

APLICACIÓN DE LAS TIC`S PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA EDUCACIÓN Y CULTURA FINANCIERA EN HONDURAS.

Tania López

Berlín Cáceres

Docentes Departamento de Mercadotecnia
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales
Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC)
Tegucigalpa, Honduras
(Noviembre, 2012)

RESUMEN: En Honduras, el desarrollo de servicios y productos financieros al servicio de la población por parte del sistema financiero, ha tenido amplia difusión en los últimos años. Con esa finalidad se evaluó en el contexto actual la realidad hondureña, si es necesaria la aplicación de tecnologías de información y comunicación (TIC`S) como medio para fortalecer la educación y la cultura financiera de los hondureños.

ABSTRACT: In Honduras the development of financial services and products to serve the people by the financial system, has been widely disseminated in recent years. With this purpose, it was evaluated in the current context of the Honduran reality, if it is necessary to apply information and communication technologies (TIC`s) as a mean to strengthen education and financial literacy to Hondurans.

Palabras clave: TIC`S, educación financiera, cultura financiera, productos y servicios financieros.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo al BID (2011) y al BCH (2011), se ha visto que el sistema financiero hondureño, ha sido uno de los pocos sectores que ha crecido pese a la recesión global. Por otra parte, otro de los sectores que mayor crecimiento ha tenido es el de las telecomunicaciones y uso de tecnologías de información. Una gran cantidad de la población hace uso de la telefonía celular y la inserción del internet y la participación de los ciudadanos en las redes sociales es creciente (Foro Centroamericano de Competencia, 2009).

Para analizar este problema, se planteó como objetivo general, evaluar si es necesaria la aplicación de las TIC`S como medio para fortalecer la educación y la cultura financiera de los hondureños, definiendo como objetivos específicos. 1) Analizar la percepción de necesidad de conocimiento sobre educación y cultura financiera que puede tener la población mediante la realización de una investigación y un sondeo exploratorio en la ciudad de Tegucigalpa. 2) Identificar cuales tecnologías de información y comunicación tienen preferencia de uso por los hondureños. 3) Evaluar la penetración de las tecnologías de información y comunicación en Honduras que a la vez son preferidas por la población hondureña aprovechables para el fortalecimiento de la educación y la cultura financiera.

Teniendo la tasa moratoria más alta a nivel de Centroamérica (BID 2011), con una tasa promedio de escolaridad de 6.5 años, en contraposición con la complejidad de los productos financieros disponibles, la educación financiera se torna todo un reto para lograr llegar a la totalidad de los hondureños que ya cuentan con productos

financieros y aún más a la importante cantidad de jóvenes que en pocos años se estarán integrando a la vida productiva (IDH, 2011). Por otra parte, está el 60% de hondureños que viven en y bajo la línea de la pobreza y que la vez están excluidos en este momento de participar en el sector financiero formal.

En cuanto a la realización de una investigación y un sondeo exploratorio en la ciudad de Tegucigalpa como proyección de la percepción de los hondureños, según Kotler y Armstrong, (pág. 74), se justifica, dado que cada vez son más frecuentes los desplazamientos poblacionales de las zonas rurales a las áreas metropolitanas y en América Latina, las regiones urbanas, principalmente las capitales, son el principal de centro de actividades económicas, sociales y políticas del país. Hoy que Honduras cuenta con una población promedio joven (21 años), es importante aprovechar las condiciones que permitan innovar y utilizar los recursos a los que la población pueda acceder para aprovechar metodologías no tradicionales de aprendizaje, soportados en las TIC's, para ser educada en temas de relevancia para su vida, en pro del mejoramiento de su calidad de vida.

Las fuentes consultadas para ésta investigación en su marco teórico, incluyeron trabajos de Fonseca (2007), Behrent (2010), Blanco, (2008), Kotler & Armstrong (2012), Manuel Castells (2001), Diaz y Pinzón (2011), Montoya (2005), Higuera y Serrano, (2009), la OCDE (2005), la Comisión de las Comunidades Europeas (2007), Palomar (2004), Ignazio Visco (2010), la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUCEF), en México (2012), Keneth Coates (2009) entre otros.

METODOLOGÍA

Para la presente investigación se aplicó el método de un enfoque objetivista a través del análisis documental y la aplicación de investigación de campo. Según Muñoz, (2011, pág. 219), con la aplicación de este método se observó el comportamiento real y tangible para analizarlo y llegar a conclusiones objetivas; la finalidad es conocer las características reales del fenómeno observado. Con el enfoque objetivista se recurre a fuentes primarias o directas. Dado que la experiencia de los usuarios financieros en contacto con los productos y servicios financieros es una auténtica realidad, así como el uso de tecnologías de información en la vida cotidiana, se decidió aplicar este método para estudiar el fenómeno que nos ocupa.

La investigación de campo se sustentó en un sondeo en la ciudad de Tegucigalpa, con un alcance descriptivo-transversal simple a través de la aplicación de encuestas. El trabajo de campo se contó con el apoyo de los estudiantes de las clases de Investigación de Mercados I y Mercadotecnia Bancaria. El tamaño de la muestra fue de 319 personas se aplicó un sondeo a 130 personas, denominados Investigación I y II, respectivamente.

De acuerdo con Malhotra (2008), la técnica de muestreo utilizada para ambos estudios fue probabilística, con la obtención de información primaria proveniente de las opiniones de usuarios que describiría los resultados del grupo estudiado. No se utilizó ningún marco de muestreo, los elementos fueron seleccionados por juicio pues no se cuentan con bases de datos para la selección de los elementos, sin embargo, los elementos seleccionados para participar en el estudio contaron con las características definidas de la población meta. El análisis de los datos fue tanto

univariado como bivariado, utilizando el software estadístico SPSS versión 18.0 para la Investigación I y versión 15.0 para la Investigación II.

PROCEDIMIENTO:

Con respecto al procedimiento de la metodología de la “Investigación de Campo I”, La población meta fueron hombres y mujeres mayores de 21 años que residen en la ciudad de Tegucigalpa y que hacen uso de los productos del Sistema Financiero de Honduras. Las unidades de muestreo fueron hogares, empresas, centros comerciales, universidades privadas y públicas de Tegucigalpa. En cuanto al tamaño de la muestra, se utilizó un intervalo de confianza del 95% y un error de más o menos 5.5%, con una probabilidad de éxito del cincuenta por ciento al igual que la probabilidad de fracaso del cincuenta por ciento; se obtuvo una muestra de (319) trescientas diecinueve personas.

En cuanto a la “Investigación de Campo II”, se aplicó un cuestionario a una población meta de personas con edades de 18 años y superior, que cuenten con algún producto financiero y tengan acceso a internet. Las unidades de muestreo fueron hogares, empresas y centros comerciales. De acuerdo al INE, en Honduras un 14.2% de los hogares tienen computadora en su hogar, y un 11.8 tiene acceso a Internet. Socialbakers (2012), registra que en Honduras la penetración en FB es de un 12% en relación con la población. De esa población, el 64% se ubica en edades entre los 18 a 34 años. Dada esa situación, cada estudiante aplicó 7 encuestas a personas con edades entre los 18 a 40 años y las tres restantes las aplicaron a personas mayores a los 40 años.

RESULTADOS Y ANÁLISIS

Para la obtención de los datos primarios se aplicaron encuestas de percepción en la ciudad de Tegucigalpa, la cual por ser la primera ciudad del país, presenta una oportunidad para conocer el sentir y pensar de la gente que vive en ella, como una primera experiencia en el tema de evaluar el fenómeno objeto de este estudio. En algunos casos, los datos obtenidos son validados con la recopilación de información secundaria que comprueba o refutan los resultados obtenidos en la investigación. Dichos datos son para la aplicación del método general con enfoque objetivista.

PERCEPCIÓN SOBRE EDUCACIÓN Y CULTURA FINANCIERA

A continuación se describen los principales hallazgos de la investigación, los cuales se presentan de forma más amplia en el documento original del estudio. Los hallazgos son los siguientes:

La percepción de necesidad de conocimiento sobre educación y cultura financiera que puede tener la población hondureña, mediante la realización de una investigación y un sondeo exploratorio en la ciudad de Tegucigalpa como mayor centro urbano del país. Relacionado con la importancia para el usuario de tener conocimiento sobre educación financiera, demostró que para los entrevistados de la investigación II, el tener conocimientos en educación financiera es muy importante para un 84% del grupo entrevistado, para un 13% es importante y sólo para una minoría fue indiferente o nada importante.

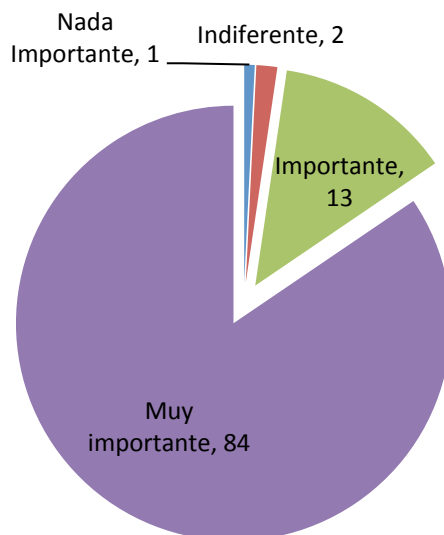


Figura1. Importancia de tener conocimientos en educación financiera

De acuerdo a la opinión de los encuestados el 59% considera que sí tiene conocimiento acerca de sus deberes y derechos como usuarios del sistema, siendo este un aspecto importante a considerar para implementar una estrategia de penetración para incrementar el nivel de conocimiento de los hondureños en materia de educación financiera.

De acuerdo a los encuestados, el Banco Central de Honduras es la institución que supervisa, vigila y controla las instituciones financieras con un 37% de las opiniones, seguido por la AHIBA con un 27%, la Secretaría de Finanzas con un 14%, un 7% indicó al Congreso Nacional y un 15% indicó el nombre de la institución correcta que es el CNBS. En su mayoría los usuarios desconocen lo que indica la ley al respecto, donde “El principal cometido de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS) es la protección de los intereses de los ahorrantes, asegurados, inversionistas y demás beneficiarios, así como la detección y orientación oportuna, sobre el mejor manejo de los riesgos en que puedan incurrir las instituciones supervisadas, de manera que les permita, cumplir con su función económica generando crecimiento en favor de nuestro país” (Ejecutivo, 2012).

En la investigación II, se consultó a los usuarios si les gustaría tener mayor nivel de conocimiento en educación financiera. El 97% del grupo respondió que sí, en una afirmación casi unánime y solo un 3% respondió que no estaba interesado.

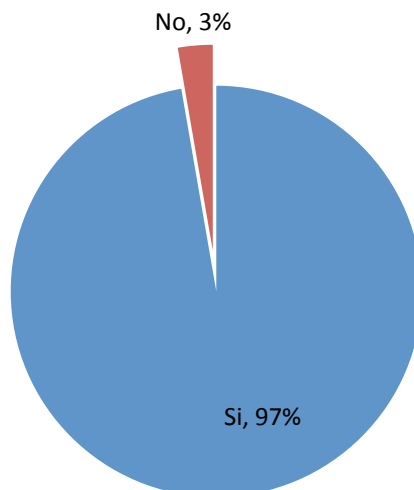


Figura 3. Mayor nivel de conocimiento sobre educación financiera

Las razones por las que el usuario financiero está interesado en obtener mayor conocimiento en educación financiera, principalmente es porque desea tomar mejores decisiones (67%), un 19% desea saber más del tema (19%), el 7% desea aprender más para protegerse de los abusos de que pueda ser objeto y un 6% dijo desear aprender a manejar mejor su crédito. Los resultados de la investigación II, arrojó que el medio de preferencia para informarse sobre educación financiera por el usuario es el correo electrónico, seguido de las redes sociales y el periódico, por el orden, siguen los folletos, la televisión nacional, el teléfono móvil, el cable, la radio y el correo postal. En una revisión de los datos, se realizó un ejercicio cuantificando los mismos sin incluir el acceso al correo electrónico y a las redes sociales, infiriendo su preferencia en caso de no poseer acceso al Internet, resultando que el medio preferido de información fue el periódico, seguido del teléfono móvil, por el orden la televisión nacional, los volantes, la televisión por cable, la radio, el correo postal y finalmente el teléfono fijo.

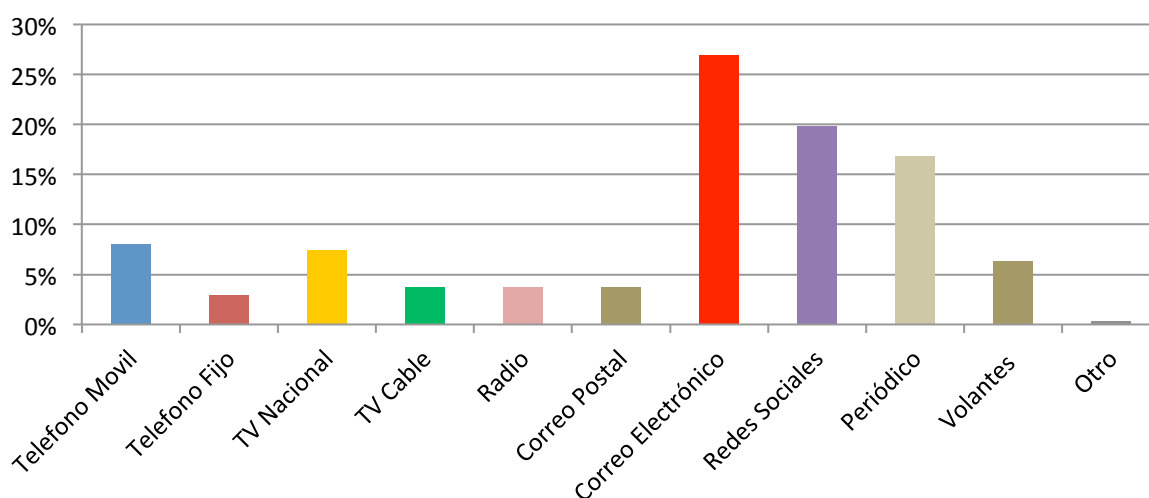


Figura 3. Preferencia de medio de comunicación.

Evaluó la penetración de las tecnologías de información y comunicación en Honduras que a la vez son preferidas por la población hondureña aprovechables para el fortalecimiento de la educación y la cultura financiera. Identificó las tecnologías de información y comunicación aprovechables para el fortalecimiento de la educación y la cultura financiera resultando que para las personas que poseen acceso a Internet, el uso del correo y de las redes sociales suman ampliamente la preferencia de uso con 64%. Sin embargo, solamente un 11% de la población Hondureña cuenta con acceso a internet.

De acuerdo con el Reporte Global de Tecnología, (World Economic Forum & Insead The Business School for the World, 2012), Honduras tiene en su cuarto pilar correspondiente a “accesibilidad”, su mejor índice con un promedio de 5 puntos y la posición 80 en el ranking de 142 países. Honduras se posiciona en el puesto 77 en cuanto al precio de la telefonía celular por minuto, en el 89 por tarifas de banda ancha mensual y tiene la posición número 1 en cuanto a competitividad en Internet y telefonía. Cabe mencionar, que en esa posición la acompañan casi 60 países evaluados con la misma competitividad en el sector.

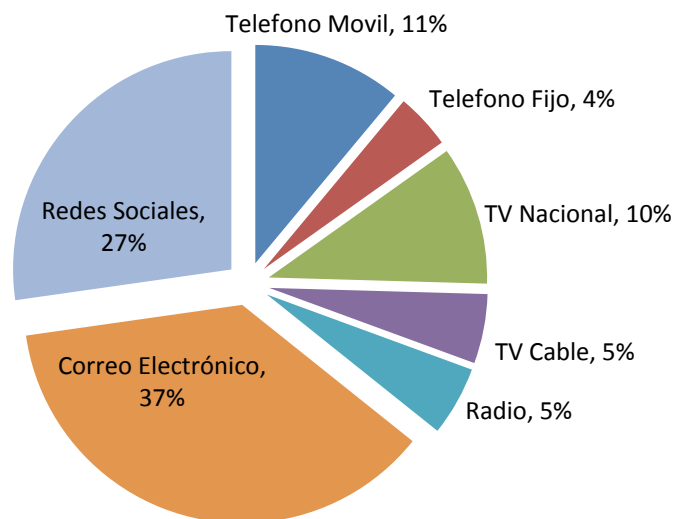


Figura 4. Preferencia de las TIC’s de usuarios con acceso a internet

Siguiendo con la secuencia de análisis de los datos de la investigación II del presente estudio, el siguiente gráfico refleja la preferencia de usuarios sin acceso a Internet, que como anteriormente se mencionó corresponde al 90% de la población hondureña.

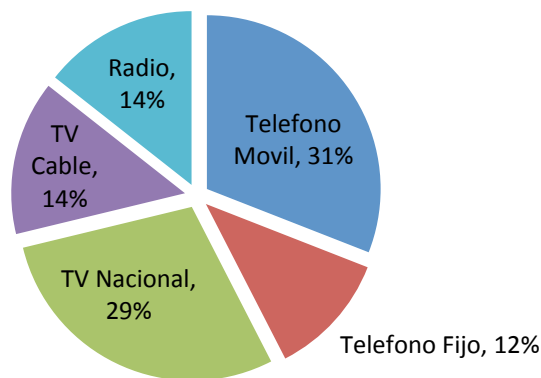


Figura 5. Investigación II: Preferencia de de usuarios sin acceso a Internet.

Como se puede observar, el 31% señala preferir el teléfono móvil, seguido de la televisión nacional (29%), seguidamente el cable (14%), seguidamente la radio y finalmente el teléfono fijo.

Revisando las estadísticas presentadas por el reporte global de tecnología del año 2012, resultan interesantes los datos obtenidos en el sexto pilar correspondiente al uso individual de tecnología, en el cual el aspecto correspondiente a las suscripciones de telefonía celular, posicionan a Honduras en el puesto No. 32, con 125.1 suscripciones por cada 100 habitantes. Esta posición es a la vez el mejor puesto único para toda su serie de promedios después del índice de competitividad en el que la acompañan casi 60 países. Otro aspecto que la posiciona por encima de su propio nivel promedio (99) en éste pilar, es el uso de las redes sociales que ocupa la posición número 70 de 142 países y en el que tiene un valor promedio de 5.2.

Tabla 1. Sexto pilar de preparación tecnológica, Honduras 2012: Uso individual

6to. Pilar Uso individual	Ranking / 142 países	Valor
Suscripciones de teléfonos móviles / 100 Hab.	32	125.1
% de personas que utilizan internet.	112	11.1
Hogares con computadora personal, %	102	12.9
Acceso a internet de los hogares %	99	6
Suscripciones de internet de banda ancha / 100 Hab.	99	1
Suscripciones de banda ancha móvil /100 Hab.	65	4.2
Uso de redes sociales.	70	5.2

Fuente: (WEF, 2012)

Si se compara la figura 5, que presenta la preferencia de las TIC’s de los usuarios sin incluir el Internet, con la tabla 1, se puede notar que el teléfono móvil tiene una presencia relevante, tanto en cuanto al número de suscripciones, como a la preferencia de los usuarios estudiados. Por otro lado, el pilar No. 3 correspondiente a la infraestructura y al contenido digital, en el aspecto referente a la cobertura de la

red móvil, Honduras presenta una cobertura del 89.9%, lo que significa que las redes móviles están llegando a casi todo el país.

Si a los datos anteriores se agrega el que la población de Honduras según el IDH, es bastante joven en promedio (21 años), cuyo pensar con respecto a la tecnología además del efecto útil, es además una proyección de su independencia a la cual consideran amigable y necesaria (revisado en el marco teórico), se podría aprovechar el desarrollo de aplicaciones móviles que tanto con acceso a internet, como sin acceso a él, que permitan llegar a establecer procesos de educación financiera viables ya para el establecimiento de programas, como a la orientación hacia los medios en que estos se desarrollen.

Es importante destacar, que según el WEF, 2012, la debilidad tal vez más representativa del país, la constituyen el desarrollo de patentes de aplicaciones de tecnologías de información y comunicación, en la que éste país obtuvo una calificación de 0, y lo ubicó en la posición 96, lo que sin duda es una limitante para echar mano de profesionales y tecnologías hondureñas para desarrollarlas, sin embargo, es de buscar los productos existentes en el mercado internacional, o la búsqueda de profesionales y/o empresas, que ajustadas a la realidad hondureña, puedan desarrollar oportunidades de formación completa en materia de educación financiera.

Es de hacer notar que si bien el internet solamente está llegando a un 10% de la población, es la misma población joven la que hace mayor uso de él, por lo que se constituye en una importante herramienta de apoyo para la formación en materia financiera. La televisión nacional recogió un interés significativo siempre que sea en la sección de noticias donde se distribuya la información. Casi para finalizar el análisis de la información, a continuación se presenta la conformación de los grupos consultados en cuanto a sus datos demográficos.

En el grupo consultado para la Investigación I se consideraron personas de 21 años en adelante y se entrevistó un 54% hombres y un 46% mujeres, debido a que la mayor concentración de la PEA está conformada por hombres. Asimismo la edad fue un factor importante, ya que la mayoría de la población en Honduras es joven, por lo que es de vital importancia considerar el nivel de conocimiento que tiene este segmento en cuanto al tema financiero porque tienen incidencia en su entorno, ya sea familiar o laboral. La ocupación de la mayoría de los encuestados son “profesionales” y el nivel educativo fue educación superior.

En cuanto al perfil del grupo consultado denominado Investigación II, participaron un 66% de personas del sexo femenino y un 34% del masculino. Las edades del grupo participante la conformaron un 59% de personas entre los 18 a 28 años, tal como se requirió en el planteamiento original. El 22% corresponde a personas entre 29 a 34 años de edad. Un 11% lo conformaron personas de 41 a 51 años y un 8% tenía más de 52 años. El nivel de escolaridad del grupo, estuvo integrado un 65% de estudiantes universitarios, lo cual es lógico tomando en cuenta que el 70% del grupo de entrevistados debía estar entre las edades de 18 a 40 años de edad. Un 14% tenía formación post universitaria, un 11% secundaria, un 6% primaria y un 4% no tenía ninguna formación. Es de recordar que el promedio de edad de la población hondureña según el IDH, es de 21 años de edad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Dentro de los hallazgos más relevantes para evaluar al objetivo número uno, se encontró que el 84% de los usuarios financieros consideran muy importante el obtener conocimientos de educación financiera, el 59% considera tener conocimiento acerca de sus deberes y derechos y con respecto al conocimiento del usuario sobre qué institución del Estado supervisa, vigila y controla a las instituciones bancarias públicas y privadas solamente un 15% atribuyó su función a la Comisión de Bancos y Seguros. Para finalizar con los hallazgos del objetivo No. 1, el 97% de los usuarios dijo que desearía tener mayor nivel de conocimientos sobre educación financiera, lo que refleja una auténtica necesidad de los usuarios por obtener dicho conocimiento.

Con respecto a los hallazgos del objetivo No. 2, la investigación arroja que los usuarios con acceso a internet, prefieren informarse por el orden mediante el correo electrónico, las redes sociales, el periódico, el teléfono móvil, los volantes y folletos, la televisión nacional y en menor medida la Televisión por cable, el correo postal, la radio y el teléfono fijo. De no contar con acceso al Internet, el usuario prefiere el periódico (32%), el teléfono móvil (15%), la TV nacional (14%), los volantes y folletos (12%) y en menor grado, la televisión por cable, la radio, el correo postal y el teléfono fijo. Con respecto al objetivo Número 3, que busca evaluar la penetración de las TIC's en Honduras y que a la vez sean las de preferencia por los hondureños, dentro de los usuarios que cuentan con acceso a internet primero el correo electrónico (37%) y las redes sociales (27%), seguidamente el teléfono móvil y la TV nacional, ambas con un 11%, en menor proporción el cable y la radio con un (5%) respectivamente, y por último la telefonía fija con un 4%. Si se evalúa la preferencia de los usuarios sin contar con el acceso al Internet, la telefonía móvil lidera esta medida con un 31%, seguido de la televisión nacional con un 29%, y la radio y el cable con un 14% respectivamente.

El sexto pilar correspondiente al uso individual de tecnología del Reporte Global de Tecnología del año 2012, en el cual el aspecto correspondiente a las suscripciones de telefonía celular, posicionan a Honduras en el puesto No. 32, con 125.1 suscripciones por cada 100 habitantes. Si a los datos anteriores se le incluye la facilidad del grupo poblacional joven para relacionarse con las TICs, y el 89.9% de cobertura a nivel nacional en telefonía móvil, se vislumbra como una auténtica oportunidad el utilizar este medio, como un importante apoyo para la formación de los hondureños en materia de educación financiera. Se recomienda desarrollar las aplicaciones tecnológicas oportunas para aprovecharlas como un método que coadyuven a la obtención de conocimientos por los hondureños con miras a cultivar una cultura financiera en dónde la exclusión financiera no sea un obstáculo en el desarrollo de Honduras.

En vista de que existe un desafío y a la vez un reto para lograr iniciar con el proceso educativo en materia de educación financiera de los hondureños, de acuerdo con los resultados obtenidos en el presente estudio, es necesario involucrar a las tecnologías de información y comunicación, en especial la telefonía celular, como medios para agilizar este proceso y que aprovechando su nivel de cobertura reduzcan la inversión por parte del Gobierno Central, dado que se cuentan con la mayoría de las facilidades para llegar a la casi totalidad de hondureños por ser la tecnología más ampliamente distribuida y utilizada a nivel nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). *Honduras: La estrategia de país, 2011-2014*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=36599175>
- Behrendt, A. (2010). *Educación e Inclusión*. Tesis doctoral, Universidad de Malaga, Departamento de Didáctica y Organización Escolar. Facultad de Ciencias de la Educación, Málaga.
- Blanco, S. J. (2008). *Usos, consumos y atributos que los jóvenes guanajuatenses otorgan a las tecnologías de información y comunicación*. Tesis doctoral, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), México.
- Capital450. (25 de septiembre de 2008). *Capital450*. Obtenido de Cultura Ciudadana: http://www.capital450.hn/doc/cultura_ciudadana.pdf
- Castells, M. (2001). *La era de la información, economía, sociedad y cultura*. México: Siglo XXI.
- Coates, K. (15-16 de Diciembre de 2009). *Educación Financiera: Temas y Desafíos para América Latina*. Obtenido de Conferencia Internacional OCDE-Brasil sobre Educación Financiera.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (17 de Diciembre de 2007). *Comisión de las Comunidades Europeas*. Obtenido de Comunicado 808: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52007DC0808:ES:NOT>
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUCEF). (25 de Septiembre de 2012). *Comunicados. No. 74. 5ta. Semana de la Educación Financiera*. Obtenido de CONDUCEF: <http://www.condusef.gob.mx/index.php/comunicados-recientes/813-5-semana-nacional-de-educacion-financiera>
- Díaz, A., & Pinzón, M. (Junio de 2011). *Perspectivas y retos del sector asegurador. Educación Financiera en Seguros en Colombia, experiencias, lecciones y perspectivas*. Obtenido de <http://www.fasecolda.com/fasecolda/BancoMedios/Documentos%20PDF/educacion%20financiera%20en%20seguros%20en%20colombia.pdf>
- Ejecutivo, P. (2012). http://www.gob.hn/portal/poder_ejecutivo/consejos_y_comisiones/cnbs/. Obtenido de http://www.gob.hn/portal/poder_ejecutivo/consejos_y_comisiones/cnbs/
- Fonseca, P. J. (2007). *Modelo pedagógico para la teleformación permanente de los docentes de las sedes universitarias municipales*. Tesis doctoral, Universidad de Oriente, Centro de Estudios de Educación Superior "Manuel F. Gran", Santiago de Cuba.
- Foro Centroamericano de Competencia. (2009). *III Foro Centroamericano de Competencia*. Obtenido de El Sector Telecomunicaciones en Honduras desde la Perspectiva de Competencia: <http://www.cdpc.hn/ppt/present14.pdf>
- Higuera, T. R., & Serrano, F. G. (Mayo-Junio de 2009). *Finanzas de la Empresa*. Obtenido de La importancia de la educación financiera en las inversiones y el crédito: <http://emprendedoresunam.mx/enviar.php?type=2&id=311>
- Honduras, B. C. (2008). *Banco Central de Honduras*. Obtenido de http://www.bch.hn/reformas_snp.php
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Décimo cuarta ed.). México: Pearson.
- Malhotra K., N. (2008). *Investigación de Mercados*. México: 5ta. Edición.

Montoya, C. P. (2005). *Educacion Financiera*. Tesnina para examen de grado, Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración, Nuevo León.

Palomar, C. M. (2004). *El defensor del cliente financiero: Un mecanismo eficaz en la protección de los derechos de los usuarios*. Tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias Jurídicas, Bogotá.

Socialbaker. (2012). *Estadísticas de facebook en Honduras*. Obtenido de Socialbaker.com: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/honduras>

Visco, I. (Julio-Septiembre de 2010). Discurso: La educación financiera ante las repercusiones de la crisis. *DOECD-Bank of Italy Symposium on "Finacial Literacy: Improving Financial Education Efficiency"*. Roma, Italia: Boletín del CEMLA, .

World Economic Forum & Insead The Business School for the World. (2012). *The Global Information Technology Report 2012, Living in a Hyperconnectec Worldd*. Obtenido de Weforum.org: http://www3.weforum.org/docs/Global_IT_Report_2012.pdf

“LA REVISTA INNOVARE NO SE HACE RESPONSABLE EN NINGÚN CASO DE LOS CONTENIDOS, DATOS, CONCLUSIONES U OPINIONES VERTIDAS EN LOS ARTÍCULOS PUBLICADOS, SIENDO ESTA RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL (DE LOS) AUTOR (AUTORES)”