoyo estatal y la

seguridad de la institución. Comparativamente, todos los otros argumentos ofrecidos son prácticamente irrelevantes en el caso de BN Vital (Ver Cuadro # 7).

En el caso de quienes dicen querer afiliarse con Popular Pensiones, hasta un 64.4% de las personas atribuye este parecer a la experiencia, apoyo estatal y seguridad que exhibe esta OPC. Sin embargo, a diferencia de lo que sucede con BN Vital, Popular Pensiones tiene otro bastión para catalizar la intención de afiliación: hasta un 13.6% de las personas manifiesta querer afiliarse con Popular Pensiones porque ya tiene otras gestiones anteriores con la misma institución (Ver Cuadro # 7).

En el caso de quienes pretenden afiliarse con BCR Pensiones, hay tres argumentos básicos que les hacen tomar la decisión: un 57.7% alude a la experiencia, apoyo estatal y seguridad ya mencionados en los casos anteriores, un 11.5% menciona las gestiones anteriores con el banco, y aún otro 15.4% de las personas se refiere aquí a las mejores condiciones ofrecidas por BCR Pensiones, en una clara alusión a la comunicación sobre los intereses del 3% que esta OPC ha ofrecido (Ver Cuadro # 7).

#### 4.1.1.3.3. Segunda opción de afiliación

Las personas que tienen a BN Vital como primera opción para afiliarse, manifiestan en un 43.8% de los casos que su segunda opción sería Popular Pensiones, mientras que en otro 17% de los casos no hay una segunda opción definida (Ver Cuadro # 8\*A).

La posición de Popular Pensiones como segunda opción frente a BN Vital es sensiblemente más fuerte en el sector femenino, fuera de la Gran Área Metropolitana, y entre los trabajadores del gobierno. Por otra parte, quienes menos definida tienen una segunda opción frente a BN Vital son los hombres, las personas que residen fuera de la Gran Área Metropolitana, y los trabajadores independientes (Ver Cuadro # 8\*A).

Entre las personas que han manifestado su intención de afiliarse con Popular Pensiones, hay otras dos OPC que se disputan la opción alternativa: BN Vital y BCR Pensiones, cada una registrándose como segunda opción frente a Popular Pensiones en un 32.1% de los casos. Hasta un 23.2% de quienes pretenden afiliarse con Popular Pensiones no tiene definida una segunda opción de afiliación (Ver Cuadro # 8\*A).

BN Vital se muestra algo más fuerte como segunda opción frente a Popular Pensiones cuando se trata de mujeres, de personas que residen fuera de la Gran Área Metropolitana, y de empleados del sector gobierno. Por su parte, BCR Pensiones muestra claras fortalezas como segunda opción de afiliación frente a Popular Pensiones en los segmentos femenino y de residentes fuera de la Gran Área Metropolitana (Ver Cuadro # 8\*A).

#### **4.1.1.4. AFILIACIÓN EFECTIVA**

##### **4.1.1.4.1. OPC con la que está afiliado**



Las personas que fueron contactadas para el estudio, y que ya están afiliadas a alguna OPC, reportan en un 48.9% de los casos estar afiliadas a BN Vital, mientras que en otro 13.2% de los casos se reporta la afiliación a Popular Pensiones. Por otro lado, la afiliación a Vida Plena OPC alcanza en este estudio el 8.6% de los casos, mientras que la de Banex se ubica en la cuarta posición, con un 6.8% de las afiliaciones reportadas (Ver Cuadro # 12).

Los segmentos del mercado donde BN Vital pareciera tomar más fuerza son el sector masculino, el de residentes de la Gran Área Metropolitana, y el empleados de la empresa privada. Por su parte, la afiliación de Popular Pensiones se presenta en mayores proporciones fuera de la Gran Área Metropolitana, y con menor fuerza entre los asalariados del sector privado (Ver Cuadro # 12).

#### 4.1.1.4.2. Motivos de afiliación

Al nivel nacional, las razones principales para haber escogido afiliarse con BN Vital abarcan el que se trata de una institución confiable, segura y conocida, así como que es del estado y que ya se tiene la experiencia de transacciones anteriores con la institución (Ver Cuadro # 13).

En el caso de los afiliados a Popular Pensiones, los motivos de afiliación más frecuentemente mencionados cubren tanto lo confiables, seguro y conocido de la

institución, como la experiencia de transacciones anteriores con la institución, y las condiciones ofrecidas por la OPC (Ver Cuadro # 13).

.....

#### 4.1.1.4.3. Lugar y momento en el que se afilió

Aquellas personas que se han afiliado con BN Vital, mencionaron en un 69.8% de los casos que la afiliación se dio cuando fueron visitados en su lugar de trabajo por los afiliadores de BN Vital. En otro 13.8% de los casos, la afiliación se produjo aprovechando una visita al banco. En promedio, las personas que están afiliadas con BN Vital se afiliaron hace 5.5 semanas (Ver Cuadro # 14, 16\*A).

En el caso de Popular Pensiones, los afiliados indican en un 60.5% de los casos que la afiliación se produjo al visitar las oficinas del banco, y solo en un 34.9% de los casos se menciona que la afiliación se haya producido como resultado de visitas de los promotores al lugar de trabajo del ahora afiliado. En promedio, los afiliados de Popular Pensiones se inscribieron hace 4.3 semanas (Ver Cuadro # 16\*A).

En el caso de los afiliados de BN Vital, la afiliación por visita del interesado a las oficinas del banco es proporcionalmente más importante fuera de la Gran Área Metropolitana, y llama la atención que también entre las mujeres sea esta una forma de afiliación mucho más importante que entre los hombres. En contraste con lo anterior,

en el caso de Popular Pensiones la afiliación por visita al lugar de trabajo del ahora afiliado es mucho más importante entre las mujeres como método de afiliación (Ver Cuadro # 16\*A).

Los datos parecen señalar una estrategia clara de BN Vital en el sentido de hacer una afiliación pro-activa, que usa como herramienta principal la visita a las personas en su lugar de trabajo, mientras que en Popular Pensiones la estrategia seguida no brinda frutos tan claros y específicos, y más bien el tiempo transcurrido desde la afiliación y el que la mayoría de las afiliaciones sean por visita al banco, permite suponer que una proporción (no determinada, pero importante) de las afiliaciones está relacionada con la visita al banco para retirar el ahorro obligatorio. (Ver Cuadro # 16\*A).

#### 4.1.2. ESTUDIO N°2: EXPECTATIVAS DE SERVICIO Y PROYECCIONES DE AFILIACION

##### **4.1.2.1. ¿QUÉ ES LA PENSIÓN COMPLEMENTARIA OBLIGATORIA?**

###### 4.1.2.1.1. Definición espontánea

Los informantes del estudio fueron invitados a definir con sus propias palabras qué es la pensión complementaria obligatoria. En todos los subgrupos de informantes, es notorio que en las definiciones ofrecidas prima la conciencia del plan a futuro sobre la conciencia de los aspectos meramente económicos, de la misma forma que las visiones positivas priman sobre las de tipo negativo o escéptico.

Hasta un 17.8% de las personas menciona que la pensión complementaria obligatoria es un ahorro que se mantiene para la vejez, mientras que otro 10% la define como un plan para el futuro. Estas dos posiciones son más vigentes en el segmento femenino, así como en fuera del Area Metropolitana (Ver Cuadro # 1 anexo 3).

En menor medida, la pensión complementaria obligatoria es definida también como un ahorro obligatorio (6.5%), un segunda pensión (3.3%), o incluso como una pensión extra que se recoge cada 5 años (6%). Apenas un 2.3% de las personas entrevistadas ofrece definiciones que evidencian posiciones claramente escépticas sobre la pensión complementaria obligatoria. Por otro lado, un 2% de los consultados define la pensión complementaria obligatoria como una carga económica adicional para el afiliado (Ver Cuadro #1 anexo 3).

#### 4.1.2.1.2. Definición guiada

Se ofreció también a los informantes una serie de cinco frases que podrían describir lo que es la pensión complementaria obligatoria, a fin de que cada persona seleccionara la frase que mejor refleja su opinión sobre este asunto.

Un 36.8% de las personas define entonces la pensión complementaria obligatoria como *“una pensión adicional, que no me va a costar nada”*. Por su parte, otro 25.5% de los entrevistados opta por definir la pensión complementaria obligatoria como *“una nueva forma de administrar el sistema de pensiones”* (Ver Cuadro #2 anexo 3).

En otro bloque de opiniones, un 15.8% de las personas, con especial contribución del sector masculino, considera que la pensión complementaria obligatoria es *“una privatización del sistema de pensiones”*. Otro 13.3% de los informantes optaría por definir la pensión complementaria obligatoria como *“una pensión adicional, que me va a costar más dinero”*. Finalmente, un grupo del 8.8% de los entrevistados prefiere definir la pensión complementaria obligatoria como *“un asunto político, sin repercusiones para mí”* (Ver Cuadro #2 anexo 3).

#### **4.1.2.2. BENEFICIOS QUE SE ESPERA RECIBIR**

##### **4.1.2.2.1. Beneficios por afiliarse**

Un 30.6% de las personas entrevistadas no sabe qué beneficios podría recibir al afiliarse a una OPC. Otro 25.3% indica que no será beneficiado en forma alguna a través de esta afiliación. La proporción de personas que sostiene estas opiniones se

mantiene estable independientemente del sexo, el grupo de edad, o la zona de residencia del informante (Ver Cuadro # 3 anexo 3).

Un 7.3% de las personas indica que los beneficios a recibir se centran en los intereses del dinero depositado, aunque esta posición parece estar mucho menos clara fuera del marco del Area Metropolitana. Por otra parte, un 7% de los informantes ve como beneficio derivado de la afiliación el obtener una ayuda o una seguridad para el futuro, cuando esté mayor (Ver Cuadro # 3 anexo 3).

Entre las personas que si mencionan algunos beneficios que recibirían al afiliarse a una OPC, llama la atención la disparidad de criterios que se refleja en la diversidad de respuestas ofrecidas. En un enfoque comprensivo, a nivel global, la percepción sobre beneficios por afiliación se centra sobre todo en la seguridad a futuro, en segundo lugar considera el beneficio económico directo.

Tanto el desconocimiento de los beneficios en más de la mitad de los no afiliados, como la disparidad de criterios en las restantes personas, podrían ser indicadores de una comunicación confusa sobre el tema de la pensión complementaria obligatoria, lo cual redundaría en una población meta carente de información real y adolescente de un criterio unificado sobre lo que para cada uno implica la pensión complementaria obligatoria.

#### 4.1.2.2.2. Beneficios adicionales dados por las OPC

Un 34.3% de los no afiliados afirma que no recibirá ningún beneficio adicional por parte de las OPC, las que solamente cumplirán con su función de administrar el dinero de la pensión complementaria obligatoria. Otro 54.3% de los consultados no sabe si podría esperar algún beneficio adicional por parte de la OPC con la que elija afiliarse (Ver Cuadro # 4 anexo 3).

Entre las personas que si mencionan algún beneficio que otorgarían las OPC, destaca apenas la mención acerca de que las OPC darán al afiliado intereses sobre los dineros en custodia (esto lo menciona un 5% del total de entrevistados). Algunos de los otros beneficios mencionados se centran alrededor de los servicios financieros que ya ofrecen o que podrían ofrecer las instituciones bancarias vinculadas a las distintas OPC (Ver Cuadro # 4 anexo 3). Una vez más, en lo relativo a los beneficios prima el desconocimiento, seguido por la diversidad o confusión de criterios.

#### **4.1.2.3. Intenciones de afiliarse a una OPC**

##### **4.1.2.3.1. ¿Ha pensado ya en afiliarse a alguna OPC?**

Un 57.3% de las personas entrevistadas manifiesta que ya ha considerado el afiliarse a alguna OPC, mientras que el restante 42.7% ni siquiera lo ha pensado aún. Quienes menos han pensado en afiliarse a alguna OPC son los hombres, así como las personas entre 31 y 40 años de edad (Ver Cuadro # 5 anexo 3).

Las personas que no han evaluado aún su decisión de afiliación, hasta en un 40.5% de los casos lo achacan directamente a la carencia de la información necesaria para entender el asunto y decidir al respecto. Otro 14.9% indica claramente que el asunto de la pensión complementaria obligatoria no resulta de su interés. (Ver Cuadro # 6 anexo 3).

Por otra parte, algunas personas responsabilizan de su inacción a la inestabilidad laboral, la desconfianza, y la falta de tiempo. Otros incluso consideran que la afiliación no es urgente, puesto que están aún muy jóvenes (Ver Cuadro # 6 anexo 3).

#### 4.1.2.3.2. ¿Cuándo planea afiliarse?

Hasta un 23.5% de los no afiliados consultados para el estudio reporta que planea afiliarse en un mes o menos a partir del momento de la entrevista. La definición de este plazo se debe sobre todo a que aún no han tomado una decisión y necesitan más información para poder decidir bien, según lo explica un 37.2% de quienes integran este grupo (Ver Cuadro # 7, 8 anexo 3).

Otro 16.3% de los no afiliados indica que planea afiliarse en unos años, revelando una posición incierta al respecto. En un 36.9% de estos casos, la motivación para esta incertidumbre sobre el momento en que se quisieran afiliar obedece también a que aún no han tomado una decisión y necesitan más información para poder decidir bien. En otro 10.8% de estos casos en que la persona planea afiliarse en unos años, la incertidumbre se origina en la desconfianza, pues estas personas dicen que preferiría



esperar a ver cómo avanzan las cosas antes de decidir su afiliación (Ver Cuadro # 7, 8 anexo 3).

Un tercer grupo, integrado por el 14.8% de los informantes, indica que se afiliará cuando pueda pensarlo mejor y decidirse por alguna OPC, siendo la razón principal para esta posición la carencia de la información necesaria para decidir adecuadamente (Ver Cuadro # 7, 8 anexo 3).

Finalmente, vale la pena destacar que un 11.8% de los no afiliados que fueron consultados para el estudio afirman que planean afiliarse en cualquier momento, principalmente (como sucede en un 30% de estos casos) por que aún necesitan más información para entender bien lo relacionado con la pensión complementaria obligatoria (Ver Cuadro # 7, 8 anexo 3).

#### **4.1.2.4. Lugar o situación ideal para afiliarse**

En cuanto a cuál es el lugar, forma o situación ideal para afiliarse a una OPC, el mensaje de los no afiliados es claro y conciso: esperan ser visitados por afiliadores que los busquen en el trabajo, o en la casa. Mientras que un 45.5% de las personas considera ideal que lo visiten en su lugar de trabajo, otro 17.1% considera que lo mejor sería que lo visiten en su casa (esta opinión es ligeramente más fuerte en el segmento femenino). La tercera opción presentada por los informantes del estudio es que le

ofrezcan afiliarse cuando visita un banco para una gestión cualquiera (Ver Cuadro # 9 anexo 3).

#### **4.1.2.5. Aspectos más valorados en una OPC**

Se ofreció a los informantes un grupo de once atributos propios de las OPC y de su comunicación, a fin que cada persona pudiera establecer un orden de importancia según la intensidad en que la disponibilidad estos atributos en una OPC influenciaría su decisión de afiliación.

Los atributos más importantes en una OPC son, en orden decreciente de importancia: el respaldo del estado, la solidez de la institución que patrocina la OPC, y los intereses que ofrecen las OPC por los fondos en custodia (Ver Cuadros # 10A y 10B anexo 3).

En un segundo nivel de importancia, y siempre en orden decreciente, se destaca como atributos influenciadores de la decisión de afiliación: la calidad de la atención, los beneficios adicionales, la seriedad de la publicidad, la cercanía de las oficinas, la cantidad de sucursales, y la presencia de afiliadores. Al final de la lista de importancia decreciente queda la cantidad de afiliados que tenga la OPC, y la cantidad o intensidad de la publicidad que esta haga (Ver Cuadros # 10A y 10B anexo 3).

#### **4.1.2.6.¿Con cuál OPC se afiliaría?**

#### 4.1.2.6.1. Intención de afiliación espontáneo

Un 36.5% de los informantes reporta que lo más probable es que se llegue a afiliarse con BN Vital, mientras que otro 25.8% manifiesta una mayor disponibilidad hacia afiliarse con Popular Pensiones. Mientras que la intención de afiliarse con BN Vital es algo mayor en el segmento de 20 a 30 años, la intención de afiliarse con Popular Pensiones es sensiblemente mayor en el Area Metropolitana (Ver Cuadro # 11 anexo 3).

En posiciones más bien lejanas con respecto de los dos líderes de la intención de afiliación, BCR Pensiones acumula un 8.5% de estas intenciones, mientras que INS Pensiones registra otro 5.8% de las intenciones de afiliación. En las últimas posiciones de la preferencia declarada para afiliación se ubican las OPC patrocinadas por instituciones privadas, siendo aquí Banex Pensiones e Interfín Pensiones los que encabezan la lista de preferencias (Ver Cuadro # 11 anexo 3).

#### 4.1.2.6.2. Razones de la intención de afiliación

Las personas que manifiestan una mayor probabilidad de afiliarse con BN Vital lo justifican basándose principalmente en la confianza, seguridad y estabilidad de la institución (44.5% de las razones ofrecidas), así como en el respaldo estatal de esta OPC (13.7%), y en que esta OPC ofrece mejores condiciones y servicios (10.3%) (Ver Cuadro # 12 anexo 3).

Por otra parte, quienes reportan que lo más probable es que se lleguen a afiliarse con Popular Pensiones destacan como motivadores de esta preferencia la confianza, seguridad y estabilidad de la institución (25.2% de las razones ofrecidas), así como el tener otras gestiones anteriores con el Banco Popular (16.5%), además de que en su opinión es esta la institución que tiene más experiencia que los demás (10.7%) (Ver Cuadro # 12 anexo 3).

Por su parte, las personas que indican que lo más probable es que se afilien con alguna de las OPC patrocinadas por instituciones privadas muestran algunos motivadores en común. Entre estos se destaca el tener gestiones anteriores con la institución patrocinadora, y la oferta de mejores condiciones y servicios. En algunos casos (Banex Pensiones y San José Pensiones, principalmente) se destaca también la confianza, seguridad y estabilidad de la institución patrocinadora (Ver Cuadro # 12 anexo 3).

#### 4.1.2.6.3. Intención de afiliación con Popular Pensiones: sugerido

Las personas que no mencionaron en forma espontánea que Popular Pensiones fuera su elección más probable, fueron indagadas sobre si han considerado a esta OPC como una opción de afiliación. Solamente el 25.9% de estas personas afirma haberlo considerado en algún momento: la contribución principal aquí es del segmento de 31 a 40 años de edad (Ver Cuadro # 13 anexo 3).

Quienes si han considerado a Popular Pensiones como una opción de afiliación pero no tienen a esta OPC como su opción principal, consideran que se trata de una institución sólida que ayuda al obrero, que es un banco de los trabajadores, y que es seguro y responsable. Otros consideran además que el Banco Popular está respaldado por el gobierno, es bueno como institución, y tiene años de experiencia (Ver Cuadro # 14 anexo 3).

Por su parte, las personas que no han considerado a Popular Pensiones como una opción de afiliación afirman sobre todo que no les gusta el Banco Popular (14% de los argumentos ofrecidos), no tienen confianza en la institución (8.5%), carecen de información sobre esta OPC (8%), o ni siquiera han considerado mucho la posibilidad de afiliarse con otra OPC distinta de su primera elección (8%) (Ver Cuadro # 14 anexo 3).

#### **4.1.2.7. Sugerencias del patrono**

Solo un 26.6% de los no afiliados que fueron consultados para el estudio afirma que en su lugar de trabajo le han sugerido con cual OPC debería afiliarse. Esta influencia por parte del patrono muestra una mayor incidencia en el sector masculino, así como entre las personas de 20 a 30 años de edad (Ver Cuadro # 15 anexo 3).

#### 4.1.3. ESTUDIO N°3 INCIDENCIA Y PARTICIPACION DE MERCADO

##### **4.1.3.1. Niveles de afiliación**

En los 900 hogares visitados en la Gran Área Metropolitana durante el estudio, se obtuvo referencia de un total de 2277 hombres y mujeres entre los 20 y los 40 años de edad, que son residentes en los hogares visitados. De ellos, hasta un 58.5% trabaja usualmente cotizando para los regímenes de previsión social de la CCSS.

Considerando como base a las personas entre los 20 y los 40 años de edad, residentes en la Gran Área Metropolitana, y que usualmente cotizan para la CCSS, es posible afirmar que al momento del estudio hasta un 42.6% ya se encuentra afiliado a alguna OPC, lo cual deja aún como mercado pendiente de afiliar a poco más que un 57% del “*core market*”.

Los nichos donde la proporción de no afiliados es mayor se encuentran claramente en el nivel socioeconómico medio medio, y en menor medida en el nivel socioeconómico bajo y medio bajo. La afiliación en el nivel socioeconómico medio alto y alto cubre ya al 66.7% de los casos.

##### **.4.1.3.2.Participaciones de mercado**

#### 4.1.3.2.1. Nivel general

Si se considera a nivel general el segmento que compone el “*core market*” de las OPC, la participación de las distintas instituciones está encabezada por BN Vital (con un 42% de las afiliaciones reportadas), con Popular Pensiones en un segundo lugar, aunque más bien distante de la primera posición (Popular Pensiones agrupa el 14.4% de las afiliaciones reportadas).

Las posiciones siguientes en la participación general de mercado son ocupadas por Vida Plena, Banex, e INS, en este orden. Interfín, BCR, San José y Cuscatlán quedan relegadas en los últimos lugares del escalafón.

#### 4.1.3.2.2. Según edad

Entre las personas de 20 a 30 años de edad, las diferencias entre BN Vital y Popular Pensiones son ligeramente más pronunciadas que en el nivel general, aunque llama la atención que las distancias entre ambas OPCs se acorta sensiblemente en el segmento de 31 a 40 años, en el que también Vida Plena es un participante de importancia.

#### 4.1.3.2.3. Según sexo

En lo que respecta a las divisiones por sexo, llama la atención que mientras que BN Vital se muestra ligeramente más fuerte entre los hombres (44.3% contra 38.6% entre las mujeres), Vida Plena definitivamente tiene su punto fuerte en el sector

femenino, donde registra un 16.37% de las afiliaciones (frente al 6,79% entre los hombres).

Por su parte, Popular Pensiones no muestra diferencias de importancia en la división por sexos, y aunque conserva su segundo lugar entre los hombres, lo pierde ante Vida Plena en el sector femenino. Finalmente, aunque su participación reportada es pequeña, llama también la atención que BCR pensiones parece mostrar su punto más fuerte en el segmento masculino.

#### **4.1.3.2.4. Según nivel reportado de ingresos**

BN Vital muestra su papel más preponderante entre las personas de ingresos personales mensuales declarados en un rango medio (entre C100.000 y C200.000), donde alcanza casi un 47% de las afiliaciones. Por su parte, Popular Pensiones muestra una participación de mercado que tiende a decrecer conforme aumenta el nivel de ingresos declarados del afiliado.

Por otro lado, mientras que INS Pensiones y BCR Pensiones muestran su mayor participación de mercado en el rango de ingresos personales mensuales de C200.000 a C300.000, Banex Pensiones muestra un impulso ascendente en sus participaciones de mercado conforme aumenta el nivel de ingresos declarados del afiliado.

#### **4.1.3.2.5. Según nivel socioeconómico**



La participación de mercado de Popular Pensiones tiende claramente a ser más alta conforme más bajo es el nivel socioeconómico de los afiliados, con lo cual muestra un comportamiento diametralmente opuesto al de Banex Pensiones, cuyos niveles de participación aumentan juntamente con el nivel socioeconómico de los afiliados. Por otra parte, mientras que Vida Plena OPC muestra un claro perfil de nivel socioeconómico medio-medio, BN Vital se muestra fuerte en los tres niveles socioeconómicos y no evidencia en sus afiliaciones un patrón claramente relacionado con esta variable.

#### 4.1.3.2.6. Según zona de residencia

BN Vital ve caer sus participación de mercado desde un 44.35% en el Área Metropolitana hasta un 39.6% en el resto de la Gran Área Metropolitana. Otras OPCs que muestran tendencias similares son Banex Pensiones, Interfín Pensiones y BCR Pensiones.

En una tendencia claramente opuesta, Popular Pensiones pasa de mostrar una participación del 10% en el Área Metropolitana, hasta exhibir un 19.34% de las afiliaciones reportadas en el resto de la Gran Área Metropolitana. Aunque sin llegar a cambios tan llamativos como los mostrados por Popular Pensiones, INS Pensiones muestra también una participación de mercado proporcionalmente mayor fuera del Área Metropolitana.

## **4.2. ANÁLISIS CUALITATIVO**

### 4.2.1. ESTUDIO N°4 SEMÁNTICA EN LA COMUNICACIÓN DE LAS OPC

#### **4.2.1.1 Principales ideas que transmiten las Operadoras**

Ante la aprobación de la Ley de Protección al Trabajador, diferentes entidades tanto públicas como privadas han iniciado una intensa campaña de afiliación a las operadoras de planes complementarios de pensión. En general las OPC`s han utilizado un sinnúmero de vehículos publicitarios con el fin de lograr acaparar la mayor cantidad de afiliados en sus arcas.

Al consultarles a los participantes acerca del conocimiento previo sobre las OPC`s, la mayoría hace referencia a diferentes frases de campaña que identifican a las operadoras, al indagar sobre la percepción que tienen sobre las diferentes campañas, los participantes fundamentan la misma en dos pivotes 1) las cualidades o características de las OPC`s dentro de las que se encuentran: solidez, seguridad, estabilidad, confianza, y 2) la prestación del servicio al cliente dentro de las que se destacan el servicio y el respaldo.

Cualidades o características de las OPC´s:

La solidez es percibida como un “mega-concepto” en el cual se conjugan algunas de las necesidades de los participantes ya que se asocian indistintamente ciertos sinónimos de esta, como son: estabilidad y seguridad.

La seguridad es asumida como el reconocimiento de la ciudadanía hacia la entidad, el personal calificado y activos que respalden la actividad financiera que la misma realiza.

Por otro lado la estabilidad es asociada por los participantes, con una entidad consolidada en el tiempo sin embargo esta noción está asociada no a las actividades financieras propiamente, sino más bien al prestigio de que gozan las entidades tanto públicas como privadas a las que las OPC's están vinculadas. Es necesario anotar que a juicio de los participantes en la actualidad ninguna de las OPC's poseen la experiencia necesaria en el campo de la administración de pensiones complementarias sin embargo los participantes logran vincular perceptualmente la experiencia, solidez, y los servicios competitivos adicionales de cada una de las entidades que respaldan a las OPC's, convirtiendo a las operadoras en “departamentos de...” o en servicios de valor agregado de las entidades. En línea con lo anterior “el apellido” que acompaña a la operadora se convierte en un elemento indispensable al momento de la elección.

Confianza es un elemento que surge en múltiples ocasiones durante las sesiones de grupo, sin distinción de nivel socioeconómico, este concepto es asumido como la certidumbre de que el dinero depositado en la OPC, al llegar el momento de la pensión

el dinero va estar disponible. Por otro lado la confianza se valida en el respaldo de los activos de la entidad financiera que cubrirían ante una eventual quiebra.

La incertidumbre manifestada por los participantes no excluye a las OPC de entidades estatales, ya que sobre estas pesa el referente del Banco Anglo y del descalabro de las financieras.

Surge entonces un elemento disociador en cuanto a la elección de las operadoras, escoger entre una que cuente con el respaldo de una entidad estatal y otra que cuente con el respaldo de una entidad privada, independientemente de que ambas gocen de la protección y garantía del Estado como lo establece la ley de Protección al Trabajador en su artículo 41.

El servicio es un concepto contradictorio para los participantes, genera una valoración positiva las facilidades que algunas OPC's envían promotores a los centros de trabajo, afilian en el lugar del trabajo y en cajeros automáticos, supermercados y en los lobbies de algunos bancos. Pero la carencia de información técnica de los promotores acerca de la legislación y de sus tópicos relacionados, se valora negativamente, situación que genera dudas en cuanto a la seriedad de la institución.

Otros elementos considerados en el servicio son la carencia de información en el sistema de cobro por la administración de los dineros, pago de intereses por ahorro y en general los elementos diferenciadores de cada una de las operadoras.

El bien –estar es el elemento más explotado, por todas las operadoras siendo consecuentemente el más recordado por los participantes sin embargo a juicio de los mismos esta publicidad es `ilusoria ´ pues la mayoría de los participantes no se identifican como un pensionado viajero, un niño grande, un insigne bailarín, un atleta consumado o como un futbolista al que hay que seguir.

Sin distingo de nivel socioeconómico, este importante esfuerzo publicitario, se enfoca más en eventuales beneficios extrínsecos que en la comunicación propia de la legislación aprobada. La siguiente interacción ilustra el párrafo:

“todos dicen lo mismo, cada uno lo pone de diferente forma... nadie ha hablado sobre la Ley en sí”.

En este sentido el corto de Alexis Rojas para Popular Pensiones, en el que explica el espíritu de la ley sobresale como estrategia de comunicación, diferenciándolo radicalmente de la publicidad de otras operadoras, logra el reconocimiento de la mayoría por la in-FORMACIÓN que brinda, la claridad con que explica y el elevar, al menos perceptualmente a categoría de información periodística, por lo tanto objetiva, creíble y veraz un comercial de televisión.

#### **4.2.1.2 Ideas centrales en torno a las OPC’S.**

La idea principal que manejan los trabajadores con respecto a las OPC se percibe de dos maneras: una es el tipo de comunicación presentada por las operadoras y la otra la información que se desea suministrar a los potenciales clientes a través de la publicidad.

Se focaliza la atención en los aspectos técnicos haciendo énfasis en la calidad de algunos comerciales evaluados, las ideas e imágenes que transmiten, tipo de protagonistas, entre otros. En cuanto a los aspectos técnicos se hizo alusión al comercial de Banex Pensiones en el que se congelan las imágenes de los protagonistas, algunos participantes indican conocer sobre los montos de inversión de los comerciales calificándolos de excesivos, situación que despierta duda “por que gastar tanto en un negocio que no es fijo”.

Ilusión: esa es la tónica con que califican las mayoría de participantes a los comerciales que venden una imagen irreal de lo que se podrá hacer con los dineros del retiro

La elección de los protagonistas de edad madura como en el caso de San José Pensiones, Interfín Pensiones, transmite a los participantes la idea de experiencia en el manejo de pensiones y en el caso de BN vital esta claro el concepto de a quien está dirigido el producto, aunque se crítica lo poco convencional del estado saludable de los protagonistas.

Al parecer la utilización de la frase “tranquilo”, por parte de Interfín logra transmitir la serenidad necesaria para que las personas “piensen más” al momento de decidirse, es relevante indicar que fueron muchos participantes quienes recordaban el “anuncio de los perros”, que en sus inicios presentó esta operadora y aunque muchos indicaron que les pareció desagradable la mayoría lo recordaba por encima de otros comerciales.

La incorporación de “un señor” en el comercial que indica la alianza de Citigroup con San José Pensiones es muy bien evaluado sobre todo por los sectores medio y altos, pues esta figura logra transmitir seguridad y experiencia, en tanto para el sector medio-bajo queda la duda de “¿qué es Citigroup?”. Se hace relevante indicar que en al menos tres sesiones de grupo se cuestionó la experiencia de administración de pensiones con una cartera de ocho millones de afiliados en todo el mundo considerándose como una suma modesta a nivel mundial.

El concepto de `sentirse como un niño utilizado por Banex es evaluado desde dos ópticas: una la tranquilidad que tiene un niño de no preocuparse por nada, la otra obedece al envejecimiento natural del ser humano, en el que en estadios muy avanzados del mismo hay manifestaciones de pérdida de movilidad, dicción, visión, agilidad; físicamente se vuelve a ser como un niño. El efecto es bipolar unos gustan del concepto y otros lo rechazan.

Muchos en los niveles medio y alto se sienten desconcertados por el comercial del taxista pues consideran absolutamente irreal que un taxista se convierta en asesor financiero, así mismo consideran que es publicidad desleal para con la banca estatal y que deja mucho que desear de un competidor que se base en los errores de un grupo para llevar agua a sus molinos. Por otro lado las personas de clase media baja logran identificar al taxista como “el policía de la pensión”, causando en algunos casos algarabía.

Las personas que indicaron trabajar con BANEX o tener alguna preferencia hacia esta entidad, resultó impactante “el cambio de estrategia”, citado así por ellos mismo de una entidad seria, al parecer el intento de “popularización” de esta OPC al apostar por los segmentos medio y medio bajo puede generar alguna molestia en los que buscaban alguna exclusividad en dicha operadora.

Viva la vida `loca´ es un concepto utilizado por BCR Pensiones, el cual gusta a algunos de los participantes por lo gracioso de ver dos señoras adultas mayores bailando y criticando a los jóvenes. Pero por otro lado la mayoría consideró preocupante que una operadora ofrezca su plan de pensiones como una fiesta, un desorden en un ambiente de jolgorio. En varias sesiones los participantes indicaron su preocupación sobre el hecho de si esa fiesta sería pagada con el dinero de los contribuyentes al plan, la imagen de vivir alocadamente para algunos es contradictoria con los planes que se tienen al momento de pensionarse, pues consideraron más bien que al momento de pensionarse uno lo que desea es tiempo para hacer TODO lo que no pudo, para otros es el tiempo



de dedicarse a los pasatiempos para los que “nunca tuvo tiempo”, como pintar, leer, escuchar música.

A nivel de imagen el ver el nacimiento de una planta y su posterior crecimiento y transformación en un sólido árbol aunado con la contraposición del edificio del Instituto Nacional de Seguros gusta de sobremanera a la mayoría de los participantes pues logran conciliar las necesidades de seguridad y respaldo. Este comercial provoca en la mayoría deseos de los participantes de afiliación.

Popular pensiones utiliza figuras cotidianas y reconocidas, como lo son la actriz de teatro y televisión Marcia Saborío y el exfutbolista saprisista Evaristo Coronado, con la intención de establecer un vínculo entre los protagonistas y la ciudadanía. En ambos casos la percepción de los participantes es negativa, debido a las siguientes razones:

Denotan una contradicción en la presentación de Marcia Saborío, no encuentran la relacionan de una actriz cómica con la seriedad de un plan de pensiones, la situación valida la percepción de los participantes al plantearse la frase “mi trabajo es hacer reír a la gente”, la que es considerada sin relación con el tema.

En el caso del comercial en que aparece Evaristo Coronado, proyecta una valoración negativa debido a que se percibe como una actuación forzada, con poca coherencia entre la figura y el producto que se está ofreciendo.

Son pocas las personas que evalúan positivamente los comerciales en cuestión siendo más las personas de clase media baja quienes se sienten identificados con los mismos. Al hacer una exploración sobre las eventuales figuras de referencia estas no aparecen, se mencionan esporádicamente al padre Minor Calvo, al Dr. Abel Pacheco, a la nadadora Claudia Poll y a los presentadores de noticias Ignacio Santos y Pilar Cisneros.

Más que figuras de referencia las personas necesitan verse reflejadas en personajes cotidianos, en trabajadores de jornadas de ocho horas, como maestras, bomberos, enfermeras, policías, albañiles, agricultores entre otros. Critican que al día de hoy nadie ha puesto en su publicidad la imagen del trabajador real, el de la maquila, la fábrica, el autobusero, la cajera, como fue llamado por los participantes “la gente de verdad”.

El caso de Vida Plena OPC se considera como un comercial con “buena música y bonitas imágenes” se indica que es un comercial muy emotivo y lleno de nostalgia por el “tiempo de uno en la escuela”, ese tiempo se asocia con el papel de la maestra como figura transmisora de conocimientos y a su vez como figura con la que los niños y niñas se sienten lo suficientemente seguros, convirtiéndolo en un comercial evaluado desde las ópticas de la nostalgia y desde lo emotivo. Aunque es criticado por algunos quienes indican que “no dice nada”, tal vez para estas personas “pesa mucho” la ausencia de audio.

### **4.2.1.3 La información como valor**

La información sobre lo que es la legislación vigente y las ventajas que cada una de las operadoras poseen sobre sus competidores, son elementos que afloran a menudo en la discusión dirigida

Cerca de la totalidad de participantes indicó tener necesidad de información sobre diferentes tópicos: sentido de la ley, montos de aportes, función de los planes de pensión, determinación de beneficiarios y por sobre todo el monto real que al final del período de cotización se va a obtener .

En este sentido algunos participantes indican lo necesario que es que las operadoras aclaren que con los montos de pensión al ser complementarios no se podrán efectuar viajes a las islas del caribe o acceder a lujosas vacaciones o lujosas viviendas.

Esta información se espera provenga de entidades neutras como la Superintendencia de Pensiones pues “ningún carnicero dice que su carne es mala”, o bien el Estado como ente aglutinador y organizador de la ciudadanía ofrezca la visión objetiva del caso.

Se celebra la cadena de televisión efectuada por Popular Pensiones - como se indicó anteriormente- por la labor clarificadora y la pertinencia de la información brindada , sugieren los participantes “más cadenas como esas”, o bien la implementación de un número ochocientos en el que se puedan aclarar dudas. Se sugiere además el desarrollo de un sitio en internet que permita a los interesados efectuar cálculos sobre su eventual pensión al momento del retiro.

¿Que quieren ustedes que les diga una operadora?, casi ì sin dudarlo la mayoría de los participantes indicó: LA VERDAD, al consultarles que es la verdad para ellos, es que no ofrezcan cosas que no son, que digan las cosas como son o que no digan que voy a viajar cuando apenas me va a alcanzar la plata para vivir.

Es importante indicar que al simular que llegaba el último día para afiliarse una muy importante cantidad de participantes indicaba que se afiliaría con la operadora que hubiese contestado todas las preguntas que se tenían y en la que lo hicieran sentirse de verdad personas y no una firma más para decir en unos días que eran los que más personas tenían.

#### **4.2.1.4 Lo proyectivo**

El “*Test*” de Oraciones Incompletas: Es un instrumento para explorar ideas y sentimientos no expresados por los participantes de los grupos focales, es usado especialmente para evitar sesgos ocasionados por la posible influencia de líderes de

opinión y presión grupal en general. Esta técnica se utilizó luego de una breve discusión general sobre las OPC's e inmediatamente después de haber visto los comerciales de televisión, esto con el fin de lograr una apreciación si se quiere neutra de las percepciones de los participantes. Consiste en oraciones incompletas que los participantes deben llenar con respuestas rápidas y espontáneas. Al final del presente documento se adjunta la transcripción de los instrumentos.

Al efectuar un análisis de las percepciones tanto por edad y por nivel socioeconómico se tiene que para las personas de nivel medio bajo de 25 a 30 años los elementos comunicacionales más valorados son: disfrute, alegría seguridad y familia. Las personas indican recordar de la comunicación la necesidad de afiliarse a cualquiera, así como el asegurarse el futuro, aunque recalcan que “todos dicen lo mismo”. Es mal evaluado en los comerciales, los modelos poco convincentes, así como que se diga una cosas y en la realidad se haga otra, reclaman además sentirse como “en política”, en donde todos dicen ser el mejor.

En referencia a los que “todos dicen”, se describen estos elementos: afíliese piense en el futuro y el que se indica con una mayor frecuencia es que cada una de las operadoras es la mejor.

Lo que las operadoras no han dicho refiere a los aspectos técnicos de la legislación, cual es el respaldo real que se dicen tener , hasta que día hay tiempo para afiliarse y como son los trámites para hacerlo. Por otro lado refieren los participantes la

necesidad de aclarar sobre la realidad de al pensionen referencia a montos. Esta última situación entendible desde la perspectiva del nivel socioeconómico en que se encuentran.

Las personas participantes en el estudio de nivel medio bajo de 31 a 40 años lo que genera mayor agrado en los participantes es s la música, considerada “de moda” y el contenido gracioso de los comerciales en especial el de BCR Pensiones, así mismo se celebra el estado activo presentado en los protagonistas de BN Vital y la idea que se transmite en la mayoría de los comerciales acerca del convencimiento que existe que la edad es para el disfrute.

Por otro lado, se recuerda la alegría de los comerciales, los escenarios finos y los personajes reconocidos, el futuro resuelto y que la edad madura es una etapa agradable para ser vivida, casi en último lugar se recuerda el respaldo que las OPC informan tener.

No gusta a los consultados, los modelos falsos, los mensajes ficticios y que un comercial no diga nada en concreto sobre los planes de retiro. Consideran que todas las operadoras consideran ser las mejores y que se deben de afiliarse con ellos, sin embargo reclaman que ninguna dice la verdad sobre esta ley, el por qué son las mejores, los intereses que cobran por el manejo de los dineros y los porcentajes de retribución que los clientes van a tener por afiliarse a ellos.

Para el caso de los representantes de la clase media-media de 25 a 30 años los elementos más valorados son la tranquilidad de contar con algo para el futuro, de despreocuparse un poco por como será ese futuro, casi sin excepción los participantes indican como elementos importantes la confiabilidad y la solidez de las operadoras. Sin embargo indican que los mensajes no son lo a juicio de ellos lo suficientemente claros como para permitirles tomar una decisión al respecto Al igual que en los otros segmentos, se indica que todas las operadoras tienen el respaldo del Estado, pero se sugiere indicar en que áreas, de que manera, así como el tipo de interés que se pagará y lo que realmente ofrecen que las hace diferentes a los otros.

Los participantes de clase media-media de 31 a 40 años indican como elementos comunicacionales más valorados la solidez, la seguridad de tener las raíces bien plantadas (en alusión directa al comercial de INS Pensiones), así como el disfrute en la edad madura, pero este disfrute es contrastado con “pensar hoy para el futuro”. Resulta interesante señalar que los elementos más recordados son referidos a altas expectativas de vida en el futuro con la pensión para la que se está cotizando, así como la idea de afiliarse que parece posicionarse en estas personas.

Refieren no gustar comerciales corrientes, desarrollados con modelos inseguros o por medio de actores “grotescos y ordinarios” en referencia directa al comercial Taxista de BANEX. Lo que no han dicho las operadoras se resumen en la pregunta ¿QUE OFRECEN?, de garantía, de interés, por afiliarse y la otra pregunta es ¿dónde van a invertir el dinero?.

Para el estrato medio alto de 25 a 30 años los elementos comunicacionales rescatados son la tranquilidad y la confianza , recuerdan además como se muestra en los comerciales una vejez “sana” y como en el comercial de BANEX que es el más gustado y el que logra generar una mayor discusión, la sensación de sentirse siempre joven por otro lado confianza y servicio al cliente son elementos valorados positivamente. No gusta la disonancia entre “cuerpos atléticos y caras ancianas” así como los personajes elegidos como figuras de referencia por lo ficticio de sus actuaciones y la credibilidad fuera del círculo para el que ellos son referentes. Reclaman la escasa información de profundidad que tienen todos los comerciales e indican que falta por decir los rendimientos ofrecidos, el porcentaje que ganan cada OPC, en que tipo de valores van a invertir, como lo van a hacer y la ausencia del discurso legal entendible sobre la legislación aprobada.

Por su parte las personas de nivel medio alto de 31 a 40 años indican como elementos mejor valorados la tranquilidad, la alegría y la confianza en la institución que respalda, consideran que no hay diferencias significativas pues “todo es igual” aunque sí indican que es importante pensar en el futuro y comenzar a construirlo. Es interesante recalcar que a juicio de los participantes, la publicidad, “no dice nada” y que no es real que con los montos de pensión complementaria se pueda viajar como lo plantean algunas OPC. Lo que consideran que falta de decir por parte de las operadoras es como será ese mejor futuro que ellos indican, cuales son los intereses que van a pagar, cuales son los servicios que se ofrecen y cuales son los beneficios tangibles de la afiliación.



#### 4.2.2. ESTUDIO N° 5 PERCEPCIONES Y VALORES ASOCIADOS

##### **4.2.2.1. Percepciones asociadas a la saturación**

La mayoría de las personas participantes en el estudio, concuerdan en que actualmente se encuentran sobre-expuestos a la publicidad que gira en torno a las Operadoras de Planes Complementarios de Pensión – en adelante OPC's -, lo cuál conlleva a la saturación de mensajes y a la generación de algunos mecanismos para obviar esta situación. “...*bombardíao* (sic)” esa es respuesta de un participante a la pregunta ¿cómo lo hace sentir la publicidad de las OPC's?, otro por su parte indicó “prende uno el televisor y sólo de eso vé, se duerme uno viendo de eso...”, en este sentido cada una de las OPC's se ha dado a la tarea de vender su imagen como la que brinda los mayores beneficios a los trabajadores (aunque esta situación no logra convencer del todo a los participantes, como se apuntará en apartados posteriores), con el propósito de lograr agilizar el proceso de afiliación; de tal manera se argumenta que los comerciales lo que evidencian es más una competencia entre las mismas operadoras que un verdadero respaldo para los trabajadores.

A partir de la incesante campaña publicitaria en la que está sumido el país por la captación de clientes para las OPC's se asumen por parte de los participantes en la investigación cualitativa dos posiciones interesantes; la primera respecto a que se considera que cada una de las OPC han desarrollado estrategias publicitarias con el interés de lograr la mayor captación de clientes ante la demanda por parte de todos los

trabajadores del país de afiliarse a este servicio, dejando en un segundo término el beneficio concreto que puedan adquirir los trabajadores al afiliarse a una determinada OPC; la segunda posición asumida refiere básicamente a los contenidos de las campañas, en las que se presentan temas que no llenan las expectativas de información requeridas por los participantes, siendo escuetas y apropiándose todas del mismo discurso: *con el respaldo del Estado*, o *¡Afíliese ya!*, frases que a juicio de los participantes son “vacías” y no generan la seguridad necesaria para afiliarse.

Algunas personas consideran que se hace referencia en mensajes publicitarios a vocablos técnicos, lo que dificulta la interpretación de los mismos en personas con un nivel académico modesto o con escasa capacitación al respecto, a su vez se presenta la preocupación por los trabajadores independientes o consultores y sobre la forma en que estos serán o no absorbidos por esta nueva legislación.

A pesar de que desde la racionalidad y el discurso grupal se denota rechazo hacia la intensa campaña de captación de clientes, se evidencia en la mayoría de los sujetos los efectos publicitarios de un alto grado de recordación de las frases de campaña de las operadoras, debido a que al momento de mostrar brevemente los comerciales con el fin de homogenizar el conocimiento de los participantes y evitar atribuciones equívocas en el ejercicio de personalización, la mayoría de participantes indicaba frases de campañas, frases de cierre de los comerciales, frases de aprobación o rechazo a cada una de las propuestas presentadas, sin embargo el efecto informativo se desvanece ante la

competencia de una y otras, una participante indica lo siguiente: “no informan de que se trata... les interesa vender imagen...”.

De tal manera, los medios de comunicación han actuado como meros transmisores de imagen de cada una de las operadoras, sin poder satisfacer la demanda de los trabajadores de poder estar informados a cerca del proceso al que deben insertarse dentro de poco tiempo al elegir la operadora, “es mentira que ellos(las OPC’s) piensan en uno...”, sentencia una participante.

Ante la puesta en marcha e implementación de la nueva legislación de protección al trabajador, el sector de la banca privada puede competir de manera abierta en la captación de recursos de los trabajadores para sus pensiones, la frase “Respaldo del Estado”, es una frase que para muchos carece de sentido pues no genera total seguridad en las personas, en este sentido intervienen varios factores, el “crack” de las financieras privadas en la que muchas personas perdieron los ahorros de toda su vida y el cierre abrupto del Banco Anglo Costarricense siendo anteriormente una de las instituciones estatales más antiguas y solidificadas, ambas situaciones generan inseguridades y temores de arriesgar el dinero de la pensión en entidades privadas y con un menor temor en entidades públicas, con estas situaciones los participantes justifican el retraso en la decisión de afiliarse, como si este retraso detuviera el tiempo y no debieran de tomar la decisión.

#### **4.2.2.2. La diferenciación entre respaldo de una constitución y del**

##### **Estado**

Entre las entidades con respaldo de instituciones públicas como BCR Pensiones se tiene una visión poco positiva por parte de los participantes debido al anuncio por parte del Dr. Eduardo Lizano, del Banco Central de solicitar enfáticamente el traspaso de la institución a la iniciativa privada, incrementando en los participantes los temores de entregar los recursos de las pensiones a la administración privada. Este temor como se explicó anteriormente es justificado en la quiebra de las financieras privadas, por otro parte los participantes indicaron de como BCR Pensiones “debió” bajar el porcentaje de cobro por la administración de las pensiones como una estrategia de captación de clientes, siendo un hecho del que la mayoría de personas indican estar informados, pero que sin embargo no es considerado determinante para la decisión de elegir a BCR Pensiones como su operadora, pues resulta “sospechosamente extraño” la reducción tan significativa de su monto de comisión por administración, pudiendo convertirse esto en un efecto bumerang que en lugar de ser atractivo se convierta en un elemento de desconfianza.

En cuanto a BN Vital, el hecho de su trayectoria como operadora de pensiones hace que las personas logren identificar un mayor beneficio al afiliarse a ella, sin embargo los participantes consideran que el liderazgo que pregonan es contraproducente pues en la lógica de empresa pública, al tener la mayor cantidad de afiliados, pueden también tener la mayor cantidad de problemas de implementación y seguimiento de las cuentas, algunas personas indican que en caso de llegar el tiempo y

tener que elegir la OPC, elegirían una “privada” y al año se cambiarían a BN Vital, siendo esto relevante por el posible volumen de “decepcionados” que se trasladarían. Sin embargo critican el abordaje que BN Vital realiza a las personas, pues en su mayoría lo consideran irrespetuoso como por ejemplo, le ser abordados en las aceras de la avenida central, “parece una venta de papas...”, “peor que vendedores ambulantes”, de allí que sea especialmente valioso evitar este tipo de abordaje, pues genera la percepción de desesperados por la captación.

En cuanto a INS Pensiones se logra identificar claramente el respaldo del Instituto Nacional de Seguros, siendo el efecto del comercial de televisión que a juicio de los participantes, es muy bien logrado, pues permite observar el crecimiento de la inversión. El juego de imágenes de una semilla creciendo y su posterior desarrollo en un robusto árbol, así como la contraposición del edificio del Instituto, transmite a los participantes certeza en que “el INS si responde”, “de que sí es sólido” y también el hecho de la experiencia en el manejo de dineros por muchos años,(pólizas de vida), generando en las personas deseos de afiliación por esta OPC.

Para el caso de Vida Plena OPC contraria a la percepción de INS Pensiones, no logra generar en las personas deseos de afiliación, sino más bien esta es evaluada como una opción gremial, pues se califica como la OPC de “los maestros”, al parecer esta situación muy explotada en al comunicación está pesando para que la misma no sea tomada en cuenta como opción de OPC.

Referente a Popular Pensiones, se evidencia una clara identificación en torno a los participantes en las sesiones de grupo, parten del referente que es “el banco de los trabajadores” aunado a la percepción de que “tiene más experiencia, mayor trayectoria, es el dinero de los trabajadores no va a quebrar fácilmente”, por lo que tiene buena aceptación, en este sentido se evidencia la invisibilidad perceptual que existente en el binomio OPC-Entidad respaldante.

Es destacable indicar que se logra establecer diferenciación de entre los demás campañas y la de Popular Pensiones sobre todo con la aparición del periodista Alexis Rojas, quién logra personificar al menos perceptualmente a la OPC, identificándola con atributos de seriedad, confianza, responsabilidad y cotidianidad . No obstante, aunque el proceso de identificación se logro dar con este personaje, es aún más valioso determinar lo que las mismas personas detallan: que este comercial es el único que explica de manera más detallada en que consiste el plan de pensiones.

Se debe de rescatar el aspecto de que la mayoría de las personas desconocen información, acerca de la afiliación automática, pues consideran que llegado el tiempo límite de afiliación y si no realizan ningún trámite previo, automáticamente serán captados por Popular Pensiones; sin embargo por modificaciones y en apego a la legislación vigente, lo anterior no se puede dar; por lo que es fundamental que se transmita la información adecuada al respecto, debido a que algunas personas escogerían esta operadora; sin embargo, no realizan trámite alguno por recordar la campaña publicitaria que indicaba “No haga nada”, en este sentido, informar a los

potenciales clientes que en ahora sí deben de hacer algo para afiliarse es de importancia extrema, a fin de contrarrestar la anterior visión.

#### **4.2.2.3. Aspectos interventores en la decisión de afiliarse a una OPC**

Desde una perspectiva general los participantes en las sesiones de grupo, indican que es muy importante para ellos poseer información con respecto a las ventajas y desventajas que ofrecen cada una de las operadoras antes de tomar la decisión definitiva de afiliación. A pesar de la anterior indicación, cerca de la totalidad de los consultados indicó encontrarse desinformados con respecto a lo que consiste la nueva legislación aprobada, así como los “porqués” de la afiliación, aunque refieren estar claras que existe obligatoriedad por parte de todos los trabajadores de afiliarse a una Operadora de Planes de Pensión Complementarias -en adelante OPC’s-. Esta desinformación lleva a las personas a postergar al máximo la decisión de afiliación, pues “más adelante seguro dicen lo que uno necesita”

Los participantes comprenden que en la “guerra a muerte entre las OPC’s” como fue calificado el actual bombardeo publicitario, todas las OPC’s se están enfocando únicamente a lograr la mayor afiliación posible, descuidando la información a sus clientes potenciales. De allí que la única vía para identificar los elementos para la afiliación es la auto-información: traducida en acciones como buscar por su propia cuenta en cada una de las operadoras la evacuación de dudas a fin de sopesar las fortalezas y debilidades de cada una de ellas, otro elemento que se determinó como

importante a tomar en cuenta es lograr identificar las actividades del grupo financiero o banco que respalda la operadora.

Resulta valioso indicar que estas percepciones están en el rango de lo ideal, pues como lo indicaron los participantes “más adelante seguro informan”, pues desde sus discursos se dejan entrever las escasas acciones objetivas para la consecución de la información, de allí que existe una importante disonancia entre las necesidades y las acciones.

Ser transparentes, esa es una de las principales solicitudes que se hace a las OPC's, lo que se puede interpretar como la necesidad de tener claridad en la información general que se brinda a los clientes, en cuanto a los intereses que van a pagar, los montos a cobrar por la administración de los dineros, “que no mientan, que den la confianza que uno necesita...” sentencia una participante.

Los participantes consideran que a través de la competencia publicitaria las OPC's obvian adrede los aspectos sustantivos de sus propuestas, ocultando detalles como los descritos anteriormente, en este sentido también se indicó desde la lógica del “*que no mientan*”, que muchas operadoras, pierden el sentido de realidad, “yo sé que no me voy a ir a Jamaica...pero sí que me aseguren la pensión” (referencia directa a San José Pensiones) o bien “yo no creo que con la pensión que me toca, pueda vivir con esos lujos”(Banex Pensiones).



Otro aspecto fundamental en la decisión de afiliación, radica en la percepción de solidez y las garantías que se ofrecen. En este tópico se hace referencia a lo que un participante externo: “cualquiera puede decir con garantía...pero demostrar eso, no son todas”. Se indica también el temor, que en ocasiones la publicidad presenta una imagen y esta no necesariamente concuerda con la realidad, de allí que es muy bien valorado por los participantes que las OPC’s sean consistentes en la imagen transmitida y la imagen real, pudiendo convertir esto en una fortaleza a desarrollar en la comunicación de Popular Pensiones.

Es notable la importancia que tienen para las personas la trayectoria financiera que posean las entidades que respaldan la operadora, misma que baña con un halo de credibilidad la gestión de captación de clientes, pues remite directamente a la imagen que la entidad ha proyectado en a través del tiempo y su capacidad de administración de bienes. Además de la trayectoria propia de la institución, es importante la identificación del recurso humano capaz para tomar decisiones, un participante lo ilustra de la siguiente manera ” gerentes que tengan la experiencia para saber como van a invertir, la plata de uno...saber quién está detrás”, La anterior interacción propone un nivel de análisis y razonamiento que permite traspasar la imagen publicitaria y las imágenes o figuras de referencia que sugieren la afiliación. Los participantes indican conocer que el proceso está determinado por las directrices de los niveles gerenciales y justamente a estos enfocan sus apreciaciones no importando quién sea, sino que sus decisiones sean en beneficio de la mejora de rentabilidad de la Operadora.

La invisibilización de protagonistas puede interpretarse desde dos vertientes: la primera enfocada directamente a capacidad de mejora de la rentabilidad de la OPC y la segunda que resulta ser interesante en sí misma, pues parece depositar la confianza, no en personas, sino más bien en instituciones de allí que el “apellido” de operadora tenga al menos a nivel perceptual una absoluta indivisibilidad de su patrocinante. Por ello no es de extrañar que los participantes indiquen trayectoria, experiencia, solidez como elementos tomados en cuenta para la afiliación, en función de la institución y no de la OPC en sí misma.

#### **4.2.2.4. Expectativas de valor agregado**

En la misma lógica anterior el servicio al cliente solicitado es pretendido en función de la experiencia fáctica tenida con la institución, sin embargo al reencuadrar la situación en función de las OPC, totalidad de las personas participantes en el estudio, manifiestan que es necesario que se brinde una atención al cliente, de manera ágil y efectiva; esta atención consideran que debe ser un servicio personalizado que les permita tener acceso principalmente a la información personal en lo que se refiere específicamente al plan de pensiones. Luego de que se encuentren afiliados esperarían que la OPC mantenga un nivel de comunicación directo que le permita a las personas conocer la distribución de su dinero y la manera en que será invertido.

En este sentido la sugerencia de elaborar un estado de cuenta mensual o trimestral para cada uno de los afiliados, la designación de un ejecutivo de cuenta capacitado y que realmente pueda evacuar las dudas de los usuarios de forma inmediata; debido a que

la queja de la mayoría de las personas referente a las entidades estatales va dirigida en que mucho del personal de las instituciones no poseen el conocimiento necesario del tema en cuestión; además de que el tiempo de espera para la resolución de problemas o consultas es excesivo, e incluso exponen que en algunos casos las personas encargadas “no resuelven nada”.

A su vez sugieren, que los ejecutivos de cuenta deben ser previamente capacitados con el propósito de que manejen la información total y pueden evacuar las consultas de los trabajadores “que me respondan todo lo que quiera saber, comisión, si tiene la capacidad de atender las demandas, que tan grande es la cartera”; además de que no se limiten a lo que les preguntan sino que puedan exponer de manera amplia lo concerniente al funcionamiento de las operadoras de pensiones; como por ejemplo el interés de la inversión, cómo será destinado el dinero, los beneficios que puedan percibir de las mismas y como aspecto fundamental la proyección del dinero a invertir a través de los años “por que uno a veces no sabe ni que preguntar”.

Que el servicio al ser personalizado tome características individuales de acuerdo a las capacidades de cada persona y que el lenguaje con que se transmita sea concreto y preciso, explicando las palabras técnicas que se han utilizado y en las transacciones del dinero, que para algunas personas son términos desconocidos, que implicaría una adecuación según las capacidades del receptor.

Se hizo hincapié en que las personas encargadas de brindar el servicio sean profesionales o que posean dominio del tema, “ profesionales que sepan que vayan al grano, que nos den asesoría técnica”. Una forma de subsanar la atención sería a través de la designación de una línea telefónica únicamente para este tipo de trámite, o bien el uso de internet se ha popularizado al punto de que en sesiones de los tres estratos evaluados se planteó la necesidad de hacer consultas por medio de Internet, accedendo a un sitio en el que el cliente pueda efectuar sus proyecciones de ingresos y consultar su estado de cuenta en que sea fundamental la respuesta inmediata a las consulta y que el trato sea amable lo que provocará un efecto positivo en los clientes, pues tendrían la certeza que se contestarán las dudas con prontitud y eficacia.

Por otro lado los participantes indican que una vez llevada a cabo la afiliación, desarrollen un mecanismo a través del cuál la comunicación sea directa, clara y abierta, en el sentido que no representen simplemente una cifra más sino que sea tomados en consideración de forma más humana, por ejemplo que a través de “una llamada telefónica que le digan a uno... si señor ya forma parte de nosotros”... “como que se acordarán de uno”, esto manifestaría un sentimiento de pertenencia y filiación a la operadora de efecto positivo, brindando seguridad a quienes se hayan afiliado, debido a que el proceso que inician de captación de clientes debe de mantenerse ya que las personas tienen conocimiento de la posibilidad que si al año no están conformes con la operadora de pensiones que han elegido pueden trasladarse a otra. Por lo que el crear este tipo de sentimiento asegurará un nivel mayor de prevalencia, quedando las personas satisfechas con el servicio, puntualizando la atención y dedicando el tiempo suficiente a cada uno de ellos, profundizando en los aspectos de interés de las personas y convirtiéndose en recomendadores de la OPC.

Al explorar las percepciones que se tienen sobre el valor agregado que los participantes esperan de las OPC, los participantes enfocan más su atención a un servicio al cliente expedito, con recursos humanos capacitados en el manejo de cuentas, como se indicó anteriormente. Indican además requerir la seguridad de recuperar su dinero en caso de quiebra de una OPC. En general el valor agregado esperado de las OPC, radica en la posibilidad de **que los clientes se sientan tomados en cuenta y no como cuentas.**

#### **4.2.2.5. Personificación de las OPC's**

Es importante la identificación que tiene cada una de las personas con la imagen transmitida de las diferentes operadoras para poder tomar la decisión de con cuál le traería mejores beneficios en el momento de afiliarse, de allí que se procediera a desarrollar una técnica de carácter proyectivo partiendo de prototipo de trabajos, comportamientos, diversiones y tenencia de artículos a aproximarse a la personificación de las distintas operadoras a partir de los comerciales de televisión. Debido a lo intenso de este ejercicio y por la cantidad de OPC's participantes se decidió con fines metodológicos excluir a OPC Cuscatlán, pues no cuenta con comercial de televisión y a Vida Plena OPC, pues la pauta ha sido modesta y solamente cuenta con una versión de comercial de televisión.

##### **4.2.2.5.1. Popular Pensiones**

Se muestra una tendencia a identificarla con una figura masculina dentro de una sociedad patriarcal en la que el hombre posee cierta cuota de poder y autoridad, ejerciendo puestos estratégicos y de mando, lo anterior aunado a la característica de la edad la cuál predomina entre 50 y 60 años, lo establecen como un sujeto de trayectoria con una amplia experiencia que ha ido acumulando, dado que se describe como una persona madura, otro factor influyente es la visualización de un hombre trabajador (como la mayoría de los asalariados) que ha ido ascendiendo poco a poco por sus propias capacidades y habilidades lo que le ha permitido alcanzar el lugar en que se encuentra en el momento, empezando desde abajo, luego de tantos años de esfuerzo; ayudándole en gran medida su imagen seria, responsable, honrado y algo fundamental que *es del pueblo*, sin embargo en cuanto al puesto que ocupan la mayoría de participantes lo coloca como jefe con suficiente personal a su cargo, lo cuál dentro de la jerarquía y por los años que posee se hubiera esperado un puesto gerencial, esto puede deberse a que aunque se tiene una visión positiva, se percibe un sentimiento relacionado con cierto atraso que ha sufrido dentro del sistema, un nivel de operación menor al esperado a partir de las percepciones positivas, lo que implica un estancamiento dentro de los escalafones establecidos.

En cuanto a su nivel socioeconómico se puede notar como al ubicar su residencia en Tibás y con el uso de un automóvil “Corolla 90”, lo ubican dentro de un estrato de clase media-media; con ingresos para vivir cómodamente pero sin ostentaciones, propio de un hombre común que ha surgido a través del tiempo y que a través del empeño de muchos años es que puede acceder actualmente a contar con ciertas comodidades, pero sin dejar de lado sus características humildes y modestas, siendo de alguna manera

reconocido con la mayoría de la población costarricense, por lo que el nivel de identificación y significación es superior.

La mayoría concuerda en que labora en una empresa pública y bastante grande, relacionada principalmente con la institución por la que tantos años ha sido llamada como “Banco Popular, el banco de los trabajadores”.

Es importante mencionar, que en una sesión específica se identificó a Popular Pensiones con una mujer pero lo relevante es la identificación con una madre, cumpliendo una función protectora de los hijos que se preocupa por ayudar *a todos sus hijos en los momentos en que más se necesitan*, las personas perciben que es una madre de 60 a 70 años llena de experiencia, con capacidad conciliadora entre varias partes y que a través de los años ha podido resolver conflictos de manera adecuada y en la toma de decisiones asertivas, sin embargo, a través de los años por haberse incrementado el número de hijos a descuido el trato con ellos, y esto es por lo que muchos se quejan de la desatención existente. Sin embargo, es la identificación con una persona emprendedora, que se ha ido forjando su camino poco a poco, y que al parecer necesita de una reestructuración para poder conservar el lugar que ocupa hasta el momento, la que tiene un mayor peso en las percepciones de los participantes.

Dentro de la sociedad patriarcal y la figura de autoridad que ejerce el hombre, en contraposición a la figura femenina marcada tradicionalmente por la maternidad, es importante retomar que la madre es la mayor expresión de afecto, cuidado y protección,

por lo cuál este tipo de identificación bien encauzada es positiva, además de que entre la madre y el hijo se crea un vínculo de dependencia difícil de disolver, que se perpetúa y garantiza la relación entre ambos.

Y dentro de estos modelos de masculinidad principalmente como figura de hombre proveedor y la feminidad en sus diversas vinculaciones, se observa que en ambos casos se nota que la familia como eje fundamental de la sociedad ocupa un lugar primordial en cuanto a la atención que merece y la delegación del tiempo libre, lo anterior se puede derivar principalmente por la edad que poseen, debido a que esta etapa de su vida la persona ya ha alcanzado un alto nivel de madurez, que le permite estructuralmente tener cierto dominio de sus áreas laboral, personal y familiar, tendiendo a ser estable y tener un mayor poder de organización, además que a través de su experiencia puede tender a presentar mecanismos de comunicación con los demás más claros, de haber reflejado ante los demás cierto nivel de confianza que permite algún nivel de cercanía al ser visualizado *como uno más de ellos*.

#### 4.2.2.5.2. BN Vital

En este caso existe una identificación mayor con la figura masculina sin embargo; la diferencia es poca en cuanto a la identificación femenina referente a esta última visualizan a la mujer decidida, emprendedora, de amplia trayectoria, de carácter fuerte, que ha escalado posiciones poco a poco, y con gran decisión de mando, existió una comparación interesante con Margaret Thatcher “la dama de hierro”, con el significante de que la palabra dama difiere de cualquier tipo de mujer, dama la asocian con una



mujer decidida y elegante, de hierro, de posición firme, ecuánime e inflexible en la toma de decisiones, partiendo por supuesto de ser una mujer inteligente.. y en el plano nacional la identifican con una la Licda. Lineth Saborío, Directora del Organismo de Investigación Judicial, una mujer que juega un papel preponderante en una espacio altamente masculinizado como lo es la lucha contra la delincuencia de allí lo relevante de esta identificación.

En general es considerada una persona mayor de 40 a 50 años, la cuál fue formando su imagen a través del tiempo, lo que da como resultado una persona madura y con experiencia lo que le permite la toma de decisiones acertadas y la habilidad de liderazgo ejerciendo autoridad necesaria en los puestos de gerencia donde es ubicada, con gran personal a su cargo, que aunque se ubica en un nivel socioeconómico medio-alto, es accesible llegar a ella. Se expresó que ella en su puesto “es una decisión vital”.

La diferencia entre la figura masculina y femenina es mínima, porque en consenso se podría indicar que las personas, tienen diferencias ante la imagen que les es transmitida y que han almacenado e interiorizado de forma diversa, para algunos es importante que la figura de poder se preserve en el hombre; mientras que para otros la mujer como administradora se desempeña exitosamente, posiblemente por estos aspectos se hace difícil la unificación al respecto.

Independientemente del género a que pertenezca, se ubica dentro de una clase media-alta producto de su trabajo y empeño, que le permite llevar un nivel de vida

holgado, con un gran poder adquisitivo que le permite tener un BMW 2000, viviendo en San Rafael de Escazú, y que distribuye su tiempo libre en visitar Tambor, viajar, aunque siempre permanezca ligada a la familia. No obstante, a pesar de tener este estilo de vida la mencionan como una persona sencilla y humilde; y aunque por su empeño y trabajo se ganó el lugar que ocupa, no existe una identificación con el pueblo como en el caso anterior.

#### 4.2.2.5.3. BCR Pensiones

Predominantemente la proyección se relaciona con la figura masculina, en una edad entre los 40 y 50 años, como una persona seria y responsable que le ha permitido mantener su estatus, que por la edad al igual que en los casos anteriores, esto se fue dando como producto de varios años de trabajo y dedicación, lo que permite que ocupe actualmente un puesto gerencial, teniendo habilidades de liderazgo que le permita ejercer su rol de autoridad en el manejo de grupos y poder tener a su cargo personal.

Reside en Tibás, perteneciendo a una clase social de nivel medio-medio, y que con el pasar de los años y a su esfuerzo ha podido tener un carro 4 x 4 Range Rover 2000. Si parece evidenciarse ciertas limitaciones para ampliarse más en este caso, posiblemente por mostrar una imagen más rígida y conservadora.

Un elemento importante de analizar, es que la mayoría lo identifica como una empresa privada siendo actualmente una empresa estatal de gran envergadura, este

fenómeno puede ser resultado de la interiorización que hayan realizado las personas en cuanto a la propuesta de privatización que pesa sobre el Banco de Costa Rica, siendo una imagen que han adoptado las personas, y que evidentemente tienden a asumirlo de manera diferente.

Evidentemente existe diversidad en cómo distribuye su tiempo libre, existe consenso en diferentes actividades como lo son, estar en familia, ir a tambor, ir al estadio o ir de compras al mall, en este caso existió una mayor dificultad para determinar un aspecto específico con el cuál identificarse. Lo anterior puede estar relacionado nuevamente con el aspecto de la venta del banco, en cuanto crea confusión y además la imagen o idea que se poseía del mismo tiende a distorsionarse, por lo que la ambigüedad al referirse al respecto tenido sentido en lo no dicho, lo que las personas saben y suponen, pero no ha sido divulgado abiertamente dentro de la sociedad, y que las personas observan y guardan con recelo, muchos en contra de las privatizaciones, otros por la poca tolerancia al cambio y los conservadores que prefieren que las situaciones se den como hasta los últimos días.

#### 4.2.2.5.3. San José Pensiones

La mayoría de las personas coinciden a figurar como un hombre, a esta operadora en edades entre los 35 y 40 años, que a diferencia de los tres operadoras anteriores, este tiende a ser más joven por lo que posee una experiencia menor, se presenta como una edad interesante en el sentido en que si evidentemente está más joven que en los casos anteriores, se visualiza dentro de un proceso de formación debido a que todavía por su

juventud no ha logrado escalar una posición de gerencia, pero que con el transcurso de los años seguramente será una posición que irá solidificando. Laborando en una empresa privada pequeña, una empresa en surgimiento, que probablemente con el desarrollo de la misma se dará paralelo el crecimiento de los empleados.

Sin embargo posee un nivel socioeconómico de clase media-media según su ubicación residencial en Tibás, por lo que por el momento el automóvil al que puede acceder es un Corolla 90 ante esta situación algunas personas indican que “lo compró mediante leasing”

Por su estilo de vida gusta aprovechar más su tiempo libre retirándose a Playa Tambor aunque también es importante el estar en familia. También es relevante indicar la escasa producción que los participantes tuvieron con respecto a esta OPC.

#### 4.2.2.5.5. Banex Pensiones

Aunque en este caso hay una identificación con la figura femenina mayoritariamente como una mujer joven entre los 25 y 30 años, coincidiendo en su falta de experiencia y madurez, a la cuál consideran que le falta madurar lo que le permitirá adquirir mayores conocimientos en el futuro, no tiene la habilidad de liderazgo que le permita ejercer autoridad y a la vez tener persuasión en sus subalternos no existiendo confianza necesaria para delegar funciones en ellas y que pueda poseer control en el manejo de grupos, aunque la ubican en un puesto de gerencia igualmente la ubican

como oficinista, lo que evidencia que en las personas existe una imagen difusa de la misma; a la vez existe contradicción con respecto a si tiene personal a su cargo o no, esto guarda relación con el puesto que desempeña debido a que si estuviera en un puesto gerencial si tuviese personal aunque en un nivel mínimo y si se ubica como oficinista del todo no lo tendría, dentro de la figura femenina ciertas personas la identifican como una niña; debido a lo pequeña que es el sentido de que tiene poco de existir y que se debe a la percepción de que su nacimiento es reciente en comparación a grupos anteriores.

A pesar de su juventud, tiene un nivel socioeconómico alto que tiene como referentes el vivir en San Rafael de Escazú y poseer un automóvil 4 x 4 Range Rover, así como el utilizar el tiempo libre en un fin de semana largo para irse a la playa, que sería la forma de disfrutar, que evidentemente se relaciona con el aspecto de pertenecer a una empresa privada grande, en la cuál la imagen cumple un papel fundamental ante el desempeño en cuanto a la atención del cliente, se nota la percepción, de que las mujeres que trabajan muestran buena apariencia y atención.

#### 4.2.2.5.7. Interfin Pensiones

Referente a esta operadora se puede visualizar como se presenta una dificultad mayor para poder generalizar, debido a que existen las posiciones que lo asumen como hombre, algunos como hombre-mujer, otros como mujer y finalmente como adolescente, pareciera ser que esta es la operadora con una imagen de identificación difusa de lo que hace difícil el generalizar este aspecto. En cuanto a la edad si existe el

consenso de que es una persona joven e inexperta entre unos 25 y 30 años, que se presenta de manera inmadura pero que se conduce por el camino adecuado para ascender posiciones y mantenerse en su puesto, lo anterior se debe principalmente que se encuentra en un proceso de surgimiento de la empresa siendo la misma una empresa privada pequeña, la cuál está en su proceso de afianzamiento dentro del mercado financiero, por características propias de este surgimiento, hace posible que una persona tan joven pueda ejercer un puesto de gerencia.

Por su edad, y de acuerdo al puesto que desempeña se ubica dentro de una clase media-alta, que reside en San Rafael de Escazú, sin embargo utiliza un automóvil Corolla 90 el cuál estaría asignado para una empresa de un nivel más bajo, y su tiempo libre lo divide principalmente en ir a Tambor, estar con la familia e ir al mall.

#### 4.2.2.5.7. INS Pensiones

Existe una clara identificación con la figura masculina, en un hombre entre 50 y 60 años, lo que refleja una imagen más seria, responsable, con una trayectoria mayor y experiencia acumulada. A través del tiempo logró alcanzar un nivel socioeconómico que le permite residir actualmente en San Rafael de Escazú, debido a su puesto de gerente y con personal a su cargo, dentro de una empresa privada grande lo que le ha permitido tener un 4 x 4 Range Rover 2000. Es interesante observar la puntualización que hacen de percibir como una empresa notablemente grande, con bastante trayectoria pero privada.

Al parecer su prioridad principal es su familia, justificada en parte por la edad que tiene, lo que implica una persona con un proyecto de vida estable en una etapa en que el grupo intra-familiar es fundamental en sus interrelaciones.

Existen diferencias básicas entre la identificación con las operadoras de pensiones de renombre estatal y las privadas, en las primeras se observa que predomina la identificación marcada con la figura masculina, en edades que oscilan entre los 40 y 60 años, en puestos gerenciales que se han obtenido a través del tiempo por esfuerzo, empeño y dedicación, con personal a su cargo y con un nivel socioeconómico medio-medio, además de la valorización que se da por parte de este grupo a la familia, por otra parte se encuentran los privados en los que se presenta gran dificultad para una identificación clara, las personas se caracterizan por ser jóvenes carentes de experiencia e inmaduras, en su mayoría encasilladas dentro de un nivel socioeconómico medio-alto y con gran poder adquisitivo, y que por sus características su tiempo libre lo prefieren dedicar a la diversión “Tambor”.

#### 4.2.3. ESTUDIO N°6: ASPECTOS CONSTITUTIVOS DE LA OPC IDEAL

##### **4.2.3.1. Elementos tomados en cuenta al momento de elegir la OPC**

Con el fin de “romper hielo”, las sesiones de grupo, iniciaron con una breve exploración sobre los elementos fundamentales que son tomados en cuenta al momento de elegir una OPC por parte de los clientes, en este sentido los y las participantes reportan en su mayoría que eligieron determinada OPC por tener transacciones

anteriores en la entidad respaldante de la OPC, siendo la clientela cautiva del banco la que en primera instancia opta por consolidar en una sola entidad todos los servicios que necesitan.

Al indagar las motivaciones de este comportamiento, surge el elemento de satisfacción por el servicio al cliente como un importante decisor, por otro lado la seguridad con que cuenta el grupo financiero o banco que respalda a la OPC es evaluado muy positivamente. Cercanía, cobertura y seguridad financiera son también tomados en cuenta al momento de elegir una operadora.

Otros atributos tomados en cuenta son el respaldo de una institución estatal pues a juicio de los participantes “son más seguras...si quiebran si pagan”, así como la experiencia en el manejo de planes de pensión.

El respaldo de una institución pública, para ser un valor superior al menos en las personas que eligen estas operadoras así mismo este respaldo parece disculpar “los atrasos”, “las filas”, “el mal servicio”. Aquí es especialmente importante recalcar la dicotomía entre el discurso y la acción, pues así como la mayoría de personas lo indica “el servicio al cliente es lo más importante” entendido este como:

- facilidades para la afiliación y consulta de saldos “sin salir de la oficina”
- información oportuna y veraz,
- personal capacitado,



- comodidad en lo referente a pagos y posibles beneficios entre otros

Desde esta dicotomía se denota que las personas eligen “su” operadora no tanto por el servicio al cliente al menos en primera instancia (aunque así lo verbalizan), sino por la seguridad financiera que perciben en la operadora y por la certeza de que al final de su período de cotización la institución financiera “va a estar allí” tanto físicamente como económicamente, respaldando “los años invertidos”.

Otro aspecto que se indicó como elemento importante para ser tomado en cuenta es la consulta con “personas que saben”, esta situación se hace más evidente de acuerdo con el nivel socioeconómico de los participantes mientras que para el nivel medio bajo, pesa mucho “lo que los compañeros de trabajo hagan”, “lo que el presidente de la asociación diga que se debe hacer”, para el nivel medio medio al menos en el discurso la consulta con los contadores de las empresas o asesores financieros, e incluso se dio el caso de que algunas personas consultaron a profesores de la universidad o compañeros que efectuaron investigaciones sobre este tópico. Para el caso de los representantes de la clase media alta, la consulta sobre ventajas y desventajas de las OPC se efectúan con directores financieros, socios o con otros colegas.

Algunas personas refieren haber tendido a intención de afiliarse con una determinada OPC, sin embargo indicaron haberse afiliado con “la que llegó primero”, según los participantes esta situación ha beneficiado a las operadoras que tienen una mayor cantidad de personas afiliando y ha perjudicado a las “pequeñas”. Es relevante indicar que una importante cantidad de personas indicó como su primera opción para

afiliarse a Popular Pensiones, sin embargo no lo pudo hacer por no haber encontrado el tiempo necesario para ir al banco.

#### **4.2.3.2. Construcción de la OPC ideal**

Desde la perspectiva general los elementos indicados por los participantes como constitutivos de una OPC ideal, no distan tanto de algunos elementos por los que se eligieron las OPC referidas, lo que sucede es que a juicio de ellos mismos, hasta el momento no existe una OPC que reúna todas las cualidades requeridas y las conjugue en una sola operación.

Al efectuar investigación cualitativa y solicitarle a los participantes que indiquen los elementos que consideran ideales, es muy importante tener en cuenta que al ofrecer esta oportunidad a los consumidores, generalmente estos realizan constructos teóricos que generalmente se alejan de la realidad, de allí que sea necesario dimensionar adecuadamente los elementos que las personas consideran como ideales, en este sentido para los participantes algunas OPC presentan características ideales mientras que otras presentan características indeseadas, con el fin de proveer insumos para la construcción de la OPC ideal se enumeran y explican de seguido las principales surgidas de esta suma de percepciones :

##### **4.2.3.2.1. Seguridad de recuperación del dinero**

Este es uno de los elementos más altamente valuados por los participantes, incluso muchos optan por OPC que sean consideradas del ámbito público por la certeza de que pasados los años, la institución continuará estando en el país, por lo tanto honrando sus deudas. Una de la participantes ejemplificó esta situación con la siguiente frase “ que cuando yo esté vieja, después de treinta o más años...ellos todavía estén, así como el INS, el Nacional, o la Caja de Ande...”. Este puede ser un interesante elemento a explotar en posibles campañas de publicidad, al transmitir esa seguridad de que a pesar de que pasen los años, las instituciones van a estar presentes y saldar las cuentas con las personas que confiaron sus ahorros a estas.

#### 4.2.3.2.2. Respaldo económico

Asociado a la seguridad de recuperación del dinero, se encuentra la capacidad económica de la entidad que respalda la OPC, materializada en los activos “tangibles” con que se cuenta, tales como: edificios, sucursales, así como la trayectoria con la que ha manejado dineros en otras actividades. Este respaldo económico interesó mucho a los representantes de la clase media-media y media-baja, para el caso de algunos representantes de la clase media-alta, indican que no solo ese tipo de activos son importantes, sino que también evalúan las emisiones de bonos y las adquisiciones por parte de grupos económicos.

#### 4.2.3.2.3. Rentabilidad

Siempre en el ámbito económico, las altas tasas de interés que ofrecen las OPC son elementos que al menos en el discurso, son considerados como ideales. Sin embargo

es interesante la posición de los representantes de la clase media-alta y algunos de la clase media-media quienes indican que “a mayor rentabilidad, mayor riesgo...aunque eso no lo dicen... (las OPC)”. Consecuentemente con la necesidad de recuperación de dinero al final del período de cotización, algunas personas podrían disculpar que la OPC ideal no diera altísimas tasas de interés, pero no disculparían que no se les indicara claramente en qué y como se están invirtiendo los recursos de los cotizantes.

#### 4.2.3.2.4. Transparencia en sus acciones

Aunado con lo anterior, a pesar de que todos los participantes están totalmente claro que las OPC son empresas que dependen de una rentabilidad, casi sin excepción externaron de una u otra manera la necesidad de efectuar acciones apegadas a la ética de los negocios, en donde los artificios de ventas y el engaño institucionalizado no tiene espacio. De allí que la OPC ideal, es la que “pone todas las cartas en la mesa”, “la que no inventa información” en esta lógica se podría entender la frase “el que nada debe, nada teme”.

#### 4.2.3.2.5. Responsabilidad

Consideraron los participantes como ideal en una OPC, la responsabilidad, entendida esta desde varias ópticas, tales como, estar informando con la verdad a los clientes, en servirles a los clientes, en pagar oportunamente intereses, en llamar a los

afiliados cuando existan problemas de cuotas o atrasos en la mismas y cumplir sus obligaciones económicas.

#### 4.2.3.2.6. Servicio al cliente

Este apartado requiere de especial atención pues a juicio de la mayoría de participantes, este es un elemento vital en el desarrollo de las características ideales de las OPC, en muchos casos la evaluación de la OPC se dá por el servicio que se reciba en el mostrador o en la llamada telefónica que se hizo esperar, por ello, se identificaba como ideales en atención los siguientes, “ que te atiendan con gusto...para eso uno paga”, “que sepan de que hablan...” “uno no está pidiendo caridad...es mi derecho...es mi plata...”.

#### 4.2.3.2.7. Integración de servicios

Hacer todas las cosas en una misma ventanilla, en la que no se deba hacer mucha fila son elementos evaluados como ideales, sobre todo por los representantes de la clase media-media y media-alta. Esa integración de servicios conlleva el desarrollo de servicios ágiles, en todas las líneas, “que no me hagan esperar”, “que cuando quiero algo lo tenga”

#### 4.2.3.2.8. Cobertura

La cobertura es otro elemento importante sobre todo al brindar la posibilidad de acceso a información desde cualquier parte del país, esta situación podría ser explotada a nivel de campaña publicitaria pues desde la perspectiva de los clientes “Costa Rica no es solo San José”: A esta cobertura nacional real hacen referencia los participantes, sobre todo los afiliados a BN Vital quien en sus campañas informa sobre las 140 oficinas en las que se pueden afiliar las personas, de allí que informar sobre la red de sucursales con las que cuenta Popular Pensiones y Banco Popular, podría acercarlas a la visión de OPC ideal.

#### 4.2.3.2.9. Experiencia

Capacidad probada en el desarrollo de planes de pensión es un elemento que solidifica la idealización de las OPC. Es relevante destacar que en este sentido se destacan con experiencia comprobada en el manejo de planes de pensión a BANEX, Interfin y Banco Nacional con sus respectivas operadoras. BANEX e Interfin son más recordados por las personas de clase media-alta quienes refirieren tener experiencias positivas en el manejo de dichos planes. Algunas personas indican también tener experiencias positivas con BN Vital, la mayoría de estas en el segmento medio-medio, y muchas otras depositan su percepción de experiencia en BN Vital aunque no hallan tenido ningún tipo de referencia, esta última situación podría interpretarse a la luz de la comunicación que ha hecho énfasis sobre la experiencia en el manejo de dichos planes.

Es especialmente relevante indicar el denominado discurso ausente, en el sentido que Popular Pensiones no es referido por ningún participante como una empresa con experiencia en el manejo de planes de pensión, sino que la percepción de experiencia está asociada al manejo a juicio de los participantes “medianamente eficiente” del ahorro obligatorio. Se hace vital poder comunicar elementos que las personas perciban a Popular Pensiones como una empresa con experiencia en la administración de planes de pensión

#### 4.2.3.2.10. Facilidades de acceso vía internet o consultas en cajeros automáticos

Accesos rápidos a cualquier hora del día, y desde cualquier lugar para la consulta de saldos utilizando el teléfono, mediante un número de consulta o bien ingresando vía internet son elementos considerados como ideales para una OPC, una participante lo ejemplifica con la siguiente interacción “que yo no esté en función de ellos o de sus caprichos...que tenga la información cuando yo la quiera”.

La consulta en cajeros automáticos es también considerado como ideal pues cuando las personas retiran su dinero también podrían consultar sus aportaciones. En este sentido se debe destacar que los participantes trasladan sus experiencias de servicio en las compañías de tarjetas de crédito a la operadora ideal de allí que se estimen tanto los servicios que son idénticos a los ofrecidos por dichas compañías.

#### 4.2.3.2.11. Información oportuna / atención de dudas y envíos de

estados de cuenta

Estos elementos al parecer más asociados a las características del servicio al cliente, aunque por la importante frecuencia con la que los participantes lo indicaban se hizo necesario individualizarlos. Información oportuna es un concepto que surge en contraposición a la percepción de escasa información que tienen los participantes esta información va desde la comunicación sobre algunos aspectos de la legislación aprobada, hasta estados de cuenta mensuales , sin dejar de lado las formas de inversión de las OPC. La atención de dudas, reclamos y comentarios es considerado como una característica importante, a juicio de los participantes esta atención debe ser mediante un número telefónico de fácil recordación o bien mediante un número de servicio tipo “ochocientos”. Nuevamente la experiencia con compañías de tarjetas de crédito, parece ser el elemento fáctico considerado como ideal, pues los participantes de niveles medio-medio y medio-bajo solicitarían a su OPC ideal un estado de cuenta mensual, mientras que los representantes del nivele medio-alto consideran que un estado de cuenta trimestral o semestral satisface sus necesidades de información.

#### 4.2.3.2.12. Personal capacitado en todas las áreas

Ante experiencias poco agradables al momento de la afiliación, se indicó la necesidad de contar con personal que efectivamente maneje el producto que se ofrece , un participante indicó “gente que de verdad sepa...no como me pasó a mí, me fui a afiliarse y la chiquita no tenían ni un brochure, ni sabía contestar nada...”. Esta situación



dista mucho de lo que para las personas es ideal. Por ello la capacitación de los ejecutivos de servicio al cliente para responder a las necesidades de información de los afiliados, debe ser una constante en una operadora que aspire a convertirse en ideal.

#### 4.2.3.2.13. Importante plataforma tecnológica

El desarrollo tecnológico ha puesto a disposición de las personas múltiples servicios. Resulta interesante como los afiliados consideran que la OPC ideal debe tener una adecuada plataforma tecnológica, sin embargo al indagar sobre este punto son poquísimas las personas que indican a que se refiere esta “adecuada plataforma tecnológica”, entendida como sistemas de cómputo que soporte la transmisión de datos con seguridad a cualquier parte del país, así como el desarrollo de bases de datos completas y efectivas, pudiendo interpretarse que para la mayoría de los participantes el acceso a la tecnología por parte de la OPC, es un discurso vacío, escasamente entendido, aunque sí deseado escuchar, de allí que este pueda ser un importante elemento a comunicar en campañas publicitarias, pues ante la ausencia del mismo, las personas pueden interpretar (aunque no entiendan de que se trata) que no existe la tecnología necesaria para soportar los sistemas.

Al parecer el temor de los afiliados es a la casi sentencia que a menudo se escucha en algunas oficinas gubernamentales: “se cayó el sistema”, interacción que no quiere decir que la entiendan pero que sí les afecta en sus gestiones. Apropiarse del discurso de que la OPC cuenta con tecnología de punta es a nivel perceptual un elemento que la acercaría más al estadio de ideal.

#### **4.2.3.3. El papel de la familia en la decisión de afiliarse**

A todos los participantes se les solicitó explicaran la forma en que se decidieron por su OPC, indagando si la decisión se enmarcaba en lo racional o en lo emotivo. Las respuestas no se hicieron esperar, las personas de clase media-alta expresaban en su gran mayoría la racionalidad de su decisión sobre todo en lo que refiere a las experiencias de servicio al cliente con las entidades financieras que respaldan las OPC's. Este patrón se puede decir que se mantiene en el segmento medio-medio que es su mayoría explica los ingentes esfuerzos en unos casos por recopilar toda la información necesaria para poder tomar la mejor decisión.

En ambos segmentos pocas personas explican haber tomado la decisión de manera emotiva, aunque los que así lo indican refieren a elementos como la publicidad “bonita”, la presión de amigos que son afiliadores de una u otra OPC o bien el mero hecho de que les convence lo que les dicen.

Al menos desde los opinión de los participantes de nivel bajo la decisión si parece cambiar y poner en primer lugar lo emotivo, pues los obsequios son muy bien recibidos, al punto de que se plantea que “me afilié por lo gorra que me regalaron”, “me gustaron las muchachas que vinieron a la fábrica...”. así mismo quisieran que las OPC continúen con la política de dar regalos “al menos una vez al año”

Luego de esta breve exploración se indagó sobre el peso que la familia pudo tener en la decisión de afiliarse a una determinada OPC, En dos sesiones de nivel medio alto la mayoría de las personas consultó con su pareja sobre la decisión de afiliarse, aunque fueron claros que esta fue una decisión de carácter personal y que “era solo para saber que le parecía (a la pareja)”, En cuanto al sexo de los que consultaron a sus esposos o compañeros fueron más las mujeres que los varones quienes solicitaron información. En los otros niveles socioeconómicos la decisión fue “muy personal”, “a nadie había que consultar”, aunque muchos indican si haber pensado en la familia como un todo y en la búsqueda de protección y apoyo en una eventual pérdida del sostén económico.

Entre los objetivos de la presente investigación, se propuso la exploración del peso relativo de la mujer y la familia para la afiliación, en respuesta a este objetivo se tiene que no existen elementos que indiquen contundentemente dicha relación, aunque si es importante recalcar que para los y las trabajadoras, del nivel medio bajo, la decisión de afiliación es una decisión absolutamente personal, tal vez amparados en esquemas de socialización que perpetúan el dominio masculino sobre lo femenino, caso contrario en otros niveles donde se puede indicar con la contundencia de este nivel. Más que la mujer, se puede decir que la familia es un elemento que si tiene cierto “enganche emocional” con la decisión de afiliarse.

#### **4.2.3.4. Lo Proyectivo**

El Test de Oraciones Incompleta es un instrumento para explorar ideas y sentimientos no expresados por los participantes de los grupos focales, es usado especialmente para evitar sesgos ocasionados por la posible influencia de líderes de opinión y presión grupal en general. Esta técnica se utilizó luego de una breve discusión general. Consiste en oraciones incompletas que los participantes deben llenar con respuestas rápidas y espontáneas. Al final del instrumento se les preguntó cual era la mejor y la peor de las OPC, pidiéndoles a los participantes que su elección fuese excluyente entre ambas opciones. En la sección de Anexos se adjunta la transcripción de dichos instrumentos.

Se procede a efectuar un breve análisis de los puntos más relevantes de las sesiones de grupo, con el fin de aglutinar las respuestas, estas se han agrupado por edad y nivel socioeconómico.: **Nivel medio-bajo**, participantes de **25 a 30 años** la garantía de recuperación de la inversión es un elemento evaluado como ideal en las sesiones, también son muy bien evaluados la rentabilidad, la solidez y el respaldo de la operadora, consideran que a las OPC les falta brindar más información y tener experiencia para considerarlas ideales, no gusta que se les oculte información, que les mientan o que posean en su mayoría capital extranjero. Consideran que la OPC a la que se afiliaron debe de brindarles mayor información, mayor cantidad de agencias y buenos intereses, así mismo, no deben de cambiar en el trato al cliente, la solidez, la rentabilidad que ofrecen a juicio de ellos algunas operadoras no deberían de estar en el mercado pues no tienen suficiente experiencia o carecen de servicios. De todas las OPC la que se consideraron como las mejores son BN Vital y Popular Pensiones y también fueron consideradas como las peores Popular Pensiones y BANEX.

Siempre en el **nivel medio bajo** ahora con participantes de **31 a 40 años** , estos consideran como muy positivo que la OPC tenga altos intereses, brinde estabilidad , confianza y respaldo y solidez, por otro lado consideran que les falta, mayor servicio al cliente y publicidad que informe, les desagrada que las OPC mientan, no den la información veraz y que cobren altas sumas por la afiliación; consideran que deben de mejorar en la atención al cliente, la información que brindan y en el pago de intereses, por que algunas OPC no deberían de existir por que son falsas, no funcionan, o no son muy estables, en este caso las personas consideran con iguales menciones a Popular Pensiones y BN Vital como las mejores OPC, sin embargo son más las menciones que consideran a Popular Pensiones como la peor operadora, digno de ser tomado en cuenta para efectuar estrategias de comunicación hacia este sector.

En el caso de las personas de **nivel medio medio de 25 a 30 años** , estas consideraron que el respaldo, la experiencia y seguridad son los principales atributos por los que la OPC que eligieron es la mejor de todas, aunque todavía les falta organizarse más, comunicarse mejor con los clientes y brindar una mayor cantidad de agencias en todo el país, no gustan de las OPC que son insistentes, que sólo piensan en ellos, las que son privadas o las que solo son para los ricos, creen que las OPC deben de mejorar en atención y servicio y que no deben de crecer demasiado pues esto puede desmejorar el servicio que prestan, no deberían de cambiar la rentabilidad ni el servicio que hasta ahora han prestado a los clientes, la que es considerada como la mejor OPC es BN Vital

y en segundo lugar San José Pensiones, la peor de todas a juicio de los participantes es Popular Pensiones y “las privadas en general”

Las persona de **nivel medio medio de 31 a 40 años** consideran como los mejores elementos de las OPC la solidez, el respaldo, garantía del Estado, estabilidad y buen servicio consideran que algunos les falta cobertura, atención al cliente y sobre todo la información , prefieren que las OPC no cambien es solidez, respaldo y atención a sus clientes, no gustan de las operadoras que prometen y no cumplen, que brindan mala atención y que en general son poco serias, consideran que las OPC deben de mejorar en información y comunicación, de todas consideran la mejor OPC a BN Vital y la peor de todas a Cuscatlán Pensiones, aunque la mayoría dice no saber cual es la peor.

En el estrato **medio-alto de 25 a 30 años** la solidez es un elemento que sobresale por encima de todos para considerar la mejor OPC, así mismo el servicio, la estabilidad, la experiencia y el respaldo son elementos muy bien evaluados, consideran que algunas operadoras adolecen de experiencia, cobertura en todo el país, información a los clientes y en general una buena atención , prefieren las OPC que digan la verdad, que tengan el respaldo de una institución estatal y las que cumplen lo que prometen, creen que las OPC deben de mejorar en servicio al cliente, atención , rentabilidad e información al cliente, no deben de cambiar en solidez, respaldo y seguridad así como en servicio al cliente las mejores OPC son “las del Estado”, seguidas de Interfin y Banex, es interesante como en este segmento se rompe el esquema de liderazgo que

venía teniendo BN Vital pues esta es considerada por muchos, como la peor de todas seguida de Popular Pensiones .

Para el caso de las personas de **nivel medio-alto de 31 a 40 años** la mejor OPC es la que ellos eligieron por que tiene facilidades, servicios integrados y no hay que hacer filas para realizar gestiones, por otro lado la seguridad, el respaldo , la atención individualizada y de calidad así como la responsabilidad de la institución son muy bien evaluados, creen que les falta información al cliente, eficiencia en el manejo de información y personal capacitado en todas las áreas, rechazan las OPC que hacen excesiva publicidad no informativa así como las que no tienen cobertura a nivel nacional , el servicio y la seguridad con elementos que las personas esperarían que no cambien de todas las mejores OPC son Interfin y Banex seguidas por BN Vital y San José Pensiones , la peor de todas es juicio de los participantes Popular Pensiones .

## **V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. CONCLUSIONES DE CADA UNO DE LOS ESTUDIOS**

#### **5.1.1. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO N°1**

##### **5.1.1.1 Recordación de las OPC**

En el "top of mind" un 9.9% de las menciones corresponde a BN Vital, mientras que otro 13.9% corresponde a Popular Pensiones. Las diferencias se acortan en el "share of mind", donde un 70.9% de las personas mencionan a BN Vital, y otro 50.9% menciona a Popular Pensiones.

La recordación de Popular Pensiones es mejor en el sector masculino, entre los trabajadores de la empresa privada, y en la Gran Area Metropolitana.

##### **5.1.1.2 Intenciones de afiliación**

Podría aseverarse que hasta en un 72% de los casos de personas no afiliadas, la no afiliación está directamente relacionada con carencia o mala calidad de la comunicación.



Entre las personas que todavía no se han afiliado a alguna OPC, un 75% afirma que sí ha considerado ya su afiliación, mientras que el restante 25% no ha pensado todavía en esto.

### **5.1.1.3 Proyecciones de afiliación**

La intención de afiliación favorece a BN Vital en un 35.3% de los casos, mientras que la preferencia se inclina por Popular Pensiones en otro 18.8% de los casos.

BN Vital muestra fortalezas muy claras en la intención de afiliación en el sector masculino, en la Gran Area Metropolitana, y entre los trabajadores del sector privado. En el sector de empleados públicos, BCR Pensiones iguala la intención de afiliación de Popular Pensiones.

En términos muy generales, en todos los casos la intención de afiliarse se fundamentó sobre todo en la experiencia, el apoyo estatal y la seguridad de la institución. Las gestiones anteriores con la institución son importantes motivadores en el caso de Popular Pensiones, mientras que las condiciones ofrecidas lo son para BCR Pensiones.

Entre quienes desean afiliarse con BN Vital, la segunda opción más fuerte es Popular Pensiones (43.8% de los casos). Entre los que desean afiliarse con Popular Pensiones, las dos mejores opciones secundarias son BN Vital y BCR Pensiones.

#### **5.1.1.4 Afiliación efectiva**

Entre los afiliados que participan del estudio, un 48.9% se reporta afiliado a BN Vital, mientras que otro 13.2% indica estar afiliado a Popular Pensiones. Los motivadores de esta afiliación son prácticamente los mismos que rigen la intención de afiliarse entre los no afiliados.

En un 69.8% de los casos, los afiliados de BN Vital se afiliaron porque les visitaron en su lugar de trabajo, y en promedio se afiliaron hace 5.5 semanas.

En un 60.5% de los casos, los afiliados de Popular Pensiones se afiliaron aprovechando una visita al banco, probablemente relacionada con el retiro del ahorro obligatorio, pues la afiliación promedio se dio hace 4.3 semanas.

### **5.1.2. CONCLUSIONES DE ESTUDIO N°2**

#### **5.1.2.1. ¿Qué es la pensión complementaria obligatoria?**

Un 18% de las personas menciona espontáneamente que la pensión complementaria obligatoria es un ahorro que se mantiene para la vejez, mientras que otro 10% la define como un plan para el futuro.

En las definiciones espontáneas prima la conciencia del plan a futuro sobre la conciencia de los aspectos meramente económicos. También las visiones positivas priman sobre las de tipo negativo o escéptico.

Con definiciones preconcebidas, un 37% de las personas escoge definir la pensión complementaria obligatoria como “*una pensión adicional, que no me va a costar nada*”, mientras que otro 25% escoge definirla como “*una nueva forma de administrar el sistema de pensiones*”. (Ver gráfico 1 anexo 4).

#### **5.1.2.2. Beneficios que se espera recibir**

Un 31% de las personas no sabe qué beneficios podría recibir al afiliarse a una OPC. Otro 25% indica que no será beneficiado en forma alguna a través de esta afiliación. Un 34% afirma que no recibirá ningún beneficio adicional por parte de las OPC. Otro 54% no sabe si cabe esperar algún beneficio adicional por parte de la OPC con la que elija afiliarse (Ver gráfico 2 anexo 4).

#### **5.1.2.3. Intenciones de afiliarse a una OPC**

Un 57% de los no afiliados manifiesta que ya ha considerado el afiliarse a alguna OPC. Quienes no lo han hecho lo atribuyen sobre todo a la carencia de la información necesaria para entender y decidir al respecto.

Un 23% de los no afiliados planea afiliarse en un mes o menos; otro 16% planea afiliarse en unos años. Revelando explícitamente las motivaciones de estos dos grupos, un tercer grupo (15% de los informantes) indica que se afiliará cuando tenga la información necesaria para pensarlo mejor y decidirse por una OPC.

Los no afiliados esperan ser visitados por afiliadores que los busquen en el trabajo, o en su casa de habitación (Ver gráfico 3 anexo 4).

#### **5.1.2.4. ¿Con cuál OPC se afiliaría?**

Los atributos más importantes en una OPC son, en orden decreciente de importancia: el respaldo del estado, la solidez de la institución patrocinadora, y los intereses ofrecidos.

En un segundo nivel de importancia entre los atributos de las OPC se destaca la calidad de la atención, los beneficios adicionales, la seriedad de la publicidad, la cercanía de las oficinas, la cantidad de sucursales, y la presencia de afiliadores.

Un 36% reporta que lo más probable es que se llegue a afiliarse con BN Vital. Otro 26% menciona aquí a Popular Pensiones. BCR Pensiones e INS Pensiones registran un 8% y un 6% de las intenciones de afiliación, respectivamente. Las OPC privadas quedan al final de la lista de preferencias, encabezadas por Banex Pensiones e Interfín Pensiones (Ver gráfico 5 anexo 4).

Los puntos más fuertes de BN Vital a nivel de intención de afiliación son la confianza, seguridad y estabilidad de la institución, el respaldo estatal, y las condiciones y servicios ofrecidos.

Los puntos más fuertes de Popular Pensiones a nivel de intención de afiliación son la confianza, seguridad y estabilidad de la institución, el tener otras gestiones anteriores con el Banco Popular, la experiencia de la institución.

Sólo un 26% de quienes no tienen al Banco Popular como primera opción de afiliación lo han considerado como opción en algún momento. Los que no lo han considerado como opción reportan sobre todo desconfianza y desagrado ante el Banco Popular.

#### **5.1.2.5. Sugerencias del patrono**

Solo un 27% de los no afiliados afirma que en su lugar de trabajo le han sugerido a cuál OPC debería afiliarse.

#### **5.1.3. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO N°3**

Las conclusiones de este estudio se presentan, para mayor comprensión, a nivel gráfico en el anexo N°6, donde se pueden observar:

- Niveles de afiliación a las OPC's (ver anexo 6 gráfica 1)
- Participación del mercado de las OPC según edad del afiliado (ver anexo 6 gráfico 2)
- Participación del mercado de las OPC según el sexo del afiliado (ver anexo 6 gráfico 3)
- Participación del mercado de las OPC según ingreso mensual declarado del afiliado (ver anexo 6 gráfico 4)
- Participación del mercado de las OPC según nivel socioeconómico del afiliado (ver anexo 6 gráfico 5)
- Participación del mercado de las OPC según zona de residencia del afiliado (ver anexo 6 gráfico 6)

## **5.2. RECOMENDACIONES GENERALES**

1. Generar una campaña de imagen institucional a favor del Banco Popular con el fin de que su ganancia perceptual sea aprovechada por la Operadora del Banco Popular en procura de generar una mayor confiabilidad.
2. Fortalecer la plataforma de servicio al cliente en lo que se refiere al suministro de información mínima para escoger la operadora idónea. Este fortalecimiento consiste en destinar recursos humanos dedicados exclusivamente al proceso de afiliación en cada una de las oficinas del Banco Popular en todo el país.
3. Proyectar a la Operadora del Banco Popular mediante el “asalto” a diferentes comunidades por medio la toma de puntos clave los fines de semana, utilizando para

ello recursos de motivación y acercamiento, aprovechando el patrocinio con la Liga Deportiva Alajuelense.

4. Establecer alianzas estratégicas mediante convenios de colaboración mutua con otras organizaciones cuyos valores tanto de constitución como los percibidos por la comunidad costarricense impregnen a la Operadora de Pensiones del Banco Popular y que los mismos sean fácilmente reconocidos y asociados a la misma.
5. Dirigir el discurso de oferta hacia aquellas características que hacen única a la Operadora de Pensiones del Banco Popular, tanto en su concepción como en su naturaleza de administración con el fin de fortalecer la confianza de los diferentes segmentos que componen el mercado de afiliación

*Ver anexo Anexo N°9 - Campaña Imagen 2000*

### **5.3. LA PROPUESTA**

Los factores de éxito, representan aquellas cosas que si se re-formulan, reinventan y desarrollan, darán como resultado un mejoramiento de la actividad y gestión de mercadeo de la Operadora de Pensiones del Banco.

Se vive un nuevo paradigma de mercadeo, se ha pasado de un mercado masivo, a uno concentrado en el conocimiento y medición del atractivo de nichos y segmentos del mercado meta.

Los clientes hoy día son más informados, cultos, exigentes y cosmopolitas; por lo que se necesita conocerlos a profundidad, conocer sus comportamientos de compra,

perfil demográfico, ubicación geográfica, actividades que realiza durante sus tiempos de esparcimiento, entre otros.

Se necesita complementar los esfuerzos actuales en mercadeo masivo y publicidad masiva, con uno en donde la micro-segmentación y empleo de técnicas y métodos de mercadeo directo sean el complemento idóneo para el desarrollo de una estrategia de comercialización consistente, sostenible y exitosa para la Operadora de Pensiones del Banco.

En la actualidad, la relación costo-beneficio no es concordante con los resultados obtenidos. Se invierte en programas de comunicación y publicidad, orientados a la imagen corporativa y conocimiento de la marca, más que a retener y crear clientes. La orientación al cliente y sus necesidades, partiendo de un conocimiento, de quién es, a qué segmento pertenece, qué atractivo tiene ese segmento y su perfil demográfico, geográfico, conductual y psicográfico; es fundamental. La tendencia hacia la micro-segmentación de mercados y clientes es imprescindible.

El micro-mercadeo y el mega-mercadeo o mercadeo masivo deben ir de la mano. Al micro-mercadeo se le distingue por utilizar herramientas y enfoques orientados a un conocimiento pleno de los clientes, estrategias y tácticas por producto y segmentos de mercado meta y la utilización plena de la información para la mejor toma de decisiones.



Pero para lograr esto se necesita de una base tecnológica e integración de tecnologías de comunicaciones y cómputo que permitan la creación de un sistema de información de mercadeo, que hoy no existe en el Banco.

Si el Banco poseyera las herramientas tecnológicas y el equipo humano dedicado a este desarrollo, podría lograr un conocimiento más profundo del mercado y del comportamiento actual y futuro del cliente, a través de la utilización de herramientas de “Home Banking” y “Customer Relationship Management” (“Data Warehousing”, “Data Mining”) y la creación de un Registro Único de Clientes (RUC).

El Banco Popular debe entregar a los clientes de pensiones servicios que se perciban como únicos y que eso, que los hace únicos, sea percibido con valor para ellos.

Ofrecer un producto de calidad y crear una percepción de calidad en los clientes, no es lo mismo. El Banco Popular muy probablemente ha creado servicios de calidad, pero no necesariamente haya creado percepción de calidad en la mente de los clientes, acerca del valor para los mismos; por falta de un plan de mercadeo adecuado. La creación de valor en los productos va a marcar la diferencia del éxito o el fracaso. Precisamente, fundamentados en la percepción de estos valores, es que los clientes harán finalmente su preferencia y decisión hacia el Banco; es decir a la hora de la verdad.

El Banco, tiene un mercado de personas cautivo, de miles de clientes. Esto puede proporcionar la rentabilidad, cobertura y penetración del mercado, que tanto se desea.

Un cliente que adquiere un plan de pensiones una vez, podría seguir comprando otros productos toda su vida, si sabemos cómo tratarlo con una dirección comercial diferente y ofreciéndole todos los productos en forma integral y no separada como ocurre en la actualidad.

El Banco se afana por conseguir nuevos clientes y comete el error de destinarles a ellos y a la publicidad los montos más importantes de su presupuesto de mercadeo. No se da cuenta que está sentado sobre un cofre lleno de doblones de oro, que son sus clientes actuales, sobre los cuales lamentablemente se sabe muy poco.

Lo importante es mantener a los clientes actuales satisfechos con la relación de negocios establecida con el Banco Popular. Hay que recordar que conseguir un cliente nuevo cuesta muchas veces más (hasta 6 veces más) que mantener al cliente actual.

Las estrategias diferenciadoras de retención de clientes deben ser complemento a la atracción de nuevos clientes, pero sabiendo que el esfuerzo primario debe ser el cosechar lo sembrado.

Por otra parte, el Banco no posee políticas, sistemas, procesos, estructuras y recursos humanos para brindar un servicio al cliente que permita medir la satisfacción, brindar información, resolver quejas, desarrollar campañas y otros esfuerzos

importantes, en procura de un mejor servicio, conocimiento y relación sostenible con el mismo. La misma creación de una estrategia alrededor del servicio al cliente, es una estrategia diferenciadora importante.

La utilización de nuevos métodos de ventas, como telemercadeo, correo directo, eventos especiales, internet, entre otras, que sean complemento a la labor de la fuerza de ventas actual, es la base para una mejor y mayor cobertura de clientes y mercados. El uso integrado, intensivo y bien planificado de estos métodos de venta, harán que la estrategia de comunicación sea más focalizada en aquellos medios según la estrategia de comercialización que se defina. El mercadeo híbrido, tal como se le conoce, es una realidad que el Banco no puede obviar y sobre la cual debe destinar mayores recursos para su pronta implementación.

La dirección comercial debe abarcar y contemplar el desarrollo de sus canales de distribución de productos, a través de una clara definición de estrategias y tácticas en las oficinas y sucursales mediante el desarrollo de un plan de negocios en cada una de las mismas. En la actualidad, hay diversos problemas relacionados con la gestión comercial y estos canales de distribución.

El establecimiento de alianzas en procura de lograr retener los clientes actuales y obtener nuevos clientes, es importante dada la fragmentación del mercado y la necesidad de ubicar nuevas oportunidades de negocios, esto debe lograrse como parte de la estrategia de cobertura y penetración de mercados. Las alianzas cubren no sólo el

esfuerzo por atraer y conservar clientes, sino también el desarrollo tecnológico, la identificación de nuevos canales de distribución, novedosos sistemas de promoción y ventas, sin dejar de lado el aprovechamiento de innovadoras oportunidades de hacer negocios.

Para contar con una dirección comercial exitosa, se debe asimismo contar con una estructura organizacional acorde con los propósitos de la misma. En la actualidad, el Banco debe continuar con la construcción de la Dirección de Mercadeo Estratégico de tal forma que se logre una organización de mercadeo con todos aquellos elementos propios y recursos para el desarrollo de una gestión comercial como el Banco y sus clientes la merecen y necesitan, que podría llamarse una administración de ventas que incluya una redefinición de los sistemas de control y seguimiento a clientes, clasificación de cuentas, sistema de compensación, asignación de cuotas por persona, productos y áreas de negocios, funciones y responsabilidades, entre otros.

La evolución del mercadeo bancario ha pasado de ser un mercadeo en que el Banco le hace el favor al cliente a uno que el Banco necesita ser único para el cliente para poder vender y retener clientes, basado en el concepto cliente/relación; comúnmente llamado mercadeo relacional, tal como se muestra a continuación:

## EVOLUCION DEL MERCADEO BANCARIO

CARACTERISTICAS	Enfoque de Ventas	Enfoque de Mercadeo Productos	de de	Enfoque de Mercadeo Relacional	de
<b>Entorno:</b> - Regulación  - Rentabilidad  - Intensidad competitiva  - Exigencia del cliente	- Muy alta  - Márgenes altos  - Baja  - Casi nula	-Apertura pero con barreras de entrada  -Menores márgenes compensados por crecimiento elevado  - Media-alta  -Creciente, centrada en el precio		-Liberalización e internacionalización  - Márgenes bajos  - Alta  - Precio y servicio	
<b>Papel del Mercadeo:</b>  -Dentro de la organización  - Inversión  - Enfoque  -Factor de diferenciación	<b>Muy limitado</b>  -Separado y marginal  - Mínima  - Imagen global y corporativa  -Imagen y cobertura	<b>Importante pero simple</b>  -Separado pero muy importante  -Elevada, excesiva  -Captación de nuevos clientes / Productos, masivo  - Cobertura y precio		<b>Importante y complejo</b>  -Integrado e importante  -Elevada pero selectiva  -Retención de clientes / Dirección comercial, micro-segmentación  -Innovación, creatividad, precio, calidad en el servicio	
<b>Promesa</b>	El Banco hace el favor de guardarle su dinero	Vengan y compren nuestros productos		Vengo a visitarle porque soy el único con el producto que usted necesita	
<b>Años</b>	<b>1987</b>	<b>1993</b>		<b>2000</b>	

El mercadeo actual debe basarse en relaciones y no productos. El mercadeo en el Banco Popular debe ampliarse y dársele la importancia que merece. El mercadeo debe integrarse y colaborar con otras áreas funcionales del Banco y ampliar sus responsabilidades y en algunos casos crearlas porque no existen. Ver Anexo N°9 - Campaña Imagen 2000.

Los cambios cada vez se suceden con mayor velocidad e intensidad, todo cambia, productos con ciclos de vida cada vez más cortos, el advenimiento de la economía y era digital, la globalización y hasta el cambio de paradigma de una sociedad materialista a una centrada en valores y principios. Realmente se está ante un mundo más sofisticado y complejo, pero a la vez lleno de oportunidades.

## VI. BIBLIOGRAFIA

Corrales, Gerardo. "Fondos de Pensión". En: La Nación, Sección Economía y Negocios, 23 de agosto de 1999

Ley N°7523, 1995 Ley de Protección al trabajador

Araya Vargas, Liseth, 1998. "Marco Jurídico de las Fondos de Pensiones Complementarias . ¿Una adecuada herramienta para enfrentar el futuro?". UCR

Costa Rica. "Reglamento de la Ley sobre el Régimen Privado de Pensiones Complementarias y Reformas de la Ley Reguladora del Mercado de Valores y del Código de Comercio". La Gaceta, Diario Oficial N° 217, 12 de noviembre de 1996

Costa Rica. "Ley N°7523 Régimen Privado de Pensiones Complementarias y Reformas de la Ley Reguladora del Mercado de Valores y del Código del Comercio". La Gaceta, Diario Oficial N° 156, 07 de junio de 1995

Pacheco Rodriguez, Ana Catalina. "Estructura de Control para Sociedades Administradoras de Fondos de Pensiones en Costa Rica". Memoria de Seminario, UCR

Acuña R., Rodrigo, Iglesias Augusto. "Chile: Experiencia con un Régimen de Capitalización 1981 - 1991". CEPAL / PNUD, Santiago, octubre 1991

Queisser, Monika. "Después de Chile: la segunda generación de reformas en América Latina". En: Revista Internacional de Seguridad Social. N° 48, volumen 3

Macías Muñoz, Oswaldo. "El Sistema Chileno de Pensiones". En Seguridad Social. N° 203, noviembre-diciembre 1996

Sánz, Luis. "Reforma de los sistemas de pensiones en Latinoamérica". En: Revista INCAE, N° 1. Volumen XI, 1998

Araya Vargas, Liseth, y otra. "Marco Jurídico de los Fondos Privados de Pensiones Complementarias. ¿Una adecuada herramienta para enfrentar el futuro?". UCR, 1998

Demarco, Gustavo. "Reflexiones sobre las Reformas Previsionales en América Latina y las Alternativas en Análisis en Costa Rica". San José. En: Boletín Informativo N°2, Superintendencia de Pensiones, Julio 1997

Superintendencia de Pensiones. "Boletín Informativo N°1", San José

Poder Judicial. "Ley Orgánica del Poder Judicial". 1939



## VII. ANEXOS

Los anexos adjuntos están relacionados a continuación :

### 7.1. LISTA DE ANEXOS

Anexo N° 1	Cuadros de resultados del Estudio 1
Anexo N° 2	Gráficas del Estudio 1
Anexo N° 3	Cuadros de resultados del Estudio 2
Anexo N° 4	Gráficas del Estudio 2
Anexo N° 5	Cuadros de resultados del Estudio 3
Anexo N° 6	Gráficas del Estudio 3
Anexo N° 7	Encuestas Estudios 1 - 2 - 3
Anexo N° 8	Orden de los comerciales presentados - Estudio 4
Anexo N° 9	Campaña Imagen 2000
Anexo N° 10	Cuadros de Cronograma de sesiones