

## **Educación Financiera Juvenil en los Call Centers en la ciudad de San Pedro Sula <sup>1</sup>**

### **Autores:**

Ericka Elizabeth Valle, Keydi Melissa Alvarado Contreras, Larissa Josselin Murcia Rápalo, Aldo Antonio Guevara

### **Resumen**

La globalización ha dinamizado , el comercio y consumo de bienes y servicios de las sociedades lo que ha coadyuvado a que los organismos responsable de regular las actividades de las instituciones bancarias establezcan los mecanismos informativos para que la población en general conozca los derechos y deberes al contratar servicios y productos financieros y el desarrollo de habilidades para la administración de recurso, por consiguiente el objetivo de la investigación es determinar el grado de conocimiento sobre Educación Financiera de la Población Juvenil Económicamente Activa que está laborando en los Call Centers de la ciudad San Pedro Sula, Honduras.

La metodología utilizada fue un enfoque cuantitativo, con alcance exploratorio descriptivo, y diseño transversal no experimental. La población objetivo fueron jóvenes en edades de 18-29 años, de género indistintos que laboran en los Call Centers. De una población de 6,100 jóvenes, se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio, dando por resultado 408 instrumentos.

Los resultados obtenidos muestran que el 68% de los encuestados no saben que las distintas instituciones bancarias tienen a disposición de los sus usuarios portales de educación financieras, se observó que el 22% de los participantes no tienen hábito de ahorro. Respecto al consumo suntuario el 43% de los jóvenes compran semanal, quincenal y mensual bienes como: ropa y accesorios, materiales electrónicos,

---

<sup>1</sup> Los manuscritos aceptados son Artículos en Prensa que han sido revisados por pares y aceptados para su publicación por el Consejo Editorial de esta revista. Todavía no han sido editados para su copia y / o formateados en el estilo de casa de publicación del IIES, y pueden no tener la funcionalidad completa del IIES, por ejemplo, es posible que los archivos suplementarios todavía deben añadirse, así como que los enlaces a referencias no funcionan aún, etc.. El texto podría todavía cambiar antes de la publicación final. Aunque los manuscritos aceptados no tienen todos los detalles bibliográficos disponibles aún, ya pueden ser citados con el año de la publicación en línea de la siguiente manera: autor (s), título del artículo, la publicación (año). Por favor consulte estilo de referencia de la revista para el orden exacto de estos elementos, abreviatura de nombres de revistas y uso de puntuación.

dinamizando sectores económicos comerciales formales e informales que coadyuva a que el 63% de los encuestados estén endeudados por satisfacción personal, responsabilidades en el hogar y compromisos académicos, 70% de los entrevistados estudian su pregrado.

**Palabras Clave:** Consumo, Crédito y Deudas, ahorro, jóvenes, Honduras

Youth Financial Education in call centers in the city of San Pedro Sula, Honduras

#### Abstract

Globalization has boosted the trade and consumption of goods and services from companies that have contributed to that responsible for regulating the activities of banking institutions news agencies to establish mechanisms for the general population of their rights and duties in hiring financial services and products and the development of skills for resource management, therefore the aim of the research is determine the level of knowledge about financial education of the economically active youth population that is working in call centers in the city San Pedro Sula.

The methodology used was a quantitative approach, descriptive exploratory scope, and no experimental cross-sectional design. The target population were young people aged 18-29 years, indistinct gender work in call centers. From a population of 6,100 young people, a random probability sampling, resulting in 408 instruments it is used.

The results show that 68% of respondents did not know that different banks have available to their users of financial education portal; it was observed that 22% of respondents have no savings habit. Regarding luxury consumption 43 % of young people bought weekly, biweekly and monthly goods such as clothing and accessories, electronic materials, streamlining formal and informal trade economic sector which contributes to 63% of respondents are indebted for personal satisfaction, responsibilities at home and academic commitments, 70% of those surveyed his undergraduate study.

Keywords: Consumer Credit and Debt , Savings, youth, Honduras

## Introducción

La globalización como un sistema que surge del capitalismo, trae como consecuencia la integración de países y regiones a nivel mundial a través de movimientos migratorios transfronterizos, inversiones transnacionales, intercambio tecnológico, produciendo cambios en los sectores económicos productivos con el fin de dinamizar las economías, también ha traído múltiples efectos negativos, *“uno de ellos la crisis financiera que se expande por todo el mundo, con consecuencias funestas para las economías reales: empobrecimiento, desempleo, marginación”* (Morales, 2012).

Según Díaz (2012) los nuevos avances que aparecen con la globalización a través de la liberalización financiera permiten efectuar operaciones entre distintos mercados, superando así las barreras de tiempo y espacio, difundiendo información con mayor rapidez y a menor costo, y mejorando significativamente los mecanismos de pagos entre países. Lo que desenlaza que el consumidor adquiera bienes y servicios a través del uso de los distintos productos financieros, por lo que la internacionalización y desregulación financiera da surgimiento de nuevos conceptos como ser: la educación financiera.

Recientemente, la educación financiera ha cobrado importancia en los países industrializados, donde se originó la crisis financiera mundial, y también en los países con economías terciarias donde se cree que el impacto es drástico, debido a los múltiples problemas socioeconómicos como el desempleo y subempleo condiciones comunes que atraviesa cada país en vía de desarrollo (Gómez, 2009).

Hace un siglo, se consideraba que el reto de la educación fue el de enseñar a leer y escribir, hoy en pleno siglo XXI, es el de enseñar a cuidar y formar el patrimonio, es decir, la Educación Financiera (Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), 2009). La necesidad de tener conocimiento y uso de este término, comienza a partir del día en que las personas reciben un ingreso y empiezan a hacer uso del dinero; al percibir un capital los individuos comienzan a consumir bienes y servicios que el mercado les ofrece, ya sea comprando en efectivo, cheque, tarjetas de crédito o débito, y para esto es necesario contar con una alfabetización financiera para que la población en general pueda hacer mejor uso de los distintos productos financieros.

La crisis financiera internacional se suma (y agrava) a la crisis crónica de la economía hondureña, los hogares no pobres cada vez son menos en términos proporcionales: 41% y 40% en 2009 y 2010 y cambiando a 37.9% en 2011, 33.5% en 2012 y 35% en 2013. (Foro Social de la Deuda Externa y Desarrollo de Honduras (FOSDEH), 2014).

En los últimos años, varias organizaciones internacionales han alertado sobre la necesidad de mejorar la educación y cultura financiera de las personas, ya que las carencias en este ámbito pueden conducir a las

personas a adoptar decisiones erróneas sobre su economía personal, con el consiguiente riesgo de pérdidas patrimoniales, endeudamiento excesivo, hasta la exclusión financiera (Aguilar Jumbo & Ortiz Veintimilla, 2013) .

Por lo tanto, una persona que no posee una adecuada educación financiera constituye una barrera para el ahorro: si las persona no maneja bien su dinero, es posible que no tenga lo suficiente para ahorrar después de realizar sus gastos diarios, o pueda que acumulen deudas que no pueden pagar, lo que perjudica su grado de protección económica y nivel de bienestar. Es por eso que el Grupo Nacional Provincial (GNP), 2015 expertos en administración financiera, recomiendan establecer una meta de ahorro y destinar al menos 10% mensual de sus ingresos adicionales.

Los individuos con una escasa alfabetización financiera relacionada al endeudamiento tienden a incurrir en transacciones de alto costo, pues, pagan tarifas más altas y utilizan distintos canales de contratación de préstamos de alto costo. (Lusardi & Tufano, 2009, pág. 123)

Según Lusardi (2008) la falta de educación financiera se asocia con el nivel socioeconómico, el género, la edad, el nivel de escolaridad, factores culturales y otros aspectos ligados a la raza o la etnia de pertenencia de los individuos. De hecho, las tendencias mundiales muestran que los jóvenes entre los 15 y 24 años de edad tienen 33% menos probabilidades de tener una cuenta en el banco y 40% menos probabilidades de contar con un ahorro formal, en comparación con quienes tienen entre 25 y 64 años (pág.7)

Un estudio realizado en México revela que existen alrededor de 30 millones de mexicanos que tienen entre 15 y 29 años de edad, en este grupo se encuentran quienes cuentan con recursos económicos para solventar sus necesidades diarias, como quienes enfrentan la pobreza y se ven obligados a contribuir a la economía familiar desde temprana edad. Sin embargo, en uno o en otro caso, no siempre los recursos son administrados de la mejor manera (Banco Nacional de México (BANAMEX), 2014, pág. 6)

Otros estudios han hecho la relación que entre un nivel educativo más alto de una persona, mayor es el grado de educación financiera que posee, y eso explica a la vez la variación en el uso de los distintos servicios financieros. Sin embargo a pesar de que mayores niveles educativos están correlacionados positivamente con mejores conocimientos financieros, incluso para los niveles más altos de escolaridad el grado de educación financiera tiende a ser bajo (Racanello & Herrera Guzmán, 2014).

En un informe presentado en el 2013 por El Banco de Desarrollo de América Latina (La educación financiera en América Latina y El Caribe: Situación actual y perspectivas) expresa que del mismo modo, que el nivel de la escolaridad, la edad es una característica importante en el acceso y uso de los servicios financieros.

El autor Lanzagorta (2013) dice que la Educación Financiera en Latinoamérica desde el punto de vista de la economía, es también un asunto de vital importancia para los gobiernos porque ésta puede contribuir sensiblemente a generar estabilidad económica en las naciones.

Razón por el que se unen múltiples esfuerzos de las distintas organizaciones e instituciones para trabajar en el fortalecimiento de Educación Financiera en Latinoamérica y el Caribe, Honduras no es la excepción, el 24 de septiembre del 2004 bajo Decreto no. 129-2004 (Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS)) comienza a establecer estamentos del tema de educación financiera, y en sesión del 12 de noviembre de 2012 bajo La Ley de Instituciones del Sistema Financiero resolución GE: No.1631/12-09-2011 resuelve: reformar las normas para el fortalecimiento de la transparencia, la cultura financiera y atención al usuario financiero en las instituciones supervisadas, por lo que la CNBS empieza a exigir a las instituciones financieras, crear los portales de educación financiera para brindar mayor información a los usuarios en materia de este tema.

Cabe señalar que Honduras al año 2015, registra diecisiete (17) bancos comerciales y doce (12) de ellos son emisores de Tarjetas de Créditos, aprobadas por el Banco Central de Honduras (BCH) y reguladas por la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS).

En el Boletín de Inclusión Financiera realizado por la CNBS en el 2013 refleja que año a año, todos los bancos del país aumentan el número de emisión de Tarjetas de Crédito, para el caso en el 2012 sus emisiones aumentaron en un 7.04% con respecto al 2011 y en el 2013 sus emisión de tarjetas aumentaron en 12.91% en comparación con el año 2012, siendo BAC | HONDURAS y FICOHSA las instituciones que más Tarjetas de Crédito emiten anualmente. En la sección de Rango por Monto Otorgado la tabla presentada por la CNBS muestra claramente que el rango de L. 10000.01 a L 20000.00 es el de mayor aprobación en todos los bancos de Honduras.

Al existir una tendencia creciente en la emisión de tarjetas de créditos y demás productos financieros, demanda una adecuada familiarización con los conceptos económicos básicos desde las edades tempranas, porque puede ayudar en la edad adulta a elegir los productos y servicios financieros que mejor se ajusten a las propias necesidades. (Aguilar Jumbo & Ortiz Veintimilla, 2013, pág. 4).

Según cifras revisadas y publicadas por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Comisión para América Latina y el Caribe CEPAL) a Octubre de 2013, indica que los jóvenes de ambos sexos entre 15 y 29 años, son alrededor de un 2, 277,000 de personas en Honduras, y es que mundialmente el país es conocido por tener personas jóvenes y esto es evidente en los datos encontrados en las estadísticas

disponibles, y a largo plazo esto es un factor positivo, pues atrae la inversión extranjera, al contar con una población económicamente activa joven.

En Honduras se evidencia la presencia de inversión extranjera que está en crecimiento generando nuevas fuentes de empleo a través de parques tecnológicos donde operan los Call Centers, son empresas extranjeras del sector de los servicios que están expandiendo sus operaciones en el país lo cual se estima que esta industria aporta un promedio de 20,000 plazas al mercado laboral en Honduras y el número sigue en alza. (La Prensa, 2015)

En la ciudad de San Pedro Sula hay ciento veintiún centros bilingües (incluye únicamente escuelas y colegios privados ubicados en la zona urbana de la ciudad) (Sistema de Estadística Educativa, 2015), lo cual permite que esta sea una zona muy atractiva por el alto porcentaje de juventud bilingüe y urbana, unido a la empatía cultural y una mano de obra a un costo atractivo para los inversionista, agregando las condiciones geográficas, zona honoraria alineada con el mercado de consumo más importante del mundo, Estados Unidos; y que cuenta con los únicos parques de negocios y tecnologías clase A de la región para este tipo de empresas (Altia Smart City, la ciudad inteligente con sede en San Pedro Sula) (Mejía, 2015).

### **Marco Teórico**

Asimismo los Call Centers constituye un centro de producción de telemensajes y su estructura puede ser observada con las dimensiones típicas de un ensamble sociotécnico: proceso, organización y coordinación del trabajo (Micheli Thirión, 2007, pág. 50), se han convertido en la nueva moda de empleos juveniles, la cual actualmente es una actividad económica en crecimiento, sin embargo para una parte de los jóvenes sampedranos, este tipo de empleo no es de por vida sino de transición, ya que son vistos como una buena oportunidad que les da acceso de estudiar y cubrir sus gastos.

EL autor Velasco (2011) expresa que la mayoría de la juventud están más preocupados por cubrir sus gastos actuales que por plantearse temas financieros a largo plazo; lo que genera inquietud, porque se estima que si no se mejora la toma de conciencia en materia de educación financiera se van a presentar serios problemas económicos y sociales en el futuro cercano.

Distintas instituciones y autores han realizado investigaciones sobre educación financiera, entendiéndose como “El proceso mediante el cual, tanto los consumidores como los inversionistas financieros logran un mejor conocimiento de los diferentes productos financieros, sus riesgos y beneficios, y que mediante la información o instrucción, desarrollan habilidades que les permiten una mejor toma de decisiones, lo que deriva en un mayor bienestar económico” (Banco de Desarrollo de América Latina, 2013)

Entonces la variable educación financiera se presenta en cuatro dimensiones que incluye:

Los ingresos, cuya definición general según el Diccionario de Términos Financieros es la percepción que se obtiene en compensación al desempeño de una actividad (Santandreu, 2002). Esta dimensión se mide a través de indicadores como: salarios que son remuneración que perciben los individuos por brindar su mano de obra; transferencias, y otros medios, donde se hace uso del dinero para consumir bienes y servicios, ahorrar o invertir.

Un segundo elemento es el consumo que se entiende por el gasto de los hogares en bienes y servicios con la excepción de las compras de nueva vivienda (Mankiw, 2006). Aceptación que se operacionaliza por: los hábitos de compra por parte de los consumidores, frecuencia y adquisición de bienes y servicios, y sus prioridades de acuerdo a su situación financiera actual.

Otra dimensión es la planificación, que consiste en disponer de formas de actuación que constituirán los medios para lograr sus objetivos (Blaug, 1972). En donde es posible determinar y lograr los objetivos, mediante la elección de un curso de acción. Esta se mide a través del presupuesto personal y familiar, el presupuesto de gastos y otras decisiones financieras que son elementos importantes en la educación financiera.

Una de esas decisiones es el ahorro, definido por los autores Escobar y Cuartas (2006), parte del ingreso disponible presente de un agente económico que no es gastado en consumo actual y diferido para algún momento en el futuro; necesario para conseguir las metas que el individuo se propone al largo plazo, el cual una de las maneras de aumentarlo puede ser a través de la inversión, que dicho crecimiento dependerá del enfoque, el tipo y los criterios de inversión de cada persona.

Los seguros como parte de la planificación constituyen aspectos significativos dentro de la educación financiera, y representa decisiones importantes en el contexto de este tema, pues trata de desarrollar aspectos de previsión: seguros de vida, tarjetas de crédito, de pensiones, vehículos y desempleo.

Una cuarta dimensión es el manejo de los créditos. Joseph French Johnson (1920), en su obra “El Dinero y la Circulación”, lo define como el poder para obtener bienes o servicios por medio de la promesa de pago, en una fecha determinada citado en (Chávez, 2013)

Se establece que es un derecho presente, a pago futuro (Ettinger & Golieb, 1986). Por lo que en el mundo de los negocios el término crédito se utiliza como sinónimo de préstamo o endeudamiento. La dimensión manejo de los créditos se operacionaliza a través de: la posesión de tarjetas de crédito, deudas adquiridas, historial de crédito, tipos de créditos, y fuentes de financiamiento.

En la actualidad según un análisis de las cifras ofrecidas por el Banco Central de Honduras (BCH) se estima que el financiamiento al consumo se ha duplicado al pasar de 25.4% en 2005 a 53.3% en 2013. El cual esta expansión es influenciada por los préstamos dirigidos a los tenedores de tarjetas de crédito. Datos publicados de la CNBS indica que los créditos vencidos (con una mora mayor de 90 días) ascendían para ese mismo año a L. 1, 746.20 millones.

Al observar este dato de crecimiento del financiamiento al consumo y mora, surge la preocupación si el relevo generacional actual que trabaja en los Call Centers en la ciudad de San Pedro Sula, seguirá con los mismos hábitos de los mayores, o ha tenido influencia en ellos la cultura recientemente implementada sobre educación financiera.

Este hecho ha generado diversos cuestionamientos lo que provoca el interés de saber ¿Cuál es el grado de conocimiento sobre Educación Financiera de la Población Joven Económicamente Activa que está laborando en los Call Centers de la Ciudad San Pedro Sula?; observándose que en Honduras no existe un cuerpo significativo de investigación previo de educación financiera, a pesar de los distintos estudios y artículos publicados en los últimos años, en otros países sobre esta materia.

Asimismo, la investigación planteada contribuirá con un instrumento base que puede ser retomado para futuras investigaciones. Y a la vez los resultados encontrados y análisis realizados servirán como aporte para proporcionar información en general a la Asociación Hondureña Instituciones Bancarias (AHIBA), Instituciones Financieras, Gerente de Recursos Humanos de los Call Center, y a la juventud en general, para proveer y fortalecer los programas de educación financiera, lo que demuestra que el estudio puede ser de provecho.

En base a lo expuesto se establecieron los siguientes objetivos generales y específicos de la investigación.

### **Objetivo General**

Determinar el grado de conocimiento sobre educación financiera de la población juvenil económicamente activa que está laborando en los call centers en la ciudad San Pedro Sula, Honduras.

### **Objetivos Específicos**

- Conceptualizar la educación financiera desde la perspectiva de los jóvenes que trabajan en los Call Centers de San Pedro Sula, Honduras..
- Identificar los sectores económicos que dinamizan los jóvenes de la población económicamente activa a través de sus patrones de consumo.

- Evaluar la percepción de los jóvenes hacia la planificación, presupuesto personal y otras decisiones financieras, medido en términos del ahorro, la inversión y los distintos tipos de seguros.
- Analizar las prácticas y los mecanismos de pago en el manejo de los créditos contraídos por los jóvenes económicamente activos que trabajan en los Call Centers de San Pedro Sula.

## **Metodología**

### **Enfoque y alcance de la investigación**

El enfoque de la investigación es de corte cuantitativo, alcance exploratorio y descriptivo; con diseño transversal no experimental-realizada en los meses de enero-abril de 2015.

### **Características de los participantes**

Los participantes en la investigación son jóvenes de género indistinto, que laboran en los Call Centers de la ciudad San Pedro Sula, en edades que oscilan entre los 18 y 29 años de edad. De los cuales 232 fueron hombres y 176 mujeres.

### **Tamaño de la muestra, poder y precisión**

Los partícipes de la investigación fueron seleccionados en base a un muestreo probabilístico aleatorio considerando todos los Call Centers con operaciones al primer trimestre del año 2015. Se obtuvo una muestra de 408 jóvenes se consideró un margen de error de 4.69%, nivel de confianza 95% de confianza, considerando a una población total de 6100 trabajadores registrados en la ciudad de San Pedro Sula, según Secretaria de Trabajo al mes de marzo del año 2015 en las empresas: Allaid Global, Alorica, Grupo Levanter, Km2 Solutions, Convergys Stream, Startek, Collective Solutions y Zero Variance.

### **Mediciones y Covariables**

Se diseñó un instrumento metodológico que mide el constructo *“Educación Financiera de los Call Centers en San Pedro Sula”*, se elaboró partiendo de la correspondiente matriz de operacionalización de variables, donde se tomó en cuenta todos los indicadores respectivos de cada dimensión planteada correspondiente a la variable de estudio (educación financiera).

Como resultado la estructura de la encuesta quedó de la siguiente manera: la primera sección preguntas clave como: edad, sexo, cantidad de ingresos, número de hijos y personas que dependen de sus salarios (responsabilidad familiar), experiencia laboral y otras entradas de dinero. Una segunda sección, preguntas

para los indicadores de educación financiera, crédito y ahorro, conocimiento sobre los portales de educación financiera, criterios personales sobre sus niveles de conocimiento sobre la variable (educación financiera) y temas que estarían dispuestos a aprender.

La tercera sección de la encuesta adjudica distintos ítems para la dimensión planificación, que se dividió en dos segmentos: el primero que incluye preguntas sobre el cumplimiento de sus presupuestos personales y familiares. Y en el segmento de ahorro se preguntó si tienen el hábito del mismo, desde cuando cuentan con una cuenta de ahorro, sus motivos, niveles y porcentajes de ahorro y una pregunta sobre los tipos de seguro con los que cuentan.

En la dimensión consumo encerró las siguientes preguntas: cada cuanto compra bienes electrónicos, ropa y accesorios, adquisición de inmuebles, bienes que están pagando actualmente y sus prioridades sobre su situación financiera actual.

Ingresos, esta dimensión incluyó indicadores de: salario, destino de sus ingresos, logro de metas académicas, diversión y entretenimiento, y satisfacción de necesidades básicas (alimento, vivienda, transporte).

Lo que respecta a la dimensión manejo de créditos se redactó en función del instrumento, el cual se dividió en dos secciones: tarjetas de crédito bancaria, cuántas, el monto de las mismas, conocimiento sobre su fecha límite de pago, tasa de interés, uso por cargo mínimo, uso de la banca en línea y frecuencia de la revisión de sus estados de cuenta. La segunda sección es referente al tema créditos, deudas a su nombre, deudas contraídas antes de comenzar a laborar en el Call Center, cumplimiento con las cuotas de pago, porcentaje de sus ingresos destinados a cubrir el compromiso financiero, niveles de deuda (aumento o disminución), motivos de endeudamiento, medios y mecanismos de pago.

El constructo educación financiera, resultó con un total de 57 ítems, el cual para determinar la consistencia del instrumento de medición se hizo en varias etapas. En la primera se aplicó una prueba piloto de una duración de ocho (8) minutos a 17 jóvenes seleccionados aleatoriamente en la cual se encontró fallas que fueron corregidas, para asegurar que la encuesta generara resultados correctos y fiables para el estudio.

Se aseguró que el instrumento cumpliera con los requisitos de:

a) Validez de contenido, asegurando que se incluyera todos los elementos del constructo educación financiera al instrumento de medición formulado para la investigación. Cabe mencionar que tales elementos han sido planteados a lo largo del documento de investigación de manera explícita o implícita.

b) Fiabilidad, se midió a través de un modelo de consistencia interna, basado en el promedio de las correlaciones entre los ítems, llamado coeficiente *Alfa de Cronbach*. factor que al calcularlo en el paquete estadístico, alcanzó un nivel aceptable dentro de los lineamientos exigidos para el desarrollo de la investigación con un coeficiente de 0.718, lo que presento nivel de consistencia del instrumento, obtenido de la respuestas de los participantes.

Antes de seguir a la tercera etapa que fue la aplicación final del instrumento, se detectó que hacía falta algunas indicadores respecto a: mecanismos de pago y uso de la banca en línea, además se corrigieron preguntas únicamente de forma, sobre el destino de sus ingresos, prioridades acerca de su situación financiera actual y puesto de trabajo.

Una vez ya hecho los ajustes y correcciones, se dio inicio a la aplicación de la encuesta.

### **Recolección**

La recolección de datos se llevó a cabo mediante la aplicación del instrumento de medición (encuesta), que se realizó en algunos Centros Comerciales, Call Centers y en la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH-VS).

Dentro de la misma recolección de datos, se aseguró que los participantes cumplieran con los siguientes criterios: 1) que todos los colaboradores fueran jóvenes entre 18 y 29 años y 2) que laboran en un Call Centers de San Pedro Sula.

Participaron un total de 408 jóvenes, el cual el 3% de las encuestas fueron aplicadas a través de una entrevista dirigida y el 97% auto-administrada. Siendo ambas de carácter anónimo y confidencial., por lo que previamente a llenar el instrumento.se le explicó al joven encuestado, los objetivos de la investigación y la libertad de concluir la encuesta en el momento que ellos así lo sintieran oportuno, eliminándose 68 encuestas por inconsistencia en las respuestas.

Una vez recopilada todas las encuestas, los instrumentos fueron limpiados asegurándose que tuvieran respuestas cada una de las preguntas, para luego ingresarlas a la base de datos para el análisis estadístico descriptivos e inferencial.

### **Resultados**

Los resultados están presentados en base a cada dimensión estudiada de la variable educación financiera.

**Datos Generales:** Se encuestaron 408 jóvenes, de los cuales 232 fueron hombres representando el 57% de la muestra examinada, mientras que las mujeres representan el 43% siendo 176 las encuestadas. El 92% de

los participantes son jóvenes solteros y más de la mitad no tiene hijos (79%) ni responsabilidad familiar. El cual 228 de ellos tienen entre 20 y 24 años de edad, mientras que 96 jóvenes tienen entre 25 y 29 años de edad y 84 participantes tienen entre 18 y 19 años.

El 70% de los encuestados (285) se encuentran estudiando su pre grado, 52 personas que suman el 13% ya están graduadas, mientras que 71 personas que representan el 17% de la población encuestada contestaron que no están estudiando una carrera universitaria, únicamente trabajan; de las cuales 40 son mujeres y 31 hombres.

Se registraron 46 personas las que respondieron que dominan tres o más idiomas, constituyendo 11% de la muestra y perciben ingresos arriba de L. 10 500.00 y han seguido con sus estudios universitarios. 37 jóvenes (9%) respondieron que únicamente dominan el español, de los cuales 32 personas afirmaron que reciben ingresos inferiores a L. 10 000.00 y 5 jóvenes reciben ingresos arriba de esta cantidad pero con la salvedad que tienen dos o más años de antigüedad en el Call Center.

Más de la mitad de los encuestados (53%) respondió que ya había tenido algún tipo de empleo antes, mientras que el 47% contestó que el Call Center es su primera experiencia laboral, siendo los jóvenes hombres quienes más se están insertando a este mundo laboral.

Con respecto al salario de los jóvenes, 286 que representan el 71% de los encuestados contestaron que sus ingresos son entre L. 9 400.00 y L. 11 500.00 seguido del 15% que respondieron que reciben salarios alrededor de L. 13 700.00 un 6% de los encuestados ganan un salario mínimo.

Seis de cada diez jóvenes (64%), contestaron que aparte de trabajar en el Call Center también reciben ayuda familiar o poseen negocios propios. Solo un 36% de los encuestados, contestó que depende totalmente de los ingresos que perciben en sus puestos de trabajo.

**Educación Financiera:** El 41% de los participantes, relacionan el término de educación financiera con una buena administración de sus finanzas, seguido del 33% de los encuestados que respondieron a la categoría de “combinación de ahorro, dinero, inversión y crédito”, un 21% consideran que EF es tener buenos conocimientos de temas financieros, y solo 19 personas (5%) respondieron que desconocen el concepto.

Un 40% (163) de los entrevistados, relacionan el concepto de ahorro como guardar dinero para el futuro, seguido de 28% (116) jóvenes que consideran que ahorro es seguridad económica y 19% (78) personas asocian el término con tener el dinero en el banco. Las opciones menos marcadas fueron dinero acumulado para comprar, guardar dinero en casa y lo que me sobra de mis ingresos correspondiente a la respuesta del 12% (51) jóvenes encuestados.

Referente al concepto de crédito, más de la mitad de los participantes asocian el termino con préstamo o deuda, lo cual coincide con los términos que son usados mundialmente en el ámbito de los negocios, las menos marcadas fueron “que una persona o institución crediticia está confiando en mi” y “ayuda económica”.

Más de la mitad de los encuestados 57% consideran que tienen un nivel medio de educación financiera, sin embargo, 26% jóvenes encuestados respondieron que sus niveles son bajos o muy bajos y el 17% restante afirmaron tener conocimientos altos del tema en análisis.

Casi el total de la población encuestada (92%) respondió que les gustaría aprender temas como: crédito e inversión, consumo y ahorro, pagos y deudas, y presupuestos y metas.

Referente al conocimiento de los portales de EF de las instituciones bancarias del país, siete de cada diez jóvenes encuestados respondieron que no saben si los bancos tienen portales disponibles para los cuenta-habientes y público en general.

Con respecto a las dudas sobre temas financieros, seis de cada diez participantes contestaron que prefieren recurrir a personas cercanas a ellos antes que a una institución financiera, esto es un referente sobre la percepción de los usuarios en relación a los bancos.

**Planificación y ahorro:** El 78% de los encuestados contestaron que tienen el hábito del ahorro, sin embargo seis de cada diez participantes tuvo su primera cuenta de ahorro después de haber cumplido los 18 años, ya que durante su infancia y adolescencia no se optó a productos financieros que promueven los banco para infantes y jóvenes con el acompañamiento de un tutor, 22% de los jóvenes contestaron que no tienen el hábito del ahorro.

El 26% de los encuestados ahorran más del 30% de sus ingresos, la mayoría contestó que ahorran para el futuro como una forma de prevención y seguridad económica.

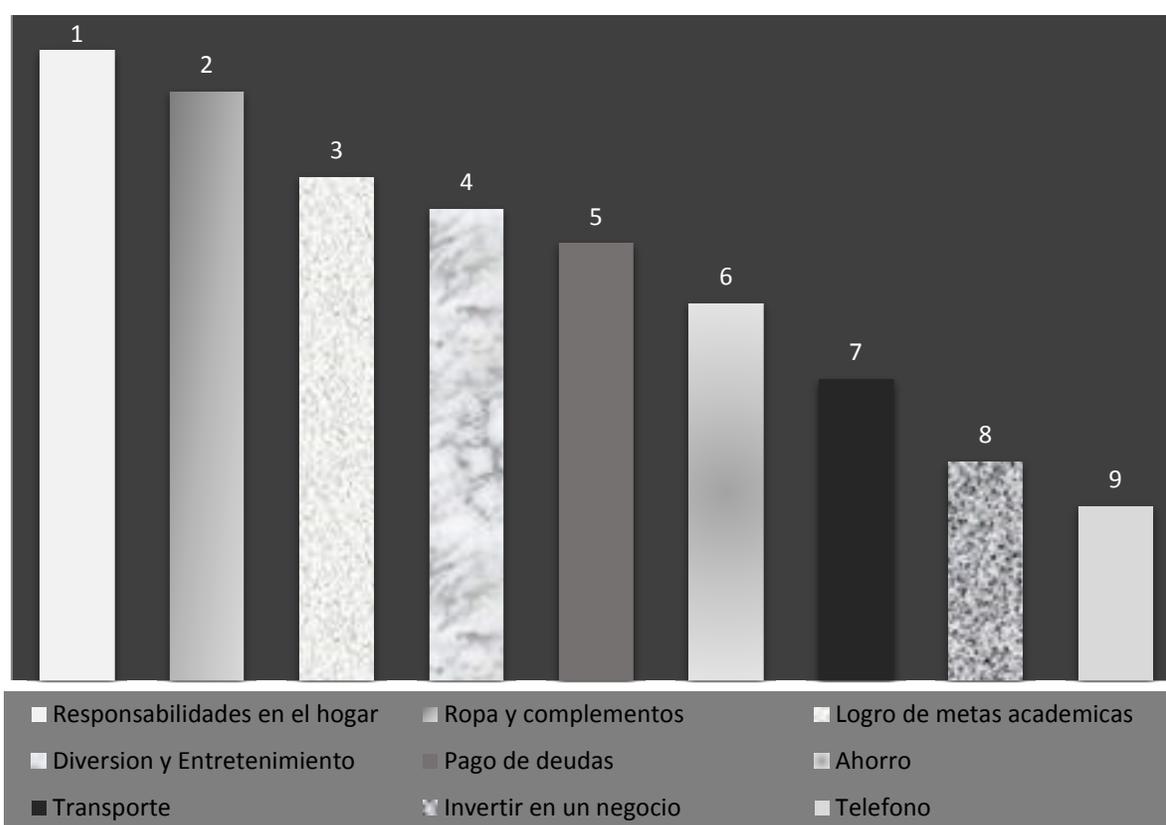
Referente al cumplimiento de sus presupuestos personales, la mayoría (45%) contesto la opción “a veces” el cual es un indicador de que los jóvenes no tienen una clara planificación. 40% de los encuestados afirmaron que cumplen a cabalidad sus presupuestos y 15% respondió que no hace presupuestos (Todos los que marcaron esta opción son personas que perciben ingresos inferiores a L. 10 000.00)

Dos de cada diez jóvenes ahorran con la intención de invertir su dinero en negocios propios.

La vejez aun no es una preocupación para la mayoría de los encuestados ya que fue la opción menos marcada (1 de cada 10 jóvenes) se observó que está categoría es de mayor interés para las personas con responsabilidad familiar.

Referente a la cultura de previsión, el producto financiero que más prevalece entre los jóvenes participantes es el seguro de vida con un 70% del total de la población encuestada. Tres de cada diez jóvenes (30%) respondieron que no tienen ningún tipo de seguro.

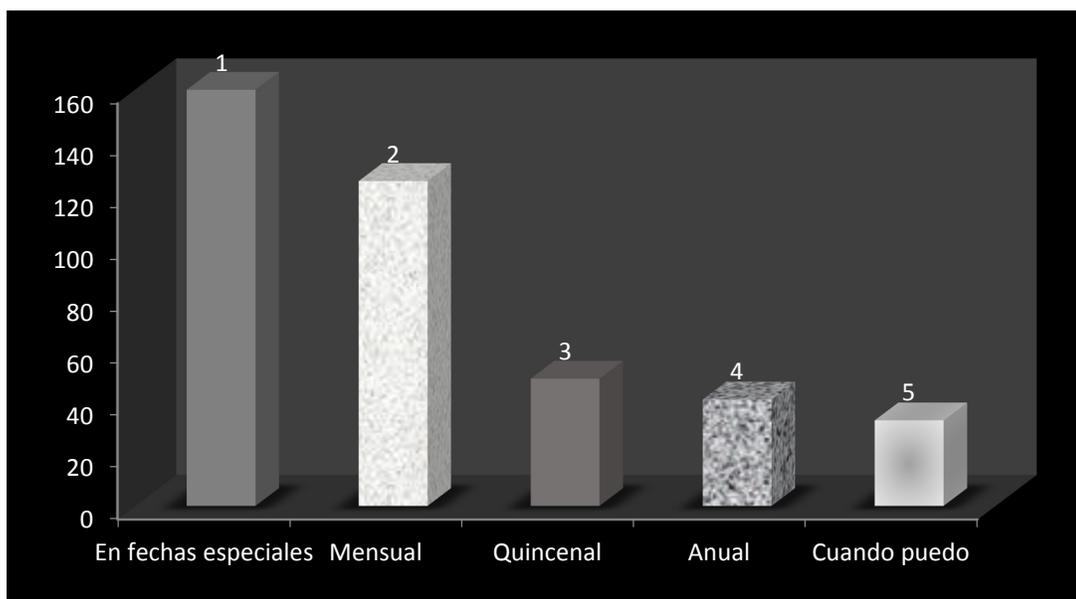
Gráfica 1 Distribución de ingresos de los jóvenes que trabajan el Call Center de la ciudad de San Pedro Sula



Nota: Escala de importancia; donde 1 es más importante y 9 menos importante.

Fuente: Elaboración Propia

Nota: Escala de importancia; donde 1 es más importante y 5 menos importante. Fuente: Elaboración Propia



Gráfica 2: Frecuencia compra de bienes de ropa, accesorios, electrónicos y complementos de los jóvenes que trabajan en Call Centers en la ciudad de San Pedro Sula

**Consumo:** cuatro de cada diez (40%) jóvenes participantes respondieron que compran semanal, quincenal y/o mensualmente bienes como ropa y accesorios, y materiales electrónicos (celulares, cobertores, audifonos, etc.) seguido de un 38% de la población encuestada que contestaron la opción de “fechas especiales”. Esto nos indica que los jóvenes participantes de la encuesta consumen en pro de incrementar su bienestar personal, con la finalidad de mejorar su calidad de vida, las categorías menos marcadas fueron “cuando puedo” y anualmente que representa el 22%

**Manejo de créditos:** 228 personas que representan el 56% de la muestra respondió que tiene una o más tarjetas de crédito, mientras que 180 jóvenes que representan el 44% de la muestra contestó que no tienen tarjetas de crédito.

El límite de financiación de las tarjetas de crédito del 44% de los encuestados es de L. 10 001.00 a L. 20 000.00. Los varones son los que más usan tarjetas con crédito financieros sobre L. 30 000.00. Mientras que más mujeres respondieron que sus tarjetas tienen límites de crédito de L. 5 000.00.

El 95% de los encuestados conoce su fecha límite de pago, sin embargo un 47% desconoce el monto a pagar por uso mínimo de la tarjeta

El 21% de quienes usan tarjeta de crédito se ha atrasado con sus pagos una o más veces.

El 65% de los informantes consideran que la mayor ventaja de usar una tarjeta de crédito son las emergencias o imprevistos, seguido de la posibilidad de compra cuando no hay dinero y las opciones menos marcadas ambas con un 32% fueron las de tener menos dinero en efectivo y evitar asaltos.

Cinco de cada diez (50%) encuestados contestaron que prefieren usar su dinero en efectivo y/o tarjetas de débito, únicamente dos de cada diez (20%) personas prefieren tener su dinero en cuentas bancarias, las opciones menos marcadas fueron tarjeta de crédito y cuenta de cheques.

El 52% de los participantes contestó que no hace uso de la banca en línea aun cuando tienen acceso a internet y a una computadora. Apenas un 30% respondió de manera positiva y un 18% respondió la opción “a veces”.

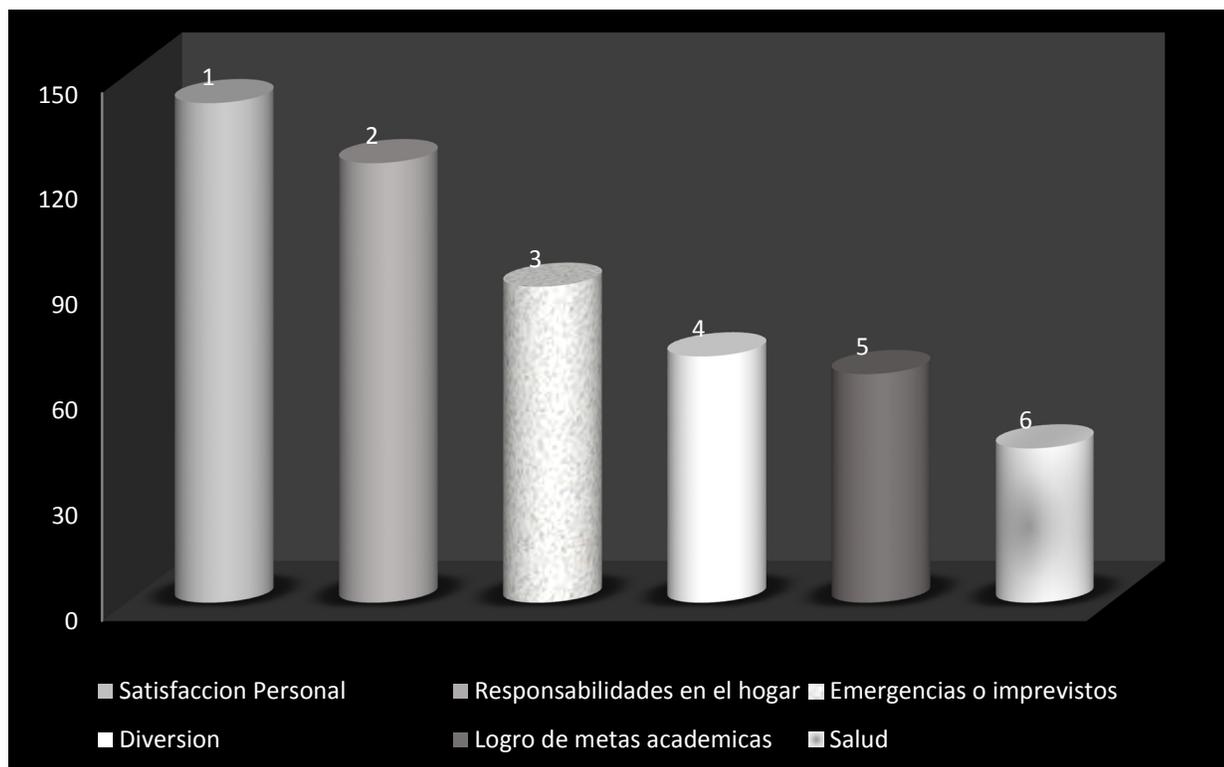
Existe una cultura de revisión de los estados de cuenta de los jóvenes, ya que cinco de cada diez contestaron de manera positiva, siendo los hombres quienes más están al pendiente de sus finanzas, y los jóvenes que tienen entre 20 y 24 años de edad son quienes menos revisan sus estados de cuenta.

**Deudas:** La mayoría de los jóvenes están endeudados, ya que seis de cada diez (60%) participantes afirmaron tener deudas o préstamos a su nombre. Siendo los hombres jóvenes quienes más deudas tienen.

El 44% del total de los participantes endeudados contestaron que seguirán insolventes en los próximos doce meses, sin embargo el 89% de los jóvenes reconoce la importancia de pagar sus deudas ya que todos ellos están al día con sus cuotas de pago, en comparación con las mujeres siete de cada diez (70%) mujeres respondieron que no están al día con sus cuotas de pago.

El 75% de los encuestados contestaron que utilizan el dinero en efectivo como medio de pago para consumir, endeudarse. Como segunda opción prefieren las tarjetas de debito, las categorías menos marcadas fueron tarjetas de crédito, ayuda financiera y uso de chequera.

Gráfica 3 Motivos de endeudamiento de los jóvenes que trabajan en Call Center de San Pedro Sula



Nota: Escala de importancia; donde 1 es más importante y 6 menos importante.  
Fuente: Elaboración Propia

Ho: El ingreso de los varones es igual al ingreso de las mujeres.

Ha: El ingreso de los varones es mayor al ingreso de las mujeres.

Con un valor t de 2.573, 406 grados de libertad, un valor p de .010 y un nivel de significancia del 95% indica que es significativo, es decir que hay diferencia entre las medias de los ingresos de los varones y las mujeres, por lo tanto existen indicios para rechazar la hipótesis nula.

Ho: El ahorro de los varones es igual al ahorro de las mujeres.

Ha: El ahorro de los varones es diferente al ahorro de las mujeres.

Con un valor t de .973, 406 grados de libertad, un valor p de .331 y un nivel de significancia del 95% nos indica que no es significativo, es decir que no hay diferencia entre las medias de los ahorros de los varones y las mujeres, por lo tanto no se rechaza la hipótesis nula.

Ho: Las deudas de los varones son iguales a las deudas de las mujeres.

Ha: Las deudas de los varones son diferentes a las deudas de las mujeres.

Con un valor t de -.036, 406 grados de libertad, un valor p de .971 y un nivel de significancia del 95% nos indica que no es significativo, es decir que no hay diferencia entre las medias de las deudas de los varones y las mujeres, por lo tanto no se rechaza la hipótesis nula.

## **Discusión de los Resultados**

La realidad de Honduras en cuanto a la inserción laboral de los jóvenes es muy parecida a la de México, ya que los jóvenes para solventar sus necesidades diarias comienzan a trabajar antes de culminar sus carreras universitarias, y en Honduras la moda de los empleos juvenil son los Call Centers.

Los resultados encontrados en las dimensiones estudiadas, evidenciaron que los jóvenes están desinformados en materia de Educación Financiera, ya que dos de cada diez encuestados contestaron que tienen conocimientos altos sobre el tema, sin embargo no tienen claro el concepto del mismo, pero tienen la voluntad de aprender y tener mejores manejos sobre sus finanzas personales.

A pesar de las exigencias de la CNBS, la mayoría de los jóvenes desconocen que las instituciones financieras poseen portales educativos, por lo que se considera que la alfabetización en este tema, debe ir más allá del acceso a la información y publicidad que se le da en algunos medios de comunicación.

Los jóvenes que trabajan en los Call Centers de San Pedro Sula, refieren o delimitan educación financiera desde las siguientes perspectivas: una buena administración de sus finanzas, combinación de ahorro, dinero, inversión y crédito, es tener buen conocimiento de temas financieros y otros desconocen el término, respecto al ahorro los jóvenes con poder adquisitivo, lo definen como guardar dinero para el futuro, seguridad económica y tener el dinero en el banco.

Más sin embargo la definición de educación financiera y ahorro, es disonante con el cumplimiento en la planificación del uso y distribución de los recursos económicos, los jóvenes, gastan más de lo que sus ingresos les permiten, están comprando más bienes y servicios para incrementar su bienestar personal, gastando más de lo que pueden necesitar. Los resultados demuestran que existe una mayor valoración del consumo presente sobre el futuro. Indicando que esta generación no está pensando en su vejez, por lo que no hay concientización entre la juventud sobre la importancia de ahorrar para la jubilación.

El sector comercio y sector servicio se ha dinamizado con los patrones de consumo de los jóvenes hacia los aparatos electrónico, ropa, visitas a restaurantes y gimnasios, lo que es evidente en los centro comerciales de San Pedro Sula, donde operan los Call Center, más representativos en cuanto al número de plazas de trabajo que ofertan.

Además se encontró congruencias con lo publicado por la CNBS sobre los montos de tarjetas de crédito que más se emite, y es que un 44% de los jóvenes poseen tarjetas con montos de L.10 001.00 a L.20 000.

Es importante que las instituciones financieras evalúen las estrategias de promoción de los portales financieros, en particular la orientación hacia la población joven económicamente activa, para romper los patrones de endeudamiento en tarjetas de crédito que ha caracterizado a la población hondureña, se evidencia la necesidad de orientar y formar al relevo generacional, con poder adquisitivo, a la comprensión, administración y optimización de sus recursos financieros, que aprendan a ahorrar al menos el 10% de sus ingresos, para tomar mejores decisiones financieras encaminadas a su bienestar y calidad de vida en el corto y largo plazo, para contribuir al desarrollo económico de Honduras.

## Referencias

- Aguilar Jumbo, X. P., & Ortiz Veintimilla, B. M. (2013). *Diseño de un programa de educación y cultura financiera para los estudiantes de modalidad presencial de la titulación en administración en banca y finanzas.*
- Banco de Desarrollo de América Latina. (2013). *La educación financiera en América Latina y El Caribe: Situación actual y perspectivas.* Corporación Andina de Fomento.
- Banco Nacional de México (BANAMEX). (2014). *Cultura financiera de los jóvenes en México.* México : Tollhaus S.A. de C.V.
- Blaug, M. (1972). *Economía de la Educación.* Tecnos, Editorial S.A.
- Chávez, M. Á. (2013). *Las políticas del Estado Mexicano a las micros y pequeñas empresas su financiamiento y desarrollo 2000-2013.* México, D.F: Movimiento ciudadano, Partido Político Nacional.
- Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS). (12 de Noviembre de 2012). Circular. *Circular CNBS No.140/2012.* Tegucigalpa, Honduras.
- Comisión para América Latina y el Caribe CEPAL. (2013). *CEPALSTAT.* Sur America: CEPAL.
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF). (2009). *ABC Educación Financiera .* México, D.F: CONDUSEF.
- Díaz, G. V. (2012). *Notas sobre globalización.*
- Escobar, H., & Cuartas, V. (2006). *Diccionario Económico Financiero.* Medellín, Colombia: Universidad de Medellín.
- Ettinger, R. P., & Golieb, D. E. (1986). *Crédito y Cobranzas.* Editorial CIA Editorial Continental S.A.
- Foro Social de la Deuda Externa y Desarrollo de Honduras (FOSDEH). (2014). *Hacia una nueva estrategia para el combate de la pobreza .* Tegucigalpa : FOSDEH.
- Gómez, F. (2009). *Educación Financiera: Retos y Lecciones.* Bogota.
- Grupo Nacional Provincial GNP. (02 de Enero de 2015). Obtenido de GNP Seguros : <https://www2.profuturognp-fondos.com.mx/informacionFinanciera/boletinMensual/2008-11/boletin.html>

- (2013). *La educación educación financiera en América Latina y el Caribe* . Banco de Desarrollo de América Latina .
- La Prensa. (15 de Mayo de 2015). *San Pedro Sula espera la llegada de cuatro call centers*. Obtenido de La Prensa hn: <http://www.laprensa.hn/honduras/840641-410/san-pedro-sula-espera-la-llegada-de-cuatro-call-centers>
- Lanzagorta, J. (Noviembre de 2013). *Educación Financiera en América Latina*. Obtenido de Planea tus finanzas.
- Lusardi, A. (2008). Educación Financiera: una herramienta esencial para la elección informada del consumidor? *NBER* .
- Lusardi, A., & Tufano, P. (2009). Deuda Alfabetización, Experiencias financieros y Sobreendeudamiento. *Ciencias Sociales Electronic Publishing, Inc.* , 209.
- Mankiw, G. (2006). *Macroeconomía*. Barcelona: de la edición en castellano: Antoni Bosh, editor, S.A.
- Mejía, O. (14 de Abril de 2015). Suena llamada del crecimiento. *La Prensa y El Herald*o, págs. 2-11.
- Micheli Thiri6n, J. (2007). Los call centers y los nuevos trabajos del siglo XXI. *CONfines de Relaciones Internacionales y*, 49-58.
- Morales, C. (2012). Nuevas formas de comunicaci6n. *Repositorio Digital UPS*, 28.
- Racanello, K., & Herrera Guzmán, E. (2014). Educaci6n e Inclusi6n Financiera. *Revista Latinoamerica de Estudios Educativos*, 124.
- Santandreu, E. (2002). *Diccionario de Términos Financieros* . Barcelona: LIBERDÚPLEX.
- Sistema de Estadística Educativa. (2015). Tegucigalpa, Francisco Morazan, Honduras.
- Velasco, J. J. (8 de Diciembre de 2011). Ahorro y Pensiones. (E. Consumer, Entrevistador)