



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE COSTA RICA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“ESTUDIO DEL NIVEL DE SATISFACCION DE LOS CLIENTES CON RESPECTO AL
SERVICIO QUE SE LES BRINDA EN LOS TRÁMITES QUE REALIZAN DE LOS
DIFERENTES SERVICIOS FINANCIEROS DE FINANCIERA DESYFIN S.A.”**

PROYECTO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE BACHILLERATO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

REALIZADO POR:
KARINA ARTAVIA CARNE 200415556

PROFESORA GUIA:
INGRID SOLIS

II SEMESTRE DEL 2012

ACTA TRIBUNAL EXAMINADOR

DEDICATORIA

En primer lugar dedico este trabajo principalmente a Dios ya que me ha acompañado durante todo este largo viaje y me ha dado las fuerzas necesarias para seguir adelante y llegar hasta aquí.

En segundo lugar a mis padres Oscar Enrique Artavia Torres y Vera Violeta Vega González que han estado conmigo cada día y cada etapa de mi vida siempre caminando a mi lado y en quienes me he apoyado durante los momentos más difíciles de mi carrera, con los cuales comparto todos los logros de mi vida y agradezco cada sacrificio realizado y esfuerzo brindado.

Por último dedico este gran logro a mi familia en general, mis hermanos Jairo Artavia y Nelson Artavia, mi cuñada Norma Curcó y sobrinos María Fernanda Artavia y Ernesto Artavia los cuales de alguna u otra manera me han brindado su ayuda y apoyo incondicional en este largo y duro camino.

Este gran logro es gracias a todos ustedes, los amo.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco eternamente a Dios por las fuerzas, paciencia y salud que me ha dado para concluir una de las etapas más importantes de mi vida.

A mi familia, principalmente a mis padres por permanecer en todo momento a mi lado brindándome su apoyo cada minuto de este largo proceso, sin ellos nada de esto sería posible.

A la profesora Ingrid Solís Ramírez por aceptarme para realizar esta tesis bajo su dirección y brindarme su apoyo en todo momento, por confiar en mi trabajo y por su gran capacidad para guiarme y ayudarme a terminar este gran proceso con el mayor éxito.

A mis jefes Manfred Lacayo Beeche y Mauricio Lacayo Beeche por toda la ayuda y apoyo brindado durante el proceso de desarrollo de este proyecto y a toda la familia Lacayo en general por permitirme realizar mi proyecto en Financiera Desyfin S.A.

EPÍGRAFE

*“Ya te lo he ordenado: ¡Sé fuerte y valiente! ¡No tengas miedo ni te desanimas!
Porque el Señor tu Dios te acompañará dondequiera que vayas” Josué 1:9*

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN	3
1. GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	4
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	13
4. PROBLEMA	15
5. OBJETIVOS.....	15
6. ALCANCES.....	16
7. LIMITACIONES	17
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	18
1. ADMINISTRACION	18
2. MERCADOTECNIA O MARKETING	21
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	23
4. PERFIL DE COMPRA DE LOS NEGOCIOS	30
5. ESTADISTICA	31
6. CONCEPTOS TÉCNICOS E INFORMÁTICOS.....	35
CAPITULO III: METODOLOGIA	40
1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	40
2. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	41
3. SUJETOS DE ESTUDIO.....	42
4. VARIABLES DE ESTUDIO	45
5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	47
CAPITULO IV: DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	50
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	95
1. CONCLUSIONES	95
2. ANÁLISIS FODA.....	98
3. RECOMENDACIONES	102
FUENTES CONSULTADAS	105
ANEXOS Y APENDICES.....	108
1. CUADROS ESTADÍSTICOS.....	108
2. CUESTIONARIO UTILIZADO.....	132

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1.1, Sucursales	10
Cuadro 1.2, Junta Directiva	11
Cuadro 1.3, Gerencias	11
Cuadro 1.4, Departamentos	12
Cuadro 4.1, Nivel de satisfacción general con los descuentos de facturas y financiamientos de órdenes de compra en Financiera Desyfin S.A.	107
Cuadro 4.2, Nivel de satisfacción general con los créditos hipotecarios, prendarios y capital de trabajo en Financiera Desyfin S.A.....	108
Cuadro 4.3, Nivel de satisfacción general con las inversiones a la vista y a plazo en Financiera Desyfin S.A.....	109
Cuadro 4.4, Nivel de satisfacción general con leasing, cartas de crédito y compra y venta de moneda en Financiera Desyfin S.A.....	110
Cuadro 4.5, Nivel de satisfacción excelente con respecto a los productos financieros que utiliza o ha utilizado en Financiera Desyfin S.A.	56
Cuadro 4.6, Nivel de satisfacción general con respecto a la información de procesos y respuestas a dudas y consultas en Financiera Desyfin S.A.....	111
Cuadro 4.7, Nivel de satisfacción general con respecto a la rapidez en los trámites y tiempos de espera para ser atendido en Financiera Desyfin S.A.	112
Cuadro 4.8, Nivel de satisfacción general con respecto a la seguridad, limpieza, orden y ubicación de las sucursales en Financiera Desyfin S.A.	113
Cuadro 4.9, Nivel de satisfacción general con respecto a la confianza en general en Financiera Desyfin S.A.....	114
Cuadro 4.10, Nivel de satisfacción excelente con respecto al servicio recibido en diferentes aspectos en Financiera Desyfin S.A.....	64
Cuadro 4.11, Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte del Ejecutivo de negocios, captación y plataforma de servicios en Financiera Desyfin S.A.	115
Cuadro 4.12, Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte del colaborador de cobros y contact center en Financiera Desyfin S.A.	116
Cuadro 4.13, Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte del cajero, recepcionista y seguridad en Financiera Desyfin S.A.	117
Cuadro 4.14, Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte de la gerencia en Financiera Desyfin S.A.....	118
Cuadro 4.15, Nivel de satisfacción excelente con respecto al servicio recibido de los colaboradores de las áreas en Financiera Desyfin S.A.....	71
Cuadro 4.16, Costos financieros de inversiones a plazo y a la vista de Financiera Desyfin S.A.	73

Cuadro 4.17, Costos financieros de créditos de Financiera Desyfin S.A.	74
Cuadro 4.18, Costos financieros de descuentos de facturas de Financiera Desyfin S.A.....	76
Cuadro 4.19, Costos financieros catalogados como altos de los productos que ofrece Financiera Desyfin S.A.....	77
Cuadro 4.20, Recomendación de la Financiera Desyfin S.A. a otras empresas o personas	79
Cuadro 4.21, Motivo por el cual recomiendan o no recomiendan a Financiera Desyfin S.A.....	81
Cuadro 4.22, Opinión general del servicio al cliente recibido en Financiera Desyfin S.A.	83
Cuadro 4.23, Comentarios del servicio al cliente recibido en Financiera Desyfin S.A.	85
Cuadro 4.24, Profesión o actividad económica de los clientes.....	86
Cuadro 4.25, Persona física o jurídica	88
Cuadro 4.26, Años de la empresa en el mercado.....	90
Cuadro 4.27, Comparativo Financiera Desyfin vrs bancos medianos y financieras.....	119
Cuadro 4.28, Comparativo Financiera Desyfin S.A. vrs bancos medianos y financieras.....	120
Cuadro 4.29, Comparativo Financiera Desyfin S.A. vrs bancos medianos y financieras.....	121
Cuadro 4.30, Estudio de costos financieros para descuento de facturas y financiamiento de órdenes de compra en colones.....	122
Cuadro 4.31, Estudio de costos financieros para créditos hipotecarios, prendarios y capital de trabajo en colones.....	123
Cuadro 4.32, Estudio de costos financieros para leasing y cartas de crédito en colones.....	124
Cuadro 4.33, Estudio de costos financieros para descuento de facturas y financiamiento de órdenes de compra en dólares	125
Cuadro 4.34, Estudio de costos financieros para créditos hipotecarios, prendarios y fiduciarios en dólares	126
Cuadro 4.35, Estudio de costos financieros para leasing y cartas de crédito en dólares	127
Cuadro 4.36, Estudio de costos financieros para Inversiones en colones	128
Cuadro 4.37, Estudio de costos financieros para Inversiones en dólares	129

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1, Nivel de satisfacción general con los Descuentos de facturas y Financiamientos de órdenes de compra en Financiera Desyfin S.A.	52
Desyfin Gráfico 2, Nivel de satisfacción general con los créditos hipotecarios, prendarios y capital de trabajo en Financiera Desyfin S.A.	53
Gráfico 3, Nivel de satisfacción general con las Inversiones a la vista y a plazo en Financiera Desyfin S.A.	54
Gráfico 4, Nivel de satisfacción general con Leasing, Cartas de crédito y Compra y venta de moneda en Financiera Desyfin S.A.	55
Gráfico 5, Nivel de satisfacción excelente con respecto a los productos financieros que utiliza o ha utilizado en Financiera Desyfin S.A.	58
Gráfico 6, Nivel de satisfacción general con respecto a la información de procesos y respuestas a dudas y consultas en Financiera Desyfin S.A.	60
Gráfico 7, Nivel de satisfacción general con respecto a la rapidez en los trámites y tiempos de espera para ser atendido en Financiera Desyfin S.A.	61
Gráfico 8, Nivel de satisfacción general con respecto a la seguridad, limpieza, orden y ubicación de las sucursales en Financiera Desyfin S.A.	62
Gráfico 9, Nivel de satisfacción general con respecto a la confianza en general en Financiera Desyfin S.A.	63
Gráfico 10, Nivel de satisfacción excelente con respecto al servicio recibido en diferentes aspectos en Financiera Desyfin S.A.A.	65
Gráfico 11, Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte del Ejecutivo de Negocios, Captación, y plataforma de servicios en Financiera Desyfin S.A.	67
Gráfico 12, Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte del colaborador de Cobros y Contact Center en Financiera Desyfin S.A.	69
Gráfico 13, Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte del Cajero, Recepcionista y Seguridad en Financiera Desyfin S.A.	70
Gráfico 14, Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte de la gerencia en Financiera Desyfin S.A.	71
Gráfico 15, Nivel de satisfacción excelente con respecto al servicio recibido de los colaboradores de las areas en Financiera Desyfin S.A.	72
Gráfico 16, Costos financieros de Inversiones a plazo y a la vista de Financiera Desyfin S.A.	74
Gráfico 17, Costos financieros de Créditos de Financiera Desyfin S.A.	75
Gráfico 18, Costos financieros de Descuentos de facturas de Financiera Desyfin S.A.	77
Gráfico 19, Costos financieros catalogados como altos de los productos que ofrece Financiera Desyfin S.A.	80

Gráfico 20, Recomendación de la Financiera Desyfin S.A. a otras empresas o personas 81
Gráfico 21, Motivo por el cual recomiendan o no recomiendan a Financiera Desyfin S.A. 83
Gráfico 22, Opinión general del servicio al cliente recibido en Financiera Desyfin S.A. 85
Gráfico 23, Persona física o jurídica 90

RESÚMEN

El presente estudio pretende dar respuesta al nivel de satisfacción de los clientes con respecto al servicio que se les brinda en el momento en que realizan trámites de los diferentes productos y servicios financieros que se ofrece la Financiera Desyfin S.A.

Por esta razón se busca establecer el nivel de satisfacción en general, detallar un análisis FODA como una herramienta para oportunidades de mejora, determinar los principales competidores y su oferta con respecto a las tasas de interés y comisiones, establecer el perfil del cliente y por último establecer recomendaciones sobre el servicio al cliente para así lograr incrementar el nivel de satisfacción.

Para dar respuesta a todos los objetivos planteados se realizó una investigación de tipo exploratoria para poder determinar la situación actual de la Financiera Desyfin S.A. y otra de tipo descriptiva donde se recolectó la información por medio de una encuesta auto-administrada.

De acuerdo a lo anterior se realizó un muestreo aleatorio sistemático para así determinar el número de clientes a los cuales se les aplicó la encuesta la cual se hizo al azar, en el mes de Octubre del presente año.

Se procedió con el análisis de los datos para dar respuesta a todos los objetivos planteados y se determinó que el nivel de satisfacción con respecto al servicio brindado a los clientes es excelente igualmente con aspectos por mejorar.

Se determinó también que los principales competidores de la Financiera Desyfin S.A. son los bancos medianos regulados por la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF) y uno de los puntos por mejorar es la información de los procesos.

Con todos los resultados obtenidos se puede comprobar que los objetivos de la presente investigación se cumplieron a satisfacción.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día el sector financiero presenta mucha competencia tanto a nivel nacional como internacional, por lo que el mercado y los clientes se vuelven cada día más exigentes con respecto a los servicios que reciben.

Por este motivo resulta necesario e importante conocer la opinión de los clientes sobre el nivel y la calidad de servicio que reciben, ya que esto es determinante para establecer y mantener las relaciones con los clientes. Esto es posible por medio de la Investigación de Mercados donde se puede llegar a conocer con una mayor exactitud las necesidades de los clientes y así poder mejorar en un alto porcentaje la calidad del servicio que se brinda para así obtener una excelente posición en el mercado.

De acuerdo a lo anterior, este estudio pretende evaluar y medir la calidad del servicio que se le brinda a los clientes actuales de Financiera Desyfin S.A. esto con el fin de determinar el nivel de satisfacción de los mismos y así establecer oportunidades de mejoras en el servicio.

El Capítulo I, Introducción, se establecen aspectos tales como las generalidades de la investigación, descripción de la empresa, justificación del proyecto, el problema,

los objetivos, tanto el general como los específicos, y los alcances y las limitaciones del estudio.

En el Capítulo II, Marco Teórico, se plantean los fundamentos teóricos que respaldan dicha investigación, con temas relacionados con la administración, el marketing de servicios, la investigación de mercados, los servicios financieros, entre otros.

El Capítulo III, Marco Metodológico, se mostrará el tipo y técnicas de investigación, las fuentes de información que se utilizaron, así como también los sujetos y las variables del estudio.

En el Capítulo IV, Análisis de la Situación Actual, se muestran los resultados del estudio, donde se da respuesta a todas las preguntas planteadas, así como el análisis y discusión de dichos resultados.

Por último en el Capítulo V, Conclusiones y Recomendaciones, se exponen todas las conclusiones y recomendaciones realizadas de acuerdo al análisis e interpretación de los resultados obtenidos, que son factibles para que la empresa las pueda poner en práctica y así mejorar su servicio.

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1. GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación consiste en verificar el nivel de satisfacción que tienen los clientes actuales de Financiera Desyfin S.A. con respecto al servicio al cliente que se les brinda en los trámites que realizan al utilizar los diferentes servicios financieros que se ofrecen.

Por este motivo se realizó un estudio por medio de encuestas, que permitió verificar la opinión de los clientes para detectar oportunidades de mejora que permitan incrementar el nivel de satisfacción, al establecer las recomendaciones sobre el servicio al cliente.

Igualmente se desarrollará un análisis FODA y se establecerá el perfil del cliente.

Por otra parte se estudiará a los principales competidores y la oferta en cuanto a tasas de interés y comisiones de los mismos, tanto en créditos como en inversiones, para así establecer mejoras en el servicio actual que ofrece Financiera Desyfin S.A. y lograr superar a sus competidores.

2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1 Historia de Financiera Desyfin S.A.

Financiera Desyfin S.A. es una empresa familiar de capital costarricense la cual inició sus operaciones en el año 1991 con el otorgamiento de préstamos sobre líneas telefónicas que en ese momento eran consideradas un buen activo, inició con el nombre “Inversiones Telefónicas del Oeste”, pero este negocio no duró mucho ya que el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) al ver la dinámica que realizaban declaró que las líneas telefónicas ya no eran activos sino que eran derechos. En este momento, Silvio Lacayo Lacayo, Presidente de la compañía, inició Financiera Desyfin S.A. y en 1993 inicia la actividad de descuento de facturas.

En 1998 Financiera Desyfin S.A. es registrada por la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF) y en 1999 registrada por la Superintendencia General de Valores (SUGEVAL). En el año 2000 se presenta la primera emisión y venta de acciones preferentes por \$1.2 millones.

En el 2001 se da el contrato de operación del territorio nacional para Cajeros Automáticos Red ATH; y en este mismo año se da la apertura de la primera sucursal que se ubicaba en Barrio Don Bosco la cual luego se trasladó a Rohrmoser.

En el 2003 se da la primera conversión de acciones preferentes a acciones comunes y además se da la primera emisión estandarizada registrada en la Bolsa

Nacional de Valores por la suma de ¢1000 millones. En este mismo año se da la apertura formal de operaciones de Back Office en la propia casa de habitación de la Familia Lacayo Beeche, la cual luego se traslada al edificio de en frente.

En el año 2004 se da la segunda venta de emisión de Acciones Preferentes por \$400.000,00 y se da la apertura de la Segunda Sucursal en Heredia. En este mismo año se decide consolidar las operaciones en general y se propone la compra de una Compañía Comercializadora de Seguros, también se rechaza la fusión con una compañía financiera más pequeña.

En el 2006 se da la apertura de la Tercera Sucursal en Guanacaste y en el 2007 se inicia con el Proyecto de construcción del nuevo Edificio para Oficinas Centrales en la propiedad donde se encontraba la casa de habitación y en el 2008 se comienza con la construcción de dicho edificio. En este mismo año se creó el Departamento de Internacional el cual ofrece compra y venta de moneda, transferencias internacionales y cartas de crédito.

En el 2009 se da la apertura del nuevo edificio de Oficinas Centrales. En el 2010 se da la apertura de la Cuarta Sucursal en Grecia y ese mismo año se creó el Departamento de Leasing. En el 2011 se da la apertura de Quinta sucursal, una pequeña oficina en Siquirres y en el año 2012 se da la apertura de la Sexta Sucursal en Guápiles.

1.2 Situación Actual de Financiera Desyfin S.A.

Hoy en día Financiera Desyfin S.A. cuenta con 7 sucursales alrededor del país y es una empresa regulada por el Banco Central de Costa Rica (BCCR), a través de la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF) y la Superintendencia General de Valores (SUGEVAL), la cual se dedica principalmente al financiamiento de proyectos y contratos con el Gobierno Central, Instituciones Autónomas y Empresas.

El principal negocio es el descuento de facturas, siendo sus principales clientes las pequeñas y medianas empresas (PYME) costarricenses. Los planes de desarrollo de la Financiera Desyfin S.A. es llegar a convertirse en un banco, esto para enfrentarse con los grandes participantes de la industria y así aumentar el mercado de las PYME.

1.3 Actividad de Financiera Desyfin S.A.

La Financiera Desyfin S.A., brinda servicios financieros principalmente a las pequeñas y medianas empresas (PYME) costarricense, tales como descuentos de facturas, financiamientos de órdenes de compra, cartas de crédito, capital de trabajo, hipotecarios, prendarios y leasing. Al ser una Financiera no brinda servicios de cuentas corrientes, ahorros, ni tarjetas de crédito.

1.4 Servicios que ofrece Financiera Desyfin S.A.

La Financiera ofrece los siguientes servicios:

1.4.1 Descuento de Facturas

Crédito mediante el cual los clientes convierten sus cuentas por cobrar en efectivo. Los clientes presentan las facturas principalmente de empresas públicas y algunas privadas a la Financiera Desyfin S.A., esta, por medio de un procedimiento, le desembolsa el dinero al cliente rebajándole los intereses por anticipado y luego se encarga de cobrar la factura. Estos créditos son a corto plazo y van desde los 30 hasta los 90 días.

1.4.2 Financiamiento de órdenes de compra

Estos créditos son iguales al descuento de facturas, con las mismas condiciones, sin embargo, lo que se financia es una orden de compra, la cual luego se va cancelando con las facturas que se generan de dicha orden. El plazo va de los 90 a los 180 días.

1.4.3 Créditos para Capital de Trabajo

Créditos generalmente mayores a un año y menores de cinco años mediante el cual el dinero que se le desembolsa al cliente es para ser utilizado como capital de trabajo de su negocio o empresa. La garantía es fiduciaria.

1.4.4 Créditos Hipotecarios

Créditos mayores a cinco años y menores de doce años, mediante el cual se deja como garantía un bien inmueble ya sea un terreno, una edificación o ambas, la cual debe cubrir el 80% del total del monto del crédito solicitado. Esto con el fin de que

si el cliente no llega a pagar la deuda la Financiera Desyfin S.A. se queda con el bien dado en garantía.

1.4.5 Créditos Prendarios

Créditos mayores a un año y menores a los cinco años, mediante el cual se deja como garantía un bien mueble como vehículos, motocicletas, maquinaria o equipo, el cual debe cubrir el total del 75% del total del monto del crédito solicitado. Esto con el fin de que si el cliente no llega a pagar la deuda la Financiera Desyfin S.A. se queda con el bien o los bienes dados en garantía.

1.4.6 Cartas de Crédito

Créditos documentarios mediante el cual la Financiera Desyfin S.A. mediante un Banco corresponsal se compromete a pagar a un Beneficiario el monto de la carta de crédito solicitado. Esto se hace mediante una letra de cambio y pueden ser a un plazo de hasta seis meses o a la vista.

1.4.7 Leasing

Créditos mayores a cinco años y menores a doce años, el cual se maneja por medio de un fideicomiso en donde el cliente (fideicomitente) transmite los bienes muebles o inmuebles a la Financiera Desyfin S.A. (fiduciaria) y esta invierte esos bienes a la Arrendadora Desyfin S.A. (fideicomisario) para que los administre. Si se da el caso de que el cliente no llega a pagar la deuda la Financiera Desyfin S.A. se queda con los bienes y el proceso legal es mucho más rápido que un crédito Hipotecario o Prendario.

1.4.8 Inversiones a la vista

Estas son cuentas a la vista donde los clientes tienen su dinero líquido ganando intereses y pueden hacer uso del mismo en el momento que lo deseen, estas pueden ser en colones o en dólares.

1.4.9 Certificados de Inversión

Estos son un título valor de renta fija donde los clientes inversionistas saben el monto exacto de los intereses que van a ganar. El plazo de inversión mínimo es de 30 días y entre más largo sea el plazo mayor es el interés a ganar.

1.4.10 Garantías de Participación y Cumplimiento

Estas son un requisito para poder participar y cumplir las licitaciones del estado. El cliente solamente aporta el 25% de garantía en el caso de las garantías de participación y el 40% en el caso de las garantías de cumplimiento. Los plazos son según el cartel de la licitación. Se manejan mediante una letra de cambio.

1.5 Misión de Financiera Desyfin S.A.

“Brindar soluciones de financiamiento a la pequeña y mediana empresa costarricense, con responsabilidad, calidad y excelencia en el manejo de las relaciones de negocios con nuestros clientes para así satisfacer sus necesidades y aumentar sus oportunidades de crecimiento”.

1.6 Visión de Financiera Desyfin S.A.

“Ser la empresa líder en el ámbito de los servicios financieros, con más proyección a nivel nacional, para seguir brindando apoyo económico a las empresas y satisfacer sus necesidades mediante un servicio eficiente, ágil y oportuno”.

1.7 Estructura Actual de Financiera Desyfin S.A.

Actualmente Financiera Desyfin S.A. está conformada por siete sucursal por una Junta Directiva, Gerencias y Personal Administrativo, en total son 156 empleados, los cuales se detallan a continuación:

1.7.1 Sucursales

Conformada por siete sucursales:

Cuadro 1.1
Financiera Desyfin S.A.
Sucursales
A Julio 2012

Sucursal	Teléfono
Rohrmoser	2220-2951
Sabanilla	2224-8408
Heredia	2293-8000
Guanacaste	2667-1020
Grecia	2495-4242
Siquirres	8704-4888
Guápiles	

Fuente: Base de Datos Financiera Desyfin S.A.

1.7.2 Junta Directiva

Conformada por siete miembros:

Cuadro 1.2
Financiera Desyfin S.A.
Junta Directiva
A Julio 2012

Nombre	Puesto
Silvio Lacayo Lacayo	Presidente
Manfred Lacayo Beeche	Tesorero
Mauricio Lacayo Beeche	Secretario
Mario Maroto Lizano	Fiscal
Richard Frank Baldwin	vocal 2
James Gerchow Moya	vocal 3
Hortesia Beeche Michaud	Vocal 4

Fuente: Base de Datos Financiera Desyfin S.A.

1.7.3 Gerencias

Conformada por seis gerencias:

Cuadro 1.3
Financiera Desyfin S.A.
Gerencias
A Julio 2012

Nombre	Gerencia
Silvio Lacayo Beeche	Gerente General
Manfred Lacayo Beeche	Gerente Financiero
Mauricio Lacayo Beeche	Gerente de operaciones
Mario Morales Mayorga	Gerente de mercadeo y negocios.
Karolayne Rodríguez Villalobos	Gerente de captación
Maxi Alberto Zúñiga Rojas	Gerente de riesgo

Fuente: Base de Datos Financiera Desyfin S.A.

1.7.4 Departamentos

Conformada por 18 departamentos:

Cuadro 1.4
Financiera Desyfin S.A.
Departamentos
A Julio 2012

Departamento	Piso
Formalización	Primer piso
Seguridad	Primer piso
Escaneo	Segundo piso
Contabilidad	Segundo piso
Leasing	Segundo piso
Legal	Segundo piso
Contact Center	Segundo piso
Informática	Tercer piso
Análisis	Tercer piso
SAP	Tercer piso
Auditoría	Tercer piso
Crédito y Cobro	Tercer piso
Mercadeo y Negocios	Cuarto piso
Recursos Humanos	Cuarto piso
Tesorería	Cuarto piso
Captación	Cuarto piso
Riesgo	Cuarto piso
Gerencia	Cuarto piso

Fuente: Base de Datos Financiera Desyfin S.A.

1.8 Organigrama de Financiera Desyfin S.A.



3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El servicio al cliente en una compañía es lo que proporciona la forma de relacionarse con los clientes por medio de un conjunto de actividades interrelacionadas, con el fin de que el cliente obtenga el producto o servicio en el momento y en el lugar oportuno. Esta es una herramienta de mercado que puede ser muy eficaz en una organización si la misma es utilizada en forma adecuada.

En este momento las empresas se encuentran en un mercado altamente competitivo donde su principal competencia es el servicio al cliente que se brinde, para así poder posicionarse como los número uno en el mercado y lograr que los clientes compren sus productos o reciban sus servicios.

Financiera Desyfin S.A., al tener como mercado meta las pequeñas y medianas empresas las cuales requieren de un servicio más ágil y flexible que les permita crecer y desarrollarse, debe visualizar e identificar todos los pro y los contra que se tengan del servicio que se le brinde a sus clientes para así fortalecer los pro y corregir todos los contra que se identifiquen con acciones correctivas y beneficiosas para la compañía.

Por este motivo es sumamente necesario conocer las necesidades de los clientes para así poder aprovechar todas las oportunidades de negocio que se presenten a lo largo del camino.

Es por esto que con este estudio se pretende verificar el nivel de satisfacción del servicio que reciben los clientes de la Financiera Desyfin S.A. para de esta forma identificar si el mismo cumple con las expectativas de la compañía e identificar así las áreas o servicios en los cuales se pueden hacer diferentes mejoras o implementar un plan de acción para mejorar el servicio que los diferentes colaboradores ofrecen a sus clientes.

4. PROBLEMA

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes con respecto al servicio que se les brinda en los trámites que realizan de los diferentes servicios financieros que se ofrecen en la Financiera Desyfin S.A., y de qué forma afecta el nivel de satisfacción la oferta de la competencia?

5. OBJETIVOS

1.9 Objetivo General

Medir el nivel de satisfacción de los clientes con respecto al servicio que se les brinda en los trámites que realizan de los diferentes servicios financieros que se ofrecen en la Financiera Desyfin S.A. y con respecto a la oferta de los competidores para así establecer oportunidades de mejora.

1.10 Objetivos Específicos

1. Establecer el nivel de satisfacción con el servicio que brinda Financiera Desyfin S.A. a sus clientes.
2. Detallar un análisis FODA sobre el servicio al cliente de Financiera Desyfin S.A., como una herramienta para establecer oportunidades de mejora.
3. Determinar cuáles son los principales competidores de la Financiera Desyfin S.A. de los clientes actuales.

4. Definir cuál es la oferta en cuanto a tasas de interés y comisiones de los competidores principales de la Financiera Desyfin S.A.
5. Establecer el perfil del cliente de la Financiera Desyfin S.A.
6. Establecer recomendaciones sobre el servicio al cliente para incrementar el nivel de satisfacción de los clientes actuales de la Financiera Desyfin S.A.

6. ALCANCES

Según los objetivos de investigación propuestos y de acuerdo a la necesidad de información que presenta Financiera Desyfin S.A. se detallan los alcances que se desean lograr con este estudio:

1. Verificar el nivel exacto de satisfacción con respecto al servicio al cliente que se brinda, así como la opinión de los clientes sobre los diferentes servicios brindados en Financiera Desyfin S.A. Además de establecer el perfil del cliente.
2. Verificar los puntos por mejorar y fortalecer los puntos positivos con respecto al servicio que le brinda al cliente para así obtener un nivel de satisfacción del 100%. Además de verificar si los colaboradores aplican el Manual de Servicio al Cliente establecido.
3. Brindar conclusiones y recomendaciones a la Financiera Desyfin S.A. con respecto al servicio que se le brinda al cliente así como detallar un análisis FODA sobre el mismo para establecer oportunidades de mejora.

4. El estudio pretende establecer recomendaciones relacionadas con el servicio al cliente, para así incrementar el nivel de satisfacción del servicio que reciben los clientes actuales y los clientes nuevos.

7. LIMITACIONES

Según los objetivos de investigación propuestos se establece las siguientes limitaciones con respecto al estudio:

1. Se realizará el estudio únicamente al servicio brindado a Financiera Desyfin S.A. y no se incluirá Seguros Desyfin S.A. por limitación de recursos.
2. Al ser la cartera de crédito de Financiera Desyfin S.A. de más de 2500 clientes, no se puede realizar el estudio a cada uno de ellos por lo que se utilizará una población y una muestra para medir el servicio.
3. Los clientes por su perfil son difíciles de localizar y en muchas ocasiones no están dispuestos a colaborar, argumentando poco interés o falta de tiempo.
4. La mayoría de los bancos medianos y financieras no están dispuestos a brindar información por teléfono sino por medio de cita con el Ejecutivo de Negocios por lo que el benchmarking no se completó por esta situación ya que se debía crear una empresa ficticia para obtener esta información.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

El objetivo principal de este capítulo es proporcionar un marco bibliográfico que permita a los lectores poder evidenciar e interpretar los resultados de la investigación.

Aquí se incluyen los conceptos básicos de administración, mercadotecnia o marketing, investigación de mercados, estadística, así como conceptos técnicos e informáticos de los servicios financieros.

1. ADMINISTRACION

Administración según Koontz Weihrich y Cannice (2008, p. 4) es el proceso que busca crear un ambiente donde los individuos se organicen en grupos, con el fin de cumplir metas específicas de manera eficiente.

Se dice también que es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar una compañía, tanto sus recursos como sus actividades, para así lograr el alcance de sus objetivos.

1.1 Funciones de la Administración

El proceso administrativo está compuesto por cinco funciones las cuales resultan fundamentales para que una compañía pueda lograr sus objetivos organizaciones.

A continuación se describen cada una de esas funciones.

1.1.1 Planeación

Mediante la planeación se desarrollan los objetivos empresariales y el medio por el cual se van a cumplir.

Según Chiavenato la planeación consiste en determinar anticipadamente los objetivos organizacionales y definir los cursos de acción para llegar a ellos. (2007, p.143).

1.1.2 Organización

La organización es la acción de organizar los recursos disponibles, integrándolos en roles específicos, relacionados entre sí, por medio de una estructura que permita establecer responsabilidades claramente definidas. (Chiavenato, 2007, p. 148)

En este proceso es en donde los empleados se agrupan para realizar su trabajo y así cumplir las metas de la organización, aquí se establece autoridad.

1.1.3 Integración del personal

La integración del personal implica identificar las necesidades de los puestos de trabajo, para poder considerar a las personas disponibles para su debida selección, reclutamiento, colocación, evaluación, compensación y capacitación, con el fin de que

los puestos de trabajo se desarrollen de una manera eficiente y cumpliendo con los objetivos de la organización (Koontz, Weihrich y Cannice, 2008, pp. 30-31)

Aquí es donde se recluta el personal capaz de cumplir con los objetivos de la organización, se les capacita y se les remunera por realizar el trabajo. Es muy importante que los empleados se sientan satisfechos en su ambiente de trabajo, ya que esto también es causa de motivación.

1.1.4 Dirección

Durante este proceso se debe motivar al personal de la compañía para que estos cumplan con los objetivos y metas de la compañía.

Según Koontz, Weihrich y Cannice, la dirección es la acción de influir positivamente en el recurso humano, de tal forma que contribuyan al cumplimiento de las metas organizacionales y grupales (2008, p. 31).

1.1.5 Control

Según Koontz, Weihrich y Cannice, el control es la tarea administrativa que consiste en evaluar las acciones realizadas de acuerdo a la planificación de los objetivos organizacionales, de tal manera que se pueda medir y corregir el desempeño organizacional (2008, p. 31).

Aquí es donde se asegura el desempeño eficiente para alcanzar los objetivos de la compañía.

2. MERCADOTECNIA O MARKETING

Según Zikmund, William G. y Babin, Barry J, el marketing es una idea central en el pensamiento del marketing moderno, que se enfoca en la forma en que la empresa proporciona valor a sus consumidores, más que en el producto físico o en el proceso de producción. (2008, p.8).

En estos tiempos en que la competencia se ha apoderado del mercado, se ha vuelto sumamente importante el mejorar tanto los servicios como los productos que ofrecen las compañías. Esto se hace posible por medio de un excelente manejo del marketing o mercadotecnia, asignando prioridades en la toma de decisiones con respecto al producto y en la eficiencia y eficacia de los procesos de producción.

2.1 La matriz FODA

Se debe conocer y tomar muy en cuenta, en el momento de realizar una investigación de mercados, todas las fortalezas y debilidades de la compañía al igual que todas sus oportunidades y sus amenazas, esto para mejorar los recursos y capacidades de la empresa y para conocer el entorno en que ésta pone en marcha sus operaciones.

Por este motivo se utiliza la matriz FODA la cual según Charles W.L., Gareth R. consiste en identificar las estrategias necesarias para explotar las oportunidades que le ofrece el entorno, contrarrestar o prevenir las amenazas, desarrollar y proteger las fortalezas de la empresa y mejorar las debilidades (2011, p.19).

El contar con esta matriz FODA ayuda al gerente a mejorar su empresa y actuar de manera oportuna en el ambiente en que se desarrolla al igual que tomar ventajas dentro de la competencia.

2.2 Servicio al Cliente

El servicio al cliente son todas aquellas actividades que proporciona una compañía para relacionarse con los clientes.

En el mercado una de las mayores competencias es el servicio que se le brinde a los clientes o consumidores, donde las compañías que ofrecen un mejor servicio son las que sobresalen.

2.3 Ventas personales

Se pueden convertir en una de las herramientas de marketing más efectivas y de mayor influencia y comunicación para con el consumidor o cliente ya que aquí es donde se estimulan las compras de los clientes.

Una de las mayores ventajas es que aquí se forjan relaciones personales con los clientes, se da una imagen favorable y en la mayoría de los casos se hace una compra fácil para el consumidor.

2.4 Relaciones públicas

Este tipo de promoción es donde se crea la imagen de una empresa y donde se trata de fortalecer las relaciones entre la compañía y los consumidores o clientes.

Las relaciones públicas tratan de convencer al cliente en todo momento de que debe adquirir el producto o servicio que ofrece la compañía.

2.5 Marketing directo

El marketing directo utiliza uno o más medios de promoción para interactuar con el cliente, los cuales puede utilizar, el correo electrónico, medios sociales en internet, teléfonos, entre otros.

Intenta obtener una comunicación interactiva con el cliente y la compañía.

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Resulta indispensable que las empresas realicen investigaciones de mercados para mejorar o introducir nuevos productos o servicios al mercado y así poder competir y obtener una buena posición al ser reconocidos por los consumidores.

3.1 Importancia de la Investigación de Mercados

“La Investigación de Mercados es la aplicación del método científico en la búsqueda de la verdad acerca de los fenómenos de marketing.” (Zikmund, William G. y Babin, Barry J., 2008, p. 5)

Por este motivo la investigación de mercados es sumamente importante en el proceso de toma de decisiones de una compañía, ya que reúne toda la información necesaria para buscar una verdad o bien descubrir todo acerca de algún asunto en particular.

Esto hace que se reduzca a gran escala el riesgo de una compañía al tomar las medidas necesarias ya sea para implementar o bien mejorar un proceso o producto en el mercado.

3.1.1 Tipos de Investigación

La Investigación de mercados ayuda a las compañías con la toma de decisiones y con la disminución del riesgo. Al presentarse diferentes enfoques y necesidades de investigación se presentan tres tipos de investigación de mercados los cuales se mencionan a continuación.

3.1.1.1 Investigación Descriptiva

Según Zikmund y Babin, el propósito principal de la investigación descriptiva es describir las características de objetos, personas, grupos, organizaciones o entornos. (2008, p. 51).

Con esta investigación lo que busca el investigador es recoger toda la información posible acerca de los conceptos o las variables que se incluyen dentro del problema planteado teniendo muy en cuenta que aquí no se mencionan las relaciones entre variables, aquí solamente se describen las tendencias.

3.2 Proceso de la Investigación de Mercados

La investigación de mercados sigue una serie de etapas para obtener los mejores resultados, las cuales se describen a continuación.

3.2.1 Establecer la necesidad de información

En el momento en que la compañía decide mejorar alguno de sus procedimientos, productos o servicios o introducir al mercado un nuevo producto o servicio se ve en la necesidad de medir y tomar en cuenta todo lo referente a este proceso.

Por este motivo necesita obtener toda la información que lo va a ayudar a llegar a sus objetivos y metas y poder así obtener resultados que le demuestren si es factible o no poner en marcha el cambio o el nuevo producto o servicio.

3.2.2 Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información

El investigador debe definir los objetivos bajo los cuales se va a trabajar por lo que es de suma importancia conocer con claridad la situación o el problema en que va a incurrir.

Una buena investigación depende de la claridad de los objetivos planteados, lo cual conlleva a mejores resultados, más exactos y puntuales.

3.2.3 Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos

El tener un buen plan de recolección y análisis de datos se garantiza una excelente investigación. Por este motivo el investigador debe especificar el tipo de investigación que va a utilizar, al igual que el tipo de información que va a recolectar y de dónde va a tomar los datos.

Por esto es importante establecer bien los objetivos ya que de aquí se va a determinar las características bajo las cuales se va a regir el diseño de la investigación.

En esta etapa se define si la investigación va a ser exploratoria, concluyente o descriptiva y si las fuentes de datos van a ser fuentes primarias en las cuales se

incluyen las personas a las cuales se les realizará una encuesta, historias o experimentos, o fuentes secundarias los cuales son datos ya publicados.

3.2.4 Desarrollar el procedimiento de recolección de datos

En esta etapa es en donde el investigador va a recolectar todos los datos referentes a los objetivos de la investigación, la cual se realiza principalmente por medio de números. Aquí se le asignará un número a cada característica.

El investigador creará un cuestionario basado en los objetivos de la investigación donde va a incluir una serie de preguntas y de ahí va a obtener los resultados.

3.2.5 Diseño de la muestra

La investigación va dirigida a una población que a veces es demasiado extensa, por lo que al momento en que el investigador procede a aplicar la encuesta no puede abarcarla, dadas las limitaciones de recursos. Es así como se puede escoger un grupo de personas a las cuales aplicarla, definiendo así el diseño de esa muestra.

Después de definir la población debe establecerse una unidad de muestreo que va a considerar a cada uno de los elementos disponibles para la selección de la muestra. Luego de esto se procede a escoger la muestra por medio de alguno de los métodos de selección de muestra.

3.2.6 Recopilación de los datos

En el momento en que el investigador define la muestra procede a aplicar las encuestas a cada uno de los elementos que la conforman. Esta etapa es conocida como la etapa de recopilación de los datos.

La encuesta se puede realizar personalmente, vía telefónica, correo electrónico o en línea, según el tipo de persona o entidad a encuestar y los recursos con que se cuente.

3.2.7 Procesamiento de datos

En esta etapa el investigador debe procesar todos los datos obtenidos al aplicar las encuestas. Puede utilizar algún programa de tabulación de datos o lo puede realizar por medio de Excel.

Por esto es importante que se codifique cada una de las preguntas en el cuestionario, para así poder agrupar mejor todas las respuestas obtenidas en el momento de la tabulación, obtener mejores resultados y evitar los sesgos en la información.

3.2.8 Análisis de datos

En el momento en que el investigador tiene todos los resultados totalmente tabulados y obtiene respuestas definidas procede a realizar el análisis de todas esas respuestas.

En esta etapa es en donde se definen las preferencias y opiniones de los consumidores, además de analizar cada una de las respuestas de cada uno de los objetivos planteados.

3.2.9 Presentación de los resultados

En esta última etapa el investigador deber presentar un informe donde se indiquen todos los resultados obtenidos con la investigación. Aquí se utiliza la ayuda de gráficos y tablas donde se compilan todas las respuestas a cada una de las preguntas realizadas.

Esto facilita la lectura y la comprensión del informe, además de que mejoran la apariencia física del informe. Sumado a lo anterior, se deben seguir las pautas generales para la presentación de gráficos y tablas.

4. PERFIL DE COMPRA DE LOS NEGOCIOS

Gracias a la creciente competencia en el mercado y a la situación económica de la sociedad, muchas veces desfavorable, se fomenta que el cliente o consumidor se vuelva más comparativo y analítico.

Por este motivo existen diversos factores que hacen que se defina un perfil de compra o adquisición del servicio, los cuales se definen a continuación.

4.1 Factores del entorno

Hay diversos factores del entorno que influyen en la compra del producto o servicio de los consumidores o clientes, entre los cuales se puede mencionar el ambiente político y económico, las opiniones de las personas que han adquirido este producto o servicio y muy principalmente la gran competencia que existe dentro del mercado.

4.2 Factores de la organización

En estos factores de la organización influye mucho lo que es la cultura y subcultura de la misma sociedad u organización, donde influyen los valores que tengan, el aprendizaje y cultura, entre otros.

4.3 Factores interpersonales

Aquí influyen las relaciones que tiene el consumidor o cliente con las demás personas, con el ambiente social principalmente. Mucho va a depender de cómo vea la sociedad al cliente para que este realice sus compras.

4.4 Factores individuales

Los factores individuales que influyen en el perfil del consumidor son principalmente la edad, ocupación, circunstancias económicas y el estilo de vida. Aquí el consumidor o usuario va experimentando diversos cambios con respecto a la compra de bienes o servicios. Sus intereses de adquisición están principalmente relacionados con la edad, la personalidad y la situación económica del consumidor.

5. ESTADISTICA

“La estadística se define como el arte y la ciencia de reunir datos, analizarlos, presentarlos e interpretarlos.” (Anderson, Sweeney y Williams, 2008, p.4).

Esta ayuda para la toma de decisiones de una compañía, al igual que para explicar o dar respuesta de manera eficiente al objeto de estudio.

5.1 Estadística Descriptiva

La estadística descriptiva es la que incluye la elaboración de cuadros y gráficos los cuales resultan fáciles de leer y de entender. También incluye tasas, índices y porcentajes en los cuales se describe los datos obtenidos.

5.2 Uso del Muestreo

El muestreo se utiliza por diversas razones entre las cuales se pueden mencionar: la población es infinita o muy grande por lo que resulta imposible cubrir todos los elementos; la población es finita pero muy grande para cubrir igualmente todos los elementos o la unidad de estudio se puede destruir o transformar.

5.3 Procedimientos del Muestreo

En este procedimiento es en donde el investigador debe definir el tipo de muestra a utilizar según el objeto de estudio. Debe tener en cuenta que los resultados que se obtengan de dicha muestra deben generalizar a toda la población.

5.3.1 Muestreo Probabilístico

El muestreo probabilístico es en el cual se puede calcular la probabilidad de cualquier muestra. Aquí se da a cada elemento de la población una posibilidad igual de ser seleccionado en la muestra.

A continuación se describen los tipos de muestreos probabilísticos.

5.3.1.1 Muestreo Aleatorio Simple

Se considera el método ideal ya que es el más simple, el cual garantiza que todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para formar parte de la muestra. Se realiza por medio de rifas, Excel o tablas de números.

5.3.1.2 Sistemático o K-ésimo

Este tipo de muestreo selecciona de forma aleatoria uno de los primeros elementos de la lista de la población, luego, a partir de este elemento seleccionado se toma otro elemento cada cierta cantidad de elementos hasta que se complete la cantidad de la muestra.

5.4 Elementos del Muestreo

En el momento en que se selecciona la muestra se deben tomar en cuenta todos los elementos del muestreo.

A continuación se describen cada uno de estos elementos.

5.4.1 Unidades de Estudio

Según Hernández, Fernández y Baptista las unidades de estudio son los participantes, objetos, sucesos o comunidades de estudio. (2010, p.172).

A estas unidades se les llamará elementos del estudio.

5.4.2 Población

“La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 174).

Existe la población infinita la cual tiene un número ilimitado de elementos de estudio; y la población finita la cual tiene un número limitado de elementos de estudio.

5.4.3 Muestra

“La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán los datos, que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, este deberá ser representativo de dicha población.” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 173).

5.4.4 Marco Muestral

“El marco muestral es un marco de referencia que nos permite identificar físicamente los elementos de la población, así como la posibilidad de enumerarlos y seleccionar los elementos muestrales.” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 185). Pueden ser listas ya existentes o lista por confeccionar.

5.4.5 Nivel de Confianza

El nivel de confianza estadística es la probabilidad de que el parámetro a estimar se encuentre dentro de un intervalo, es en el cual cierto valor desconocido se encuentra en un par de números. Se representan por medio de porcentajes.

6. CONCEPTOS TÉCNICOS E INFORMÁTICOS

Dentro de los conceptos técnicos e informáticos con respecto al tema de investigación se puede incluir lo que son las Financieras, las tasas de interés y comisiones las cuales se describen a continuación.

6.1 FINANCIERAS

Las financieras son aquellas entidades que brindan servicios financieros a sus clientes dependiendo de la necesidad de cada uno de ellos. La diferencia entre un banco y una financiera se basa en que estas últimas no cuentan con cuentas de ahorro ni tarjetas de crédito, como si lo hacen los Bancos.

6.1.1 Objetivo principal

El principal objetivo de una financiera es satisfacer las necesidades “financieras” de sus clientes, ofreciendo tasas de interés y productos competitivos con el mercado de las Finanzas.

6.1.2 Servicios de crédito e inversión.

Las financieras ofrecen diferentes servicios tanto de crédito como de inversión.

Entre los servicios de crédito se pueden mencionar lo que son créditos hipotecarios, para viviendas; prendarios, para automóviles; personales o de capital de trabajo cuando se trata de compañías; fiduciarios, por medio de un fiador; entre otros.

Entre los servicios de inversión que ofrece a sus clientes se pueden mencionar las inversiones a la vista, las cuales pueden actuar como una cuenta de ahorros donde el cliente deposita su dinero y lo puede retirar en el momento en que desee, en este caso no cuenta con una tarjeta de débito. Además de los certificados de depósito a plazo en donde los clientes pueden invertir su dinero a un cierto plazo ganando así intereses.

6.2 TASAS DE INTERES

La tasa de interés “es el costo de oportunidad de la utilización de una suma de dinero.” (Grupo Financiero Acobo, 2008). Se dice que es el precio que tiene el dinero.

6.2.1 Tipos

Hay tres tipos de tasa de interés para cada producto o servicio que brinda a sus clientes, los cuales se describen a continuación.

6.2.1.1 Tasa de Interés pasiva

La tasa de interés pasiva es la que paga la institución financiera a los clientes que hacen el depósito de su dinero en sus cuentas. En este caso de las financieras, la tasa de interés pasiva es la que le paga al cliente al realizar una inversión a la vista o un certificado de depósito a plazo. Dicho de otra manera, es el dinero que el cliente va a ganar sobre su dinero invertido.

6.2.1.2 Tasa de interés activa

La tasa de interés activa es la que debe la institución financiera le cobra al cliente a cambio del servicio creditico que le ofrece. En este caso de las Financieras la tasa de interés activa es la que el cliente le paga por obtener los servicios de crédito de dinero mediante cualquiera de sus productos.

6.2.1.3 Tasa de interés real

La tasa de interés real es la tasa de interés general de la cual resulta al restar la inflación.

6.2.2 Fijación de las tasas de interés

Según la moneda bajo la cual el cliente solicitó el servicio de crédito financiero, así se deberán de tomar referencias para establecer la tasa de interés final a pagar por el cliente.

A continuación se explican ambas referencias de tasa de interés según el tipo de moneda.

6.2.2.1 Tasa Básica Pasiva

Si el servicio de crédito financiero obtenido por el cliente es en colones se va a utilizar como referencia la tasa básica pasiva para establecer la tasa de interés que el cliente debe de pagar a la Financiera.

Dicha tasa la define el Banco Central de Costa Rica y a esta tasa la financiera se le sumará un tanto por ciento más la cual definirá la tasa final a pagar.

6.2.2.2 Prime Rate

Si el servicio de crédito financiero obtenido por el cliente es en dólares se va a utilizar como referencia la tasa Prime Rate para establecer la tasa de interés que el cliente debe de pagar a la financiera.

Dicha tasa la define el Bureau of Economic Analysis de los Estados Unidos, la cual es un promedio de las tasas Prime de los bancos estadounidenses; y a esta tasa la Financiera le sumará un tanto por ciento más la cual definirá la tasa final a pagar.

6.3 COMISIONES

Las comisiones se pueden definir como el cobro que una institución financiera realiza a sus clientes por otorgar algún tipo de servicio de crédito financiero.

6.3.1 Fijación de las comisiones

La fijación de las comisiones depende de cada una de las instituciones financieras. Este lo define la propia institución según su propio criterio, siempre y cuando tome en cuenta a la competencia.

CAPITULO III: METODOLOGIA

En el presente capítulo se detalla todo lo relacionado con la metodología utilizada en la investigación, donde se describe el tipo de investigación a utilizar, las fuentes de información, los sujetos de estudio, las variables del estudio y las técnicas utilizadas.

1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo ya que, según Hernández, Fernández, Baptista, el enfoque cuantitativo es aquel que prueba hipótesis mediante la recolección de datos, también se determinan las variables y además, utiliza la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento. (2010, p.4).

De todos los tipos de investigación que existen, esta investigación se define como una investigación de tipo exploratorio y descriptivo.

1.1 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

“Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (Fernández, Hernández, Baptista, 2010, p. 80).

Esta investigación es de tipo descriptiva ya que se estudió tanto el comportamiento de los colaboradores de la financiera para con los clientes, como la percepción del servicio recibido de estos ante dicho comportamiento.

La investigadora buscó descubrir qué tan satisfecho se encuentra el cliente externo de la Financiera Desyfin S.A. con el servicio recibido y la calidad de los servicios que ofrece, esto para buscar la mejor forma de mejorarlos y si es del caso cambiar cualquier comportamiento que sea incómodo para el cliente.

2. FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información es de donde el investigador obtiene toda la información que necesita, a continuación se detallan las diferentes fuentes de información utilizadas.

4.2 FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes primarias son aquellas de las cuales el investigador obtiene información nueva que no se encuentra registrada en ningún libro, ni base de datos, ni reporte, etc.

En este caso las fuentes primarias son todos los clientes a los cuales se les aplicó el cuestionario de dicha investigación, los cuales proporcionaron la información necesaria para realizar todo el análisis y poder así obtener las conclusiones para aplicar las mejoras necesarias.

4.3 FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias son todas aquellas de las cuales el investigador obtiene información ya existente como las que se obtuvieron de libros, reportes de la financiera, etc.

Estas se clasifican en internas y externas. Las fuentes internas consultadas fueron la página web de la Financiera Desyfin S.A., reportes realizados para obtener los datos exactos del número total de clientes con los que cuenta la compañía, manual de servicio al cliente que deben seguir los colaboradores de la Financiera y el boletín informativo con la reseña histórica.

Las fuentes externas consultadas fueron todo el material bibliográfico referente al tema de la investigación realizada como lo son los libros de texto de Administración, Mercadotecnia, Investigación de Mercados y Estadística.

3. SUJETOS DE ESTUDIO

Como sujetos de estudio se tiene todo lo relacionado con la población, el marco muestral, la muestra, la unidad de muestreo y de información y el método de muestreo utilizado, los cuales se detallan a continuación.

3.1 POBLACIÓN DE ESTUDIO

Se constituye por todos los clientes de la Financiera Desyfin S.A., tanto de crédito como de captación, que han utilizado los productos durante los últimos seis meses, según el reporte general de clientes al 31 de Agosto del año 2012. La población de estudio es finita y consta de 1527 clientes.

3.2 UNIDAD DE MUESTREO

Un cliente de Financiera Desyfin S.A., ya sea de crédito, de captación o de ambas, que ha utilizado los productos durante los últimos seis meses, según el reporte general de clientes al 31 de Agosto del año 2012.

3.3 UNIDAD DE INFORMACIÓN

Un cliente de Financiera Desyfin S.A., ya sea de crédito, de captación o de ambas, que ha utilizado los productos durante los últimos seis mese, según el reporte general de clientes al 31 de Agosto del año 2012.

3.4 MARCO MUESTRAL

Se utilizó el listado de todos los clientes de Financiera Desyfin S.A., tanto de crédito como de captación, que han utilizado los productos durante los últimos seis meses según el reporte general de clientes al 31 de Agosto del año 2012, donde se presentan 1527 clientes en su totalidad.

3.5 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para efectos de esta investigación el tamaño de la muestra se realizó por medio de población finita la cual se define la fórmula a continuación:

$$n = \frac{P(1-P)}{Z^2 \left(\frac{E}{N} + P(1-P) \right)}$$

Donde:

n= representa el tamaño de la muestra

Z= representa el número de unidades que producirá el nivel deseado de confianza donde para un 90% será de z=1.645, para un 95% será de z=1.96 y para un 99% será de z=2.576

P = representa la proporción esperada, si no se conoce siempre se utilizará 0.5 (50%)

E= representa el error que se está dispuesto a aceptar en el nivel de confianza estimado.

N= representa el tamaño de la población

Por este motivo la fórmula quedaría de la siguiente manera:

$$n = \frac{1527(1-1527)}{0.90^2 \left(\frac{7.95\%}{1527} + 1527(1-1527) \right)}$$

n= 100.03 donde sería 100

Por esto se indica que la muestra es para un total de 100 clientes.

3.6 MÉTODO DE MUESTREO UTILIZADO

Según las características del estudio realizado, el método de muestreo a utilizar fue el método del muestreo aleatorio sistemático el cual consiste en dividir la población en "n" estratos donde se tienen 1527 nombres de clientes y se tiene una muestra de 100 clientes por lo que se divide $1527 / 100$ y esto nos da un total de 15 por lo que se escogerán de la lista de los 1527 nombres, 100 clientes cada 15 nombres.

Esta muestra es fácil de utilizar y muy segura.

4. VARIABLES DE ESTUDIO

Las variables de estudio de la presente investigación se definieron de acuerdo con los objetivos específicos, tomando siempre en cuenta el objetivo general para cada una de las variables. Dichas variables se mencionan a continuación.

4.1 SATISFACCIÓN DEL SERVICIO

Con esta variable el investigador quiso informarse sobre la satisfacción de los clientes, con respecto a cada uno de los productos en general que ofrece la Financiera Desyfin S.A.

Igualmente conocer acerca de la satisfacción con respecto a la rapidez de los trámites, el tiempo de espera para ser atendido, las respuestas a las dudas y consultas planteadas, la seguridad, limpieza y orden de la sucursal, así como su ubicación y confianza en general y la resolución de solicitudes.

4.2 CALIDAD DEL SERVICIO

Con esta variable lo que se quiso conocer fue la satisfacción del cliente con respecto al servicio brindado por parte de los colaboradores de las diferentes áreas de la Financiera Desyfin S.A. con las cuales ha tenido contacto.

También pretendió conocer el nivel de satisfacción con respecto a las tasas de interés ofrecidas tanto en inversiones como en créditos, las comisiones de los créditos y los plazos de los distintos productos ofrecidos.

4.3 OPORTUNIDADES DE MEJORA

Con esta variable la investigadora quiso conocer la opinión del servicio en general de los clientes, así como los comentarios o sugerencias acerca del mismo y si el cliente recomendaría los servicios de la financiera a otros clientes y el razón de su respuesta.

4.4 PERFIL DEL CLIENTE

Se quiso conocer igualmente el perfil de los clientes que utilizan los productos y servicios financieros de la Financiera Desyfin S.A., con el fin de cumplir con el objetivo que busca la determinación del perfil del cliente.

4.5 COMPETENCIA

Lo que la investigadora quiso conocer con respecto a esta variable es la competencia de la Financiera Desyfin S.A. con respecto a algunos datos relevantes de los estados financieros de los bancos medianos y financieras que se rigen bajo la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF).

También se trabajó con un Benchmarking el cual indica las tasas de interés, comisiones y plazos de dichas entidades financieras para así conocer cómo se encuentra la Financiera Desyfin S.A. en estos aspectos con respecto al mercado.

Todo esto para analizar cómo se encuentran los productos ofrecidos por Financiera Desyfin S.A., con respecto a su competencia y al mercado de servicios financieros.

5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Existen diferentes técnicas para recopilar la información de la investigación de la cual se obtienen los datos para el análisis y resultados. A continuación se detalla la técnica utilizada en la presente investigación.

5.1 TÉCNICA UTILIZADA

En la presente investigación se utilizó la técnica del cuestionario el cual según Hernández, Fernández, Baptista consiste en un conjunto de preguntas las cuales miden una o más variables y este debe ser congruente con el planteamiento del problema (2010, p.217)

Dicho cuestionario se aplicó a la muestra seleccionada dentro de la población de la Financiera Desyfin S.A. de los últimos seis meses que han utilizado o utilizan los productos, al 31 de Agosto del 2012, de la cual la muestra se realizó como una muestra finita y por medio del método sistemático, el cual se aplicó de forma auto-administrado mediante un programa en línea.

5.2 DISEÑO DEL CUESTIONARIO

El cuestionario se diseñó tomando como base las variables mencionadas anteriormente y se compuso de diez preguntas en total, donde las primeras dos corresponden a la satisfacción del servicio, la calidad del servicio, la competencia, las oportunidades de mejora y por último el perfil del cliente.

5.3 PREGUNTAS UTILIZADAS EN EL CUESTIONARIO

El cuestionario que se utilizó consta de diez preguntas de las cuales solamente dos son abiertas, una semi-abierta y las restantes siete preguntas son cerradas, en

donde se debe indicar el nivel de satisfacción en una escala que va de excelente a pésimo.

Todas las preguntas tienen su instrucción propia para guiar al encuestado y que con esto pudiera completar con claridad cada una de las preguntas mencionadas.

CAPITULO IV: DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se presenta la descripción de cada una de las variables estudiadas, de donde se obtuvo la información para responder a los diferentes objetivos planteados. Se exponen los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a una muestra de 100 clientes.

1. Nivel de satisfacción general con cada uno de los productos financieros que utiliza o ha utilizado en Financiera Desyfin S.A.

Por medio de esta pregunta se les consultó a los clientes el nivel de satisfacción general con los productos que ofrece Financiera Desyfin S.A., que utilizan o han utilizado, con el fin de conocer qué productos hay que mejorar y cuáles hay que fortalecer. Para una mejor comprensión, se agrupan según tipo de producto.

La pregunta se dividió en cuatro grandes grupos donde se comparan los descuentos de facturas con los financiamientos de órdenes de compra, los créditos hipotecarios con los prendarios y capital de trabajo, las inversiones a plazo con las inversiones a la vista y los leasings con las cartas de crédito y compra y venta de moneda.

1.1. Financiamiento de órdenes de compra y descuento de facturas

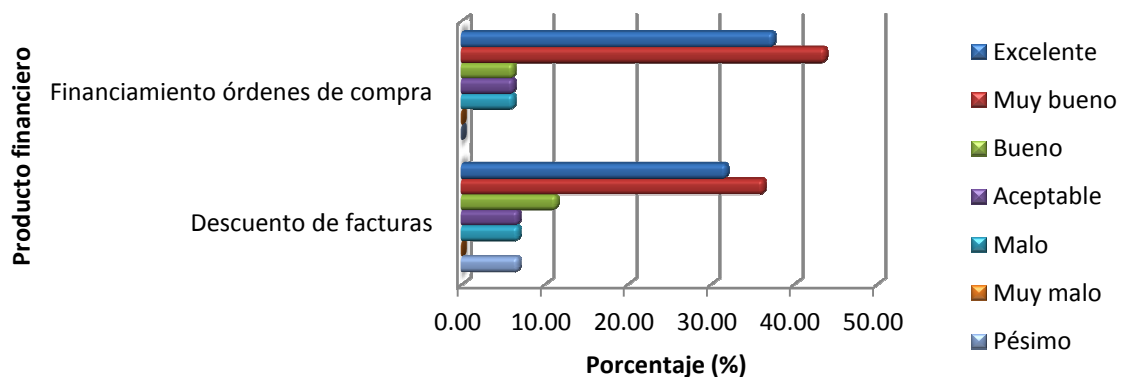
Con respecto a los descuentos de facturas y financiamientos de órdenes de compra, (ver apéndice, cuadro No. 4.1), se observa que los porcentajes mayores están en un rango entre excelentes y muy buenos con un 31.82% y 36.36% en descuento de facturas respectivamente. En total ambas suman un 68.18% del total.

Las opiniones menos favorables de los clientes están representadas por un 6.82% que califica de pésimo a los descuentos de facturas.

El financiamiento de órdenes de compra muestra que un 37.50% y un 43.75% lo califican como excelente o muy bueno, obteniendo una suma total entre ambos de un 81.25%.

A continuación se muestra el gráfico en el cual se pueden apreciar estos

Gráfico 1
Nivel de satisfacción general con los Descuentos de facturas y Financiamientos de órdenes de compra en Financiera Desyfin S.A.
Términos relativos
A Octubre 2012

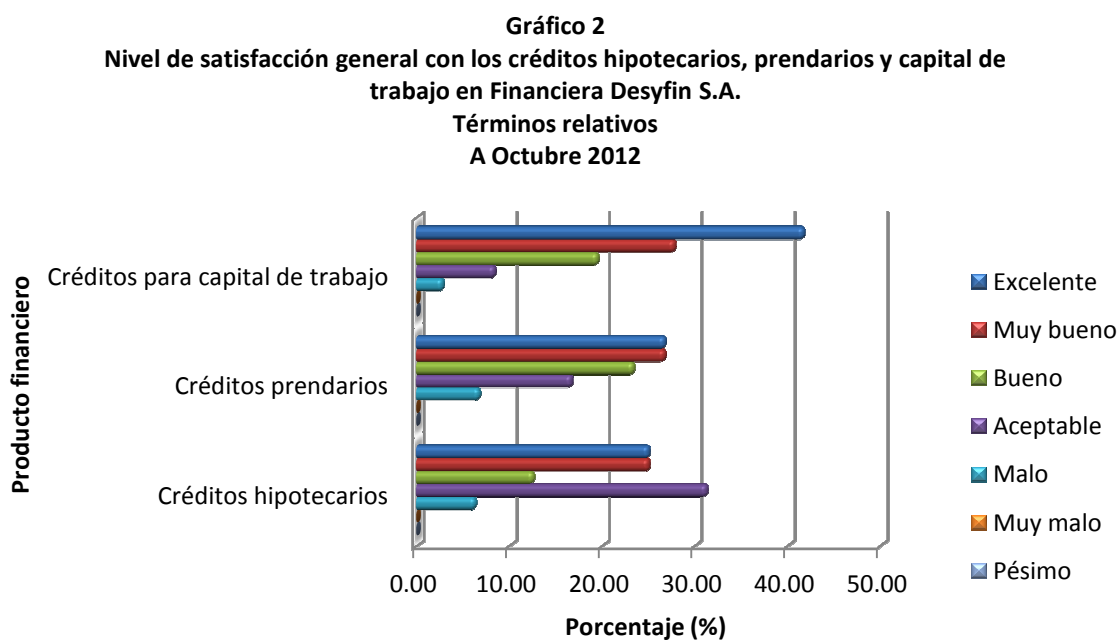


1.2. Financiamiento para créditos hipotecarios, prendarios y capital de trabajo

Es importante destacar, de los tres productos, a saber, financiamiento de créditos hipotecarios, prendarios y capital de trabajo, no se obtuvieron calificaciones en la escala de muy malo y pésimo (ver apéndice, cuadro No. 4.2).

Por el contrario el porcentaje mayor se encuentra entre excelente y muy bueno en el cual el producto mejor calificado son los créditos para capital de trabajo con un 41.67% y 27.78% respectivamente, le siguen los créditos prendarios con un 26.67% en ambos aspectos y por último los créditos hipotecarios con un 25.00% en ambos casos. En este último se observa que los clientes califican el producto como aceptable, el cual obtuvo la mayor calificación con un 31.25%.

En el siguiente gráfico se muestran los resultados obtenidos:



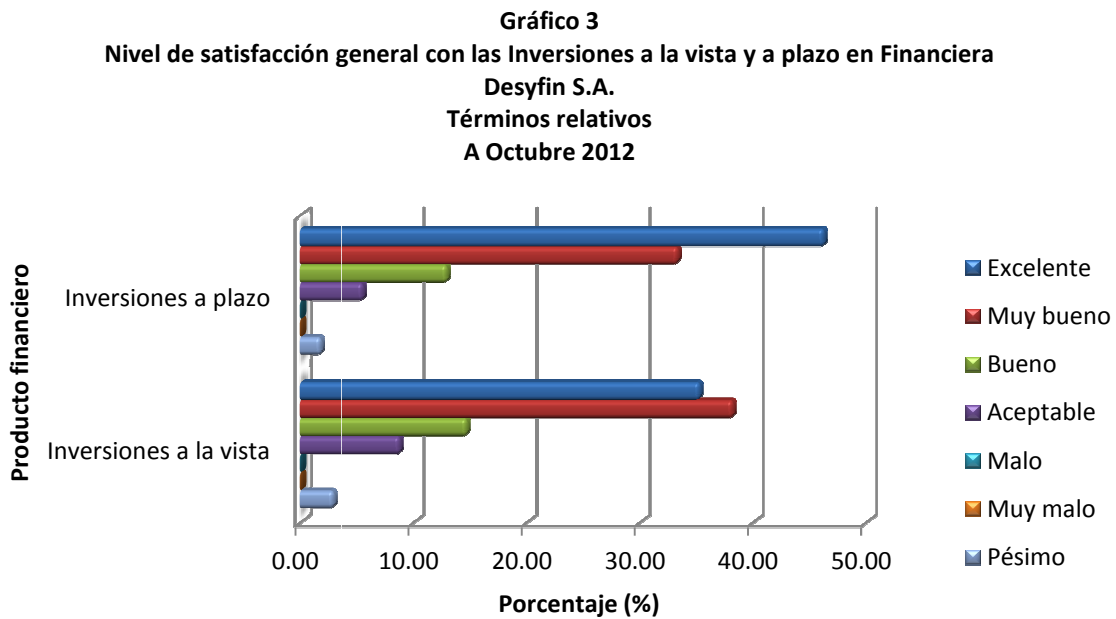
1.3. Inversiones a la vista e inversiones a plazo

Al ser estos productos los más fuertes para la parte de captación en Financiera Desyfin S.A. se puede observar que los resultados obtenidos son satisfactorios ya que las mayores calificaciones se encuentran entre excelente y muy bueno donde las inversiones a la vista obtuvieron un 35.29% y un 38.24% respectivamente e inversiones a plazo un 46.30% y un 33.33%, (ver apéndice, cuadro No. 4.3).

Al comparar ambos productos se observa que los clientes están satisfechos con el servicio que reciben en las inversiones a plazo, ya que la mayoría lo califica como un

servicio excelente e inversiones a la vista lo califican como un servicio muy bueno en su mayoría.

El siguiente gráfico muestra los resultados obtenidos:



1.4. Leasing, cartas de crédito y compra y venta de moneda.

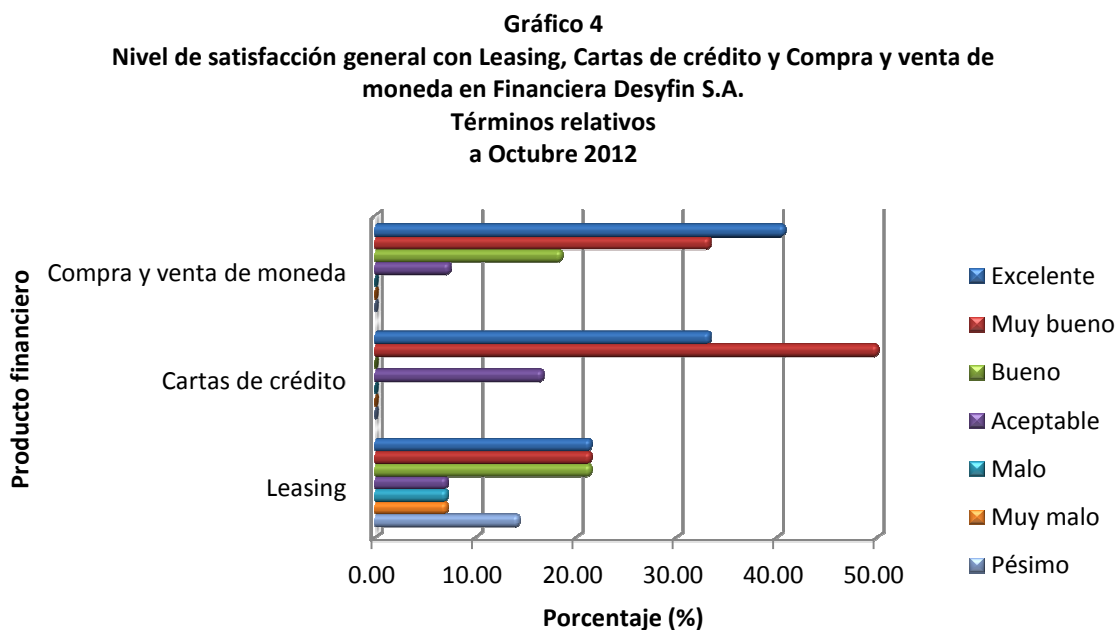
Por último se calificó la satisfacción general de los productos de leasing, cartas de crédito, así como compra y venta de moneda, los cuales son los productos más nuevos que ofrece la Financiera Desyfin S.A. (Ver apéndice, cuadro No. 4.4).

Aquí se observa que el servicio que reciben los clientes con el producto de compra y venta de moneda es excelente con un 40.74% y muy bueno con un 33.33% para una suma total de ambos de 74.07%, por lo que los clientes están sumamente

satisfechos con este producto ya que no tiene calificaciones en los rangos de malo, muy malo o pésimo. Con respecto a las cartas de crédito el servicio se califica como muy bueno con un 50.00% e igual que el producto anterior no presenta calificaciones en los rangos de malo, muy malo o pésimo, por lo que se observa que los clientes están satisfechos con el producto.

No es el caso de Leasing ya que aunque tenga un porcentaje de 21.43% en los rangos de excelente, muy bueno y bueno en cada uno de ellos, fue el único de los tres productos que presenta un porcentaje de 14.29% en el rango de pésimo y 7.14% en los rangos de muy malo y malo en cada uno de ellos, para una suma total de los tres rangos de un 28.57%.

En el siguiente gráfico se pueden apreciar mejor los resultados obtenidos:



1.5. Nivel de satisfacción excelente en general:

Con el fin de comparar todos los productos anteriores, se utilizó la calificación de excelente, con el fin de determinar cual de ellos obtuvo el porcentaje mayor y el menor. El siguiente cuadro muestra los datos obtenidos:

CUADRO 4.5
NIVEL DE SATISFACCIÓN EXCELENTE CON RESPECTO A LOS PRODUCTOS FINANCIEROS QUE UTILIZA O HA UTILIZADO EN FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Productos Financieros	Nivel de Satisfacción excelente	
	Absoluto	Relativo (%)
Inversiones a plazo	25	23,15
Créditos para capital de trabajo	15	13,89
Descuento de facturas	14	12,96
Financiamiento órdenes de compra	12	11,11
Inversiones a la vista	12	11,11
Compra y venta de moneda	11	10,19
Créditos prendarios	8	7,41
Créditos hipotecarios	4	3,7
Cartas de crédito	4	3,7
Leasing	3	2,78

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

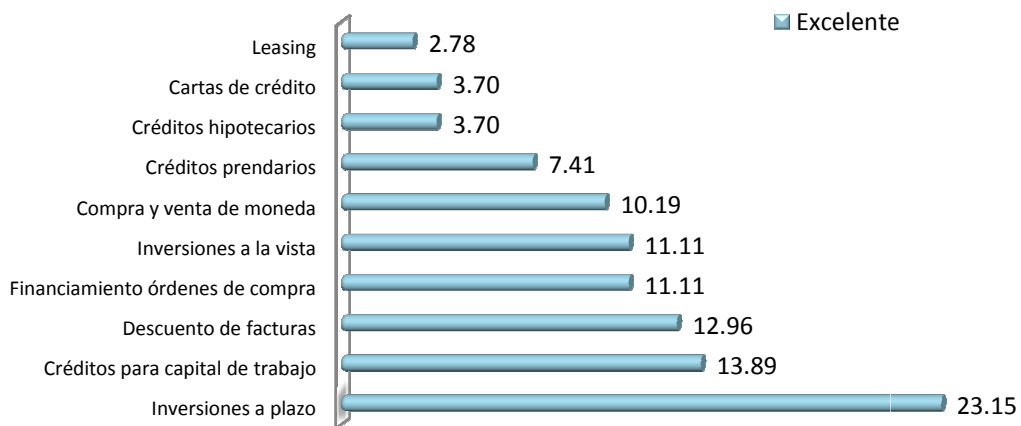
Al ser productos diferentes y tomando en cuenta que los clientes que aplicaron la encuesta calificaron únicamente los productos que utilizan o han utilizado y no todos en general, se sacaron los porcentajes de acuerdo al número de personas que contestaron en excelente por cada uno de los productos.

Por este motivo se puede observar que el producto percibido con un porcentaje mayor en la calificación de excelente son las Inversiones a plazo con un 23.15%, de este le siguen los créditos para capital de trabajo con un 13.89% y el descuento de facturas con un 12,96%. Las opiniones menos favorables de los clientes en este rango están representadas por las cartas de crédito y créditos hipotecarios con un 3.70% cada uno y por último leasing con un 2.78%.

Con lo anterior se puede deducir que las inversiones a plazo es el producto más satisfactorio, caso contrario del leasing que es el que se percibe con el nivel de satisfacción más bajo.

A continuación se presenta el gráfico donde se pueden apreciar mejor los resultados indicados anteriormente.

Gráfico 5
Nivel de satisfacción excelente con respecto a los productos financieros que utiliza o ha utilizado en Financier Desyfin s.A.
Términos relativos
A Octubre 2012



2. Nivel de satisfacción general con respecto al servicio recibido en diversos aspectos:

Con esta pregunta se les consultó a los clientes acerca del nivel de satisfacción en general que tenían con respecto a diferentes aspectos mencionados entre los cuales se tienen la rapidez, información de procesos, tiempo de espera, respuestas a consultas, seguridad, orden, limpieza y ubicación de sucursales y confianza en general.

Para una mejor comprensión, se agrupa en cuatro grandes grupos donde se comparan la información de procesos y respuestas a dudas y consultas, la rapidez en los trámites y tiempos de espera para ser atendidos, la seguridad, limpieza, orden y

ubicación de las sucursales y por último la confianza en general en Financiera Desyfin S.A.

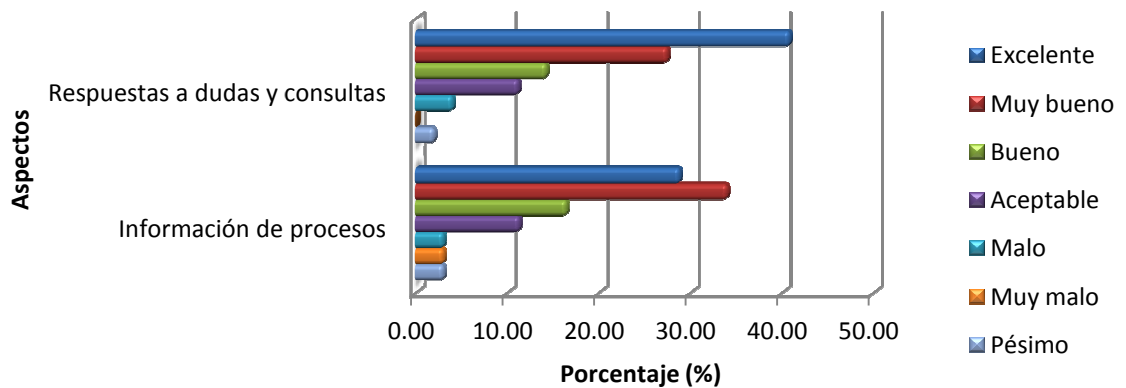
2.1 Información de procesos y respuestas a dudas y consultas

Con respecto a la información de procesos y respuestas a dudas y consultas (ver apéndice, cuadro No. 4.6) se observa que en general los clientes se encuentran satisfechos con estos dos aspectos, ya que los porcentajes mayores en información de procesos se encuentra en los rangos de excelente con un 28.87% y de muy bueno con un 34.02% y los porcentajes mayores en respuestas a dudas y consultas en los rangos de excelente con un 40.82% y de muy bueno con un 27.55%, por lo que se este último se califica como un servicio excelente.

Las opiniones menos favorables de los clientes con respecto a la información de procesos están representadas por un 3.09% cada uno, en malo, muy malo y pésimo y en respuestas a dudas y consultas un 4.08% en malo y 2.04% en pésimo.

A continuación se presenta el gráfico en el cual se pueden apreciar estos porcentajes:

Gráfico 6
Nivel de satisfacción general con respecto a la información de procesos y
respuestas a dudas y consultas en Financiera Desyfin S.A.
Términos relativos
A Octubre 2012



2.2 Rapidez en los trámites y tiempos de respuesta para ser atendidos:

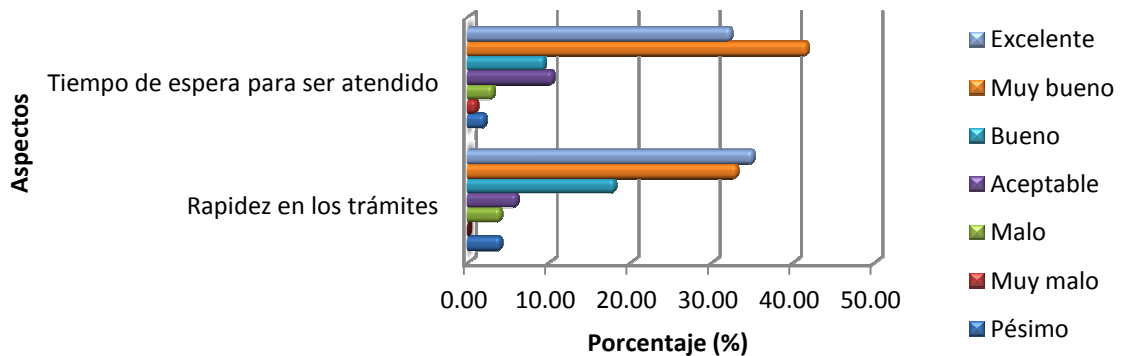
Respecto a la rapidez en los trámites y tiempos de respuesta para ser atendidos (ver apéndice, cuadro No. 4.7) los rangos de excelente y muy bueno sumados están representados por un 68.00% en el caso de la rapidez en los trámites y con un 73.96% para el caso de tiempo de espera para ser atendido. Por este motivo se puede verificar que más del 60% de los clientes en ambos casos se encuentran satisfechos con el servicio que reciben en estos aspectos.

Las opiniones menos favorables de los clientes las cuales se encuentran en los rangos de muy malo y pésimo están representadas con un 4.00% a nivel general para el caso de la rapidez en los trámites y con un 3.12% a nivel general para el caso de

tiempo de espera para ser atendido, los cuales representan bajos porcentajes pero de igual manera se deben mejorar.

En el siguiente gráfico se pueden observar los resultados obtenidos:

Gráfico 7
Nivel de satisfacción general con respecto a la rapidez en los trámites y tiempos de espera para ser atendido en Financiera Desyfin S.A.
Términos relativos
A Octubre 2012



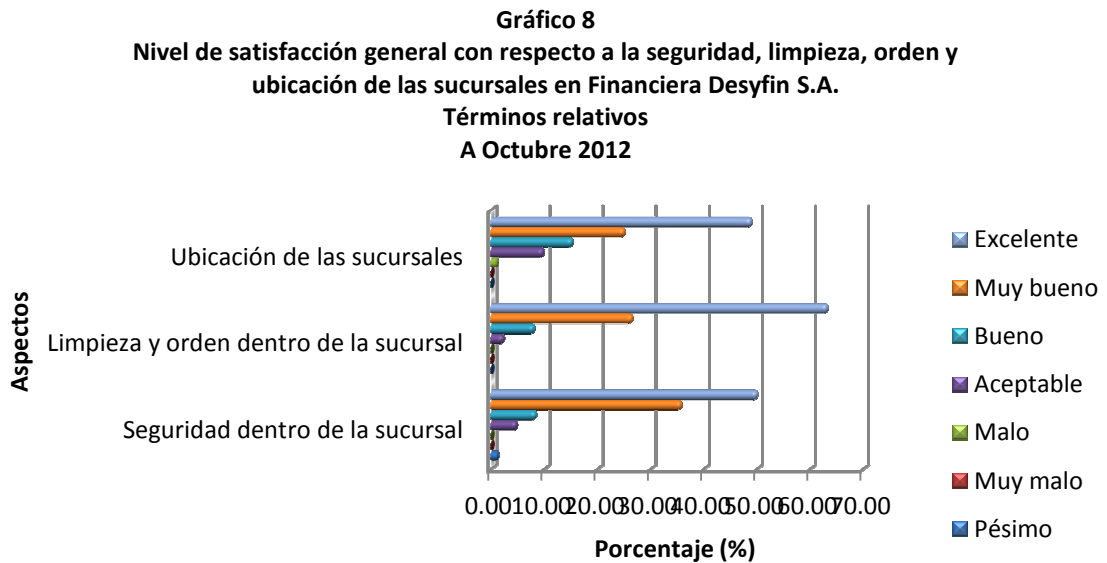
2.3 Seguridad, limpieza, orden y ubicación de las sucursales

Con respecto a los resultados obtenidos con la seguridad, limpieza, orden y ubicación de las sucursales en Financiera Desyfin S.A. (ver apéndice, cuadro No. 4.8) se observa, que los porcentajes mayores están en un rango de excelentes y muy buenos por lo que indica que los clientes están sumamente satisfechos con estos tres aspectos.

La seguridad dentro de la sucursal obtuvo un 50.00% en el rango de excelente y un 35.71% en el rango de muy bueno, donde ambas suman 85.71%, la limpieza y orden dentro de la sucursal obtuvo un 63.22% y un 26.44% en los rangos de excelente y muy bueno respectivamente, donde la suma de estos dos resultados nos da un total de 89.66%. La ubicación de las sucursales obtuvo un 48.91% en el rango de excelente y un 25.00% en el rango de muy bueno, donde la suma de ambas está representada por un 73.91%.

Se puede observar que a nivel general los clientes están sumamente satisfechos con estos tres aspectos, ya que solamente se obtuvo un 1.09% en el rango de malo con respecto a la ubicación de las sucursales y un 1.19% en el rango de pésimo con respecto a la seguridad dentro de la sucursal.

Se presenta a continuación el gráfico de dichos resultados:



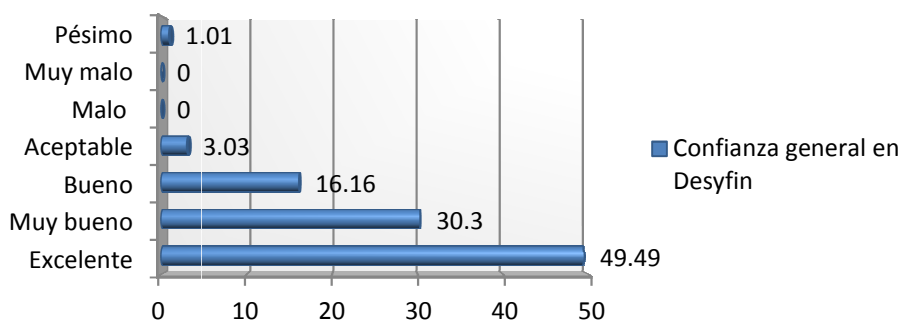
2.4 Confianza general:

Al ser la confianza general que tienen los clientes con Financiera Desyfin S.A. el aspecto más importante dentro de este grupo (ver apéndice, cuadro No. 4.9) se observa que el nivel de satisfacción es sumamente positivo ya que se obtuvo un 49.49% en el rango de excelente y un 30.30% en el rango de muy bueno, donde la suma de ambas respuestas da un total de un 79.79% lo que quiere decir que más del 70% de los clientes están satisfechos y se sienten cómodos con la confianza que le genera la Financiera Desyfin S.A.

Con respecto a las opiniones menos favorables de los clientes solamente se obtuvo un 1.01% en el rango de pésimo, el cual corresponde únicamente a 1 persona insatisfecha de las 100 que encuestadas.

A continuación se presenta el gráfico de dicho cuadro de resultados:

Gráfico 9
Nivel de satisfacción general con respecto a la confianza en
general en Financiera Desyfin S.A.
Términos relativos
A Octubre 2012



2.5 Nivel de satisfacción para el rango de excelente en general:

Para medir a nivel general cuál es el aspecto con un porcentaje mayor y cuál con un porcentaje menor en el rango de excelente, se presenta el siguiente cuadro con los resultados obtenidos, de los cuales únicamente se tomaron en cuenta el número de clientes que contestaron en dicho rango por cada uno de los aspectos indicados:

CUADRO 4.10
NIVEL DE SATISFACCIÓN EXCELENTE CON RESPECTO AL SERVICIO RECIBIDO
EN DIFERENTES ASPECTOS EN FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Aspectos	Nivel de Satisfacción	
	Absoluto	Relativo (%)
Limpieza y orden dentro de la sucursal	55	16,92
Confianza general en Desyfin	49	15,08
Ubicación de las sucursales	45	13,85
Seguridad dentro de la sucursal	42	12,92
Respuestas a dudas y consultas	40	12,31
Rapidez en los trámites	35	10,77
Tiempo de espera para ser atendido	31	9,54
Información de procesos	28	8,62

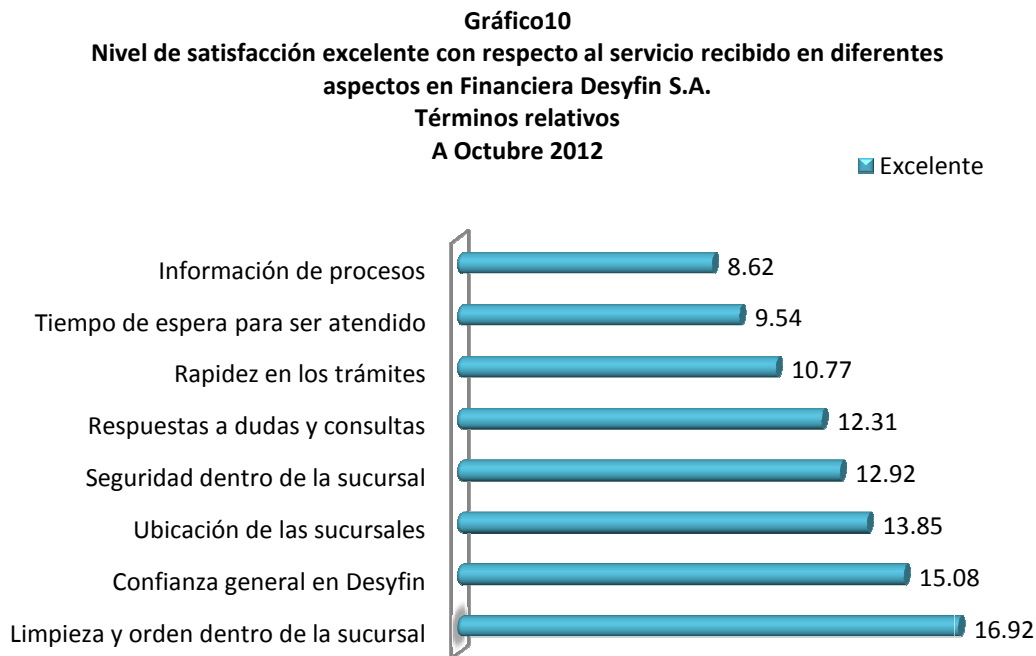
Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Se puede observar que la limpieza y orden dentro de la sucursal tiene el mayor porcentaje con un 16.92%, luego le sigue la confianza general en Desyfin con un

15.08%. El que obtuvo un porcentaje menos favorable en la calificación de excelente fue la información de procesos con un 8.62%.

Por este motivo se puede catalogar que de estos aspectos los clientes están más satisfechos con la limpieza y orden dentro de la sucursal y menos satisfechos con el servicio que reciben en la información de procesos.

Se presenta el gráfico que representa más claramente los resultados obtenidos:



3. Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido de los colaboradores de las áreas de Financiera Desyfin S.A.:

Por medio de esta pregunta se consultó a los clientes sobre el nivel de satisfacción con respecto al servicio recibido por parte de los colaboradores de las diferentes áreas de la Financiera Desyfin S.A., esto con el fin de medir en qué área podría existir algún tipo de inconformidad en el servicio por parte del cliente.

La pregunta se agrupó en cuatro grandes grupos donde se comparan el servicio recibido por parte del ejecutivo de negocios, captación y plataforma de servicios que son los que se encargan del servicio directo y personalizado con los clientes, el servicio por parte de los colaboradores de cobro y contact center, los cuales dan un servicio telefónico, así como el cajero, recepcionista y seguridad, que igualmente tienen un servicio personalizado pero menos directo con el cliente y por último la gerencia.

3.1 Servicio por parte de los ejecutivos de negocios, captación y plataforma de servicios:

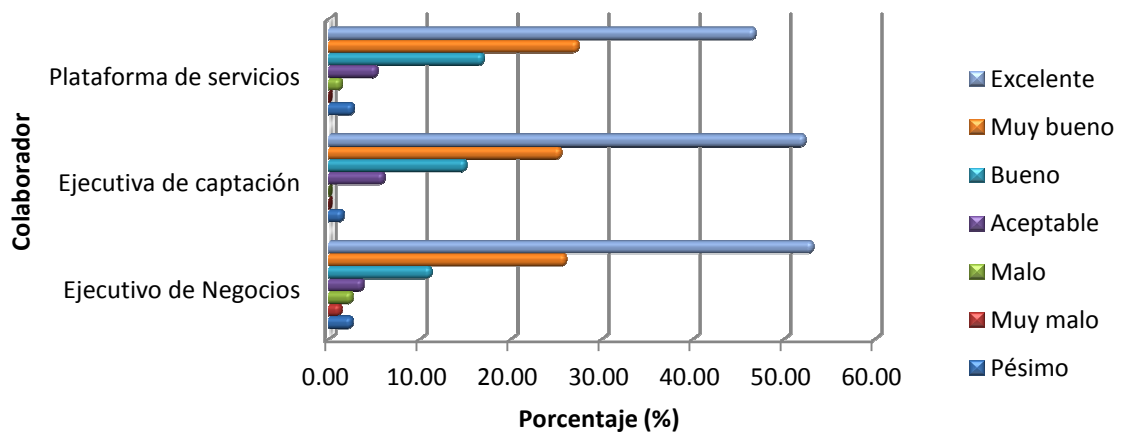
Con respecto al servicio recibido por parte de los ejecutivos de negocios, captación y plataforma de servicios, los cuales estrechan la relación más importante con el cliente por ser quienes hacen los negocios y le dan el mayor servicio a los clientes (ver apéndice, cuadro No. 4.11), se puede observar que los mayores porcentajes en la calificación de excelente es para los ejecutivos de negocios con un 53.09%, las

ejecutivas de captación con un 52.24% y los colaboradores del área de plataforma de servicios con un 46.75%.

Se observa también que los porcentajes en los rangos de pésimo son mínimos, donde el ejecutivo de negocios representa un 2.47%, la ejecutiva de captación un 1.49% y el colaborador de plataforma de servicios un 2.60%.

Se presenta a continuación el gráfico con los resultados del cuadro:

Gráfico 11
Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte del
Ejecutivo de Negocios, Captación, y plataforma de servicios en Financiera Desyfin
S.A.
Términos relativos
A Octubre 2012



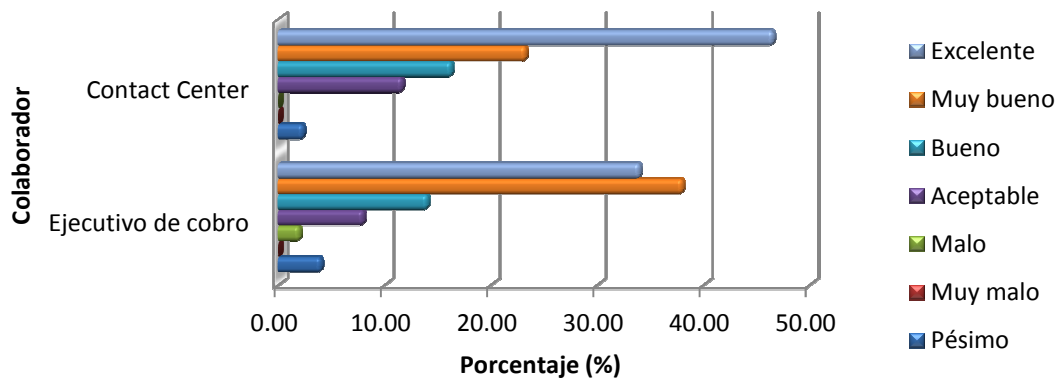
3.2 Servicio de los colaboradores de cobros y contact center:

Con respecto al servicio recibido por parte de los colaboradores de cobros y del contact center (ver apéndice, cuadro No. 4.12), se observa que el ejecutivo de cobro muestra que un 34.00% y un 38.00% califican el servicio que brinda como excelente o muy bueno respectivamente. En el caso del colaborador del contact center, se obtiene que un 46.51% y un 23.62% califican el servicio que brinda en los rangos de excelente o muy bueno.

Sin embargo al ejecutivo de cobro lo califican con un 4.00% en la escala de pésimo y al colaborador del de contact center con un 2.33% en esta misma escala, los cuales al ser porcentajes mínimos igualmente se deben de mejorar.

A continuación se observan dichos resultados representados en el siguiente gráfico:

Gráfico 12
Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte del
colaborador de Cobros y Contact Center en Financiera Desyfin S.A.
Términos relativos
A Octubre 2012

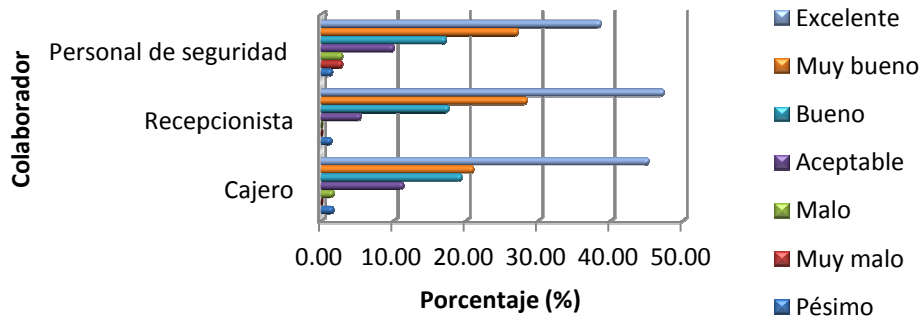


3.3 Servicio del cajero, recepcionista y personal de seguridad:

Con respecto a los resultados obtenidos de las opiniones de los clientes con respecto al servicio brindado por el cajero, la recepcionista y el personal de seguridad (ver apéndice, Cuadro No, 4.13), se puede indicar que el servicio recibido es satisfactorio y calificado en su mayoría en la escala de excelente con un porcentaje de 45.16% para el cajero, un 47.30% para la recepcionista y un 38.57% para el personal de seguridad.

Se obtienen porcentajes sumamente bajos para las opiniones menos favorables de los clientes representado por el rango de pésimo donde el cajero obtuvo un porcentaje de 1.61%, la recepcionista un 1.35% y el personal de seguridad un 1.43% los cuales los tres están representados por un cliente cada uno.

Gráfico 13
Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por
parte del Cajero, Recepcionista y Seguridad en Financiera Desyfin
S.A.
Términos relativos
A Octubre 2012

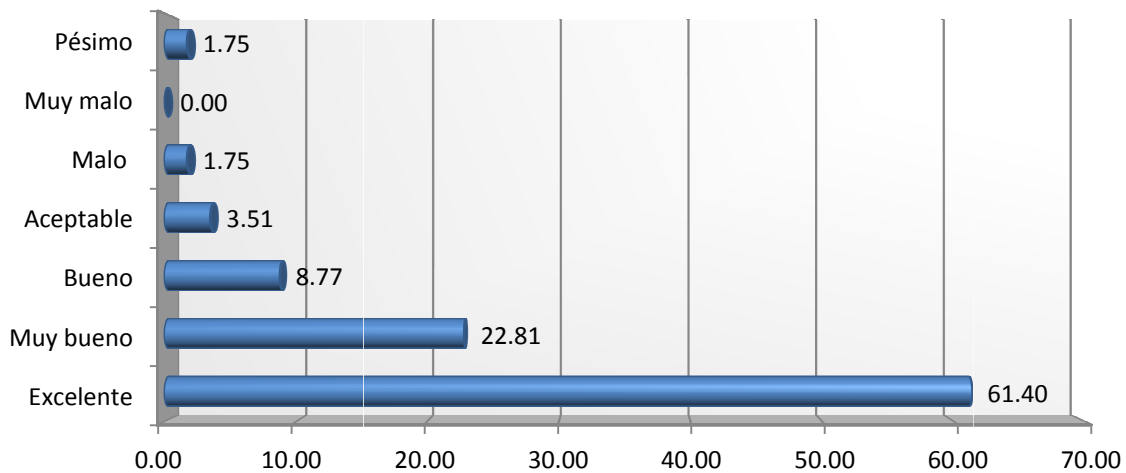


3.4 Servicio de la gerencia:

Los resultados obtenidos con respecto al servicio de la gerencia (ver apéndice, Cuadro No. 4.14) indican que es percibido por los clientes como un servicio excelente por un 61.40%. De forma contraria, con un porcentaje de 1.75% fue calificado como pésimo, lo cual hace pensar que los clientes están sumamente satisfechos con el servicio recibido.

A continuación se presenta el gráfico donde se pueden apreciar los resultados obtenidos:

Gráfico 14
Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte de la gerencia en Financiera Desyfin S.A.
Términos relativos
A Octubre 2012



3.5 Nivel de satisfacción de colaboradores dentro de la categoría de excelente:

Con respecto a las calificaciones de excelente de las variables anteriores, se presenta el siguiente cuadro.

CUADRO 4.15
NIVEL DE SATISFACCIÓN EXCELENTE CON RESPECTO AL SERVICIO
RECIBIDO DE LOS COLABORADORES DE LAS AREAS EN FINANCIERA
DESYFIN S.A.

VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS

A OCTUBRE 2012

Atención de	Nivel de Satisfacción	
	Excelente	
	Absoluto	Relativo (%)
Ejecutivo de Negocios	43	15,58
Plataforma de servicios	36	13,04
Gerencia	35	12,68

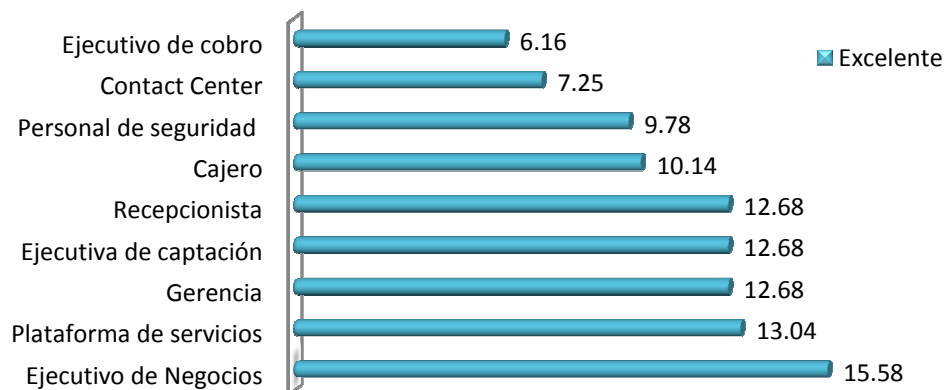
Ejecutiva de captación	35	12,68
Recepcionista	35	12,68
Cajero	28	10,14
Personal de seguridad	27	9,78
Contact Center	20	7,25
Ejecutivo de cobro	17	6,16

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Se puede observar que el colaborador con el servicio mejor brindado es el ejecutivo de negocios con un porcentaje de un 15.58%, seguido por el colaborador de plataforma de servicios con un 13.04%. La gerencia, la ejecutiva de captación y la recepcionista obtuvieron un 12.68% cada uno. El que el porcentaje menor es el ejecutivo de cobro, con un porcentaje de un 6.16%.

A continuación se muestra el gráfico con los resultados:

Gráfico 15
Nivel de satisfacción excelente con respecto al servicio recibido de los
colaboradores de las áreas en Financiera Desyfin S.A.
Términos relativos
A Octubre 2012



4. Nivel de satisfacción con respecto a los costos financieros de los productos que ofrece Financiera Desyfin S.A.:

Se le consultó a los clientes sobre el nivel de satisfacción con respecto a los costos financieros de los diferentes productos que ofrece la Financiera Desyfin S.A., esto con el fin de medir si los mismos afectan el nivel de satisfacción del producto e igualmente en qué podría afectar la competencia con estos resultados.

La pregunta se agrupó en tres grandes grupos donde se comparan las tasas de interés de inversiones a plazo y a la vista, las tasas de interés de créditos y comisiones de créditos y las tasas de interés de descuentos de facturas y comisiones de descuentos de facturas.

4.1 Tasas de interés de inversiones a plazo y a la vista:

A continuación se presenta el cuadro con los resultados obtenidos de las tasas de interés de las inversiones a plazo y de las inversiones a la vista:

CUADRO 4.16
COSTOS FINANCIEROS DE INVERSIONES A PLAZO Y A LA VISTA DE FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Tipo de costo	Nivel							
	Baja		Aceptable		Alta		Total	
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Tasas de interés de Inversiones a plazo	0	0,00	54	77,14	16	22,86	70	100,00
Tasas de interés de inversiones a la vista	3	7,50	27	67,50	10	25,00	40	100,00

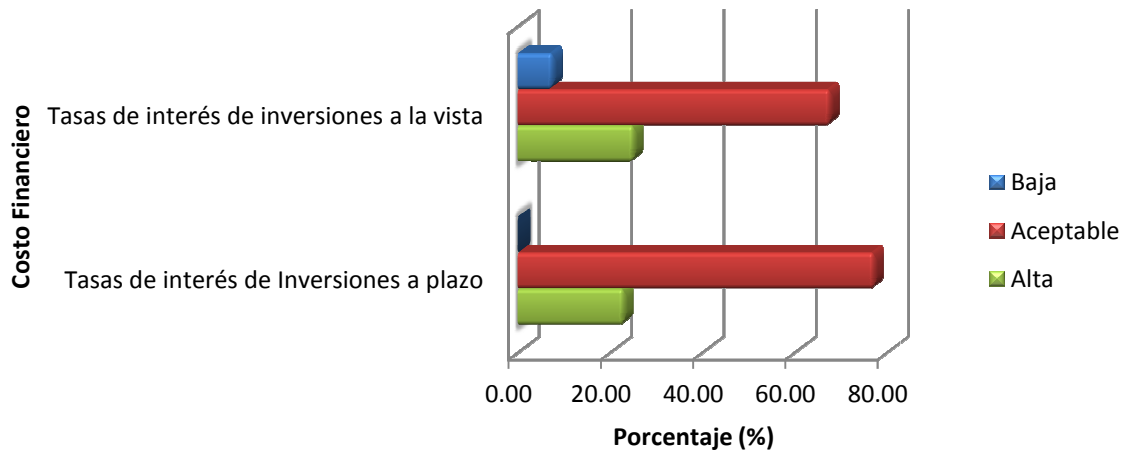
Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Se puede observar que ambas tasas de interés de inversiones a plazo y a la vista según la opinión de los clientes que utilizan los productos de captación de Financiera Desyfin S.A. son calificadas como aceptables con un porcentaje en este rango de 77.14% y un 67.50% respectivamente y solamente un porcentaje de 7.50% de los clientes calificó como bajas las tasas de inversiones a la vista.

Dichas tasas serían excelentes si las califican como altas pero solamente un 22.86% en inversiones a plazo y un 25.00% en inversiones a la vista las califican de esta manera.

A continuación se presenta el gráfico donde se pueden observar los resultados obtenidos:

Gráfico 16
Costos financieros de Inversiones a plazo y a la vista de Financiera Desyfin S.A.
Términos relativos
A Octubre 2012



4.2 Tasas de interés y comisiones de créditos:

Relacionado con las tasas de interés y comisiones de créditos, donde se incluyen los créditos hipotecarios, prendarios, capital de trabajo y leasing, se presenta el siguiente cuadro con los resultados obtenidos:

CUADRO 4.17
COSTOS FINANCIEROS DE CREDITOS DE FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Tipo de costo	Nivel						Total	
	Baja		Aceptable		Alta			
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Tasas de interés de créditos	2	4,08	22	44,90	25	51,02	49	100,00
Comisión de créditos	2	4,26	23	48,94	22	46,81	47	100,00

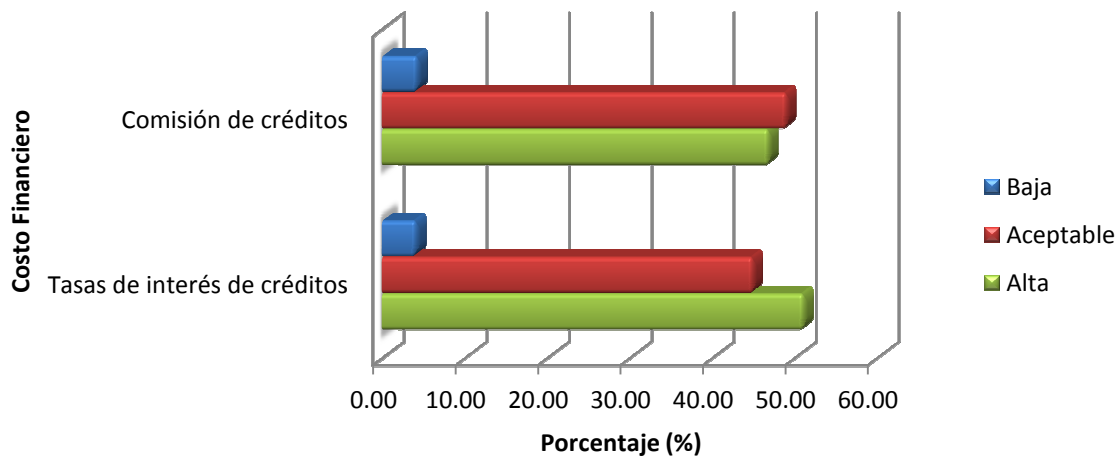
Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Se observa que los clientes perciben las tasas de interés de los créditos en el rango de altas con un porcentaje de 51.02% y las comisiones de los créditos en el rango de aceptables con un porcentaje de 48.94%.

Solamente se obtuvieron dos respuestas de clientes en la escala de baja con respecto a las tasas de interés con un porcentaje de un 4.08% y un 4.26% en la misma escala.

A continuación se observa el gráfico con los resultados obtenidos:

Gráfico 17
Costos financieros de Créditos de Financiera Desyfin S.A.
Términos relativos
A Octubre 2012



4.3 Tasas de interés y comisiones de descuentos de facturas:

Se presenta el cuadro con los resultados obtenidos de la calificación de las tasas de interés de los descuentos de facturas, que incluye también los financiamientos de órdenes de compra y las comisiones de ambos productos:

CUADRO 4.18
COSTOS FINANCIEROS DE DESCUENTOS DE FACTURAS DE FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Tipo de costo	Nivel			Total
	Baja	Aceptable	Alta	

	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Tasas de interés de descuentos de facturas	1	2,22	21	46,67	23	51,11	45	100,00
Comisión de descuento de facturas	2	4,44	22	48,89	21	46,67	45	100,00

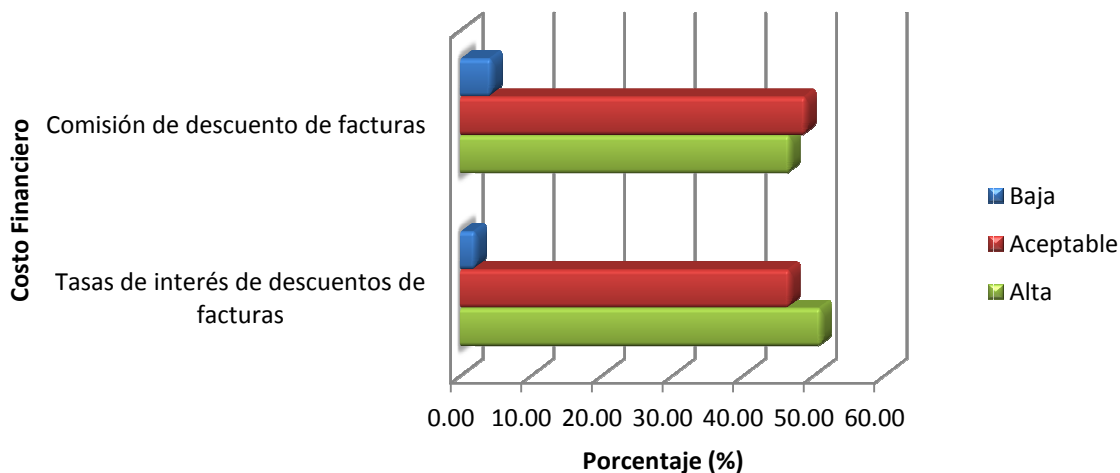
Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Se puede observar que la mayoría de las opiniones de los clientes colocan a las tasas de interés de descuentos de facturas en la escala de altas con un porcentaje de un 51.11% y las comisiones en la escala de aceptables con un porcentaje de un 46.67%.

Solamente se obtuvo una respuesta de un cliente que opinó que las tasas y el interés de descuento de facturas están bajas, el cual representa un 2.22% y dos respuestas de clientes que opinan que las comisiones de descuento de facturas están bajas el cual representa un 4.44%.

A continuación se presenta el gráfico con los resultados obtenidos:

Gráfico 18
Costos financieros de Descuentos de facturas de Financiera Desyfin S.A.
Términos relativos
A Octubre 2012



4.4 Nivel de satisfacción en el rango de alto:

Para medir a nivel general cuál es el costo financiero de los productos que ofrece Financiera Desyfin S.A. con un porcentaje mayor y cuál con un porcentaje menor en el rango de alto, se presenta el siguiente cuadro.

CUADRO 4.19
COSTOS FINANCIEROS CATALOGADOS COMO ALTOS DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE FINANCIERA
DESYFIN S.A.

VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS

A OCTUBRE 2012

Tipo de costo	Nivel			
	Alta		Total	
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Tasas de interés de créditos	25	21,37	117	100,00
Tasas de interés de descuentos de facturas	23	19,66	117	100,00
Comisión de créditos	22	18,80	117	100,00
Comisión de descuento de facturas	21	17,95	117	100,00
Tasas de interés de Inversiones a plazo	16	13,68	117	100,00
Tasas de interés de inversiones a la vista	10	8,55	117	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Se puede observar que la opinión de las tasas de interés con un porcentaje mayor en la escala de alto son las tasas de créditos con un 21.37% y luego las comisiones de créditos con un 18.80%. La que tiene un porcentaje menor en esta calificación son las tasas de interés de inversiones a plazo con un 13.68% y las tasas de interés de inversiones a la vista con un 8.55%. Como es de esperar, en términos relativos, hay mayor insatisfacción con las tasas de interés de los créditos que con las que pagan por las inversiones.

A continuación se presenta el gráfico con los resultados indicados anteriormente:

Gráfico 19
Costos financieros catalogados como altos de los productos que ofrece
Financiera Desyfin S.A.
Términos relativos
A Octubre 2012



5. Disponibilidad de recomendar a la Financiera Desyfin S.A. a otras empresas o personas:

Con esta pregunta se pretendía conocer el porcentaje de los clientes que están dispuestos a recomendar los productos que ofrece la Financiera, con el fin de medir la satisfacción real del cliente.

5.1 Disponibilidad de recomendar a la financiera:

Se presenta el siguiente cuadro con los resultados obtenidos en esta pregunta:

CUADRO 4.20
RECOMENDACIÓN DE LA FINANCIERA DESYFIN S.A. A OTRAS EMPRESAS O
PERSONAS

VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS

A OCTUBRE 2012

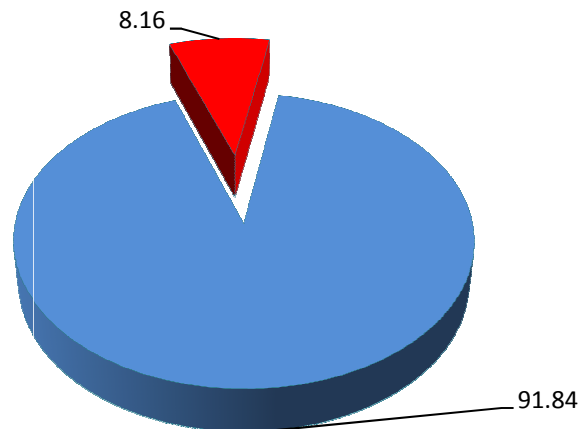
	Absoluto	Relativo (%)
Si	90	91,84
No	8	8,16
Total	98	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Se puede observar que de las respuestas obtenidas, se tiene que un 91.84% de clientes sí recomendaría los productos de la Financiera Desyfin S.A., caso contrario al 8.16% que no lo haría.

A continuación se muestra el gráfico correspondiente:

Gráfico 20
Recomendación de la Financiera Desyfin S.A. a otras empresas o personas
Términos relativos
A octubre 2012



5.2 Razón recomendaría a la Financiera:

Adicionalmente dentro de esta pregunta se hizo la consulta del por qué recomendaría o no recomendaría a la Financiera Desyfin S.A. y se obtuvieron un total de 73 respuestas de las cuales se pueden observar en el siguiente cuadro:

CUADRO 4.21
MOTIVO POR EL CUAL RECOMIENDAN O NO RECOMIENDA A FINANCIERA DESYFIN S.A.

VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS

A OCTUBRE 2012

	Absoluto	Relativo (%)
Excelente servicio al cliente	20	27,40
Atención oportuna y rápida	17	23,29
Servicio personalizado y confiable	10	13,70
Tasas competitivas	5	6,85
Eficiencia y buenos productos	4	5,48
Mal servicio al cliente	4	5,48
Seguridad	3	4,11
Tasa muy altas	3	4,11
Seriedad y responsabilidad de la cia	2	2,74
Ayudan a empresas pequeñas	2	2,74
Flexibilidad	1	1,37
Crecimiento y estabilidad de la cia	1	1,37
Lo mejor del mercado	1	1,37
Total	73	100,00

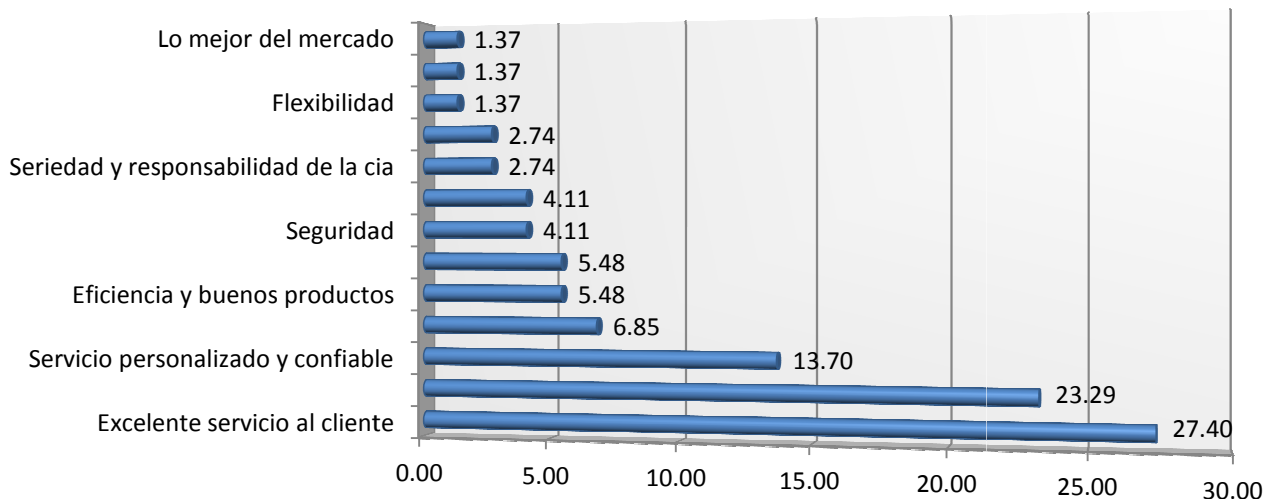
Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Se observa que el 27.40% de los clientes indican que recomendarían los productos y servicios de la Financiera Desyfin debido a que el servicio al cliente es excelente y un 23.29% indicaron que tiene una atención oportuna y rápida. De los que

no recomendarían los productos de la Financiera Desyfin S.A., un 5.48% indica que tiene un mal servicio al cliente y un 4.11% indica que porque las tasas son muy altas.

A continuación se observa el gráfico con los resultados indicados en el cuadro anterior donde se pueden observar mejor los resultados:

Gráfico 21
Motivo por el cual recomiendan o no recomiendan a Financiera Desyfin S.A.
Términos relativos
A Octubre 2012



6. Opinión general del servicio al cliente recibido en Financiera Desyfin S.A.:

Con esta pregunta se quería verificar la opinión general de los clientes con respecto al servicio al cliente recibido en Financiera Desyfin S.A., con el fin de medir qué tan satisfechos se encuentran a nivel general.

Por este motivo a continuación se presenta el cuadro con los resultados obtenidos:

CUADRO 4.22
OPINION GENERAL DEL SERVICIO AL CLIENTE RECIBIDO EN FINANCIERA DESYFIN S.A.

VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS

A OCTUBRE 2012

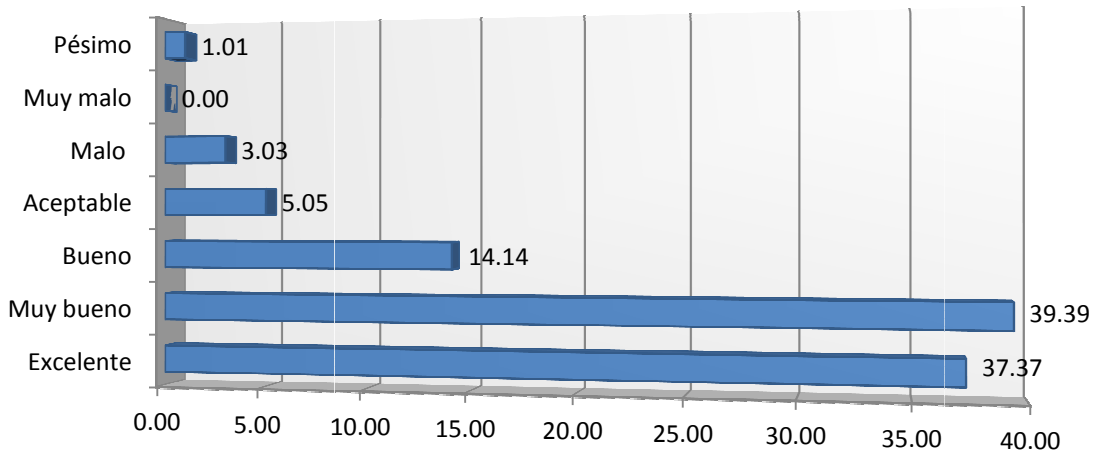
	Absoluto	Relativo (%)
Excelente	37	37,37
Muy bueno	39	39,39
Bueno	14	14,14
Aceptable	5	5,05
Malo	3	3,03
Muy malo	0	0,00
Pésimo	1	1,01
Total	99	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

De las 99 respuestas recibidas se obtuvo un porcentaje de un 37.37% en el rango de excelente y un 39.39% como muy bueno, en donde ambos rangos suman un total de 76.76%. Esto indica que en general los clientes están satisfechos con el servicio al cliente, reforzado por un porcentaje de un 1.01% que lo calificó de pésimo y un porcentaje de un 3.03% como malo.

Se puede observar los resultados obtenidos en el gráfico siguiente:

Gráfico 22
Opinión general del servicio al cliente recibido en Financiera Desyfin S.A.
Términos relativos
A octubre 2012



7. Comentarios del servicio al cliente recibido en Financiera Desyfin S.A.:

Se incluyó una pregunta abierta dentro del cuestionario, donde los clientes podían realizar comentarios o sugerencias acerca del servicio del recibido en la Financiera Desyfin S.A..

Se presenta el siguiente cuadro con todos los comentarios y sugerencias obtenidas:

CUADRO 4.23
COMENTARIOS DEL SERVICIO AL CLIENTE RECIBIDO EN FINANCIERA DESYFIN S.A.

**VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012**

	Absoluto	Relativo (%)
Excelente servicio al cliente personalizado	16	31,37
Trámites lentos	5	9,80
Tasas de créditos muy altas	5	9,80
No se da seguimiento a las operaciones y a los clientes	4	7,84
No se reciben los estados de cuenta ni recibos	4	7,84
Cambio de ejecutivos de negocios	3	5,88
Cambio de colaboradores de plataforma	2	3,92
Cambio de la ubicación de la sucursal de Liberia	1	1,96
Introducir tarjetas de crédito y débito	1	1,96
Subir tasas de captación	1	1,96
Mayor apoyo al cliente para hacer negocios	1	1,96
Enviar documentos con mensajeros para firmas para no trasladarse	1	1,96
Capacitación a los colaboradores	1	1,96
Mayor detalle en correos	1	1,96
Mejor servicio por parte de seguridad y recepción	1	1,96
Cambio de cajero	1	1,96
No informan los cambios que se realizan	1	1,96
Beneficios en tasas de interés a inversionistas con más años	1	1,96
Cambiar el estado de cuenta por uno con mayor claridad	1	1,96
Total	51	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Se obtuvo un total de 51 comentarios y sugerencias, los cuales se agruparon por categorías, observando que un 31.37% opinó en la Financiera Desyfin S.A. brindan un excelente servicio personalizado. Un 9.80% indicó que los trámites son muy lentos y un mismo porcentaje dijo que las tasas de los créditos son muy altas. Un porcentaje de un 7.84% indican que no se da seguimiento a las operaciones ni los clientes. Con el mismo porcentaje indicaron que no se reciben los estados de cuenta ni los recibos.

También se puede observar que un porcentaje de un 5.88% indicaron que desean un cambio de ejecutivo de negocios y un 3.92% un cambio de ejecutivo de la plataforma de servicios. Los demás comentarios y sugerencias tienen un porcentaje menor de un 1.96% entre los cuales se podrían incluir la capacitación de los colaboradores, el cambio de cajero, personal de seguridad y recepcionista y brindar un mayor apoyo al cliente para realizar sus negocios.

8. Profesión o actividad económica de los clientes en Financiera Desyfin S.A.:

Se planteó esta pregunta para verificar la actividad económica o profesión de los clientes de Financiera Desyfin S.A. esto con el fin de medir el perfil del cliente de la compañía los cuales utilizan o han utilizado los productos ofrecidos.

Se presenta el cuadro con todas las profesiones y actividades económicas agrupadas:

CUADRO 4.24
PROFESIÓN O ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS CLIENTES
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

	Absoluto	Relativo (%)
Administración de negocios	18	23,08
Equipo de construcción o Constructora	5	6,41
Empresario	5	6,41
Pensionada	4	5,13
Comercio	4	5,13
Ingeniería civil	3	3,85
Venta de equipos tecnológicos o de control	3	3,85
Ingeniería Eléctrica	3	3,85
Contador	2	2,56
Economista	2	2,56
Medico	2	2,56
Informática o ingeniería en sistemas	2	2,56
Reciclaje	2	2,56
Venta de servicios	2	2,56
Consultoría	2	2,56
Ingeniería Forestal	1	1,28
Traductor	1	1,28
Telecomunicaciones	1	1,28
Desarrollo de Software	1	1,28
Diseñador	1	1,28
Estadístico	1	1,28
Ingeniero Civil	1	1,28
Taxista	1	1,28
Agrónomo	1	1,28
Venta de aire acondicionado	1	1,28
Agricultor	1	1,28
Importación	1	1,28
Relaciones públicas	1	1,28
Venta de fármacos	1	1,28
Tecnología de alimentos	1	1,28
Mensajería	1	1,28
Abogado	1	1,28
Seguridad	1	1,28
Electromecánica	1	1,28
TOTAL	78	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Se obtuvieron 78 respuestas, donde se observa que la mayoría de los clientes se ubican en el área de administración de negocios, con un porcentaje de un 23.08%. En segundo lugar se relacionan con equipo de construcción o constructora con un 6.41%, siendo el mismo porcentaje para los empresarios. Un 5.13% están en el área del comercio y con el mismo porcentaje como pensionados. Un 3.85% como Ingeniería Civil, Ventas de equipos tecnológicos e Ingeniería Eléctrica.

También se obtuvieron porcentajes de 2.56% como por ejemplo Médicos, Economistas, Informáticos, Consultores, Contadores, de reciclaje y venta de servicios y los porcentajes restantes de 1.28% cada uno se encuentran por ejemplo Agricultores, Agrónomos, Abogados y de Seguridad, entre otros.

9. Tipo de persona física o jurídica de los clientes en Financiera Desyfin S.A.:

Se planteó esta pregunta para verificar el porcentaje de clientes físicos y jurídicos de la Financiera Desyfin S.A. que aplicaron la encuesta, esto con el fin de obtener el perfil del cliente de la compañía.

A continuación se presenta el cuadro que contiene los resultados obtenidos:

CUADRO 4.25
PERSONA FISICA O JURIDICA
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

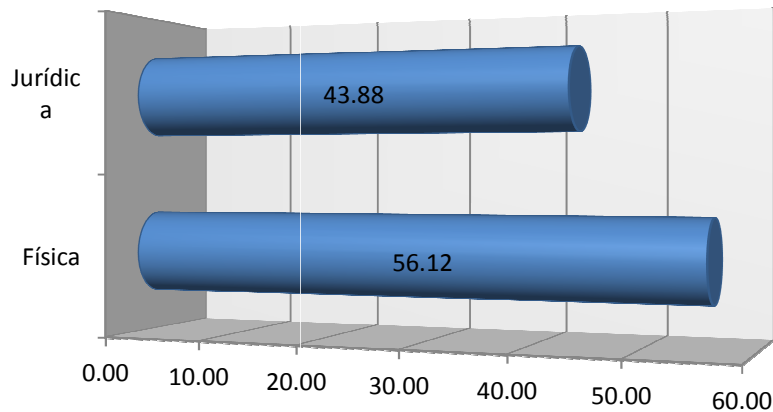
	Absoluto	Relativo (%)
Física	55	56,12
Jurídica	43	43,88
Total	98	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Se obtuvieron 98 respuestas de las cuales un porcentaje de un 56.12% son personas físicas y un 43.88% son personas jurídicas, por lo que se puede definir que la mayor parte de clientes que utilizan o han utilizado los productos de Financiera Desyfin S.A. tanto para créditos como para inversiones son personas físicas, aunque la diferencia no sea significativa.

Se presenta el gráfico donde se pueden visualizar los resultados indicados:

Gráfico 23
Persona física o jurídica
Términos relativos
A octubre 2012



10. Años de la empresa en el mercado (al ser persona jurídica) de los clientes en Financiera Desyfin S.A.:

Esta pregunta se aplicó únicamente a las personas jurídicas para verificar el número de años de experiencia que tienen en el mercado comercial, con el fin de establecer un mejor perfil de cliente de persona jurídica en Financiera Desyfin S.A.

Se presenta a continuación el cuadro con los resultados obtenidos por parte de los clientes que realizaron dicha encuesta:

CUADRO 4.26
AÑOS DE LA EMPRESA EN EL MERCADO
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

	Absoluto	Relativo (%)
De 1 a 5	3	5,66
De 6 a 10	11	20,75
De 11 a 15	15	28,30
De 16 a 20	8	15,09
De 21 a 25	11	20,75
De 26 a 30	3	5,66
Más de 30	2	3,77
Total	53	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

De las respuestas obtenidas, se puede observar que la mayoría tiene de 11 a 15 años de experiencia en el mercado con un 28.30%, seguido de los que tienen de 21 a 25 años con un porcentaje de un 20.75%.

11. Competencia:

Por otro lado se midió la competencia de Financiera Desyfin S. A. donde se presentan tres cuadros con información de variables financieras de los cuales se establecieron los principales competidores de la Financiera Desyfin S.A. basándose únicamente en los estados financieros de cada entidad de los bancos medianos y las financieras las cuales están reguladas por la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF).

En el primer cuadro el cual se puede ver en los apéndices (ver apéndice, cuadro No. 4.27), se mide la competencia por medio de la utilidad neta y los ingresos totales de cada una de las entidades financieras indicadas, el cual se puede observar que Financiera Desyfin S.A. se encuentra en el lugar número siete en el rango de utilidad neta y en el lugar número cinco en el rango de ingresos totales, esto para un total de trece entidades financieras analizadas, la cual lo coloca cerca de la mitad del total de entidades estudiadas.

El siguiente cuadro mide la competencia por medio de los indicadores financieros como lo son el ROE, la solvencia patrimonial, el ROA, la eficiencia, el apalancamiento, la utilidad promedio mensual y el endeudamiento el cual se puede ver en los apéndices (ver apéndice, cuadro No. 4.28).

Se puede observar que Financiera Desyfin se encuentra en el lugar número siete del rango de solvencia patrimonial y en el lugar número dos en el rango de eficiencia con respecto a las trece entidades financieras indicadas.

El tercer y último cuadro mide a la competencia por medio de la cartera de crédito colocada en el mercado y la morosidad de la misma, el cual se puede ver en los apéndices (ver apéndice, cuadro No. 4.29).

Se puede observar que la Financiera Desyfin S.A. se coloca en el lugar número ocho con respecto a la cartera al día, y en el lugar número tres con respecto a la cartera de más de 90 y cobro judicial y con un porcentaje de morosidad de 2.30% a setiembre 2012 lo que lo posiciona en el nivel número dos de mayor endeudamiento el cual es aceptable para la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF).

A nivel general se puede observar que la Financiera Desyfin S.A. se encuentra en promedio a un nivel siete de las trece entidades financieras indicadas lo que indica que la competencia más fuerte de la compañía sería Banco CMB Costa Rica S.A., Banco General como competencia mayor, y Banco Cathay de Costa Rica S.A. y Banco Bansol S.A. como competencia menor.

También se realizó un Benchmarking con respecto a las tasas de interés, comisiones y plazos de todos los productos financieros indicados en este estudio de las trece entidades financieras, los cuales se pueden observar en los apéndices (ver apéndice, Cuadro No. 4.30, No. 4.31, No. 4.32, No. 4.33, No. 4.34, No. 4.35, No. 4.36 y

No. 4.37), esto con el fin de medir que tan altas, bajas o aceptables están las tasas de interés y las comisiones de la Financiera Desyfin S.A. con respecto a la competencia.

En los cuadros No. 4.30, No. 4.31, No. 4.32; No. 4.33, No.4.34 y No. 4.35 se pueden observar que las tasas de interés y comisiones del mercado para créditos prendarios, hipotecarios y capital de trabajo, descuentos de facturas y financiamientos de órdenes de compra, leasing y cartas de crédito tanto en dólares como en colones, están sumamente parecidas a las tasas de interés y comisiones que ofrece Financiera Desyfin S.A. en cuanto a tasas de interés solamente que uno o dos puntos más altas que la competencia y para comisiones un poco más baja, esto justifica el hecho de que el porcentaje mayor de las opiniones de los clientes en la pregunta cuatro se coloquen en el rango de aceptable para comisiones y alto para tasas de interés.

En los cuadro No. 4.36 y No. 4.37 se pueden observar que las tasas de interés de inversiones a plazo e inversiones a la vista igualmente están sumamente parecidas a la competencia pero un poco más altas por lo que la colocaría en el mejor interés de estas entidades para estos dos productos.

Esto indica que la estos costos financieros son sumamente competitivos en el mercado financiero.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio, basado en el análisis de los resultados realizados esto para cumplir con todos los objetivos indicados. Adicionalmente incluye el análisis FODA, donde se indican las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la Financiera Desyfin S.A. y los principales competidores de la misma. Por último se indican las recomendaciones y propuestas de mejora correspondientes.

1. CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis de los resultados obtenidos se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- 1.1 Los productos financieros mejor calificados, son las inversiones a plazo, el descuento de facturas y créditos para capital de trabajo.
- 1.2 Los clientes de Financiera Desyfin S.A. confían en los productos que ofrece y los servicios que brinda.
- 1.3 Referente a la limpieza y orden dentro de la sucursal los clientes se encuentran sumamente satisfechos, lo cual favorece su estancia en cualquiera de las oficinas de la Financiera Desyfin S.A.

1.4 Se concluye que con el producto con el cual se percibe un mejor servicio al cliente son las Inversiones a plazo, tanto a nivel de satisfacción del servicio, como con los costos financieros que tiene asociados. Igualmente se define que el producto que mayor oportunidad de mejora tiene, tanto en servicio como en costos financieros, es el Leasing.

1.5 Con respecto al servicio que reciben los clientes por parte de los colaboradores de la Financiera Desyfin S.A. el Ejecutivo de cobro, el personal del contact center y el personal de seguridad deben mejorar el trato y el servicio que le brindan a los clientes ya que se tienen quejas por parte de ellos.

1.6 El perfil del cliente de Financiera Desyfin S.A. se puede describir como persona física o jurídica con profesión o actividad comercial en el área principalmente de Administración de empresas, también del área de construcción, comercio o empresarios, con un nivel de experiencia en el mercado, por parte de las personas jurídica, de 6 a 25 años.

1.7 Los principales competidores de Financiera Desyfin S.A., son los Bancos medianos que se rigen bajo la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF), a saber, Banco CMB Costa Rica S.A., Banco General Costa Rica S.A., Banco Cathay de Costa Rica S.A. y Banco Bansol S.A.

- 1.8 La oferta de las tasas de interés y comisiones de créditos que brinda la Financiera a los clientes están en rangos un poco más altos que los que ofrecen las demás entidades financieras.
- 1.9 La oferta de las tasas de interés y comisiones de inversiones a la vista y a plazo que ofrece la Financiera a sus clientes son un poco más bajos, por lo que se coloca en un nivel más competitivo que los demás bancos medianos y financieras que son regulados por la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF) y Superintendencia General de Valores (SUGEVAL).
- 1.10 Se concluye que la Financiera Desyfin S.A. maneja tasas muy altas para los productos de descuentos de facturas, financiamientos de órdenes de compra, créditos hipotecarios, prendarios y capital de trabajo y leasing.
- 1.11 Los clientes de Financiera Desyfin S.A. recomendarían a otras personas y empresas los productos y servicios que ofrece a sus clientes, lo cual denota satisfacción general.
- 1.12 Se califica como excelente el servicio en general que reciben los clientes en Financiera Desyfin S.A., ya que tiene un servicio personalizado, eficiente, seguro y confiable.
- 1.13 Las opiniones menos satisfactorias de los clientes se deben a la falta de información de los procesos por parte de los colaboradores, tasas muy altas, trámites lentos y cambio de algunos colaboradores en ciertas áreas.

2. ANÁLISIS FODA

A continuación se presenta el análisis FODA realizado a Financiera Desyfin S.A. según los resultados de la investigación realizada el cual tiene como finalidad dar a conocer la situación actual de la compañía.

2.1 Fortalezas

Se determinaron las siguientes fortalezas según el estudio realizado:

- 2.1.1 Los clientes están dispuestos a recomendar los productos y servicios que ofrece Financiera Desyfin S.A. a otras personas o empresas lo cual esto genera una excelente visión para el mercado.
- 2.1.2 El servicio al cliente que Financiera Desyfin S.A. brinda cuenta una excelente opinión por parte de los clientes que utilizan o han utilizado sus productos financieros.
- 2.1.3 Financiera Desyfin S.A. cuenta con un buen posicionamiento en el mercado financiero ya que sus principales competidores son principalmente los bancos medianos y no las financieras, esto es favorable para la visión de convertirse en Banco.
- 2.1.4 Financiera Desyfin S.A. cuenta con un excelente capital humano ya que la mayoría de sus clientes tienen una muy buena opinión acerca del servicio y asesoramiento que ellos brindan.

2.1.5 Al ser una Financiera cuenta con la mayoría de los productos financieros que brinda un Banco en el mercado, mientras que las otras financieras brindan solamente una parte de estos productos.

2.1.6 La mayor parte de los clientes están satisfechos con la atención personalizada, agilidad y seguridad que brinda Financiera Desyfin S.A., la cual se ve reflejada en la confianza hacia con la financiera.

2.1.7 Financiera Desyfin S.A. brinda comodidad, confort y seguridad a sus clientes durante su estancia en las oficinas o sucursales, manteniendo siempre el orden, la limpieza y excelente seguridad.

2.2 Oportunidades

Se determinaron las siguientes oportunidades según el estudio realizado:

2.2.1 Financiera Desyfin S.A. cuenta productos financieros de excelente servicio y calidad muy competitivos, lo cual le permiten tener una buena posición dentro del mercado financiero y así mejorarla en un futuro cercano.

2.2.2 Los costos financieros asociados a los productos que ofrece Financiera Desyfin S.A. son sumamente competitivos con los que ofrece el mercado financiero por lo que le permite la atracción de nuevos clientes.

2.2.3 De acuerdo a la preferencia por parte de los clientes de los productos de captación y a la competencia con la que cuenta la Financiera Desyfin S.A. le permite visualizar la apertura de tarjetas de débito y crédito con estos productos para obtener un mejor posicionamiento dentro del mercado financiero.

2.2.4 Según el perfil del cliente con que cuenta la Financiera Desyfin S.A. le permite la apertura de nuevos negocios en el mercado financiero y su preferencia por parte de los mismos gracias al servicio brindado.

2.3 Debilidades

Se determinaron las siguientes debilidades según el estudio realizado:

2.3.1 Si bien es cierto que las tasas de interés y comisiones que ofrece Financiera Desyfin S.A. a sus clientes son competitivas con respecto a sus competidores en el mercado financiero las mismas son altas con respecto a la opinión de sus clientes.

2.3.2 Falta de capacitación en materia de servicio al cliente a algunos colaboradores de ciertas áreas de la Financiera Desyfin S.A.

2.3.3 No se cuenta con un procedimiento que le permita darle seguimiento al cliente y a las operaciones que estos realizan de los productos que utilizan en

la Financiera Desyfin S.A. después de formalizada la operación o cerrado el negocio.

2.3.4 Falta de personal en el área de plataforma de servicios lo cual genera inconformidad con el cliente con respecto a la rapidez en sus trámites y al tiempo de espera para ser atendido.

2.3.5 Financiera Desyfin S.A. no cuenta con un mecanismo para envíos masivos de estados de cuenta y recibos a los clientes para mantenerlos informados con respecto a sus operaciones actuales.

2.4 Amenazas

Se determinaron las siguientes amenazas según el estudio realizado:

2.4.1 Aumento de la Tasa Básica Pasiva o de la Tasa Prime Rate con las cuales se rigen la fijación de tasas de los créditos que ofrece Financiera Desyfin S.A., ya que esto implicaría un aumento en las mismas que afecta a los clientes.

2.4.2 Existencia de entidades financieras que mejoren los costos asociados a los productos que ofrecen al mercado ya que esto afectaría el posicionamiento de la Financiera Desyfin S.A. en el mercado financiero.

2.4.3 Riesgo de no pago del cliente con respecto a las operaciones que mantiene con la Financiera Desyfin S.A. ya que esto implicaría una alza en su

porcentaje de morosidad y afecta en su posición en el mercado como ante el ente regulador.

3. RECOMENDACIONES

A continuación se indican una serie de recomendaciones para implementar, según los resultados obtenidos en el estudio realizado y el análisis FODA indicado, los cuales ayudarán a incrementar el nivel de satisfacción de servicio al cliente en los diferentes aspectos a mejorar que brinda Financiera Desyfin S.A.

3.1 Desarrollar un plan de capacitación sobre el tema de servicio al cliente para los colaboradores, el cual se pueda implementar dos veces al año con el fin de mejorar todo aquello que se está realizando de manera errónea y mejorar la calidad del servicio brindado. Esto debe enfocarse principalmente para los colaboradores que tienen contacto con los clientes como lo son las áreas del Contact Center, Cobros, Seguridad Mercadeo, Captación, Plataforma de Servicios, Recepción, Cajas y Gerencia.

3.2 Se recomienda realizar al menos trimestralmente un estudio de benchmarking a las entidades financieras reguladas por la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF), con el fin de obtener información acerca de las tasas de interés y comisiones cobradas por sus productos financieros y así mantenerse con tasas competitivas.

- 3.3 Realizar evaluaciones al menos una vez al año de los productos y servicios ofrecidos a los clientes actuales, con el fin de conocer el nivel de satisfacción y poder realizar un comparativo con años anteriores para verificar el nivel de mejora.
- 3.4 Desarrollar un procedimiento para la recepción de quejas de los clientes, así como consultas, dudas, comentarios o problemas puntuales que se puedan presentar, esto con el fin de mejorar el servicio al cliente y mantener un excelente nivel en este sentido.
- 3.5 Realizar un estudio financiero para evaluar la mejora de las tasas de interés y comisiones de créditos, lo cual permita que se adapten mejor a las necesidades de los clientes, sin afectar los ingresos y utilidades de la financiera.
- 3.6 Implementar un procedimiento para mantener informados a los clientes sobre las operaciones e inversiones que realizan y también para conocer más a fondo sus necesidades y así realizar nuevos y mejores negocios.
- 3.7 Contratar o asignar a un colaborador para que se encargue de todas las funciones operativas de plataforma de servicios las cuales sean secundarias a los procesos de formalización de créditos e inversiones, esto con el fin de agilizar los trámites y mejorar en el tiempo de respuesta y atención al cliente.
- 3.8 Realizar un estudio de servicio al cliente más profundo en el área de Leasing para analizar los factores que están afectando, con el objetivo de mejorarlos y

ayudar al crecimiento del mismo para así mejorar el nivel de satisfacción de servicio al cliente en general de la Financiera Desyfin S.A.

3.9 Desarrollar una campaña institucional de la financiera para dar a conocer a sus clientes potenciales y actuales las ventajas percibidas, con base en los resultados del estudio. Lo anterior pretende aumentar la cartera de los clientes actuales y evitar la pérdida de los mismo.

FUENTES CONSULTADAS

Anderson, David R., Sweeney, Dennis J., Williams, Thomas A., (2008). Estadística para Administración y Economía (10a Edición). México, D.F.: Cengage Learning.

Charles W. L. Hill, Gareth R. Jones. (2011). Administración Estratégica (9na Edición). México, D.F.: Cengage Learning.

Chiavenato, I. (2007). Introducción a la teoría general de la administración (3ª Ed.). México: Mc Graw Hill.

Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio María del Pilar (2010). Metodología de la Investigación (5ta Edición). México, D.F.: Mc Graw Hill.

Koontz H. y Wehrich H. y Cannice M. (2008). Administración una perspectiva global y empresarial (13ª.Ed.). Nuevo León, México: Mc Graw Hill.

Kotler P. y Armstrong G. (2007). Marketing Versión para América Latinoamérica (11ª. Ed.). Ciudad Juárez, México: Pearson Prentice Hall.

Sapag Chain Nassir, Sapag Chain Reinaldo. (2008). Preparación y Evaluación de Proyectos (5ta Edición). Santiago, Chile: Mc Graw Hill.

Zikmund, William G., Babin, Barry J. (2008). Investigación de Mercados (9na Edición). México: Cengage Learning.

Grupo Financiero Acobo S.A., "Conceptos monetarios y financieros (parte 3) la Tasa de Interés". Obtenida el 13 de agosto del 2012 de <http://www.grupoacobo.com/admin/docs/1170.pdf>

Banco Promérica S.A. "Tasas de créditos e inversiones". Obtenida el 28 de Octubre del 2012 de <https://www.promerica.fi.cr/>

Banco BCT S.A. "Tasas de créditos e inversiones". Obtenida el 28 de Octubre del 2012 de www.bct.fi.cr/

Banco Improsa S.A. "Tasas de créditos e inversiones". Obtenida el 28 de Octubre del 2012 de www.improsa.com/

Banco Lafise S.A. "Tasas de créditos e inversiones". Obtenida el 28 de Octubre del 2012 de www.lafise.fi.cr/

Banco CMB de Costa Rica S.A. "Tasas de créditos e inversiones". Obtenida el 28 de Octubre del 2012 de www.bancocmb.fi.cr/

Banco Cathay de Costa Rica S.A. “Tasas de créditos e inversiones”. Obtenida el 28 de Octubre del 2012 de www.bancocathay.com/

Banco Bansol de Costa Rica S.A. “Tasas de créditos e inversiones”. Obtenida el 28 de Octubre del 2012 de <https://www.bansol.fi.cr/>

Grupo Financiero CAFSA S.A. “Tasas de créditos e inversiones”. Obtenida el 29 de Octubre del 2012 de www.cafsa.fi.cr/

Financiera Comeca S.A. “Tasas de créditos e inversiones”. Obtenida el 29 de Octubre del 2012 de www.fincomeca.fi.cr/

Financiera G & T Continental. “Tasas de créditos e inversiones”. Obtenida el 29 de Octubre del 2012 de www.gytcontinental.fi.cr/

Financiera Multivalores S.A. “Tasas de créditos e inversiones”. Obtenida el 29 de Octubre del 2012 de www.multivalores.fi.cr/

Superintendencia General de Entidades Financieras “Información Financiera”. Obtenida el 22 de Octubre del 2012 de www.sugef.fi.cr/

ANEXOS Y APENDICES

1. CUADROS ESTADÍSTICOS

Cuadro 4.1, Nivel de satisfacción general con los descuentos de facturas y financiamientos de órdenes de compra de Financiera Desyfin S.A.

CUADRO 4.1
NIVEL DE SATISFACCIÓN GENERAL CON LOS DESCUENTOS DE FACTURAS Y FINANCIAMIENTOS DE ÓRDENES DE COMPRA EN FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Productos Financieros	Nivel de Satisfacción															
	Excelente		Muy bueno		Bueno		Aceptable		Malo		Muy malo		Pésimo		Total	
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Descuento de facturas	14	31,82	16	36,36	5	11,36	3	6,82	3	6,82	0	0,00	3	6,82	44	100,00
Financiamiento órdenes de compra	12	37,50	14	43,75	2	6,25	2	6,25	2	6,25	0	0,00	0	0,00	32	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Cuadro 4.2, Nivel de satisfacción general con los créditos hipotecarios, prendarios y capital de trabajo en Financiera Desyfin S.A.

CUADRO 4.2
NIVEL DE SATISFACCIÓN GENERAL CON LOS CRÉDITOS HIPOTECARIOS, PRENDARIOS Y CAPITAL DE TRABAJO EN FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Productos Financieros	Nivel de Satisfacción														Total	
	Excelente		Muy bueno		Bueno		Aceptable		Malo		Muy malo		Pésimo		Absoluto	Relativo (%)
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Créditos hipotecarios	4	25,00	4	25,00	2	12,50	5	31,25	1	6,25	0	0,00	0	0,00	16	100,00
Créditos prendarios	8	26,67	8	26,67	7	23,33	5	16,67	2	6,67	0	0,00	0	0,00	30	100,00
Créditos para capital de trabajo	15	41,67	10	27,78	7	19,44	3	8,33	1	2,78	0	0,00	0	0,00	36	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Cuadro 4.3, Nivel de satisfacción general con las inversiones a la vista y a plazo en Financiera Desyfin S.A.

CUADRO 4.3
NIVEL DE SATISFACCIÓN GENERAL CON LAS INVERSIONES A LA VISTA Y A PLAZO EN FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Productos Financieros	Nivel de Satisfacción														Total	
	Excelente		Muy bueno		Bueno		Aceptable		Malo		Muy malo		Pésimo		Absoluto	Relativo (%)
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Inversiones a la vista	12	35,29	13	38,24	5	14,71	3	8,82	0	0,00	0	0,00	1	2,94	34	100,00
Inversiones a plazo	25	46,30	18	33,33	7	12,96	3	5,56	0	0,00	0	0,00	1	1,85	54	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Cuadro 4.4, Nivel de satisfacción general con Leasing, cartas de crédito y compra y venta de moneda en Financiera Desyfin S.A.

CUADRO 4.4
NIVEL DE SATISFACCIÓN GENERAL CON LEASING, CARTAS DE CRÉDITO Y COMPRA Y VENTA DE MONEDA EN FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Productos Financieros	Nivel de Satisfacción														Total	
	Excelente		Muy bueno		Bueno		Aceptable		Malo		Muy malo		Pésimo		Absoluto	Relativo (%)
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Leasing	3	21,43	3	21,43	3	21,43	1	7,14	1	7,14	1	7,14	2	14,29	14	100,00
Cartas de crédito	4	33,33	6	50,00	0	0,00	2	16,67	0	0,00	0	0,00	0	0,00	12	100,00
Compra y venta de moneda	11	40,74	9	33,33	5	18,52	2	7,41	0	0,00	0	0,00	0	0,00	27	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Cuadro 4.6, Nivel de satisfacción general con respecto a la información de procesos y respuestas a dudas y consultas en Financiera Desyfin S.A.

CUADRO 4.6
NIVEL DE SATISFACCIÓN GENERAL CON RESPECTO A LA INFORMACIÓN DE PROCESOS Y RESPUESTAS A DUDAS Y CONSULTAS EN FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Aspectos	Nivel de Satisfacción														Total	
	Excelente		Muy bueno		Bueno		Aceptable		Malo		Muy malo		Pésimo		Absoluto	Relativo (%)
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Información de procesos	28	28,87	33	34,02	16	16,49	11	11,34	3	3,09	3	3,09	3	3,09	97	100,00
Respuestas a dudas y consultas	40	40,82	27	27,55	14	14,29	11	11,22	4	4,08	0	0,00	2	2,04	98	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Cuadro 4.7, Nivel de satisfacción general con respecto a la rapidez en los trámites y tiempos de espera para ser atendido en Financiera Desyfin S.A.

CUADRO 4.7
NIVEL DE SATISFACCIÓN GENERAL CON RESPECTO A LA RAPIDEZ EN LOS TRAMITES Y TIEMPOS DE ESPERA PARA SER ATENDIDO EN FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Aspectos	Nivel de Satisfacción														Total	
	Excelente		Muy bueno		Bueno		Aceptable		Malo		Muy malo		Pésimo		Absoluto	Relativo (%)
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Rapidez en los trámites	35	35,00	33	33,00	18	18,00	6	6,00	4	4,00	0	0,00	4	4,00	100	100,00
Tiempo de espera para ser atendido	31	32,29	40	41,67	9	9,38	10	10,42	3	3,13	1	1,04	2	2,08	96	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Cuadro 4.8, Nivel de satisfacción general con respecto a la seguridad, limpieza, orden y ubicación de las sucursales en Financiera Desyfin S.A.

CUADRO 4.8
NIVEL DE SATISFACCIÓN GENERAL CON RESPECTO A LA SEGURIDAD, LIMPIEZA, ORDEN Y UBICACIÓN DE LAS SUCURSALES EN FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Aspectos	Nivel de Satisfacción														Total	
	Excelente		Muy bueno		Bueno		Aceptable		Malo		Muy malo		Pésimo		Absoluto	Relativo (%)
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Seguridad dentro de la sucursal	42	50,00	30	35,71	7	8,33	4	4,76	0	0,00	0	0,00	1	1,19	84	100,00
Limpieza y orden dentro de la sucursal	55	63,22	23	26,44	7	8,05	2	2,30	0	0,00	0	0,00	0	0,00	87	100,00
Ubicación de las sucursales	45	48,91	23	25,00	14	15,22	9	9,78	1	1,09	0	0,00	0	0,00	92	100,00

Cuadro 4.9, Nivel de satisfacción general con respecto a la confianza en general en Financiera Desyfin S.A.

CUADRO 4.9
NIVEL DE SATISFACCIÓN GENERAL CON RESPECTO A LA CONFIANZA EN GENERAL EN FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Aspectos	Nivel de Satisfacción														Total	
	Excelente		Muy bueno		Bueno		Aceptable		Malo		Muy malo		Pésimo		Absoluto	Relativo (%)
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Confianza general en Desyfin	49	49,49	30	30,30	16	16,16	3	3,03	0	0,00	0	0,00	1	1,01	99	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Cuadro 4.11, Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte del Ejecutivo de Negocios, Captación y Plataforma de servicios en Financiera Desyfin S.A.

CUADRO 4.11
NIVEL DE SATISFACCIÓN CON RESPECTO AL SERVICIO AL CLIENTE RECIBIDO POR PARTE DEL EJECUTIVO DE NEGOCIOS, CAPTACIÓN Y PLATAFORMA DE SERVICIOS EN FINANCIERA DESYFIN S.A.

VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS

A OCTUBRE 2012

Atención de	Nivel de Satisfacción														Total	
	Excelente		Muy bueno		Bueno		Aceptable		Malo		Muy malo		Pésimo			
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Ejecutivo de Negocios	43	53,09	21	25,93	9	11,11	3	3,70	2	2,47	1	1,23	2	2,47	81	100,00
Ejecutiva de captación	35	52,24	17	25,37	10	14,93	4	5,97	0	0,00	0	0,00	1	1,49	67	100,00
Plataforma de servicios	36	46,75	21	27,27	13	16,88	4	5,19	1	1,30	0	0,00	2	2,60	77	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Cuadro 4.12, Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte del colaborador de cobros y contact center en Financiera Desyfin S.A.

CUADRO 4.12
NIVEL DE SATISFACCIÓN CON RESPECTO AL SERVICIO AL CLIENTE RECIBIDO POR PARTE DEL COLABORADOR DE COBROS Y CONTACT CENTER EN FINANCIERA DESYFIN S.A.

VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS

A OCTUBRE 2012

Atención de	Nivel de Satisfacción														Total	
	Excelente		Muy bueno		Bueno		Aceptable		Malo		Muy malo		Pésimo			
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Ejecutivo de cobro	17	34,00	19	38,00	7	14,00	4	8,00	1	2,00	0	0,00	2	4,00	50	100,00
Contact Center	20	46,51	10	23,26	7	16,28	5	11,63	0	0,00	0	0,00	1	2,33	43	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Cuadro 4.13, Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte del cajero, recepcionista y seguridad en Financiera Desyfin S.A.

CUADRO 4.13
NIVEL DE SATISFACCIÓN CON RESPECTO AL SERVICIO AL CLIENTE RECIBIDO POR PARTE DEL CAJERO, RECEPCIONISTA Y SEGURIDAD EN FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Atención de	Nivel de Satisfacción														Total	
	Excelente		Muy bueno		Bueno		Aceptable		Malo		Muy malo		Pésimo			
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Cajero	28	45,16	13	20,97	12	19,35	7	11,29	1	1,61	0	0,00	1	1,61	62	100,00
Recepcionista	35	47,30	21	28,38	13	17,57	4	5,41	0	0,00	0	0,00	1	1,35	74	100,00
Personal de seguridad	27	38,57	19	27,14	12	17,14	7	10,00	2	2,86	2	2,86	1	1,43	70	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Cuadro 4.14, Nivel de satisfacción con respecto al servicio al cliente recibido por parte de la Gerencia en Financiera Desyfin S.A.

CUADRO 4.14
NIVEL DE SATISFACCIÓN CON RESPECTO AL SERVICIO AL CLIENTE RECIBIDO POR PARTE DE LA GERENCIA EN FINANCIERA DESYFIN S.A.
VALORES ABSOLUTOS Y RELATIVOS
A OCTUBRE 2012

Atención de	Nivel de Satisfacción														Total	
	Excelente		Muy bueno		Bueno		Aceptable		Malo		Muy malo		Pésimo		Absoluto	Relativo (%)
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)
Gerencia	35	61,40	13	22,81	5	8,77	2	3,51	1	1,75	0	0,00	1	1,75	57	100,00

Fuente: Encuesta de satisfacción de Servicio al Cliente en Financiera Desyfin S.A.

Cuadro 4.27, Comparativo Financiera Desyfin S.A. vrs bancos medianos y financieras

CUADRO 4.27
COMPARATIVO FINANCIERA DESYFIN VRS BANCOS MEDIANOS Y FINANCIERAS
AL 30 DE SETIEMBRE DEL 2012
 (Expresado en miles de colones, cifras no auditadas)

FINANCIERAS	UTILIDAD NETA		ACTIVO TOTAL		PATRIMONIO		INGRESOS TOTALES		PASIVO TOTAL		UTILIDAD ANTES IMP. Y PART.		UTILIDAD POR EMPLEADO	
	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto
Banco Promerica S.A.	1	4.563.422	1	357.799.478	1	30.796.566	1	34.738.972	1	327.002.913	1	5.036.926	7	8.113
Banco BCT S.A.	2	2.107.664	4	203.470.715	4	23.341.312	4	12.208.750	4	180.129.403	2	2.555.179	3	12.165
Banco Improsa S.A.	3	1.602.423	3	224.339.576	2	24.588.106	3	15.840.236	3	199.751.470	3	1.602.423	6	10.372
Banco Lafise S.A.	4	1.164.622	2	259.048.808	5	15.239.499	2	16.627.970	2	243.809.309	4	1.244.299	9	3.961
Banco CMB Costa Rica S.A.	5	777.933	5	158.713.166	6	13.402.907	6	7.926.193	5	145.310.259	6	774.095	2	13.298
Banco General Costa Rica S.A.	6	771.683	6	137.405.961	3	24.086.411	7	7.523.736	6	113.319.550	5	1.144.365	5	10.393
Financiera Desyfin S.A.	7	742.719	9	84.520.028	9	7.471.290	5	9.222.714	9	77.048.738	7	742.719	8	6.075
Banco Cathay de Costa Rica S.A.	8	353.174	7	105.598.943	7	9.919.338	9	6.279.502	7	95.679.605	8	495.893	11	2.770
Banco Bansol S.A.	9	325.261	8	90.385.622	8	9.880.377	8	6.706.215	8	80.505.246	10	356.028	10	3.872
Financiera Cafsa S.A.	10	286.708	10	24.912.304	10	3.430.637	10	1.733.576	10	21.481.667	9	372.728	4	11.243
Financiera Comeca S.A.	11	208.293	12	16.459.221	11	3.063.067	12	1.250.363	12	13.396.154	11	261.765	1	16.337
Financiera G&T Continental S.A.	12	22.522	11	21.314.292	12	2.524.351	11	1.460.979	11	18.789.941	12	32.363	12	698
Financiera Multivalores S.A.	13	9.291	13	4.802.800	13	1.923.364	13	463.499	13	2.879.436	13	10.319	13	729

Fuente: Información tomada de la página web de la SUGEF, www.sugef.fi.cr

Cuadro 4.28, Comparativo Financiera Desyfin S.A. vrs bancos medianos y financieras

CUADRO 4.28
COMPARATIVO FINANCIERA DESYFIN VRS BANCOS MEDIANOS Y FINANCIERAS
AL 30 DE SETIEMBRE DEL 2012
 (Expresado en miles de colones, cifras no auditadas)

FINANCIERAS	ROE		SOLVENCIA PATRIMONIAL		ROA		EFICIENCIA		APALANCAMIENTO		UTILIDAD PROM. MENSUAL		ENDEUDAM.	
	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto
	Banco Promerica S.A.	1	19,76%	8	12,71%	1	1,70%	3	5,80%	3	10,62	1	507.047	3
Banco BCT S.A.	3	12,04%	5	19,45%	4	1,38%	9	4,18%	8	7,72	2	234.185	8	88,53%
Banco Improsa S.A.	7	8,69%	6	18,00%	6	0,95%	10	3,79%	7	8,12	3	178.047	7	89,04%
Banco Lafise S.A.	5	10,19%	9	9,86%	9	0,60%	4	5,31%	1	16,00	4	129.402	1	94,12%
Banco CMB Costa Rica S.A.	8	7,74%	2	44,39%	8	0,65%	12	2,61%	2	10,84	5	86.437	2	91,56%
Banco General Costa Rica S.A.	11	4,27%	4	20,15%	7	0,75%	6	5,25%	11	4,70	6	85.743	11	82,47%
Financiera Desyfin S.A.	2	13,25%	7	14,75%	5	1,17%	2	5,81%	4	10,31	7	82.524	4	91,16%
Banco Cathay de Costa Rica S.A.	9	4,75%	6	17,49%	11	0,45%	1	6,05%	5	9,65	8	39.242	5	90,61%
Banco Bansol S.A.	10	4,39%	5	17,64%	10	0,48%	8	4,27%	6	8,15	9	36.140	6	89,07%
Financiera Cafsa S.A.	4	11,14%	3	17,41%	3	1,53%	11	3,79%	10	6,26	10	31.856	10	86,23%
Financiera Comeca S.A.	6	9,07%	3	30,64%	2	1,69%	5	5,31%	12	4,37	11	23.144	12	81,39%
Financiera G&T Continental S.A.	12	1,19%	4	17,58%	13	0,14%	13	2,61%	9	7,44	12	2.502	9	88,16%
Financiera Multivalores S.A.	13	0,64%	1	45,65%	12	0,26%	7	5,25%	13	1,50	13	1.032	13	59,95%

Fuente: Información tomada de la página web de la SUGEF, www.sugef.fi.cr

Cuadro 4.29, Comparativo Financiera Desyfin S.A. vrs bancos medianos y financieras

CUADRO 4.29
COMPARATIVO FINANCIERA DESYFIN VRS BANCOS MEDIANOS Y FINANCIERAS
AL 30 DE SETIEMBRE DEL 2012
(Expresado en miles de colones, cifras no auditadas)

FINANCIERAS	Inversiones títulos valores		Cartera crédito al día		Cartera más 90 y C.J.		Gastos de Administración		Obligaciones con el público a plazo		Gts Adm/Ingresos		% Morosidad Cartera	
	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto	Rango	Monto
Banco Promerica S.A.	3	26.499.780	1	242.286.897	4	852.177	1	11.696.789	1	165.776.620	8	33,67%	10	0,35%
Banco BCT S.A.	4	25.361.495	4	120.036.938	12	0	3	4.562.531	3	73.356.103	6	37,37%	11	0,00%
Banco Improsa S.A.	5	22.135.089	3	136.564.105	1	2.706.951	4	4.516.759	4	69.316.595	12	28,51%	3	1,94%
Banco Lafise S.A.	2	36.441.409	2	154.500.833	2	2.513.188	2	7.607.697	2	125.746.301	5	45,75%	5	1,60%
Banco CMB Costa Rica S.A.	1	74.373.217	9	30.195.548	13	0	5	4.114.456	12	7.041.316	2	51,91%	12	0,00%
Banco General Costa Rica S.A.	11	2.044.296	5	119.522.321	6	780.327	8	2.375.971	8	19.483.817	9	31,58%	7	0,65%
Financiera Desyfin S.A.	7	13.759.586	8	50.639.175	3	1.193.478	7	2.807.952	7	41.268.842	10	30,45%	2	2,30%
Banco Cathay de Costa Rica S.A.	8	8.725.059	6	56.699.697	9	164.655	6	2.969.797	6	45.145.767	4	47,29%	3	0,29%
Banco Bansol S.A.	6	15.234.656	7	56.025.998	7	758.519	9	2.281.665	5	50.836.175	7	34,02%	6	1,34%
Financiera Cafsa S.A.	12	1.560.241	10	19.701.881	10	99.395	11	499.875	9	17.633.725	11	28,83%	9	0,50%
Financiera Comeca S.A.	9	3.114.665	12	9.995.892	5	840.663	13	216.984	10	12.615.479	13	17,35%	1	7,76%
Financiera G&T Continental S.A.	10	2.216.588	11	14.356.687	8	244.492	10	747.521	11	9.748.866	3	51,17%	4	1,67%
Financiera Multivalores S.A.	13	86.601	13	4.213.523	11	23.652	12	258.143	13	369.247	1	55,69%	8	0,56%

Fuente: Información tomada de la página web de la SUGEF, www.sugef.fi.cr

Cuadro 4.30, Estudio de costos financieros para descuento de facturas y financiamiento de órdenes de compra en colones

Cuadro 4.30
Estudio de costos financieros para descuento de facturas y financiamiento OC
Competencias Financiera Desyfin S.A.
Al 31 de Octubre del 2012

Banco o Financiera	Descuento de facturas			Financiamiento OC		
	Interés	Comisión	Plazo	Interés	Comisión	Plazo
Banco Promerica S.A.	22,00%	N/A	Hasta 90 días	22,00%	N/A	Hasta 90 días
Banco BCT S.A.						
Banco Improsa S.A.	16,00%	N/A	Hasta 120 días	N/A	N/A	N/A
Banco Lafise S.A.	Desde un 18.00% hasta un 24.00% según Estados Financieros y estudio realizado	N/A	Hasta 120 días	Desde un 18.00% hasta un 24.00% según Estados Financieros y estudio realizado	N/A	Hasta 120 días
Banco CMB Costa Rica S.A.						
Banco General Costa Rica S.A.	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Financiera Desyfin S.A.	TBP + 14,00%, mínima 23%	¢60,000,00	Hasta 90 días	TBP + 14,00%, mínima 23%	¢60,000,00	Hasta 180 días
Banco Cathay de Costa Rica S.A.	20,00%	1,00%	Hasta 120 días	20,00%	1,00%	Hasta 120 días
Banco Bansol S.A.	Empresas Grandes TBP + 7.50%, hasta 12% Empresas Medianas TBP + 8.50%, hasta 13.50% Empresas Pymes TBP + 9.50%, hasta 15%	De 0 a 30 días 0.25% De 31 a 60 días 0.50% De 61 a 90 días 0.75% De 91 a 180 días 1.5%	Hasta 180 días	Empresas Grandes TBP + 7.50%, hasta 12% Empresas Medianas TBP + 8.50%, hasta 13.50% Empresas Pymes TBP + 9.50%, hasta 15%	1% estructuración 1% formalización flat	Hasta 6 meses
Financiera Cafsa S.A.						
Financiera Comeca S.A.						
Financiera G&T Continental S.A.	21,00%	N/A	Hasta 150 días	21,00%	N/A	Hasta 36 meses
Financiera Multivalores S.A.						

Fuente: Base de datos de información de cada una de las entidades financieras

Cuadro 4.31, Estudio de costos financieros para créditos hipotecarios, prendarios y capital de trabajo en colones

Cuadro 4.31
Estudio de costos financieros para créditos hipotecarios, prendarios y capital de trabajo en colones

Competencias Financiera Desyfin S.A.

Al 31 de Octubre del 2012

Banco o Financiera	Crédito Hipotecario			Crédito Prendario			Crédito Capital de Trabajo		
	Interés	Comisión	Plazo	Interés	Comisión	Plazo	Interés	Comisión	Plazo
Banco Promerica S.A.	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Banco BCT S.A.									
Banco Improsa S.A.	N/A	N/A	N/A						
Banco Lafise S.A.	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	39.00%	3,5% flat	60 meses
Banco CMB Costa Rica S.A.									Hasta 10 años
Banco General Costa Rica S.A.	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Financiera Desyfin S.A.	TBP + 14,00%, mínima 23%	1.00%	Hasta 10 años	TBP + 14,00%, mínima 23%	1.00%	Hasta 5 años	TBP + 14,00%, mínima 23%	1.00%	Hasta 3 años
Banco Cathay de Costa Rica S.A.	20.00%	1.00%	5 años	TBP + 7.50%	2.00% flat	84 meses	20.00%	1.00%	12 meses
Banco Bansol S.A.	TBP + 9.75%	2.00%	Hasta 8 años	TBP + 10.50%	2.00%	Hasta 5 años	TBP + 14%	2.00%	Hasta 3 años
Financiera Cafsa S.A.					3.00%	Nuevos: hasta 72 meses Usados: hasta 60 meses		0.00%	Hasta 36 meses
Financiera Comeca S.A.									
Financiera G&T Continental S.A.							21.00%	1.00%	Hasta 8 años
Financiera Multivalores S.A.	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A			

Fuente: Base de datos de información de cada una de las entidades financieras

Cuadro 4.32, Estudio de costos financieros para leasing y cartas de crédito en colones

Cuadro 4.32
Estudio de costos financieros para leasing y cartas de crédito en colones
Competencias Financiera Desyfin S.A.

Al 31 de Octubre del 2012

Banco o Financiera	Leasing			Cartas de crédito		
	Interés	Comisión	Plazo	Interés	Comisión	Plazo
Banco Promerica S.A.				N/A	N/A	N/A
Banco BCT S.A.				N/A	N/A	N/A
Banco Improsa S.A.				N/A	N/A	N/A
Banco Lafise S.A.				N/A	N/A	N/A
Banco CMB Costa Rica S.A.				N/A	N/A	N/A
Banco General Costa Rica S.A.				N/A	N/A	N/A
Financiera Desyfin S.A.	TBP + 14,00%, mínima 23%	1.00%	Hasta 10 años	N/A	N/A	N/A
Banco Cathay de Costa Rica S.A.				N/A	N/A	N/A
Banco Bansol S.A.				N/A	N/A	N/A
Financiera Cafsa S.A.			Hasta 60 meses	N/A	N/A	N/A
Financiera Comeca S.A.				N/A	N/A	N/A
Financiera G&T Continental S.A.				N/A	N/A	N/A
Financiera Multivalores S.A.	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Fuente: Base de datos de información de cada una de las entidades financieras

Cuadro 4.33, Estudio de costos financieros para descuento de facturas y financiamiento de órdenes de compra en dólares

Cuadro 4.33
Estudio de costos financieros para descuento de facturas y financiamiento de órdenes de compra en dólares
Competencias Financiera Desyfin S.A.
Al 31 de Octubre del 2012

Banco o Financiera	Descuento de facturas			Financiamiento OC		
	Interés	Comisión	Plazo	Interés	Comisión	Plazo
Banco Promerica S.A.	10.00%	N/A	Hasta 90 días	10.00%	N/A	Hasta 90 días
Banco BCT S.A.						
Banco Improsa S.A.	9.00%	N/A	Hasta 120 días	N/A	N/A	N/A
Banco Lafise S.A.	Desde un 9.00% hasta un 14.00% según Estados Financieros y estudio realizado	N/A	Hasta 120 días	Desde un 9.00% hasta un 14.00% según Estados Financieros y estudio realizado	N/A	Hasta 120 días
Banco CMB Costa Rica S.A.						
Banco General Costa Rica S.A.	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Financiera Desyfin S.A.	TPR + 8,00%, mínima de 11,00%	\$120,00	Hasta 90 días	TPR + 8,00%, mínima de 11,00%	\$120,00	Hasta 180 días
Banco Cathay de Costa Rica S.A.	9.00%	1.00%	Hasta 120 días	9.00%	1.00%	Hasta 120 días
Banco Bansol S.A.	Empresas Grandes TPR + 6.25%, hasta 8% Empresas Medianas TPR + 6.75%, hasta 7.50% Empresas Pymes TPR + 7.25%, hasta 8.50%	De 0 a 30 días 0.25% De 31 a 60 días 0.50% De 61 a 90 días 0.75% De 91 a 180 días 1.5%	Hasta 180 días	Empresas Grandes TPR + 6.25%, hasta 8% Empresas Medianas TPR + 6.75%, hasta 7.50% Empresas Pymes TPR + 7.25%, hasta 8.50%	1% estructuración 1% formalización flat	Hasta 6 meses
Financiera Cafsa S.A.						
Financiera Comeca S.A.						
Financiera G&T Continental S.A.	11.00%	N/A	Hasta 150 días	11.00%	N/A	Hasta 36 meses
Financiera Multivalores S.A.						

Fuente: Base de datos de información de cada una de las entidades financieras

Cuadro 4.34, Estudio de costos financieros para créditos hipotecarios, prendarios y fiduciarios en dólares

Cuadro 4.34
Estudio de costos financieros para créditos hipotecarios, prendarios y capital de trabajo en dólares
Competencias Financiera Desyfin S.A.
Al 31 de Octubre del 2012

Banco o Financiera	Crédito Hipotecario			Crédito Prendario			Crédito Capital de Trabajo		
	Interés	Comisión	Plazo	Interés	Comisión	Plazo	Interés	Comisión	Plazo
Banco Promerica S.A.	Tasa fija por 5 años 6,90% a partir del sexto año Tasa Libor a 3 meses + 7%	1.50%	30 años	Tasa fija a dos años 7,00% a partir del tercer año Tasa Prime Rate + 6,75%	3.50%	De 84 a 96 meses	8.50%	1% anual	Hasta 10 años
Banco BCT S.A.									
Banco Improsa S.A.	N/A	N/A	N/A						
Banco Lafise S.A.	Tasa fija por 3 años 7,25% a partir del cuarto año Tasa Libor a 3 meses + 7,95%, mínima 8,90%	2.50%	Hasta 25 años	Nuevos: Tasa fija los primero 2 años 7,5%, a partira del tercer año Tasa Libor a 3 meses + 8,5%, mínima 9% Usados: Tasa fija primer año 9, 75%, a partir del año 2 Tasa Libor a 3 meses + 9,75%, mínima 10,50%	3.00%	Nuevos: hasta 84 meses Usados: hasta 72 meses	N/A	N/A	N/A
Banco CMB Costa Rica S.A.									Hasta 10 años
Banco General Costa Rica S.A.	Tasa Libor a 6 meses + 6%, mínima 7.75%	1.00%	Hasta 7 años	Tasa Libor a 3 meses + 7%, mínima 8%	3.00%	Hasta 60 meses	Tasa Libor a 6 meses + 6%, mínima 7.50%	1.00%	Hasta 3 años
Financiera Desyfin S.A.	TPR + 8,00%, mínima de 11,00%	1.00%	Hasta 10 años	TPR + 8,00%, mínima de 11,00%	1.00%	Hasta 5 años	TPR + 8,00%, mínima de 11,00%	1.00%	Hasta 3 años

Banco Cathay de Costa Rica S.A.	9.00%	1.00%	5 años	TPR + 7.5%	2.00% flat	84 meses	9.00%	1.00%	12 meses
Banco Bansol S.A.	TPR + 7%	2.00%	Hasta 8 años	TPR + 9%	2.00%	Hasta 5 años	TPR + 11%	2.00%	Hasta 3 años
Financiera Cafsa S.A.					3.00%	Nuevos: hasta 72 meses Usados: hasta 60 meses		0.00%	Hasta 36 meses
Financiera Comeca S.A.									
Financiera G&T Continental S.A.							11.00%	1.00%	Hasta 8 años
Financiera Multivalores S.A.	Tasa Libor a 6 meses + 9%		De 5 a 30 años	N/A	N/A	N/A			

Fuente: Base de datos de información de cada una de las entidades financieras

Cuadro 4.35, Estudio de costos financieros para leasing y cartas de crédito en dólares

Cuadro 4.35
Estudio de costos financieros para leasing y cartas de crédito en dólares
Competencias Financiera Desyfin S.A.
Al 31 de Octubre del 2012

Banco o Financiera	Leasing			Cartas de crédito		
	Interés	Comisión	Plazo	Interés	Comisión	Plazo
Banco Promerica S.A.				N/A	Comision de Apertura: 0,5% por trimestre, Comision de Aceptacion 1,5%, Swift de Apertura \$50, enmiendas \$35	Según solicitud
Banco BCT S.A.						
Banco Improsa S.A.						
Banco Lafise S.A.						
Banco CMB Costa Rica S.A.						
Banco General Costa Rica S.A.				N/A	Comisión de Apertura: 0.5% por trimestre, Comisión de Aceptación 1.25%, enmiendas \$50	Según solicitud

Financiera Desyfin S.A.	TPR + 8,00%, mínima de 11,00%	1.00%	Hasta 10 años	13.00%	Comision de Apertura: 0,5%, Uso de fondos 1,00% flat, Enmiendas \$60, Discrepancias \$30	Según solicitud
Banco Cathay de Costa Rica S.A.				9.00%		
Banco Bansol S.A.						
Financiera Cafsa S.A.			Hasta 60 meses			
Financiera Comeca S.A.						
Financiera G&T Continental S.A.						
Financiera Multivalores S.A.	N/A	N/A	N/A			

Fuente: Base de datos de información de cada una de las entidades financieras

Cuadro 4.36, Estudio de costos financieros para inversiones en colones

Cuadro 4.36
Estudio de costos financieros para Inversiones en colones
Competencias Financiera Desyfin S.A.
Al 31 de Octubre del 2012

Banco o Financiera	Interés Inversiones a la vista y a plazo				
	A la Vista	30 días	90 días	180 días	360 días
Banco Promerica S.A.	0,00%	5,00%	6,50%	8,50%	8,75%
Banco BCT S.A.	0,00%	5,00%	6,50%	8,50%	9,00%
Banco Improsa S.A.	9,00%	5,25%	6,00%	6,90%	7,75%
Banco Lafise S.A.	1,50%	5,25%	6,25%	7,00%	8,50%
Banco CMB Costa Rica S.A.	0,00%	5,00%	6,00%	7,75%	8,25%
Banco General Costa Rica S.A.	0,00%	4,50%	5,50%	6,75%	7,25%
Financiera Desyfin S.A.	5,50%	8,70%	9,25%	10,75%	11,50%
Banco Cathay de Costa Rica S.A.	3,00%	5,75%	7,75%	8,75%	9,50%
Banco Bansol S.A.	4,50%	7,25%	8,10%	9,35%	10,00%
Financiera Cafsa S.A.	0,00%	5,25%	6,50%	8,00%	8,50%
Financiera Comeca S.A.	0,00%	0,00%	0,00%	8,74%	9,66%

Financiera G&T Continental S.A.	0,00%	5,75%	6,75%	9,50%	10,75%
Financiera Multivalores S.A.	0,00%	6,50%	7,04%	9,69%	11,02%

Fuente: Base de datos de información de cada una de las entidades financieras

Cuadro 4.37, Estudio de costos financieros para inversiones en dólares

Cuadro 4.37
Estudio de costos financieros para Inversiones en dólares
Competencias Financiera Desyfin S.A.
Al 31 de Octubre del 2012

Banco o Financiera	Interés Inversiones a la vista y a plazo				
	A la Vista	30 días	90 días	180 días	360 días
Banco Promerica S.A.	0,00%	0,50%	1,00%	2,25%	2,90%
Banco BCT S.A.	0,00%	0,75%	1,50%	2,25%	2,75%
Banco Improsa S.A.	0,20%	0,55%	1,00%	1,70%	2,50%
Banco Lafise S.A.	0,10%	1,00%	1,50%	2,25%	2,75%
Banco CMB Costa Rica S.A.	0,00%	0,25%	0,35%	0,50%	1,25%
Banco General Costa Rica S.A.	0,00%	1,00%	1,50%	2,50%	3,00%
Financiera Desyfin S.A.	1,09%	2,17%	3,00%	3,75%	4,25%
Banco Cathay de Costa Rica S.A.	1,00%	1,35%	2,00%	3,00%	3,75%
Banco Bansol S.A.	1,25%	1,49%	2,55%	3,25%	4,05%
Financiera Cafsa S.A.	0,00%	1,00%	1,50%	2,25%	2,75%
Financiera Comeca S.A.	0,00%	0,00%	0,00%	2,30%	3,22%
Financiera G&T Continental S.A.	0,00%	1,40%	2,25%	3,65%	4,25%
Financiera Multivalores S.A.	0,00%	1,75%	2,25%	3,27%	4,07%

Fuente: Base de datos de información de cada una de las entidades financieras

2. CUESTIONARIO UTILIZADO

Fecha: ___/___/2012

Sucursal: _____

Cuestionario N° ___

En Financiera Desyfin S.A. nos interesa conocer su opinión **(SOLO SE APLICA A LOS CLIENTES QUE UTILIZAN LOS SERVICIOS DE FINANCIERA DESYFIN S.A.)**:

- Indique su nivel de satisfacción general con cada uno de los siguientes productos financieros que utiliza o ha utilizado en Financiera Desyfin S.A. MARQUE CON UNA X EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

Variable	1 Excelente	2 Muy Bueno	3 Bueno	4 Aceptable	5 Malo	6 Muy Malo	7 Pésimo	No Aplica
1.Descuento de Facturas								
2.Financiamiento de órdenes de compra								
3.Créditos Hipotecarios								
4.Créditos Prendarios								
5.Créditos para Capital de Trabajo								
6.Leasing								
7.Inversión a la vista								
8.Inversión a plazo								
9.Cartas de crédito								
10.Compra y venta de monedas extranjeras								

- Con relación al servicio recibido, ¿Cuál sería el nivel de satisfacción con respecto a los siguientes aspectos? MARQUE CON UNA X EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

Variable	1 Excelente	2 Muy Bueno	3 Bueno	4 Aceptable	5 Malo	6 Muy Malo	7 Pésimo	No Aplica
1.Rapidez en los trámites								
2.Información de procesos								
3.Tiempo de espera para ser atendido								
4.Respuestas a dudas y consultas								
5.Seguridad dentro de la sucursal								
6.Limpieza y orden de la sucursal								
7. Ubicación de las sucursales								
8. Confianza general en Desyfin								

3. ¿Cómo calificaría el servicio al cliente recibido de parte de los siguientes colaboradores en las diferentes áreas de Financiera Desyfin S.A.? MARQUE CON UNA X EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

Variable	1 Excelente	2 Muy Bueno	3 Bueno	4 Aceptable	5 Malo	6 Muy Malo	7 Pésimo	No Aplica
1. Atención del Ejecutivo(a) de Negocios								
2. Atención de la Ejecutiva de Captación								
3. Atención en plataforma de servicio								
4. Atención del Cajero(a)								
5. Atención de la Recepcionista (a)								
6. Atención del Ejecutivo(a) de Cobro								
7. Atención del Contact Center								
8. Atención del personal de Seguridad								
9. Atención de la Gerencia								

4. Con respecto a los costos financieros de los productos que ofrece Financiera Desyfin S.A y los cuales utiliza o ha utilizado, ¿Cómo calificaría cada uno de los siguientes aspectos? MARQUE CON UNA X EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

Variable	1 Baja	2 Aceptable	3 Alta	No Aplica
1. Tasas de interés de Inversiones a plazo				
2. Tasas interés de Inversiones a la vista				
3. Tasas de interés de Créditos				
4. Comisión de Créditos				
5. Tasas de interés de Descuentos de facturas				
6. Comisión de Descuentos de facturas				

5. ¿Usted recomendaría a otras personas o empresas los servicios y productos de la Financiera Desyfin?

1. Si / /

2. No / /

¿Por qué? _____

6. A nivel general ¿Cuál es su opinión con respecto al servicio al cliente que recibe en Financiera Desyfin S.A.? MARQUE CON UNA X EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

Variable	1 Excelente	2 Muy Bueno	3 Bueno	4 Aceptable	5 Malo	6 Muy Malo	7 Pésimo
Calificación general del servicio al cliente							

7. Por favor anote los comentarios o sugerencias acerca del Servicio al Cliente o los productos que le ofrece Financiera Desyfin S.A.

8. Indique su profesión (en caso de ser persona física) o la actividad económica de su empresa (en caso de ser persona jurídica):

—

9. ¿Usted es persona física o jurídica?

1. Física /__/ (Termina la encuesta)

2. Jurídica /__/

10. Años de la empresa en el mercado: _____

******MUCHAS GRACIAS******