

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA
UNAN-LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**



Tesis para optar al título de Licenciado en Economía

Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo diciembre 2018 a abril 2019.

Autores:

Br. Estrella Guadalupe Cruz Sánchez

Br. Silvia Elena Martínez González

Br. Massiel Estefani Picado Méndez

Tutor:

MSc. Jairo Martínez Avendaño

León, Mayo 2019

A LA LIBERTAD POR LA UNIVERSIDAD

AGRADECIMIENTO

A Dios nuestro padre celestial por ser un pilar fundamental para guiarnos en las metas propuestas, a nuestros padres por siempre ser nuestro motor para salir adelante y hacer valer sus sacrificios y a nuestros Guías de enseñanza que durante estos cinco años nos transmitieron el pan del saber, para así ser personas de bien y excelentes profesionales.

Br: Estrella Guadalupe Cruz Sánchez

Br. Silvia Elena Martínez González

Br. Massiel Estefani Picado Méndez

DEDICATORIA

A Dios por ser nuestro guía en todo instante de nuestras vidas para poder culminar un sueño y una meta más, a nuestros padres y nuestros abuelos por el apoyo brindado durante este proceso por el amor al deseo de superación y así aspirar a un futuro mejor como personas y por ende para nuestra nación.

Br: Estrella Guadalupe Cruz Sánchez

Br. Silvia Elena Martínez González

Br. Massiel Estefani Picado Méndez

INDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	ANTECEDENTES	3
III.	JUSTIFICACIÓN.....	5
IV.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
V.	OBJETIVOS	7
VI.	MARCO TEÓRICO.....	8
	6.1 Marco conceptual	8
	6.1.1 Comportamiento del consumidor	8
	6.1.2 Importancia del comportamiento del consumidor	9
	6.1.3 Canasta Básica.....	10
	6.1.4 Canasta Básica Alimentaria (CBA)	10
	6.1.5 Índice de Precio al Consumidor (IPC)	11
	6.1.6 Inflación.....	11
	6.1.7 Confianza del consumidor	11
	6.1.8 Precio.....	12
	6.1.9 Costo.....	12
	6.1.10 Desempleo	12
VII.	DISEÑO METODOLOGICO	20
VIII.	RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	27
IX.	CONCLUSIONES.....	41
X.	RECOMENDACIONES.....	43
XI.	BIBLIOGRAFÍA.....	44
XII.	ANEXOS	46

I. INTRODUCCIÓN

La mayoría de las economías de los países en vías de desarrollo y de los industrializados se forma por los bienes y servicios vendidos en el país. Y la mayoría del comercio de estos bienes y servicios se origina de los gastos del consumidor. En los países, donde la economía depende de la demanda de bienes y servicios, la confianza de los ciudadanos en la economía determina también su demanda de bienes.

El consumidor reduce su demanda y ahorra en casos como guerra y crisis económica nacional o internacional. El ahorro disminuye el crecimiento económico y se incrementa el desempleo en el país. Si los ciudadanos piensan que la economía va bien, solicitan más bienes y servicios. Cuando se aumenta la demanda de bienes, suben también las inversiones, y esta subida crea empleos y contribuye positivamente al crecimiento económico. El crecimiento económico significa el aumento de bienestar de los ciudadanos de ese país. Además, los inversionistas extranjeros desean hacer más inversiones en los países con alta confianza del consumidor (Karamelikli, 2016).

Nicaragua es un país en vías de desarrollo, con una economía endeble a las situaciones económicas globales y que se ha caracterizado por mantener niveles de crecimiento destacables en los últimos años. El promedio de crecimiento económico del país en los últimos cinco años ha sido del 5.2%, ubicándose en los primeros puestos de crecimiento entre los países de Centroamérica. La Inversión Extranjera Directa y el comercio exterior también muestran perspectivas favorables (BM, 2015). Estas circunstancias son fundamentales para mantener una buena confianza en los consumidores y mantener un panorama económico estable y sostenido.

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

En este trabajo se estudia confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.

II. ANTECEDENTES

En Nicaragua, las instituciones públicas que registran las cifras económicas no realizan ninguna encuesta al consumidor ni calculan el Índice de Confianza del Consumidor (ICC), que es muy común en otros países para diagnosticar evolución de la actividad económica, desde la percepción de los hogares.

Algunos indicadores relacionados que se calculan se encuentran el Índice de Precios al Consumidor (IPC), que 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. Es un indicador clave de la economía, que es ampliamente utilizado en el análisis económico y en la toma de decisiones, particularmente para medir la tasa de inflación y para ajustar los principales precios, incluyendo los salarios (BCN, 2010).

Hasta el año 2000, el país contaba con un sólo IPC, calculado sobre la base de precios recopilados en la ciudad de Managua para una canasta de bienes y servicios representativos de los patrones de consumo de los hogares residentes en las zonas urbanas de esta ciudad en distintas fechas. A partir de 1999 se amplía a Managua, Resto del País y Total Nacional.

Por su parte, el Instituto de Información para el Desarrollo INIDE (2005), incluye un acápite del Consumo y sus agregados en la Encuesta Nacional para la Medición del Nivel de Vida (EMNV), que integra Consumo Alimentario y No Alimentario. En el cuestionario no se introducen preguntas sobre percepción del consumidor. Con anterioridad a esto, el BCN (1999) realizaba la encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares 1998/1999.

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

La referencia más relacionada con esta investigación la proporciona la Fundación Nicaragüense para el Desarrollo FUNIDES (2008), que inició en mayo de ese año a realizar una encuesta de confianza al consumidor, para lo cual se entrevistaron a 1600 hogares a nivel nacional. La metodología utilizada sigue de cerca a la del “Survey Research Center¹” de la Universidad de Michigan pero fue adaptada a las condiciones de Nicaragua. La encuesta es representativa a nivel nacional con un margen de error de más o menos 2.5 puntos porcentuales a un nivel de confianza de 95.5 por ciento. A partir de esa fecha, FUNIDES incluye en sus informes de coyuntura que publica trimestralmente, un acápite sobre los principales resultados de la encuesta, que incluye capacidad de compra respecto al periodo anterior, aspectos que más afectan y preocupan a la economía del hogar y decisiones de consumo sobre los incrementos o decrecimientos de los ingresos.

¹ Las encuestas de las actitudes de los consumidores (SCA) mide las expectativas del consumidor para capturar el impacto de las expectativas de los consumidores sobre sus gastos y comportamiento de ahorro.

<https://www.src.isr.umich.edu/projects/surveys-of-consumers-attitudes-sca/>

III. JUSTIFICACIÓN

La confianza del consumidor es un indicador económico que intenta medir el sentimiento que tienen los consumidores respecto a la situación económica y a su situación económica individual. El grado de optimismo ante la situación económica y grado de seguridad respecto a sus ingresos, es clave en el gasto del consumidor, es decir, es clave en el consumo, una de las actividades clave de la economía. De forma general, una confianza del consumidor alta propulsará la expansión económica al estar gastando más y no reteniendo el dinero y recursos (EFXTO, 2016).

Estudiar la confianza del consumidor es necesario para la planificación de producción y otras operaciones de empresas o para la preparación de políticas fiscales de los gobiernos. Además, constituye un barómetro sobre la situación económica visto desde los hogares.

En el transcurso de estos últimos años se ha creado una enorme polémica respecto a la disyuntiva entre crecimiento económico y bienestar de la población. Aunque la teoría explica que ambos tienen una relación positiva, es decir, a mayores tasas de crecimiento, mayor el bienestar y desarrollo de las familias, no siempre es así. Este estudio representa una oportunidad para conocer la confianza del consumidor focalizada en la población del barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo.

Se espera que los resultados obtenidos puedan servir como fuente de información para futuras investigaciones similares, dentro o fuera de la universidad.

IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los inversionistas, que quieren compensar la demanda de bienes de los ciudadanos, hacen inversiones y crean empleo. De esta manera, la subida de consumo impacta positivamente el crecimiento económico. Por el contrario, una recesión en la economía implica menos inversión privada, mayor desempleo, más inflación y una disminución en el poder adquisitivo de la población.

Nicaragua se presenta como el país más vulnerable de Centroamérica, por sostenerse en una economía de producción primaria y un modelo exportador de materia prima. Es fundamental mantener la confianza de los consumidores positiva y al alza, lo que demuestre estabilidad y aumento de la demanda el próximo periodo. El incremento y la continuidad en la demanda de los consumidores fomentan a los inversionistas a hacer inversiones. El aumento en las inversiones elevará el empleo, es decir formará nuevos medios de trabajo e incrementará el nivel de bienestar de los ciudadanos.

No monitorear la confianza de los consumidores por parte de las instituciones correspondientes, limita la toma de decisiones sobre todo las relacionadas a las políticas económicas coyunturales. Este estudio representa un esfuerzo para estudiar la confianza del consumidor a nivel barrial, por lo que se pretende dar respuesta a la siguiente interrogante:

¿Cuál es la dinámica de la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo diciembre 2018 a abril 2019?

V. OBJETIVOS

Objetivo general

- Analizar la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo diciembre 2018 a abril 2019.

Objetivo Especifico

- Describir las características sociodemográficas de la población de estudio.
- Valorar la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales para el periodo de estudio.

VI. MARCO TEÓRICO

6.1 Marco conceptual

A continuación, se presenta la conceptualización básica utilizada para la elaboración de este trabajo investigativo.

6.1.1 Comportamiento del consumidor

Se define como las actividades del individuo orientadas a la adquisición y uso de bienes y/o servicios, incluyendo los procesos de decisión que determinan esas actividades. Además son acciones que el consumidor lleva a cabo en la búsqueda, compra, uso y evaluación de productos que espera servirán para satisfacer sus necesidades.

También se define como el comprador final o el que compra para consumir. Se deduce que un comprador es un consumidor cuando compra para consumir. Esta definición puede tener significado si generalmente se está de acuerdo en que el consumo significa el acto de comprar sin intención de revender lo comprado, en virtud de esta definición, los intermediarios, fabricantes y muchos otros son excluidos de entre los consumidores. Sin embargo, cuando este fabricante o intermediario compra, por ejemplo, bienes de equipo, sigue siendo un consumidor, ya que su compra se hace generalmente sin propósito alguno de reventa.

La definición de consumidor en marketing depende en parte de su conducta. En la actualidad la conducta se considera como un conjunto de actividades elementales, tanto mentales como físicas, como puede ser la preparación de una lista de compras, búsqueda de información, discusión sobre la distribución del presupuesto familiar, etc. que de alguna forma se influyen entre sí e inducen el acto de compra, a la elección de un producto o marca, o de un servicio.

6.1.2 Importancia del comportamiento del consumidor

La razón más importante por la cual se estudia el comportamiento del consumidor, es la función central que desempeña en nuestra vida. Gran parte del tiempo lo pasamos en el mercado, comprando o realizando otras actividades afines. También dedicamos mucho tiempo a pensar en los productos y servicios, a hablar con los amigos acerca de ellos y a ver o escuchar anuncios relacionados con ellos, además, los bienes que adquirimos y la forma en que los utilizamos inciden profundamente en cómo vivimos nuestra vida diaria. Bastarían estas observaciones para justificar el estudio del tema. Sin embargo algunos tratan de entender el estudio del tema por otras razones debido al comportamiento que estos tiene y que influyen en la toma de decisiones.

Por tal razón se dice que el comportamiento del consumidor es una disciplina aplicada. Tales aplicaciones pueden darse en dos niveles de análisis: En el MICRO y en el SOCIAL.

Perspectiva micro: En esta perspectiva hay que conocer a los consumidores con objeto de ayudarle a la empresa u organización a alcanzar sus objetivos. Los directores de publicidad, los diseñadores de productos y muchos otros que laboran en empresas lucrativas quieren conocer a los consumidores, a fin de realizar sus tareas con mayor eficiencia.

Perspectiva social: Se aplica a los niveles agregados de los problemas que afrontan los grandes grupos o bien la sociedad en general. En el nivel macro o global, sabemos que los consumidores influyen colectivamente en las condiciones socioeconómicas de una sociedad entera De aquí la influencia tan importante que el comportamiento de los consumidores ejerce sobre la calidad y el nivel de vida.

6.1.3 Canasta Básica

La canasta básica es un término que hace referir al conjunto de bienes y servicios que cubren las necesidades nutricionales y de sobrevivencia mínima de la población, los cuales son seleccionados de acuerdo a su aporte calórico y frecuencia de consumo, expresados en cantidades que permiten satisfacer, por lo menos, las necesidades de un individuo promedio de una población de referencia.

Una canasta básica puede definirse como el conjunto de productos que cubren las necesidades nutricionales mínimas de la población, los cuales son seleccionados de acuerdo a su aporte calórico y frecuencia de consumo, expresados en cantidades que permiten satisfacer, por lo menos, las necesidades de un individuo promedio de una población de referencia.

En Nicaragua, la canasta básica corresponde a información derivada de la encuesta ingreso- gasto realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC entre 1984/85. Desde entonces las instituciones del gobierno y los trabajadores la establecieron como parámetro de medición de los niveles de inflación y como mecanismos de aumento salarial.

Sin embargo, pese a que el INEC recientemente actualizó los niveles de ingresos y gastos de la población, mediante la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 1998-1999, la estructura de la canasta básica continúa siendo la misma desde su formulación, sin considerar los cambios coyunturales que se han dado en los últimos años.

6.1.4 Canasta Básica Alimentaria (CBA)

Conjunto de alimentos básicos, expresados en cantidades suficientes para cubrir, por lo menos, las necesidades energéticas y proteínicas de una familia de

referencia. Representa un mínimo alimentario para una población objetivo; su elaboración requiere considerar diversos aspectos, entre ellos: A. El contenido de la CBA debe reflejar el patrón alimentario de la población objetivo. B. Los productos deben ser seleccionados entre los de menor precio, ya que su costo debe ser accesible a la mayoría de las familias. C. Las cantidades de alimentos se determinan con base en las necesidades energéticas de un individuo de referencia (Bravo, 2017).

6.1.5 Índice de Precio al Consumidor (IPC)

El índice de precios al consumidor (IPC) mide la evolución de los precios de un conjunto de bienes y servicios representativos del gasto de consumo de los hogares. Es un indicador clave de la economía, que es ampliamente utilizado en el análisis económico y en la toma de decisiones, particularmente para medir la tasa de inflación y para ajustar los principales precios, incluyendo los salarios.

El nuevo sistema de índices de precios al consumidor de Nicaragua está constituido por el índice nacional de precios al consumidor, el índice de precios al consumidor de Managua (IPCM) y el índice de precios al consumidor del resto del país (IPCR). El primero resulta de calcular un promedio ponderado de los segundos, considerando la participación de Managua y de los otros departamentos en el gasto de consumo de los hogares nicaragüenses.

6.1.6 Inflación

Es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios de una economía.

6.1.7 Confianza del consumidor

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

Es un indicador económico que mide el grado de optimismo que los consumidores sienten sobre el estado general de la economía y sobre su situación financiera personal.

6.1.8 Precio

Es la cantidad monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio.

6.1.9 Costo

Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, que puede establecer el precio de venta al público del bien.

6.1.10 Desempleo

Es aquel sujeto que forma parte de la población activa (se encuentra en edad de trabajar) y que busca empleo sin conseguirlo.

6.2 Marco Referencial

6.2.1 Descripción del Municipio

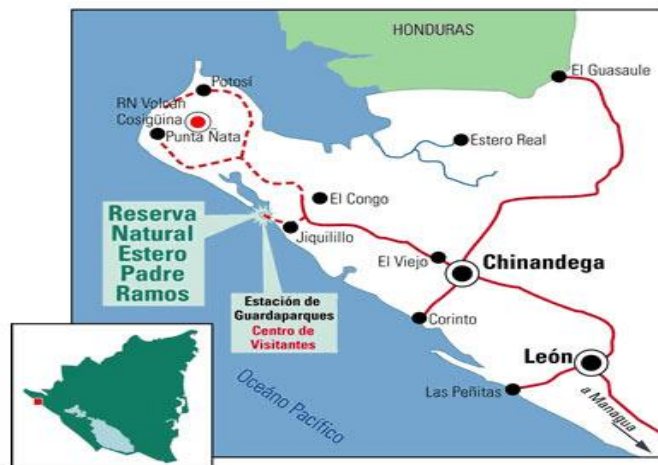
El municipio de El Viejo se encuentra localizado en el extremo noroccidental del país, siendo el municipio más grande del departamento de Chinandega y de la costa del Pacífico de Nicaragua, dista a 7 kilómetros de la ciudad de Chinandega.

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

Su fisiografía es el elemento físico geográfico particular que le brinda grandes y variados potenciales naturales, propicios para el desarrollo de múltiples actividades agroambientales y económicas. Está representada por una planicie, interrumpida por cordilleras y colinas de la cual emerge el complejo volcánico cuaternario del Volcán Cosigüina, que domina todo el municipio en el extremo noroeste. La costa marítima surcada por el complejo de playas, islas y esteros, es otro elemento de gran importancia que se extiende desde el límite del municipio de El Realejo en la Isla Maderas Negras, hasta Punta de San José en el extremo oriental de la Península de Cosigüina, siguiendo hasta la desembocadura del Río Estero Real, en el Golfo de Fonseca. Así mismo esta característica ha permitido el desarrollo de suelos fértiles depositados como producto del continuo vulcanismo al que ha estado sometido el municipio.

Las áreas naturales de gran belleza y paisaje, ahora bajo decreto de protección legal, son otro elemento producto de estas condiciones que aumentan el potencial de desarrollo de dicho municipio.

Figura 1. Municipio el viejo



Fuente: INIDE (2008)

Tabla 1. Ficha Municipal.

Nombre del municipio:	El Viejo
Departamento:	Chinandega
Fecha de fundación:	04 de marzo del año 1868.
Límites:	Al norte: con el Golfo de Fonseca y el Municipio Puerto Morazán. Al sur: con el Océano Pacífico. Al este: con los municipios de Chinandega y El Realejo. Al oeste: con el Océano Pacífico.
Extensión Territorial:	1,308 Km ²
Población:	119,998 habitantes
Altura sobre el nivel del mar:	43 msnm
Clima:	Presenta un clima subtropical cálido con marcada estación seca de más de seis meses.
Distancia de Managua:	145.1 km por Nic-12 y Carr. Nueva León (2h 48min)
Actividades económicas:	Cultivo de Banano, Maní, Plátano, Caña de Azúcar, Piscicultura, Camaronicultura y Pesca Artesanal.

Fuente: INIDE (2008)

6.2.2 Reseña Histórica

El Viejo es una de las ciudad más antiguas de Nicaragua, tiene una historia de más de cuatrocientos años, pues hay que recordar que para 1522 en estas planicies de Tezoatega, el historiador español Gonzalo Fernández de Oviedo ya hablaba de un valiente cacique que dominaba esta región, llamado Agateyte.

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

Antes de la Conquista había en lo que es hoy El Viejo, unos cinco pueblos de origen Chorotega, entre ellos Chamulpa, que sirvió de asiento a los primeros españoles que pisaron estas tierras y en cuya comprensión fundaron la ciudad que más tarde se llamó de la Concepción del Viejo.

La zona del municipio de El Viejo al llegar la conquista española, estaba gobernado por el Cacique Agateyte, quien recibió y agasajó al cronista español Don Gonzalo Fernández de Oviedo y Valdés el 2 de enero de 1528. Los historiadores afirman que la "Villa del Viejo" debe su nombre a este Cacique, quien por esos años era ya de avanzada edad, motivo por el cual sus súbditos le daban el nombre de "Teyte", que en idioma chorotega quiere decir "viejo". Agateyte era muy respetado por indios y españoles. Oviedo lo califica muy reservado y respetuoso.

A mediados del siglo XV en El Realejo desembarcó Rodrigo de Ahumada, hermano de Santa Teresa de Jesús, trayendo consigo una imagen de la Santísima Madre de Dios, regalo de la Doctora. La imagen fue presentada en Chamulpa y todos, españoles e indios, quedaron prendados de la belleza de tal imagen, y llegaban a la Parroquia a admirar a la "Niña Blanca".

El pueblo no tardó en designar a tan hermosa Virgen con el cognomento de Virgen del Viejecito o de El Viejo, porque, sin duda el dueño de la Purísima ya era un anciano agobiado por los años.

Y de la "Virgen del Viejo", pasó el nombre al poblado que sucesivamente se llamó "Pueblo del Viejo".

En 1868 El Viejo pasa de calidad de Villa a ser elevado al rango de ciudad, en honor a Don Rodrigo de Ahumada, por decreto del gobierno bajo la administración del Presidente Fernando Guzmán.

Lo más notable que hubo en aquellos tiempos fue la referida imagen "Del Viejo". Su fama de milagrosa se extendió por el mundo. Tanto así que exploradores, caminantes, navegantes, le tenían gran devoción. Desde México y muchos países de la América del Sur venían a rendirle homenaje y adoración. Le venían regalos como campanas, custodias, cálices y toda clase de ornamentos de muchas tierras lejanas.

6.2.3 Tradición y Cultura

La ciudad de El Viejo tiene en su centro unos cuantos edificios del periodo colonial, de los que destaca la Basílica, que conserva decoraciones y objetos muy antiguos. Entre ellos está una venerada imagen de la Virgen María.

Otros atractivos de la ciudad son sus conocidos dulces: rosquillas, toncua, cajetas y bojillos de leche, que se producen artesanalmente y se venden en varios puestos del casco urbano. También están las fiestas de San Roque.

Fiestas De San Roque

La festividad religiosa de San Roque Indio es una de las más antiguas, se celebra desde 1872, cuando la familia Hernández Galindo trajo la imagen de la ciudad de Guatemala y fue donada a la casta indígena de la Virgen de Hato.

Esta tradición surge porque los indígenas se reunían en la plaza el 15 de agosto, y le rendían homenajes al Cacique Agateyte con bailes, y le obsequiaban los mejores frutos de su cosecha. Colocaban en la plaza una vara encebada con una mazorca de cacao en la punta para que los hombres subieran e intentaran bajarla, y quien lo lograra recibiría su premio.

Virgen de Hato

La Virgen de Hato es la misma Virgen de Concepción, tiene su ermita en una pequeña hacienda con su mismo nombre situada en las tierras que fueron de Santa Rita.

Para diferenciar esta virgen de la Concepción de El Viejo, que está en la iglesia, la gente decía: La virgen de la Concepción que está en Hato Nuevo.

Desde los primeros días de noviembre, se ven invadidos los caminos del hato por gentes devotas de la Santísima Virgen, que suben y bajan empinadas cuestas y atraviesan inmensos llanos, al llegar los peregrinos cantan y rezan en la ermita.

Lavada de la Plata

Es una ceremonia religiosa que se celebra desde hace más de tres siglos, cada 6 de diciembre, con devoción hacia la imagen de la Virgen Inmaculada Concepción de María que también es conocida como la Virgen del Trono o Virgen de El Viejo.

Esta celebración se realiza en el previo Norte de la Basílica, cuyo fin es limpiar con unos paños impregnados de agua con limón y bicarbonato, las piezas de plata que conforman el Tesoro de la Virgen, y frotarlas hasta quedar limpias. El Tesoro de la Virgen se conforma de piezas que han sido entregados por devotos a lo largo de varias generaciones. Al terminar la limpieza el devoto entrega una ofrenda a la mayordoma encargada de la actividad.

Alrededor, centenares de personas oran y cantan a la virgen, agradeciendo o pidiendo milagros.

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

Se dice que esta costumbre surgió entre nuestros antepasados en tiempos de la colonia, cuando el santo Cura solicitaba el auxilio de los indios de la comunidad en las labores de mantenimiento y demás oficios demandados por la antigua iglesia parroquial, los indios recibían a cambio ciertos privilegios de carácter religioso.

En la actualidad, la celebración de la Lavada de la Plata de la Virgen de El Viejo es considerada como la más original, distinguida y tradicional fiesta religiosa de Nicaragua, donde se confunde un profundo fervor católico con una increíble veneración y humildad de un pueblo que todavía lleva en sus entrañas una sencillez admirable.

Es imponente ver el recibimiento que la población ofrece desde las cinco de la mañana, a los miles de visitantes centroamericanos y del interior del país, quienes son saludados por un reventar de pólvora y con símbolos alusivos a la ocasión.

El 8 de Diciembre en El Viejo

El 8 de Diciembre día de la Inmaculada Concepción tiene un programa que comienza a las 5:00 a.m. con las mañanitas a la Virgen con grupos musicales de la ciudad y del departamento llegan a sus plantas a rendirle homenaje.

A las 10:00 a.m. Misa solemne concelebrada por el Obispo Bosco María Vivas y varios sacerdotes que vienen con devotos de otros departamentos.

A las 4:00 p.m. sale una procesión que recorre la ciudad, entrando a las 9:00 p.m. siendo des pedida con mucho alborozo por los Nicaragüenses.

El 13 de Mayo del 2001 la Confederación Episcopal de Nicaragua (CEN) declara que el patronazgo nacional recae sobre la imagen más venerada y antigua del misterio de la Purísima Inmaculada Concepción de María, la cual se venera en el

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

Santuario Nacional ubicado en la Ciudad de El Viejo, Departamento de Chinandega, la que fue traída en tiempo de la colonia como un regalo de Nuestro Señor para este pueblo Mariano.

6.2.4 Organización Territorial del Municipio

El municipio de El Viejo actualmente cuenta con los siguientes territorios:

Sector Urbano: se encuentra dividido en 36 barrios: La Parroquia, El Calvario, Esquipulas, San José, Narciso Zepeda, Teodoro King, Mario Carrillo, Pancasan, Buenos Aires, Fernando Oviedo, Divino Niño, Nidia Espinales, Miguel Jarquin, Entimo Andino, La Bananera, Julia H. Pomares, San Jerónimo, Narciso Salazar, Aurelio Carrasco, Vílchez Y Rodríguez, Pablo Manrique Arteaga, Villa España, 20 De Junio, Arístides Rodríguez, 24 De Junio, La Unidad, Amigos De Holanda, Pedro Joaquín Chamorro, Managuita, Hermanos Real Espinales, La Línea , El Chorizo, El Fortín, Los Robles , San Jerónimo y María E. Gonzales.

Sector Rural: Está dividido en cuatro micro regiones:

Micro Región I

Micro Región II

Micro Región III

Micro Región IV

VII. DISEÑO METODOLOGICO

En este apartado se detalla la metodología utilizada en la elaboración de la investigación. Asimismo se especifica el tipo de estudio, los materiales y la periodicidad de los datos.

7.1 Tipo de investigación

Según su enfoque : El enfoque del estudio es cuantitativo porque se utilizaron los conocimientos científicos, pero además el rigor lógico matemático de las técnicas estadísticas para la construcción de relaciones entre variables que facilitan la toma de decisiones.

Según su alcance: Según Baptista Lucio, *et al.*, (2010, pág. 77), la investigación tiene cuatro alcances: exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. El alcance de la presente investigación es descriptivo

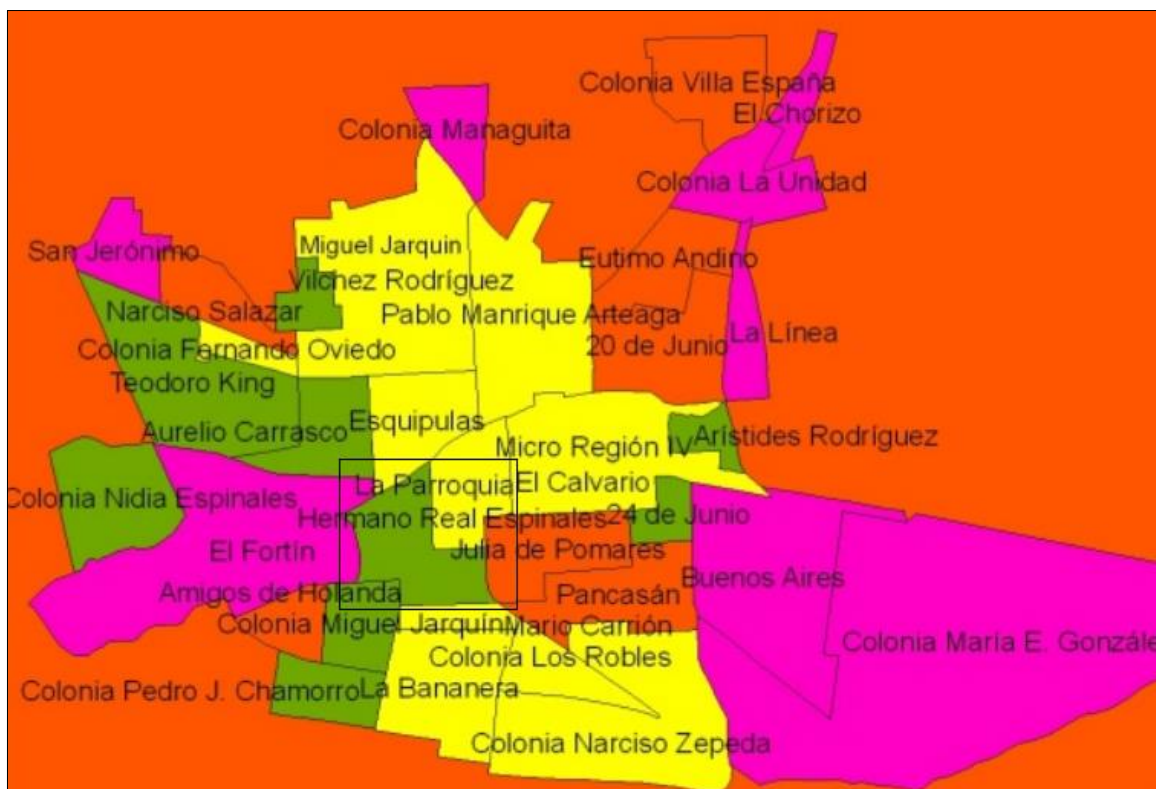
Según el diseño: La investigación es no experimental porque no se realizan manipulaciones deliberadas de las variables, es decir, las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin manipulación (Baptista Lucio, *et al.*, 2010, pág. 150).

Dentro del diseño no experimental, la investigación se caracteriza como un diseño de corte transversal.

7.2 Área de estudio

La confianza del consumidor se evaluó en el barrio Hermanos Real Espinales.

Figura 2. Barrio Hermanos Real Espinales



Fuente: INIDE (2008)

7.3 Universo y población

El universo son todos los habitantes del municipio de El Viejo y la población son todos los que residen en el barrio Hermanos Real Espinales.

7.4. Muestra

Las unidades de análisis son las viviendas y la variable clave es la confianza del consumidor. La encuesta ha sido aplicada exclusivamente a los jefes/as del hogar. Se encontraron 294 viviendas ocupadas según INIDE (2008). A esta cantidad se le proyectó al año 2018 utilizando la tasa de crecimiento demográfico acumulada

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

desde el 2008, que según BCN (2018) ha sido de 14.2% (42). Por tanto se proyectan 336 viviendas ocupadas.

Se utilizó la fórmula muestral de Sampieri (2010) para población finita y conocida.

$$n = \frac{N\hat{p}\hat{q}(Z^{\alpha/2})^2}{\hat{p}\hat{q}(Z^{\alpha/2})^2 + (N - 1)E^2}$$

$$n = \frac{336(0.5)(0.5)(1.96)^2}{(0.5)(0.5)(1.96)^2 + (336 - 1)(0.1)^2}$$

$$\boxed{n = 75}$$

n = tamaño de la muestra

Z² = nivel de confianza

$$Z = \frac{95}{100} = \frac{0.95}{2} = 0.475 \text{ (verificar en tabla de Area de la curva normal)} = 1.96$$

p = variabilidad positiva 0.5 dado que no hay ningún dato anterior

q = variabilidad negativa 0.5 dado que no hay ningún dato anterior

N = tamaño de la población

e² = precisión o error (10%)

7.5 Muestreo

El tipo de muestreo fue estratificado, probabilístico y aleatorio, debido a que todas las viviendas tuvieron la misma probabilidad de ser parte de la muestra planteada. Para que se pudiera cumplir la aleatoriedad de la muestra, se siguió este procedimiento: se utilizó el mapa del barrio (ver Figura 3) y se estableció un punto

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

en el centro, se trazó un radio de tal forma que creó un rectángulo que rodeaba todas las manzanas identificadas. Posteriormente se dividió en tres estratos del mismo tamaño por conveniencia con la premisa que se identifiquen suficientes manzanas para poder ser encuestadas. Se numeró de izquierda a derecha del 1 al 3 y se comenzó a encuestar desde el estrato 1.

Los encuestadores llegaron a la primera manzana y se ubicaron en la esquina noreste, se seleccionó a la primera casa y luego se encuestó en intervalos de 4 viviendas (336/75) en orden a las manecillas del reloj. Si la vivienda estaba desocupada o no quería participar, se tomó la siguiente. Una vez que se terminó la manzana se pasó a la siguiente.

Se tomaron 25 viviendas para cada estrato.

Figura 3. Estratos para muestra



Fuente: INIDE (2008)

7.6 Procesamiento de datos

Una vez levantadas las 75 encuestas, se procedió a digitalarlas en una base de datos de SPSS que permitió capturar, validar y controlar el ingreso de los datos. Una vez ingresados todos los datos, se realizaron consultas en esta misma base de datos para poder procesar y calcular los siguientes indicadores:

- Características sociodemográficas de la población.
- Confianza de los consumidores respecto a sus expectativas de compras y mejoría de sus condiciones de vida.

Se creó un instrumento en base a revisión de propuestas de análisis de confianza de consumidor propuesto por FUNIDES.

7.7 Operacionalización de las variables

Tabla 2. Operacionalización de las variables

Variable	Tipo de variables	Escala	Indicador
Sexo	Cualitativa	Categórica	1. Hombre 2. Mujer
Edad	Cuantitativa	Numérica y se convierte en categórica	1. 0-14 2. 15-30 3. 31-45 4. 46-65 5. 66-75 6. 76 a más
Educación	Cualitativa	Categórica	1. Preescolar 2. Primaria 3. Secundaria

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

			<ol style="list-style-type: none"> 4. Universitario 5. Profesional 6. Analfabeta 7. Alfabetizado 8. No aplicable
Ocupación	Cualitativa	Categórica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desempleado 2. Vendedor ambulante 3. Ama de casa 4. Empleada domestica 5. Trabajador industrial 6. Trabajador agrícola 7. Estudiante 8. Ejercicio profesional 9. Artesano 10. Empresario 11. Comerciante 12. Pensionado 13. Discapacitado 14. Oficina/maestro/trabajador de salud 15. No trabajo 16. No estudia, no trabaja 17. Otros 18. Conductor 19. Valor nulo
Personas que viven en el hogar.	Cuantitativa	Numérica	
¿Cómo considera usted que será la condición económica del país dentro de 12 meses respecto de la actual situación?	Cualitativa	Categórica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mucho mejor 2. Mejor 3. Igual 4. Peor 5. Mucho peor 6. No sabe
¿Actualmente usted tiene posibilidades de ahorrar alguna parte de sus ingresos?	Cualitativa	categórica	<ol style="list-style-type: none"> 1. si 2. No 3. No sabe 4. No tiene Ingresos
¿Cómo describiría usted su situación económica	Cualitativa	categórica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mucho mejor 2. Mejor 3. Igual

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

comparada con la de hace 12 meses?			4.Peor 5.Mucho Peor 6.No sabe
------------------------------------	--	--	-------------------------------------

VIII. RESULTADOS Y ANÁLISIS

8.1. Características sociodemográficas de la población

Tabla 3. Características sociodemográficas de la población de estudio.

Variable	N=75	%
Sexo		
Hombre	37	49.3
Mujer	38	50.7
Estado civil		
Soltero/a	30	40.0
Unión de hecho estable	21	28.0
Casado/a	16	21.3
Divorciado/a	6	8.0
Viudo/a	2	2.7
Religión		
Católico/a	40	53.3
Evangélico/a	23	30.7
Testigo de Jehová	10	13.3
Mormón	0	0
Otra	2	2.7

Fuente: Encuesta

En la Tabla 3 se observa casi una igualdad entre los hombres y mujeres dado que la mujer corresponde al 50.7% (38) y los hombres el 49.3% (37). Según BCN (2017), las mujeres representaban el 50.66% del total de la población a nivel nacional (3, 239,359 mujeres) y los hombres el 49.34% (3, 154,465 hombres).

Respecto al estado civil, predomina la categoría Soltero/a con el 40.0% (30) seguido de Unión de hecho estable y casados, con el 28.0% (21) y el 21.3% (16) respectivamente. Si sumamos estas dos últimas categorías, se obtiene que el 49.3% (37) de las personas, es decir, 1 de cada 2, tienen una relación conyugal estable.

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

Respecto a la religión en el barrio Hermanos Real Espinales, la población es mayormente católica con un 53.3% (40) seguido de la categoría Evangélico con el 30.7% (23).

Tabla 4. Educación y Ocupación.

Variable	N=75	%
Educación		
Primaria	16	21.3
Secundaria	16	21.3
Universitario	14	18.7
Profesional	27	36.0
Analfabeta	2	2.7
Ocupación		
Desempleado(a)	2	2.7
Vendedor Ambulante	9	12.0
Ama de casa	4	5.3
Empleada domestica	5	6.7
Trabajador(a) Industrial	3	4.0
Trabajador(a) agrícola	3	4.0
Ejercicio profesional	2	2.7
Artesano	3	4.0
Comerciante	9	12.0
Pensionado	3	4.0
Discapacitado	2	2.7
Oficina/ maestro/ trabajador de salud	17	22.6
No trabaja	2	2.7
Otros	7	9.3
Conductor	4	5.3

Fuente: Encuesta

En la Tabla 4 se plantea el nivel de escolaridad de las personas y su estatus ocupacional. Prevalece la categoría de educación Profesional con un 36.0% (27) seguido de la categoría de educación secundaria con el 21.3% (16). Según la Encuesta Continua de Hogares (ECH, IV 2012), el 5% de la población nicaragüense tenía estudios universitarios y el 4% eran profesionales. En lo que concierne a la ocupación, la mayoría de la población se encuentra en la categoría

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

Oficina/Maestro/Trabajador de salud lo que equivale a un 22.6% (17); seguido de la categoría comerciante que ocupan un 12.0% (9), cabe mencionar que el número de desempleados es relativamente bajo con el 2.7% (2).

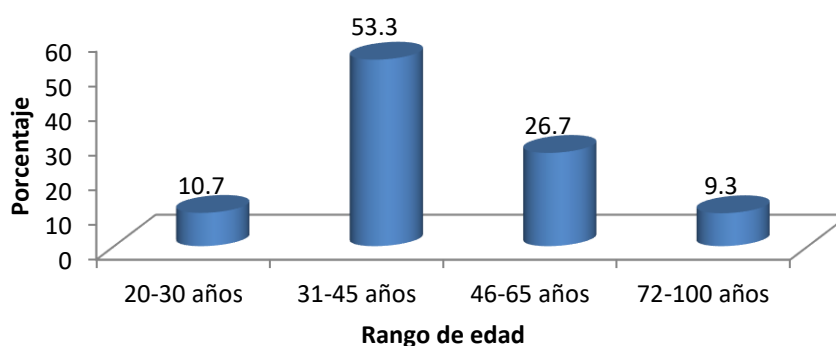
Tabla 5. Estratos de las edades de la población.

Edad*	N=75	%
Edad promedio	40.02 años	
Desviación típica	±15.020 años	
20-30 años	8	10.7
31-45 años	40	53.3
46-65 años	20	26.7
72-100 años	7	9.3

Fuente: Encuesta

La mayoría de los jefes de hogar del barrio Hermanos Real Espinales oscilan entre las edades de 31 y 45 años con un porcentaje de 53.3% (40), seguida del rango de edades 46-65 con un porcentaje de 26.7% (20), lo cual nos indica que es una población que se encuentra compuesta en su mayoría por adultos. Este último dato se relaciona con el hecho que la edad promedio es de 40.02 años, tal como se muestra en la Tabla 5 y Gráfico 1.

Gráfico 1. Histograma poblacional por edades



8.2 Características del mercado laboral

Tabla 6. Características del mercado laboral

VARIABLES LABORALES	N=75	%
Empleados	55	73.3
Desempleados	2	2.7
PEA	57	76.0
PEI	18	24.4
Total	75	100

Fuente: Encuesta

La Población en Edad de Trabajar (PET) es aquella que, por convención, se considera que esta en edad de incorporarse a la actividad económica y obtener un ingreso de su trabajo. Sin embargo, no toda la Población en Edad de Trabajar se incorpora a la actividad económica, en busca de empleo. En esta investigación se obtuvo que el 100% de los jefes de hogar se encuentran en edad de trabajar.

La parte de la Población en Edad de Trabajar que no se incorpora a la actividad económica se denomina Población No Económicamente Activa (PNEA) o conocido como Población Económicamente Inactiva (PEI), y está integrada por personas en edad de trabajar que permanecen estudiando, sin incorporarse a la actividad económica, amas de casa, discapacitados y jubilados.

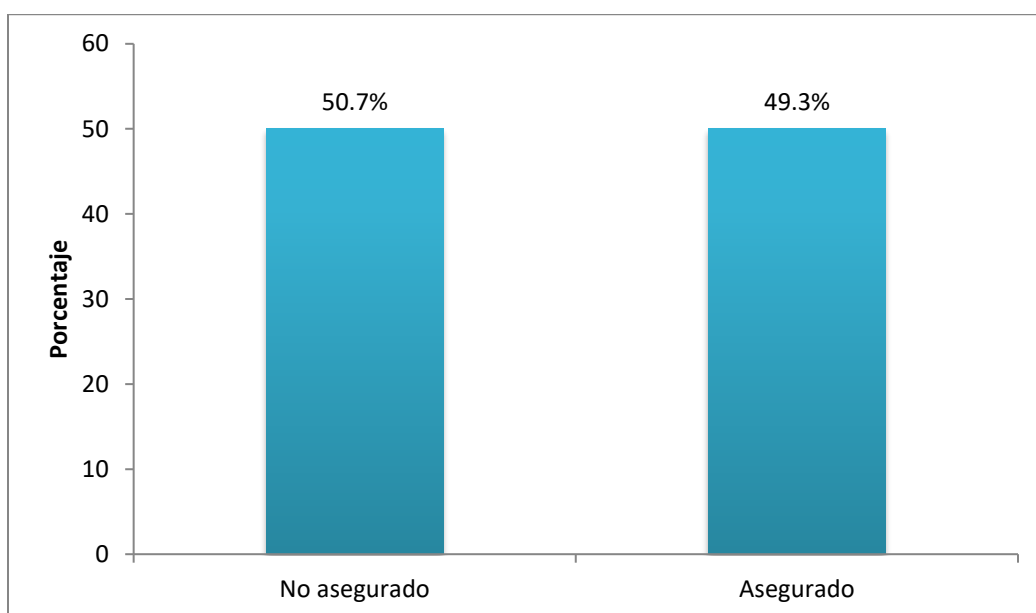
Por otro lado, la fracción de la Población en Edad de Trabajar que se incorpora a la actividad económica, en busca de un trabajo que le proporcione ingresos, se denomina Población Económicamente Activa (PEA). La medida en que la Población en Edad de Trabajar se incorpora a la actividad económica, y se convierte en Población Económicamente Activa, se mide por la Tasa de

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

Participación Laboral, que no es más que el porcentaje de personas en edad de trabajar que se incorpora a la actividad económica.

La Tabla 6 explica que de toda la población estudiada, el 24.4% son parte de la Población Económicamente Inactiva (PEI). El porcentaje de desempleados es del 2.7% y la Tasa de Desempleo que se encontró en el barrio equivale a 3.5% que surgió de la división entre el número de desempleados y la PEA (2/57).

Gráfico 2. Población asegurada



Fuente: Encuesta

A nivel nacional, según BCN (2017), solo 28% de los trabajadores están asegurados. De los 75 jefes de hogar encuestados en el barrio, 37 cuentan con un seguro lo que corresponde al 49.3%.

8.3 Análisis de la Confianza del Consumidor

Tabla 7. Análisis de la confianza del consumidor

N°	Variable	Mucho mejor	Mejor	Igual	Peor	Mucho Peor	No sabe	Total
1	¿Cómo describiría usted su situación económica comparada con la de hace 12 meses?	0 (0.0)	10 (13.3)	30 (40.0)	22 (29.3)	12 (16.7)	1 (1.4)	75 (100)
2	¿Y cómo cree usted que será su situación económica dentro de 12 meses respecto de la actual?	1 (1.4)	10 (13.3)	30 (40.0)	18 (24.0)	11 (14.7)	5 (6.6)	75 (100)
3	Comparada con la situación económica que los miembros de este hogar tenían hace 12 meses ¿Cómo cree que es su situación en este momento?	3 (4.0)	12 (16.0)	25 (33.4)	16 (21.3)	15 (20.0)	4 (5.3)	75 (100)
4	¿Cómo considera usted que será la situación económica de los miembros de este hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual?	3 (4.0)	8 (10.7)	19 (25.3)	26 (34.7)	10 (13.3)	9 (12.0)	75 (100)
5	¿Cómo considera usted la situación económica del país hoy en día comparada con la de hace 12 meses?	0 (0.0)	11 (14.6)	25 (33.4)	25 (33.4)	9 (12.0)	5 (6.6)	75 (100)
6	¿Cómo considera usted que será la condición económica del país dentro de 12 meses respecto de la actual situación?	1 (1.4)	8 (10.7)	19 (25.3)	30 (40.0)	7 (9.3)	10 (13.3)	75 (100)

Fuente: Encuesta

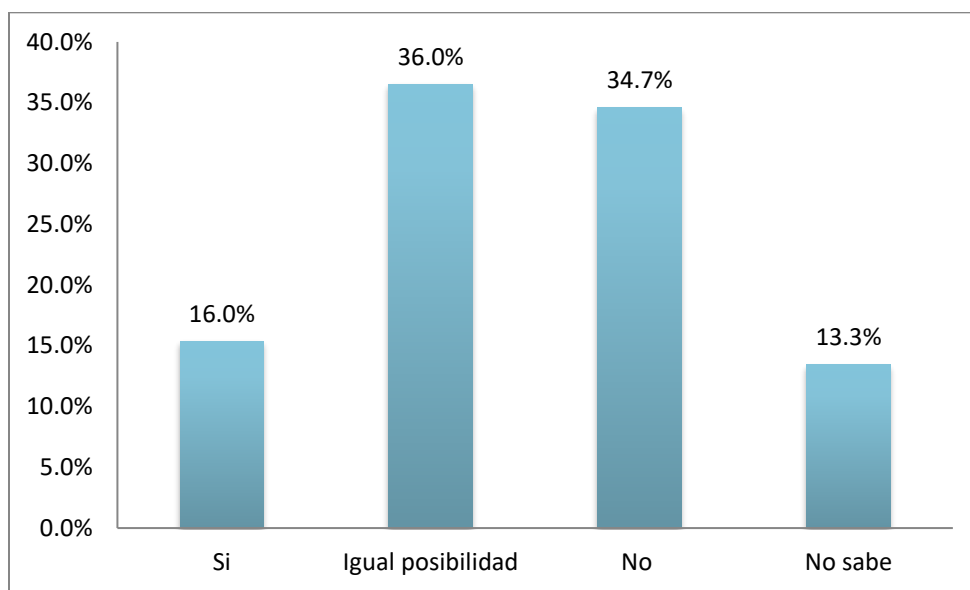
Las expectativas de los consumidores a diciembre del 2018 sobre su situación económica, se concentraron a no cambiar durante el próximo año. Un poco más de la mitad afirmó tener la misma o peor situación económica respecto a diciembre del 2017 y este mismo grupo prevé estar igual o en condiciones peores para 2019. Pese a que la tasa de crecimiento de la economía del país pasó de 4.7% en 2016 a 4.9 en 2017 (BCN, 2017), y que el banco central proyectó para 2018 una tasa de crecimiento de 4.5%, menor que el año anterior pero relativamente aceptable,

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

estos resultados no están siendo percibidos por la mitad de los hogares del barrio Hermanos Real Espinales.

Esta misma tendencia pesimista la expresan los jefes del hogar respecto a los miembros de su familia, en el cual perciben que su situación económica no tendrá cambios positivos. Por último, el 74.6% de los hogares plantean que la situación del país será igual, peor o mucho peor en 2019.

Gráfico 3. Mayor posibilidad de comprar ropa, zapatos, alimentos, etc. respecto al año anterior



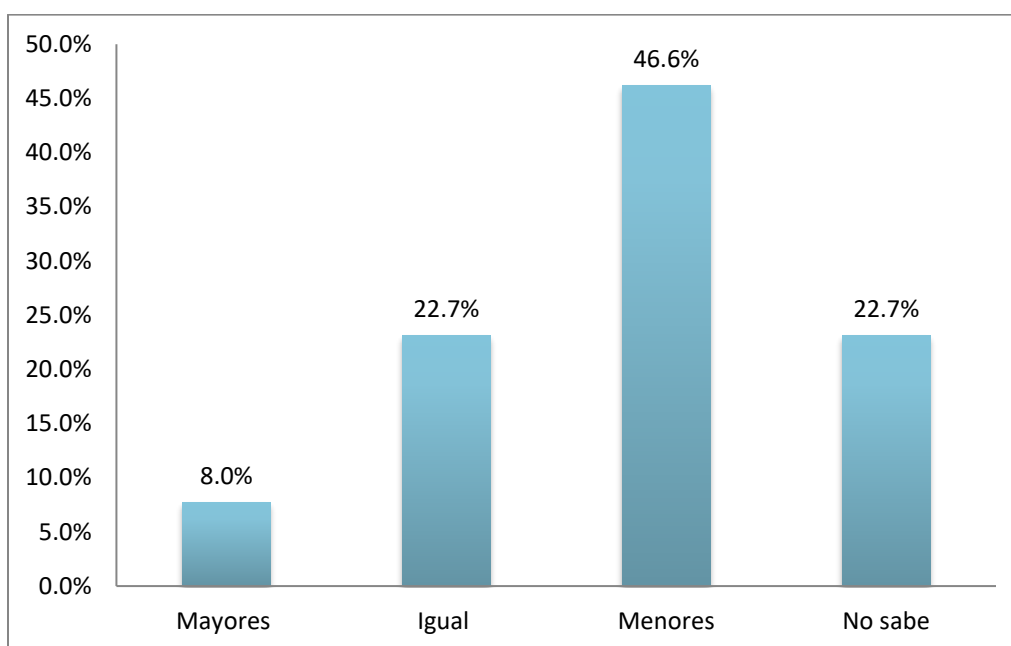
Fuente: Encuesta

El gráfico 3, refleja si las posibilidades que tienen las personas de comprar ropa, zapatos, alimentos, etc. son mayores que las de hace un año, en la cual indica que el 36.0% (27) dice que tiene igual posibilidad seguido de la categoría No tiene mayores posibilidades con 34.7%(26) y con menor índice la opción No sabe con 13.3% (10).

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

En el año 2015 la situación económica del país mejoró respecto al 2014 año caracterizado por elevados niveles de inflación producto de la sequía, sin embargo, según FUNIDES (2015), los consumidores consideraban que su capacidad de compra era menor comparado al año pasado. En septiembre de 2018, los consumidores también percibieron un deterioro de su capacidad de compra por una mayor afectación de los niveles de precio en la economía de sus hogares (FUNIDES, 2018). Este último resultado coincide con los encontrados en esta investigación.

Gráfico 4. Posibilidades de compra (muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos) de los consumidores con respecto al año pasado



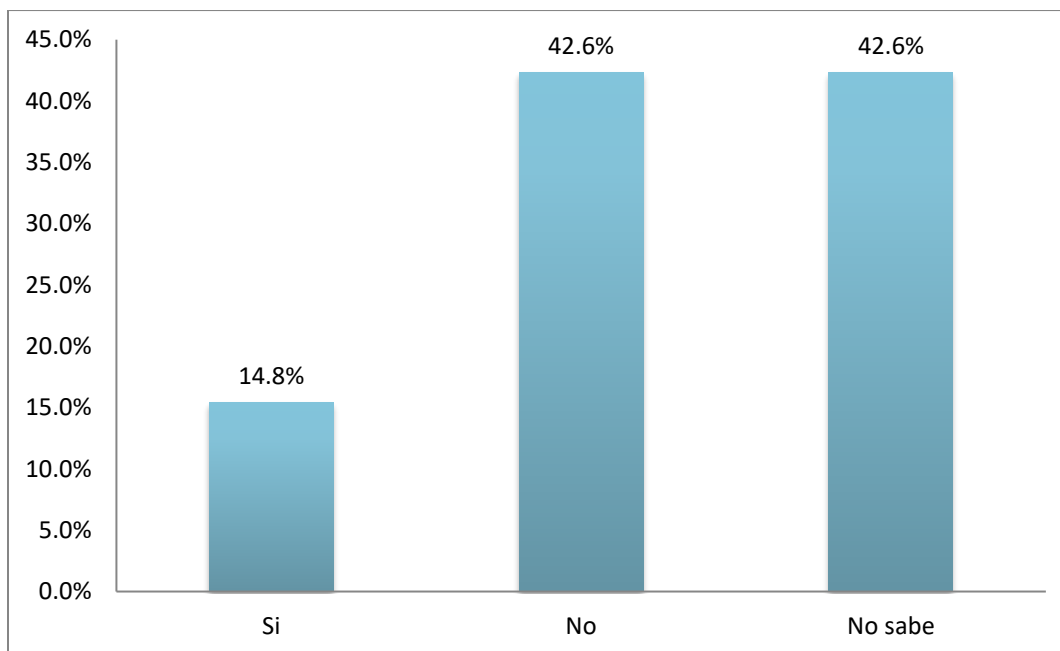
Fuente: Encuesta

El 46.6% (35) de los consumidores indican que en el momento actual las posibilidades de comprar muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etc. son menores que hace un año, el 22.6% (17) expresa que las posibilidades son iguales que las de hace un año y apenas el 8.0% (6) aducen

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

serán mayores sus posibilidades. Estos resultados se complementan con el hecho que los consumidores tienen expectativas negativas sobre su situación económica para el próximo año.

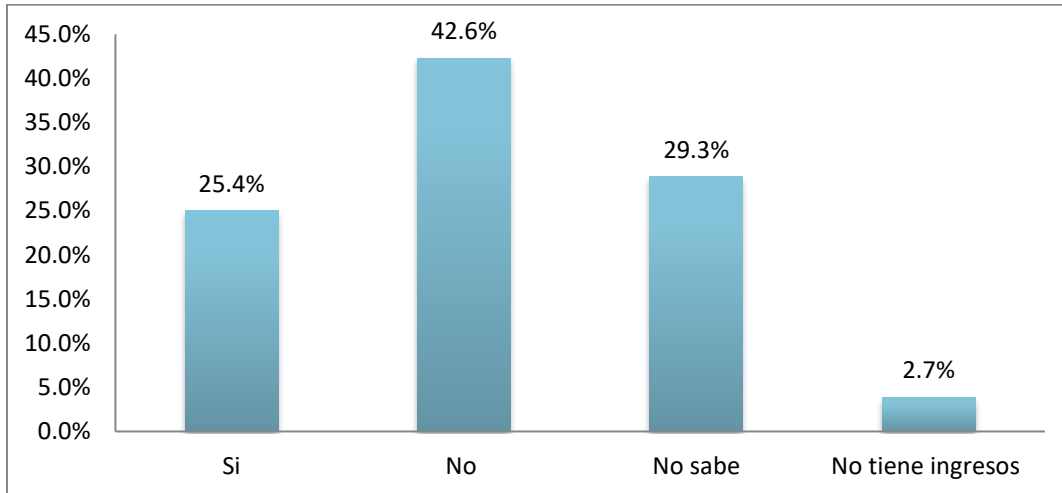
Gráfico 5. Posibilidades de los consumidores de salir de vacaciones en los próximos 12 meses



Fuente: Encuesta

El 42.6% (32) de las familias expresa que ningún integrante de la familia tendrá las posibilidades económicas de salir de vacaciones el próximo año y otro 42.6% No sabe si tendrá posibilidades de salir de vacaciones. Las expectativas hacia el consumo del rubro turismo no son alentadoras, pese que el sector es uno con los mayores repuntes en sus tasas de crecimiento y con el aumento de la oferta turística a nivel nacional. La variable que influencia este resultado son las expectativas de ingresos aunadas al comportamiento del mercado laboral y la posibilidad de tener empleos de los consumidores.

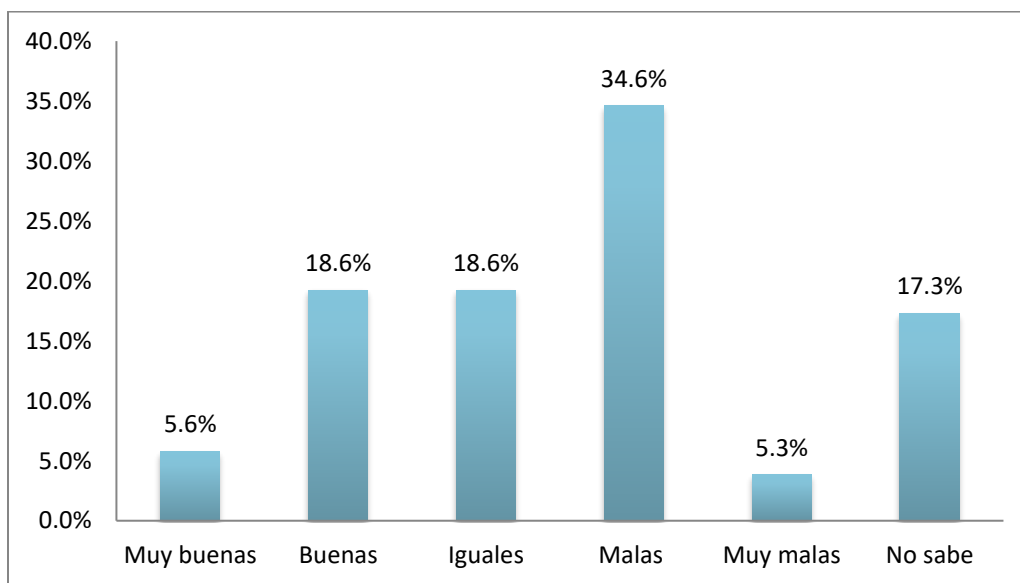
Gráfico 6. Posibilidad de ahorro en la actualidad



Fuente: Encuesta

En el grafico 6 se expone que el 42.6% (32) de las familias no puede ahorrar parte de sus ingresos, el 29.3%(22) no sabe ni puede ahorrar y el 25.4% (19) dice que Si puede ahorrar.

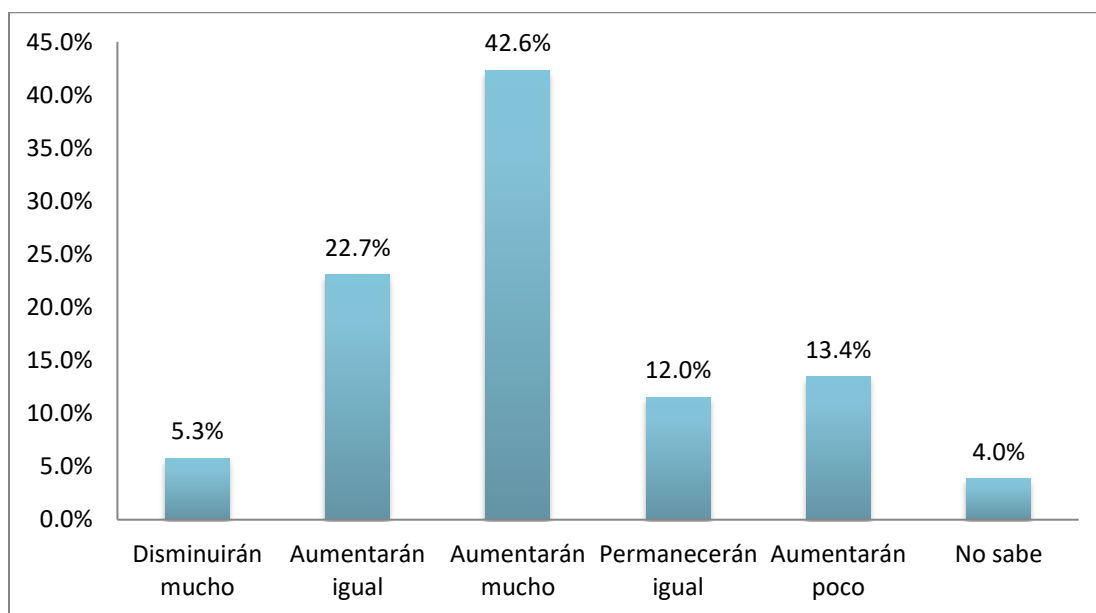
Gráfico 7. Condiciones económicas para ahorrar dentro de 12 meses comparadas con las actuales



Fuente: Encuesta

Las condiciones económicas que las personas prevén para ahorrar dentro de 12 meses en comparación con las actuales, indican en un 34.6% (26) serán malas, 18.6% (14) iguales y 18.6% (14) buenas.

Gráfico 8. Comparando con los 12 meses anteriores, ¿cómo cree usted que se comporten los precios en el país en los siguientes 12 meses?



Fuente: Encuesta

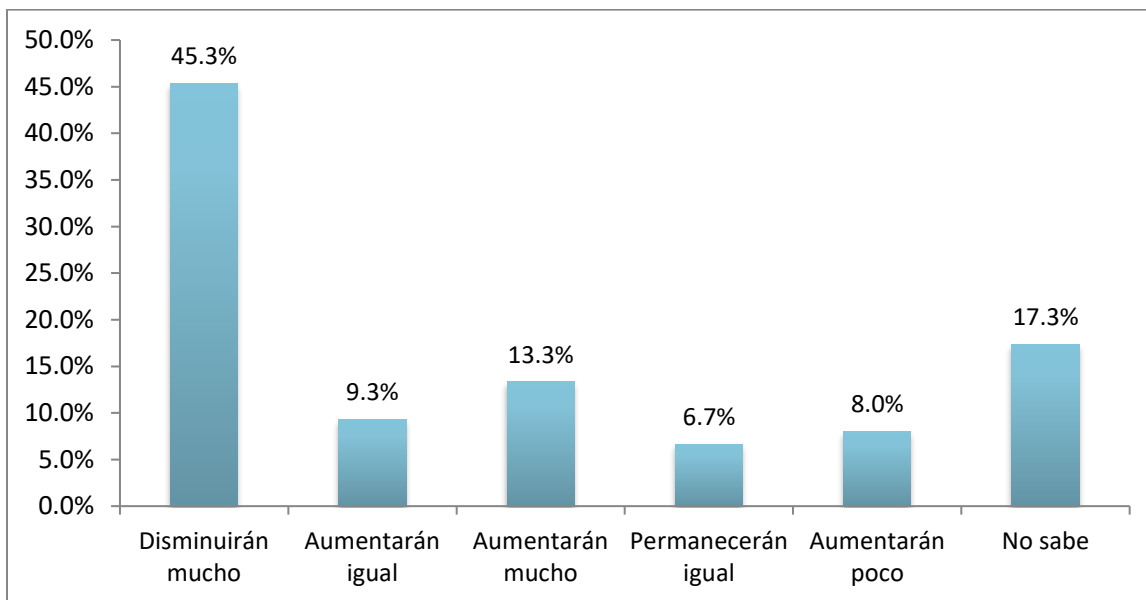
El gráfico 8 expone lo que piensan los consumidores sobre los posibles comportamientos de los precios en el mes para los siguientes 12 meses de los cuales el 42.6% (32) de las personas consideran que estos aumentarán mucho, el 22.7% (17) cree que los precios estarán iguales, el 13.4% (10) cree que aumentarán poco y el 12.0% (9) cree que permanecerán igual.

En el tercer informe de coyuntura de FUNIDES (2017) mostraba que la mayoría de los encuestados (55.0%) esperaba que la inflación de 2017 fuera mayor a la registrada en 2016. De hecho, según BCN (2017), la tasa de inflación del país

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

creció de 3.1% en 2016 a 5.7% en 2017. Este comportamiento pudo haber incidido en las proyecciones crecientes de los precios para 2019 por parte de los encuestados.

Gráfico 9. Expectativa de la condición de empleo en los próximos 12 meses



Fuente: Encuesta

El 45.4% (34) de las personas que habitan este barrio considera que la situación del empleo en los próximos 12 meses disminuirá mucho, el 17.3% (13) No sabe, el 13.3% (10) cree que aumentará mucho, el 9.3% (7) cree que aumentará igual. Este resultado contrasta con las expectativas negativas de la situación económica de los hogares y del país, y refleja el poco optimismo de la población posiblemente sustentado por la recesión económica con que se ha desempeñado el país en el último trimestre del 2018.

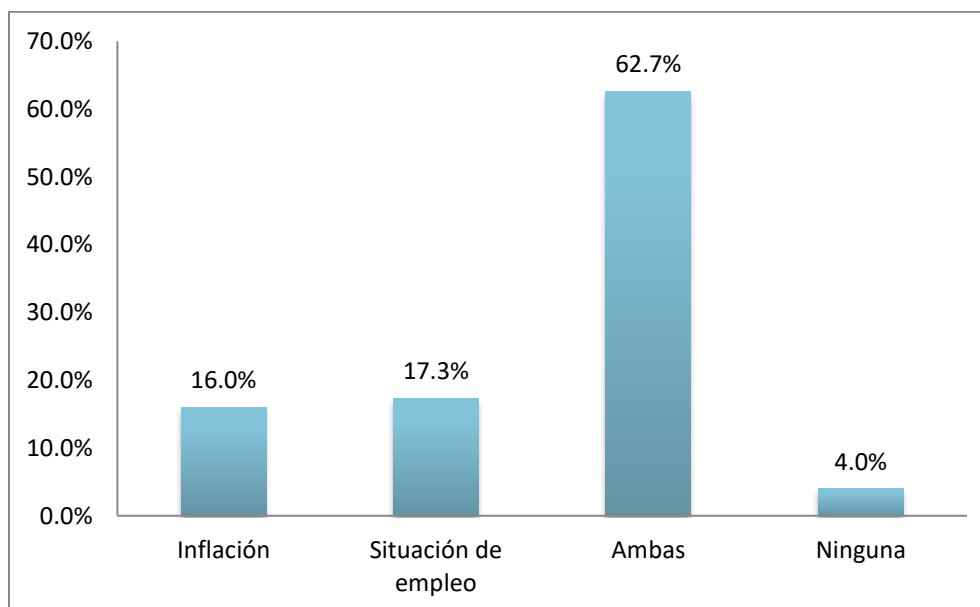
Tabla 8. Confianza del consumidor para los próximos 2 años

Variable	Si	Probable mente	No	No sabe
¿Algún miembro de este hogar o usted están planeando comprar un automóvil nuevo o usado en los próximos 2 años?	6 (8.0)	5 (6.7)	59 (78.6)	5 (6.7)
¿Algún miembro de este hogar o usted están planeando, comprar, construir o remodelar una casa en los próximos 2 años?	10 (13.3)	8 (10.7)	49 (65.3)	8 (10.7)

Fuente: Encuesta

En la Tabla 8 se observa que más del 75% de la población no planean comprar automóviles ni invertir en inmuebles. Los consumidores priorizan gastos básicos por encima de este tipo de bienes.

Gráfico 10. Aspecto de mayor preocupación en la actualidad para el hogar



Fuente: Encuesta

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

En el gráfico 10 se muestra los aspectos de mayor preocupación en la actualidad en la que destaca que el 62.7% (47) de las personas considera que tanto la situación de empleo como la inflación en la mayor preocupación en el hogar. Para 2017, el aspecto que más afectaba a los hogares era el precio de los alimentos, lo cual refleja el comportamiento que han tenido los precios para ese año.

IX. CONCLUSIONES

Se plantean las siguientes conclusiones:

Aspectos socioeconómicos

- Existe igualdad en la cantidad de hombres y mujeres como a nivel nacional, predominan los solteros (40.0%), la religión católico (53.3%) y la mayor parte de los jefes de hogares (36.0%) son profesionales. Destaca un alto porcentaje de universitarios (18.7%).
- Un quinto de las personas que viven en el barrio Hermanos Real Espinales se dedican a la ocupación Oficina/ maestro/ trabajador de salud y hay un bajo porcentaje de amas de casas. Se encontró un bajo porcentaje de desempleo equivalente al 2.7% y el 76.0% pertenecen a la PEA. Del total de población, apenas el 49.3% están asegurados.
- La mayor concentración de jefes de hogar son adultos entre las edades de 31 a 45 años y le sigue los de 46 a 65 años.

Confianza de los consumidores

- Las expectativas y preocupaciones de los consumidores en diciembre de 2018 se concentran en nivel de precios y en el empleo. El repunte de la inflación en ese año ha dejado huellas en las expectativas y perspectivas de los consumidores.
- Dado que preocupa la situación de empleo, las expectativas son de que disminuya mucho (45.4%) o no saben que pase (17.3%) en 2019.
- La confianza sobre la situación económica de cualquier miembro del hogar dentro de los próximos 12 meses es pesimista. Esto persiste porque la situación económica de los hogares en el momento de la encuesta era igual o peor.

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

- Respecto a la capacidad de comprar tanto de bienes básicos, electrodomésticos, como no básicos (automóviles e inmuebles), muestran posibilidades menores para los próximos 12 meses. Quizás marcada por la tendencia de aumento de los precios de los bienes.
- 42.6% de los consumidores no ven posibilidades de salir de vacaciones para el próximo año y otro 42.6% no sabe por la incertidumbre de su situación económica.
- 42.6% de los consumidores no tienen posibilidades de ahorro en la actualidad y 1 de cada 3 familias no posee expectativas de ahorro para el próximo año.
- Los consumidores temen que los precios aumenten mucho (42.6%) dentro de los próximos 12 meses.
- En general, la confianza del consumidor no es positiva para el 2019.

X. RECOMENDACIONES

Con los resultados de esta investigación se proponen las siguientes recomendaciones:

- Al gobierno de Nicaragua, con sus instancias correspondientes, promover un proyecto de levantamiento de información, en distintos periodos del año, sobre la confianza de los consumidores, que permita valorar y monitorear variables microeconómicas relacionadas a la percepción y perspectivas de las familias sobre la situación económica del país y de sus propios hogares.
- A la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, se puede promover un proyecto de investigación sobre la confianza de consumidor en el Municipio de El Viejo, con seguimiento específicos de algunos barrios, territorios
- A la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, fomentar estudios monográficos relacionados a la confianza del consumidor.

XI. BIBLIOGRAFÍA

- BCN (1999). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 1998/1999.
- BCN. (2010). Índice de Precios al Consumidor Base 2006=100 Nota Metodológica.
- BCN. (2017). Nicaragua en cifras.
- BCN. (22 de febrero de 2014). IV Módulo Empleo y salario: Fundamentos teóricos y aplicación para Nicaragua.
- BM. (2015). Panorama General de Nicaragua. Estados Unidos: Banco Mundial.
- EFXTO. (2016). Diccionario forex. Obtenido de <https://efxto.com/diccionario/confianza-del-consumidor>
- FUNIDES. (2008). II Informe de coyuntura. Managua.
- FUNIDES. (2015). Conyuntura Economicas primer Informe.
- FUNIDES. (2017). Coyuntura Económica Nicaragua Tercer Informe 2017.
- HERNÁNDEZ, J. S. (2013). ASPECTOS METODOLÓGICOS SOBRE LA DETERMINACIÓN DE LA DIETA BÁSICA PROMEDIO -DBP Y LA CANASTA BASICA ALIMENTARIA – CBA. CEPAL.
- INIDE. (2005). Metodología de Construcción del Agregado de Consumo, de las Líneas de Pobreza y del Agregado de Ingreso en Nicaragua (En base a la Encuesta de Medición de Nivel de Vida 2001).
- INIFOM, I. N. (2008). Municipio de Leon. Managua Nicaragua.
- Karamelikli, H. (2016). TRT. Obtenido de <http://www.trt.net.tr/espanol/programas/2016/08/31/importancia-de-la-confianza-del-consumidor-para-las-economias-561448>
- Ouliaris, S. (21 de 06 de 2011). imf.org. Obtenido de imf.org: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2011/06/pdf/basics.pdf>
- Ramirez, M. A. (2011). Myslide. Recuperado el febrero de 2016, de <http://myslide.es/documents/tesis-final-55a4d7d27e1da.html>
- Sampieri, D. R. (2010). Metodologia De La Investigación. Chile: McGraw-Hill/ INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

Treminio, J. C. (2013). Canasta basica en Nicaragua: Definición y Metodología. Banco Central de Nicaragua BCN, Managua.

Uriel, E. (02 de 09 de 2013). uv.es. Obtenido de uv.es:
<http://www.uv.es/uriel/1%20Econometria%20y%20datos%20economicos.pdf>

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”



XII. ANEXOS

Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.

(Conforme la Ley de Estadísticas, Decreto 102, Art. 91 los datos suministrados son estrictamente confidenciales y serán usados únicamente para fines estadísticos)

SECCIÓN I DATOS SOCIO DEMOGRÁFICOS.												
PARA INICIAR TE VOY A REALIZAR UNA SERIE DE PREGUNTAS SOBRE DATOS PERSONALES DE LOS RESIDENTES												
	1. N° Encuesta	2. Fecha de la Encuesta				3. Hora de inicio: _____		4. Barrio:				
	5. Dirección				6. Hora finalización: _____		7. ¿Cuántas personas viven en el vivienda? _____					
8.	Nombres y apellidos	Sexo		Edad	Estado civil	Religión	Parentesco	Educación	Ocupación actual	Si es pensionado ¿en qué trabajó?	Si trabaja, ¿Es asegurado?	
		H	M								Si	No
1												
2												
3												
4												
5												
Parentesco 1. Jefe/a 2. Esposa(o)/Compañera(o) 3. Hijo(a)/Hijastro(a) 4. Padres/Suegros 5. Yerno/Nuera 6. Nieto(a)/Bisnieto(a) 7. Hermano(a)/Cuñado(a) 8 Otros pariente del jefe(a) 9. Sin parentesco												
Estado civil: 1. Menor de 12 años 2. Soltero/a 3. Unión de hecho estable 4. Casado/a 5. Divorciado 6. Viudo/a						Religion: 1. Católico/a 2. Evangélico/a 3. Testigo de Jehová 4. Mormón 5. Otra						
EDUCACIÓN 1. 1er Nivel. 2. 2do Nivel 3. 3er Nivel 4. 1er Grado 5. 2do Grado		6. 3er Grado 7. 4to Grado 8. 5to Grado 9. 6to Grado 10. 1er Año		11. 2do Año 12. 3er Año 13. 4to Año 14. 5to Año 15. 1er Año Universitario		16. 2do Año Universitario 17. 3er Año Universitario 18. 4to Año Universitario 19. 5to Año Universitario Educación > 5 años		20. Profesional. 21. No Aplicable* 22. Analfabeto** 23. Alfabetizado.		* Niños menores de 5 años ** Enfermos mentales, ancianos.		
OCUPACIÓN 1. Desempleado 2. Vendedor ambulante 3. Ama de Casa 4. Empleada Doméstica		5. Trabajador(a) Industrial 6. Trabajador(a) Agrícola 7. Estudiante 8. Ejercicio Profesional		9. Artesano 10. Empresario 11. Comerciante 12. Pensionado		13. Discapacitado 14. Oficina / Maestro(a) / Trabajador de Salud 15. No Trabajo 16. No Escuela, No Trabajo		17. Otros 18. Conductor 99. Valor Nulo				

ENCUESTA NACIONAL SOBRE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

1. ¿Cómo describiría usted su situación económica comparada con la de hace 12 meses?

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Mucho mejor | 4. <input type="checkbox"/> Peor |
| 2. <input type="checkbox"/> Mejor | 5. <input type="checkbox"/> Mucho peor |
| 3. <input type="checkbox"/> Igual | 6. <input type="checkbox"/> No sabe |

2. ¿Y cómo cree usted que será su situación económica dentro de 12 meses respecto de la actual?

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Mucho mejor | 4. <input type="checkbox"/> Peor |
| 2. <input type="checkbox"/> Mejor | 5. <input type="checkbox"/> Mucho peor |
| 3. <input type="checkbox"/> Igual | 6. <input type="checkbox"/> No sabe |

3. Comparada con la situación económica que los miembros de este hogar tenían hace 12 meses ¿cómo cree que es su situación en este momento?

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Mucho mejor | 4. <input type="checkbox"/> Peor |
| 2. <input type="checkbox"/> Mejor | 5. <input type="checkbox"/> Mucho peor |
| 3. <input type="checkbox"/> Igual | 6. <input type="checkbox"/> No sabe |

4. ¿Cómo considera usted que será la situación económica de los miembros de este hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual?

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Mucho mejor | 4. <input type="checkbox"/> Peor |
| 2. <input type="checkbox"/> Mejor | 5. <input type="checkbox"/> Mucho peor |
| 3. <input type="checkbox"/> Igual | 6. <input type="checkbox"/> No sabe |

5. ¿Cómo considera usted la situación económica del país hoy en día comparada con la de hace 12 meses?

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Mucho mejor | 4. <input type="checkbox"/> Peor |
| 2. <input type="checkbox"/> Mejor | 5. <input type="checkbox"/> Mucho peor |
| 3. <input type="checkbox"/> Igual | 6. <input type="checkbox"/> No sabe |

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

6. ¿Cómo considera usted que será la condición económica del país dentro de 12 meses respecto de la actual situación?

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Mucho mejor | 4. <input type="checkbox"/> Peor |
| 2. <input type="checkbox"/> Mejor | 5. <input type="checkbox"/> Mucho peor |
| 3. <input type="checkbox"/> Igual | 6. <input type="checkbox"/> No sabe |

7. ¿En este momento tiene usted mayores posibilidades de comprar ropa, zapatos, alimentos, etc. que hace un año?

- | | |
|---|-------------------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> Si | 3. <input type="checkbox"/> No |
| 2. <input type="checkbox"/> Igual posibilidad | 4. <input type="checkbox"/> No sabe |

8. Comparando la situación económica actual con la de hace un año, ¿cómo considera en el momento actual las posibilidades de que usted o alguno de los integrantes de este hogar realice compras tales como muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etc.?

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> Mayores | 3. <input type="checkbox"/> Menores |
| 2. <input type="checkbox"/> Igual | 4. <input type="checkbox"/> No sabe |

9. ¿Considera usted que durante los próximos 12 meses usted o alguno de los integrantes de este hogar tendrán posibilidades económicas para salir de vacaciones?

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> Si | 3. <input type="checkbox"/> No sabe |
| 2. <input type="checkbox"/> No | |

10. Actualmente usted tiene posibilidades de ahorrar alguna parte de sus ingresos?

- | | |
|--------------------------------|---|
| 1. <input type="checkbox"/> Si | 3. <input type="checkbox"/> No sabe |
| 2. <input type="checkbox"/> No | 4. <input type="checkbox"/> No tiene ingresos |

11. ¿Cómo considera usted que serán sus condiciones económicas para ahorrar dentro de 12 meses comparadas con las actuales?

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> Muy buena | 4. <input type="checkbox"/> Malas |
| 2. <input type="checkbox"/> Buenas | 5. <input type="checkbox"/> Muy malas |
| 3. <input type="checkbox"/> Iguales | 6. <input type="checkbox"/> No sabe |

12. Comparando con los 12 meses anteriores, ¿cómo cree usted que se comporten los precios en el país en los siguientes 12 meses?

“Estudio sobre la confianza de los consumidores en el barrio Hermanos Real Espinales del municipio de El Viejo en el periodo Diciembre 2018 a Abril 2019.”

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Disminuirán mucho | 5. <input type="checkbox"/> Aumentarán igual |
| 2. <input type="checkbox"/> Disminuirán poco | 6. <input type="checkbox"/> Aumentarán mucho |
| 3. <input type="checkbox"/> Permanecerán igual | 7. <input type="checkbox"/> No sabe |
| 4. <input type="checkbox"/> Aumentaran poco | |

13. ¿Cree usted que el empleo en el país en los próximos 12 meses?

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> Aumentaran mucho | 4. <input type="checkbox"/> Disminuirá poco |
| 2. <input type="checkbox"/> Aumentaran poco | 5. <input type="checkbox"/> Disminuirá mucho |
| 3. <input type="checkbox"/> Permanecerán igual | 6. <input type="checkbox"/> No sabe |

14. ¿Algún miembro de este hogar o usted están planeando comprar un automóvil nuevo o usado en los próximos 2 años?

- | | |
|---|-------------------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> Si | 4. <input type="checkbox"/> No |
| 2. <input type="checkbox"/> probablemente | 5. <input type="checkbox"/> No sabe |

15. ¿Algún miembro de este hogar o usted están planeando comprar, construir o remodelar una casa en los próximos 2 años?

- | | |
|---|-------------------------------------|
| 1. <input type="checkbox"/> Si | 4. <input type="checkbox"/> No |
| 2. <input type="checkbox"/> probablemente | 5. <input type="checkbox"/> No sabe |

16. Aspecto de mayor preocupación en la actualidad para el hogar

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|------------|--------------------------|
| 1. Inflación | <input type="checkbox"/> | 3. Ambas | <input type="checkbox"/> |
| 2. Situación de empleo | <input type="checkbox"/> | 4. Ninguna | <input type="checkbox"/> |