



**FACULTAD DE POSTGRADO**

**TESIS DE POSTGRADO**

**“CULTURA DE AHORRO, EDUCACIÓN FINANCIERA Y  
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL MUNICIPIO  
DEL DISTRITO CENTRAL”**

**SUSTENTADO POR:**

**MELISSA GISELLE FLORES ZÚNIGA**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE  
MÁSTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**TEGUCIGALPA M. D. C. FRANCISCO MORAZÁN,  
HONDURAS, C.A.**

**NOVIEMBRE, 2014**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA  
UNITEC**

**FACULTAD DE POSTGRADO**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO**

**SECRETARIO GENERAL**

**JOSÉ LÉSTER LÓPEZ**

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

**MARLON BREVÉ REYES**

**DECANA DE LA FACULTAD DE POSTGRADO**

**DESIREE TEJADA**

**“CULTURA DE AHORRO, EDUCACIÓN FINANCIERA Y  
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL MUNICIPIO  
DEL DISTRITO CENTRAL”**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS  
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE**

**MÁSTER EN  
DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**ASESOR METODOLÓGICO  
CARLOS AUGUSTO ZELAYA OVIEDO**

**ASESOR TEMÁTICO  
SAYRA CAROLINA LUQUE RODRIGUEZ**

**MIEMBROS DE LA TERNA  
JOSÉ TRANCITO MEJÍA  
ADALBERTO MÉNDEZ**



**FACULTAD DE POSTGRADO**  
**“CULTURA DE AHORRO, EDUCACIÓN FINANCIERA Y**  
**COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL MUNICIPIO DEL**  
**DISTRITO CENTRAL”**

**AUTOR**

**Melissa Giselle Flores Zúniga**

**Resumen**

La Cultura de Ahorro y la Educación Financiera tienen un efecto significativo en los hábitos del consumidor ya que en la actualidad son muchos los factores que llevan a las personas a la toma de decisiones en cuanto a que consumir y en que invertir. El análisis se centró en conocer y entender que es lo que influye en el consumidor al momento de comprar productos y/o servicios que son adquiridos bajo la influencia de factores específicos como ser el precio y los aspectos culturales del país. Se analizó la población de la ciudad de Tegucigalpa considerando la influencia del consumo, el ingreso, el ahorro y la educación financiera como factores específicos aplicando un instrumento de medición como ser la encuesta se encontró que las personas en Tegucigalpa son altamente consumidores de bienes y servicios. De igual manera la mayoría de la población de Tegucigalpa, tiende a comprometer sus ingresos con obligaciones pendientes de pago lo que indica que es bajo el porcentaje que se puede destinar al ahorro. Es por esto que la investigación buscó una alternativa de prevención y esta se puede lograr mediante una Escuelita Financiera que consiste en capacitar a los jóvenes creando una Conciencia Financiera.

**Palabras Claves:** Consumo, Cultura de ahorro, Educación Financiera, Endeudamiento, Ingreso.



## **CULTURE OF SAVINGS FINANCIAL EDUCATION AND CONSUMER BEHAVIOR IN THE MUNICIPALITY OF CENTRAL DISTRICT**

**BY:**

**Melissa Giselle Flores Zúniga**

### **Abstrac**

The Culture of Savings and Financial Education have a significant effect on consumer habits and that currently there are many factors that lead to people making decisions about where to consume and invest. The analysis focused on knowing and understanding what influences the consumer at the time of purchase products and / or services that are acquired under the influence of specific factors such as the price and the cultural aspects of the country. The population of the city of Tegucigalpa was analyzed considering the influence of consumption, income, savings and financial education as specific factors using a measuring instrument such as the survey found that people in Tegucigalpa are high consumers of goods and services . Similarly most of the population of Tegucigalpa, tends to compromise their revenue obligations payable indicating that the percentage is low can be devoted to saving. This is why research sought an alternative prevention and this can be achieved by a Financial Escuelita consisting empower youth by creating a Financial Awareness.

**Keywords:** Consumption, Saving Culture, Financial Education, Debt, Income.

## DEDICATORIA

En primer lugar dedico esta tesis a Dios, por haberme dado la oportunidad de vida y al mismo tiempo me dio sabiduría y fortaleza para culminar esta meta para seguir creciendo profesionalmente.

En segundo lugar a mi familia, mis padres y hermanos que siempre estuvieron ahí para aconsejarme y apoyarme en cada momento, por darme esas palabras de aliento cada vez que me sentía flaquear a esta meta propuesta y en especial a mi hijo Benjamín quien es el motor de mi vida, el que me motiva a seguir adelante, que este paso de mi vida profesional le sirva para que comprenda que cuando uno quiere se puede y que siempre nos encontraremos obstáculos, pero que confiando en Dios se nos mostrará más claro el camino a seguir.

## AGRADECIMIENTO

En nuestras vidas considero que agradecer es algo que nace de nuestro corazón, y es más fácil cuando las personas que queremos siempre estuvieron apoyándonos, en mi caso en este largo camino que tuve cuando decidí estudiar una Maestría orientada a Finanzas.

Quiero agradecer a nuestro señor Jesucristo quien me dio esta oportunidad llenándome de su bendición y sabiduría.

De igual manera quiero agradecer a mis abuelos que aunque ya no estén conmigo ellos siempre me hicieron ver la importancia de crecer, tanto en lo profesional como en lo espiritual, por eso dicen que Dios siempre nos pone ángeles en nuestros caminos y eso es lo que ellos son, los ángeles que ahora me guían y me cuidan, gracias abuelita Graciela, abuelita Carmen y abuelito Alfonso.

También quiero agradecerle a mi amiga Sayra Luque quien además de ser mi asesor temático me brindo su amistad, su apoyo, levantándome los ánimos día a día para poder cumplir con esta meta propuesta en mi vida

Quiero agradecer a todos mis maestros y en especial al Doctor Carlos Zelaya, quien fue un gran apoyo para mí, gracias por su paciencia, comprensión y sobre todo por cada oportunidad que me brindo para culminar mi meta.

De la misma manera quiero agradecer al Licenciado Víctor Hugo Molina, quien me asesoro y me apoyo desde un inicio hasta culminar con este trabajo. Gracias por su tiempo, paciencia y dedicación. Que Dios los bendiga a cada uno de ustedes.

# ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 INTRODUCCIÓN .....	1
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA .....	2
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....	2
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	2
1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	3
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	4
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	4
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	4
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	7
2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO.....	7
2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO.....	9
2.1.3 ANÁLISIS INTERNO .....	10
2.2 TEORÍAS.....	12
2.2.1 INGRESO DISPONIBLE.....	12
2.2.2 LA TEORÍA GENERAL.....	14
2.2.3 TEORÍA DE LA PIRÁMIDE DE LAS NECESIDADES DE ABRAHAN MASLOW.....	17
2.2.4 FUENTE DE INGRESOS DE LOS HOGARES.....	18
2.2.5 INGRESO PROMEDIO POR TRABAJO.....	19
2.2.6 INGRESO POR REMESAS.....	20
2.2.7 EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	22
2.2.8 INFLACIÓN.....	24
2.2.8.1 TIPOS DE INFLACIÓN.....	25

2.2.9 PRODUCTOS SUSTITUTOS Y EFECTOS SOBRE EL PRECIO.....	27
2.2.10 RELACIÓN ENTRE EL CONSUMO Y POLÍTICA DE PRECIOS.....	27
2.2.11 EL AHORRO.....	28
2.3 CONCEPTUALIZACIÓN.....	29
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	32
3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	32
3.1.1 LA MATRIZ METODOLÓGICA.....	32
3.1.2 DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES.....	33
3.1.3 HIPÓTESIS.....	36
3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS.....	37
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	37
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	37
3.5 TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	38
3.6 UNIDAD DE ANÁLISIS.....	38
3.7 UNIDAD DE RESPUESTA.....	39
3.8 INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS APLICADOS.....	39
3.8.1 INSTRUMENTOS.....	39
3.8.2 TÉCNICAS O PROCEDIMIENTOS EMPLEADOS.....	40
3.9 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	40
3.9.1 FUENTES PRIMARIAS.....	40
3.9.2 FUENTES SECUNDARIAS.....	41
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	42
4.1 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS .....	42
4.2 COMPARACIÓN ENTRE UNIDAD DE ANÁLISIS Y LA ENCUESTA.....	45
4.3 COMPARACION DE LAS VARIABLES EN RELACIÓN A LOS HABITOS DE CONSUMO DE LOS COSTARRICENSES.....	47
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	51
5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	51
CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD.....	52

6.1 INICIATIVA DE EDUCACIÓN FINANCIERA (ESCUELITA FINANCIERA)....	52
6.2 INTRODUCCIÓN.....	52
6.3 PROPOSITO DE LA PROPUESTA.....	52
6.3.1 PROGRAMA DE CONOCIMIENTO FINANCIERO.....	53
6.3.2 PLAN DE MOTIVACIÓN A INSTITUCIONES FINANCIERAS.....	53
6.3.3 PLAN DE CAPACITACIÓN A LA POBLACIÓN.....	55
6.4 VENTAJAS E INCONVENIENTES.....	57
6.5 PRESUPUESTO.....	58
6.6 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN.....	59
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	61
ANEXOS.....	63
1. GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	64
2. ENCUESTA.....	66
3. TABLA DEL SALARIO MÍNIMO 2014.....	70
4. LISTA DE EMPRESAS MIEMBROS DE FUNDAHRSE.....	71

## **LISTA DE FIGURAS**

FIGURA 1. PIRÁMIDE DE LAS NECESIDADES DE MASLOW.....	17
FIGURA 2. FUENTE DE INGRESO DE LOS HOGARES.....	19
FIGURA 3. INGRESO PROMEDIO DE TRABAJO.....	20
FIGURA 4. INGRESO PROMEDIO POR REMESAS.....	21
FIGURA 5. DIAGRAMA DE LAS VARIABLES.....	36
FIGURA 6. RESULTADOS SOBRE EL CONOCIMIENTO FINANCIERO DE LOS HABITANTES DE TEGUCIGALPA.....	42
FIGURA 7. RESULTADOS SOBRE EL NIVEL DE ENDEUDAMIENTO DE LOS HABITANTES DE TEGUCIGALPA.....	45
FIGURA 8. PROMEDIO DE INGRESO MENSUAL DE LA POBLACIÓN DE TEGUCIGALPA.....	47
FIGURA 9. DIAGRAMA DE GANTT EN BASE AL DESARROLLO DE ACTIVIDAD.....	60

## **LISTA DE TABLAS**

TABLA 1. MATRIZ METODOLÓGICA.....	32
TABLA 2. DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DE VARIABLES.....	33
TABLA 3. RESULTADOS SOBRE LAS AFIRMACIONES EN RELACIÓN A LA VARIABLE CONSUMO.....	43
TABLA 4. RESULTADOS SOBRE LAS AFIRMACIONES EN RELACIÓN A LA VARIABLE AHORRO.....	44
TABLA 5. MOTIVACION DE LAS EMPRESAS.....	55
TABLA 6. PLAN DE CAPACITACION.....	57
TABLA 7. DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES.....	59

# **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1 INTRODUCCIÓN**

El propósito de este estudio, es analizar a través de la investigación científica, el efecto en el comportamiento del consumidor cuando se tiene una cultura de ahorro y una educación financiera.

Aplicando normas y conceptos aprendidos en el desarrollo del currículum de la maestría en dirección empresarial con orientación en finanzas, se analizarán las fuerzas que intervienen en los hábitos de consumo de los productos en Tegucigalpa MDC; de esto se presenta el siguiente contenido.

El lector podrá encontrar los capítulos siguientes:

El capítulo 1, presenta la identificación del problema, la situación actual y el enfoque de lo que se desea investigar, determina el problema de estudio y sus objetivos, los cuales están basados en la bibliografía recopilada y de acuerdo a lo que se desea conocer al final de esta tesis. El capítulo 2, muestra el marco teórico, el cual es una descripción conceptual del estudio, en base a principios teóricos importantes que fundamentan la investigación. El capítulo 3, define las variables conceptualmente y el enfoque operacional para efecto de este estudio, define las hipótesis de esta tesis. También detalla el plan de análisis implementado para probar el estudio. El capítulo 4, Análisis e interpretación de los datos obtenidos. El capítulo 5, detalla las conclusiones y recomendaciones de esta tesis y el capítulo 6 habla de la aplicabilidad de la investigación en la sociedad hondureña.

## **1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

En Honduras la cultura de ahorro y la educación financiera es un tema muy complejo ya que muchos nos preguntamos para que ahorrar, en que nos beneficia ahorrar y cómo

influye en nuestras decisiones de compra la capacidad de manejar nuestros propios ingresos.

Es por esto que la presente investigación nos lleva a ver más allá, ya que el ahorro nos ayuda a lograr objetivos específicos, a ser una persona previsiva, responsables, pacientes, disciplinadas y dispuestas a planificar, así como a desarrollar una visión y preparación para enfrentar mejor las probables situaciones de crisis, por otra parte se vio la necesidad de inculcar a los más pequeños este hábito ya que desde el hogar y la escuela se debe enseñar a como ser responsables con el dinero.

Al ser responsables con el dinero se tiene un mejor panorama de cómo afrontar los problemas de la vida real, a reducir el nivel de endeudamiento que en la actualidad se vive ya que los datos demuestran que las personas gastan sus ingresos aun sin haberlos percibido lo que indica que como consumidores estamos a merced de estrategias de mercadeo que hacen que la obtención de ciertos productos sean necesarios cuando realmente no es así.

### **1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

#### **1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA**

En la actualidad en muchos hogares de Honduras se vive una mala experiencia en cuanto a la forma de invertir sus ingresos y a cómo reducir los gastos, muchos de estos impases son debido a la inflación y aunado a los impactos provocados por los acontecimientos políticos que se desarrollan en el país, se ha generado un menor dinamismo en la actividad económica nacional aunque con señales de estabilización evidenciadas en el comportamiento del IMAE, (Índice Mensual de Actividad Económica).

Estos datos corresponden a los resultados que arroja el monitoreo de los precios en general para el 2013 el Banco Central de Honduras (BCH).

A pesar de que recientemente se han observado signos de una mejoría en las condiciones financieras mundiales, así como en los flujos internacionales de capital, muchas empresas siguen cerrando operaciones, el empleo continuo cayendo y el consumo de los hogares se mantiene débil, por lo que se prevé una recuperación lenta y prolongada.

Es de hacer notar que con precios altos y difícil acceso a los alimentos, las familias tienen dos opciones: dedicar una mayor parte de su presupuesto a la misma canasta básica o dejar de consumir ciertos productos, es por ello que los hábitos de compra del consumidor varían de forma notoria.

Según el estudio del Banco Mundial, los disturbios ocasionados por la inseguridad alimentaria se van a seguir produciendo, sustentando que vivimos en un mundo en que los precios de alimentos son altos, y además se sigue generando hambruna y crisis humanitarias. (Banco Central de Honduras, 2014). Por otra parte las estadísticas del BCH indican que la zona del Distrito Central cuenta con el mayor porcentaje de consumo a nivel nacional ya que gastan sus ingresos futuros como el decimocuarto mes de salario y aguinaldo antes de recibirlos, lo anterior nos indica que probablemente se nos educa para conseguir una profesión o para un empleo, pero no se nos enseña a cómo administrar nuestros ingresos ni cómo debemos proyectarlos para asegurar en el futuro que no nos haga falta nada.

### **1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Es factible identificar y aplicar un mecanismo para mejorar la actitud hacia la cultura de ahorro y reducir el endeudamiento de la sociedad hondureña?

### **1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

a) ¿Qué alternativa sería más viable para mejorar la actitud hacia el ahorro y consumo de la población hondureña?

- b) ¿Qué factores influyen en el hábito de ahorro y consumismo de la población hondureña?
- c) ¿En que gastan sus ingresos y que aspectos influyen en el nivel de endeudamiento las personas?
- d) ¿Qué se debe proponer y aplicar para lograr un cambio en la cultura de ahorro y consumo de la población hondureña?

## **1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la actitud hacia la cultura de ahorro y consumismo en el Municipio del Distrito Central, mediante una iniciativa a nivel educativo (Escuelita Financiera) incluyendo el análisis de las variables ingreso, ahorro y consumo.

### **1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- 1.- Identificar los factores que influyen en la cultura de ahorro, nivel de endeudamiento y comportamiento de consumo de la población hondureña.
- 2.- Analizar el comportamiento de consumo de bienes y servicios de acuerdo a los ingresos de las familias.
- 3.- Definir alternativas para mejorar el comportamiento del consumidor analizando la información recibida y experiencias afines en otros países.
- 4.- Proponer una iniciativa a nivel educativo (Escuelita Financiera) que ayude a mejorar la conciencia en cuanto al ahorro y manejo financiero de los propios recursos.

## **1.5 JUSTIFICACIÓN**

Para muchas personas el dinero les permite lograr una sensación de poder y a la mayoría a llegar a un estado de seguridad, a una sensación de estar en control de nuestras vidas. Eso es fácil de alcanzar muchas veces sin necesidad de ganar más y esto se puede

lograr siguiendo consejos y recomendaciones de asesores financieros, es decir teniendo una cultura de ahorro y una buena educación financiera.

Tener bien claro el concepto de lo que es Seguridad Financiera es primordial ya que la Seguridad es un concepto abstracto y relativo. Al igual que otros, tiene diversas interpretaciones y valoraciones objetivas y subjetivas, así como también especializadas. En su sentido etimológico Seguridad significa Calidad de Seguro (del Latín Securitas) lo que implica fianza o indemnización en materia de intereses monetarios.

El Diccionario de la Lengua Española agrega lo siguiente: Seguridad, que se aplica a un ramo de la Administración Pública cuyo fin es el velar por la Seguridad de los ciudadanos. "se aplica también a ciertos mecanismos que aseguran algún buen funcionamiento, precaviendo que éste falle, se frustre o se violente".

En sentido semántico, Seguridad se interpreta como un ambiente estable y por consiguiente previsible, donde no existen temores mayores de daño o de perjuicio a las personas y a sus pertenencias.

Pero existe además, una interpretación subjetiva del término cuando se le relaciona con la sensación de confianza que puede tener la persona o el grupo social, con respecto al ambiente en que se desenvuelve. Algunos sinónimos de seguridad: solidez, certeza plena, firme convicción, confianza, fianza, garantía, ofrecimiento de cumplir o hacer en un determinado plazo, sistema de prevención racional y adecuada.

Es por ello que surge el concepto de Educación financiera de acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, la Educación Financiera, es el proceso mediante el cual, tanto los consumidores como los inversionistas financieros logran un mejor conocimiento de los diferentes productos financieros, sus riesgos y beneficios, y que mediante la información o instrucción, desarrollan habilidades que les permiten una mejor toma de decisiones, lo que deriva en un mayor bienestar económico (OECD, 2005).

Si las personas cuentan con educación financiera, pueden tomar mejores decisiones, contribuyen a la estabilidad del sistema financiero, apoyando con ello a la banca central, además de que se fortalece la bancarización (inclusión financiera) y se dota de herramientas, sobre todo a los jóvenes, que les permitan un mejor desarrollo.

A pesar de que una de las funciones básicas de un banco no es la educación financiera, Kenneth Coates, en su momento, Director del Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA) recuerda que las funciones básicas de la banca central son la estabilidad de precios y la estabilidad del sistema financiero, y que dentro de ese contexto, se puede ubicar a la educación financiera como una actividad de apoyo para alcanzar los fines anteriores, ya que la estabilidad señalada puede mejorar si se tiene una sociedad educada (Coates, 2009)

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

#### **2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO**

La teoría económica moderna del consumo, pone énfasis en las decisiones que se toman a lo largo de toda la vida. Inicialmente la hipótesis del ciclo vital hacía hincapié en las decisiones sobre la forma de mantener un nivel de vida estable ante las variaciones que experimenta la renta a lo largo de la vida, mientras que la teoría de la renta permanente centraba la atención en la predicción del nivel de renta de que dispone un consumidor a lo largo de toda su vida.

Actualmente estas dos teorías casi se han fusionado. La función de consumo supone que la conducta de los individuos en un periodo dado está relacionada con la renta que tienen en ese período. La hipótesis del ciclo vital considera por el contrario que los individuos planifican el consumo y el ahorro para un largo periodo con el fin de distribuir el primero de la mejor manera posible.

En lugar de basarse en un único valor de la propensión marginal a consumir, la teoría del ciclo vital implica que las propensiones marginales a consumir a partir de la renta permanente, de la renta transitoria y de la riqueza son diferentes. Parte del supuesto clave de que la mayoría de las personas elige un estilo de vida estable: en general no ahorran frenéticamente durante un periodo para derrochar durante el siguiente sino que consumen más o menos la misma cantidad durante todos los períodos. (Fischer D.2004)

Otro punto importante es la política monetaria ya que representa una alternativa de que dispone el gobierno para mover los niveles de la demanda global en deseada dirección de la oferta global de pleno empleo. Esta política tiene efectos sobre varios componentes de la demanda agregada, a través de la modificación del nivel de la tasa de interés y de la disponibilidad monetaria del sistema.

Rosseti (2005) afirma: “Existe una correlación entre la oferta monetaria y el desempeño normal de las actividades de oferta y de demanda globales. Una insuficiente oferta monetaria, provocando el racionamiento del crédito, no solo eleva la tasa de interés, volviendo financieramente irrealizables muchos proyectos de inversión, sino que también contrae los gastos de consumo; como consecuencia tendrá efectos negativos sobre los niveles de la demanda global, con los consiguientes reflejos sobre los niveles de la oferta y del empleo”.

Por el contrario, una oferta monetaria exagerada puede provocar baches inflacionarios, elevando los niveles nominales del poder adquisitivo y de la demanda por encima de la oferta global de pleno empleo. Entre estas dos posiciones opuestas debe haber un nivel adecuado de oferta monetaria y de crédito, suficiente para activar el sistema, sin desajustes deflacionarios o inflacionarios.

En el momento en que el suministro monetario mantenga relaciones con los flujos reales de la economía, el gobierno puede utilizar la política monetaria regulando la oferta de crédito para influenciar la demanda y la oferta globales. La dirección de esa política, en periodos de baja demanda global, será para aumentar la irrigación monetaria a fin de que por la baja de la tasa real de intereses y por la expansión del poder adquisitivo derivada de mayor volumen de crédito, puedan estimularse los flujos de consumo y de inversión del sector privado. En periodos de demanda inflacionaria, la política monetaria debe asumir una dirección restrictiva, con la consecuente reducción de la liquidez del sistema.

Uno de los estudios del Banco Mundial sobre la situación de los países de América Latina respecto a la desigualdad de sus habitantes se llegó a la conclusión que todos sabemos: Karl A. Menninger (2014) afirma: “El continente enfrenta enormes desigualdades con escandalosas situaciones de pobreza y marginación”, un ejemplo alarmante lo encontraron en Honduras, donde un 75 % de la población vive con menos de (2) dos dólares al día.

### 2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO

Una de las facetas más importantes de la actividad económica es el consumo. Por lo tanto el estudio del comportamiento del consumidor es muy importante no solo para las empresas que ofrecen bienes y servicios sino también para los gobiernos preocupados por el nivel de vida y por la capacidad de consumo de la población hondureña.

Rosa M. Pujol, (1996) indica “Una unidad de consumo básica en la economía es la familia. La economía doméstica puede estar compuesta por una familia, un grupo o un único individuo, que reúnen sus recursos y llevan a cabo de manera unitaria su consumo. La decisión sobre lo que ha de comprarse el consumidor, se ve limitada o restringida por la cantidad de dinero que pueda gastarse. Para la mayoría de la gente hay una fuerte discrepancia entre lo que quiere y lo que desea comprar, el resultado final surge de la interacción entre lo que desea el consumidor y sus ingresos”.

Hablando en términos generales podemos decir, que el consumidor adoptará sus decisiones orientándolas para conseguir el máximo de satisfacción o de felicidad que puede alcanzar. Por costumbre suele usarse el término de utilidad para hablar de la satisfacción que obtiene el consumidor para poner énfasis en el hecho de que se trata de la satisfacción derivada del consumo de bienes y servicios.

La utilidad es un concepto totalmente subjetivo. Refleja tan sólo los gustos y preferencias de un consumidor individual. Sin embargo el consumidor al intentar maximizar su utilidad distribuirá su gasto de manera que no exista ninguna alternativa que le proporcione mayor satisfacción entre todas las posibles o alcanzables. Para que esto ocurra, es necesario que la utilidad proporcionada por el último céntimo de gasto o gasto marginal, de cada bien sea exactamente igual. En caso contrario podría incrementar su utilidad reduciendo el consumo de algunos bienes e incrementando el de otros.

Hay otros aspectos importantes del consumo como ser los precios a los que se compran los distintos bienes en cantidades observables, así como los ingresos del consumidor que

determina y limita su poder de compra. Podemos analizar el comportamiento del consumidor ante variaciones en los precios o en los ingresos disponibles, suponiendo que sus gustos vienen dados también se puede evaluar la conciencia financiera que esta a su vez tiene. Rosa M. Pujol, (1996) afirma:

La influencia de estos factores puede describirse a través de la curva de demanda, que relaciona la cantidad que el consumidor está dispuesto a comprar y el precio de venta del bien. Se supone que el consumidor compra combinaciones y cantidades de bienes que maximicen su utilidad con la restricción sobre el gasto total impuesta por su nivel de ingreso. Hay una relación inversa entre precio y cantidad demandada: Cuando el precio es bajo, la cantidad demandada aumenta, si el precio es alto, la cantidad demandada disminuye. (p. 96)

También se le conoce como elasticidad precio, que mide la sensibilidad de la cantidad demandada a las variaciones del precio y esta puede ser demanda elástica o demanda inelástica.

### **2.1.3 ANÁLISIS INTERNO**

En una investigación reciente, El Foro Social de la Deuda Externa y Desarrollo en Honduras, FOSDEH, reveló que la Deuda Pública en Honduras es insostenible, poniendo a un más en precarias condiciones la vida de la ciudadanía.

Mauricio Díaz Burdett, coordinador del FOSDEH dijo: “Ha habido un proceso de endeudamiento favorecido por un asunto técnico muy delicado y que además no se puede negar que se ha gastado en nombre de los pobres más de 307 mil millones de lempiras desde el año 2000 hasta la fecha”.

Burdett asegura que lo más delicado es que se están extrayendo recursos de los institutos de jubilación y pensión como por ejemplo el Instituto Nacional de Jubilaciones y Pensiones de Empleados Públicos (INJUPEMP) y el Instituto Nacional de Previsión del Magisterio (INPREMA), esto significa que se está poniendo en precariedad la seguridad de muchas personas.

El alto endeudamiento son medidas que recaen sobre la población que ve afectada no sólo su economía familiar sino sus derechos humanos.

Uno de los factores que enmarcan la problemática actual es la pobreza que abate a los hondureños/as, nos dice que desde 1990 que se iniciaron los Programas de Ajuste Estructural de la Economía del modelo neoliberal imperante, los niveles de pobreza no experimentan una disminución significativa, sino un aumento absoluto, desde 1990 hasta el 2009 la pobreza bajo un promedio de apenas 0.6% anual, según los indicadores oficiales, esto significa demasiado poco para el enorme sacrificio social de la población. (Karl A Menninger, 2014)

La tasa de incidencia de la pobreza para el 2007 era de 63% del total de los hogares y la pobreza extrema se encontraba en 42.6%, lo que denota el poco impacto de las acciones de los programas de compensación de la Estrategia de Reducción de la Pobreza focalizados hacia esa población a nivel rural y el fracaso de los programas asistencialistas, como lo son el Fondo Hondureño de Inversión Social (FHIS), el Programa de Asignación Familiar, (PRAF) y la Red Solidaria esta última impulsada por el Gobierno del defenestrado presidente Zelaya, como su principal estrategia de combate a la pobreza y que fue fuertemente cuestionada por diversos sectores e incluso la cooperación internacional en su implementación, transparencia y eficacia.

Bajo esta circunstancia de pobreza en el país podemos establecer que en la actualidad con o sin crisis política, la mayoría de los hogares hondureños buscan sobrevivir, pero pagando caro el precio de su desintegración familiar, ya sea porque miles de compatriotas deciden emigrar, como por el incremento de la participación laboral y económica de mujeres y niños/as. Claro está que la situación política, actual ha recrudecido la situación y el panorama para los menos favorecidos de la sociedad es poco esperanzador de no encontrarse una pronta solución al conflicto.

## 2.2 TEORÍAS

### 2.2.1 INGRESO DISPONIBLE

El Banco Central de Honduras (2014) afirma que el ingreso disponible: “Es el ingreso nacional recibido por las familias provenientes de todas las fuentes (salarios, intereses, transferencias, etc.) menos los impuestos”.

El análisis de este tema se basa en gran medida en la teoría de consumo para el ciclo de vida. Cada individuo recibe un flujo de ingresos a través de su vida y debe definir una trayectoria de consumo que sea coherente con dichos ingresos.

Existen modelos formales, donde explica la vida se divide en una serie de periodos, que pueden ser años o intervalos de varios años. En cualquier periodo dado una familia puede consumir menos o más que el ingreso de ese periodo.

Lo que nos dice esta teoría es que las familias deciden su consumo de hoy en función de sus expectativas sobre su ingreso futuro, así como de la tasa de interés que pueden tener sobre el ahorro y la tasa de interés que deben pagar cuando se endeudan.

Felipe Larraín y Jeffrey Sachs F. L., (2002) afirman:

El ingreso disponible es, por lo tanto, el ingreso que la familia gana en un cierto periodo y que queda disponible para ser consumido o ahorrado. Para llegar al ingreso personal disponible a partir del ingreso nacional es necesario hacer tres ajustes elementales: primero, una fracción de la utilidad de las empresas se queda en ellas y no se distribuye a los individuos. Esta parte del ingreso nacional se resta para calcular el ingreso disponible en las familias, Segundo, se resta la fracción del ingreso que si obtiene el individuo pero pasa al gobierno en la forma de impuestos directos y Tercero, el gobierno realiza transferencias a ciertas personas que aumentan el ingreso que obtienen en el mercado: seguro social, seguro de desempleo, aportes de bienestar y demás.

Estas transferencias se suman al ingreso nacional para obtener el ingreso disponible. Luego de hacer todos estos ajustes, llegamos finalmente al ingreso personal disponible. Existe un modelo de dos periodos donde demuestra que el consumo de hoy depende del ingreso familiar de toda la vida. De hecho, depende del ingreso de toda la vida desde un punto de vista interesante, que describió por primera vez el Premio Nobel Milton Friedman en un estudio al que llamó "teoría del ingreso permanente".

Esta teoría fue formulada en 1957, se basa en la idea de que el consumo y el ahorro no son función del ingreso corriente, sino de dos tipos de ingresos: El ingreso permanente, definido como el ingreso futuro esperado. El ingreso transitorio o no esperado, de naturaleza estocástica<sup>1</sup>. Ante un incremento de la renta, la persona discernirá si se trata de un aumento permanente o transitorio. Felipe Larraín y Jeffrey Sachs F. L., (2002) afirma:

Un incremento transitorio de la renta no influye en el consumo corriente, y por lo tanto, se ahorra casi en su totalidad, aumentando la riqueza del individuo, y consecuentemente su consumo futuro. El mismo razonamiento es válido en términos agregados. Choques exógenos a una economía, como un incremento de los términos de intercambio, favorecerían, bajo esta hipótesis el ahorro total.

El análisis de este tema parte de la teoría de los ciclos de la vida para el consumo y el ahorro: La familia percibe un flujo de ingresos durante su vida, que se extiende por varios períodos o años y por tanto, necesita seleccionar una trayectoria de consumo a través de su vida que sea consistente con sus ingresos a lo largo de este mismo lapso. En cualquier período dado, la familia puede consumir menos o más que su ingreso en tal período. Si consume menos y ahorra más, con el tiempo, ese ahorro se usará para pagar un consumo más amplio en algún período futuro. Si consume más, se ve obligada a desahorrar en el período actual y, como resultado, su consumo futuro se reducirá.

---

<sup>1</sup> Que está sometido al azar y que es objeto de análisis estadístico (Diccionario de la Real Academia Española)

Dichas decisiones, generalmente se basan en las expectativas sobre los ingresos futuros y los intereses que podrán ganar sobre su ahorro. Por tanto, este proceso de toma de decisiones posee un carácter intertemporal, ya que se supone que las familias pesan sus decisiones de consumo cuidadosamente.

La idea de Friedman es que el consumo presente debería estar determinado por algún tipo de promedio entre el ingreso anual y el futuro, no solo por el ingreso actual. Friedman ilustró esta teoría poniendo el caso de un agricultor que sufre fuertes variaciones de su ingreso entre un año y otro a causa de las fluctuaciones de las cosechas y de los precios agrícolas. Suponiendo que el agricultor tuvo un pésimo año, muy por debajo del promedio, ¿disminuirá su consumo violentamente como respuesta al mal año, o basará su consumo en su ingreso promedio o permanente? Si el agricultor maximiza la utilidad intertemporal, y puede endeudarse o prestar su dinero entre periodos, lo razonable será que mantenga su consumo en su nivel promedio incluso en el año específico en que su ingreso fue muy bajo. (Felipe Larraín y Jeffrey Sachs F. L., 2002)

## **2.2.2 LA TEORIA GENERAL**

La teoría general de la ocupación, el interés y el dinero, fue la obra cumbre de Keynes, publicada en 1936. La reacción inicial a este trabajo no fue universalmente favorable, pero gran parte de la esencia de su pensamiento pasó pronto a formar parte de la doctrina económica normalmente aceptada. Durante la II Guerra, publicó un pequeño tratado titulado *Cómo pagar la guerra* en 1940, en el que desarrolló el concepto del "bache inflacionista" propuso préstamos forzados, unas veces descritos como ahorros forzados y otras como pagos diferidos para financiar la guerra.

Posteriormente representó a Inglaterra en la conferencia de Bretton Woods en 1944, en la que se debatió el proyecto de creación del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial y también en otras negociaciones internacionales. Abogó por una organización financiera internacional con importantes posibilidades de expansión

monetaria. Su plan no fue adoptado en aquel momento pero sí llegó a realizarse parcialmente más tarde.

Según Keynes John Maynard, (2009):

En la evolución del pensamiento de Keynes las ideas expresadas en la teoría general representan un desplazamiento desde la estabilización de los precios como objetivo de la política pública, a la estabilización de la renta y del empleo a altos niveles. La esencia de esta obra se puede resumir así: La renta nacional es igual a la suma de los gastos de consumo e inversión. Una renta nacional de subempleo indica que los gastos son deficientes.

Entre los gastos de consumo e inversión, los de consumo son más pasivos y tienden a variar como respuesta a las variaciones de la renta. Las variaciones de la renta están originadas por las variaciones de la inversión, a las que reflejan en forma ampliada.

El gasto de inversión está determinado por la relación existente entre la tasa de retribución de la inversión esperada y el tipo de interés. El tipo de interés refleja la preferencia del público por mantener parte de sus haberes en forma líquida.

El gasto deficiente, es decir, insuficiente para generar el pleno empleo, puede ser aumentado mediante el estímulo del consumo y de la inversión. La inversión privada puede ser complementada mediante la inversión pública, o sea, por el gasto compensatorio de las autoridades públicas, que dará por resultado una "economía compensatoria" y la socialización parcial de la inversión.

Keynes construyó esta teoría con la ayuda de un instrumento analítico:

En primer lugar, la función de consumo o propensión al consumo, es decir, la relación funcional entre el consumo y la renta. Formulada en forma media o marginal y tiene su contraparte en la propensión al ahorro, siendo la suma de ambas propensiones igual a la renta o unidad. La relación entre el consumo y la renta se supone bastante estable, y no fija, y ello facilita las predicciones acerca de las cantidades que los consumidores desembolsarán de las diferentes e hipotéticas rentas.

En segundo lugar, el multiplicador, inversamente relacionado con el ahorro, y definido como el inverso de la propensión marginal al ahorro, el cual indica la forma que una variación de la inversión origina una variación múltiple del gasto de consumo y, por lo tanto, de la renta. Para una propensión al consumo determinada, el multiplicador hacía posible calcular las variaciones de la renta producidas por las variaciones de la inversión.

El tercer elemento del instrumento analítico de Keynes es la relación entre el ahorro y la inversión, considerada nuevamente en la Teoría general.

En el tratado el ahorro y la inversión son considerados como desiguales, en ésta son descritos como iguales por definición, al ser descritos ambos como la diferencia existente entre la renta y el consumo durante el mismo período.

Sin afectar a la esencia del argumento de Keynes, muchos intérpretes de su pensamiento prefieren, sin embargo, una diferente formulación, en la que se distingue entre el ahorro ex- ante o planeado y el ahorro ex-post o realizado. (Keynes John Maynard, 2009)

En esta interpretación, mientras el ahorro ex-post es definido, al igual que la inversión, como la diferencia entre la renta y el consumo del mismo período, con lo que el ahorro y la inversión son por definición iguales entre sí, el ahorro ex ante es considerado como la diferencia entre el consumo de un período y la renta del período precedente.

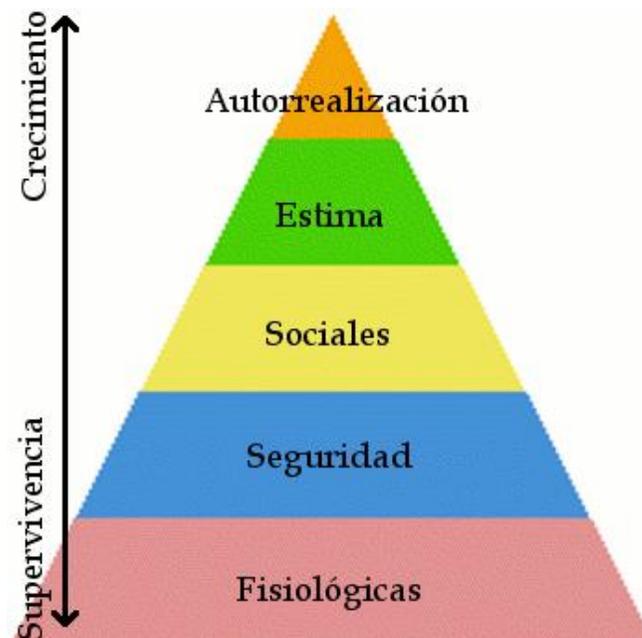
El ahorro ex- ante puede ser menor o mayor que la inversión; en el primer caso, la renta y el ahorro se elevarán consiguientemente durante los períodos siguientes hasta que el ahorro ex -ante, el ahorro ex-post y la inversión sean iguales entre sí cuando se alcance la renta de equilibrio.

En el segundo caso, la renta, y con ella el ahorro, bajarán durante los períodos siguientes hasta que hayan descendido hasta el nivel de equilibrio.

### 2.2.3 TEORIA DE LA PIRAMIDE DE LAS NECESIDADES DE ABRAHAN MASLOW

Abrahán Maslow, psicólogo humanista, propuso una pirámide de cinco necesidades: fisiológicas, de seguridad, sociales, de estima y de realización personal. Maslow argumentaba, en términos de motivación, que cada estrato de la pirámide debía ser satisfecho antes de activar el siguiente nivel, y que cuando una necesidad quedaba sustancialmente satisfecha, esta dejaba de motivar el comportamiento.

Cabe decir que Stephen P. Robbins (2002) afirma que “la pirámide de las necesidades sigue siendo la teoría más conocida de la motivación genera”. (p. 37)



**Figura 1. Pirámide de las necesidades de Maslow.**

Fuente: Abraham H. Maslow (1991. p. 24)

Para vender productos y servicios, los publicistas realizan sus campañas de forma que atraigan a los clientes potenciales. La jerarquía de las necesidades de Maslow proporciona un marco de referencia para alcanzar los clientes potenciales.

Cloninger (2003) afirma “Muchos productos pueden considerarse desde varios niveles de necesidad. La comida por ejemplo satisface necesidades fisiológicas, pero también es relevante para las necesidades de estima”. (p. 459)

En la actualidad en el mundo del marketing la jerarquía de las necesidades de Maslow, es una valiosa herramienta que puede ser utilizada por los mercadólogos en la fase de segmentación para identificar apropiadamente el mercado meta de sus productos o servicios.

Y así surge la tarea importante para los mercadólogos, y es la de determinar que necesidades relacionadas con el producto predominan entre los diferentes clientes, y después, transformar esas necesidades en deseos.

La publicidad influye en las personas y lo que busca es que las personas salten la jerarquía de la pirámide de Maslow y de un solo pasen a la necesidad de estima y autorrealización ya que es un factor psicológico y buscan que las personas se sientan bien y así tener incentivos para poder consumir productos y servicios.

## **2.2.4 FUENTE DE INGRESOS DE LOS HOGARES**

### Ingresos

Los ingresos percibidos por los ocupados por concepto de sueldo, salario, jornal, beneficio o ganancia, tanto en la ocupación principal como en la secundaria, así como los ingresos provenientes de pensiones, subsidios, alquileres, intereses, bonos, ayudas familiares, ayudas particulares, remesas del exterior y otros (los cuales no están incorporados en los resultados).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas (2010) “Los ingresos monetarios son los obtenidos en moneda nacional o extranjera (al cambio oficial). En la encuesta de hogares se identifica el pago en especies pero no se cuantifica”.

En el caso de los hogares hondureños su principal fuente de ingreso la constituye los ingresos provenientes de los salarios (47.0%) y las ganancias como cuenta propia (34.9%), así mismo, destacan los ingresos por remesas del exterior y las ayudas familiares.



**Figura 2. Fuente de ingreso de los hogares**

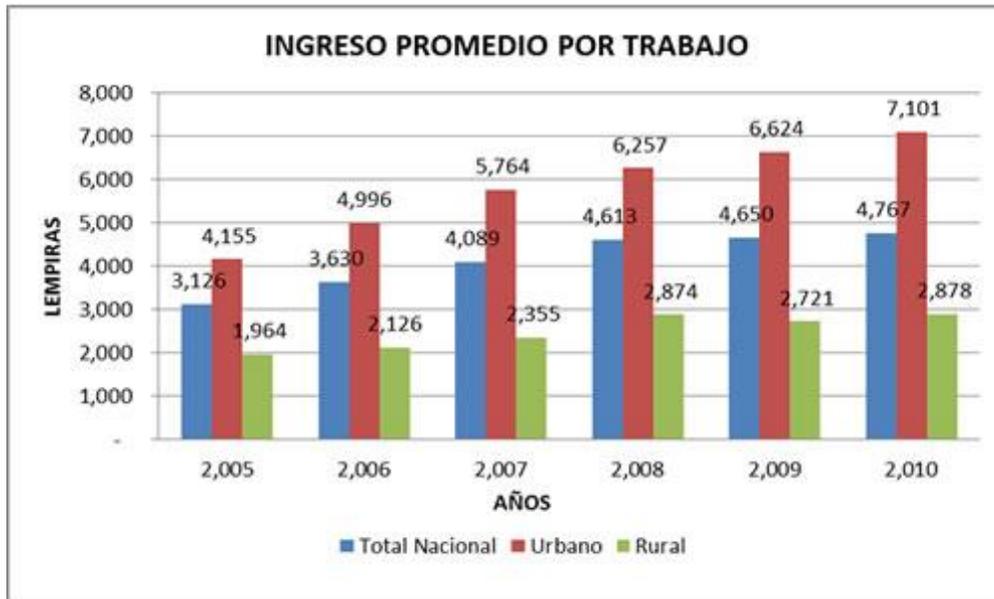
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (2010)

### 2.2.5 INGRESO PROMEDIO POR TRABAJO

#### Ingreso por trabajo

Se consideran en esta categoría los ingresos percibidos por los ocupados por concepto de sueldo, salario, jornal, beneficio o ganancia, tanto en la ocupación principal como en la secundaria.

Para mayo de 2010 se estiman en 3, 253,980 los ocupados del país. De estos los que si declaran recibir ingresos a cambio de su trabajo, tienen un ingreso promedio por trabajo a nivel nacional de Lps. 4,767.00 por mes; este ingreso es mayor en el área urbana (Lps. 7,101.00) que en el área rural (Lps. 2,878.00)



**Figura 3. Ingreso Promedio por trabajo**

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (2010)

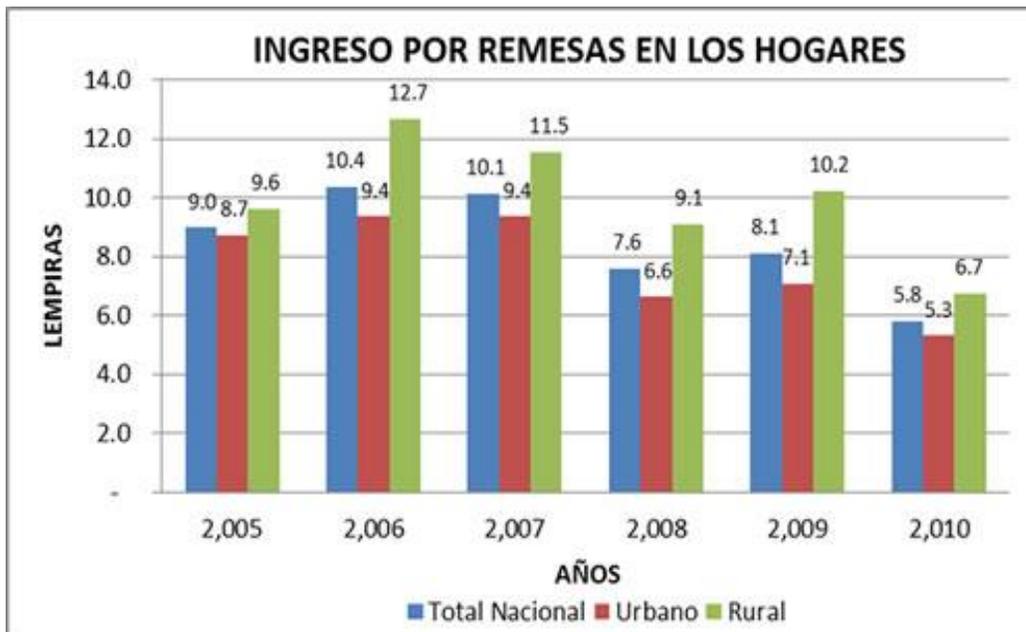
Aunque el sector público tiene menos empleados que el sector privado, los ingresos en el primero son mayores (Lps. 11,277.00 y Lps. 4,940.00 respectivamente). Los resultados de la EPHPM demuestran que los ingresos serán mayores a medida que sea mayor el nivel educativo de las personas. El ingreso promedio mensual de una persona ocupada que no tiene educación formal es de Lps. 1,972.00; con educación primaria llega a Lps. 3,376.00 y puede llegar a Lps.13,848.00 con educación superior. Este comportamiento de los ingresos no distingue entre categorías ocupacionales y es el mismo para asalariados del sector público y empresa privada como para los cuenta propia.

## 2.2.6 INGRESO POR REMESAS

### Remesas

Se consideraran las transferencias de los trabajadores y las compensaciones de los empleados, ambos en dinero, así como en especie. Tomando como periodo de referencia los últimos 3 meses.

En relación a las fuentes de ingreso de los hogares para mayo de 2010 las remesas del exterior constituyen la tercer fuente de ingreso del hogar representando el 5.8% superado únicamente por los salarios (47.0%) y las ganancias como cuenta propia (34.9%). Además es interesante notar que las remesas son una fuente importante de ingreso para el hogar en el área rural que representan el 6.7% de los ingresos de los hogares.



**Figura 4. Ingreso Promedio por remesas**

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (2010)

Se resalta el hecho que después del ingreso por trabajo las remesas del exterior son la mayor fuente de ingreso del hogar, en vista que estas contribuyen de manera significativa al soporte de la economía hondureña.

### **2.2.7 EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

Una de las facetas más importantes de la actividad económica y financiera es el consumo. Por lo tanto el estudio del comportamiento del consumidor es muy importante no solo para las empresas que ofrecen bienes y servicios sino también para los gobiernos preocupados por el nivel de vida y por la capacidad de consumo de la población.

Según Rosa M. Pujol (1996) “Una unidad de consumo básica en la economía es la familia. La economía doméstica puede estar compuesta por una familia, un grupo o un único individuo, que reúnen sus recursos y llevan a cabo de manera unitaria su consumo. La decisión sobre lo que ha de comprarse el consumidor, se ve limitada o restringida por la cantidad de dinero que pueda gastarse”. Para la mayoría de la gente hay una fuerte discrepancia entre lo que quiere y lo que desea comprar, el resultado final surge de la interacción entre lo que desea el consumidor y sus ingresos.

Hablando en términos generales podemos decir, que el consumidor adoptará sus decisiones orientándolas para conseguir el máximo de satisfacción o de felicidad que puede alcanzar. Por costumbre suele usarse el término de utilidad para hablar de la satisfacción que obtiene el consumidor para poner énfasis en el hecho de que se trata de la satisfacción derivada del consumo de bienes y servicios.

La utilidad es un concepto totalmente subjetivo. Refleja tan sólo los gustos y preferencias de un consumidor individual. Sin embargo el consumidor al intentar maximizar su utilidad distribuirá su gasto de manera que no exista ninguna alternativa que le proporcione mayor satisfacción entre todas las posibles o alcanzables.

Para que esto ocurra, es necesario que la utilidad proporcionada por el último céntimo de gasto o gasto marginal, de cada bien sea exactamente igual. En caso contrario podría incrementar su utilidad reduciendo el consumo de algunos bienes e incrementando el de otros.

Hay otros aspectos importantes del consumo como ser los precios a los que se compran los distintos bienes en cantidades observables, así como los ingresos del consumidor que determina y limita su poder de compra. Podemos analizar el comportamiento del consumidor ante variaciones en los precios o en los ingresos disponibles, suponiendo que sus gustos vienen dados.

Rosa M. Pujol, (1996) afirma:

La influencia de estos factores puede describirse a través de la curva de demanda, que relaciona la cantidad que el consumidor está dispuesto a comprar y el precio de venta del bien. Se supone que el consumidor compra combinaciones y cantidades de bienes que maximicen su utilidad con la restricción sobre el gasto total impuesta por su nivel de ingreso. Hay una relación inversa entre precio y cantidad demandada: Cuando el precio es bajo, la cantidad demandada aumenta, si el precio es alto, la cantidad demandada disminuye.

También se le conoce como elasticidad precio, que mide la sensibilidad de la cantidad demandada a las variaciones del precio y esta puede ser demanda elástica o demanda inelástica.

“Existen algunos bienes que la gente compra cuando tiene bajos niveles de renta, pero que deja de comprar y sustituye por otros más caros al crecer sus ingresos, y al revés, si los ingresos disminuyen volverá a la posición anterior, comprando mayores cantidades del bien más barato. Los bienes que se caracterizan por un aumento de su consumo al disminuir la renta suelen llamarse bienes inferiores, puesto que son sustitutos inferiores de otros bienes más caros que los consumidores solo podrán comprar en caso de disponer de mayores ingresos”.

Según Samuelson Nordhaus, (2005) si el precio del bien disminuye, es como si los ingresos de la persona que lo consume hubiesen aumentado. “El consumidor podrá comprar tanto como antes, y a un le quedará dinero para un gusto adicional o para su ahorro”. Este ingreso adicional, produce un efecto renta, al ajustar la persona su consumo de todos los productos al nuevo nivel de mayor poder adquisitivo. Si el bien no es un bien inferior, el efecto renta hará que el consumidor adquiera más cantidades del bien cuyo precio ha disminuido, lo que reforzara el efecto sustitución que significa una mayor demanda de aquel bien cuyo precio disminuye.

### **2.2.8 INFLACIÓN**

La inflación ocurre cuando el nivel general de precios se eleva. En la actualidad, calculamos la inflación mediante el uso de los índices de precios, esto es, promedios ponderados de los precios de miles de productos individuales. La inflación es tan antigua como las economías de mercado.

(Samuelson Nordhaus, 2005) indica que “La inflación no produce una pérdida directa de producción, como el desempleo. Cuando se analizan los costos de la inflación, es importante distinguir entre la inflación perfectamente prevista y tomada en cuenta en las transacciones económicas y la imperfectamente prevista o inesperada”.

La inflación perfectamente prevista es cuando una economía ha venido teniendo una determinada tasa de inflación, por ejemplo del 5%, durante mucho tiempo y que todo el mundo prevé correctamente que continuara siendo del 5%. En una economía de ese tipo, todos los contratos reflejarían la inflación esperada del 5%. La inflación imperfectamente imprevista es cuando los contratos están expresados en su mayoría en términos nominales.

Si una persona ha acordado pagar una cantidad de dinero en una determinada fecha y la inflación es inesperadamente alta, pagara en dinero más barato y saldrá ganando.

Naturalmente, si la inflación es más baja de lo previsto, saldrá perdiendo. De cualquiera de las dos formas, una persona sale ganando y otra sale perdiendo.

Esto significa que la posibilidad de que haya una inflación imprevista aumenta el riesgo. Ese riesgo adicional elimina algunos intercambios tanto en las empresas como entre en los consumidores que serían atractivos. Se trata de un claro coste de la inflación imprevista, aunque es bastante difícil de medir.

Existen claras pruebas internacionales de que cuando las tasas de inflación son altas, las tasas de crecimiento sostenido son bajas. La relación negativa no se debe a los costos de la inflación si no que, la tasa de inflación es un indicador de la capacidad general del gobierno para gestionar la economía. Como no existe ningún buen argumento a favor de unas elevadísimas tasas de inflación, un gobierno que esté generando una elevada inflación es un gobierno que ha perdido el control. (Fischer D., 2004)

### **2.2.8.1 TIPOS DE INFLACION**

Como las enfermedades, la inflación muestra distintos niveles de severidad. Lo habitual es clasificarlas en tres categorías:

#### Baja Inflación

Es aquella que se caracteriza por precios que suben en forma lenta y predecible. Podemos definirlos como tasas de inflación anual de un solo dígito. Cuando los precios están relativamente estables, las personas confían en el dinero porque retiene su valor de un mes a otro y un año a otro. Las personas están dispuestas a establecer contratos a largo plazo en términos monetarios puesto que tienen la confianza de que los precios relativos de los bienes que adquieren no se modificarán de manera relevante. En la última década, la mayoría de los países industrializados han experimentado baja inflación.

## Inflación Galopante

Es la que oscila entre dos y tres dígitos y que se mueve en un rango de 20, 100 o 200% al año y se le llama también inflación muy alta. La inflación galopante es más o menos común, en particular en los países que padecen de gobiernos débiles, guerras o revoluciones. En las décadas de los años setenta y ochenta, muchos países latinoamericanos, como Chile, Argentina y Brasil registraron tasas de inflación de 50 y 700% al año.

Según (Samuelson Nordhaus, 2005) “Una vez que la inflación galopante se presenta, provoca serias distorsiones económicas, en estas condiciones el dinero pierde su valor de manera muy rápida, por lo cual las personas solo conservan la cantidad mínima indispensable para sus operaciones diarias. Las personas acumulan bienes, compran casas y por ningún motivo prestan dinero a bajas tasas de interés nominal”.

## Hiperinflación

Si bien las economías parecen sobrevivir bajo inflación galopante, un tercer y mortal nivel toma el control cuando golpea el cáncer de la hiperinflación. Nada bueno puede decirse sobre una economía de mercado en la cual los precios están aumentando un millón o, incluso, mil millones por ciento al año.

Para los estudios de la inflación, las hiperinflaciones son muy interesantes porque destacan sus desastrosos efectos. El caso más documentado de hiperinflación tuvo lugar en la república Alemana de Weimar en la década de los años veinte. De enero de 1922 a noviembre de 1923, el índice de precios subió de 1 a 10 000 000 000.

Si una persona hubiese poseído bonos de 300 millones a principio de 1922, con dicha cantidad no hubiese comprado ni un dulce dos años después.

### **2.2.9 PRODUCTOS SUSTITUTOS Y EFECTOS SOBRE EL PRECIO**

Es el cambio en la cantidad demandada de un bien que resulta de un cambio en el precio relativo, una vez que se compensa al consumir por el cambio de su ingreso real. En otras palabras, si al cambiar el precio del bien varía el ingreso nominal de manera que el ingreso real permanezca constante, se producirá un cambio en la cantidad demandada del bien debido exclusivamente al cambio en su precio relativo.

El efecto sustitución actúa en dirección inversa al cambio en el precio relativo. Debido a esta relación inversa se dice que el efecto sustitución es siempre negativo.

Una de los determinantes de la posición de la curva de demanda es el precio de los bienes sustitutos y complementarios.

Roger Miller y Roger Meiners, (1990) “Definimos sustitutos como aquellos bienes cuya curva de demanda se desplaza hacia afuera cuando el precio de un bien relacionado aumenta”.

### **2.2.10 RELACION ENTRE EL CONSUMO Y POLITICA DE PRECIOS**

Se ha mencionado anteriormente que el precio está directamente relacionado con el concepto de calidad. El consumidor estima que un producto de calidad debe tener un precio adecuado, este aspecto psicológico del precio afecta y modifica la conducta de compra del consumidor.

El precio debe considerarse en muchas ocasiones, que es el único dato que el consumidor tiene sobre el producto y es fuente de diferenciación con respecto a otros productos de la competencia.

En una economía de mercado, todo producto o servicio tienen un precio. No obstante las empresas y compañías productoras no siempre saben con precisión cuál es el valor que el consumidor está realmente dispuesto a pagar por su producto o servicio.

### 2.2.11 EL AHORRO

En general el estudio del ahorro personal es complejo debido a que, para la mayoría de las personas, la decisión de ahorrar está rodeada de incertidumbre respecto de los ingresos futuros, la esperanza de vida, los probables problemas de salud, etc. y por la miopía con que se enfrenta el futuro, ligada al hecho que el único costo de una mala decisión en este sentido es el de ajustarse a un nivel de vida más bajo. Sin embargo, la literatura sobre el tema identifica algunos motivos, bastante heterogéneos, por los cuales las familias están dispuestas a sacrificar consumo presente con el objeto de mejorar su futuro bienestar.

La heterogeneidad está asociada tanto a características socioeconómicas, tales como los niveles de ingreso y la etapa de vida de las personas, como a las condiciones y hábitos de la población de cada país.

Raquel Szalachman, (2003) afirma:

Dentro de las razones que tienen las familias de menores ingresos para ahorrar, está la de contar con alguna alternativa de ahorro de carácter metódico que vincule este ahorro a un destino específico. Esta puede ser la vivienda, por la posibilidad de acceder a un bien altamente valorado, su baja liquidez y su reducida propensión a ser “consumido” o la educación, porque permite la acumulación de riqueza en capital humano, el acceso a mejores oportunidades laborales, y constituye, por ende, un medio para mejorar el ingreso permanente, elevar el estándar de vida y permitir la movilidad social.

Otra motivación importante es la formación de un monto de capital de trabajo, a fin de desarrollar alguna actividad productiva como microempresario, que permita mejorar sus perspectivas de ingresos en el corto o mediano plazo. Esta motivación se ve reforzada en aquellas economías en que se ha desarrollado algún sistema de acceso a microcrédito en que se exige un pequeño monto de capital inicial, en especial si se cuenta con algún tipo de apoyo de carácter institucional (como por ejemplo tasas de interés subsidiadas).

También está la motivación de establecer un fondo de recursos de carácter precautorio para enfrentar contingencias adversas o siniestros imprevistos, como importantes fluctuaciones en el ingreso, desempleo, enfermedades, accidentes, o sencillamente para enfrentar la vejez.

Finalmente las familias de menores ingresos ahorran para adquirir bienes durables tales como vehículos de transporte, muebles, artefactos electrodomésticos para el hogar, etc., que si bien una vez adquiridos son un gasto en consumo, con frecuencia dan origen a pequeñas cuentas de ahorro financiero hasta completar el monto requerido para su adquisición.

Detrás de estas motivaciones, un factor que aparece como importante para que las familias canalicen su ahorro a través del sistema financiero, es la confianza que inspire éste en términos de su solvencia y liquidez, y de contar con reglas del juego claras y estables en el tiempo (Raquel Szalachman, 2003). Para lograrlo se requiere el cumplimiento de una serie de factores.

## **2.3 CONCEPTUALIZACIÓN**

### **AHORRO**

Parte del ingreso disponible presente de un agente económico que no es gastado en consumo: requiere suprimir un consumo actual y diferirlo para algún momento en el futuro. Las dificultades de la medición del ahorro hacen que se hable de ahorro bruto y ahorro neto. El primero mide la parte del ingreso corriente que no se gasta en bienes de consumo, mientras el segundo resulta de descontar al ahorro bruto una estimación de la depreciación de la riqueza actual. (Observatorio Económico y de Emprendimiento, 2014)

### **CONSUMIDOR**

Todo agente económico que demanda bienes y servicios de consumo para satisfacer alguna necesidad específica. (Diccionario Economía - Administración - Finanzas – Marketing, 2014)

## **DEMANDA**

Cantidad de un bien o de un servicio que puede ser adquirida en un mercado, en cierto precio definido o durante una cantidad de tiempo dada. (Diccionario de la Real Academia Española).

## **EDUCACION FINANCIERA**

La educación financiera es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar. (OECD, 2005).

## **CONSUMO**

Acción por la cual los diversos bienes y servicios son usados y aplicados a los fines que están destinados, ya sea satisfaciendo las necesidades de los individuos o sirviendo los propósitos de la producción. La Economía considera el Consumo como el fin esencial de la actividad económica. (Cesar Sepúlveda, 2004).

## **INGRESO**

Es el pago del esfuerzo físico e intelectual que hacen las personas y por lo cual reciben una remuneración (Diccionario de la Real Academia Española).

## **ENDEUDAMIENTO**

Capacidad que tiene una persona de deber dinero sin caer en la morosidad. (Diccionario Economía - Administración - Finanzas – Marketing, 2014)

## **SALARIO MINIMO**

Es la cantidad mínima que puede percibir un trabajador por una jornada de 40 horas semanales; no obstante, puede ser mejorado por los convenios colectivos y los contratos de trabajo. Cuando se trabaje menos de 40 horas semanales el salario será proporcional al tiempo trabajado.

Cantidad mínima, fijada por la Administración, que debe percibir al menos cualquier persona por desempeñar un trabajo en jornada laboral completa. Su monto varía según la rama de actividad y el número de empleados con que cuenta la empresa o institución. (McGraw-Hill Educación, México, 2014)

## **DESEMPLEO**

Situación de la persona que está en condiciones de trabajar pero no tiene empleo o lo ha perdido. (Diccionario de la Real Academia Española).

## CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

### 3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

#### 3.1.1 LA MATRIZ METODOLÓGICA

**Tabla 1. La matriz metodológica**

Título	Problema	Pregunta de investigación	Objetivo		Variables	
			General	Específico	Independiente	Dependiente
"CULTURA DE AHORRO, EDUCACIÓN FINANCIERA Y SU EFECTO EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR"	¿Es factible identificar y aplicar un mecanismo para mejorar la actitud hacia la cultura de ahorro y reducir el endeudamiento de la sociedad hondureña?	a) ¿Qué alternativa sería más viable para mejorar la actitud hacia el ahorro y consumo de la población hondureña?	Contribuir a mejorar la actitud hacia la cultura de ahorro y consumismo de la sociedad hondureña, mediante una iniciativa a nivel educativo (Escuelita Financiera) incluyendo el análisis de las variables ingreso, ahorro y consumo, para crear una conciencia financiera en la población.	1.- Identificar los factores que influyen en la cultura de ahorro, nivel de endeudamiento y comportamiento de consumo de la población hondureña.	Ingreso	Educación Financiera (Escuelita Financiera)
		b) ¿Qué factores influyen en el hábito de ahorro y consumismo de la población hondureña?		2.- Analizar el comportamiento de consumo de bienes y servicios de acuerdo a los ingresos de las familias.		
		c) ¿En que gastan sus ingresos y que aspectos influyen en el nivel de endeudamiento las personas?		3.- Definir alternativas para mejorar el comportamiento del consumidor analizando la información recibida y experiencias afines en otros países.	Consumo	
		d) ¿Qué se debe proponer y aplicar para lograr un cambio en la cultura de ahorro y consumo de la población hondureña?		4.- Proponer una iniciativa a nivel educativo (Escuelita Financiera) que ayude a mejorar la conciencia en cuanto al ahorro y manejo financiero de los propios recursos.		

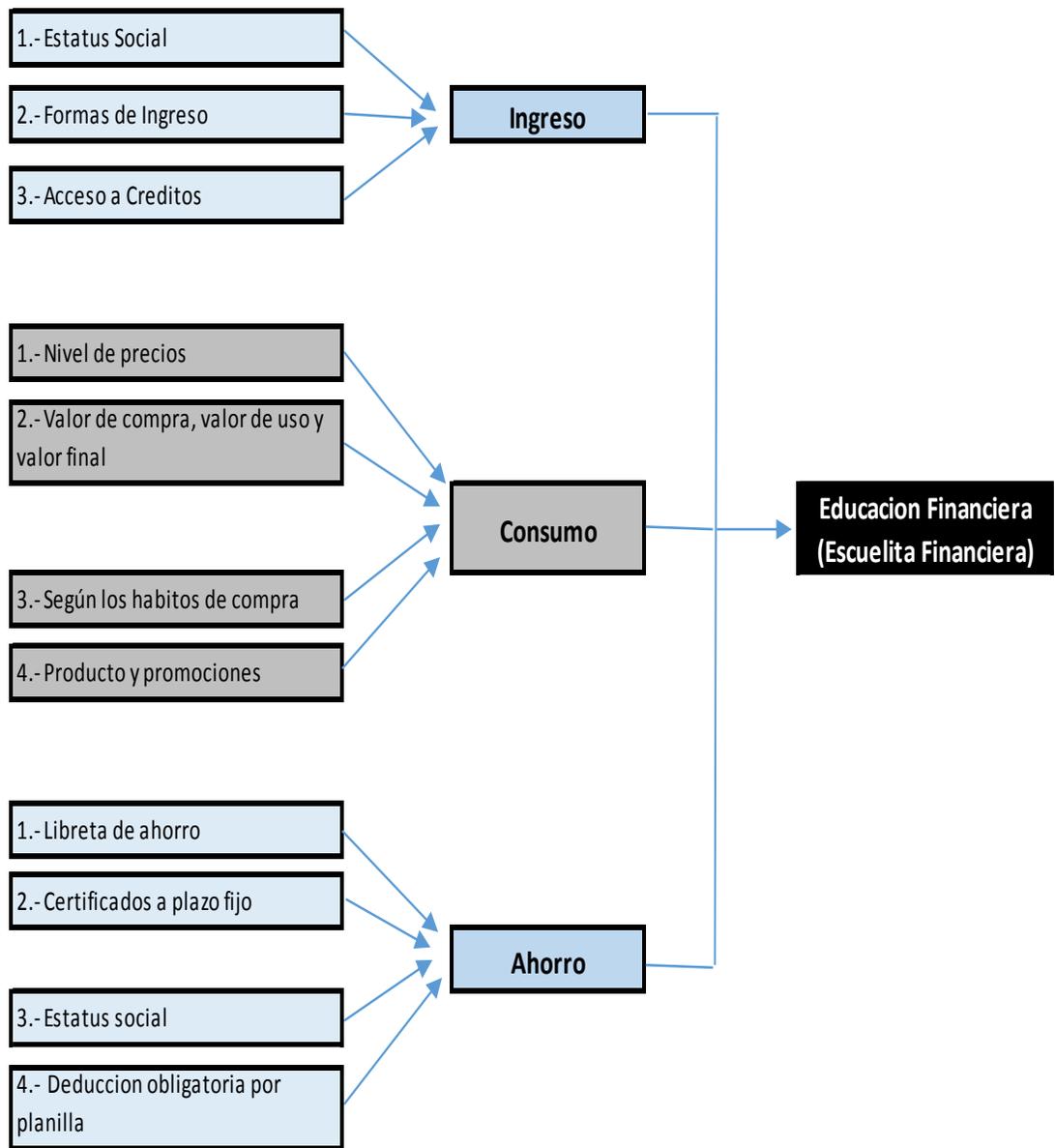
### 3.1.2 DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

Tabla 2. Definición Conceptual y Operacional de Variables.

Variable	Definición		Dimensiones	Indicador	Ítems	Categorías	Escala
	Conceptual	Operacional					
<b>Ingreso</b>	Es el Ingreso nacional recibido por las familias provenientes de todas las fuentes, (salarios, intereses, transferencias, etc.) menos los impuestos.	Es el pago del esfuerzo físico e intelectual que hacen las personas y por lo cual reciben una remuneración como ser un estatus social, formas de ingresos y acceso a créditos	1.- Estatus Social	1.- Salario Mínimo	1.- Considera usted que tiene problemas presupuestarios para llegar a fin de mes	Siempre	5
			2.- Formas de Ingreso	2.- Promedio de Ingreso Familiar	2.- Sus compras las realiza con tarjeta de crédito	Casi Siempre	4
			3.- Acceso a Créditos		3.- Sus ingresos están comprometidos con alguna obligación pendiente de pago	Algunas veces	3
					4.- La mayor parte de sus ingresos anuales es por préstamos solicitados	Raras veces	2
					5.- Usted ha solicitado préstamos o extrafinanciamientos para consolidar deudas de tarjetas de crédito por uso de consumo	Casi Nunca	1
					6.- Sus ingresos adicionales como el decimocuarto o aguinaldo usted los consume antes de recibirlo		
					7.- Usted ha utilizado los extra financiamientos de la tarjeta de crédito para uso de consumo		

Variable	Definición		Dimensiones	Indicador	Ítems	Categorías	Escala			
	Independiente	Conceptual						Operacional		
<b>Consumo</b>		Acción por la cual los diversos bienes y servicios son usados y aplicados a los fines que están destinados, ya sea satisfaciendo las necesidades de los individuos o sirviendo los propósitos de la producción. La Economía considera el Consumo como el fin esencial de la actividad económica.	Es cuando las personas desean adquirir un bien y/o servicio para satisfacer sus necesidades personales	1.- Nivel de precios		1.- Cuando usted realiza sus compras lo hace en el mall	Siempre	5		
						2.- Es impulsivo al momento de comprar o consumir un producto				
						3.- La mayor parte de sus productos de preferencia los consume por necesidad				
						2.- Valor de compra, valor de uso y valor final	1.- Estadísticas presentadas por El Banco Central de Honduras	4.- Al momento de su compra la marca del producto influye en su decisión	Casi Siempre	4
						3.- Según los hábitos de compra	2.- Índice de desempleo	5.- Su consumo es mayor cuando le ofrecen descuentos y promociones		
						4.- Producto y promociones	3.- Nivel de endeudamiento	6.- Al momento de su compra la calidad del producto influye sobre su precio	Algunas veces	3
								7.- Considera usted que entre más ingresos disponibles mayor será el consumo de su familia		
								8.- Considera usted que su estado de ánimo influye en su decisión de compra	Raras veces	2
								9.- Cuando usted va de compras considera que ha gastado más dinero del que pensaba		
								10.- Considera usted que ir de compras es entretenido y divertido	Casi nunca	1
								11.- Usted les informa a sus familiares y amigos de los establecimientos donde hay ofertas y promociones		

Variable Independiente	Definición		Dimensiones	Indicador	Ítems	Categorías	Escala
	Conceptual	Operacional					
<b>Ahorro</b>	Acción de ahorrar (guardar dinero para el futuro, reservar parte del gasto ordinario o evitar un gasto o consumo mayor). El ahorro, por lo tanto, es la diferencia que existe en el ingreso disponible y el gasto efectuado	Es la parte del ingreso la cual se deja de consumir por un determinado tiempo para que a futuro este pueda ser consumido o gastado en un determinado fin	1.- Libreta de ahorro	1.- Inflación 2.- Índice de desempleo 3.- Tasa de interés pasiva	1. -Cuando su producto de preferencia ha tenido un alza en el precio ¿usted lo sustituye por otro producto?	Siempre	5
			2.- Certificados a plazo fijo		2.- Usted prefiere ahorrar en lugar de consumir al recibir un ingreso extra	Casi Siempre	4
			3.- Estatus social		3.- Parte de sus ingresos los destina al ahorro	Algunas veces	3
			4.- Deducción obligatoria por planilla		4.- Usted compara los precios entre diferentes establecimientos antes de decidir donde realizara la compra	Raras veces	2
					5.- Al momento de realizar sus compras usted pide descuento	Casi nunca	1
					6.- Con qué frecuencia usted compara precios de sus productos de preferencia		
Variable Dependiente	Definición		Dimensiones	Indicador	Ítems	Categorías	Escala
<b>Educación Financiera (Escuelita Financiera)</b>	Proveer la información y los conocimientos, así como ayudar a desarrollar las habilidades necesarias para evaluar las opciones y tomar las mejores decisiones financieras	Es el proceso mediante el cual, tanto los consumidores como los inversionistas financieros logran un mejor conocimiento de los diferentes productos financieros, sus riesgos y beneficios, y que mediante la información o instrucción, desarrollan habilidades que les permiten una mejor toma de decisiones, lo que deriva en un mayor bienestar económico	1.- Estatus Social	1.- Estadísticas presentadas por El Banco Central de Honduras	1.-Tiene usted conocimiento de fuentes de información financiera que ayuden a la toma de decisión de consumir un producto y/o servicio	Siempre	5
			2.- Formas de Ingreso	2.- Índice de desempleo		Casi Siempre	4
						Algunas veces	3
						Raras veces	2
		3.- Acceso a Créditos	3.- Nivel de endeudamiento	Casi nunca	1		



**Figura 5. Diagrama de las variables**

### **3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS**

El enfoque de la investigación es cuantitativo, siendo el tipo de investigación correlacional porque a través de esta investigación se podrán determinar las relaciones entre las variables sujetas a investigación. (Se eliminaron las Hipótesis)

### **3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de investigación que se utilizó para realizar el trabajo es el “Diseño No Experimental de Corte Transversal”. Esta estrategia metodológica adoptada busca dar solución al problema de investigación y alcanzar los objetivos propuestos.

### **3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA**

El tipo de investigación utilizó un tipo de muestra no probabilística, porque la elección de la misma no dependió de probabilidad o representatividad.

La ventaja de este tipo de muestra es que permite al investigador seleccionar los elementos de una población por sus características específicas planteadas en el problema de investigación.

Para este estudio se tomó en cuenta una población de 987,543 personas que es el tamaño de la población del Municipio del Distrito Central de la cual se utilizó un 10% como estrato representativo para el cálculo de la muestra. Es de hacer notar que el tamaño de la Población Económicamente Activa (PEA) a nivel Nacional (formada por ocupados y desocupados) la constituyen 2,990,534 personas, de las cuales el 64.4% son hombres y el 35.6% mujeres. En el segmento de edad de 35 años y más la PEA es de 1,351,292 (45.2%) de la PEA nacional. El 50.3% de la PEA de 35 años y más se ubica en el área urbana y el 49.7% en el área rural. La PEA urbana con 35 o más años se concentra en las ciudades del resto urbano (27.1%), ocupando el segundo lugar el Distrito Central (15.3%)

### 3.5 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra, se utilizó la estadística de población proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Utilizando el método para poblaciones finitas, se obtuvieron los siguientes resultados:

$$n = \frac{k^2 pq N}{e^2(N-1) + k^2(p)(q)}$$

Donde:

- N = Tamaño muestral
- N = Tamaño de la población del Distrito Central (98,754 personas)
- K = Nivel de confianza. Valor correspondiente a la distribución de Gauss(1.96)
- P = Probabilidad de que ocurra (0.50)
- Q = Probabilidad de que no ocurra (0.50)
- E = Error muestral deseado (10%)

$$N = \frac{(1.96^2 * (0.5 * 0.5) * 98,754)}{(0.1^2)(98,754 - 1) + (1.96^2) * (0.5 * 0.5)} = 96.04$$

### 3.6 UNIDAD DE ANÁLISIS

Para esta investigación se tomó como unidad de análisis todas las personas ubicadas en el Distrito Central realizando una distribución heterogénea de las encuestas entre instituciones privadas y públicas para alcanzar la mayor parte de la población

económicamente activa y consumidora de la zona en distintos estratos de gastos e ingresos.

De la misma manera se hizo la recolección del instrumento, para comenzar con la tabulación de los aspectos generales de las personas y los aspectos para medir el conocimiento del tema de investigación. Luego se hizo la separación de las preguntas para poder identificar las cuatro variables Ingreso, Ahorro, Consumo y Educación financiera.

### **3.7 UNIDAD DE RESPUESTA**

En este estudio los Porcentajes son los indicadores que dan respuesta a las interrogantes de la investigación.

### **3.8 INSTRUMENTOS Y TECNICAS APLICADOS**

#### **3.8.1 INSTRUMENTOS**

Para lograr la medición de este evento, se hizo uso de un instrumento en forma de encuestas con preguntas cerradas, para poder patronizar los hallazgos específicamente con el uso de la encuesta.

El contenido de la encuesta se conformó por dos tipos de preguntas: Preguntas precisas o demográficas. Para la información general que complementa el estudio entre ellas: edad, sexo, estado civil, nivel de estudios e ingresos.

Preguntas con Escala de Likert de cinco puntos. Para acumular el grado de conformidad con las afirmaciones presentadas en cada reactivo (ítems) y de acuerdo a la siguiente puntuación.

**5** Siempre   **4** Casi siempre   **3** Algunas veces   **2** Raras veces   **1** Casi nunca

### **3.8.2 TÉCNICAS O PROCEDIMIENTOS EMPLEADOS**

Una vez validado el instrumento, se aplicaron las encuestas en diferentes lugares de la ciudad de Tegucigalpa.

La técnica utilizada es el trabajo de campo, ya que la encuesta es entregada a mano, por lo que se presentó el reto que cada participante devolviera la encuesta contestada completamente.

Ya constituido el instrumento de medición, se procedió a la distribución heterogénea de las encuestas entre instituciones privadas y públicas para alcanzar la mayor parte de la población económicamente activa y consumidora de la zona en distintos estratos de gastos e ingresos.

De la misma manera se hizo la recolección del instrumento, para comenzar con la tabulación de los aspectos generales de las personas y los aspectos para la cultura de ahorro y conocimiento financiero.

Luego se hizo la separación de las preguntas para poder identificar las tres variables Ingreso, ahorro y consumo

## **3.9 FUENTES DE INFORMACIÓN**

### **3.9.1 FUENTES PRIMARIAS**

Como fuente principal de información se utilizó la Encuesta ya que por medio de ella se obtuvo información de primera mano de la población económicamente activa de la ciudad de Tegucigalpa.

### **3.9.2 FUENTES SECUNDARIAS**

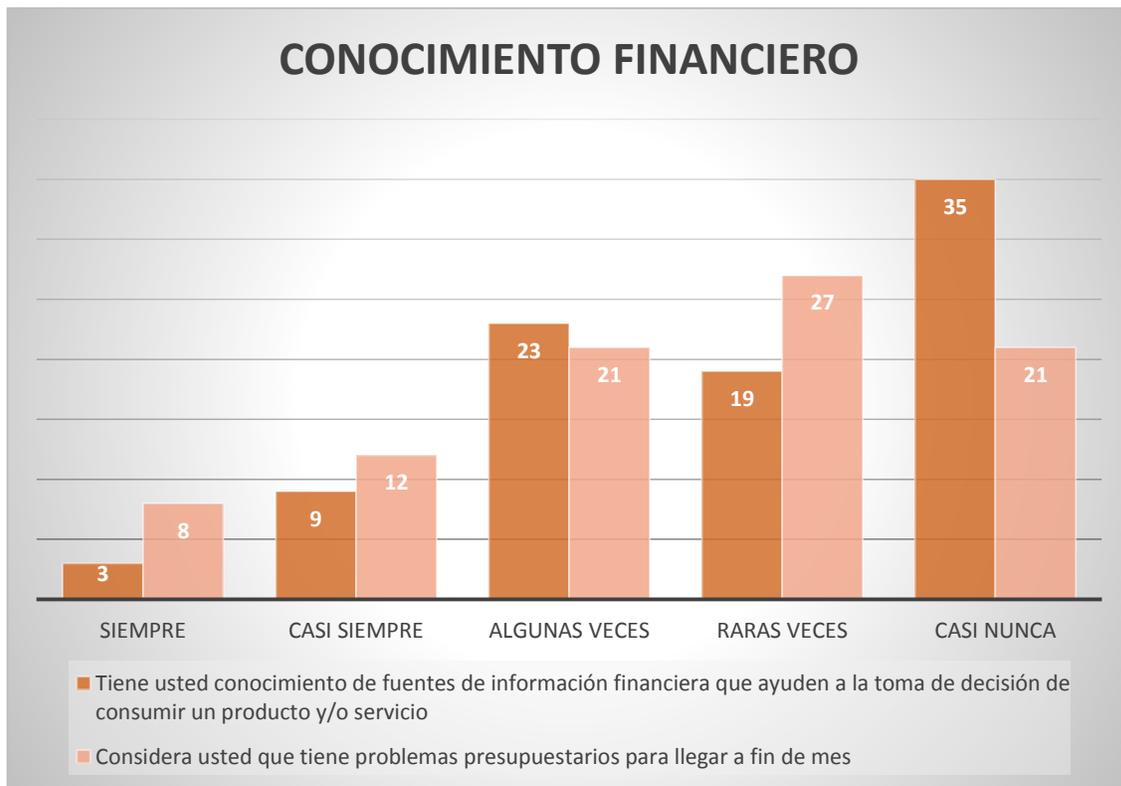
Se utilizó documentos que incluyen estudios como libros, monografías, tesis, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, documentales y páginas de internet.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

### 4.1 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

La encuesta se desarrolló de tal manera que se dieran a conocer datos importantes sobre el comportamiento del consumidor y estos a su vez relacionados con las variables Ingreso, consumo y su repercusión en el nivel de endeudamiento y conocimiento financiero.

A continuación los hallazgos:



**Figura 6. Resultados sobre el conocimiento financiero de los habitantes de Tegucigalpa en relación al tema de investigación**

La figura anterior muestra que en la actualidad las personas no tienen un conocimiento de lo que es cultura de ahorro y educación financiera por lo que eso afecta una buena planeación presupuestaria a nivel personal y familiar.

En relación a la variable consumo la mayoría de las personas aseguraron que sus compras las realizan por necesidad y que estas se ven influenciadas casi siempre por su calidad y no por su precio, lo que nos lleva a concluir que una necesidad no se ve cubierta por un bien sustituto, sino por la preferencia y satisfacción que el bien o servicio le proporciona, en la tabla adjunta se puede observar las distintas maneras de percepción de la población en cuanto a esta variable.

**Tabla 3. Resultados sobre las afirmaciones en relación a la variable Consumo.**

CONSUMO	ESCALA	%
Cuando usted realiza sus compras lo hace en el mall	Algunas veces	34.83
Es impulsivo al momento de comprar o consumir un producto	Algunas veces	28.09
La mayor parte de sus productos de preferencia los consume por necesidad	Casi siempre	43.82
Al momento de su compra la marca del producto influye en su decisión	Algunas veces	32.58
Su consumo es mayor cuando le ofrecen descuentos y promociones	Algunas veces	47.19
Al momento de su compra la calidad del producto influye sobre su precio	Casi siempre	33.71
Considera usted que entre más ingresos disponibles mayor será el consumo de su familia	Algunas veces	42.70
Considera usted que su estado de ánimo influye en su decisión de compra	Raras veces	29.21
Cuando usted va de compras considera que ha gastado más dinero del que pensaba	Algunas veces	34.83
Considera usted que ir de compras es entretenido y divertido	Algunas veces	29.21
Usted les informa a sus familiares y amigos de los establecimientos donde hay ofertas y promociones	Algunas veces	24.72

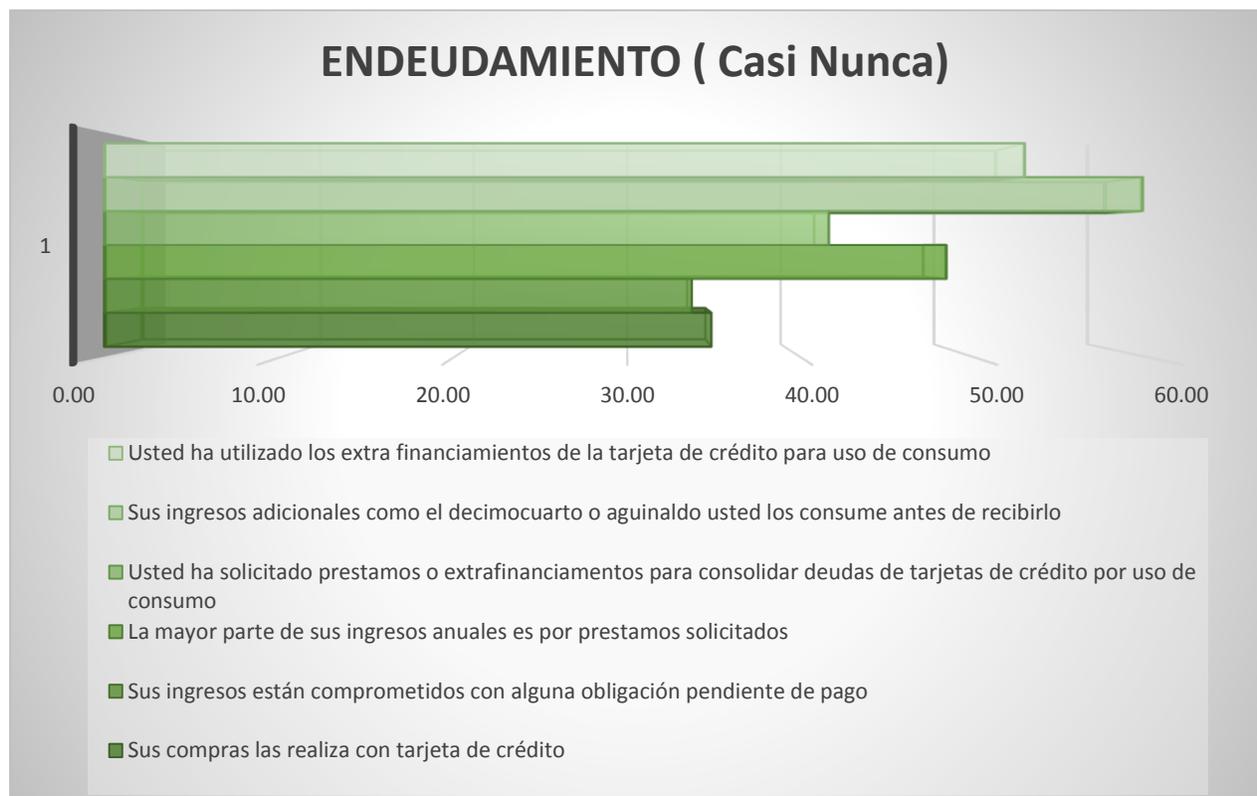
Si seguimos analizando los resultados en cuanto a la variable Ahorro, estos tienden a mostrar un efecto negativo, ya que como se observara en la siguiente tabla la mayoría de las personas no destinan parte de sus ingresos al ahorro, es más, ni siquiera suelen buscar maneras de reducir los gastos como por ejemplo pidiendo descuentos o sustituyendo un bien por otro.

Otro hallazgo importante es que las personas al momento de recibir un ingreso extra prefieren gastarlo en lugar de ahorrarlo, esto nos lleva al problema y es que si realmente existiera una educación financiera y una cultura de ahorro existiría un equilibrio entre estas dos variables (Consumo y Ahorro).

**Tabla 4. Resultados sobre las afirmaciones en relación a la variable Ahorro.**

AHORRO	ESCALA	%
Cuando su producto de preferencia ha tenido un alza en el precio ¿usted lo sustituye por otro producto?	Algunas veces	35.96
Usted prefiere ahorrar en lugar de consumir al recibir un ingreso extra	Algunas veces	44.94
Parte de sus ingresos los destina al ahorro	Algunas veces	35.96
Usted compara los precios entre diferentes establecimientos antes de decidir donde realizara la compra	Algunas veces	25.84
Al momento de realizar sus compras usted pide descuento	Algunas veces	32.58
Con que frecuencia usted compara precios de sus productos de preferencia	Casi siempre	25.84

Como hemos venido hablando el no contar con una buena educación financiera y una cultura de ahorro nos lleva a que recurramos a créditos, por lo que al analizar el nivel de endeudamiento de las personas vemos que la tendencia es que todos tienen en su mayor parte comprometidos sus ingresos con obligaciones pendientes de pago respondiendo la mayoría que Casi Siempre, pero que esto se contradice con las demás afirmaciones ya que como lo refleja el grafico siguiente la mayoría de las personas casi nunca han utilizado este tipo de recurso.



**Figura 7. Resultados sobre el nivel de endeudamiento de los habitantes de Tegucigalpa**

#### 4.2 COMPARACIÓN ENTRE UNIDAD DE ANÁLISIS Y LA ENCUESTA

En general, el precio no es un factor fuertemente influyente en la decisión de las personas para consumir un bien o servicio. Sin embargo cuando el precio es bajo, la cantidad demandada aumenta, si el precio es alto, la cantidad demandada disminuye.

La variable Ingreso es altamente influyente para que las personas tomen la decisión de consumir un bien o servicio.

Con los resultados obtenidos y con la interacción de las personas encuestadas se percibió que si existe un alto grado de consumo en la ciudad de Tegucigalpa.

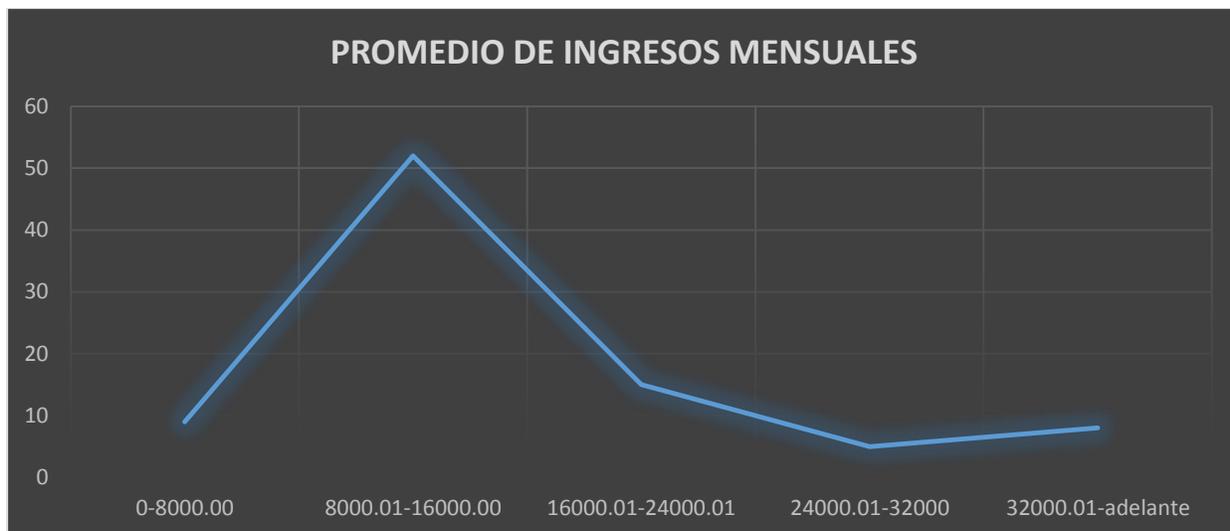
Sabemos en la actualidad que todos somos consumidores, solo con la diferencia que unos consumen bienes y servicios más que otros y esto depende de las circunstancias y porque razón lo hacen.

Las empresas de hoy en día, se basan en la necesidad que tiene el consumidor de adquirir un bien y servicio y esta manera acuden a hacer campañas publicitarias que tengan efectos psicológicos creando ofertas y promociones para que el consumidor se atraído para consumir sus productos.

También sabemos que muchas familias de la ciudad de Tegucigalpa tienen una restricción presupuestaria, solamente pueden consumir lo que realmente necesitan, cuando estas familias reciben un lempira adicional a sus ingresos de esta manera su consumo aumenta.

De la percepción obtenida por el público, las personas hoy en día prefieren consumir que ahorrar al recibir un lempira adicional a sus ingresos.

Por medio de la encuesta se logró definir que la edad promedio de las personas económicamente activas es de 41 años de las cuales en su mayoría están casados y su nivel de escolaridad es universitario por lo que reciben un ingreso mensual promedio de Lps. 8,000.00 a Lps. 16,000.00, esto nos indica que al momento de destinar el ingreso para suplir las necesidades, la mayor parte de éste es destinado a la alimentación, luego al vestuario y así sucesivamente lo que resulta complicado destinar una porción al ahorro.



**Figura 8. Promedio de ingreso mensual de la población del Tegucigalpa**

#### **4.3 COMPARACION DE LAS VARIABLES EN RELACION A LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS COSTARRICENSES**

Para el gerente del Banco BCT, Leonel Baruch, el poco ahorro de los ticos obedece principalmente a “aspectos culturales”. Leonel Baruch señaló que le preocupa el fuerte endeudamiento para consumo en el cual incurre la clase media en los últimos años a través de tarjetas de crédito, gracias a las facilidades del mercado. “Se está comprometiendo el ahorro futuro” indicó.

Según Baruch, la cantidad de impuestos no es un factor que desincentiva el ahorro; y, aunque los ingresos aumenten, los hábitos actuales no permitirán incrementarlo significativamente.

El presidente del Central, Francisco de Paula Gutiérrez, reconoció que países europeos, Estados Unidos y Canadá también sufren de bajo nivel de ahorro. Según Gutiérrez, eso se debe a las características estructurales de la edad promedio de la población (cada año es mayor).

Además, el escaso hábito de ahorro involucra la estabilidad económica que han tenido sus últimas generaciones. Esto reduce los incentivos para ahorrar, como guerras o crisis económicas. “En la década del cuarenta, las familias era más austeras” comentó el funcionario. Gutiérrez recomendó promover más instrumentos de ahorro, como las acciones o fondos de inversión. (José Enrique Rojas, 2014)

¿Qué consumen los Costarricenses?

Hemos visto que los consumidores satisfacen sus necesidades a través del consumo de bienes y servicios dada una restricción presupuestaria. Ahora nos preguntamos ¿qué es lo que consume usualmente un costarricense promedio? La respuesta a esta interrogante la provee el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), ente técnico rector de las estadísticas nacionales y coordinador del Sistema de Estadística Nacional de Costa Rica.

Concretamente, la Encuesta de Ingresos y Gastos (EIG) provee la información sobre las fuentes de ingresos y destinos de gastos de los individuos. Una encuesta de ingresos y gastos es un instrumento muy valioso para diseñar y evaluar las políticas públicas, ya que permiten obtener información socioeconómica de los hogares relacionada con la composición del presupuesto de los hogares y el destino del gasto que ejecutan las familias en la compra de bienes y servicios.

La más reciente EIG se elaboró en los años 1987-1988. En general, se observa que los costarricenses gastan sus ingresos en los siguientes grupos de bienes: (1) alimento, (2) educación, (3) vestido, (4) salud, (5) vivienda, (6) diversión, (7) transporte, y (8) bienes durables. Los siete primeros grupos no necesitan explicación, el último grupo sí. Por este conjunto –bienes durables– nos referimos a la adquisición por parte de las familias o individuos de un refrigerador, cocina, lavadora, televisión, computadora, equipo de sonido, reproductores de video VHS o DVD o automóviles, entre otros. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2014)

Otro factor importante de analizar es el endeudamiento y se reconoce que en los últimos seis años, el endeudamiento de las personas en Costa Rica llegó a su punto más alto en el 2009, cuando registró un 31,5% del ingreso nacional disponible.

Esa proporción ha decrecido en los últimos 24 meses, pero, en términos generales, su aumento fue muy importante, al pasar del 23% en el 2006 al 31% en el 2009; hoy es de 29%.

Para Maurilio Aguilar, director de gestión corporativa del Banco Popular, tomando en cuenta que el ingreso promedio del trabajador costarricense es de ¢500.000, y el monto de endeudamiento promedio de las personas en el Popular, las cuotas de sus préstamos personales representan entre un 12% y un 20% de su ingreso, lo cual considera moderado.

Agregó que los niveles de morosidad en el sistema financiero, (en su inmensa mayoría, en categoría de normalidad), hace pensar que, en promedio, no existe un nivel de sobreendeudamiento.

En el Banco de Costa Rica (BCR) la versión es distinta. Rodrigo Ramírez, director de gestión de crédito, cree que el costarricense puede tener un endeudamiento alto. Su percepción se sustenta en buena parte por la oferta y el uso que las personas le dan a las tarjetas de crédito, pues muchos las utilizan para suplir necesidades de efectivo, lo cual incrementa sus niveles de deuda. (José Enrique Rojas, 2014)

La situación se complica aún más cuando se maneja más de una tarjeta, cuando no se tiene una cultura de calce de plazos adecuados, y se realizan inversiones en bienes de capital con este tipo de deudas de corto plazo. Cabe aclarar que los datos mencionados no contemplan los créditos adquiridos con instituciones no supervisadas, como comercios de línea blanca, y emisores de tarjetas importantes en el mercado, como Credomatic y Servivalores.

En el país, las entidades bancarias prestan hasta un nivel de endeudamiento máximo que oscila entre el 35% y 45%, pudiendo verse incrementado hasta en 10 puntos porcentuales dependiendo de algunas garantías. Otro aspecto que perfila el comportamiento del deudor nacional es que está creciendo con mayor dinamismo la cantidad de personas vinculadas a un crédito hipotecario que las que adquieren créditos de consumo. Este último ha perdido impulso en los últimos tres años.

Para el economista Ronulfo Jiménez, la evolución de ese indicador está relacionado con la sofisticación de los sistemas financieros –que ofrezcan mayor cantidad de instrumentos y también con el grado de bancarización. Así, los países mayores endeudados suelen ser también los más desarrollados, debido a que la riqueza es un factor determinante: una familia con mayores ingresos puede endeudarse más que una de bajos ingresos.

Adicionalmente, el costo de un crédito es más barato en naciones donde las tasas de interés son menores, algo que también favorece el mayor endeudamiento en los países con mayor desarrollo. En consecuencia, en esas naciones es común que el ciudadano llegue a acumular riqueza solo cuando haya alcanzado la pensión, señaló el economista Leiner Vargas, del Centro Internacional de Política Económica (Cinpe).

## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 CONCLUSIONES**

De acuerdo con la teoría y los resultados obtenidos en el análisis de los datos se concluye lo siguiente:

- Las personas del Municipio del Distrito Central necesitan más información sobre El Ahorro y el Conocimiento Financiero ya que estos son elementos altamente influyentes en las decisiones de compra de los consumidores.
- La mayor parte de la población del Municipio del Distrito Central si tiene comprometido sus ingresos con deudas pendientes de pago por lo que les resulta complicado destinar parte de ellos al ahorro, es decir, con el ingreso que perciben solamente pueden cubrir las primeras necesidades como ser alimentación, vestuario y educación.
- Es necesario proponer una alternativa para lograr un cambio en la Cultura de Ahorro y Educación Financiera de manera que las malas experiencias vividas en la actualidad en cuanto a esos temas sean disminuidas.
- Muy pocas personas tienen todos los recursos, o el ingreso necesario para obtener los bienes y/o servicios que se requieren o se desean.

### **5.2 RECOMENDACIONES**

- Incentivar a las empresas al apoyo del hábito de ahorro disminuyendo así el endeudamiento y el consumo innecesario de las personas del Municipio del Distrito Central.
- Se recomienda iniciar una educación financiera con la niñez hondureña (adolescentes) para que desde esa etapa de vida se forje una cultura de ahorro y sepan diferenciar lo que es necesario de lo innecesario al momento de consumir, esto con el fin de forjar como superar una situación de crisis.

## **CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD**

### 6.1 INICIATIVA DE EDUCACIÓN FINANCIERA (ESCUELITA FINANCIERA)”

### 6.2 INTRODUCCIÓN

### 6.3 PROPÓSITO DE LA PROPUESTA

#### 6.3.1 PROGRAMA DE CONOCIMIENTO FINANCIERO

#### 6.3.2 PLAN DE MOTIVACIÓN A INSTITUCIONES FINANCIERAS

#### 6.3.3 PLAN DE CAPACITACIÓN A LA POBLACIÓN

### 6.4 VENTAJAS E INCONVENIENTES

### 6.5 PRESUPUESTO

### 6.6 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

## **6.2 INTRODUCCIÓN**

Los resultados obtenidos de las encuestas mostraron que en su mayoría las personas no tienen un conocimiento de lo que es Educación Financiera, por lo que se determinó que si existiera una educación en este ramo se contribuiría con la formación en el manejo de herramientas que nos proporciona el sistema financiero, por otra parte desarrolla la interacción personal, social y familiar y en exclusiva facilita el uso del dinero, a ser responsables y a aprovechar oportunidades.

La educación financiera proporciona una mejor calidad de vida, de destrezas y habilidades, ayuda a una mejor toma de decisiones que tienen que ver con el presupuesto personal y/o familiar. Es por esto que si se comienza a incentivar y a proporcionar conocimientos a los más pequeños se puede lograr a futuro que todos mejoren tanto la situación económica y financiera de las familias como del país.

## **6.3 PROPÓSITO DE LA PROPUESTA**

Contribuir a crear una conciencia de ahorro y mejor manejo de los ingresos y gastos en los jóvenes, también a ayudar a la prevención del mal uso de los ingresos y el alto

nivel de endeudamiento de la población y a su vez descubrir y potenciar habilidades financieras en los jóvenes a través de una jornada educativa que vincule las experiencias de educación financiera implementadas en el núcleo familiar.

### **6.3.1 PROGRAMA DE CONOCIMIENTO FINANCIERO**

Esta propuesta o iniciativa debe ser presentada al Gobierno de Honduras para que sea aplicada a nivel educativo (Ciclo común y diversificado) el cual consiste en impartir un programa de conocimiento financiero o capacitación, fomentando una cultura para el ahorro en los adolescentes y la capacidad de analizar si consumimos por necesidad o no. En este programa se presentaran temas como ser: Que es la Educación Financiera, para que sirve y como beneficia en nuestras finanzas este tipo de conocimiento.

Por otra parte es fundamental conocer que significa el ahorro y cuál es la importancia del mismo, conocer lo que nos ofrece el sistema bancario y como saber utilizar sus productos tomando como punto de mayor importancia el uso responsable de los créditos ya que en la actualidad se está viviendo un alto nivel de endeudamiento debido a los cambios sociales, económicos y demográficos que se han ido produciendo en los últimos años.

Esta iniciativa presenta como principal ventaja el simple hecho de mejorar la economía personal y familiar dando así una mejor oportunidad de inversión y ahorro.

### **6.3.2 PLAN DE MOTIVACIÓN A INSTITUCIONES FINANCIERAS**

Para lograr poner en práctica esta iniciativa es necesario motivar a las Instituciones Financieras a que emprendan un beneficio social, es por esto que al presentar esta iniciativa al Sistema Educativo se buscaría que el Sistema Bancario esté involucrado, esto se manejaría en conjunto con un plan de Responsabilidad Social en donde el empleado sea evaluado en su desempeño por la aportación a este programa. Por lo anterior podemos decir que este es un Proyecto Social ya que a través de la implementación de la Escuelita Financiera se pretende contribuir con el Conocimiento

Financiero persiguiendo la disminución de problemas sociales como son la criminalidad y los vicios en los jóvenes de la ciudad.

Es por esto que la Iniciativa deberá buscar que la mayor parte de la obtención de sus recursos (sus ingresos) sea de empresas Socialmente Responsables a través de la Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FUNDAHRSE). Esta ayuda proveerá una independencia de recursos por parte del Gobierno y beneficiará a las empresas desde dos puntos de vista: la imagen de la empresa con la comunidad y sociedad en general y la exención del impuesto sobre de la renta a las empresas que proveen ayuda de beneficencia según el artículo 22 del código Ley Tributaria (Dirección de Egresos e Ingresos).

Para el Sistema Bancario este tipo de capacitaciones permiten contribuir con la formación integral de las personas para el adecuado desempeño en la vida financiera y en el manejo de la economía personal y familiar, también a desarrollar conocimientos, actitudes, destrezas, valores, hábitos y costumbres favorables para el logro de una cultura financiera y toma de conciencia en este tema.

La institución financiera que participa en este tipo de actividades no solo ayuda al bienestar social sino que también a aspectos fundamentales de la misma empresa como ser:

Tabla 5. Motivación de las Empresas

<b>MOTIVACION DE LA EMPRESA</b>
Buena Reputación
Reconocimiento
Publicidad
Posicionamiento Empresarial

### **6.3.3 PLAN DE CAPACITACIÓN A LA POBLACIÓN**

Esta iniciativa tiene como fin abordar a los jóvenes de entre los 13 y 18 años que son las edades promedio que cursan el ciclo común y diversificado que están en las instituciones educativas tanto públicas como privadas.

El programa puede presentarse en fases, es decir en forma de módulos o niveles los cuales deberán ser completados en el transcurso del ciclo educativo, por lo que el tiempo de desarrollo del programa sería durante ese mismo periodo.

Se visualiza que la mejor forma de presentar este programa o seminario taller es en dos niveles, el Nivel I que comprenda todos los conceptos antes mencionados en el desarrollo de la investigación y con eso certificar a cada alumno que recibió dicho programa para que al siguiente año pueda cursar el Nivel II que consistiría solamente en las mejoras y actualizaciones del tema implementando más casos prácticos que servirán en la toma de decisiones de la vida cotidiana, esto se tomaría como un requisito fundamental para su graduación.

Según pedagogos la mejor manera de implementar el programa es que el curso tenga una duración de 6 meses impartiendo un total de 30 horas, es decir 5 horas al mes proporcionando la información en un mismo día.

Para esto el Facilitador debe tener buen conocimiento de la temática, entender las necesidades de capacitación, conocer la realidad de trabajo de los participantes, clarificar los objetivos del curso, seleccionar los materiales y actividades para lograr los objetivos.

En la siguiente tabla se describen las actividades a realizar con el fin de abordar en su mayor parte los temas más importantes del programa.

**Tabla 6. Plan de Capacitación (Desarrollo de las actividades)**

**NIVEL I**

<b>MODULOS</b>	<b>TEMAS A DESARROLLAR</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>MES</b>
FASE-1	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Presentación del Facilitador e Introducción del programa Escuelita Financiera</li> <li>* Prueba diagnostico</li> <li>* Introducción a la educación y planeación financiera</li> </ul>	Equipo audiovisual con presentación en diapositivas Pequeña prueba escrita para medir el conocimiento del tema Conceptos básicos y contenidos centrales	Marzo Sábado 07/03/2015
FASE-2	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Educación Financiera e importancia del presupuesto</li> <li>* Concepto e identificación de Ingresos y Egresos</li> <li>* Elaboración de presupuestos</li> </ul>	Equipo audiovisual con presentación en diapositivas Formatos para elaborar un presupuesto	Abril Sábado 11/04/2015
FASE-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>* El Ahorro (Concepto e importancia)</li> <li>* Establecimiento de metas y objetivos</li> <li>* Estrategias de ahorro e identificación de lo que es necesario de lo innecesario</li> <li>* Introducción al sistema bancario (Productos y Servicios)</li> </ul>	Equipo audiovisual con presentación en diapositivas Hojas volantes de las diferentes instituciones bancarias del país	Mayo Sábado 09/05/2015
FASE-4	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Concepto de Endeudamiento</li> <li>* El Crédito y como utilizarlo de la mejor manera</li> <li>* Uso responsable del crédito</li> <li>* Prueba Niveladora</li> </ul>	Equipo audiovisual con presentación en diapositivas Prueba escrita evaluando los temas vistos anteriormente	Junio Sábado 06/06/2015
FASE-5	<ul style="list-style-type: none"> <li>* La Inversión</li> <li>* Tipos de Inversión y sus riesgos</li> <li>* Ejercicios grupales</li> </ul>	Equipo audiovisual con presentación en diapositivas	Julio Sábado 11/07/2015
FASE-6	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Repaso de los temas vistos anteriormente</li> <li>* Aplicación de los conceptos en la vida real mediante juegos</li> <li>* Entrega de Diploma de Participación</li> </ul>	Juego de monopolio Diploma impreso	Agosto Sábado 08/08/2015

El Nivel II contara con el mismo cronograma de actividades del primer nivel con la diferencia que este presentara información más actualizada y con mayor participación de los estudiantes por medio del desarrollo de casos.

## 6.4 VENTAJAS E INCONVENIENTES

Esta iniciativa es de carácter PREVENTIVO, es decir ayudar a crear una conciencia en los jóvenes para evitar a futuro malas experiencias en cuanto al manejo de sus ingresos y gastos, es por eso, que se puede decir que el programa Escuelita Financiera sirve para que la población sepa en que invertir y en que no gastar, enfocarse solo en obtener lo necesario y a gastar solo lo que se tiene, en otras palabras consumir con lo que se cuenta en disponibilidad.

Un factor importante de esta iniciativa es que dicho programa va en conjunto con los valores morales que se inculcan desde el hogar, ya que estos deben prevalecer en todos los aspectos para que la conciencia financiera pueda ser absorbida de forma positiva, de tal manera que si sabemos consumir y aprendemos a ahorrar obtendremos salud mental y se experimentaría menos estrés ya que se podrían solventar imprevistos o emergencias.

Una conciencia financiera ayudará a tener más claro las metas propuestas, por lo que los jóvenes tendrán una visión de lo que realmente les beneficia, ayuda a evitar que ellos busquen formas de obtener dinero fácil es decir ingresos mal habidos que acarrear problemas no solo económicos sino que también sociales.

Por medio de este programa se obtendría una capacidad de análisis para correr riesgos ya que previniendo muchos factores, no se verían afectado de forma significativa los ingresos y el nivel de endeudamiento.

Otra de las ventajas de este proyecto es que se colaborará a nivel social presentando un mejor panorama de los estratos sociales, evitando la delincuencia y otros factores allegados a ella.

Como inconveniente se puede decir que el único que se puede presentar es que el sistema financiero no apoye la propuesta y que el Gobierno si lo quiera implementar, por ende todos los gastos serian absorbidos en su totalidad por el Sistema Educativo.

## 6.5 PRESUPUESTO

El material didáctico a utilizar es seleccionado por el facilitador esto en base al tema, es por eso que a continuación se detalla de forma más completa el costo de este programa:

**Tabla 7. Presupuesto por capacitación**

<b>COSTEO</b>				
<b>ITEM</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL HNL</b>
Persona que dará la Capacitación	Horas	30	L. 50.00	L. 1,500.00
Alquiler del local	HNL	6	L. 8,000.00	L. 48,000.00
Compra de Data show	HNL	1	L. 8,500.00	L. 8,500.00
<b>Materiales de apoyo</b>				
Lápices	HNL	40	L. 12.00	L. 480.00
Carpetas o folders	HNL	35	L. 10.00	L. 350.00
Hojas (Resma de 500 hojas)	HNL	2	L. 98.00	L. 196.00
Impresiones y Fotocopias	HNL	2000	L. 8.00	L. 16,000.00
Diplomas y acreditación	HNL	30	L. 30.00	L. 900.00
Marcadores de Pizarra	HNL	6	L. 18.00	L. 108.00
<b>Total</b>				<b>L. 76,034.00</b>

Es de hacer notar que este presupuesto está en base a 30 alumnos es decir un solo curso o sección, por lo que si se impartieran cursos simultáneos el presupuesto se elevaría en la cantidad de capacitaciones a impartir. Es importante aclarar que la visión del programa es conseguir la ayuda del sistema bancario en relación a que la persona que capacite imparta el curso de forma gratuita ya que este sería tomado como una aportación de beneficio social, por otra parte la capacitación se llevaría a cabo en las instalaciones de cada colegio por lo que no habría gasto de alquiler de local.

## 6.6 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

A continuación detalle de las actividades a desarrollar durante la capacitación:



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1) Abraham H. Maslow – 1991 El Management según Maslow pag. 24 obtenido de [http://books.google.hn/books?id=OQ90Y3YeFpYC&pg=PA24&dq=inauthor:%22Abraham+H.+Maslow%22+piramide&hl=es-419&sa=X&ei=5sDyU\\_6NH5SryAT7woHoDg&ved=0CB4QuwUwAA#v=onepage&q=inauthor%3A%22Abraham%20H.%20Maslow%22%20piramide&f=false](http://books.google.hn/books?id=OQ90Y3YeFpYC&pg=PA24&dq=inauthor:%22Abraham+H.+Maslow%22+piramide&hl=es-419&sa=X&ei=5sDyU_6NH5SryAT7woHoDg&ved=0CB4QuwUwAA#v=onepage&q=inauthor%3A%22Abraham%20H.%20Maslow%22%20piramide&f=false)
- 2) Banco Central de Honduras, Pulso Económico, Volumen VII – Numero 7 Obtenido de [http://www.bch.hn/pulso\\_economico.php](http://www.bch.hn/pulso_economico.php). 2014
- 3) Banco Interamericano de Desarrollo obtenido de <http://www.iadb.org/res/laresnetwork/files/pr241finaldraft.pdf>
- 4) Cesar Sepúlveda, Diccionario de Términos Económicos, undécima ed, 2004
- 5) Cloninger, Teorías de la Personalidad, 2003
- 6) Comisión Nacional de Bancos y Seguros obtenido de <http://www.cnbs.gob.hn/>
- 7) Diccionario de La Real Academia.
- 8) Diccionario económico, obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/bancarizacion.html>
- 9) Diccionario Economía - Administración - Finanzas – Marketing, obtenido de <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CONSUMIDOR.htm>, en septiembre 2014
- 10) Felipe Larraín y Jeffrey Sachs, Macroeconomía en la Economía Global, segunda edición, Argentina 2002
- 11) Fischer D.2004, Macroeconomía, Financiamiento del desarrollo, Promoviendo el ahorro de los grupos de menores ingresos: experiencias latinoamericanas
- 12) Instituto Nacional de Estadísticas, Datos y Estadísticas obtenido de <http://www.ine.gob.hn/index.php/datos-y-estadisticas/ingresos-y-gastos,n>, 2010
- 13) José Enrique Rojas, Redactor de La Nación obtenido de <http://www.hacienda.go.cr/centro/datos/Noticia/Ahorro%20de%20los%20ticos%20mantiene%20crecimiento-La%20Naci%C3%B3n%2012%20ENE-2014.doc>
- 14) Karl A Menninger, Casa Alianza, obtenido de <http://www.casa-alianza.org.hn/>, 2014

- 15) Keynes John Maynard, 2009: Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero - Libro I, cap. I, 1936
- 16) McGraw-Hill Educación, Mexico, 2014
- 17) Monitoreo de periódicos diarios de Honduras obtenido de <http://www.honduprensa.wordpress.com/economica.shtml#ixzz396EIRPeG>
- 18) Observatorio Economico y Emprendimiento, Universidad Nacional Autonoma de Honduras, 2014)
- 19) OECD, Improving Financial Literacy, OECD, Paris, 2005, p. 13.
- 20) Raquel Szalachman, Oficial de Asuntos Económicos de la Unidad de Estudios Especiales de la Secretaría Ejecutiva de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) Santiago de Chile, abril de 2003
- 21) Roger Miller y Roger Meiners, Microeconomía, tercera edición, México 1990
- 22) Rosa M. Pujol, Educación y Consumo, primera edición, España 1996
- 23) Rosseti, 2005, Introducción a la Economía
- 24) Samuelson Nordhaus, Economía, decimoctava edición, México 2005
- 25) Stephen P. Robbins, 2002 Fundamentos de Administración. Conceptos esenciales y aplicaciones, Pearson Educación, México, 2002 3a edición

# ANEXOS

## **GLOSARIO DE TERMINOS**

### **DESACELERACIÓN**

Proceso de disminución transitorio del ritmo de crecimiento de una magnitud económica, y que se manifiesta porque un periodo dado la tasa de crecimiento es menor que en igual periodo inmediatamente anterior.

### **BANCARIZACION**

Término que hace referencia al grado de utilización de los productos y servicios bancarios, esto es, de la red bancaria, por parte de la población de una economía, o bien un determinado segmento de la misma o sector económico concreto. Es uno de los indicadores de la cultura financiera de un país.

### **CORRELACION ECONOMICA**

Técnica estadística que permite determinar el grado de asociación entre las modificaciones de dos variables. Existen varios métodos estadísticos para medir el grado de asociación, siendo el más frecuentemente usado el coeficiente de correlación.

### **ECONOMIA RESTRICTIVA**

La economía restrictiva se emplea cuando el objetivo es frenar la demanda agregada, por ejemplo cuando la economía está en un período de excesiva expansión y tiene necesidad de frenarse por la excesiva inflación que está creando. Como resultado se tiende al superávit.

### **ECONOMIA CONTARCCIONISTA**

Es desacelerar una economía nuevamente el uso correcto de la política fiscal y monetaria de un país para evitar una alta inflación y pérdida de valor en la moneda.

### **GASTO MARGINAL**

Es el costo adicional en que se incurre para generar una unidad más de producción.

**DEFENESTRADO**

Separar o expulsar a una persona de su cargo, especialmente si es de forma inesperada.

**ECONOMIA COMPENSATORIA**

Es una variación que representa la cantidad de dinero adicional que un agente requiere para alcanzar su nivel de utilidad original tras un cambio en los precios, en la calidad de los productos o tras la introducción de nuevos productos. La variación compensatoria puede ser usada para hallar el efecto de los cambios de precios en el bienestar neto de un agente.

**PROPENSION**

Inclinación de una persona o cosa a lo que es de su gusto o naturaleza.

**HETEROGENEIDAD**

Cualidad de una cosa heterogénea o formada por elementos de distinta clase o naturaleza. Homogeneidad.

**CORRELACIONAL**

Tipo de investigación social que tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables, en un contexto en particular. En ocasiones solo se realiza la relación entre dos variables, pero frecuentemente se ubican en el estudio relaciones entre tres variables.

**ESTOCASTICO**

Que depende del azar o de la suerte. Aleatorio.

**AUSTERAS**

Que obra y vive de forma severa y rígida. Que no tiene lujos ni adornos excesivos e innecesarios.

## ENCUESTA

### **Introducción**

Como estudiante de la Maestría de Dirección Empresarial con orientación en Finanzas, se está realizando un estudio acerca de la influencia de las variables, ingresos, ahorro y consumo y el efecto en el comportamiento del consumidor en la ciudad de Tegucigalpa.

**Instrucciones:** Por favor seleccione la respuesta que usted considere, para lo cual le solicitamos brindarnos información **real y oportuna**, la cual será utilizada de manera confidencial y exclusivamente para fines investigativos. Se le agradece de antemano su valiosa colaboración.

### **A. Aspectos Generales**

1. Edad: \_\_\_\_\_ Años cumplidos.

Complete la siguiente información, marcando una sola vez con una "X", en la casilla que corresponda a su respuesta.

2. Sexo:
- |           |                          |
|-----------|--------------------------|
| Femenino  | <input type="checkbox"/> |
| Masculino | <input type="checkbox"/> |
3. Estado civil:
- |               |                          |
|---------------|--------------------------|
| Soltero(a)    | <input type="checkbox"/> |
| Casado(a)     | <input type="checkbox"/> |
| Divorciado(a) | <input type="checkbox"/> |
| Unión Libre   | <input type="checkbox"/> |
| Viudo(a)      | <input type="checkbox"/> |
4. Último nivel educativo alcanzado:
- |          |                          |
|----------|--------------------------|
| Primaria | <input type="checkbox"/> |
|----------|--------------------------|

- Ciclo Común Cultura General
- Diversificado
- Pre-grado (Universidad)
- Post-grado(Maestría)
- Doctorado (PHD)
- Otro (Especifique): \_\_\_\_\_

5. Ingresos mensuales:

- L 0.00 – L 8,000.00
- L 8,000.01 – L 16,000.00
- L 16,000.01 – L 24,000.00
- L 24,000.01 – 32,000.00
- L. 32,000.01 en adelante

**B. Aspectos para medir el comportamiento del consumidor**

A continuación se le presentan una serie de proposiciones, es muy importante que usted las conteste de manera sincera, y de acuerdo a la siguiente escala:

5 Siempre    4 Casi siempre    3 Algunas veces    2 Raras veces    1 Casi nunca

Indique por favor marcando una sola vez con una "X" en la casilla que más se asemeje a su opinión.

No.	Proposición	Escala				
		Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Raras veces	Casi nunca
1	Cuando usted realiza sus compras lo hace en el Mall					
2	Sus compras las realiza con Tarjeta de Crédito					
3	Cuando su producto de preferencia ha tenido un alza en el precio, ¿usted lo sustituye por otro producto?					
4	Es impulsivo al momento de comprar o consumir un producto					
5	Usted prefiere ahorrar en lugar de consumir al recibir un ingreso extra					
6	La mayor parte de sus productos de preferencia los consume por necesidad					
7	Parte de sus ingresos lo destina al ahorro					
8	Sus ingresos están comprometidos con alguna obligación pendiente de pago					
9	Al momento de su compra la marca del producto influye en su decisión					
10	La mayor parte de sus ingresos anuales es por préstamos solicitados					
11	Usted compara los precios entre diferentes establecimientos antes de decidir donde realizará la compra					
12	Al momento de realizar sus compra usted pide descuento					
13	Usted ha solicitado préstamos o extrafinanciamientos para consolidar deudas de tarjeta de crédito por uso de consumo					
14	Con que frecuencia usted compara precios de sus productos de preferencia					

No.	Proposición	Escala				
		Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Raras veces	Casi nunca
15	Su consumo es mayor cuando le ofrecen descuentos y promociones					
16	Sus ingresos adicionales como el decimocuarto o aguinaldo usted los consume antes de recibirlo					
17	Al momento de su compra la calidad del producto influye sobre su precio					
18	Usted ha utilizado los extra-financiamientos de la tarjeta de crédito para uso de consumo					
19	Considera usted que entre más ingresos disponibles mayor será el consumo de su familia					
20	Tiene usted conocimiento de fuentes de información financiera que ayuden a la toma de decisión de consumir un producto y/o servicio					
21	Considera usted que su estado de ánimo influye en su decisión de compra					
22	Cuando usted va de compras considera que ha gastado más dinero del que pensaba					
23	Considera usted que ir de compras es entretenido y divertido					
24	Considera usted que tiene problemas presupuestarios para llegar a fin de mes					
25	Usted le informa a sus familiares y amigos de los establecimientos donde hay ofertas y promociones					

**SECRETARIA DE ESTADO EN LOS DESPACHOS  
DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL DE HONDURAS**

N	RAMA DE ACTIVIDAD ECONOMICA	TAMAÑO DE LAS EMPRESAS POR NUMERO DE TRABAJADORES	SALARIO MINIMO MENSUAL	SALARIO MINIMO 2014, JORNADA ORDINARIA DE 8 HORAS	SALARIO MINIMO POR HORA 2014	INCREMENTO MENSUAL EN EMPRESAS 2014
1	Agricultura, silvicultura, Caza y Pesca	DE1A10	5114,46	21,31	243,55	243,55
		de11a50	5381,43	22,42	256,26	256,26
		de51a150	5498,73	22,91	311,25	311,25
		de151en adelante	5683,07	23,68	396,49	396,49
2	Explotación minas y canteras	DE1A10	6987,30	29,11	29,11	
		de11a50	7196,93	29,99	29,99	332,73
		de51a150	7640,68	31,84	31,84	342,71
		de151en adelante	7896,83	32,90	32,90	432,49
3	Industria manufacturera	DE1A10	6858,51	228,62	28,58	326,60
		de11a50	7296,42	243,21	30,40	347,45
		de51a150	7746,31	258,21	32,28	438,47
		de151en adelante	8006,01	266,87	33,36	558,56
4	Regionalizado		3840,76	128,03	16	182,89
5	Electricidad, gas y agua	DE1A10	7212,70	240,42	30,05	343,46
		de11a50	74,29,08	247,64	30,95	353,77
		de51a150	7887,15	262,91	32,86	446,44
		de151en adelante	8151,57	271,72	33,96	568,71
6	Construcción	DE1A10	7083,90	236,13	29,52	337,33
		de11a50	7296,42	243,21	30,40	347,45
		de51a150	7746,31	258,21	32,28	438,47
		de151en adelante	8006,01	266,87	33,36	558,56
7	Comercio al por mayor , menor restaurantes y hoteles	DE1A10	7083,90	236,13	29,52	337,33
		de11a50	7296,42	243,21	30,40	347,45
		de51a150	7746,31	258,21	32,28	438,47
		de151en adelante	8006,01	266,87	33,36	558,56
8	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	DE1A10	7148,31	238,28	29,78	340,40
		de11a50	7362,75	245,42	30,68	350,61
		de51a150	7816,74	260,56	32,57	442,46
		de151en adelante	8078,79	269,29	33,66	463,64
9	Establecimientos financieros y seguros, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas	DE1A10	7277,10	242,57	30,32	346,53
		de11a50	7495,41	249,85	31,23	356,92
		de51a150	7957,58	265,25	33,16	450,43
		de151en adelante	8224,35	274,15	34,27	573,79
10	Servicios comunales, sociales y personales, seguridad y limpieza	DE1A10	6955,11	231,84	28,98	331,20
		de11a50	7163,76	238,79	29,85	341,13
		de51a150	7605,47	253,52	31,69	430,50
		de151en adelante	7860,44	262,01	32,75	548,40
11	Actividades de hospitales	DE1A10	6955,11	231,84	28,98	331,20
		de11a50	7163,76	238,79	29,85	341,13
		de51a150	7514,12	250,47	31,31	425,33
		de151en adelante	7620,45	254,01	31,75	531,66

**SECRETARIA DE ESTADO EN LOS DESPACHOS  
DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL DE HONDURAS**

N	RAMA DE ACTIVIDAD ECONOMICA	TAMAÑO DE LAS EMPRESAS POR NUMERO DE TRABAJADORES	SALARIO MINIMO MENSUAL	SALARIO MINIMO 2015, JORNADA ORDINARIA DE 8 HORAS	SALARIO MINIMO POR HORA 2015	INCREMENTO MENSUAL EN EMPRESAS 2015
1	Agricultura, silvicultura, Caza y Pesca	DE1A10	5385,52	179,52	22,44	271,07
		de11a50	5666,64	188,89	23,61	285,22
		de51a150	5856,15	195,20	24,40	357,42
		de151en adelante	6137,72	204,59	25,57	454,65
2	Explotación minas y canteras	DE1A10	7357,63	245,25	30,66	370,33
		de11a50	7578,37	252,61	31,58	381,44
		de51a150	8137,33	271,24	33,91	496,64
		de151en adelante	8528,58	284,29	35,54	631,75
3	Industria manufacturera	DE1A10	7222,01	240,73	30,09	363,50
		de11a50	7683,13	256,10	32,01	386,71
		de51a150	8249,82	274,99	34,37	503,51
		de151en adelante	8646,49	288,22	36,03	640,48
4	Regionalizado		4044,32	134,81	16,85	203,56
5	Electricidad, gas y agua	DE1A10	7594,98	253,17	31,65	382,27
		de11a50	7822,82	260,76	32,60	393,74
		de51a150	8399,82	279,99	35,00	512,66
		de151en adelante	8803,70	293,46	36,68	652,13
6	Construcción	DE1A10	7459,35	248,64	31,08	375,45
		de11a50	7683,13	256,10	32,01	386,71
		de51a150	8249,82	274,99	34,37	503,51
		de151en adelante	8646,49	288,22	36,03	640,48
7	Comercio al por mayor , menor restaurantes y hoteles	DE1A10	7459,35	248,64	31,08	375,45
		de11a50	7683,13	256,10	32,01	386,71
		de51a150	8249,82	274,99	34,37	503,51
		de151en adelante	8646,49	288,22	36,03	640,48
8	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	DE1A10	7527,17	250,91	31,36	378,86
		de11a50	7752,97	258,43	32,30	390,23
		de51a150	8324,82	277,49	34,69	508,09
		de151en adelante	8725,09	290,84	36,35	646,30
9	Establecimientos financieros y seguros, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas	DE1A10	7662,78	255,43	31,93	385,69
		de11a50	7892,67	263,09	32,89	397,26
		de51a150	8474,82	282,49	35,31	517,24
		de151en adelante	8882,30	296,08	37,01	657,95
10	Servicios comunales, sociales y personales, seguridad y limpieza	DE1A10	7323,73	244,12	30,52	368,62
		de11a50	7543,44	251,45	31,43	379,68
		de51a150	8099,82	269,99	33,75	494,36
		de151en adelante	8489,28	282,98	35,37	628,84
11	Actividades de hospitales	DE1A10	7323,73	244,12	30,52	368,62
		de11a50	7543,44	251,45	31,43	379,68
		de51a150	8002,54	266,75	33,34	488,42
		de151en adelante	8230,09	274,34	34,29	609,64

## **Empresas Miembros de FUNDAHRSE a Diciembre 2012**

Lázarus & Lázarus

Lotelhsa

Manpower

Manufacturas Del Trópico

MAPFRE Honduras

Mármoles de Honduras

McCann Erickson

MICROENVASES

Molino Harinero Sula

MOLPEX

Nestlé

Plásticos Europeos

Plásticos Vanguardia

Plycem

Price Water House Coopers

PROGCARNE

Real Club Deportivo España

RECACEL

Saybe y Asociados

Seaboard Marine

Sears Mi Casa

Supermercados La Antorcha

Supermercados La Colonia

Tábora y Flores

UNICOMER

UNITEC

Universidad de San Pedro Sula

Universidad Tecnológica de

Honduras

WalMart

Zip San José

Agrolíbano

Altia Business Park

AMPAC

Aquafinca Saint Peter Fish S.A.

Azucarera Choluteca

Azucarera La Grecia

BAC Credomatic

BanPaís

BATCA

BCIE

BECAMO

Camas Dina

Camosa

Campisa

Caracol Knits

Cargill Honduras

Celtel

Cemesa

Cenosa

Cervecería Hondureña S.A.

Cía. Azucarera Hondureña S.A.

CISA (Central de Ingenios)  
CODELEX  
COLTEL  
Comercial Almíjar  
CompuSolutions  
Consortium  
Corporación Dinant  
Corporación Flores  
Corporación Industrial del Norte  
Corporación Lady Lee  
DACOTRANS de Centroamérica, S.A.  
DHL  
DIPROCOM  
Dirisa  
Distribuidora Istmania  
DIUNSA  
ELCOSA  
Excell Ogilvy  
Finca Ana María  
Finca Tropical  
Fruit of the Loom  
Fundación San Martín  
Gildan Activewear  
Green Valley Industrial Park  
Grupo ETERNA  
Grupo Financiero Ficohsa  
Grupo IB  
Grupo Intur

Grupo J.  
Grupo Kattán  
Grupo Lafise  
Grupo Mandofer  
Grupo OPSA  
Grupo Q  
Grupo Terra  
Grupo Vesta  
Hanes Brands  
IMSA  
Industrias Chamer  
Industrias Madona  
Industrias Panavisión  
ITEE  
Kielsa Farmacéutica  
LACTHOSA  
Lafarge Cementos