



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí

Administración de las finanzas personales y su efecto en el nivel de consumo de dos barrios del distrito I de la ciudad de Estelí, en el segundo semestre del año 2020.

Trabajo de seminario de graduación para optar

Al grado de

Licenciado (a) en Economía.

Autores:

Larry Noé Izcano Arauz

Daritzza Marileydi Barrantes Centeno

Tutor:

MSc. Reynaldo José Gómez García.

Estelí, Diciembre de 2020



Valoración docente

A través de la presente hago constar que: ***Daritza Marileydi Barrantes Centeno*** y ***Larry Noé Izcano Arauz*** estudiantes de la Licenciatura en Economía han finalizado su trabajo de investigación con el tema ***Administración de las finanzas personales y su efecto en el nivel de consumo de dos barrios del distrito I de la ciudad de Estelí, en el segundo semestre del año 2020.***

Este trabajo fue apoyado metodológicamente y técnicamente en la fase de planificación, ejecución, procesamiento, análisis e interpretación de datos, así como en sus respectivas conclusiones. Después de revisar la coherencia, contenido y la incorporación de las observaciones brindada por el docente metodólogo y consultas realizadas a especialistas en el tema, considero que el mismo hace una aportación significativa al conocimiento y da aportes relevantes.

También, la amplia literatura científica relacionada con el tema indicado, evidencia que ocupa un lugar importante entre los desarrollos recientes en el proceso de Licenciatura de la Facultad.

Por lo tanto, considero que el mismo cumple con los requisitos establecidos en la normativa y está listo para ser entregado ante la institución rectora.

Dado en la ciudad de Estelí, a los 18 días del mes de diciembre de 2020.

Atentamente,

MSc. Reynaldo José Gómez García

Tutor de tesis

Índice

| | | |
|--------|--|----|
| I. | INTRODUCCION..... | 5 |
| 1.1 | ANTECEDENTES | 7 |
| 1.2 | PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 9 |
| 1.3 | FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | 10 |
| 1.4 | JUSTIFICACION | 11 |
| II. | OBJETIVO..... | 12 |
| 2.1 | Objetivo General..... | 12 |
| 2.2 | Objetivos Específicos | 12 |
| III. | MARCO TEORICO..... | 13 |
| 3.1 | Finanzas personales | 13 |
| 3.1.2 | Definiciones | 13 |
| 3.1.3 | Clasificación de las finanzas..... | 13 |
| 3.1.3 | Objetivo de las finanzas personales | 14 |
| 3.1.4 | Importancia de las finanzas personales..... | 15 |
| 3.1.5 | Elementos que influyen en las finanzas personales..... | 16 |
| 3.2 | Consumo | 24 |
| 3.2.1 | Definiciones de Consumo..... | 24 |
| 3.2.2. | Consumo familiar | 24 |
| 3.2.3. | Categorías del consumo. | 25 |
| 3.2.4. | La función del consumo..... | 26 |
| 3.2.5. | La propensión marginal a consumir | 26 |
| 3.2.2 | Determinantes del consumo..... | 26 |
| 3.3 | Estrategias | 36 |
| 3.3.1 | Definiciones de estrategias | 36 |
| 3.3.2 | Diferencia entre técnica y estrategia..... | 36 |
| 3.3.3 | Planificación estratégica | 37 |
| 3.3.4 | Importancia de la planeación estratégica en una organización | 38 |
| 3.3.5 | Proceso del plan estratégico..... | 38 |
| 3.3.6 | Clasificación y tipos de estrategias de aprendizaje. | 38 |
| 3.3.6 | Importancia de la planeación estratégica en una organización | 41 |
| 3.3.7 | Estrategias de educación financiera..... | 42 |
| IV | HIPÓTESIS..... | 43 |
| 4.1 | Matriz (cuadro) de categorías | 43 |
| V. | Diseño Metodológico..... | 44 |

| | | |
|-------|---|-------------------------------|
| 5.1 | Tipo de investigación | 44 |
| 5.2 | Tipo de estudio. | 45 |
| 5.4 | Técnicas de recolección de datos o instrumentos..... | 46 |
| 5.5 | Etapas de la investigación | 46 |
| 5.5.1 | Investigación Documental | 46 |
| VI. | Resultados | 48 |
| 7.1 | Descripción del encuestado | 48 |
| 7.2 | Caracterización de los hogares | 50 |
| 7.3 | Comportamiento del consumo en los hogares | 54 |
| 7.3 | Estrategias para mejorar la administración de las finanzas personales | 64 |
| VII | Conclusiones..... | 69 |
| VIII. | Recomendaciones..... | 71 |
| IX. | BIBLIOGRAFIA | ¡Error! Marcador no definido. |
| X. | ANEXOS..... | 74 |

I. INTRODUCCIÓN.

La importancia de las finanzas personales radica en la vida de las personas al momento de realizar decisiones económicas, para que puedan evaluar su situación financiera real, no importando el nivel económico, social o cultural que se tengan, evitar el gastar de más y su nivel de consumo.

La presente investigación determina el efecto de la administración de las finanzas personales en el nivel de consumo de dos barrios del distrito I de la ciudad de Estelí. Se busca con dicha investigación describir el efecto de las finanzas personales en nivel de consumo de los hogares, así como identificar como administran sus finanzas, sus ingresos y egresos, si estos ahorran, invierten y saber si adquieren deudas, para así proponer estrategias que mejoren el nivel de consumo de los hogares.

Se encontraron seis temas relacionados con la investigación los cuales están descritos en el primer capítulo del documento; La problemática que tienen los hogares es la dificultad de organizar sus finanzas, los hogares se han tenido que enfrentar a diferentes situaciones y transformaciones constantes a lo largo del último año, generando una incertidumbre y mucho de estos sin contar con fuentes de ingresos; es por ello, que se ha centrado este estudio en la finanza de los hogares.

Esta indagación sirve de referencia a los hogares para tener pautas del mejoramiento de sus finanzas o facilitara el proceso investigativo a los estudiantes que deseen profundizar en la temática.

El objetivo general de la presente investigación es determinar el efecto de las finanzas personales en el nivel de consumo de la población del barrio Jaime Úbeda y Elías Moncada para dar salida a este objetivo, se plantearon objetivos específicos con los que se buscó a caracterizar a los hogares, identificar el comportamiento del consumo de esta manera proponer estrategias que mejoren la situación de los hogares incrementando el nivel de vida del municipio de Estelí.

El proceso investigativo se inició con la estructuración del marco teórico compuesto por tres grandes ejes temáticos: finanzas personales, en el cual se abordó su conceptualización según autores como Barquín; en él también se encuentran objetivos de las finanzas, clasificación de estas, importancia y demás. En el segundo eje temático se centra en el nivel de consumo abordando sus diferentes conceptos por distintos autores, consumo familiar, los determinantes del consumo. El tercer y último eje trata sobre estrategias su formulación, y ejecución de estas.

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo ya que interpreta de mejor manera la realidad social, con diferentes estadísticas, descripciones detalladas y profundidad en los datos, además para dar respuesta a dichas variables se utilizarán como técnica de análisis la encuesta. La investigación es de tipo descriptiva ya que buscan a

especificar las propiedades, características del comportamiento específico de cada variable a analizar; en cuanto al tiempo esta investigación es de corte transversal por el hecho que se analizara en un periodo establecido (II semestre del año 2020).

El tipo de muestreo es por conveniencia, porque se empleó un muestreo no probabilístico para su selección, tomando como muestra 63 hogares de los barrios Jaime Úbeda y Elías Moncada del municipio de Estelí. Para la recopilación de datos de esta investigación se utilizaron como instrumentos, la encuesta dirigida a los hogares de dichos barrios.

A partir del instrumento aplicado se concluyó que los hogares necesitan mejorar sus finanzas para que estas mejoren su nivel de consumo, viendo que en épocas de crisis se ven afectadas; Es necesario destacar que las finanzas personales pretenden, como punto de partida, que las familias se apropien de la educación financiera, estructuren los ingresos, ahorren e inviertan en bienes que permitan el crecimiento de la familia, tanto a nivel social como económica, para ello es necesario establecer una metodología que incida en apropiarse de conceptos y procedimientos necesario para lograr la sanidad financiera en los hogares del municipio de Estelí.

A través de ello se establecieron estrategias como mejorar el manejo de las finanzas ya que tiene un impacto educativo donde se adquiere conocimiento y se desarrolla habilidades necesarias para poder tomar mejores decisiones financieras y con ello incrementar el nivel de bienestar personal y familiar.

1.1 ANTECEDENTES.

Entre las investigaciones relacionadas con las finanzas personales en el nivel de consumo se consultaron diferentes fuentes de información en internet, en la biblioteca "Urania Zelaya" de la Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí (FAREM Estelí y tesis en Universidades de España, de las cuales se encontraron:

A nivel Internacional se encontraron 3 investigaciones de tesis documentadas sobre esta temática.

Una primera tesis del autor Isasi Rivas Kenyo titulada: "La Educación Financiera y La Cultura de Ahorro en los estudiantes de la especialidad de Ebanistería y decoración de la universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle en el 2015", realizada en la Ciudad Lima, Perú en el año 2015 en la "Universidad Nacional de Educación" Facultad de tecnología; cuyo objetivo es establecer la relación que existe entre la educación financiera y la cultura del ahorro de los estudiantes, la cual concluye que la educación Financiera es cuestión de inversión y de crédito no debe ignorarse ya que al hacerlo tendrá un costo, muy alto (Kenyo I. , 2015).

Una segunda tesis por el autor José M, Domínguez Martínez de la Universidad de Alcalá en el Instituto Universitario de Análisis Económico y Social presenta en el 2013 titulada: "Educación para Jóvenes, Una Visión Introdutoria" realizada en el año 2019, en Madrid, España. Cuyo objetivo es ofrecer una ayuda para la toma de decisiones financieras personales; uno de los principales resultados fue el déficit de Educación financiera de los jóvenes, que presentara más riesgos en su etapa adulta y concluye que es esencial hacer énfasis en la interrelación de contenidos a fin de superar los comportamientos estancados (Dominguez, 2013).

Una tercera tesis por los autores Elena Moreno García, Arturo García Santillán y Lisette Gutiérrez Delgado en la Universidad Cristóbal Colón en Veracruz, México en el año 2017 se realizó una investigación titulada: "Nivel de Educación Financiera en escenarios de educación superior" un estudio empírico con estudiantes del área económico-Administrativa el estudio tiene como objetivo medir el nivel de educación financiera de los jóvenes que ya han recibido educación financiera, los resultados demostraron que los estudiantes universitarios, tienen el conocimiento y el hábito de elaborar presupuestos para balancear sus gastos, pero su nivel de educación financiera es muy bajo respecto al resto de las variables que se evaluaron según la investigación (Moreno, Garcia, & Delgado, 2017).

A nivel nacional se encontraron Investigaciones de tesis documentadas sobre esta temática.

Una cuarta tesis por los autores Karina Bernarda Blandón y Laura Karina Raudez Urrutia titulada tesis "Impacto Socio Económico del manejo de las Finanzas de la población de la trinidad–Estelí en el segundo Semestre del año 2017" realizada en el

año 2017 por la carrera de Economía en la Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí (FAREM-Estelí). Su principal objetivo es analizar el impacto socioeconómico del manejo de las finanzas personales de la población de la trinidad. En este se concluye que el trabajo implementado en la trinidad abordando la situación socioeconómica de la población, los resultados son positivos ya que si se implementan las herramientas correctas para lograr un excelente manejo de las Finanzas personales (Blandón & Raudez, 2017).

La quinta los autores Lic. Alejandro José Salgado Obregón, y Msc Manuel de Jesús Gonzales García para optar al título de Master en Contabilidad con énfasis en auditoria esta tiene por título: "Análisis de finanzas personales y sus efectos en el desarrollo socioeconómicos de socias y socios de las cooperativas de viviendas COVICOF RL departamento de Estelí en el Semestre del 2015" realizada en la Ciudad de Estelí en junio 2016, en la Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí (FAREM-ESTELI). Su principal objetivo es analizar las finanzas personales y su efecto en el desarrollo socioeconómico de los socios y socias de la cooperativa de viviendas sus resultados dieron como conclusión que la situación económica de los socios se encuentra en un nivel medio ya que su ingreso no cubre las necesidades básicas debido a que la mayoría son obreros y no poseen una estabilidad en sus ingresos (Obregon, 2016).

Actualmente no existe un estudio a nivel local sobre cuál es el efecto de las finanzas personales sobre el nivel de consumo en los hogares, por lo tanto servirá para proponer ideas para contribuir a "mejorar la calidad de vida", ya que, con un consumo responsable, adecuado a nuestras finanzas mejorará simultáneamente las mismas; y el país necesita hacer énfasis en la educación financiera.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La educación financiera en Nicaragua ha sido un problema de consideración y que ha pasado desapercibido, y el problema es que no existe una organización o entidad pública o privada que se dedique a fomentar o instruir a las personas para que estas hagan un manejo adecuado de las finanzas, es por ello que se da a la tarea de estudiar como administran las finanzas los hogares del barrio Jaime Úbeda y Elías Moncada de la ciudad de Estelí.

El éxito para tener un buen manejo de las finanzas personales es educarse primero en temas relacionados con administración financiera, es decir informarse de cómo realizar planes de gastos y aprender a distribuir de manera correcta los ingresos, así como también plantarse metas y objetivos que, con la disciplina necesaria puedan ser alcanzables con el tiempo, esto podría ser la obtención de una casa, vehículos, planificar paseos o ahorrar.

Nicaragua es uno de los países más pobres, donde la mayoría de personas carecen de una cultura de administración financiera, por lo que la escases de empleo, pocas oportunidades de crecimiento económico, mano de obra barata entre otros factores, provocan que muchas personas se hallan visto obligados a buscar oportunidades en otros países para poder ayudar a sus familiares, mismos que reciben remesas; pero generalmente la administración no es la correcta, por otra parte algunos miembros en los hogares abandonan las escuelas y se dedican a trabajar obtienen trabajos que no son muy bien remunerados; es por ello que esta investigación dará respuesta a algunas interrogantes como por ejemplo de donde obtienen sus ingresos los hogares del barrio Jaime Úbeda y Elías Moncada y si están preparados para dar un buen uso de los ingresos económicos que obtienen; y hacia donde destinan sus gastos.

Es probable que muchos hogares dependan de ingresos que reciben de sus familiares que residen en el extranjero o de otra fuente de ingresos como salarios, pensiones o negocios propios, pero si algo es cierto es que en la mayoría de casos no saben cómo administrar su dinero, ya que puede ser que unos gasten su dinero en salidas de fin de semana, actividades de ocio, o compras innecesarias, entre otras razones. Y cuando se presentan momentos de crisis pasan dificultades que no saben cómo resolver, es por ello que es necesario dar la importancia debida a estos temas ya que Nicaragua es un país que necesita trabajar el ámbito de las finanzas personales, para así disolver un poco el problema del mal manejo de las finanzas.

Educar a las personas económicamente a temprana edad sería fundamental para prepararlos para el futuro ya que eso les permitirá hacerse de una buena cultura financiera, y por ende les ayudará a estructurar de manera correcta sus ingresos, quizás ahorren o busquen formas de invertir su dinero, estos puntos en Nicaragua no son tratados con frecuencia y pasan desapercibidos, pero es de suma importancia buscar medidas para contrarrestar el problema.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

1.3.1 Pregunta Directriz.

¿Cómo la forma de administración de las finanzas personales afecta el nivel de consumo de los hogares del distrito I de la ciudad de Estelí?

1.3.2 Preguntas problemas.

¿Cuáles son las condiciones de vida de los hogares del distrito I de la ciudad de Estelí?

¿Qué factores influyen en el comportamiento del consumo de los hogares?

¿Qué estrategias pueden mejorar la administración de las finanzas personales en los hogares?

1.4 JUSTIFICACIÓN.

Actualmente Nicaragua como muchos países del mundo en vías de desarrollo lucha con problemas de crecimiento económico, lo que afecta directamente los niveles de ingreso y por lo tanto el nivel de consumo de las personas, es por eso que este estudio surgió como una inquietud y la cual conlleva a plantearse una pregunta ¿Por qué? muchas personas con trabajos fijos, sueldos constantes o mesadas mensuales presentan problemas para subsistir durante reciban sus próximos ingresos, lo cual algunos recurren a préstamos para atender necesidades inmediatas, generando así un problema que, en algunos casos muchos no tienen lo suficiente para costear sus gastos personales.

Por esa razón una mala administración de las finanzas personales es un tema que inquieta de cierto modo a medida que las personas se enfrentan a los compromisos económicos, todos deseamos generar más dinero, viajar, suplir los gustos y estar libre de deudas, pero no se cuenta con la suficiente educación necesaria para hacer eso posible, ignorando de cierto modo que la educación financiera es una herramienta para generar crecimiento y progreso, también es propulsor para el desarrollo individual y colectivo a nivel de sociedad.

Las finanzas personales abarcan diversos aspectos relacionados en la manera cómo las personas manejan sus recursos y cómo toman decisiones financieras. Es un concepto multidimensional que requiere mirar en el comportamiento individual desde diferentes ángulos, por esta razón fomentar una cultura financiera entre niños y jóvenes se ha convertido en una prioridad social y económica para algunos países.

Por otra parte, actualmente existe una crisis económica debido a la pandemia del COV-19, lo que ha provocado que muchas personas perdieran sus trabajos y tengan que ajustar sus presupuestos, mejorar la administración de su dinero, depender de una sola fuente de ingreso ya que estos no cuentan con ahorros u otras fuentes de ingresos lo que hace destacar la importancia de administrar correctamente las finanzas personales.

Se desconoce si los hogares del Bo. Jaime Úbeda y Elías Moncada tiene conocimiento acerca de temas como el ahorro, inversión, consumo, la manera de utilizar los préstamos que obtienen de manera correcta y, sobre todo, como administrar sus presupuestos personales; esta investigación servirá de guía para los hogares en sus finanzas y así sentir independencia financiera.

Es por ello que este estudio va dirigido a aquellas personas que carecen de una buena administración financiera, esperando así despertar interés en las mismas y en los agentes interesados en atender dicha situación. Además se pretende que este estudio sirva como guía para despertar nuevas ideas y surjan nuevas investigaciones que profundicen en el tema y aclaren interrogantes de cómo afectan las finanzas personales en el nivel de consumo de los hogares.

II. OBJETIVO.

2.1 Objetivo General.

- Determinar la administración de las finanzas personales y su efecto en el nivel consumo de los hogares de dos barrios del distrito I de la ciudad de Estelí, en el segundo semestre del año 2020.

2.2 Objetivos Específicos.

- Caracterizar aspectos de las finanzas personales de los hogares de dos barrios del distrito I de la ciudad de Estelí.
- Identificar el comportamiento del consumo de los hogares de los hogares de dos barrios del distrito I de la ciudad de Estelí.
- Proponer estrategias para una mejor administración de las finanzas personales en dichos hogares.

III. MARCO TEÓRICO.

En esta investigación se abordan tres ejes teóricos como son: finanzas personales consumo, y estrategias.

3.1 Finanzas personales.

3.1.2 Definiciones.

Se define finanzas como la rama de la economía aplicada que estudia la forma como los recursos escasos son asignados a través del tiempo; esas decisiones financieras se distinguen de otras asignaciones de recursos porque los costos y beneficios de las decisiones financieras se distribuyen a lo largo del tiempo, y en la mayoría de ocasiones son desconocidos (Olivares, 2014).

El término se refiere a la forma de manejar y distribuir los recursos, bienes o dinero. La manera cómo ese manejo o distribución del dinero repercute en la relación de la persona con el entorno. En sentido estricto, las finanzas personales representan la realidad económica de una persona, y el buen o mal manejo que ésta haga de las mismas tiene una repercusión directa en la calidad de vida (Barquín, 2003).

3.1.3 Clasificación de las finanzas.

Las finanzas se clasifican en finanzas personales, corporativas y públicas (García, 2014):

- Finanzas personales: si los individuos requieren recursos que no tienen para financiar las compras de bienes duraderos como muebles, casas, automóviles, computadoras, etcétera, o para cubrir los gastos diarios, se convertirán en emisores; por el contrario, si se poseen recursos de sobra, serán inversionistas.
- Finanzas corporativas: las empresas que requieren recursos son aquellas que han identificado alguna oportunidad de inversión rentable, que pretenden desarrollar un proyecto de expansión o, en ocasiones, aquellas que por alguna razón se les ha dificultado mantener la operación financiera del negocio. Obtener los recursos suficientes ayuda a las empresas a realizar proyectos productivos, a mantener el nivel de operación y a lograr el crecimiento deseado.
- Finanzas públicas: en cuanto a los gobiernos, estos por lo general gastan más de lo que reciben. El déficit de un gobierno, que no es otra cosa que el diferencial entre los ingresos obtenidos y los egresos aplicados, se debe financiar, es decir, deben obtenerse los recursos faltantes para poder realizar los gastos programados.

Un gobierno recibe recursos financieros por medio de los impuestos y derechos que cobra, por la ganancia que generan las empresas estatales, por la emisión de dinero que realiza y en última instancia, por los préstamos que puede obtener. El gobierno utiliza todos los recursos disponibles para cubrir los gastos, crear infraestructura, garantizar la seguridad de los ciudadanos y establecer las condiciones económicas propicias que estimulen el desarrollo de la población.

Estas actividades se realizan en el ámbito de las finanzas públicas. Cuando el gobierno necesita recursos “emite” algunos instrumentos financieros y con ello capta los recursos que tienen en exceso los individuos o las empresas.

3.1.3 Objetivo de las finanzas personales.

El objetivo de las finanzas personales se puede plantear como una decisión de dos escenarios posibles: la primera se puede ver como la búsqueda de un alto nivel de vida, donde se posee variados bienes como automóviles lujosos, vivienda en estratos ropa costosa, altos niveles de endeudamiento, bajos niveles de ahorro, etc., que permite poseer altos niveles de satisfacción, acompañado de un alto riesgo de mantener ese nivel de apariencia ante la sociedad.

Pero, por otro lado, se puede crear riqueza, trabajando en buscar una sostenibilidad mediante acciones propias y apoyadas en la planeación financiera, la cual genera altos niveles de seguridad, responsabilidad y la tan esperada y apreciada independencia financiera (Olmedo, 2009).

El éxito de la aplicación de las buenas prácticas financieras depende de factores fundamentales tales como la disciplina y plantearse un objetivo alcanzable. Todos los seres humanos tienen habilidades tanto físicas como mentales, que conlleva a la libertad financiera.

Según Burgueño existen algunos pasos importantes para llevar eficientemente las finanzas personales que se deben tomar en cuenta a nivel familiar, estos son (Burgueño, 2000):

- Educarse
- Revisar el crédito regularmente
- Hacer presupuestos
- Pagar deudas a tiempo
- Ahorrar en lo posible

3.1.4 Importancia de las finanzas personales.

Así, las finanzas, en tanto economía aplicada se fortalecen de otras áreas del conocimiento como Administración y Contaduría para asumir decisiones prácticas. Se parte del planteamiento de que la función primordial del sistema es satisfacer las preferencias de consumo de las personas, incluyendo desde lo básico para la vida como los alimentos, vestidos y vivienda, hasta el logro de objetivos de maximización de valor en organizaciones económicas como las empresas y el gobierno (Olivares, 2014).

Herramientas para el manejo de las finanzas personales.

A continuación, se presentan las herramientas para el manejo de las finanzas personales que son tácticas financieras con alcances mayores netamente financieros que permitan alcanzar el éxito financiero.

➤ Autoevaluación financiera.

Evaluar la actual situación financiera es una herramienta que permite revisar los principales tópicos como son los ingresos, los gastos y el patrimonio que posee una persona; a los dos primeros se pueden comparar mensualmente. El cual se debe elaborar un panorama financiero de la vida actual.

➤ Elaborar metas financieras.

Sin duda alguna, este punto está relacionado con el ahorro. Si tiene claridad para qué necesita el dinero, entonces trabajará para conseguirlo. Definir y escribir las metas financieras que estén acordes con un adecuado nivel de vida y situación financiera actual. Establecer el costo real para lograr cada meta. Para lograr este punto las metas deben ser concretas.

Se debe fijar la fecha en la cual se necesitará el dinero para cumplir con la meta. El manejo que le pueda dar al dinero, ayudará a tomar mejores decisiones financieras y que permitirá tener un estilo de vida (Barquín, 2003).

El éxito en la administración de las finanzas personales puede provenir de diversos estamentos, sin embargo, se estructura un elemento esencial que permite tomar decisiones consientes y más coherentes en el quehacer diario, el cual es el “presupuesto”, es por ello que se tomara esta herramienta financiera como elemento pivote que cumplirá dos fines principales: El resultado lógico y eficiente de una serie de actividades cotidianas que permite tomar decisiones en beneficio personal, en donde se podrá entender el vocablo personal si se quiere familiar y el punto de partida para elaborar alguna estrategia que genere un rediseño los gastos o las inversiones actualmente realizadas y de esta manera encontrar un bienestar adicional en la administración de las finanzas personales (Olmedo, 2009).

3.1.5 Elementos que influyen en las finanzas personales.

3.1.5.1 Ahorro.

Es la parte del dinero que no se gasta de forma inmediata, sino que se guarda para gastar más adelante y que el país, familia, empresa o persona que ahorra, evitará problemas en el futuro, con este se podrá hacer frente a imprevistos (Arreglar el coche si se estropea, pagar la comida y el alquiler si se queda sin trabajo) (Burgueño, 2000).

Principalmente se ahorra para poder realizar sueños sin necesidad de pedir créditos, o bien para afrontar problemas futuros que pueden requerir de ciertos gastos extra. Así, el ahorro durante la vida podrá ayudar en la educación de los futuros hijos, en el tiempo de ocio, para disfrutar de unas buenas vacaciones, en la compra de bienes inmobiliarios, en las posibles emergencias médicas.

Lo más importante del ahorro es generar un hábito, por supuesto, que al principio te costará un poco de trabajo, sin embargo, poco a poco al ver los resultados se logrará y así sin darse cuenta se volverá una constante en el presupuesto.

➤ Ventajas del ahorro.

Las principales ventajas de ahorrar, es que permite llevar a cabo muchos de los planes y alcanzar las metas.

Gran disciplina que nos puede ayudar a conseguir otras metas: como se sabe, no siempre resulta tan fácil ahorrar dinero, pero el hábito del ahorro fomenta la autodisciplina, porque no se realiza algunos gastos actuales para tener mejores beneficios en el futuro. Esto requiere una gran dosis de voluntad y estos ayudarán a conseguir otros objetivos personales.

No hay necesidad de endeudarse: como se sabe que las entidades financieras ofrecen múltiples alternativas para comprar ahora y pagar más tarde, los llamados créditos. Pero uno de los grandes beneficios de ahorrar es que se puede pagar al contado, por tanto, no se tendrá ninguna necesidad de endeudarnos para conseguir los objetivos (Broseta, 2010).

3.1.5.2 Ingresos.

Superintendencia de Bancos Guatemala se refiere a las combinaciones de todas las entradas de dinero de una persona; familia o empresa.

En términos contables son los incrementos de los activos menos el decremento de los pasivos de una entidad durante un periodo contable, con un impacto favorable en la utilidad o en el cambio neto en el patrimonio contable y consecuentemente el capital ganado respectivamente (Romero, 2010).

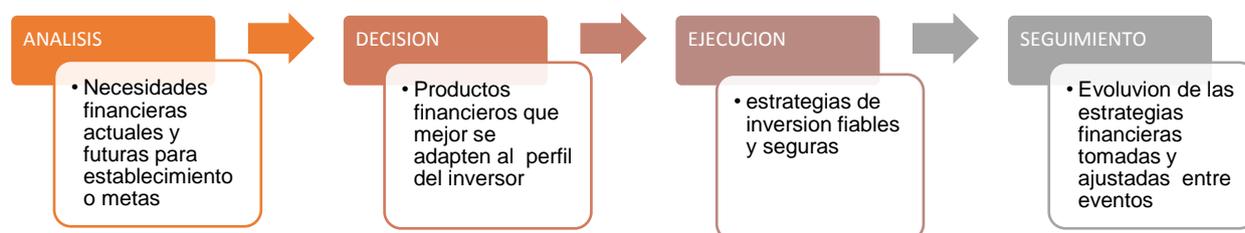
La planificación y el presupuesto personal.

Para tener una idea más clara de lo que es la planificación financiera el Banco de América Central, define la planificación como, “el ejercicio de análisis, diagnóstico y conformación de un instrumento que permite prever, es decir, ver o anticipar los hechos que pueden ocurrir” (Credomatic, 2008, pág. 164).

Banco Caminos define como, el desarrollo de un plan exhaustivo en el que se determinan la totalidad de objetivos financieros del individuo y en el que se seleccionan y ejecutan las mejores estrategias coordinadas para alcanzarlos los pasos de la planificación se mencionan a continuación (Banco caminos, 2019, pág. 16):

- Análisis de la situación de partida y de los objetivos que se desean alcanzar.
- Decisión de los instrumentos financieros al alcance que mejor se adapte al perfil del inversor y que permanezcan los objetivos trazados.
- Ejecución de la estrategia de inversión a través de instituciones y plataformas de contrataciones fiables y seguras.
- Seguimiento dinámico de la evolución de las estrategias financieras tomadas y ajustarlas ante eventos que varían la situación patrimonial.

Figura 1. Fase de planificación financiera,



Fuente: Banco Caminos (2019).

3.1.5.3 Educación financiera.

3.1.5.3.1 Definiciones de educación financiera.

Seguidamente se presenta el primer tema que se desglosa cada uno de los ejes teóricos, educación financiera es una combinación de conocimientos, entendimientos, herramientas y especialmente comportamientos que lleva a los consumidores a tomar decisiones financieras solidas con base en sus circunstancias económicas.

La OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) define la educación financiera como: “el proceso por el que los inversores y consumidores

financieros mejoran su comprensión de los productos financieros, conceptos y riesgos” adicionalmente, a través de la información la enseñanza y/o el asesoramiento, se desarrollan las habilidades y confianza precisas para adquirir mayor conciencia de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber dónde acudir para pedir ayuda y tomar cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar financiero” (OECD, 2020).

La educación financiera es el proceso mediante el cual los consumidores e inversores mejoran su comprensión de los productos y los conceptos financieros, por medio de la información, la instrucción y la asesoría objetiva, y desarrollan las capacidades y la confianza para ser conscientes de los riesgos financieros y las oportunidades, y así tomar decisiones informadas, y saber dónde acudir para obtener ayuda, con el fin de mejorar su bienestar financiero y su protección (O'Neill, 2011).

Otra definición de educación financiera es el proceso educativo por medio del cual las personas toman conciencia de la importancia de desarrollar conocimientos, actitudes, destrezas, valores, hábitos y costumbres en el manejo de la economía personal y familiar, por medio del conocimiento y la utilización adecuada de las herramientas e instrumentos básicos de la vida financiera (CREDOMATIC, 2008).

Además, la educación financiera se define como, conocimientos y habilidades financieras que permiten a las personas hacer un mejor uso de los recursos disponibles, en tanto, los conocimientos y habilidades sobre derechos y responsabilidades contribuyen a desarrollar las comunidades de una manera balanceada y equitativa. Así mismo, en conjunto, estas capacidades favorecen el ejercicio de ciudadanía, al exigir al estado, el cumplimiento de sus responsabilidades en relación con cada persona y comunidad.

3.1.5.3.2 Características de la educación financiera

Partiendo de las definiciones de la educación de las finanzas personales y de la explicación sobre la importancia de tener una educación financiera como base el banco de américa central menciona las siguientes características (CREDOMATIC, 2008):

- Desarrollar habilidades; es el proceso de desarrollar habilidad para tomar decisiones de inversión.
- Transmite conocimientos; fortalecer los conocimientos para cimentar la base que permitan de desarrollar habilidades para la toma de decisiones de administración de las finanzas.
- Elevar el nivel de bienestar; contribuye al bienestar económico y social de los hogares e indirectamente a la economía del país.

Principios básicos para la educación financiera.

Basándose en su descripción de los planes de educación financiera que ya se aplican en la Unión Europea, la comisión considera que es conveniente definir algunos principios que puedan ayudar a las autoridades públicas, los prestadores de servicios financieros, las organizaciones de consumidores, los empresarios y otros interesados en sus esfuerzos para lanzar y gestionar programas de educación financiera ,estos principios tienen en cuenta la diversidad de enfoques y métodos disponibles para desarrollar una estrategia de educación financiera fructífera (OECD, 2005).

Principio 1: "La educación financiera tiene que promocionarse activamente y debe estar disponible en todas las etapas de la vida de manera continua" la educación financiera tiene que estar disponible para hacer frente a los problemas financieros que entrañan acontecimientos reales de la vida de los ciudadanos, desde los jóvenes hasta los jubilados.

Principio 2 Orientarse para que satisfaga las necesidades de los ciudadanos, fácilmente accesibles y oportunos. La educación financiera debe satisfacer una necesidad concreta: para los que empiezan a trabajar, desempleados, los que piensan fundar una familia, los adultos jóvenes, los endeudados, etc.; es importante asegurar que el programa se dé de manera comprensible y en un formato que pueda facilitar la consulta o el acceso del usuario cuando lo necesite.

Principio 3 Los consumidores deben recibir educación sobre asuntos financieros y económicos, empezando en la escuela, las autoridades nacionales deben estudiar la posibilidad de que la educación financiera forme parte obligatoriamente de los planes de estudios. Es esencial que los jóvenes adquieran los conocimientos financieros y económicos básicos en la enseñanza primaria y secundaria, en este contexto, las autoridades educativas nacionales y regionales deben estudiar de qué manera podría incluirse la educación financiera y económica en los planes de estudios.

Principio 4 Sensibilización respecto a la necesidad de mejorar la comprensión de los problemas y riesgos financieros. Los consumidores no siempre son conscientes de su falta de comprensión de los problemas y riesgos financieros, lo cual es el primer paso para estar abierto a la educación sobre estos temas.

Principio 5 Aportarse de manera equitativa, transparente, imparcial y siempre al servicio de los intereses de los consumidores. Previa consulta a los consumidores o a los representantes de los inversores, debe alentarse al sector de los servicios financieros a lanzar iniciativas para contribuir al desarrollo de la educación financiera y a poner sus conocimientos a disposición del público.

Principio 6 Los formadores han de contar con la formación y los recursos adecuados para dar cursos de educación financiera de manera fructífera y con confianza. Una cuestión clave para el éxito de la educación financiera es capacitar a los que imparten los cursos: «formar a los formadores», lo cual no sólo se aplica a los

enseñantes, sino también a los asistentes sociales, los empleados de banca, los voluntarios y otras personas que tratan con los clientes y que tienen que dar una formación de la manera más útil para su público.

Principio 7 Coordinación nacional en la determinación de las funciones, intercambio de experiencias, racionalización y priorización de recursos. Alentar a las autoridades nacionales, los prestadores de servicios financieros, las asociaciones de consumidores, los educadores y otros interesados a cooperar en las tareas de educación financiera.

Principio 8 Evaluación y actualización de los planes. Regular de los progresos alcanzados y comprobar si se alcanzan los objetivos previstos.

3.1.5.3.3 Importancia de la educación financiera.

La educación es más importante hoy en día que en cualquier otra época de la historia conforme dejamos atrás la era industrial y entramos a la era de la información, el valor de la educación continúa incrementándose, la pregunta en la actualidad es la siguiente: ¿Es adecuada la educación que usted o su hijo reciben en la escuela para enfrentar los desafíos de este nuevo mundo al que estamos ingresando? en la era industrial usted podía asistir a la escuela, graduarse y comenzar su carrera, generalmente usted no necesitaba educación adicional para tener éxito, simplemente porque las cosas no cambiaban tan rápidamente (Kiyosaki, 2015).

En otras palabras, la educación que se aprendía en la escuela era todo lo que se necesitaba a lo largo de la vida, hoy en día millones de personas que nacieron después de la Segunda Guerra Mundial se preparan para el retiro, muchos se dan cuenta de que no han sido educados adecuadamente para el nuevo mundo que enfrentan por primera vez en la historia, muchas personas bien educadas están encarando las mismas dificultades económicas que enfrentan personas con menor educación esas personas tienen frecuentemente que obtener educación y capacitación adicionales con el fin de satisfacer los requisitos de trabajo actuales.

3.1.5.3.4 Libertad financiera.

Libertad financiera, “la capacidad de cubrir todas las necesidades económicas sin depender de nadie, ni tener que realizar algún tipo de actividad ilegal”. Así mismo explica, que el concepto de libertad financiera está relacionado con el bienestar económico de un individuo, pero no necesariamente con su riqueza o posesión de capital (Guerrini, 2015).

Según el banco de América Central. “En términos generales la educación financiera permite lograr la libertad o independencia financiera”, el concepto de libertad financiera se traduce como el bienestar económico de cualquier individuo, esa relación con conceptos de gastos, ingresos, ahorro, inversión y rentabilidad, consumo pues entre

mejor se tomen decisiones respecto a la administración de los mismos contribuyen al logro de la libertad financiera.

3.1.5.3.5 Educación financiera en Nicaragua.

En Nicaragua, una iniciativa piloto importante surgió con el mismo propósito de apoyar la bancarización a través de la educación financiera con el patrocinio de la cooperación española, la organización internacional para las migraciones concretó una alianza con el BANPRO para brindar asesoría financiera a 6,000 receptores de remesas, el proyecto inicio en Diciembre 2010 con este se ha comprobado la realidad que se observó en otros países: aunque el receptor de remesa tiene poca experiencia para presupuestar su dinero, tiene una capacidad de ahorro muy importante, y se adapta con la asesoría financiera, durante dos meses de realizar el trabajo, cerca de tres mil receptores recibieron formación financiera.

Solamente un tercio de éstos maneja un presupuesto, y un porcentaje más bajo posee una cuenta bancaria, sin embargo los estudios muestran que cuarenta por ciento están ahorrando, la mayoría de manera informal, lo que es más sorprendente es que el promedio ahorrado por estas personas asciende a más de US\$1,000, y 50% de estas personas expresaron abrir una cuenta de ahorro, la mitad de estos termina movilizándolo sus ahorros (un 25% de los que reciben asesoría financiera), y la experiencia hasta ahora de este proyecto muestra que las personas están respondiendo al estímulo de ahorrar y presupuestar (López, 2011).

Las implicaciones de este esfuerzo piloto y su estrategia son múltiples para un país como Nicaragua en donde la mayor parte de las personas reciben remesa en sus hogares, estas transferencias contribuyen al crecimiento económico ya que representa más de mitad del ingreso total de los hogares, y contribuye a generar ahorro

Establecer una campaña nacional de educación financiera podría ser una política que favorecería tanto a quienes reciben remesas como a la nación en general, especialmente en períodos post-crisis cuando muchas personas tuvieron que valerse de sus ahorros para mitigar el impacto de la recesión.

En épocas de crisis la capacidad de mejor manejo del dinero es aún más imperativa para evitar que las personas hagan uso de sus ahorros que en el futuro les haga entrar en deudas o en déficit financieros, en algunas circunstancias la falta de conocimiento del manejo de los recursos en épocas puede conducir a la ansiedad financiera y aumentar el gasto.

¿Por qué es importante invertir en educación financiera en Nicaragua?

Desde inicios de la crisis financiera, se ha reconocido la importancia de la educación financiera como uno de los elementos claves para el desarrollo económico y financiero

de las poblaciones, es por esta razón que el tema de la educación financiera en los últimos años ha tomado mucha importancia dentro de la agenda de muchos países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo.

Nicaragua es el país de la región que más atrasado se encuentra en el tema es por tanto necesario que las autoridades nicaragüenses tomen acciones encaminadas al fomento de la educación financiera o bien, el desarrollo de una Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF), se deberá contar con la participación de todos los sectores interesados en la materia, y así contribuir e impulsar una política pública de tal magnitud, en donde se considere también el contexto socio económico del país (Ramirez, 2015).

En Nicaragua no existe todavía una ENEF, y la poca legislación relacionada a la materia está dirigida al consumidor financiero, sin embargo, existe interés de algunos sectores de la población en promover la educación financiera dentro de los gremios que han intentado promover la educación financiera en el país se encuentran el sector privado, instituciones financieras, organizaciones de la sociedad civil, entre otros ,pero, aunque existe indicios de interés de fomentar la educación financiera en el país todavía es necesario que se involucren todos los sectores del país, primordialmente el sector público (Ramirez, 2015).

La importancia de fomentar la educación financiera en un país como Nicaragua radica en los beneficios que se derivan de dicha educación, dichos beneficios pueden verse reflejados en la economía en su conjunto; la educación financiera puede promover en la población las competencias necesarias para tomar decisiones informadas y adecuadas, así como posibilitarlos para que defiendan sus derechos como consumidores financieros. Además, los ciudadanos educados financieramente tendrán una mayor capacidad para entender políticas públicas, económicas y sociales adoptadas en su economía.

La educación financiera por tanto juega un papel muy importante para la toma de decisiones económicas de cualquier individuo. Esta, a su vez puede empoderar a los individuos y puede ayudarlos a hacer un mejor manejo de sus finanzas personales.

3.1.5.3.6 Educación financiera en América Latina.

La condición actual de la cultura financiera de la población en América Latina, no es en términos generales diferente a la expuesta por las instituciones internacionales para el contexto mundial; sin embargo presenta algunos aspectos económicos y sociales específicos que la diferencian: en primer lugar, su buen nivel de crecimiento económico de los últimos años , el cual ha propiciado un aumento de su clase media; y en segundo término, la presencia de altos niveles de pobreza y desigualdad, no obstante su buen desempeño económico son condiciones que promueven la exclusión financiera, tanto de la población urbana como rural, lo que puede afectar en un futuro su ritmo de crecimiento económico (Ardila & Rengifo, 2014).

Lo siguiente es uno de los muchos factores de la pobreza y porque en los estados de América Latina no se ha dado la importancia que tiene la educación financiera respecto a los más avanzados. Según estudio realizado en 2015, hay un fenómeno generalizado la desaceleración económica entre las regiones en países desarrollados la desaceleración es de 2,2% mientras en los emergentes es de 4,4% esto permite ver no solo la pobreza económica, sino mental de una población que subestima la inclusión financiera como cultura, sinónimo de calidad de vida (Perez, 2015).

3.1.5.3.7 Inclusión financiera.

La inclusión financiera es un punto referente para considerar una posición de avance y oportunidad de los países; la relevancia que tiene la educación financiera, tanto en países que ya han de servir de modelo y tienen amplia experiencia, como los que están preparándola y aplicándola, la información publicada por el Banco Mundial, por primera vez en 2011, proporciona indicadores del crecimiento y comparativos de qué hace la gente en todo el mundo en temas para ahorrar, pedir préstamos, hacer pagos y gestionar el riesgo las iniciativas de la educación financiera se convierten en espacios para poder desarrollar habilidades y para la creación de oportunidades, sin embargo, hay que tener en cuenta que hay cierta población más vulnerables y excluida.

Los estados deben velar para que las relaciones entre instituciones y la población se basen en la confianza, el aumento de la autoestima, construir sobre los conocimientos locales y centrarse no sólo en el acceso a los servicios financieros, sino conectar estos también al desarrollo de medios de vida sostenibles. Esto tendrá los siguientes efectos: facilitar la estabilización del consumo, elevar la importancia de las tasas de interés y tener un acceso financiero mejorado (Roa, 2013).

El **financial Access** 2010 ha venido realizando muchos estudios sobre los temas de inclusión financiera, se considera como los principales reguladores y supervisores financieros e incluyen en los programas temas tales como: la protección al consumidor financiero, la educación financiera, la regulación de las micro finanzas y la promoción del ahorro, del financiamiento a las pymes y del financiamiento rural (Roa, 2013).

3.2 Consumo.

3.2.1 Definiciones de Consumo.

Consumo es la acción de utilizar y/o gastar un producto, un bien o un servicio para atender necesidades humanas tanto primarias como secundarias. En economía, se considera el consumo como la fase final del proceso productivo, cuando el bien obtenido es capaz de servir de utilidad al consumidor.

En el sistema capitalista actual el consumo representa una actividad cíclica, puesto que el hombre produce para consumir, y este consumo genera más producción. Con el consumo se busca satisfacer no solo las necesidades presentes, sino también las necesidades futuras (Oca, 2017).

El consumo como concepto no hace referencia a nada malo ni perjudicial. Podemos definirlo como el simple hecho de consumir para satisfacer necesidades o deseos. El problema llega cuando esta actividad se vuelve patológica. Entonces ya no hablamos de 'consumo', sino de 'consumismo'. La Real Academia Española (RAE, 2010) define el consumismo como "la tendencia inmoderada a adquirir, gastar o consumir bienes, no siempre necesarios.

El modelo de bienestar de la sociedad actual se basa en la posesión y acumulación de bienes, lo cual sirve de justificación para que proliferen el consumismo entre las personas. Si el objetivo de la vida es tener muchas cosas, la principal actividad que se ve beneficiada es, lógicamente, el consumo. La posesión y acumulación de bienes suele darse siempre de forma inmoderada (Pérez, 2013).

3.2.2. Consumo familiar.

El consumo ha tenido un notable desarrollo desde la literatura microeconómica. Los consumidores, de acuerdo con su restricción presupuestaria, adquieren bienes y servicios revelando con su comportamiento cuáles son sus preferencias.

Los cambios en la estructura del consumo son características propias del desarrollo económico, por lo que con el paso del tiempo se producen alteraciones en el tipo de bienes y servicios que se consumen. Se consumen una mayor cantidad de bienes y servicios y también se altera la proporción de los mismos.

Una forma de explicarlo es acudiendo a la famosa ley de Engels, según la cual la proporción de la renta que se gasta en alimentos disminuye a medida que crece la renta, ley que se ha generalizado en la actualidad considerando un planteamiento más global (Peinado, 2005).

3.2.3. Categorías del consumo.

El consumo se divide en tres grandes categorías: bienes duraderos, bienes no duraderos y servicios.

3.2.3.1 Bienes duraderos.

En teoría económica, un bien duradero se define como aquel producto (o servicio) que una vez adquirido puede ser utilizado un gran número de veces a lo largo del tiempo.

Los bienes duraderos son aquellos bienes reutilizables y que, aunque pueden acabar gastándose, no se consumen rápidamente como los bienes no duraderos.

Se sostiene que los bienes duraderos son los que rinden al consumidor un flujo de servicio durante un tiempo relativamente largo, ejemplo de ello lo constituyen los automóviles, los muebles, las viviendas, etc.

3.2.3.2 Bienes no duraderos.

Los bienes no duraderos son bienes de consumo tangibles que se utilizan rápidamente y desaparecen como tales bienes de consumo, generalmente se consumen con su uso (son bienes fungibles o agotables) o quedan inutilizados con él.

Su utilización es de una sola vez o de muy pocas veces y se produce en el mismo momento de su compra o en pocas horas o días después de comprarlo, como ocurre con la comida, por ejemplo.

3.2.3.3 Servicios.

El sector de servicios tiene una importancia cada vez mayor en la medida en que las necesidades básicas de alimentación se satisfacen, y en la medida en que la salud, el esparcimiento y la educación reclaman una mayor parte de los presupuestos familiares. Entre las categorías más importantes se encuentran la vivienda, los vehículos de motor, los alimentos y la atención médica.

Las familias de menores recursos gastan su ingreso principalmente en las necesidades básicas: alimentos y vivienda. Conforme el ingreso se eleva, el gasto en muchos artículos alimentarios también sube. No obstante, hay límites al dinero adicional que la gente gasta en alimentos cuando sus ingresos aumentan. En consecuencia, la proporción del gasto total dedicada a los alimentos desciende conforme el ingreso se incrementa.

El gasto en prendas de vestir, esparcimiento y automóviles se incrementa más proporcionalmente que los ingresos después de impuestos, hasta que se alcanzan

altos niveles de ingreso. El gasto en artículos de lujo se incrementa en mayor proporción que el ingreso (Samuelson, 2010).

3.2.4. La función del consumo.

Una de las relaciones más importantes en toda la macroeconomía es la función consumo. La función consumo muestra la relación entre el nivel de gastos de consumo y el nivel de ingreso personal disponible. Este concepto, introducido por Keynes, se basa en la hipótesis de que hay una relación empírica estable entre el consumo y el ingreso.

3.2.5. La propensión marginal a consumir.

La macroeconomía moderna asigna una gran importancia a cómo responde el consumo a variaciones en el nivel de ingreso. Este concepto se conoce como la propensión marginal a consumir, o PMC.

La propensión marginal al consumo (PMC) es la cantidad extra que la gente consume cuando recibe una unidad monetaria extra de ingreso disponible. La palabra “marginal” se usa en toda la ciencia económica para expresar la idea de adicional. Por ejemplo, “costo marginal” significa el costo de obtener una unidad adicional de producto. La “propensión a consumir” se refiere al nivel deseado de consumo. Por tanto, la PMC es el consumo adicional que resulta de una unidad monetaria adicional de ingreso disponible.

¿Por qué son relevantes las tendencias nacionales del consumo?

La conducta del consumo es crucial para entender, tanto a los ciclos de negocios de corto plazo como al crecimiento económico de largo plazo. En el corto plazo, el consumo es el principal componente del gasto agregado. Cuando el consumo cambia drásticamente, es probable que el cambio afecte al producto y al empleo por su impacto en la demanda agregada.

Además, el comportamiento del consumo es crucial porque lo que no se consume, es decir, lo que se ahorra está disponible para inversión en nuevos bienes de capital, y el capital constituye la fuerza motriz del crecimiento económico en el largo plazo.

3.2.2 Determinantes del consumo.

➤ Ingreso disponible.

Cuando el Ingreso disponible baja en las recesiones, el consumo suele acompañar ese descenso. Asimismo, los incrementos en el ingreso disponible que siguen a los recortes de impuestos, estimulan el crecimiento del consumo.

➤ **Ingreso permanente.**

El ingreso permanente es el nivel de la tendencia del ingreso, es decir, el ingreso después de eliminar las influencias temporales o transitorias por ganancias o pérdidas inesperadas. De acuerdo con la teoría del ingreso permanente, el consumo responde en primer término al ingreso permanente. Este enfoque implica que los consumidores no responden de igual manera a los choques en sus ingresos. Si el cambio parece ser permanente (como ser ascendido a un empleo seguro y bien remunerado), es probable que la gente consuma una gran fracción del incremento de ese ingreso.

En contraste, si es evidente que el cambio del ingreso es transitorio (por ejemplo, si proviene de un bono pagado por única vez o de una buena cosecha), se puede ahorrar una parte significativa del ingreso adicional.

3.2.2.1 La riqueza y otras influencias.

El hecho de que una mayor riqueza lleve a un mayor consumo, se conoce como el efecto riqueza. La riqueza suele cambiar con lentitud año con año. Sin embargo, cuando la riqueza sube o baja bruscamente, puede llevar a grandes cambios en el gasto de consumo.

➤ **La función consumo nacional.**

Después de revisar la teoría de la conducta de consumo, es claro que sus determinantes son complejos e incluyen el ingreso disponible, la riqueza y las expectativas de futuros ingresos.

➤ **Función consumo ajustada.**

La función consumo ajustada muestra cuán cerca ha seguido el consumo al ingreso disponible en el periodo de referencia. De hecho, los historiadores económicos han encontrado que desde el siglo xix prevalece una relación estrecha entre el ingreso disponible y el consumo.

3.2.2.2 Comportamiento del consumidor.

Comprender el comportamiento del consumidor constituye la base para las actividades de marketing y parece impensable plantear cualquier decisión comercial sin previamente establecer algunas hipótesis relativas al consumidor.

Empresas e investigadores se preguntan por qué los consumidores actúan de una determinada forma, por qué compran determinados productos y no otros, o por qué adquieren una marca en perjuicio de otras.

A estas preguntas hay que buscarles respuestas. Sin embargo el porqué del comportamiento de los consumidores es el factor más dinámico, indeterminado, estocástico e impredecible al que ha de hacer frente cualquiera interesado en él (Rivas, 2013).

Si bien todos los consumidores son únicos, una de las constantes más importantes entre todos nosotros, a pesar de nuestras diferencias, es que todos somos consumidores. Por lo regular usamos o consumimos alimentos, ropa, albergue, transporte, educación, equipo, vacaciones, necesidades, lujos, servicios e incluso ideas. Como consumidores, desempeñamos un rol vital en la salud de las economías local, nacional e internacional. Las decisiones de compra que tomamos afectan la demanda de materias primas básicas para la transportación, la producción, la banca; influyen en el empleo de los trabajadores y el despliegue de recursos, el éxito de algunas industrias y el fracaso de otras (Schiffman & Kanuk, 2010).

➤ **Fácil acceso a la información.**

Pueden encontrar fácilmente comentarios de otros compradores sobre los productos que están pensando adquirir, oprimir un botón para comparar las características de los diferentes modelos del producto en los sitios de los minoristas en línea, y participar en comunidades virtuales de gente que comparte los mismos intereses que ellos (Schiffman & Kanuk, 2010).

➤ **El papel del marketing.**

Las empresas desean impulsar los intercambios, pues ellos desarrollan su actividad y ganan dinero. El marketing se configura como un conjunto de actividades dirigidas a conseguir objetivos a partir del impulso de los intercambios. Se centra en una serie de ideas y elementos como necesidades de los consumidores, productos fabricados por las empresas, objetivos de consumidores y empresas, el intercambio como solución, las actividades estimulantes del intercambio, la transacción y el cumplimiento de los objetivos.

El conocimiento anticipado relativo a qué productos puedan tener éxito conduce a la importancia decisiva de la información en marketing, y específicamente la investigación de mercados sobre el consumidor. No parece razonable iniciar una actividad comercial sin un suficiente entendimiento de la complejidad del ser humano en su actuación como consumidor (Rivas, 2013).

➤ **Dinámica empresarial y el intercambio.**

Cualquier empresa, desde su creación, intenta mantener unas relaciones permanentes y de diversa naturaleza con sus mercados, que están integrados por consumidores. La empresa pretende desarrollar productos, bienes o servicios, que pueda colocar

posteriormente en los mercados, para que los consumidores los adquieran, paguen su precio, y de esta forma generar recursos que posibiliten nuevas actividades productivas, repetir el circuito y lograr sobrevivir permanentemente.

Un intercambio requiere dos agentes: un consumidor que carezca de algo y que una empresa disponga de un producto que pueda solucionar esa carencia y la correspondiente necesidad. De aquí surge una segunda idea básica, cualquier empresa que desee conectar con un consumidor debe comenzar por conocerle, cómo es, cómo actúa, de qué carece, qué necesita. Este es el primer escalón para posteriormente pensar en términos de grupos de consumidores, de mercados, o de demanda (Rivas, 2013).

3.2.2.3 Definición y delimitación de los niveles de gastos de consumo.

En el marco del Sistema de Cuentas Nacionales, el gasto realizado por los hogares en bienes y servicios de consumo individual se denomina “gasto de consumo final de los hogares”.

Para el cálculo del vector de las ponderaciones, se consideran los gastos de consumo registrados por la EIGH (Encuesta de ingresos y gastos de hogares) utilizando el criterio de residencia, según el cual se miden las adquisiciones de bienes y servicios de consumo realizadas por los hogares que residen en las áreas urbanas, independientemente de que el gasto haya sido realizado dentro o fuera de la localidad de residencia. Estos gastos pueden ser realizados tanto en el extranjero como en el territorio nacional, y corresponde al valor pagado al contado o a crédito. Además, se incluye:

- a) El valor de los bienes y servicios recibidos en pago por el trabajo de los miembros del hogar.
- b) Los bienes obtenidos de la producción propia del hogar y dedicados al consumo de sus miembros.
- c) Los bienes retirados del propio negocio con el mismo fin.
- d) El gasto de reparaciones de la vivienda ocupada por sus dueños, que desde el punto de vista del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) forma parte del consumo intermedio de la actividad Propiedad de Vivienda. Esta inclusión se realiza para compensar la omisión del valor locativo de la vivienda propia.

En cuanto a las exclusiones, quedan fuera de los gastos de consumo de los hogares el valor de los servicios prestados a sí mismos, el servicio del ama de casa y los servicios suministrados por los bienes durables de los consumidores. (BCN, 2010).

3.2.3 Índice de precio al consumidor (IPC).

La medida más ampliamente utilizada del nivel general de precios es el índice de precios al consumidor, también conocido como IPC. El IPC es una medida del precio promedio pagado por los consumidores urbanos por una canasta de mercado de bienes y servicios de consumo.

Los precios se clasifican en cada uno de los siguientes ocho grandes rubros listados con algunos ejemplos (Samuelson, 2010):

- Alimentos y bebidas (cereales para el desayuno, leche y bocadillos)
- Vivienda (alquiler de la casa habitación primaria, renta equivalente del propietario, mobiliario de las recámaras).
- Ropa (camisas y suéteres, joyería).
- Transporte (vehículos nuevos, gasolina, seguros de vehículos a motor).
- Atención médica (medicinas de receta, consultas médicas, anteojos).
- Recreación (televisores, equipo de deportes, entradas).
- Educación y comunicación (colegiaturas, software de computadoras).
- Otros bienes y servicios (cortes de cabello, gastos funerales).

¿Cómo se ponderan los distintos precios en la construcción de los índices de precios?

Es claro que sería simplemente tonto sumar los diferentes precios o ponderarlos por su masa o volumen. Más bien, un índice de precios se construye ponderando cada precio de acuerdo con la importancia económica del bien en cuestión.

En el caso del IPC tradicional, a cada producto se le asigna un peso fijo proporcional a su importancia relativa en los presupuestos de gasto del consumidor; la ponderación de cada producto es proporcional al gasto total de los consumidores en ese producto (Samuelson, 2010).

El IPC es un índice que mide el ritmo al que los precios de los bienes y servicios de consumo cambian de un mes (o de un trimestre) a otro. Los precios se recopilan en los comercios y demás puntos de venta minoristas.

El método habitual de cálculo es tomar el promedio de los cambios de los precios entre un período y otro para los distintos productos, usando como ponderaciones los montos promedio que los hogares gastan en ellos. Los IPC son estadísticas oficiales comúnmente producidas por las oficinas nacionales de estadística, los ministerios de trabajo o los bancos centrales. Se publican tan pronto como sea posible, por lo general alrededor de diez días después de finalizado el último mes o trimestre.

Por otra parte, el IPC mide el ritmo de la inflación de los precios conforme la experimentan y perciben los hogares en su papel de consumidores. Así mismo se utiliza mucho como variable representativa del índice general de la inflación para la economía en su totalidad, en parte debido a la frecuencia y la puntualidad con que se produce. Ha llegado a ser una estadística clave para la determinación de políticas, en especial las de índole monetaria.

En las leyes y en una gran diversidad de contratos privados suele caracterizarse como la medida apropiada de la inflación a los fines del reajuste de pagos (por ejemplo, salarios, alquileres, intereses y beneficios de la seguridad social) para dar cuenta de los efectos de la inflación. Por lo tanto, puede tener implicancias financieras importantes y de amplio alcance para los gobiernos y las empresas, así como para los hogares (Young, 2004).

3.2.3.1 IPC en Nicaragua.

El Índice de Precios al Consumidor (IPC), es una de las estadísticas económicas más importantes de la economía, ya que permite medir la evolución de los precios de un conjunto de bienes y servicios representativos del gasto de consumo final de los hogares. Para el Banco Central de Nicaragua (BCN), la estadística económica, en particular el IPC, debe estar en un proceso continuo de mejora, de tal manera que se obtenga un indicador más robusto y confiable. El BCN le da particular relevancia a las mejoras en el IPC, debido a su amplio uso en el análisis económico y en la toma de decisiones, así como su utilidad como deflactor en el Sistema de Cuentas Nacionales y como medición indirecta del costo de la vida.

Específicamente, el cambio de año base del IPC ha permitido incorporar una actualización de la canasta de bienes y servicios y nuevas ponderaciones en el índice. Dado que las estructuras de consumo final de los hogares cambian con el tiempo, es necesario renovar el conjunto de bienes y servicios que conforman la canasta del IPC, para lo cual se realiza una nueva Encuesta de Ingresos y Gastos de los Hogares (EIGH) que investigue sus patrones de consumo.

En Nicaragua, los índices de precios al consumidor se calculan desde 1956. A partir de ese año, se han realizado seis cambios de base para este indicador: 1972, 1980, 1987, 1994, 1999 y 2006. En las cinco primeras bases, se calculaba únicamente un índice con cobertura geográfica para la ciudad de Managua. Sin embargo, en la base de 1999 se amplió la cobertura geográfica definiendo un IPC para el resto urbano del país, y éste fue publicado en 2001 con vigencia hasta el momento de la publicación de la base 2006 en enero de 2010. (BCN, 2010)

La canasta del IPC está compuesta ahora por un número mayor de artículos y variedades, los cuales son representativos del consumo promedio de los hogares nicaragüenses en la actualidad. Lo anterior conlleva una cantidad mayor de

cotizaciones y posibilidades de sustitución de variedades sin interrumpir el seguimiento del índice, debido a las mejoras metodológicas en el cálculo que caracterizan a este instrumento.

Asimismo, teniendo en cuenta que uno de los principales usos del IPC consiste en su utilización para el seguimiento de los precios de transacciones efectivamente realizadas en los mercados monetarios, se optó por no considerar los valores imputados por la EIGH al servicio de las viviendas ocupadas por sus propios dueños y tampoco el correspondiente a las viviendas cedidas, invadidas o recibidas como pago en especie.

También se excluyen las imputaciones realizadas por la EIGH por el uso de automóviles asignados por los empleadores. Finalmente, cabe aclarar que tanto para las ponderaciones como para la recopilación de los precios, el IPC no considera a todos los gastos corrientes de los hogares. En efecto, se excluyen los pagos de intereses y amortizaciones de préstamos, el impuesto sobre bienes inmuebles (IBI) y otros impuestos no incluidos en los precios de los bienes y servicios de consumo adquiridos, ya que estos no tienen una contrapartida de servicios o acceso a bienes por parte del hogar.

Estructura de ponderación del IPC Nacional (BCN, 2010).

- Comunicaciones 3.9%
- Recreación y cultura 4.8%
- Transporte 8.9%
- Alimentos y bebidas no alcohólicas 30.9%
- Restaurantes y hoteles 9.5%
- Educación 5.2%
- Salud 5.2%
- Bienes y servicios diversos 8.0%
- Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar 7.4%
- Alojamiento, electricidad, agua, gas y otros combustibles 9.8%
- Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes 0.9%
- Prendas de vestir y calzado 5.5%

3.2.4 Canasta básica.

La canasta básica, se ha definido como el conjunto de bienes y servicios (alimentos, usos del hogar y vestuario) que conforman el requerimiento usual de un hogar, en cantidades mínimas y suficientes para cubrir las necesidades. La revisión de septiembre de 2007, en la Comisión Especial de la Comisión Nacional de Salario Mínimo (CNSM), se aprobó la canasta básica actual que considera las cantidades y valores nutritivos y calóricos de los alimentos, en niveles saludables y la frecuencia de

consumo de todos sus componentes, expresados en cantidades que permitan satisfacer dichas necesidades.

Los 53 productos que conforman la canasta básica fueron seleccionados de acuerdo a los requerimientos mínimos y la frecuencia de consumo para un hogar de seis miembros.

Se considera que la canasta debe ser un indicador del equilibrio entre los hábitos de consumo y compra con la disponibilidad de bienes y servicios, con respecto al salario devengado (INIDE, 2017).

3.2.4.1 Canasta básica en Nicaragua.

La creación de la canasta básica en Nicaragua fue el resultado de un consenso entre el gobierno, empresarios y sindicatos en los años ochenta, con el propósito de poder contar con un instrumento que sirviera como parámetro a la hora de negociar el salario mínimo.

Se establecieron 53 productos, agrupados en tres categorías: alimentos, bienes y usos del hogar y vestuario usando como insumo la encuesta de ingreso – gasto realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) entre los años 1984-85.

Estos productos fueron seleccionados de acuerdo a los requerimientos mínimos y el de consumo de una familia compuesta por seis personas, cuatro adultos y dos niños. Desde ese momento, las instituciones del Estado y los trabajadores empezaron a usar la canasta básica como parámetro de medición de los niveles de inflación y como instrumento de ajuste salarial.

En el año 2005 se formó la Comisión Nacional del Salario Mínimo para renovar la composición de la canasta básica. El resultado de esta comisión fue que los mismos 53 productos se mantuvieron en la canasta, excepto en un par de productos de la parte alimentaria, pero en una mayor cantidad (en muchos casos con un incremento de más del 100 por ciento).

Esto terminó creando un mayor costo de la canasta básica (aumento de casi 300 por ciento) y por consiguiente mayores presiones de ajuste salarial. Actualmente Nicaragua es el único país de Centroamérica que cuenta con dos tipos de componentes en su canasta, uno alimenticio, y otro de bienes y servicios. Según el Instituto Nacional de Estadísticas a septiembre de 2013 el precio de la canasta básica (CB) era de 435.9 dólares el más alto de la región debido principalmente a esta particularidad.

En el año 2005 se creó una comisión para actualizar la canasta básica, la cual estuvo integrada por el Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR), el Ministerio de Salud (MINSAL), el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes (MECD), el Ministerio de

Fomento, Industria y Comercio (MIFIC), el Ministerio de la Familia (MIFAMILIA), el Banco Central de Nicaragua (BCN), el Instituto Nicaragüense de Estadísticas y Censos (INIDE), y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

La canasta básica actualmente además de ser utilizada por empleadores y trabajadores como un parámetro de referencia en las negociaciones para la actualización del salario mínimo todos los años, también es utilizada por organismos internacionales como la FAO y el Programa Mundial de Alimentos como medida de la seguridad alimentaria en las diferentes zonas del país.

Criterio de selección de los alimentos.

Para la selección de los alimentos de la canasta básica alimentaria se tomaron en cuenta tres criterios importantes (Treminio, 2013).

- a) Alimentos en que el 25% a más de los hogares, informaron haber usado/consumido en la semana previa a la encuesta (criterio de universalidad).
- b) Alimentos en que el contenido de kilocalorías representó el 0.5% del total de kilocalorías de los alimentos disponibles en el hogar (criterio de aporte energético).
- c) Alimentos en que el gasto en ellos, representó el 1% o más del gasto total en alimento realizado por el hogar (criterio de participación en el gasto en alimentos).

La estructura energética, en proporción al monto de kilocalorías, de la canasta alimentaria de Nicaragua es muy parecida a la media centroamericana. Las principales diferencias radican en la participación de los cereales y las leguminosas (Treminio, 2013).

3.2.4.2 Componentes de la canasta básica.

Tabla N° 1: Componentes de la canasta básica.

| | Alimentos Básicos | Gastos del hogar | Vestuario |
|-----------|--------------------------|-------------------------|------------------------------|
| 1 | Arroz | Jabón de lavar ropa | Pantalón de tela Jean |
| 2 | Frijoles | Detergente en polvo | Camisa manga corta |
| 3 | Azúcar | Pasta dental | Calzoncillos Calcetines |
| 4 | Aceite | Fósforos | Zapato de cuero natural |
| | Carnes | Escoba | Blusa manga corta |
| 5 | Posta de res | Papel higiénico | Vestido entero |
| 6 | Posta de cerdo | Jabón de baño | Calzones/ Bikinis |
| 7 | Carne de aves | Toallas sanitarias | Brassiers / Sostén |
| 8 | Chuletas de pescado | Desodorante | Sandalias de cuero sintético |
| | Lácteos | Cepillo dental | |
| 9 | Leche | Alquiler | |
| 10 | Huevos | Gas butano | |
| 11 | Queso seco | Luz eléctrica | |
| 12 | | Agua | |

Fuente: INIDE (2017).

3.3 Estrategias.

3.3.1 Definiciones de estrategias.

El concepto formal de estrategia surgió en los cuartiles militares de Estados Unidos en los años 40's. La estrategia es la forma en que se emplean los recursos que se tienen de manera en que se desarrollen ventajas que a su vez actúen a como piezas claves para superar al adversario "la estrategia define la forma en que se compite y es determinante para acceder a la victoria".

Según James Brian Quinn una estrategia es un patrón o plan que integra las metas mayores de una organización, las políticas y acciones secuenciales que llevan hacia un todo cohesionado, una estrategia bien formulada ayuda a "mariscal" a coordinar los recursos de la organización hacia a una posición única y variable basada en sus competencias relativas internas anticipando los cambios en el entorno y los movimientos contingentes de los oponentes inteligentes (Quinn, Mintzberg, & Ghoshal, 2003).

Para David Fred una estrategia se tiene que llevar acabo estrategias menores que obtengan beneficios de sus fortalezas internas aprovechar las oportunidades y evitar o aminorar el impacto de las amenazas externas (David, 2003).

Los recursos son fundamentales para la formulación de una estrategia, a través del tiempo la perspectiva de los recursos y su aprovechamiento ha ido cambiando, hoy en día la palabra estrategia ha sido considerada como un término que implica inteligencia, innovación, sabiduría, conocimiento etc., así como una acertada explotación de la información la competencia ha desencadenado un cambio en la forma de administrar, decidir eventos importantes, por lo tanto, se ha presentado la necesidad de crear estrategias.

3.3.2 Diferencia entre técnica y estrategia.

Un problema clásico dentro de esta área es la diferencia entre estrategia y técnica de estudio. La diferencia es el nivel de complejidad, técnica y estrategia no se diferenciarían en lo que se hace sino en el modo de realizarlo, se haría un uso técnico cuando no hay intencionalidad, se aplica de modo rutinario o automático y no obedece a una meta establecida, el uso estratégico sería lo contrario: controlado, intencional y orientado a una meta, técnicas y estrategias serían "formas progresivamente más complejas de utilizar un mismo procedimiento" por otro lado, el uso estratégico requiere necesariamente un entrenamiento en técnicas junto con la posibilidad de ir haciendo cada vez más protagonista al ser humano de su propio aprendizaje (Pozo, 2008).

Para algunos autores hay una diferencia jerárquica, las estrategias se componen de diferentes técnicas, observables y evaluables son un conjunto de técnicas estructuradas y ordenadas en vista de la consecución de un fin; las estrategias están al servicio de los procesos cognitivos y las técnicas al servicio de las estrategias.

3.3.3 Planificación estratégica.

Plan estratégico es aquel que constituye el mejor camino y conduce a la empresa al éxito empresarial (Walker, 2000) ;el plan estratégico es el esfuerzo sistemático y más o menos formal de una compañía para establecer sus propósitos, objetivos políticas y estrategias básicas para desarrollar planes detallados con el fin de poner en práctica las políticas y estrategias y así lograr los objetivos y propósitos fundamentales de la compañía, además el proceso del plan estratégico alimenta las decisiones empresariales sobre cómo y cuándo se definirán ciertas metas específicas (Steiner, 2003).

“La planeación estratégica no es más que el proceso de relacionar las metas de una organización, determinar las políticas y programas necesarios para alcanzar objetivos específicos encamino hacia esas metas y establecer los métodos necesarios para asegurar que las políticas y los programas sean ejecutados, o sea, es un proceso formulado de planeación a largo plazo que se utiliza para definir y alcanzar metas organizacionales” (Mintzberg, 1995).

El objetivo central de la planeación estratégica es lograr el máximo provecho de los recursos internos seleccionando el entorno donde se han de desplegar tales recursos y la estrategia de despliegue de recursos. Por ejemplo, se trata de encontrar un nicho de mercado que la empresa pueda atender mejor que los posibles competidores, donde, por lo tanto, la aplicación de los recursos resulte más provechoso que en otras circunstancias.

La planificación estratégica, constituye un sistema general que desplaza el énfasis en los objetivos (lo que se quiere lograr) hacia la estrategia (que hacer); con la planificación estratégica se busca concentrarse en solo aquellos objetivos factibles de lograr en ciertas áreas.

En 1962, Alfred D. Chandler propuso un enfoque de “estrategia inicial”, definiéndola como la determinación de las metas y objetivos básicos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de los recursos necesarios para lograr dichas metas este enfoque de la estrategia inicial abarca cuatro ideas claves (David, 2003).

- Se interesó tanto en las acciones a emprender para lograr los objetivos, como en los objetivos mismo.

- Enfatizo el proceso de búsqueda de ideas claves, en lugar del rutinario principio de implantar las políticas basándose en una sola idea clave que podía o no necesitar una reconsideración.
- Chandler se interesó como se formulaba la estrategia, no únicamente en qué resultados tendría.

3.3.4 Importancia de la planeación estratégica en una organización.

El pensamiento estratégico de empresas es la coordinación de metas creativas dentro de una perspectiva común que le permite a un negocio avanzar hacia el futuro de una manera satisfactoria para todos. El propósito del pensamiento estratégico es ayudar a explorar los muchos desafíos futuros, tanto imprevisibles como imprevisibles más que prepararlos para un mañana único.

Las ventajas de los pensamientos estratégicos de alto nivel y una dirección estratégicas consistente incluyen (Andrew, 1980):

- Proporcionar una mejor guía a la organización completa sobre el punto crucial del que estamos tratando de hacer y lograr.
- Hacer que los gerentes estén más alertas a los vientos de cambios, a las nuevas oportunidades y a los desarrollos amenazadores.
- Ayudar a unificar las numerosas decisiones relacionadas con las estrategias que toman los directivos en toda la organización
- Crear una actitud directiva más proactiva y contrarrestar las tendencias hacia las decisiones reactivas y defensivas.

3.3.5 Proceso del plan estratégico.

El plan estratégico es un proceso para decidir qué tipo de esfuerzo de planeación deben hacerse cuando y como deben realizarse quien lo llevará a cabo y que se hará con los resultados; el plan estratégico es sistemático en el sentido que es organizado y conducido con base en una realidad determinada.

También debe entenderse como un proceso continuo especialmente en cuanto a la formulación de estrategias ya que los cambios en el ambiente de los negocios son continuos; la idea no es que los planes deban cambiar a diario sino deben efectuarse de forma continua y ser apoyada por acciones apropiadas cuando sea necesario (Blandon , Cordoba, & Juarez, 2000).

3.3.6 Clasificación y tipos de estrategias de aprendizaje.

Las estrategias de aprendizaje, según Pimienta son las siguientes: (Pimienta, 2012).

- Estrategias para indagar los conocimientos previos.

- Estrategias que promueven la comprensión, mediante la organización de la información.
- Estrategias grupales.

Tabla No.2: Estrategias para indagar los conocimientos previos.

| No | Estrategias | Descripción |
|----|---------------------------------------|--|
| 1 | Lluvias de ideas | Permite indagar u obtener información sobre lo que un grupo conoce sobre determinado tema, es utilizada para generar ideas o dar solución a un problema |
| 2 | Preguntas | Son cuestionamientos que impulsan la comprensión en diversos campos del saber para desarrollar el pensamiento crítico. Las preguntas pueden ser: guías, literales y exploratorias. |
| 3 | SQA | Permite motivar al estudio, indagando conocimientos previos que posee el alumno para luego cuestionarse acerca de lo que desea aprender, y finalmente, para verificar lo aprendido |
| 4 | Respuesta Anterior, Pregunta Anterior | Permite construir significados en tres momentos representados por una pregunta, una respuesta anterior y una respuesta posterior. |

Fuente: Pimiento (2012).

Tabla No. 3: Estrategias grupales.

| No | Estrategia | Descripción |
|----|--------------|---|
| 1 | Debate | competencia intelectual que debe realizarse en un clima de libertad, tolerancia y disciplina; se elige un moderador, quien se encarga de presentar el tema y señalar puntos a discutir y el objetivo del debate |
| 2 | Simposio | En esta estrategia un equipo de expertos desarrolla un tema en forma de discurso de manera sucesiva. |
| 3 | Mesa Redonda | espacio que permite la expresión de puntos de vista Divergentes sobre un tema por parte de un equipo de expertos. |
| 4 | Foro | presentación breve de un asunto por un orador (en este caso un alumno) seguida por preguntas, comentarios y Recomendaciones. |
| 5 | Seminario | Estrategia expositiva por parte de un alumno en relación con un tema. Para llevarlo a cabo se debe realizar una investigación |

Fuente: Pimiento (2012).

Tabla No. 4: Estrategias que promueven la comprensión, mediante la organización de la información.

| No | Estrategia | Descripción |
|----|-------------------------|--|
| 1 | Cuadro Sinóptico | Organizador gráfico que permite ordenar y clasificar información, para lo cual se hace uso de llaves. |
| 2 | Cuadro Comparativo | Permite identificar las semejanzas y diferencias de dos o más objetos o hechos |
| 3 | Matriz de clasificación | Permite hacer distinciones detalladas de las características de algún tipo de información específica. |
| 4 | Matriz de inducción | Sirve para extraer conclusiones a partir de fragmentos de información. |
| 5 | Analogía | Permite relacionar elementos o situaciones cuyas características guardan semejanza |
| 6 | Diagramas | Representaciones esquemáticas que relacionan palabras o frases dentro de un proceso informativo. |
| 7 | Mapas Cognitivos | Permiten la representación de una serie de ideas, conceptos y temas con un significado todo ello en un esquema o diagrama, dichos mapas pueden ser: mapa mental, mapas conceptual, mapa semántico, |

Fuente: Pimiento (2012).

Sin embargo, para Yolanda Campos las estrategias de enseñanza aprendizaje se dan por fases (Campos, 2000).

- Fase de construcción de conocimiento: en esta primera fase se deben propiciar las estrategias para la interacción con la realidad, activación de conocimientos previos y generación de expectativas; y estrategias para la solución de problemas y abstracción de contenidos conceptuales.
- Fase de permanencia de los conocimientos: en esta segunda fase se deben desarrollar estrategias para el logro de la permanencia de conceptos.
- Fase de transferencia: en esta tercera fase las estrategias a utilizar son: estrategias para la transferencia, estrategias para la conformación de comunidades.

- Interacciones y estrategias para la organización grupal: para esta última fase las estrategias requeridas son: estrategias de motivación, estrategias para la disciplina, dinámica de organización grupal.

Por otro lado, Rodríguez indica que las estrategias de enseñanza se clasifican en objetivos o propósitos del aprendizaje, resúmenes, ilustraciones, organizadores previos, preguntas intercaladas, pistas tipográficas y discursivas, analogías, mapas conceptuales y redes semánticas, uso de estructuras textuales, la autora antes descrita establece que las estrategias también pueden darse según el momento de su presentación en una secuencia de enseñanza: estrategias pre obstructivas, constructivas y constructivas. Además, afirma una clasificación a partir de los procesos cognitivos de las estrategias para promover mejores aprendizajes: (Rodríguez, 2011):

- Estrategias para activar conocimientos previos.
- Estrategias para orientar la atención de los alumnos.
- Estrategias para organizar la información que se ha de aprender
- Estrategias para promover el enlace entre los conocimientos previos y la nueva información que se ha de aprender.

3.3.6 Importancia de la planeación estratégica en una organización.

El pensamiento estratégico de una empresa es la coordinación de mentes creativas dentro de una perspectiva común que le permite a un negocio avanzar hacia el futuro de una manera satisfactoria para todos, el propósito del pensamiento estratégico es ayudar a explorar los muchos desafíos tanto previsibles como imprevisibles más que prepararlos para el mañana.

La ventaja del pensamiento estratégico de alto nivel y una dirección estratégica consistente incluyen (Andrew, 1980):

- Proporcionar una mejor guía a la organización completa sobre el punto crucial de que estamos tratando de hacer y de lograr.
- Crear una actitud directa más proactiva y contrarrestar las tendencias hacia las decisiones reactivas y defensivas.
- Proporcionar a los gerentes ideas que evalúen peticiones de presupuestos en competencia para inversión de capital y nuevo personal un razonamiento que defiende con fuerza el destinar recursos en áreas que producen resultados y que apoyan las estrategias.

3.3.7 Estrategias de educación financiera.

“Una estrategia nacional de educación económica y financiera (EEF) permitirá orientar y canalizar mejor la oferta de programas sobre educación financiera a los diferentes sectores de la sociedad, Así mismo, el crecimiento económico de un país trae consigo la necesidad de que los individuos sepan cómo manejar sus finanzas personales de tal manera que puedan beneficiarse de un sistema financiero más desarrollado”, dijo Issam Abousleiman, Gerente del Banco Mundial (Banco Mundial, 2019).

Los estudiantes en etapa escolar pueden ser particularmente vulnerables en el momento de tomar sus primeras decisiones financieras, por ello, es conveniente comenzar desde las aulas exponiendo los conceptos financieros de una manera cercana y práctica a los más jóvenes, mediante estrategias didácticas innovadoras cuanto más temprano los jóvenes puedan desarrollar habilidades financieras básicas, más probable será que al convertirse en adultos tomen decisiones financieras responsables (Bedoya, 2017).

Pero la estrategia de educación financiera no es solamente indispensable durante la niñez, en la etapa adulta igualmente permite a las personas alcanzar una mejor calidad de vida con base en los conocimientos, habilidades y confianza para administrar efectivamente sus finanzas, aprovechar las oportunidades de inversión, enfrentar mejor los riesgos y comprender la creciente variedad de productos y servicios financieros.

Esta estrategia es un modelo que se puede compartir con otros países, pero para ello debe ser muy cuidadosa con su plan de articulación y ejecución. De esta forma, una mayor educación económica y financiera servirá de puente para facilitar la reducción de la pobreza y la desigualdad en los países.

IV HIPÓTESIS.

Una buena administración de las finanzas personales mejora el nivel de consumo en los hogares.

- Variable Independiente: Finanzas personales.
- Variable dependiente: Nivel de consumo.

4.1 Matriz (cuadro) de categorías.

| Variable | Definición | Indicadores | Fuente de la información | Técnica | Análisis |
|----------------------------|---|---|--|----------|--------------|
| Finanzas personales | El término se refiere a la forma de manejar y distribuir los recursos, bienes o dinero. La manera cómo ese manejo o distribución del dinero repercute en la relación de la persona con el entorno. (Barquín, 2003). | Educación financiera Planificación de presupuestos Nivel de ahorro Nivel de ingresos | Hogares del Barrio Jaime Úbeda y Elías Moncada | Encuesta | Cuantitativo |
| Nivel de Consumo | En el sistema capitalista actual el consumo representa una actividad cíclica, puesto que el hombre produce para consumir, y este consumo genera más producción. Con el consumo se busca satisfacer no solo las necesidades presentes, sino también las necesidades futuras (Oca, 2017). | Nivel de gastos IPC Canasta Básica | Hogares del Barrio Jaime Úbeda y Elías Moncada | Encuesta | Cuantitativo |

V. Diseño Metodológico.

En este capítulo se aborda la metodología que se utilizó para el desarrollo de esta investigación, además se incluyen las herramientas de análisis para medir el efecto de la administración financiera en el nivel de consumo en los hogares del barrio Jaime Úbeda y Elías Moncada de la ciudad de Estelí.

5.1 Tipo de investigación.

➤ Investigación cuantitativa.

La investigación cuantitativa se guía por áreas o temas de investigación, las cuales se basan en las preguntas de investigación y se utiliza métodos estadísticos para el procesamiento de los datos (Hernández, Collado, & Baptista, 2010).

Método cuantitativo o método tradicional: Se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados (Bernal, 2010).

Además de esta manera el enfoque cuantitativo sirve para interpretar de mejor manera la realidad social, con diferentes estadísticas, descripciones detalladas y profundidad en los datos.

El paradigma positivista es definido por los siguientes autores de esta manera: Según Ferreres (2006), el positivismo mantiene que todo conocimiento científico se basa sobre la experiencia de los sentidos sólo puede avanzarse mediante la observación y el experimento, asociados al método científico”. Así mismo se tiene que el paradigma positivista se sustenta en las teorías filosóficas de Augusto Comte, “aquella actitud o modo de pensar que se atiene a lo positivo o cualidad que poseen únicamente aquellos hechos que pueden captarse directamente por los sentidos y someterse a verificación empírica”.

La investigación es positivista de carácter cuantitativo porque se estudia una realidad objetiva, que abarcan factores financieros internos que a través de la aplicación de la estadística se obtienen datos centrados en los hogares del barrio Jaime Úbeda y Elías Moncada.

5.2 Tipo de estudio.

Descriptivo.

Los estudios de alcance descriptivos buscan a especificar las propiedades, características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido al análisis; es decir únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refiere (Hernández, Collado, & Baptista, 2010).

Los estudios de alcance descriptivos buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Valdivia, 2008).

El estudio es de carácter descriptivo por que describe y detalla la problemática que se aborda en la investigación, dando a conocer las características económicas de los hogares del barrio Jaime Úbeda y Elías Moncada. También, es un estudio de corte transversal ya que se toma un periodo establecido, es decir, el primer semestre de estudio del año 2020.

5.3 Población, muestra y unidades de análisis.

➤ Población.

Población es “la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia” o bien, unidad de análisis (Bernal, 2010, p. 160).

Entonces una población es el conjunto de todas las cosas, es decir un universo que concuerda con una serie de especificaciones.

La población de dicha investigación está dada por 772 hogares, de los cuales, 401 hogares en el barrio Jaime Úbeda y 371 en el barrio Elías Moncada ubicados en Distrito I del municipio de Estelí.

➤ Muestra.

Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectúa la medición y la observación de las variables objeto de estudio (Bernal, 2010, p. 161).

Tipo de Muestreo.

Muestreo por conveniencia es un tipo de muestreo no probabilístico, en el cual no se aplicó ningún proceso de selección para conformarla; donde cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser incluido.

Utilizando la fórmula de muestreo se obtuvieron datos para determinar la cantidad de hogares a encuestar a los que se les aplicara los instrumentos de recopilación de información (encuesta).

De la población total de 772, se escoge una muestra que será de 63 hogares del Barrio Jaime y Elías Moncada en el municipio de Estelí.

5.4 Técnicas de recolección de datos o instrumentos.

➤ Encuestas.

La encuesta son instrumentos de investigación descriptivas que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se va obteniendo (Valdivia, 2008).

5.5 Etapas de la investigación.

5.5.1 Investigación Documental.

En este proceso de la Investigación se inició con la elección de tema a través de lluvia de ideas para posteriormente elegir el tema de investigación según las líneas de investigación en base a la carrera de economía propuestas por el alma mater.

Al seleccionar el tema de investigación se dispuso a investigar todos los posibles antecedentes locales e internacionales de dicha investigación

Al concluir con las actividades se dio inicio a la parte introductoria de la investigación y al marco teórico; consultando libros, tesis revistas, páginas web para recopilar toda la información necesaria y proceder con el siguiente apartado.

Ya obtenida la información necesaria se procede al planteamiento de la hipótesis y cuadro de operacionalización de variables y así concretar los instrumentos a utilizar en la investigación; el objetivo de estudio.

La elaboración de Instrumentos en encuesta estuvo dirigida a los hogares con el objetivo de indicadores sobre la situación financiera.

5.5.2 Elaboración de instrumentos.

El instrumento para la recopilación de los datos se dio de la siguiente manera:

- Encuesta, dirigida a los hogares del barrio Jaime Úbeda y Elías Moncada, con el objetivo de determinar el efecto de las finanzas personales sobre el nivel de consumo.

5.5.3 Trabajo de campo.

Durante este periodo se procedió a la elaboración de instrumentos, y se visitó cada hogar de los barrios de estudio, para recopilar la información necesaria.

5.5.4 Elaboración del documento.

El proceso investigativo finaliza con organizar el documento incluyendo en él, toda la información recopilada de fuentes científicas y bibliográficas, la información obtenida a través de la aplicación de instrumentos a las fuentes primarias fue procesada con el programa SPSS, así como también se trabajaron las gráficas en Excel y los análisis de resultados en Word.

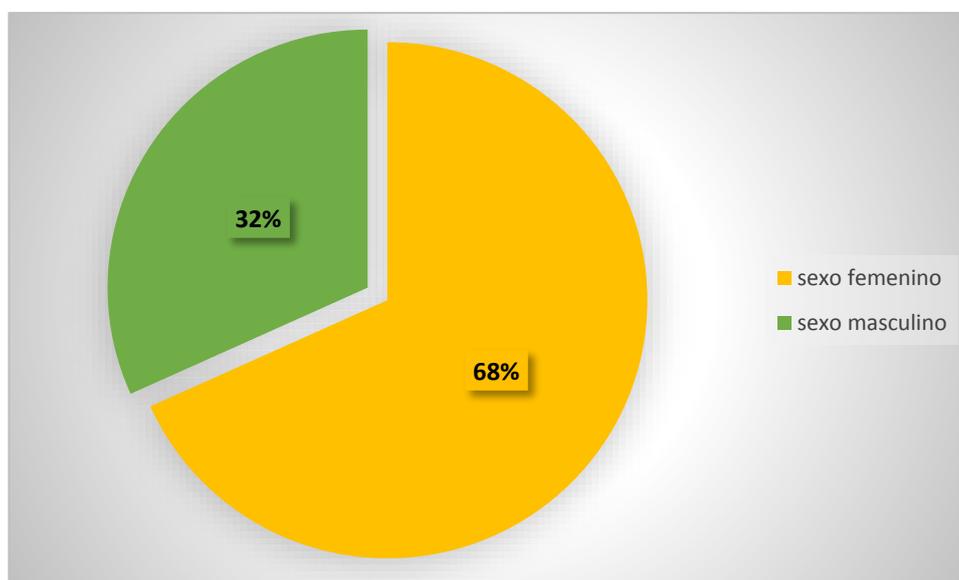
VI. Resultados.

En la Investigación realizada sobre administración de las finanzas personales y su efecto en nivel de consumo de los hogares de dos barrios del distrito I de Estelí; se utilizó la encuesta como instrumento, y en este capítulo se abordan los resultados obtenidos y la presentación de los mismos con base a los objetivos planteados.

7.1 Descripción del encuestado.

En la descripción de los encuestados se observa la edad, el sexo y el nivel de formación de los hogares de los barrios Jaime Úbeda y Elías Moncada de la ciudad de Estelí.

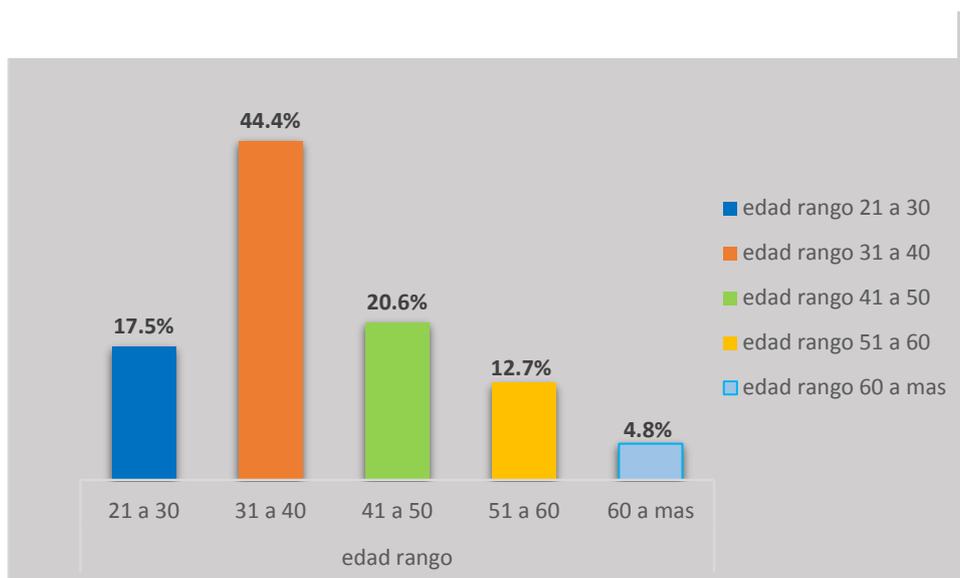
Grafico No. 1: Sexo del encuestado.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

En el gráfico No. 1, se observa que, la mayoría de los encuestados son de sexo femenino, con un porcentaje de 68% y en menor porcentaje los hombres con un 32%.

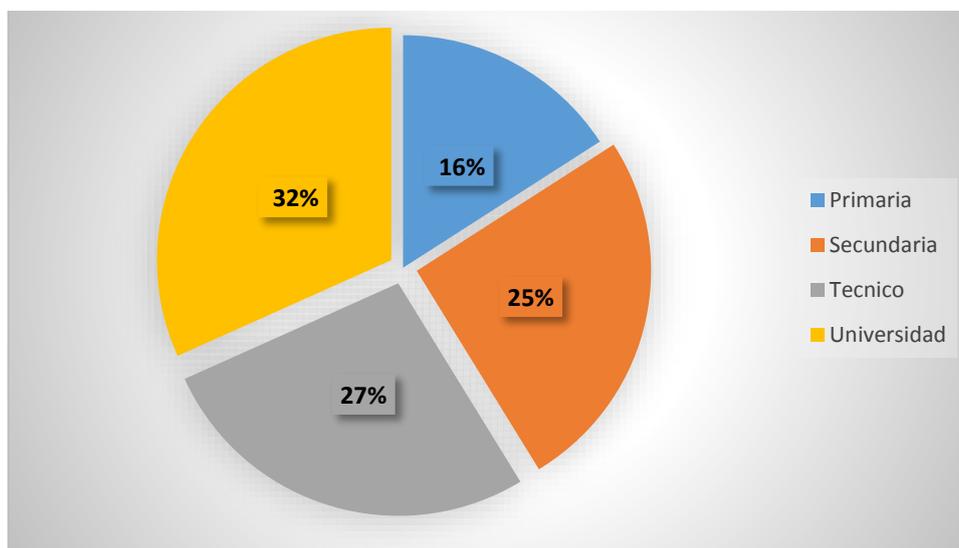
Gráfico No. 2: Edad de los encuestados.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

El gráfico No.2, se muestra que el 44,4% de la población encuestada tienen edades entre 31 a 40 años y el menor porcentaje 12,7% están entre 51 a 60.

Gráfico No. 3: Nivel de formación.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

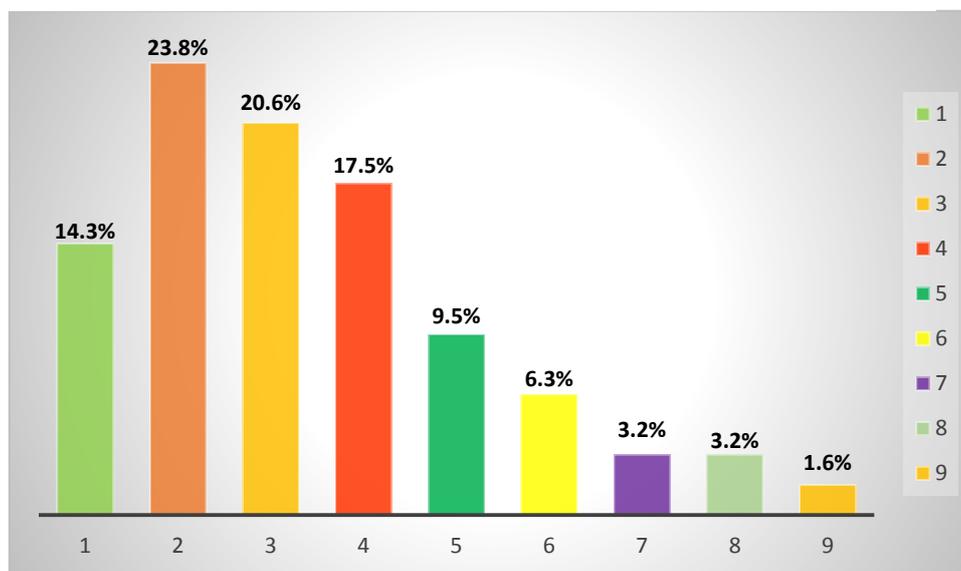
Se observa en el gráfico No. 3, que el 32% de la población del distrito I poseen un nivel de formación superior-universitario, consolidando que la población que vive en los barrios de Estelí cuentan con conocimiento más amplio y posiblemente con

conocimientos de finanzas. El 42.9% de las personas son de estudio primaria y técnico, y el 25.4% de nivel de formación secundaria.

7.2 Caracterización de los hogares.

En el primer objetivo se detalla las principales características de los hogares tales como: ¿Cuántas personas viven en el hogar? ¿Cuántos trabajan? ¿Cantidad de niños?, etc.

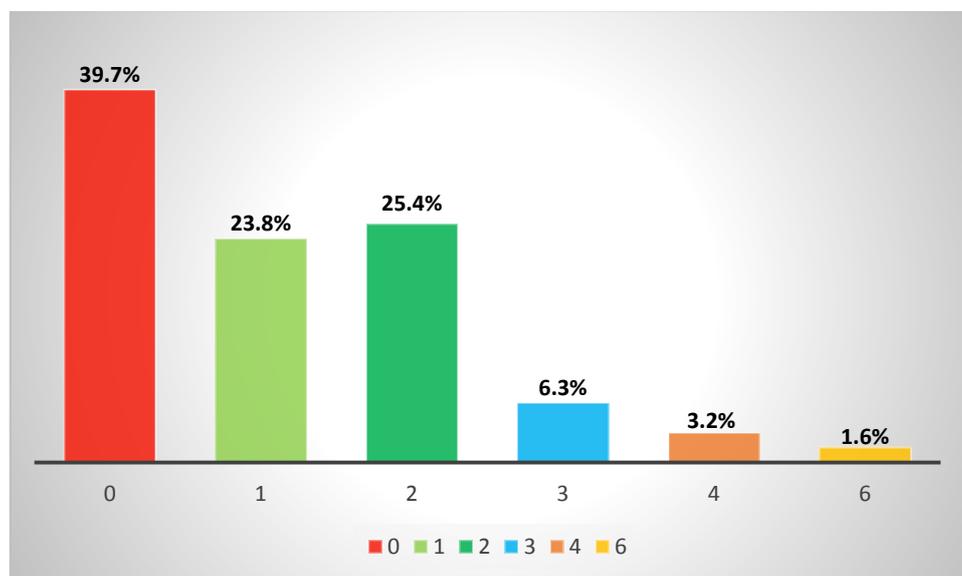
Gráfico No. 4: Cantidad de personas que viven en el hogar.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Se observa en el gráfico No. 4, la cantidad de personas que habitan en el hogar, los resultados muestran que el 44,5 % viven de dos a tres personas, y el 19% viven de 5 a 7 personas, en una minoría del 1,6% viven 9 personas lo que indica que en la mayoría de familias habitan de 2 a 4 personas.

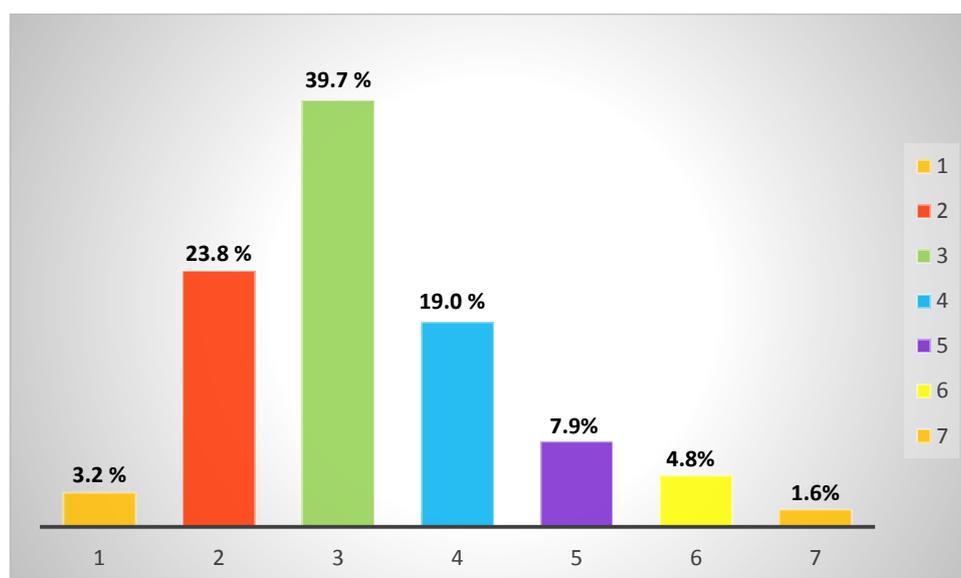
Gráfico No. 5: Cantidad de niños que estudian.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

El gráfico No. 5, refleja que el 39,7% de los hogares no tienen hijos esto debido que en la mayoría de los hogares solo viven dos personas, según en el gráfico No. 4, en menores porcentajes se presentan 3,2% hogares de 4 personas y solamente un 1,6% habitan 6 personas.

Gráfico No. 6: Número de personas que trabajan.

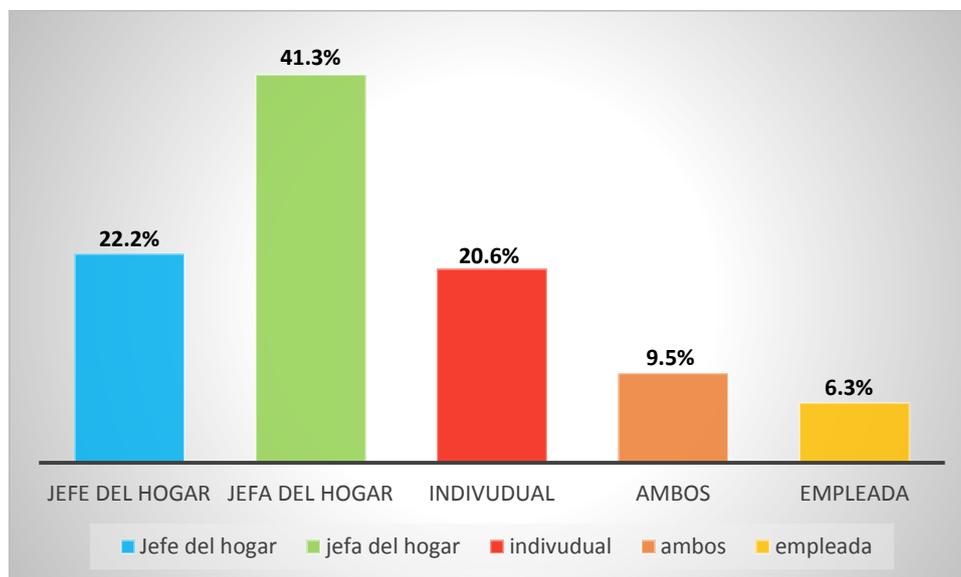


Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

El gráfico No. 6, muestra que el 39,7% trabajan tres personas del hogar, es decir en la mayoría de hogares todos trabajan ya que el gráfico No 4, refleja que los hogares en

su mayoría están compuestos por tres personas; el 3,2% representa una de la minoría donde sola una persona aporta al hogar.

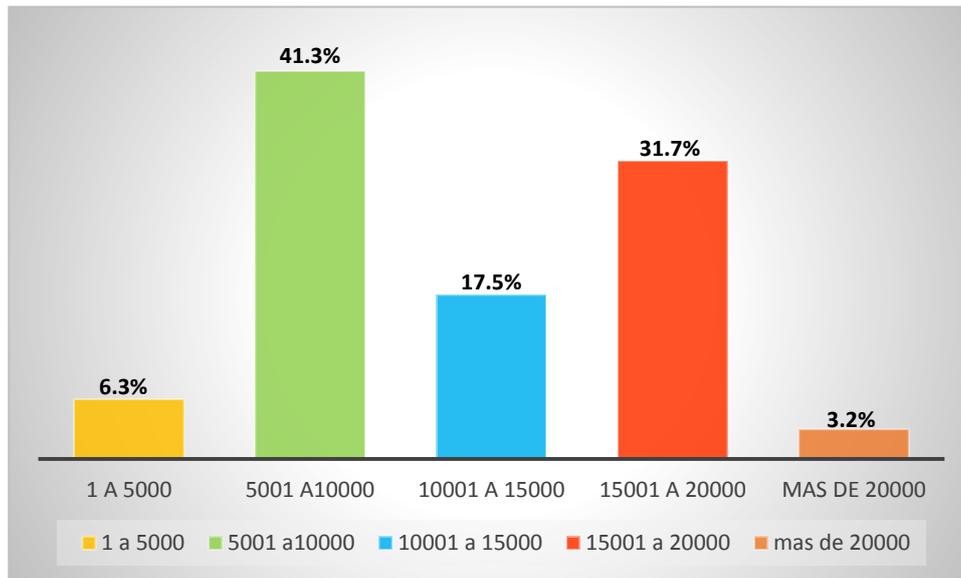
Gráfico No. 7: Administrador del Hogar.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No.7 el administrador del hogar es la jefa del hogar (Mujer) con un 41,3 %, ya que hoy en día la mujer representa un papel de líder, el 20,6 % administran la finanza de manera individual por el hecho que en ciertos hogares los que viven son adultos y ellos toman sus propias decisiones y el 6,3% es administrada por la empleada esto es debido que el 31,7% trabaja según el gráfico No.6 y no cuentan con tiempo disponible.

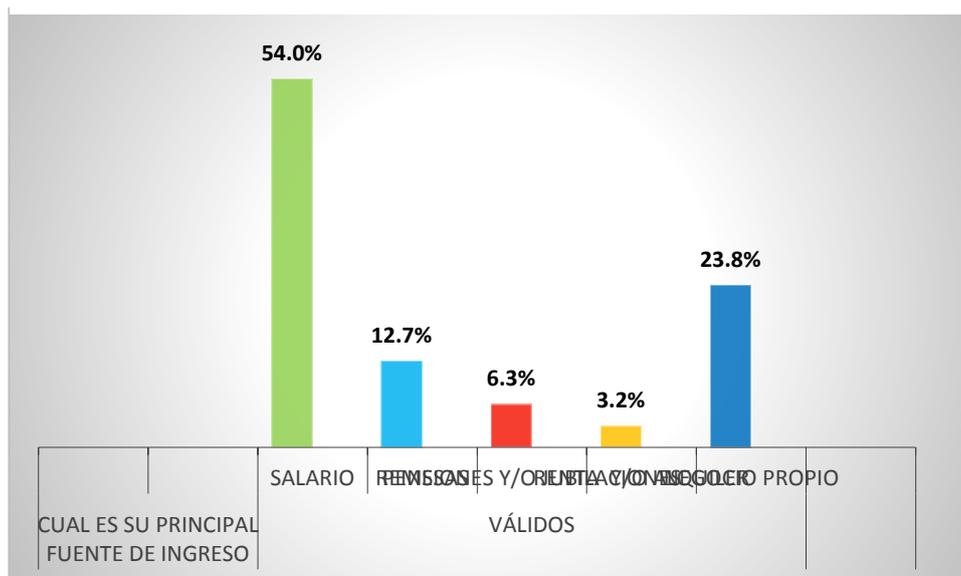
Gráfico No. 8: Ingresos del hogar.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No.8, los ingresos de un 41,3%, de los hogares oscilan entre 5,001 a 10,000, el 31.7% va de 15,001 a 20,000, ya que la mayoría tiene un nivel de escolaridad superior (universitario), el 6,3 % solamente obtiene ingresos de 1 a 5,000 debido a que solo dependen de sueldos; para el 3,2 % de la población sus ingresos sobre pasan los 20,000 córdobas.

Gráfico No. 9: Fuente de ingreso.



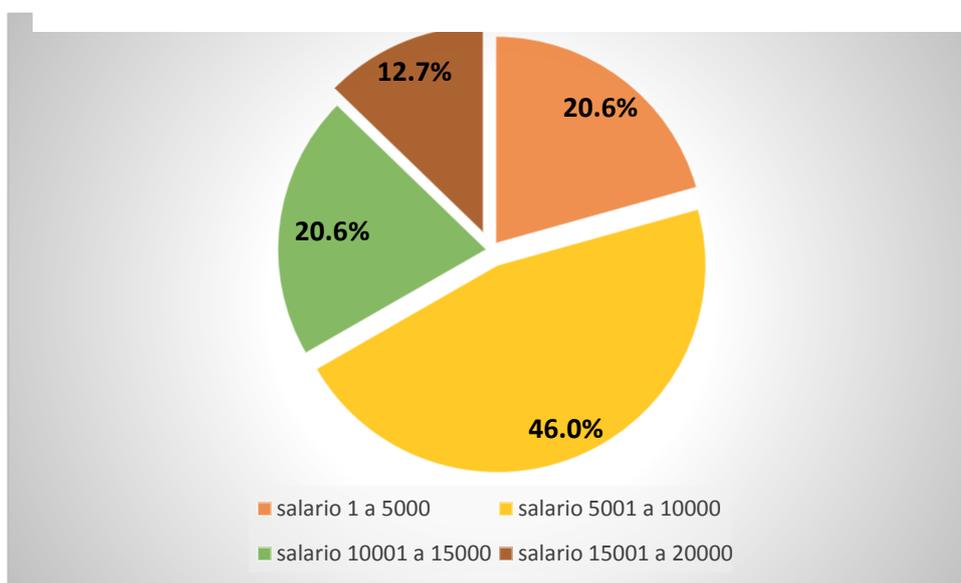
Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No.9, el 54% de los hogares recibe sus ingresos de salarios y el 23,4% cuenta con negocios propios, en cambio para el 12,7 % de la población de los dos barrios recibe pensiones y/o jubilaciones ya que según el grafico No. 2, solamente el 4,8% pertenece a 60 años a más, y para la minoría del 3,2% su ingreso proviene de alquileres.

7.3 Comportamiento del consumo en los hogares.

Como resultado del segundo objetivo específico se detalla los factores de incidencia en el consumo de los hogares, que se describen a continuación.

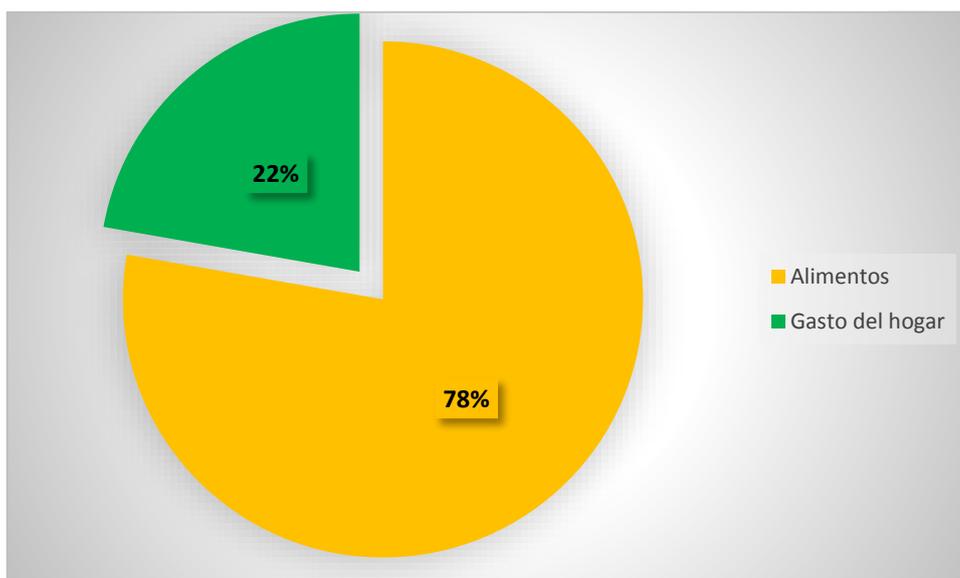
Gráfico No. 10: Gasto de los Hogares.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No. 10, el 46% de los hogares tienen un gasto que oscila entre 5,001 y 10,000 córdobas al mes, ya que el gráfico No. 8, muestra que los ingresos son de 41,3%, es decir, son proporcional a los mismos, seguido de un 20,6 % entre 10,001 a 15,000, el rango más bajo es de 12,7% de 15,0001 a 20,000 ya que el porcentaje de ingresos más alto es de 20,000; cada uno de los gastos son proporcionales a los ingresos.

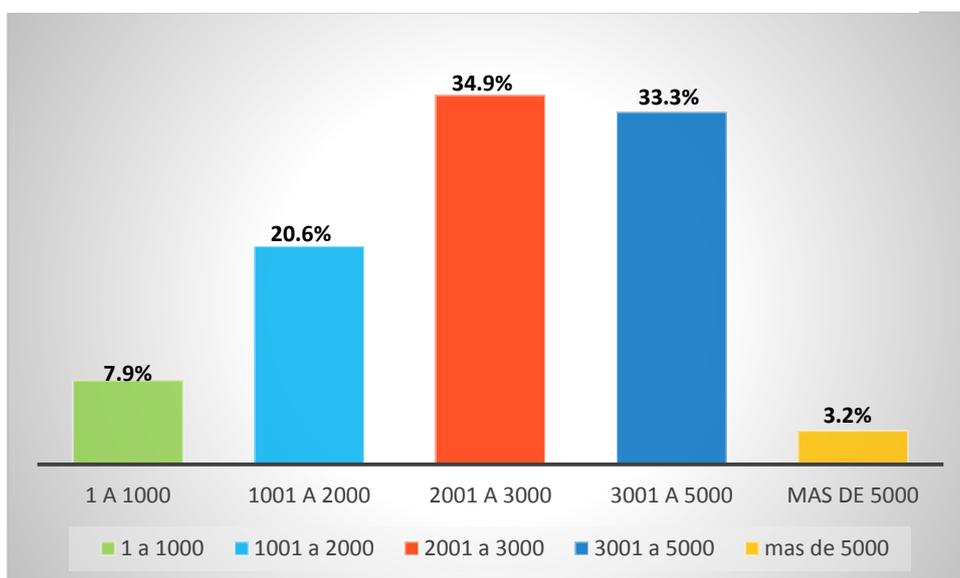
Gráfico No. 11: Destino de gastos.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No. 11, el 78% de los hogares destina su gasto a alimentos, el 22% los destina gastos del hogar tales son agua, luz, internet entre otros; pero el 78% prioriza los alimentos del hogar, es decir que más del 50% la prioridad es la alimentación, estas dos opciones son gastos importantes y de prioridad.

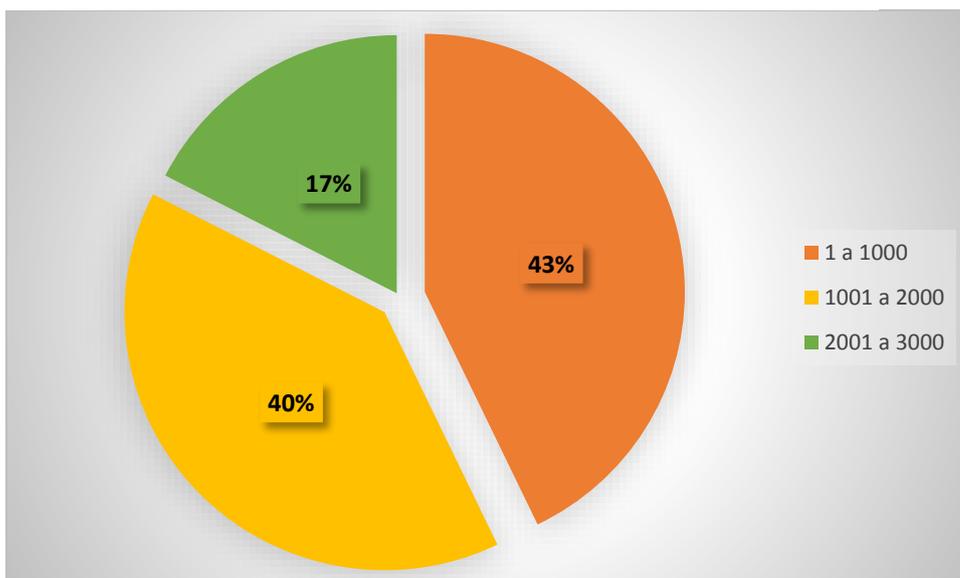
Gráfico No. 12: Alimentación.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado

Según el gráfico No. 12, el 34.9% de los hogares destina de 2,001 a 3,000 córdobas a gastos de alimentos, el 33,3% gasta entre 3,001 a 5,000, los pequeños porcentajes son de 7,9% donde el gasto es de 1 a 1,000 y 3,2% gastan más de 5,000 córdobas ya que los ingresos de estos son mayores a 2,000 según el grafico No 8.

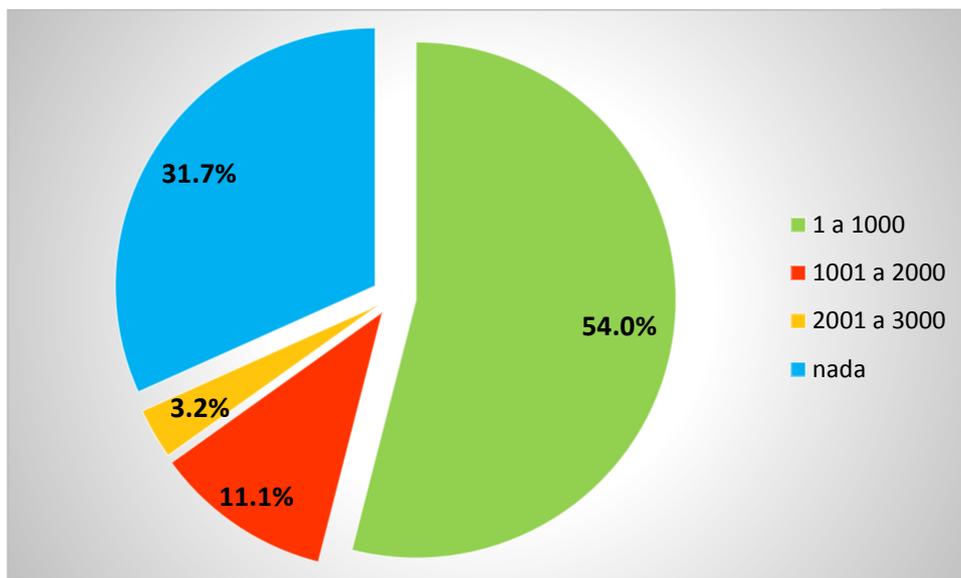
Gráfico No. 13: Gastos del hogar.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No.13 los gastos en los hogares están mayormente en un 43% entre 1 a 1,001, pero también el 40% gasta de 1,001 a 2,000, esto es relativo a sus ingresos; también a la cantidad de personas que habitan en el hogar ya que según la cantidad de personas son los gastos; por ende, donde habitan de 1 a 3 personas sus gastos serán menores y en el gráfico No.4 (personas que habitan en el hogar) muestra que de 6 a 9 los gastos están entre rango de 2,001 a 3,000.

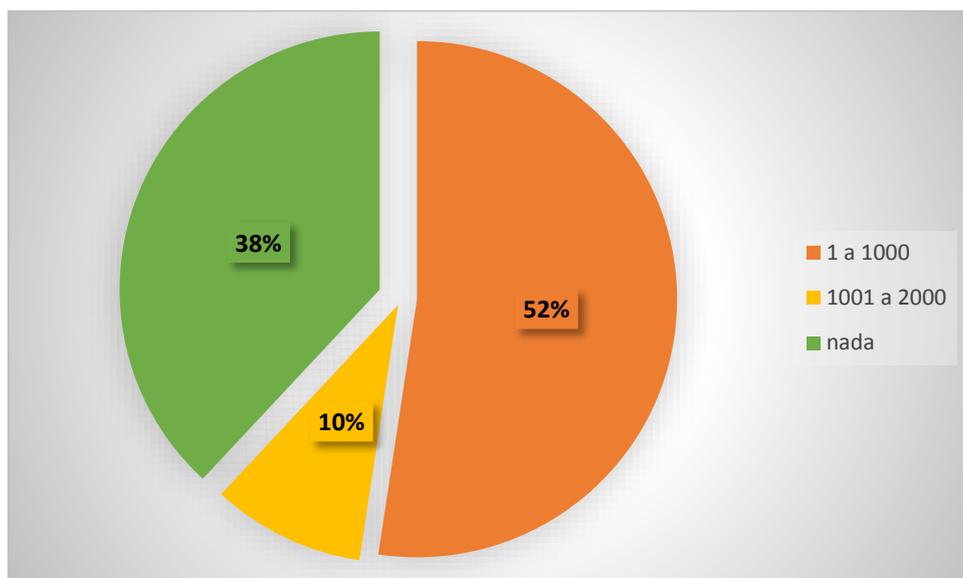
Gráfico No. 14: Vestuario.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No.14, hogares del barrio Jaime Úbeda y Elías Moncada dirigen más de 50% de sus ingresos 1 a 1,000 en a vestuario ya sea para adultos o para los niños; el 3,2% solamente gasta de 2,001 a 3,000 en vestuario estos resultados se deben que el 3,2 % tiene ingresos mayores de 20,000 córdobas, y el 1,6% son hogares de 9 personas donde también hay niños, el 31,7 representa a los hogares que no gastan nada en vestuario ya que su prioridad es la alimentación según las encuestas realizadas.

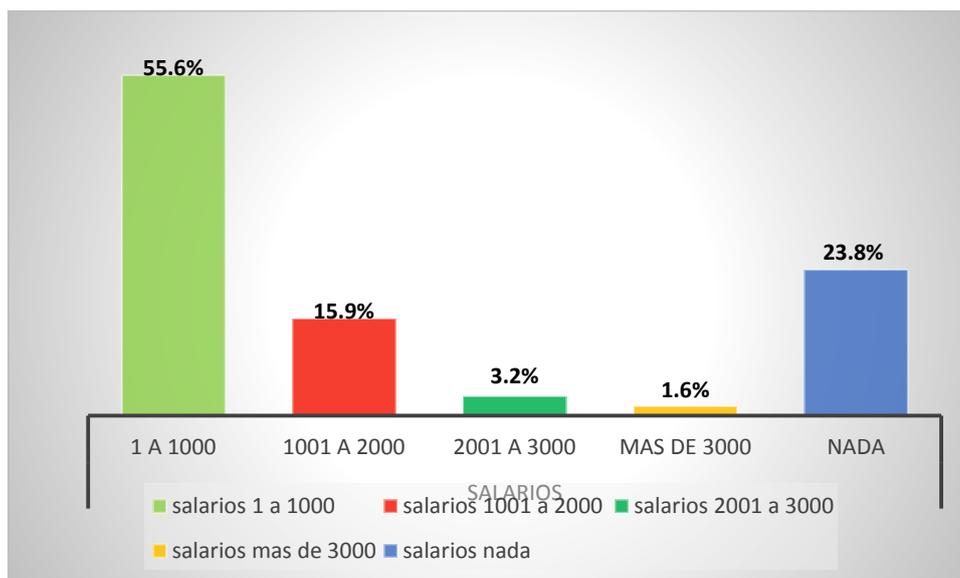
Gráfico No. 15: Educación.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No. 15, el 38% de los hogares no gasta nada en educación esto es debido que el 39,7 % de los hogares no hay niños que estudiantes y los demás posiblemente estudien en escuelas públicas y no les presenta ningún gasto, sin embargo, más de 50% gasta de 1 a 1,000 córdobas en educación ya sea primaria, secundaria o universitaria y solamente el 10% gasta de 1,001 a 2,000 por que posee ingresos altos, además las cantidades de niños son de 4 a 6.

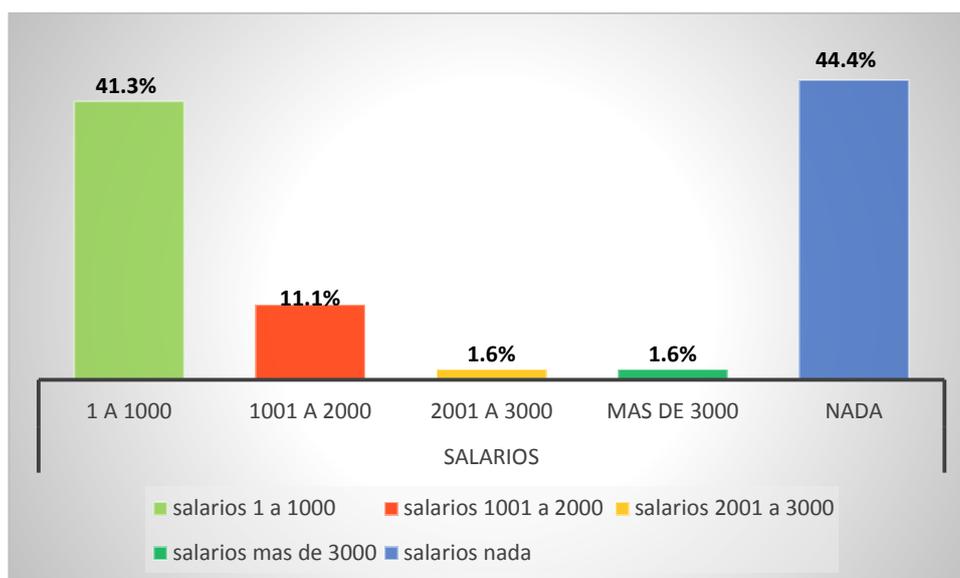
Gráfico No. 16: Gastos en Salud.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No.16, el 55,6% de los hogares gastan entre 1 a 1,000 córdobas en salud ya sea gastos de medicinas, médicos o chequeos generales para los adultos o niños; sin embargo, el 3,2% gastan de 2,001 a 3,000 córdobas, el 1,6% gasta más de 3000 córdobas ya que según el grafico de edad 12,7% pertenece a adultos entre 50 a 60 años y el 4,8% a más de 60 años lo que reafirma estos resultados, y el 23,8 % no gasta nada en salud posiblemente porque constan con salud gratuita tales son los casos de los jubilados o asegurados.

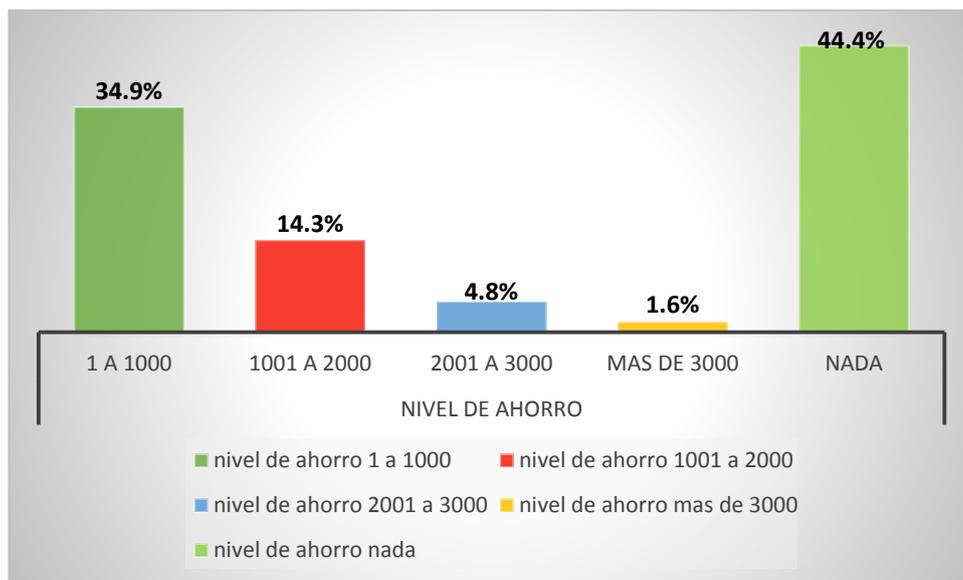
Gráfico No. 17: Gastos en recreación.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado

Según el gráfico No.17, la población suele dedicar parte de su salario a recreación, para los hogares de los barrios estudiados el 44,4% no dedican nada de sus ingresos a salidas, estas razones son evidentes ya que priorizan sus gastos, y sus ingresos no cubren las salidas, el 41,3% gasta entre 1 a 1,000 córdobas mensuales a salidas con los niños u otras actividades, pero el 3,2% gasta entre 2,001 a más 3,000 por que sus ingresos sobre pasan los 20,000.

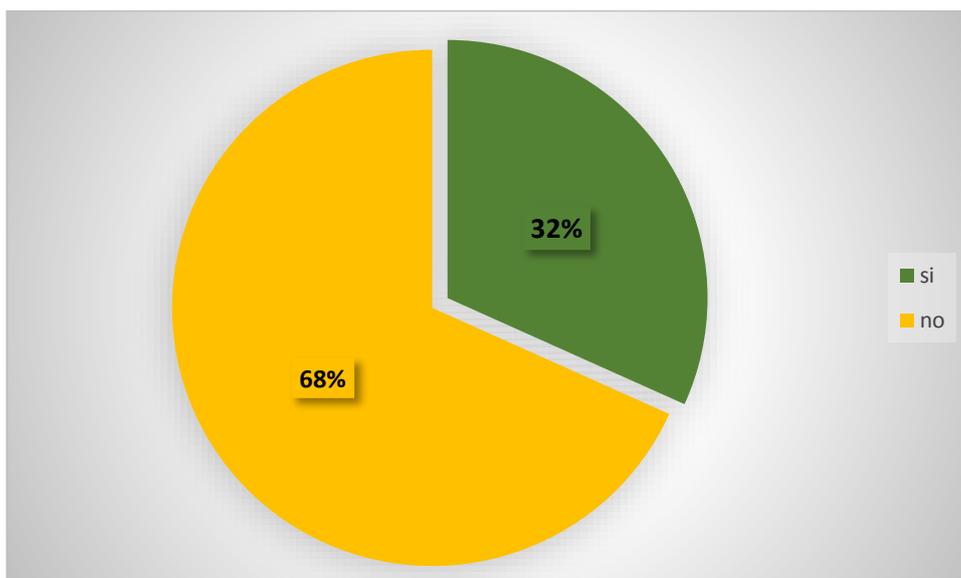
Gráfico No. 18: Nivel de ahorro.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según gráfico No.18, los resultados muestran que el 44,4% no ahorra absolutamente nada, aunque tengan distintas fuentes de ingresos; porque quizás no tiene ese habito de ahorro o simplemente no es prioridad, solamente el 34,9% ahorra de 1 a 1,000 córdobas y el 1,6% de hogares tiene ahorros de 3,000 córdobas a más, porque son hogares donde solo viven dos personas y no tiene ningún gasto que abarque todo sus ingresos e inclusive en los resultados se muestran que más del 30% no tiene hijos.

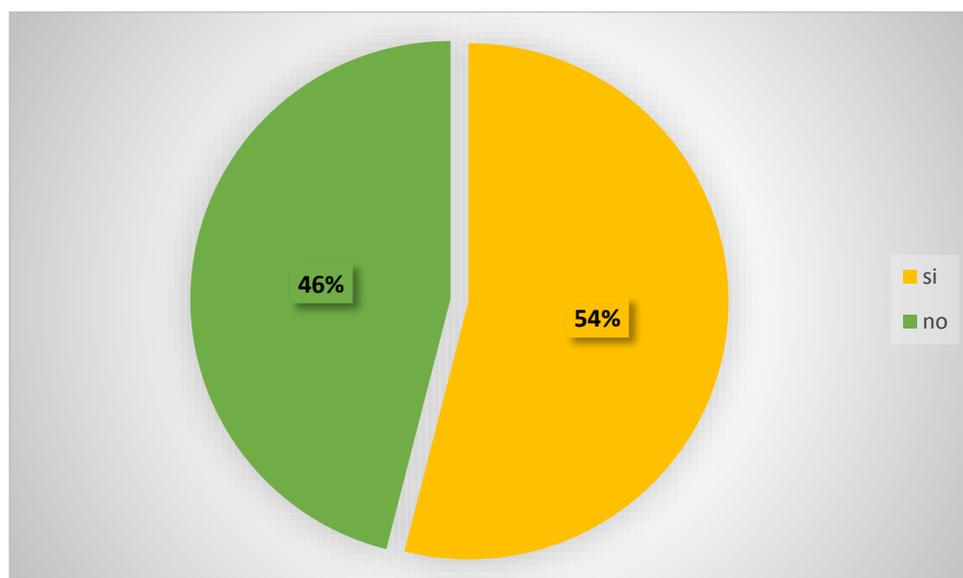
Gráfico No. 19: Usan créditos.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No19, muestra que 32% de los hogares tienen créditos o préstamos bancarios ya sea pequeños o grandes deudas, lo que sustenta que mucho de estos no tiene la capacidad de ahorrar, tener un momento de recreación por los pagos de sus créditos; además algunos de los hogares no tienen suficientes ingresos o sus gastos no se los permiten, el 68% de estos no poseen deuda alguna que es más del 50 % de los hogares.

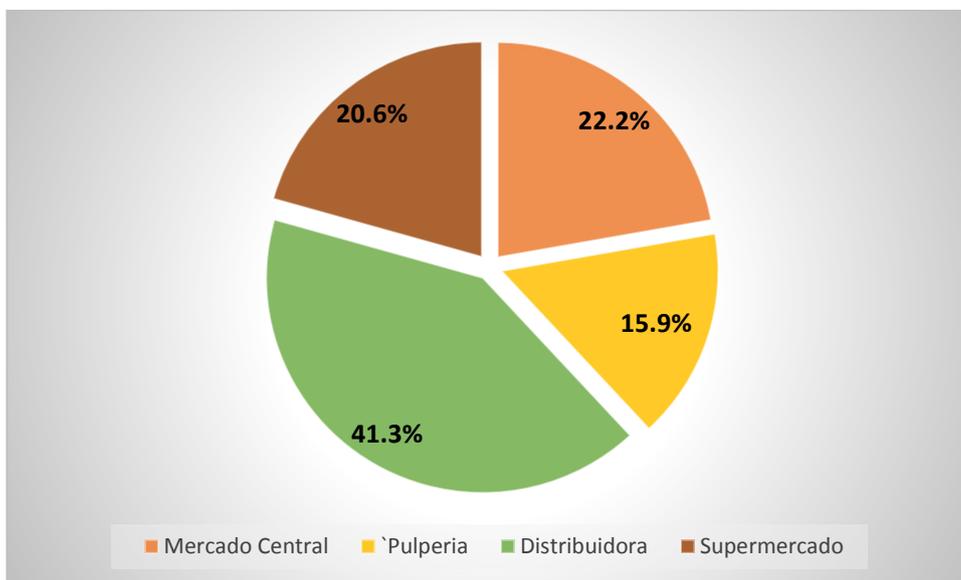
Gráfico No. 20: Realizan presupuesto.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No.20, 54% de los hogares realiza un presupuesto de su dinero para costear todos los gastos del hogar lo cual representa un indicio de buena educación financiera; sin embargo, el 46% no lo hace y no cubren toda necesidad por ende genera que el 32% de los hogares tenga deudas y no pueden salir de estas.

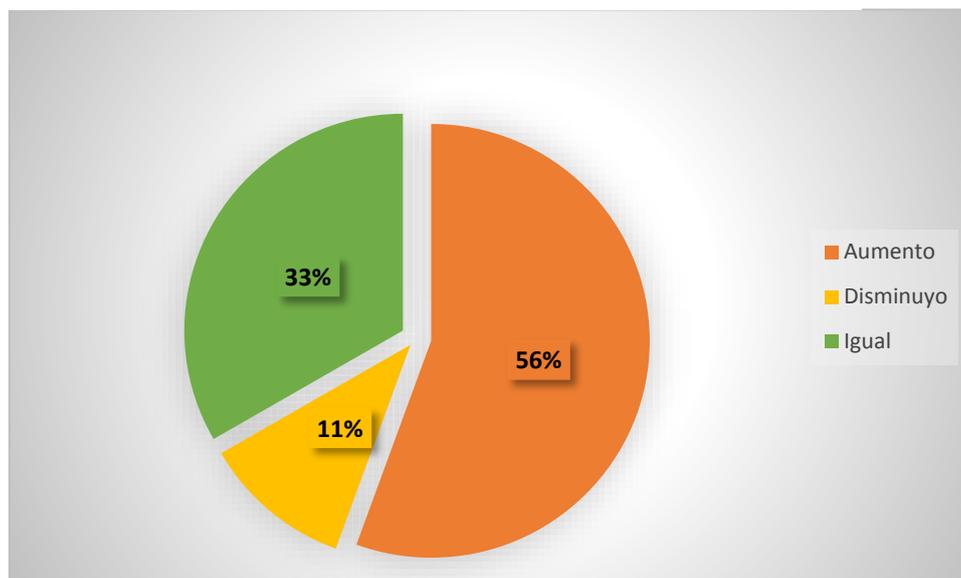
Gráfico No. 21: Lugar de compra.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según gráfico No.21, los hogares de los barrios Jaime Úbeda y el Elías Moncada el 41,3% realizan sus compras en la distribuidora más cercana porque según los resultados los precios son más accesibles; el 22,2 % compran sus alimentos y demás en el mercado Central, el 15,9% de los hogares compran en la pulpera más cercana porque en estas tienen cuentas de créditos o compran en pequeñas cantidades.

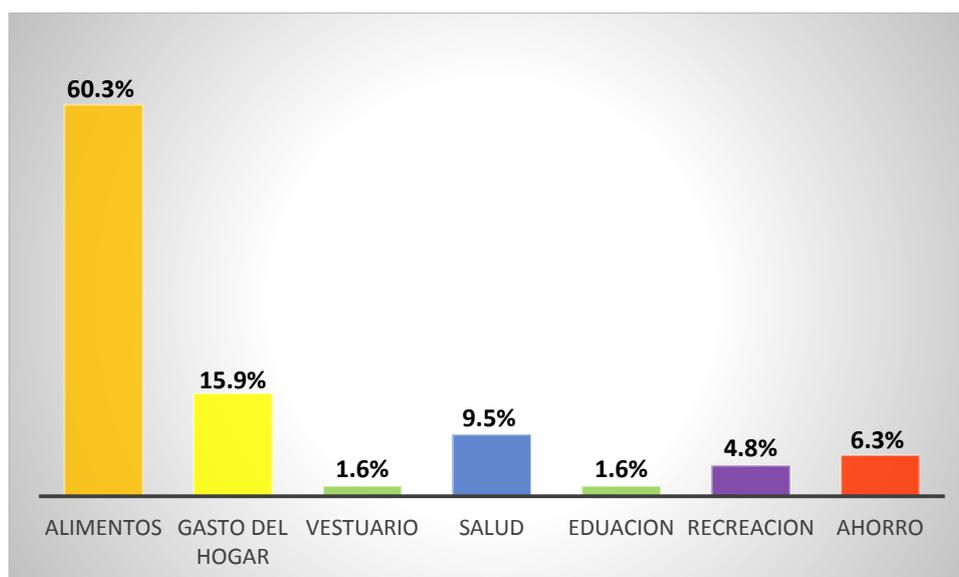
Gráfico No. 22: Nivel de gastos últimos meses.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No.22, para el 54% de los hogares en los últimos meses sus gastos han aumentado, esto se debe que cada seis meses existe un incremento en los productos básicos, además si no existe un presupuesto será más difícil lidiar con los aumentos; para un 11% disminuyo sus gastos es posible que realizaron presupuestos o los gastos se redistribuyeron de una mejor manera; sin embargo, para el 33% de los hogares mantuvieron sus gastos.

Gráfico No. 23: Prioridad de gastos.



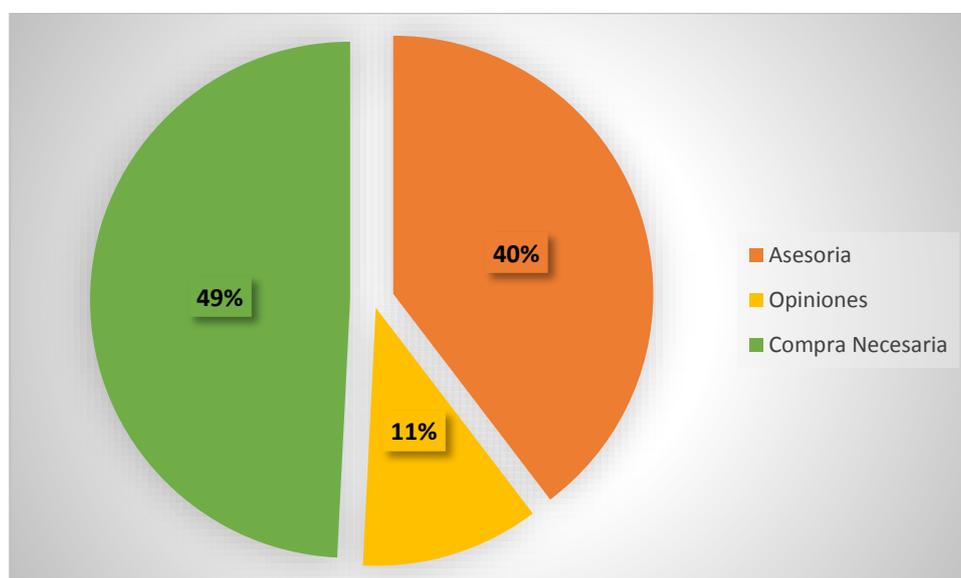
Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No.22, existe un incremento de precios muchos hogares tienen que priorizar sus gastos, el 60,3% de los hogares en los barrios Jaime Úbeda y Elías Moncada su prioridad son los alimentos, el 15,9% son a los gastos del hogar (agua, luz, cable, etc.) para el 1,6% es el vestuario, en estos resultados se puede destacar que más del 50% la prioridad es la alimentación y muy poco la educación y el vestuario, más en tiempos de crisis económicas.

7.3 Estrategias para mejorar la administración de las finanzas personales.

Como respuesta al planteamiento del objetivo No.4 se proponen estrategias para la mejora de las finanzas personales situación que afrontan los hogares.

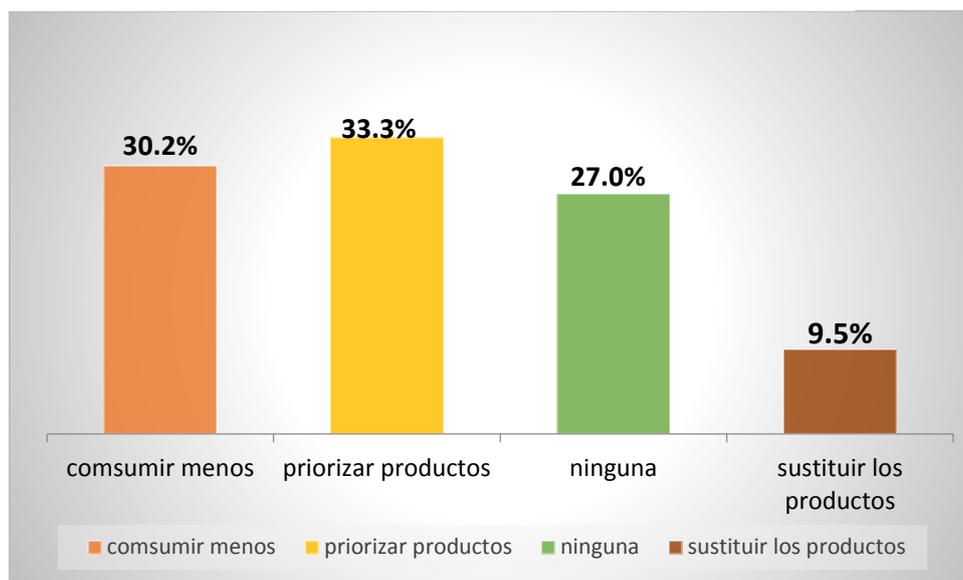
Gráfico No. 24: Estrategias para mejorar el consumo.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No.24, de las estrategias que implementan los hogares para mejorar su nivel de consumo, un 49% concuerda que solamente comprar productos necesarios y el 40% prefiere la asesoría de personas que manejan temas financieros, sin embargo el 11% las opiniones familiares son importante porque necesitan llegar a un acuerdo entre los miembros del hogar.

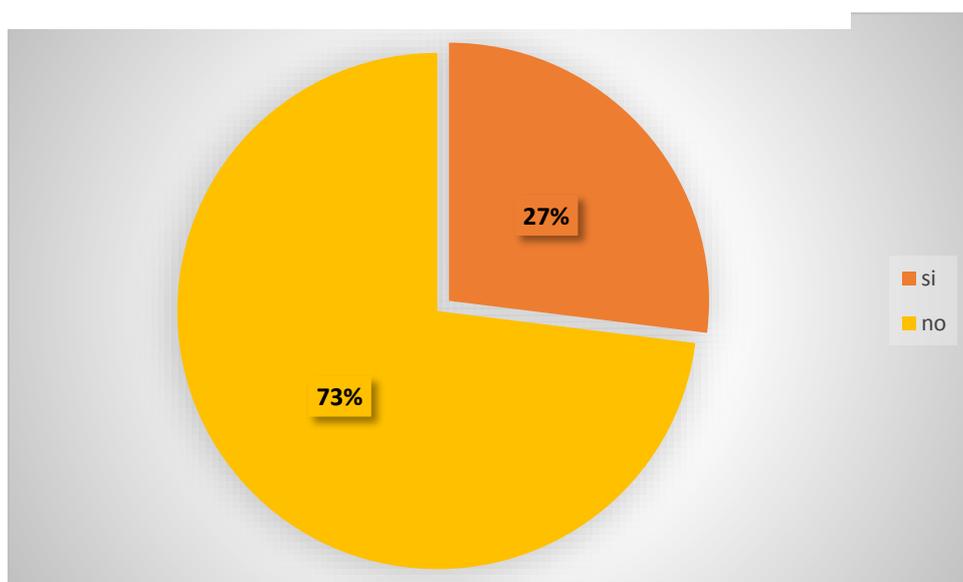
Gráfico No. 25: Estrategias al aumentar los precios.



Fuentes: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No.25, en últimos meses existe un incremento de los productos de la canasta básica, lo cual lleva a los hogares a tomar diferentes estrategias al subir de precios; el 33,3% de los hogares prioriza los productos de primera necesidad, tal es el caso de estos últimos meses con una pandemia; el 30,2% consume menos productos que al final sería constatar si esa estrategia funciona y en el caso del 9,5% sustituye productos más económicos porque los alimentos siempre tendrá que comprarse , el 27 % no toma ninguna estrategia financiera.

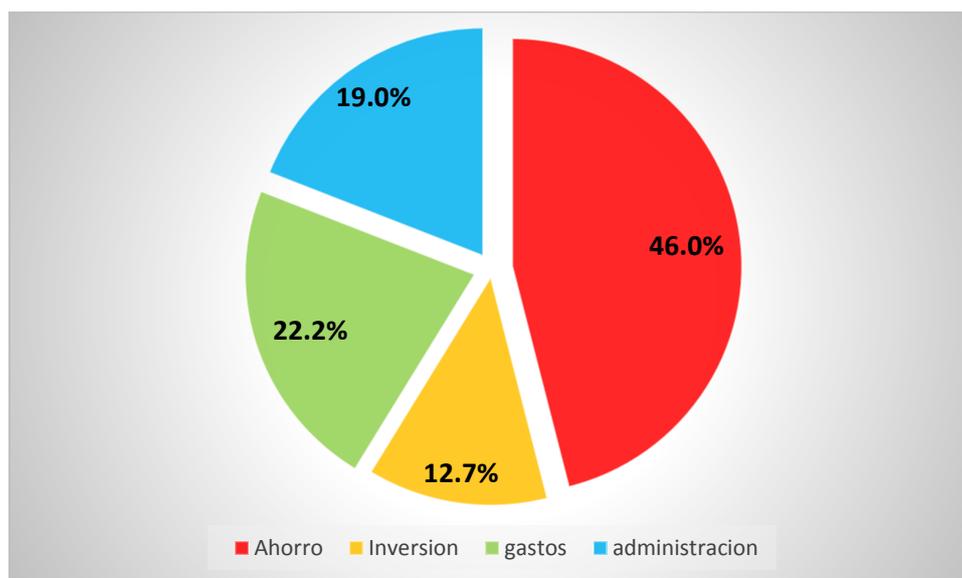
Gráfico No. 26: Charlas de finanzas.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según la encuesta realizada, el 73% de los hogares no ha recibido charlas sobre finanzas personales, lo cual es un aspecto que explica los resultados de las finanzas de los hogares de los barrios Jaime Úbeda y Elías Moncada, y solamente el 27% ha recibidos charlas y maneja los conceptos básicos de estos, por ellos esta área necesita ser abordada.

Gráfico No. 27: Temas financieros que le gustaría recibir.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

El 46,0% de los hogares les interesa manejar temas como el ahorro ya que en gráficos anteriores se muestra que la mayoría de hogares no tiene el hábito de ahorro y esto les genera problemas a futuro; para el 22,2% le interesa como administra sus gastos y ser más eficiente, el 19% necesita aprender a administrar sus finanzas en general en cambio solo un 12,7% quiere conocer sobre inversión.

Propuesta de estrategia para los hogares de la ciudad de Estelí.

A partir de los resultados anteriores se proponen estrategias que ayuden a los hogares de los barrio Jaime Úbeda y Elías Moncada a mejorar sus finanzas.

| Estrategias | Objetivos | Acciones |
|--|--|--|
| Estrategia No.1 Organización financiera | Definir metas financieras. | <ul style="list-style-type: none"> • Administración optima del dinero. • Incremento del ahorro a corto, mediano y largo plazo |
| Estrategia No.2 Estados financiero | Implementar hábitos financieros sanos | <ul style="list-style-type: none"> • Registro de gastos • Registro de deudas • Motivación a metas individuales y colectivas. |
| Estrategia No.3 Presupuestos | Realizar presupuesto de los gastos | <ul style="list-style-type: none"> • Evaluando gastos y deudas. • Enfocando un porcentaje al ahorro. • Definir prioridades y necesidades secundarias. |
| Estrategia No.4 Nuevas estrategias | Explorar oportunidades educativas | <ul style="list-style-type: none"> • Capacitándose en oficios o actividades que pueden realizar en su tiempo libre. • Informarse sobre actividades extra curriculares. |
| Estrategia No.5 Organización familiar | Comunicar a la familia | <ul style="list-style-type: none"> • Reuniones con los miembros del hogar sobre la importancia de ahorrar. • Juntos tomar las decisiones necesarias sobre los gastos. |
| Estrategia No. 6 Compras necesarias | Ajustar gastos | <ul style="list-style-type: none"> • Distinguiendo entre gastos fijos, variables, y discrecionales. • Establezca un periodo (semanal, quincenal, mensual). |
| Estrategia No.7 Puntualizar los gastos | Realizar los pagos de créditos en tiempo y forma | <ul style="list-style-type: none"> • Pagando las deudas en tiempo y forma. • Enfocando parte de los ingresos a las deudas. |
| Estrategia No.8 Fondos de emergencia | Prever los riesgos financieros. | <ul style="list-style-type: none"> • Establezca un fondo de emergencias. • Designando una cantidad de dinero mensual al fondo de emergencia. |
| Estrategia No.9 Compras | Planificar las compras. | <ul style="list-style-type: none"> • Planea con antelación. • Haz un listado de tus |

| | | |
|---|---|--|
| inteligentes | | compras. <ul style="list-style-type: none">• Comprando lo necesario. |
| Estrategia No 10. Educación financiera. | Mejorar la educación financiera en niños y jóvenes. | <ul style="list-style-type: none">• Implementar clases de educación financiera desde primaria. |

Fuente: Elaboración propia.

VII Conclusiones.

De acuerdo a los objetivos de investigación y a los resultados obtenidos, se llega a las siguientes conclusiones:

Los resultados demuestran que el 68% de las personas encuestadas son del sexo femenino, los cuales rondan en un rango de edades de los 40 años, así como también la mayoría de encuestados cuentan con un nivel académico universitario.

En Nicaragua la cultura de educación financiera se encuentra en niveles bajos ya que desde la niñez se deja a un lado la importancia de conocer el valor del dinero, por lo que esto se puede considerar una de las causas de malas administraciones financieras, pero si bien es cierto que la educación es un asunto que se le ha dado prioridad y es algo que se ha mejorado en los últimos años, hay que considerar que las finanzas personales es un tema que no se ha tocado a fondo, lo cual es algo que preocupa, ya que la mayoría de familias no están capacitadas para hacer un buen uso de sus ingresos, lo que en la mayoría de casos eso lleva a generar problemas económicos.

Las características de los dos barrios de estudio se definen por los resultados obtenidos, los cuales muestran que:

El 41,3% de los hogares encuestados afirman que, la jefa de hogar es quien administra los ingresos.

El ingreso promedio ronda los 5,000 y 10,000 córdobas al mes.

Estos hogares se caracterizan por convivir pocas personas en cada hogar, mostrando como resultado un total del 23.8% los cuales viven 2 personas, pero en los hogares que viven más de dos personas estos afirman que, de los miembros del hogar los que trabajan son tres personas siendo este el 39.7% del total de los encuestados.

Pero si bien es cierto que en gran porcentaje de los hogares encuestados los resultados muestran que la mayoría de las personas trabajan y que sus ingresos rondan los 5,000 y 10,000 córdobas al mes, es real que la situación económica de los hogares se encuentra en un nivel medio; ya que en la mayoría sus ingresos no cubren todas sus necesidades, indicando que el 78% de estos hogares antes que nada priorizan la alimentación, los cuales en alimentos gastan entre 2,000 y 3,000 córdobas al mes, y un aproximado de 1,000 córdobas los destinan a gastos del hogar. Lo que se relaciona con que el 54% realizan presupuestos y el 41% prefiere hacer sus compras en las distribuidoras planificando de cierto modo sus compras, lo que es un indicador para notar que no gastan su dinero de forma descontrolada.

El comportamiento del gasto de los hogares es relativamente igual a sus ingresos, lo que se puede pensar que no practican el ahorro lo cual se refleja en el grafico número

18, dónde se demuestra que el 44.4 % de la población de los barrios encuestados no ahorran nada. Lo cual podría ser que adoptar y potenciar la cultura de ahorro se vea afectado por el poco poder adquisitivo de los hogares o bien por la falta de estímulos financieros.

Este estudio demuestra que la hipótesis planteada como “ una buena administración de las finanzas personales mejora el nivel de consumo de los hogares”, se cumple ya que se comprobó que las personas que toman medidas para administrar de forma correcta sus ingresos, pueden cubrir otras necesidades, ya que el 54% de los encuestados realizan presupuestos, demostrando de esta manera que el presupuesto es una de las herramientas que emplean para mantener controlados sus gastos, así como también priorizan sus gastos en cosas o productos de alimentación de primera necesidad.

Pero aun con eso hay que implementar estrategias micro y macro financieras que ayuden a incentivar el ahorro como por ejemplo aumentar la tasa de interés pasiva en las instituciones financieras.

Es por eso que los hogares deben establecer reuniones con los miembros del hogar sobre la importancia de ahorrar, ya que esa es una de las deficiencias en la mayoría de casos. También es importante no caer en deudas salvo si es dinero que se adquiere para invertirse, ya que los hogares no pueden tener finanzas sanas si tienen deudas.

También es importante tomar en cuenta que los hogares que no elaboran presupuestos a sus gastos, deben de crearse el hábito de elaborar presupuestos, ya que esto, aparte de ayudar a organizar mejor el dinero ayuda a tener soluciones para darle salida a los demás gastos, con el fin de no gastar más de lo que se tiene, gastando así nada más en lo necesario y así se podrá cubrir otras necesidades o bien destinar parte de sus ingresos al ahorro.

Teniendo en cuenta este tema se propone a los agentes gubernamentales a que empleen estrategias en todos los sectores educativos, empezando a diseñar estrategias que vayan dirigidas desde el nivel primaria hasta las universidades, esto con el fin de que ayuden a los jóvenes a contrarrestar los bajos niveles de conocimientos sobre administración financiera, preparándolos desde temprana edad para que entiendan el buen uso y el valor del dinero.

VII.Recomendaciones.

A los hogares:

- ❖ Se recomienda buscar información sobre finanzas personales que ayuden a mejorar el consumo.
- ❖ Se recomienda aceptar de manera positiva y mostrar disponibilidad para recibir asesorías sobre finanzas.

A los agentes gubernamentales y financieras:

- ❖ Deben hacer alianzas con las instituciones financieras y darle la importancia necesaria al tema, ya que esto permitirá desarrollar estrategias macro económicas que ayuden a incentivar el ahorro.

A la UNAN Managua/FAREM-Estelí, se recomienda:

- ❖ Brindar información, implementar cursos o clases que fomenten la educación financiera para beneficiar a los estudiantes y por ende despertar en estos, ideas que aporten al desarrollo económico y social del país.
- ❖ Dejar como tareas a los estudiantes practicar jornadas de educación financiera en los barrios, para orientar y enseñar a las personas el buen uso de sus ingresos, ya que la mayoría de encuestados están dispuestos a recibir asesoría.
- ❖ Implementar como plan de estudio cursos estratégicos que les ayude a los jóvenes a motivar el contexto de dónde invertir, gastar y ganar dinero.
- ❖ Organizar e invitar de forma periódica a los estudiantes a que participen en programas en la facultad, sobre educación financiera para que conozcan una forma más sencilla de cómo mejorar sus hábitos de consumo.

VIII. BIBLIOGRAFIA.

- Andrew, K. R. (1980). *The concept of corporate strategy*. USA.
- Ardila, F. Y., & Rengifo, A. E. (8 de OCTUBRE de 2014). *APROXIMACIONES A LA EDUCACIÓN*. Obtenido de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xix/docs/9.04.pdf>
- BANCO CAMINOS. (2019). *Planificacion de las Finanzas personales*. Madrid: Españoleto.
- Blandon , D., Cordoba, C. P., & Juarez, L. Y. (2000). *Propuesta de un modelo de plan estrategico publicitario para las ONG´S*. San salvador.
- Blandon, B. K., & Raudez, U. I. (2017). *ales de la población de la Trinidad –Estelí, en el segundo semestre del año 2017. Esteli: UNAN- FAREM*. Esteli.
- Campos, C. Y. (13 de Enero de 2000). *Estrategias didacticas apoyadas en tecnologia*. Obtenido de www.camposc.net/0repositorio/ensayos/0
- CREDOMATIC. (2008). *Libro Maestro de Educacion Finaciera-Un sistema para vivir mejor*. San Jose , Costa Rica: Inniva Tchnology.
- Credomatic. (2008). *Libro Maestro Educacion Finaciera Ún sistema para vvivr mejor*. San Jose Costa Rica: Innova Technology. Recuperado el 10 de mayo de 2020, de file:///C:/Users/personal/Downloads/Libro_Maestro_de_Educacion_Financiera_Po.pdf
- Dominguez. (Mayo de 2013). *Educacion Finaciera para Jovenes*. MALAGA.
- Guerrini, S. (2015). *Finanzas Personales*. El SALVADOR : Copyright.
- Kenyo. (Abril de 2015). *La Educación Financiera y La Cultura de Ahorro en los estudiantes de la especialidad de Ebanistería y decoración de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle en el 2015*. Lima.
- Kiyosaki, R. T. (2015). *Niño rico, Niño listo*. Aguilar.
- Libro Maestro de la eduacion financiera-Un sistema para vivir mejor. (2008). En CREDOMATIC. San Jose ,Costa Rica: CREDOMATIC.
- LOPEZ, F. I. (11 de Enero de 2011). *CONFIDENCIAL*. Obtenido de <https://confidencial.com.ni/archivos/articulo/2868/educacion-financiera-y-desarrollo-un-modelo-para-nicaragua>
- Moreno, E., Garcia, A., & Delgado, L. (18 de 4 de 2017). *Nivel de Eduacion Finaciera en escenariosnde educacion superior, Un estudio empirico con estudiantes del aarea Administrativa*. Veracruz, Mexico.
- Obregon, A. (17 de Abril de 2016). *Analisis de las Finanzas Personales y sus efectos en el desarrollo socioeconomicos de socios de las Cooperativa de viviendas COVICOF R,I*. Esteli, Nicaragua.
- Oca, J. M. (22 de 06 de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/consumo.html>
- OECD. (Julio de 2005). *OECD*. Obtenido de PRINCIPIOS DE ALTO NIVEL DE LA: <https://www.oecd.org/finance/financial-education/35108560.pdf>

OECD. (10 de mayo de 2020). Obtenido de

<https://www.oecd.org/general/searchresults/?q=que%20es%20educacion%20financiera&cx=012432601748511391518:xzeadub0b0a&cof=FORID:11&ie=UTF-8>

O'NEILL, M. (25 de agosto de 2011). *Diario Oficial de la Unión Europea* . Obtenido de <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:248:0130:0134:ES:PDF>

Pérez, J. (19 de 11 de 2013). Obtenido de <https://elordenmundial.com/sociedad-de-consumo/>

Perez, R. (20 de Noviembre de 2015). *Estudio Economico de America latina y el caribe*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38713/S1500733_es.pdf

Pimiento, P. J. (2012). *Estrategias de enseñanzas .aprendizaje*. Mexico: PEARSON EDUCACION.

Pozo, M. J. (2008). *Aprendices y Maestros La psicología cognitiva del aprendizaje*. Madrid: Alianza Editorial,.

Quiin, J. B., Mintzberg, H., & Ghoshal, S. (2003). *the strategy process*. USA: Pearson Education,.

R, D. F. (2003). *Conceptos de Administracion Financiera*. MEXICO: PEARSON EDUACION.

ROA, M. (Septiembre de 2013). *INCLUSION FINANCIERA EN AMERICA LATINA*. Recuperado el 10 de mayo de 2010, de https://www.cemla.org/PDF/boletin/PUB_BOL_LIX03-01.pdf

Rodriguez, P. M. (20 de mayo de 2011). *La teoeria del aprendizaje significativo*. Obtenido de http://www.in.uib.cat/pags/volumenes/vol3_num1/rodriguez/index.html

Steiner, G. A. (2003). *Planeacion estrategica*. Mexico: CONTINENTAL.

Walker, S. E. (2000). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Mc Graw Hill.

IX. ANEXOS.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD, REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA /FAREM –Estelí Cuestionario.

Buenos días (o tardes). Somos estudiantes de V de la carrera de Economía estamos realizando una investigación del efecto de las finanzas personales en el nivel de consumo de los hogares del barrio Jaime Úbeda y Elías Moncada del Distrito I y por esa razón solicitamos su colaboración con las siguientes preguntas; sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y la información que nos proporcione será utilizada para fines académicas por ello solicitamos su apoyo.

Información general.

1. Sexo

1.1 Masculino:___

1.2 Femenino:___

2. Edad

2.1 Entre 21 a 30:___

2.2 Entre 31 a 40:___

2.3 Entre 41 a 40:___

2.4 Entre 51 a 60:___

2.5 Más de 60 años:___

3. Nivel de escolaridad completado

3.1 Primaria:___

3.2 Secundaria:___

3.3 Técnico:___

3.4 Universidad:___

3.5 Ninguno:___

Información específica

4. ¿Cuántas personas viven en el hogar?_____

5. ¿Cuántos adultos?_____

6. ¿Cuántos niños?_____

7. ¿Cuántos de ellos estudian?_____

8. ¿Cuántos de los que viven en su hogar trabajan? _____
9. ¿Quién administra el dinero del hogar? _____

10. ¿Cuál es el ingreso promedio del hogar?

- 10.1 1 a 5,000: __5,001 a 10,000: __
10.2 10,001 a 15,000: __
10.3 15,001 a 20,000: __
10.4 Más de 20,000: __

11. ¿Cuál es su principal fuente de ingreso?

- 11.1 Sueldo y Salario: __
11.2 Remesas: __
11.3 Pensiones y/o jubilación: __
11.4 Renta y/o alquiler: __
11.5 Negocio Propio: __

12. ¿Cuál es su gasto promedio?

- 12.1 1 a 5,000: __
12.2 5,001 a 10,000: __
12.3 0,001 a 15,000: __
12.4 15,001 a 20,000: __
12.5 Más de 20,000: __

13. ¿A dónde destina más sus gastos?

- 13.1 Alimentos: __
13.2 Gastos del hogar (Bienes y servicios): ____
13.3 Vestuario: __
13.4 Educación: __
13.5 Salud: __
13.6 Recreación u ocio: __

14. ¿Cuánto destina de sus gastos a alimentos?

- 14.1 1 a 1,000: __
14.2 1,001 a 2,000: __
14.3 2,001 a 3,000: __
14.4 3,001 a 5,000: __
14.5 Más de 5,000: __

15. ¿Cuánto destina a gastos del hogar?

- 15.1 1 a 1,000: __
15.2 1,001 a 2,000: __
15.3 2,001 a 3,000: __
15.4 Más de 3,000: __

16. ¿Cuánto destina de sus gastos a vestuario?

- 16.1 1 a 1,000: __
16.2 1,001 a 2,000: __
16.3 2,001 a 3,000: __
16.4 Más de 3,000: __
16.5 Nada: __

17. ¿Cuánto destina de sus gastos a educación?

17.1 1 a 1,000:___

17.2 1,001 a 2,000:___

17.3 2,001 a 3,000:___

17.4 Más de 3,000:___

17.5 Nada:___

18. ¿Cuánto destina de sus gastos a salud?

18.1 1 a 1,000:___

18.2 1,001 a 2,000:___

18.3 2,001 a 3,000:___

18.4 Más de 3,000:___

18.5 Nada:___

19. ¿Cuánto destina de sus ingresos a recreación u ocio?

19.1 1 a 1,000:___

19.2 1,001 a 2,000:___

19.3 2,001 a 3,000:___

19.4 Más de 3,000:___

19.5 Nada:___

20. ¿Cuánto destina de sus ingresos al ahorro?

20.1 1 a 1,000:___

20.2 1,001 a 2,000:___

20.3 2,001 a 3,000:___

20.4 Más de 3,000:___

21. ¿Tiene créditos?

21.1 Si:___

21.2 No:___

22. ¿Realiza un presupuesto para sus gastos?

22.1 Si:___

22.2 No:___

23. ¿Dónde realiza frecuentemente sus compras?

23.1 Mercado central:___

23.2 Pulpería:___

23.3 Distribuidora:___

23.4 Supermercado:___

23.5 Internet :___

24. ¿En los últimos meses como ha sido el comportamiento de sus gastos?

24.1 Aumento:___

24.2 disminuyó:___

24.3 Igual:___

25. ¿Cuándo aumentan sus ingresos hacia donde prioriza el gasto?

25.1 Alimentos:___

25.2 Gasto del hogar:___

25.3 Vestuario:___

25.4 Salud:___

25.5 Educación:___

25.6 Recreación:___

25.7 Ahorro:___

26. ¿Cuál de las siguientes estrategias considera que podría mejorar sus hábitos de consumo?

26.1 Recibir asesoría sobre administración del dinero:___

26.2 Pedir opiniones a los miembros del hogar:___

26.3 Comprar únicamente productos necesarios:___

27. ¿Cuándo suben los precios de productos o servicios que consume qué estrategias implementan?

28. ¿Ha recibido curso o charlas sobre finanzas personales?

28.1 Si:___

28.2 No:___

29. ¿En qué temas de finanzas personales les gustaría ser capacitado?

Tabla No1 Muestreo Fuente: Elaboración propia con datos del INTUR.

| Confianza | Z | p | q | Error | N | Num | Denominador | n |
|-----------|------|-----|-----|-------|------------|-----------|-------------|-----|
| 99,0 | 2,58 | 0,5 | 0,5 | 0,01 | 772 | 1284,6852 | 1,7412 | 738 |
| 95,0 | 1,96 | 0,5 | 0,5 | 0,05 | 772 | 741,4288 | 2,8879 | 257 |
| 90,0 | 1,65 | 0,5 | 0,5 | 0,1 | 772 | 525,4425 | 8,390625 | 63 |

Tabla No 2 Muestro en segunda etapa

| Muestra en segunda etapa | | | |
|--------------------------|-----------|------------|---------|
| Barrio | Poblacion | Ponderacio | Muestra |
| Jaime Ubeda | 401 | 0,5194301 | 33 |
| Elias Moncad | 371 | 0,4805699 | 30 |
| TOTAL | 772 | 1 | 63 |

Anexo No 2: Tablas de frecuencia de encuesta realizada a los hogares.

Tabla No1. Sexo del encuestado.

Sexo del encuestado.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Sexo femenino | 43 | 68,3 | 68,3 | 68,3 |
| masculino | 20 | 31,7 | 31,7 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No 2. Edad del encuestado.

Edad del encuestado

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| edad rango 21 a 30 | 11 | 17,5 | 17,5 | 17,5 |
| 31 a 40 | 28 | 44,4 | 44,4 | 61,9 |
| 41 a 50 | 13 | 20,6 | 20,6 | 82,5 |
| 51 a 60 | 8 | 12,7 | 12,7 | 95,2 |
| 60 a mas | 3 | 4,8 | 4,8 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No.3 Nivel de escolaridad.

Nivel de escolaridad

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Primaria | 10 | 15,9 | 15,9 | 15,9 |
| Secundaria | 16 | 25,4 | 25,4 | 41,3 |
| Técnico | 17 | 27,0 | 27,0 | 68,3 |
| Universidad | 20 | 31,7 | 31,7 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No.4 Cantidad de personas que viven en el hogar.

| | Cuantos viven el hogar | | | |
|---|-------------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| 1 | 9 | 14,3 | 14,3 | 14,3 |
| 2 | 15 | 23,8 | 23,8 | 38,1 |
| 3 | 13 | 20,6 | 20,6 | 58,7 |
| 4 | 11 | 17,5 | 17,5 | 76,2 |
| 5 | 6 | 9,5 | 9,5 | 85,7 |
| 6 | 4 | 6,3 | 6,3 | 92,1 |
| 7 | 2 | 3,2 | 3,2 | 95,2 |
| 8 | 2 | 3,2 | 3,2 | 98,4 |
| 9 | 1 | 1,6 | 1,6 | 100,0 |
| | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No. 5 Cuantos niños estudian.

Cuanto niños estudian

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 0 | 25 | 39,7 | 39,7 | 39,7 |
| 1 | 15 | 23,8 | 23,8 | 63,5 |
| 2 | 16 | 25,4 | 25,4 | 88,9 |
| 3 | 4 | 6,3 | 6,3 | 95,2 |
| 4 | 2 | 3,2 | 3,2 | 98,4 |
| 6 | 1 | 1,6 | 1,6 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No 6. Número de personas que trabajan.

Cuantos trabajan

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 0 | 2 | 3,2 | 3,2 | 3,2 |
| 1 | 15 | 23,8 | 23,8 | 27,0 |
| 2 | 25 | 39,7 | 39,7 | 66,7 |
| 3 | 12 | 19,0 | 19,0 | 85,7 |
| 4 | 5 | 7,9 | 7,9 | 93,7 |
| 5 | 3 | 4,8 | 4,8 | 98,4 |
| 6 | 1 | 1,6 | 1,6 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No.7 Administrador del dinero del hogar.

Quien Administra el dinero del hogar

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Jefe del hogar | 14 | 22,2 | 22,2 | 22,2 |
| jefa del hogar | 26 | 41,3 | 41,3 | 63,5 |
| individual | 13 | 20,6 | 20,6 | 84,1 |
| ambos | 6 | 9,5 | 9,5 | 93,7 |
| empleada | 4 | 6,3 | 6,3 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No.8 Ingresos de los hogares.

Ingresos del hogar

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 1 a 5000 | 4 | 6,3 | 6,3 | 6,3 |
| 5001 a 10000 | 26 | 41,3 | 41,3 | 47,6 |
| 10001 a 15000 | 11 | 17,5 | 17,5 | 65,1 |
| 15001 a 20000 | 20 | 31,7 | 31,7 | 96,8 |
| más de 20000 | 2 | 3,2 | 3,2 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No 9 Gasto promedio de los hogares.

Cuál es su gasto promedio

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 1 a 5000 | 13 | 20,6 | 20,6 | 20,6 |
| 5001 a 10000 | 29 | 46,0 | 46,0 | 66,7 |
| 10001 a 15000 | 13 | 20,6 | 20,6 | 87,3 |
| 15001 a 20000 | 8 | 12,7 | 12,7 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No.10 Destino de sus gastos.

A donde destina más sus gasto

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Alimentos | 49 | 77,8 | 77,8 | 77,8 |
| Gasto del hogar | 14 | 22,2 | 22,2 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

Tabla No. 11 Gasto de alimentos.

Cuanto destina de gastos a alimentos

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 1 a 1000 | 5 | 7,9 | 7,9 | 7,9 |
| 1001 a 2000 | 13 | 20,6 | 20,6 | 28,6 |
| 2001 a 3000 | 22 | 34,9 | 34,9 | 63,5 |
| 3001 a 5000 | 21 | 33,3 | 33,3 | 96,8 |
| más de 5000 | 2 | 3,2 | 3,2 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No. 12 Gastos del hogar.

Cuanto destina de gastos a hogar

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 1 a 1000 | 27 | 42,9 | 42,9 | 42,9 |
| 1001 a 2000 | 25 | 39,7 | 39,7 | 82,5 |
| 2001 a 3000 | 11 | 17,5 | 17,5 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No.13 Gastos de vestuario.

Cuanto destina a vestuario

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 1 a 1000 | 34 | 54,0 | 54,0 | 54,0 |
| 1001 a 2000 | 7 | 11,1 | 11,1 | 65,1 |
| 2001 a 3000 | 2 | 3,2 | 3,2 | 68,3 |
| nada | 20 | 31,7 | 31,7 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No 14. Gastos a educación.

Cuanto destina a educación

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 1 a 1000 | 33 | 52,4 | 52,4 | 52,4 |
| 1001 a 2000 | 6 | 9,5 | 9,5 | 61,9 |
| nada | 24 | 38,1 | 38,1 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No. 15 Gastos a Salud.

Cuanto destina a salud

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| salarios 1 a 1000 | 35 | 55,6 | 55,6 | 55,6 |
| 1001 a 2000 | 10 | 15,9 | 15,9 | 71,4 |
| 2001 a 3000 | 2 | 3,2 | 3,2 | 74,6 |
| más de 3000 | 1 | 1,6 | 1,6 | 76,2 |
| nada | 15 | 23,8 | 23,8 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No 16. Gastos a recreación.

Cuanto destina a recreación u ocio

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| salarios 1 a 1000 | 26 | 41,3 | 41,3 | 41,3 |
| 1001 a 2000 | 7 | 11,1 | 11,1 | 52,4 |
| 2001 a 3000 | 1 | 1,6 | 1,6 | 54,0 |
| más de 3000 | 1 | 1,6 | 1,6 | 55,6 |
| nada | 28 | 44,4 | 44,4 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No 17. Ahorro.

Cuanto destina ahorro

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| nivel de ahorro | 1 a 1000 | 22 | 34,9 | 34,9 | 34,9 |
| | 1001 a 2000 | 9 | 14,3 | 14,3 | 49,2 |
| | 2001 a 3000 | 3 | 4,8 | 4,8 | 54,0 |
| | más de 3000 | 1 | 1,6 | 1,6 | 55,6 |
| | nada | 28 | 44,4 | 44,4 | 100,0 |
| | Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No 18. Créditos.

Tiene créditos

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| si | 20 | 31,7 | 31,7 | 31,7 |
| no | 43 | 68,3 | 68,3 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No 19 Presupuesto.

Realiza presupuesto

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| si | 34 | 54,0 | 54,0 | 54,0 |
| no | 29 | 46,0 | 46,0 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No. 20 Lugar donde realiza sus compras.

Donde realiza su compra

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Mercado Central | 14 | 22,2 | 22,2 | 22,2 |
| Pulpería | 10 | 15,9 | 15,9 | 38,1 |
| Distribuidora | 26 | 41,3 | 41,3 | 79,4 |
| Supermercado | 13 | 20,6 | 20,6 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No 21. Gastos en los últimos meses.

Como han sido los gastos

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Aumento | 35 | 55,6 | 55,6 | 55,6 |
| Disminuyo | 7 | 11,1 | 11,1 | 66,7 |
| Igual | 21 | 33,3 | 33,3 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No.22 Prioridad de los gastos.

Que prioriza en sus gastos

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Alimentos | 38 | 60,3 | 60,3 | 60,3 |
| Gasto del hogar | 10 | 15,9 | 15,9 | 76,2 |
| Vestuario | 1 | 1,6 | 1,6 | 77,8 |
| Salud | 6 | 9,5 | 9,5 | 87,3 |
| Educación | 1 | 1,6 | 1,6 | 88,9 |
| Recreación | 3 | 4,8 | 4,8 | 93,7 |
| Ahorro | 4 | 6,3 | 6,3 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No. 23 Qué estrategia implementa al subir los precios

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| consumir menos | 19 | 30,2 | 30,2 | 30,2 |
| priorizar productos | 21 | 33,3 | 33,3 | 63,5 |
| ninguna | 17 | 27,0 | 27,0 | 90,5 |
| sustituir los productos | 6 | 9,5 | 9,5 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuestados.

Tabla No. 24 Estrategias

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Asesoría | 25 | 39,7 | 39,7 | 39,7 |
| Opiniones | 7 | 11,1 | 11,1 | 50,8 |
| Compra Necesaria | 31 | 49,2 | 49,2 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No. 25 Charlas financieras.

Ha recibido charlas de finanzas

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos si | 17 | 27,0 | 27,0 | 27,0 |
| no | 46 | 73,0 | 73,0 | 100,0 |
| Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta.

Tabla No 26 Temas para capacitación.

Tema de finanzas le gustaría ser capacitado

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Ahorro | 29 | 46,0 | 46,0 | 46,0 |
| | Inversión | 8 | 12,7 | 12,7 | 58,7 |
| | gastos | 14 | 22,2 | 22,2 | 81,0 |
| | administración | 12 | 19,0 | 19,0 | 100,0 |
| | Total | 63 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

Tabla No. 3 Cronogramas de activadas.

| 2020 | | | | | | | | |
|---|-------|-----|-----|-----|--------|------------|---------|-----------|
| Periodo | Marzo | Abr | May | Jun | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre |
| Diseño de investigación | | | | | | | | |
| Búsqueda de antecedentes | | | | | | | | |
| Justificación y planteamiento de problema | | | | | | | | |
| Formulación de objetivos y preguntas | | | | | | | | |
| Marco Teórico | | | | | | | | |
| Educación financiera | | | | | | | | |
| Consumo | | | | | | | | |
| Estrategias | | | | | | | | |
| Diseño metodológico | | | | | | | | |
| Tipo de Investigación | | | | | | | | |
| Tipo de estudio | | | | | | | | |
| Universo y muestra | | | | | | | | |
| Técnicas e instrumentos | | | | | | | | |
| Etapas de la Investigación | | | | | | | | |
| Elaboración de instrumentos | | | | | | | | |
| Revisión de instrumentos | | | | | | | | |
| Recolección de datos | | | | | | | | |
| Procesamiento de datos | | | | | | | | |
| Análisis e interpretación de datos | | | | | | | | |
| conclusiones | | | | | | | | |
| Recomendaciones | | | | | | | | |
| Anexos | | | | | | | | |
| Entrega de primer borrador | | | | | | | | |
| entrega de segundo borrador | | | | | | | | |
| Pre defensa | | | | | | | | |
| Defensa | | | | | | | | |