

Estrategias financieras para la generación de los millennials residente en la GAM enfocada en adquisición de casa propia a partir de la pandemia por COVID-19

Julio César Arias González¹, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (ULACIT)

2021

Resumen

Esta investigación va dirigida a todas las personas del grupo de los millennials quienes residen en la GAM, esto con el objetivo de que identifiquen el panorama de las estrategias financieras aplicables a la compra de casa propia y las áreas de oportunidad para implementarlas de mejor forma en sus vidas cotidianas, esto para hacer frente a la pandemia que se está viviendo en la actualidad y cumplir objetivos a mediano y largo plazo, con el de tener una mejor eficiencia de los recursos de los cuales disponen.

El principal problema del proyecto que busca responder es ¿cuáles son las estrategias financieras pertinentes para la generación millennial residente en la GAM enfocada en adquisición de casa propia a partir de la pandemia?, esto con la finalidad de identificar aplicaciones y áreas de mejora; para obtener estas respuestas se aplicó un estudio descriptivo con enfoque cuantitativo, la técnica utilizada fueron las encuestas mediante un instrumento de cuestionario a 90 personas mediante muestro por conveniencia no aleatorio.

¹Julio César Arias González. Bachiller en Economía Empresarial de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, ULACIT. Optando por la Licenciatura en Finanzas de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, ULACIT. Correo: jariasg694@ulacit.ed.cr

Como principales resultados logró identificarse que la mayoría de personas considera que tener casa propia es muy importante, que lo han pensado de forma frecuente durante las épocas de pandemia y eligiendo una vivienda independiente. Las principales estrategias aplicadas es la cultura del ahorro, pero más de la mitad de las personas están entre un grado neutro o disconformidad con sus ahorros; la mayoría de las personas considera el financiamiento como una alternativa de compra de hogar y estaría dispuesta a tomarlo, además de analizar el mercado bancario incluyendo esto moneda de créditos, tasas de interés y tiempos de financiamiento. Por otro lado, se tiene la preferencia de altos ahorros y lapsos de crédito medios; se observa que es necesaria educación y asesoría financiera para mejorar los hábitos.

Es por esto que se considera importante analizar las conductas de los millennials para que mediante estos hallazgos se les brinde mejores capacitaciones para optimizar el desarrollo de las estrategias financieras.

Palabras clave: estrategias financieras, COVID-19, casa propia, millennials, educación financiera.

Abstract

This research is aimed at all the people of the group of Millennials who reside in the GAM, to identify the panorama of financial strategies applicable to the purchase of their own home and the areas of opportunity to implement them in a better way in their daily lives, this to face the pandemic that is currently being lived and meet medium and long-term objectives, having a better efficiency of the resources they have available.

The main problem of the project that seeks to answer is what are the relevant financial strategies for the Millennial generation residing in the GAM focused on acquiring their own

home from the pandemic? To identify applications and areas for improvement, To obtain these answers, a descriptive study with a quantitative approach was applied, the technique used was surveyed through an instrument of questionnaires to 90 people through non-random convenience sampling.

As the main results, it was possible to identify that most people consider that having their own home is very important, that they have thought about it frequently during times of pandemic and choosing an independent home. The main strategy applied is the culture of savings, but more than half of the people are between a neutral degree or disagreement with their savings, most of the people consider financing as an alternative to buying a home and would be willing to take it in addition to analyze the banking market including this currency of credits, interest rates and financing times. On the other hand, there is a preference for high savings and medium credit lapses, it is observed that education and financial advice are necessary to improve habits.

Therefore, it is considered important to analyze the behaviors of Millennials so that through these findings they are provided with better training to optimize the development of financial strategies.

Keywords: Financial strategies, COVID-19, own home, millennials, financial education.

Introducción

La pandemia originada a finales del 2019, a causa del COVID-19, ha tenido múltiples impactos en los sistemas económicos mundiales y las finanzas de múltiples personas, lo cual puede generar una serie de implicaciones en el consumo, por ello es de interés identificar los patrones de consumo respecto de adquirir casa propia y los planes financieros que tienen las personas para lograrlo.

La población millennial, o conocida como generación Y, que, como indican Sanabria, Chacón, Linares y Salas (2017), citando a Kotler y Keler (2012), comprende a las personas nacidas entre 1980 y 1996; ha sido caracterizada por tener un alto nivel de deudas y poco patrimonio que, principalmente, podría darse por los altos costes, mala planificación financiera o bajos ingresos, cuestiones que se analizarán en este trabajo.

Por otro lado, en Costa Rica, según proyecciones demográficas para el 2021 del Centro Centroamericano de Población (CCP), este grupo correspondería a 1 470 960 personas, de las cuales un 52,7 % residiría en la GAM, donde se sigue el comportamiento expuesto por Arias y Sánchez (2012), citando al Censo del 2011.

A modo de justificar el estudio, la población de los millennials es la que por grupo de edad representa más la fuerza laboral costarricense, además, estudios anteriores desarrollados por Cervera (2017), han mostrado que en promedio el 85,5 % de las personas pertenecientes a esta generación, en otras latitudes, consideran que adquirir una vivienda es una necesidad. Al considerarse que este porcentaje representa un alto número, es necesario determinar si estas personas gestionan estrategias financieras para poder hacer frente a las responsabilidades que esto conlleva.

Con la información por recolectar, se busca brindar información valiosa que pueda hacer conciencia en fallos estructurales en los planes financieros que las personas de este grupo generacional puedan tener para adquirir casa propia; así mismo, es un indicador importante para sectores como el educativo, financiero y construcción para comprender si existe una necesidad de capacitar a las personas, asesorarlas o brindar más opciones respectivamente, esto para minimizar así fallas estructurales en este proceso.

Los impactos de identificar estas estrategias y cómo la pandemia por el COVID-19 las ha afectado, podría ayudar a que se brinde un mejor asesoramiento financiero a este grupo

generacional, con un correcto acompañamiento del Gobierno o una flexibilización de los puntos que se consideren críticos que puedan dificultar el acceso a una vivienda propia y digna.

Con el proceso de análisis, se podrán generar planes o campañas con datos del sector que ayude a mejorar los aspectos más críticos que se puedan identificar, donde se propongan soluciones que puedan ser efectivas a un corto o mediano plazo para lograr acceso a vivienda mediante una mejor ejecución de las estrategias financieras en pro de los objetivos que se tengan.

Como principal problemática que encamina esta investigación, es el no tener una garantía de la gestión o los procesos estratégicos financieros que tiene la generación millennial residente en la GAM ante la adquisición de casa propia y si han tomado en consideración el impacto económico que ha tenido la pandemia, esto para tomar así acciones correctivas a la minimización de estos impactos. Esto converge a la interrogante de: ¿cuáles son las estrategias financieras pertinentes para la generación millennial residente en la GAM enfocada en adquisición de casa propia a partir de la pandemia?

Para poder responder esta interrogante, se abordará desde una perspectiva general centrada en el objetivo de investigación que es analizar las estrategias financieras pertinentes para la generación millennial residente en la GAM enfocada en adquisición de casa propia. Esto se pretende alcanzar mediante tres temas más específicos que ayudarán a recopilar la información necesaria de la investigación, como lo es: 1-Describir las expectativas que la generación en estudio tienen con respecto a la adquisición de casa propia a partir de la pandemia. 2-Descubrir los elementos financieros aplicables de la población en estudio respecto de la adquisición de casa propia a corto o mediano plazo. 3-Sugerir las estrategias

financieras que la generación en estudio debe aplicar en el proceso de adquisición de casa propia durante la pandemia.

Seguidamente, mediante un análisis de revisión bibliográfica, se expondrá una serie de conceptos esenciales para comprender y seguir con los objetivos de la investigación.

Revisión Bibliográfica

Cuando se habla de la pandemia por el coronavirus que se ha estado viviendo desde finales del 2019, y aún vigente en este 2021, se está haciendo referencia a la enfermedad COVID-19, la cual es generada por una beta virus (SARS-CoV-2) que se diseminó de forma rápida a todo el mundo, por lo cual para el 11 de marzo del 2020 fue declarada como pandemia por la Organización Mundial de la Salud (Botero, 2020). Para comprender mejor, cuando se dice que es una pandemia Botero (2020) la define como “propagación mundial de una enfermedad generada por un microorganismo que se transmite de forma eficaz y es capaz de producir casos por trasmisión comunitaria en múltiples lugares” (p.18).

Esto llega a converger en una crisis económica, que el mundo está enfrentando hoy como secuela de estos acontecimientos. Al hablar de crisis, se habla de un sistema de cambio a un sentido negativo, como situación de escasez o de dificultad; donde se comprende entonces la crisis económica como una escasez o dificultad en el apartado monetario de las personas (Galanes, 2016).

Ahora bien, sobreponiendo ambos conceptos, hoy se vive crisis económica a causa del COVID-19; Vasconcelos (2020) contextualiza esta crisis porque a nivel económico los efectos internacionales han ido empeorando, por lo cual se han visto afectadas las cadenas de suministros y esto ha hecho que los engranajes de las economías globales dejen de funcionar de forma correcta. Esto ha generado un espectro de parálisis económica que se ha extendido

por la economía mundial y ha aumentado la desconfianza en los tiempos que han de venir, más desde un escenario de una lenta recuperación del crecimiento económico mundial.

Lo anterior lleva a identificar una población que se ha visto perjudicada a la fecha por esta crisis, que son los millennials, quienes están abarcados en diferentes rangos de años, esto según las propuestas que establecen diferentes autores para definir el cohorte correspondiente, pero normalmente este cohorte comprende el rango de personas nacidas entre 1980 y el 2000 y se pueden dividir en dos grupos, los *seniors* quienes nacieron en los ochenta y los *junior* quienes nacieron en los noventa (Gilgun, 2018).

La situación con estas personas desde este contexto de afectación económica es, principalmente, porque comprenden gran parte del volumen de dos definiciones económicas, por un lado la población en edad de trabajar (PET) que son todas aquellas personas cuya edad es de 15 años y más; por otro lado, la población económicamente activa (PEA), que son las personas de 15 años y más que trabajan al menos una hora a la semana, que están empleadas o no tienen empleo, pero están disponibles para trabajar y buscan activamente empleo (INEC, 2016).

Lo expresado, poco a poco, adentra al mundo en un contexto financiero, donde juegan un papel muy importante las finanzas que, según Valecela (2017), citando a Bodie y Merton: “Las finanzas estudian la manera en que los recursos escasos se asignan a través del tiempo” (p.81). Pero, existen también las finanzas personales, observándolo desde un punto más de individuo, el cual, tomando el concepto anterior, se podría observar como la asignación de los recursos escasos que tiene una persona para subsistir, donde se abarca el proceso de obtención y cuidado monetario, así como el ahorro, concepto que se retomará más adelante.

Prosiguiendo en el contexto teórico de las finanzas, se debe comprender a lo que hace referencia la palabra planificación financiera, “la planificación financiera es el proceso

mediante el cual la empresa trata de proyectar el futuro que desea alcanzar, identificando los recursos para lograrlo” (Pérez, 2016, p.567). Esto no necesariamente aplica solo a empresas, sino, también, a las personas, donde el objetivo de esta es poder minimizar el riesgo y aprovechar las oportunidades de los mercados, así como los recursos financieros, en los procesos de toma de decisiones y proyecciones estratégicas (Pérez, 2016).

Seguidamente, es relevante para la ejecución del estudio que quede claro que, para llevar a un orden de las finanzas, se debe ejecutar un presupuesto financiero; Aibar (2018) indica que “el presupuesto es un documento en el que se plasma de forma ordenada y por escrito la relación de gastos e ingresos, previstos en una unidad durante un período de tiempo determinado” (p.6).

Ahora bien, cuando se tiene un objetivo financiero como es la compra de una casa, aparte de la planificación y presupuesto, es necesario una estrategia financiera. Guerrero (2018), citando a Rincón, Cherema y Burgos, indica que “las estrategias financieras son la planificación de necesidades y usos de fondos de una organización, para proveerse de recursos y poder aplicar los mismos en fines rentables dentro del negocio” (p.1320). Pero, en todo este aspecto, es necesario contar con herramientas previas que ayuden o faciliten en las personas el entendimiento y la aplicación de estos conceptos para ejecutarlos de una mejor forma, por lo cual es necesaria la aparición de la educación financiera, la cual permite establecer y ejecutar una cultura financiera que, según Vargas (2016), citando a Amezcua, se debe entender como “el conjunto conocimientos, prácticas, hábitos y costumbres que cada individuo posee para administrar incrementar y proteger su patrimonio en las diferentes etapas de la vida” (p.742).

Estas herramientas que se han abordado llegan a converger en la salud financiera, que para las personas es algo indispensable para poder ejecutar proyectos de vida como lo es la

compra de una casa; se comprende salud financiera, según lo que se ha desarrollado, como un proceso eficiente de la gestión de los recursos para que los ingresos cubran los gastos. Cuando se habla de ingresos y gastos, el Centro Europeo de Posgrados (CEUPE, 2021) define los ingresos como un aumento del neto de una persona o una empresa, esto como consecuencia de un aumento en los activos sin la existencia de una contrapartida, lo cual genera un aumento en las riquezas; por otro lado, los gastos son las disminuciones del neto, que se origina, principalmente, por el consumo de bienes o servicios.

Pero bien, todo este proceso financiero debe incorporarse a un mercado, que según la RAE (2021) se entiende como un “conjunto de actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin intervención del poder público”. Estas interacciones y planteamientos se asocian con las tendencias de consumo, las cuales se pueden ver como las acciones o los sucesos que logren direccionar a las personas para realizar compras de bienes o servicios en un espacio de tiempo definido en el futuro.

Seguidamente, existen múltiples tendencias de consumo en la población de los millennials, por ello teóricamente se busca esclarecer si la adquisición de casa propia es una de ellas así como las estrategias financieras que utilizan, cuando se habla de casa propia, el término casa normalmente ya está arraigado a la sociedad, pero para especificar más en casa propia, es ideal recordar el contexto jurídico que respalda la propiedad (Zambon, 2021): “La propiedad es un grupo de posiciones jurídicas subjetivas o una sola posición jurídica subjetiva (más específicamente, un derecho) con la función de regular las relaciones entre personas en conexión con uno o más bienes” (p.212). Entonces, las personas que deseen una casa propia anhelan una vivienda con la cual tengan una conexión de respaldo jurídico para salvaguardarlos como de su posesión.

Para todo lo anterior, se llega a lo más importante, que son las estrategias para poder adquirir; ya se sabe todo el trasfondo financiero, pero, finalmente, se debe entender lo que son las estrategias a un corto, mediano y largo plazo. Cuando se expone una estrategia un objetivo a corto plazo, son todos aquellos que abarcan tiempos no mayores a un año; por otro lado, cuando se habla de mediano plazo, son objetivos con cierto grado de incertidumbre en cuanto a temporalidad, pero se sabe que en determinado momento llegarán a suceder, normalmente abarcan períodos entre un año a los cinco años; finalmente, en cuanto a largo plazo, son todos los objetivos o las estrategias establecidas en temporalidades mayores a los cinco años (Castillo, 2021).

Parte de estas estrategias pueden ser el ahorro o el acceso a crédito; cuando se habla de ahorro se hace alusión a la parte de los ingresos que no se gastan y que voluntariamente se guardan para utilizar en un futuro, en síntesis, es la acción de guardar dinero en el presente para utilizarlo en el futuro (González, 2018). Es importante destacar que un buen historial de ahorro se traslapa a un mejor perfil para la banca para el acceso al crédito ya que este perfil genera un escenario de minimización de riesgos. Por otro lado, el crédito está asociado a una hipoteca en la compra de hogares, la cual es un medio de financiación para adquirir un bien normalmente inmueble con la obligación de devolver la cantidad prestada, más una cuota de intereses a la entidad otorgante.

En el siguiente apartado metodológico se expondrán los detalles del proceso por seguir para la realización de la investigación, donde se abarcan todos los puntos para cumplir los objetivos del estudio.

Metodología

Este trabajo comprende un tipo de investigación descriptiva; esta tiene como finalidad comprender y estudiar las estrategias financieras que tiene la población de los millennials que residen en la GAM en cuanto a la compra de casa propia. La investigación descriptiva es una investigación de segundo nivel, cuyo objetivo es recopilar datos e información referente a características, propiedades o aspectos de las personas, lo cual facilita la prueba de hipótesis o el brindar respuesta a preguntas referentes a los sujetos de estudio (Nicomodes, 2018). Es por esto que este enfoque ayudará a cumplir con los objetivos propuestos en la investigación.

Por otro lado, la investigación que se llevará en curso contará con un enfoque cuantitativo, este es el que más se adapta en el proceso de respuesta de los objetivos planteados del estudio. Este enfoque de investigación es caracterizado por usar métodos y técnicas enfocadas en la medición, el uso de magnitudes, la observación, medición de las unidades de análisis y el muestreo. Con esto, lo que busca es recolectar y analizar datos para contestar preguntas de investigación y la prueba de hipótesis, además de usar variables e instrumentos de medición para lograr dar esas respuestas como lo son las encuestas (Pinto, 2018).

Para definir la población de estudio se utilizarán proyecciones demográficas generadas por el Centro Centroamericano de la Población (CCP), la cual es una entidad encargada de estudiar los comportamientos demográficos y la composición de la población, seguidamente contratado por datos del INEC, específicamente los censos para comprender la distribución porcentual de residentes en la GAM y así externalizar un estimado de la población de estudio actual. Siguiendo con esto, es importante destacar que la población es finita puesto que los elementos que la constituyen pueden ser delimitados y cuantificados (Arias, Villasís y Novales, 2016,). Esta población cuenta con una composición promedio de 775 196 personas quienes abarcan edades entre los 24 a los 41 años.

El tipo de muestreo será no probabilístico y por conveniencia, donde se usan las respuestas de 90 personas para el respectivo análisis; puesto que es una muestra ideal, es viable para sondear una opinión dirigida a los objetivos del estudio dada la disponibilidad de tiempo para la investigación (Espinoza, 2016).

Finalmente, para recolectar los datos con la muestra establecida, se les aplicará la técnica de encuestas con un instrumento de cuestionario estructurado; estos se pueden definir desde el punto de vista clásico de diferentes autores que a hoy trascienden en la academia, Borges (2012), citando a Parasuraman, lo define como “un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para lograr los objetivos propuestos en un proyecto de investigación” (p.27), por otro lado, citando a Dillon, Madden y Firtle, lo establecen como “instrumento para la recolección de datos, que ordena de manera formal las cuestiones diseñadas para extraer la información requerida” (p.27). En esta oportunidad las preguntas se realizarán de manera virtual dividiendo las preguntas en tres secciones.

Seguidamente, en el punto de análisis de resultados, se expondrán los principales hallazgos encontrados.

Análisis de Resultados

En esta sección se expondrán los resultados obtenidos por la encuesta aplicada en este estudio. El alcance de esta fue de 90 personas entre los 24 a 41 años y residentes de la GAM; datos derivados de las respuestas de cada uno de los objetivos de la investigación, seguidamente se presentarán los hallazgos más importantes; el instrumento y todos los resultados se pueden encontrar en la sección de anexos.

Primeramente, es importante comprender la composición sociodemográfica de las personas entrevistadas, facilitando así el entendimiento de los análisis cruzados que se estarán realizando más adelante; en el Cuadro 1.1 se evidencia la distribución porcentual de ello.

Cuadro 1.1

Características económicas y sociodemográficas de los encuestados (Distribuciones porcentuales)

Característica sociodemográficas	Porcentaje
Total	100
Sexo	
Hombre	53,33
Mujer	46,67
Edad	
24-27	77,78
28-31	11,11
32-34	5,56
35-38	3,33
39-41	2,22
Estado civil	
Soltero (a)	86,67
Casado (a)	10,00
Unión libre	3,33
Nivel educativo	
Universidad completa	60,00
Universidad incompleta	33,33
Secundaria completa	4,44
Secundaria incompleta	2,22
Ingreso mensual neto	
Más de 1 500 001	12,22
De 1 000 001 a 1 500 000	20,00
De 500 001 a 1 000 000	44,44
Menos de 500 000	23,33

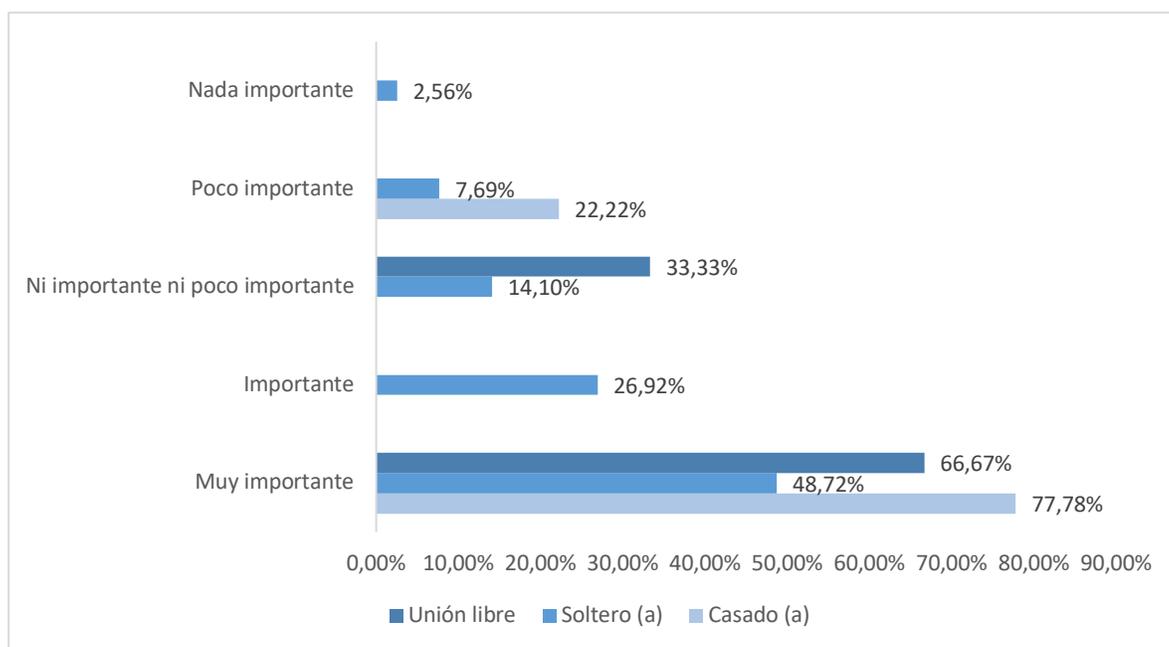
Fuente: Elaboración propia, 2021.

Para el análisis del primer objetivo, que busca describir las expectativas que la generación en estudio tiene con respecto a la adquisición de casa propia a partir de la

pandemia, en primer lugar se indagó qué tan importante era tener una casa propia y esto se contrastó mediante el estado civil para observar si la relación de pareja influye en estas decisiones; observándose en la Figura 1.1 que a pesar de que en los tres estados civiles se considera importante (más del 50 %) la tenencia de casa propia, las personas casadas (77,78 %) y en unión libre (66,67 %) son las que consideran más importante. Esto puede evidenciar que podría existir una correlación entre las relaciones de pareja y la búsqueda de casa propia.

Figura 1.1

*Importancia de tener casa propia según estado civil
(Distribución porcentual)*



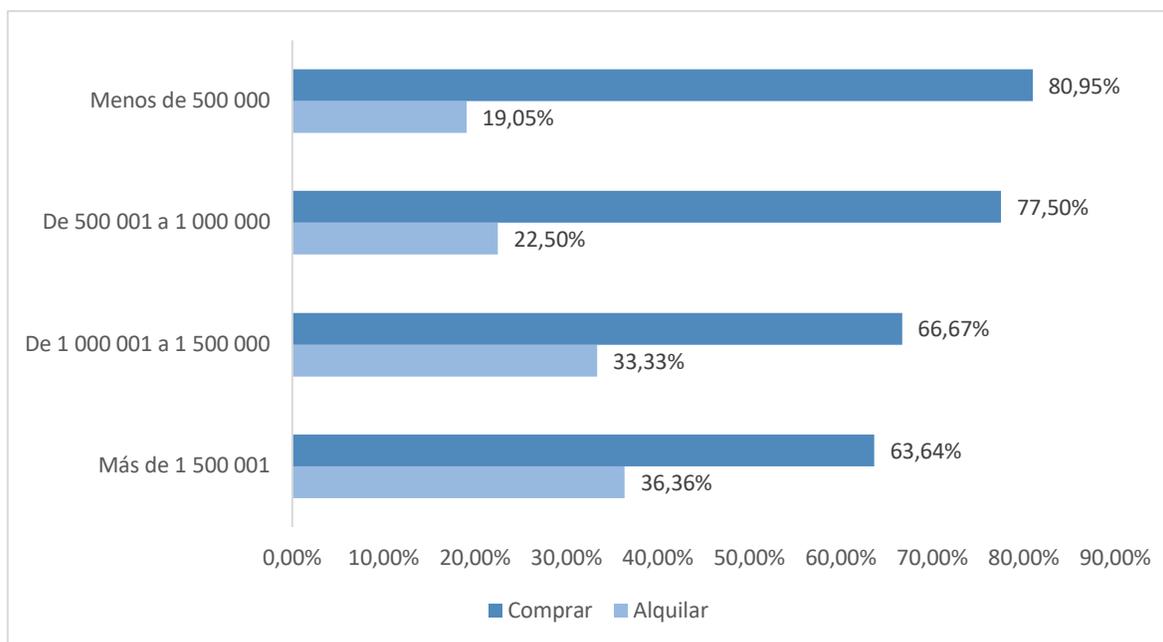
Fuente: elaboración propia, 2021.

Por otro lado, en la Figura 1.2 se efectuó un análisis referente a la intención de comprar o alquilar una vivienda, donde esto contrasta según los ingresos netos mensuales percibidos de las personas encuestadas; se observa que en todos los rangos salariales más del 60 % de las personas optarían por comprar vivienda, donde es menos significativa la opción

de alquiler; observándose una tendencia que a mayores ingresos más personas eligen alquilar en lugar de comprar una casa.

Figura 1.2

Preferencia entre alquilar y comprar una casa según rango de ingresos (Distribución porcentual)

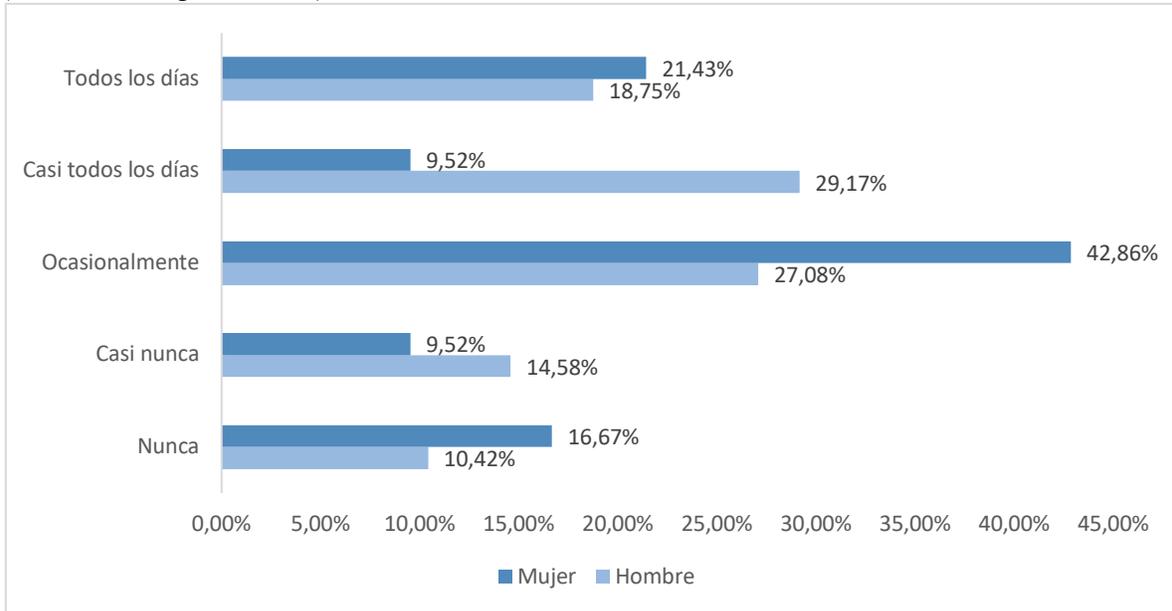


Fuente: elaboración propia, 2021.

Culminando el análisis del primer objetivo, se realizó el contraste de qué tan frecuente habían considerado durante la pandemia por la COVID-19 el tener una casa propia según el sexo; se logra observar que existe una mayor concentración hacia el lado más frecuente, observando el valor extremo derecho; se nota que las mujeres son quienes pensaron casi todos los días tener casa propia (21,43 %), pero no hay mucha diferencia respecto de los hombres (18,75 %), caso contrario en la frecuencia de casi todos los días, donde existe una diferencia porcentual de 19,65 % entre hombres respecto de las mujeres y en la sección de ocasionalmente de un 15,78 % de mujeres respecto de los hombres.

Figura 1.3

*Frecuencia en la que durante la pandemia se ha pensado tener una vivienda propia según el sexo
(Distribución porcentual)*

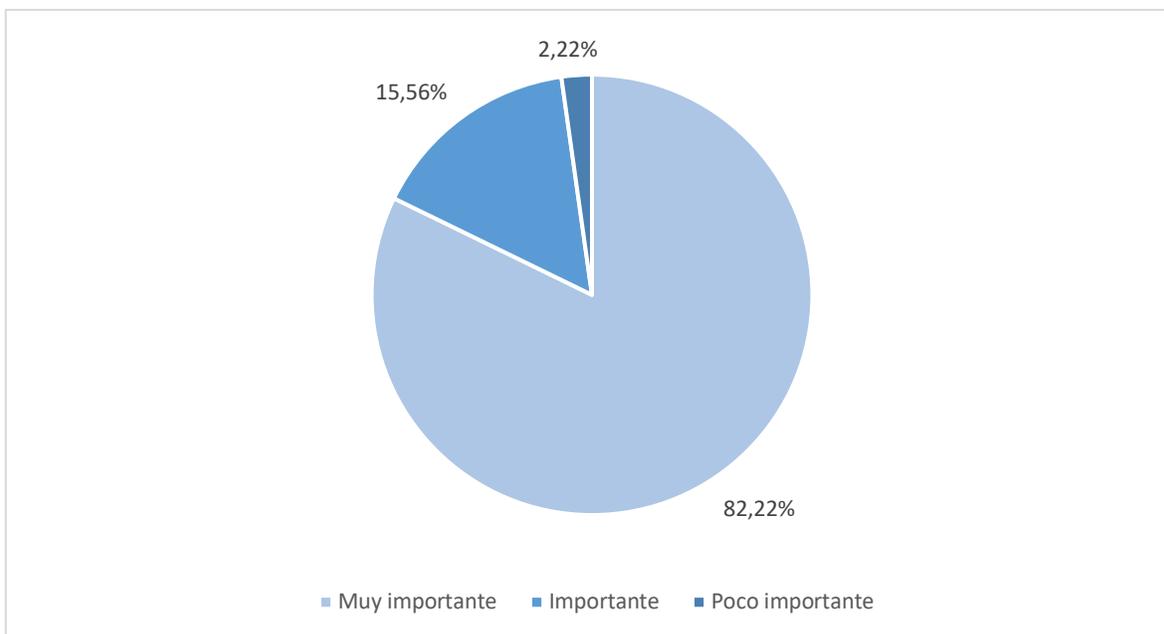


Fuente: elaboración propia, 2021.

Seguidamente, para el análisis del segundo objetivo, el cual buscaba descubrir los elementos financieros aplicables de la población en estudio respecto de la adquisición de casa propia a corto o mediano plazo, en la Figura 1.4 se encontró la importancia que estas personas percibían respecto de tener una cultura de ahorro para adquirir una casa propia, donde más del 82,22 % consideró que esto era muy importante, además ninguna persona consideró que no era nada importante. Esto evidencia el reconocimiento del ahorro dentro de los millennials como un elemento aplicable para cumplir los objetivos de adquirir una casa.

Figura 1.4

*Importancia percibida respecto de tener una cultura de ahorro
(Distribución porcentual)*

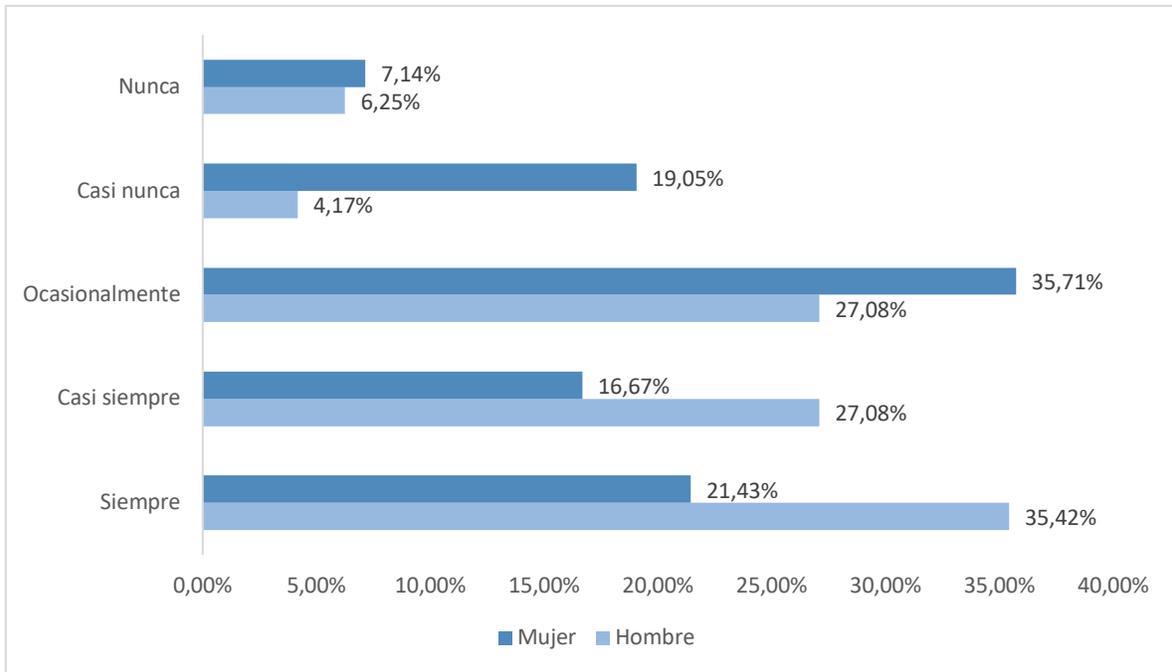


Fuente: elaboración propia, 2021.

Por otro lado, para analizar las opciones y la aceptación de otra estrategia, se procedió a preguntar la frecuencia en la que durante épocas de pandemia han pensado el financiamiento como la alternativa para poder adquirir una casa propia; al observar esta información por el sexo, se observa que son los hombres con un 62,5 % quienes han pensado siempre o casi siempre el acceder al crédito como un medio para adquirir una casa, mientras que las mujeres apenas un 38,1 %, se observa así una diferencia bastante significativa a la disposición de endeudamiento por el género.

Figura 1.5

Frecuencia en la que se ha pensado el financiamiento como medio para adquirir casa propia según el sexo (Distribución porcentual)

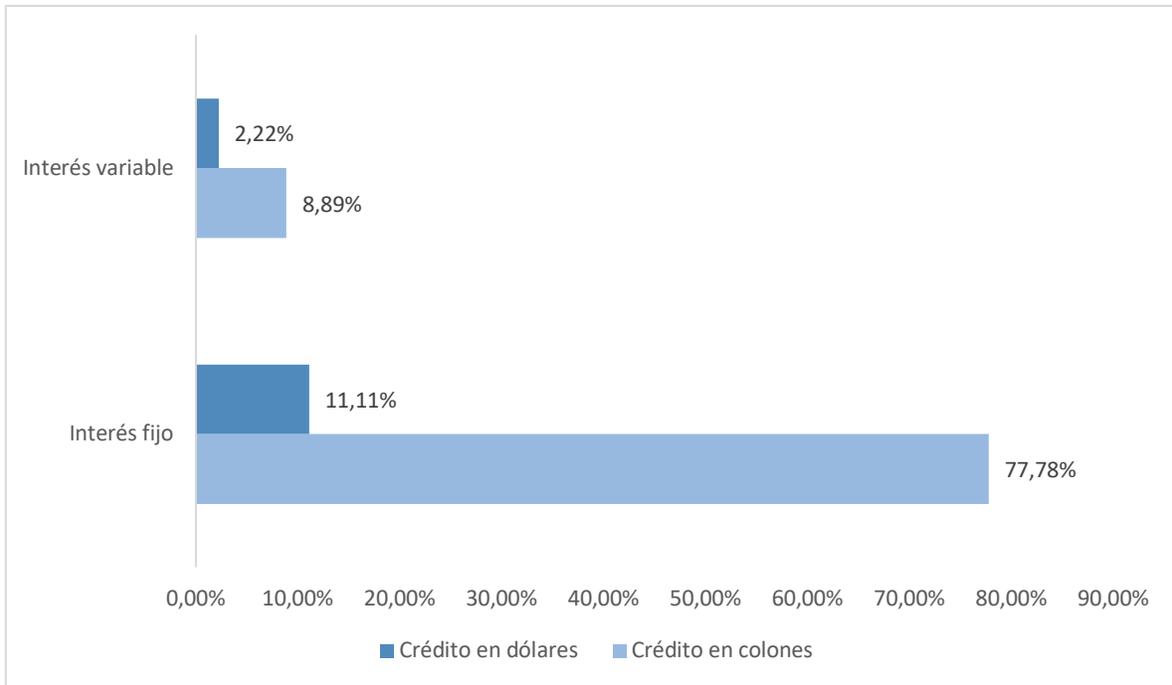


Fuente: elaboración propia, 2021.

Otros aspectos importantes para analizar como elementos financieros considerados para adquirir una casa propia, prosiguiendo con los créditos, es el tipo de interés y la moneda en la que se toma; financieramente en entornos económicos es más viable una tasa fija que una variable y así queda mostrado en las elecciones de estas personas ya que el 88,89 % preferiría un crédito a una tasa fija; por otro lado, está la moneda de elección en la cual el 86,67 % elegiría un crédito en colones, esto muestra conocimiento e inclinación respecto de la estabilidad en los entornos económicos y financieros.

Figura 1.6

Selección de la moneda del crédito según el tipo de interés para adquirir una casa propia (Distribución porcentual)



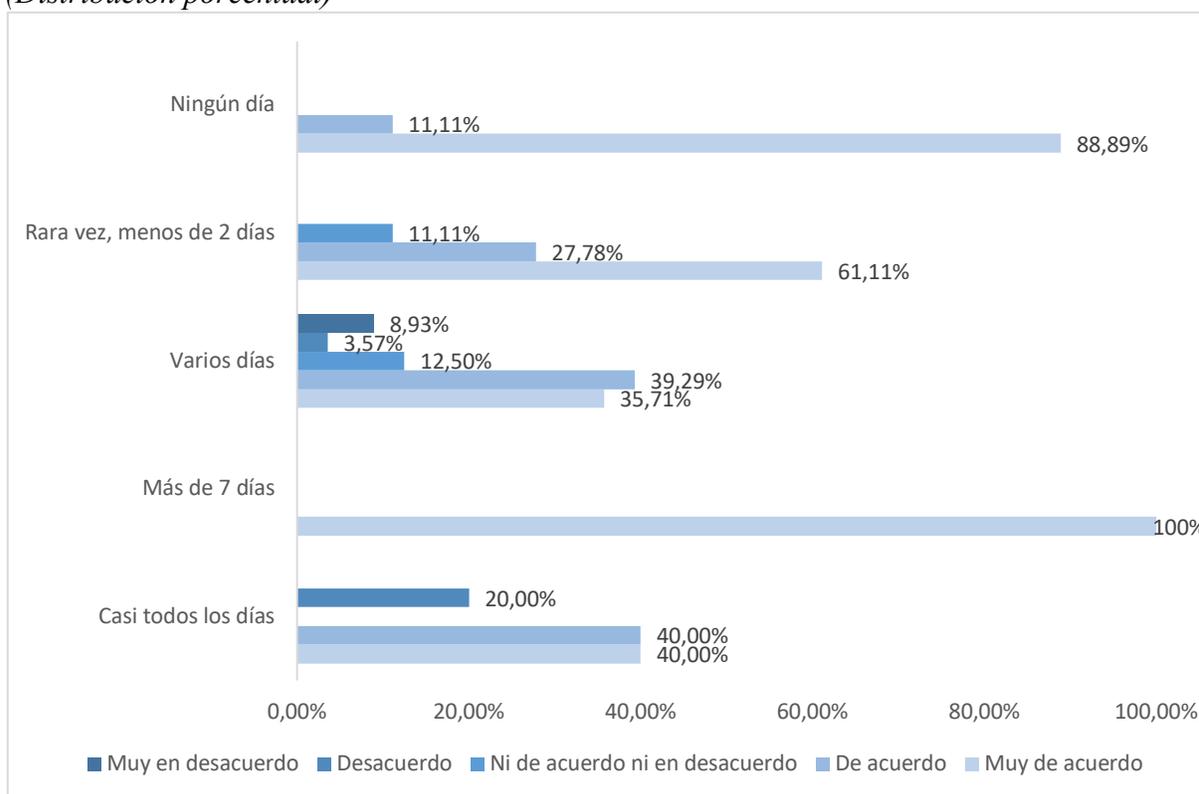
Fuente: elaboración propia, 2021.

Finalmente, para el análisis del tercer objetivo, el cual buscaba sugerir las estrategias financieras que la generación en estudio debe aplicar en el proceso de adquisición de casa propia durante la pandemia, se encontró en la Figura 1.7, mediante el análisis de la frecuencia en que han buscado asesoría financiera durante pandemia y la relación que esto tenía respecto de la disposición de recibir capacitaciones financieras, que la gran mayoría (88,89 %) de las personas que no buscaron ningún día asesoría financiera, aceptarían recibir estas capacitaciones, lo cual muestra una tendencia de aceptación alta entre estar de acuerdo y muy de acuerdo, sin encontrar grandes diferencias en los puntos de más rechazo a estas capacitaciones, por lo cual se puede observar una gran disposición para capacitarse y tomarlo como una estrategia formativa para poder cumplir objetivos de adquirir casa propia.

Figura 1.7

Disposición a recibir capacitaciones financieras, según la frecuencia en la que buscaron asesoría financiera durante la pandemia

(Distribución porcentual)



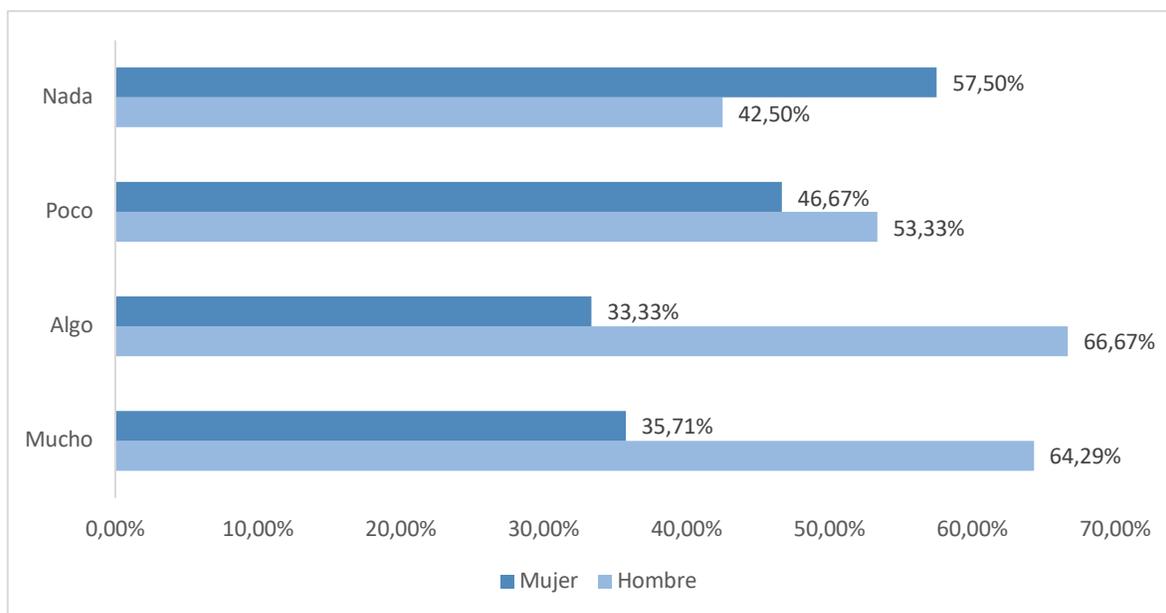
Fuente: elaboración propia, 2021.

Prosiguiendo con el análisis para responder el objetivo, se preguntó si habían recortado los gastos para invertirlos en una casa propia durante esta pandemia, haciendo este análisis en contraste con el sexo, en la Figura 1.8 se puede hacer énfasis al apartado de nada y mucho, donde en este rubro son las mujeres (57,5 %) quienes no recortaron nada sus gastos comparado con el 42,5 % de los hombres, lo cual se refleja en el análisis de los mayores recortes, ya que el 64,29 % de los hombres recortaron mucho sus gastos para poder invertir ese dinero en una casa propia en contraste con el 35,71 % de las mujeres. Con esto, puede observarse que existe una tendencia de preocupación por parte de los hombres de recortar sus ingresos para comprar una casa, caso contrario las mujeres quienes no recortan

similarmenre sus gastos, así queda a discusión futura la composición y reducción de los tipos de gastos y lo esenciales o no esenciales que pudieran ser.

Figura 1.8

Recorte de gastos durante la pandemia para invertirlos en una casa propia según sexo (Distribución porcentual)



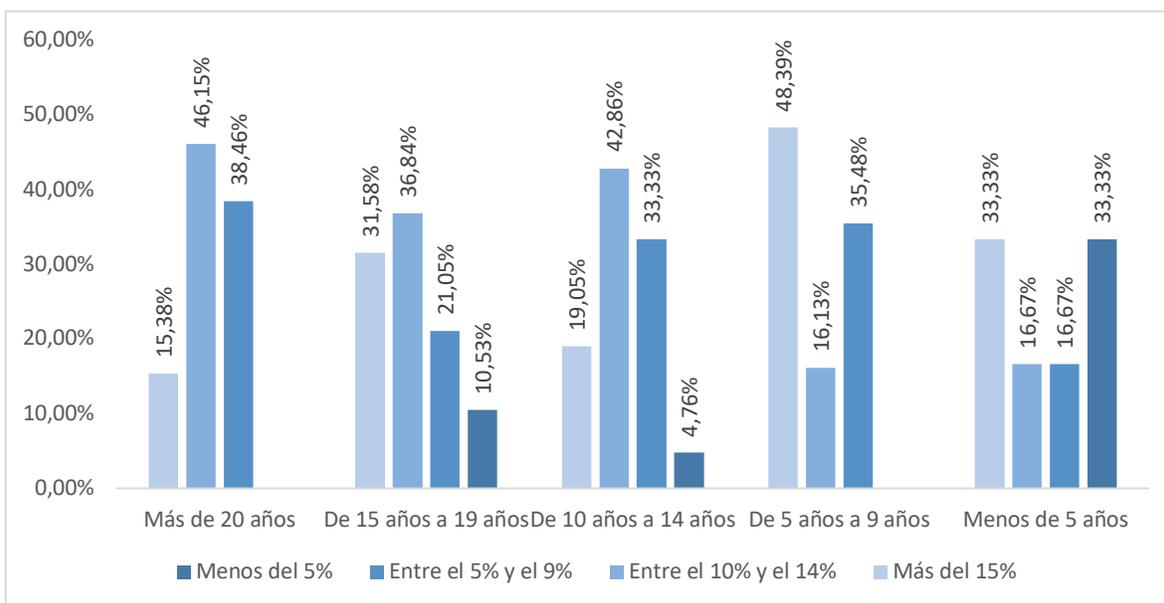
Fuente: elaboración propia, 2021.

Por otro lado, se indagó la perspectiva del ahorro desde dos aristas, por un lado con la selección de los plazos y, por otro lado, según los ingresos; en la Figura 1.9 se aborda la primera perspectiva, en esta se buscó ver la tendencia entre la disposición del porcentaje de ahorro del salario mensual según los plazos en los que tomarían los créditos, para esto es importante recordar que, a mayores tiempos a pesar que las cuotas sean más pequeñas, el pago total de interés es más alto, por lo cual las personas que tomarían estos créditos por más años (20 años o más), principalmente estarían dispuestas en ahorrar entre un 10 % a un 14 % de sus ingresos, en términos intermedios (lapsos entre 10 a 14 años) sigue predominando el mismo rango que el apartado anterior, pero las personas que eligen tiempos más cortos (5

años o menos) tienen una distribución igual en ambos extremos del ahorro, ya que el 33,33 % ahorraría más del 15 % de sus ingresos y, de igual forma, otro 33,33 % ahorraría menos del 5 %, entonces se observa un cambio en la tendencia que se veía en los puntos anteriores.

Figura 1.9

Elección del plazo de un crédito según la disposición de ahorro del ingreso mensual neto (Distribución porcentual)



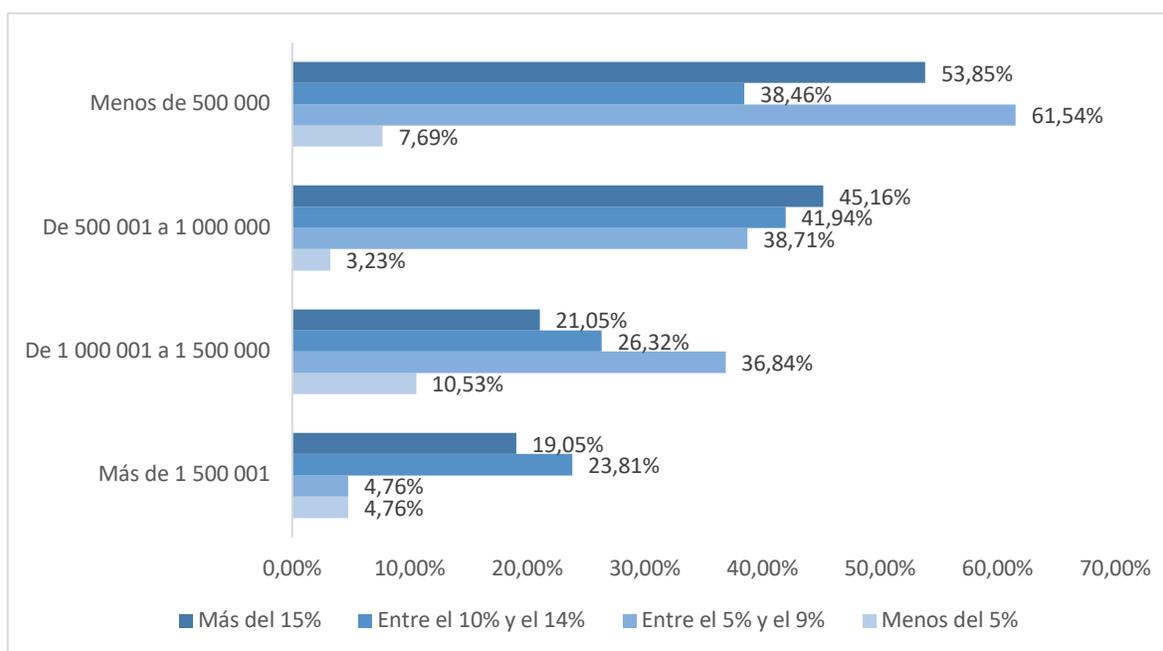
Fuente: elaboración propia, 2021.

Prosiguiendo con el análisis anterior, en la Figura 1.10 se ve la disposición del ahorro según el rango de los ingresos de estas personas, en el rango más bajo que hace referencia a menos de 500 000 colones mensuales netos, hay una partición en la disposición del ahorro, ya que el 53,85 % ahorraría más del 15 %, mientras que el 61,54 % ahorraría entre un 5 % a un 9 %; al observar este gráfico puede notarse un comportamiento decreciente en cuanto al ahorro más grande (más del 15 %) según aumentan los ingresos de las personas, donde es la única variable que presenta una tendencia dada la fluctuación de las demás, pero es importante destacar que en el rango superior, aún ahorros más pequeños significarían montos

iguales o superiores a los ahorros más grandes de los rangos inferiores, entonces se observa que la estrategia presentada por las personas puede definirse más a un monto que a un porcentaje.

Figura 1.10

Elección de cantidad a ahorrar de forma mensual según el rango de los ingresos (Distribución porcentual)



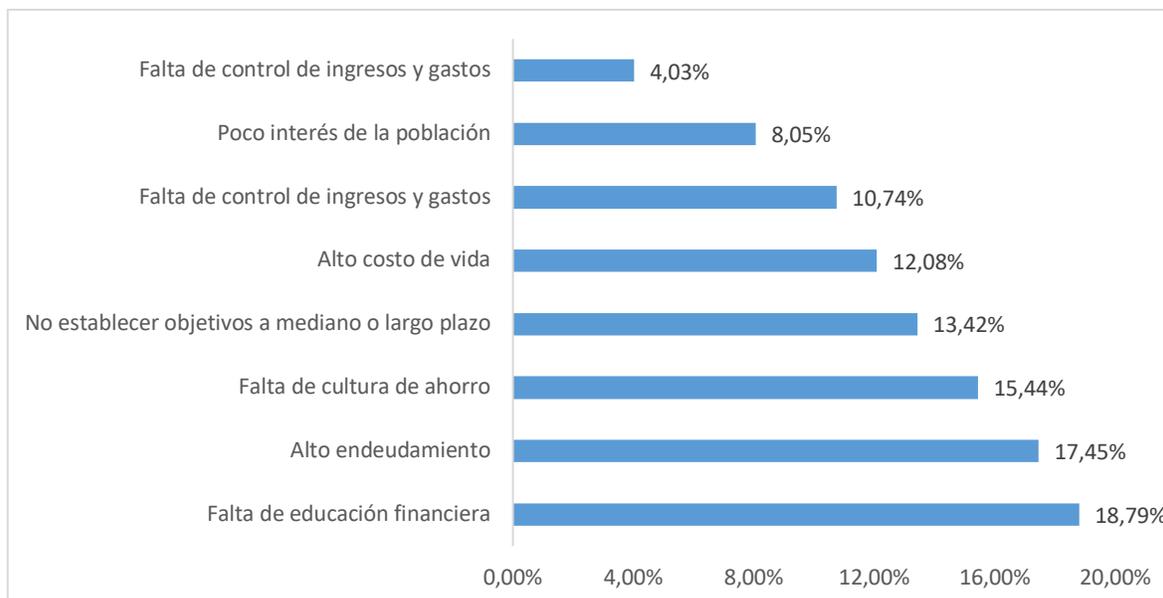
Fuente: elaboración propia, 2021.

Como último punto por rescatar de esta sección, se presenta en la Figura 1.11 la percepción de las causas por las cuales en Costa Rica puede no formularse efectivamente estrategias financieras para la compra de casa, donde se evidencia que la mayoría de las personas (18,79 %) considera que es debido a la falta de educación financiera, seguido por un alto endeudamiento (17,45 %) que podría asociarse como consecuencia del punto anterior, esto desencadena así más acciones como la falta de cultura de ahorro (15,44 %) y el no establecimiento de objetivos a mediano y largo plazo (13,42 %), por otro lado, lo que menos

se piensa que pueda ser un factor es la falta de control de ingresos y gastos (4,03%) y poco interés de la población para establecer un cambio significativo (8,05 %).

Figura 1.11

Percepción de los factores por los cuales las personas en Costa Rica pueden no contar con adecuadas estrategias financieras para la compra de casa propia (Distribución porcentual)



Fuente: elaboración propia, 2021.

Seguidamente, se procederá a presentar una serie de conclusiones y recomendaciones anuentes a los objetivos y resultados encontrados en el estudio realizado.

Conclusiones y Recomendaciones

Las crisis como la vivida hoy, generan incertidumbre respecto de los objetivos financiero en el mediano y largo plazo, por esto el abordaje que se le ha brindado a los millennials residentes en la GAM para adquirir una casa propia, donde se identifican las estrategias financieras aplicadas y cómo poder mejorarlas.

En cuanto al primer objetivo específico, se concluye que para estas personas tener una casa propia es muy importante; se muestra que esto va muy en relación con su estado civil, ya que esta tendencia de importancia discrepa entre personas solteras respecto de las que tienen relación. Por otro lado, indiferentemente de los ingresos, las personas prefieren comprar una casa en lugar de alquilarla, eligiendo viviendas independientes, cuestión que por la pandemia ha hecho pensar en tener casa propia a las mujeres de forma más frecuente que a los hombres.

Como parte de las recomendaciones, conociendo las amplias expectativas para adquirir una casa, se observan oportunidades de inversión en el sector, pero es necesario el realizar análisis exploratorios de mercados para poder identificar oportunidades viables que se ajusten a objetivos planteados, lo cual aumenta así la probabilidad de concretar las aspiraciones como lo es una casa propia.

Por otro lado, concluyendo respecto del segundo objetivo, parte de los elementos financieros más importantes lo es la cultura de ahorro, el financiamiento y la toma de créditos en moneda nacional y tasas de interés fija, dado la protección que esto les puede generar en los entornos económicos. Además, son los hombres quienes están más dispuestos en adquirir un préstamo.

A modo de recomendación, es ideal aprovechar la cultura de ahorro y realizar inversiones de bajo riesgo con rendimientos promedios superiores a los bancarios, facilitando así la formación de capital para comprar una casa; por otro lado, valorar la posibilidad de cambiar la toma de crédito a dólares si sus ingresos son en esta moneda, esto no para aprovechar la diferencia de tasa de interés o valorar la fortaleza de la moneda local sino para, más bien, aprovechar la depreciación.

Finalmente, con el tercer objetivo se logró evidenciar que la asesoría financiera sería una buena herramienta, puesto que las personas están muy de acuerdo con recibirlas. Por otro lado, la reducción de gastos ha sido una herramienta que se ha aplicado, pero más en hombres que en mujeres. En cuanto a la elección de tiempo crediticio, se toman plazos entre los 5 a los 14 años, la mayoría de las personas pretende ahorrar porcentajes altos, pero muestra una tendencia a la baja según aumentan los ingresos.

Como recomendación, es ideal seguir programas educativos para capacitarse con herramientas estratégicas para implementar en su vida cotidiana y maximizar resultados de eficiencia financiera, así como evaluación de la industria bancaria para conocer tasas de interés y formar historial crediticio para optar por mejores tasas.

Es sumamente importante que estas personas busquen herramientas para formular mejores estrategias al observar que, a pesar de que no están completamente mal, tienen muchas áreas de mejora, principalmente en las educativas.

Referencias bibliográficas

- Aibar-Ortíz, M. J. (2018). *Finanzas personales: planificación, control y gestión*. Ministerio de Educación.
https://books.google.co.cr/books?hl=es&lr=&id=wPVKDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=finanzas+personales&ots=-nGeSZKL_A&sig=biTXcISv3wFCA6V66eCLEOWvnTc#v=onepage&q=finanzas%20personales&f=false
- Arias, R. y Sánchez, L. (2012). *Patrones de localización, concentración y evolución del empleo industrial en La Gran Área metropolitana (GAM) de Costa Rica. Ciencias Económicas 30-No.2: 2012 / 131-154 / ISSN: 0252-9521.*
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/8011/7632>
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Novales, M. G. M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.
<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Borges, A. (2012). *Diseño y análisis de encuestas.*
http://online.aliat.edu.mx/adistancia/InvCuantitativa/lecturas_S5/encuesta_com.pdf
- Botero-Rodríguez F., Franco Ó.H. Y Gómez-Restrepo, C. (2020). Glosario para una pandemia: el ABC de los conceptos sobre el coronavirus. *Biomédica*. 2020;40 (Supl.2):16-26. <https://doi.org/10.7705/biomedica.5605>
- Castillo, G. (2021). *Objetivos e inversiones de corto, mediano y largo plazo.*
<https://www.dolarhoy.com/finanzas-personales/objetivos-e-inversiones-de-corto-mediano-y-largo-plazo-202112910470>
- Centro Centroamericano de Población [CCP]. (2021). *Proyecciones de la población.*
https://censos.ccp.ucr.ac.cr/index.php/censos_c/procesarConsulta?run=tabulate&dataset=crproyna&codigo=julcr96&recrow=&reccol=&recfor=&recsum=&reconpon=&select=anio%3D2021&row=edad%3E24+%26%26+edad%3C42&col=&foreach=&d

escribe=&weight=poblac&paisCensos=&censosS=&title=Proyecciones+Nacionales
+de+Poblacion+de+Costa+Rica+1950-
2100&rcw=25&cw=12&abbrev=abbreviate+-
a+on&percent=percent&filas=abbreviate+-z+on&destino=html

Centro Económico Europeo de Posgrados. (2021). *¿Qué son los ingresos y los gastos?*
<https://www.ceupe.com/blog/que-son-los-ingresos-y-gastos.html>

Cervera, K. R. (2017). *Factores que influyen en la decisión de compra de departamentos por la generación millennial del distrito de Trujillo, año 2016 (Tesis de licenciatura)*.
Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <http://hdl.handle.net/11537/12483>

Espinoza, I. (2016). *Tipos de muestreo*.
<http://65.182.2.244/Honduras/Embarazo/Tipos.de.Muestreo.Marzo.2016.pdf>

Galanes, I. (2016). A crise econômica mundial: um conceito complexo com múltiplas denominações. *Filologia E Lingüística Portuguesa*, 18(1), 5-41.
<https://doi.org/10.11606/issn.2176-9419.v18i1p5-41>

Gil-Costa, A. (2018). *La generación millennial: nuevas tendencias de consumo*.
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/23319/TFG%20-%20Gil%20Costa%2c%20Ana%20%28Tutor%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gilgun, J. (1994). A case for case studies in social work research. *Social Work*. Vol 39. p. 371-380
<https://doi.org/10.1093/sw/39.4.371>

González-Acosta, J. (2018). *Importancia de las finanzas personales para la toma de decisiones*.
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/15936/Trabajo%20de%20Investigacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Guerrero, F. N. T. (2018). Estrategias financieras determinantes de la competitividad: Evolución y perspectivas en las Pymes ecuatorianas. *Revista publicando*, 5(15 (2)), 1315-1343.
https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/1454/pdf_1062
- INEC. (2016). Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo. *Indicadores laborales marzo de 2016*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf
- Nicomodes-Teodoro, E. (2018). *Tipos de investigación*.
<http://resultados.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- Pérez, S., & Sisa, F. G. P. (2016). Planificación financiera de las empresas: el rol de los impuestos o tributos. *Revista publicando*, 3(8), 563-578.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5833413>
- Pinto, J. E. M. (2018). *Metodología de la investigación social: Paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario*. Ediciones de la U.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=VzOjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=metodolog%C3%ADa+enfoque+cuantitativo+cualitativo&ots=RWHubPf40U&sig=go9k8gbr9-_6R5rEdgevYm3oKzI#v=onepage&q&f=false
- RAE. (2021). *Mercado*. <https://dle.rae.es/mercado>
- Sanabria, P., Chacón, A., Linares, S. y Salas, R. (2017). La Verdad sobre las Generaciones en Costa Rica #Gentico. *Yulök. Revista de Innovación Académica*, 1(1), 18- 35.
- Sánchez-Vazquez, M. Azcona, M y Morales, C. (2015). *La investigación en psicología y el diseño de caso/s en psicoanálisis. Aspectos metodológicos, epistemológicos y éticos*.
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/56326/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vargas, B. G. C., Navarro, J. C. D., & Zúñiga, M. N. C. (2016). Educación financiera. *Revista Publicando*, 3(9), 740-751.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5888318>

Vasconcelos, M. (2020). Las consecuencias económicas del coronavirus. *Estudios económicos*. Vol. XXXVII (N.S.), N° 75, p. 131-138.
<https://revistas.uns.edu.ar/ee/article/view/1984/1168>

Veleceta, P. A. C., Vallejo, J. I. G., & Jara, B. D. V. (2017). Finanzas personales: la influencia de la edad en la toma de decisiones financieras. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, 1(3), 81-88.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6297480>

Zambon, A. (2021). ¿Qué es la propiedad? *Latin American Legal Studies*, 7, 205-220.
<http://lals.uai.cl/index.php/rld/article/view/76>

Anexos

Anexo 1. Encuesta dirigida a personas de la generación de los millennials residente en la GAM.

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO: Analizar las estrategias financieras pertinentes para la generación millennial residente en la GAM enfocada en la adquisición de casa propia.

Tema de la investigación: Estrategias financieras para la generación millennial residente en la GAM enfocada en adquisición de casa propia a partir de la pandemia por COVID-19.

ENCABEZADO-PRESENTACIÓN DE LA ENCUESTA: Esta encuesta busca reconocer la situación de la población de los millennials residentes en la GAM respecto de sus estrategias financieras para la compra de vivienda propia. Para responder a la encuesta por favor seleccione los espacios con los cuales sienta más afinidad. La información recolectada será anónima y de uso exclusivo para la investigación. Gracias por su colaboración.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Describir las expectativas que la generación en estudio tiene con respecto a la adquisición de casa propia a partir de la pandemia.

1. En su opinión, ¿qué tan importante considera la tenencia de una casa propia?
 - a. Muy importante
 - b. Importante
 - c. Ni importante ni poco importante
 - d. Poco importante
 - e. Nada importante
2. De las siguientes opciones, elija la que más se ajusta a sus expectativas en cuanto a vivienda.
 - a. Vivienda en condominio
 - b. Vivienda en torre de apartamentos
 - c. Vivienda independiente
3. En su opinión, en los próximos 5 años qué tan importante sería para usted tener una casa propia.
 - a. Muy importante
 - b. Importante
 - c. Ni importante ni poco importante
 - d. Poco importante
 - e. Nada importante
4. En su opinión, respecto a la situación de vivienda, prefiere usted:
 - a. Alquilar
 - b. Comprar
5. En estos tiempos de pandemia por COVID-19, ¿ha pensado usted tener un lugar propio para vivir?
 - a. Todos los días

- b. Casi todos los días
- c. Ocasionalmente
- d. Casi nunca
- e. Nunca

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Descubrir los elementos financieros aplicables de la población en estudio respecto de la adquisición de casa propia al corto o mediano plazo.

1. En su opinión, ¿considera usted importante una cultura de ahorro?
 - a. Muy importante
 - b. Importante
 - c. Ni importante ni poco importante
 - d. Poco importante
 - e. Nada importante
2. En su opinión, ¿qué tan satisfecho se siente usted respecto a sus ahorros para sus proyectos de vida y la compra de un hogar?
 - a. Muy satisfecho
 - b. Satisfecho
 - c. Ni satisfecho ni insatisfecho
 - d. Insatisfecho
 - e. Muy insatisfecho
3. ¿Ha considerado usted el financiamiento como una alternativa para adquirir una casa propia?
 - a. Siempre
 - b. Casi siempre
 - c. Ocasionalmente
 - d. Casi nunca
 - e. Nunca
4. En su opinión, ¿qué tan adecuado considera el financiarse para adquirir casa propia?
 - a. Muy adecuado
 - b. Adecuado
 - c. Ni adecuado ni inadecuado
 - d. Inadecuado
 - e. Muy inadecuado
5. De las siguientes opciones de financiamiento, ¿cuál tomaría usted?
 - a. Crédito en colones
 - b. Crédito en dólares
6. De los siguientes tipos de interés, ¿cuál tomaría usted suponiendo que el interés fijo es 1 % mayor a la hora de la toma que el interés variable?
 - a. Interés fijo
 - b. Interés variable

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Sugerir las estrategias financieras que la generación en estudio debe aplicar en el proceso de adquisición de casa propia durante la pandemia.

1. ¿Ha buscado usted opciones de asesoría financiera para establecer estrategias para el cuidado y la administración de sus finanzas en tiempos de pandemia?
 - a. Casi todos los días
 - b. Más de 7 días
 - c. Varios días
 - d. Rara vez, menos de dos días
 - e. Ningún día.
2. ¿Estaría usted de acuerdo en recibir capacitaciones financieras para reestructurar sus hábitos?
 - a. Muy de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. Desacuerdo
 - e. Muy en desacuerdo
3. ¿En algún momento, durante la pandemia, ha recortado usted sus gastos pensando en invertir en una vivienda?
 - a. Mucho
 - b. Algo
 - c. Poco
 - d. Nada
4. ¿Cuánto estaría dispuesto usted en ahorrar de sus ingresos mensuales para adquirir una casa propia?
 - a. Menos de 5 %
 - b. Entre el 5 % al 9 %
 - c. Entre el 10 % al 14 %
 - d. Más del 15 %
5. Considerando que adquiriera una casa propia mediante un crédito hipotecario, ¿a cuánto tiempo estaría dispuesto tomarlo?
 - a. Menos de 5 años
 - b. De 5 años a 9 años
 - c. De 10 años a 14 años
 - d. De 15 años a 19 años
 - e. Más de 20 años
6. De la siguiente lista, elija usted cuáles podrían ser factores por los cuales las personas en Costa Rica no cuentan con correctas estrategias financieras para comprar una casa propia (puede elegir varias).
 - a. Falta de educación financiera en escuelas y colegios
 - b. Poco interés de la población
 - c. Falta de control de ingresos y gastos
 - d. Falta de cultura de ahorro
 - e. Alto endeudamiento
 - f. No establecer objetivos a mediano o largo plazo
 - g. Alto costo de vida

7. ¿Cuál considera usted que sería el área más importante de mejora para establecer estrategias financieras para la compra de una casa propia?
-

PERFIL DEL ENCUESTADO:

Sexo

Hombre

Mujer

Edad

24-27

35-38

28-31

39-41

32-34

Estado civil

Soltero (a)

Divorciado (a)

Casado (a)

Viudo(a)

Unión libre

Nivel educativo

1 Primaria incompleta o menos

4 Secundaria completa

2 Primaria completa

5 Universidad incompleta

3 Secundaria incompleta

6 Universidad completa

¿A qué se dedica usted?

1 Trabaja

4 Labores del hogar

6 Suspensión del contrato
laboral

2 Estudia y trabaja

5 Pensionado

7 Desempleado(a)

3 Solo estudia

Provincia de residencia

Rango de ingresos mensuales netos

Menos de 500 000 colones

De 1 000 001 a 1 500 000 colones

De 500 001 a 1 000 000 colones

1 500 001 o más colones

¡Gracias por su colaboración!

Cuadro 2.1

Distribución porcentual de las respuestas referentes al objetivo uno de investigación

Característica	Porcentaje
Total	100
Importancia de casa propia	
Muy importante	52,22
Importante	23,33
Ni importante ni poco importante	13,33
Poco importante	8,89
Nada importante	2,22
Preferencia de vivienda	
Vivienda independiente	61,11
Vivienda en condominio	22,22
Vivienda en torre de apartamentos	16,67
Importancia de tener vivienda a 5 años	
Muy importante	42,22
Importante	27,78
Ni importante ni poco importante	17,78
Poco importante	11,11
Nada importante	1,11
Preferencia de tenencia de propiedad	
Compra	74,44
Alquiler	25,56
Recurrencia durante la pandemia en que se ha pensado tener vivienda propia	
Todos los días	20,00
Casi todos los días	20,00
Ocasionalmente	34,44
Casi nunca	12,22
Nunca	13,33

Nota. El análisis de los datos se realizó con una muestra de 90 personas.

Fuente: elaboración propia, 2021.

Cuadro 2.2

Distribución porcentual de las respuestas referentes al objetivo dos de investigación

Característica	Porcentaje
Total	100
Importancia de la cultura de ahorro	
Muy importante	82,22
Importante	15,56
Ni importante ni poco importante	-
Poco importante	2,22
Nada importante	-
Satisfacción sobre ahorros para compra de casa	
Muy satisfecho	14,44
Satisfecho	25,56
Ni satisfecho ni insatisfecho	22,22
Insatisfecho	30,00
Muy insatisfecho	7,78
Consideración del financiamiento como medio de adquisición de casa	
Siempre	28,89
Casi siempre	22,22
Ocasionalmente	31,11
Casi nunca	11,11
Nunca	6,67
Percepción de financiarse para adquirir casa propia	
Muy adecuado	22,22
Adecuado	42,22
Ni adecuado ni inadecuado	22,22
Inadecuado	12,22
Muy inadecuado	1,11
Preferencia de la moneda para financiarse	
Colones	86,67
Dólares	13,33
Preferencia del tipo de interés para financiarse	
Interés fijo	88,89
Interés variable	11,11

Nota. El análisis de los datos se realizó con una muestra de 90 personas.

Fuente: elaboración propia, 2021.

Cuadro 2.3*Distribución porcentual de las respuestas referentes al objetivo tres de investigación*

Característica	Porcentaje
Total	100
Frecuencia de búsqueda durante la pandemia de asesoría financiera	
Casi todos los días	5,56
Más de 7 días	2,22
Ningún día	62,22
Rara vez, menos de 2 días	20,00
Varios días	10,00
Aceptación para recibir capacitaciones financieras	
Muy de acuerdo	47,78
De acuerdo	33,33
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10,00
Muy en desacuerdo	5,56
Desacuerdo	3,33
Recorte de gastos en pandemia para invertir en casa propia	
Mucho	15,56
Algo	23,33
Poco	16,67
Nada	44,44
Disposición porcentual de ahorro del ingreso mensual	
Más del 15 %	32,22
Entre el 10 % y el 14 %	31,11
Entre el 5 % y el 9 %	31,11
Menos del 5 %	5,56
Preferencia de lapso de crédito hipotecario	
Más de 20 años	14,44
De 15 años a 19 años	21,11
De 10 años a 14 años	23,33
De 5 años a 9 años	34,44
Menos de 5 años	6,67
Factores por los cuales podría no contarse con estrategias financieras	
Falta de educación financiera	18,79
Alto endeudamiento	17,45
Falta de cultura de ahorro	15,44
No establecer objetivos a mediano o largo plazo	13,42
Alto costo de vida	12,08
Falta de control de ingresos y gastos	10,74
Poco interés de la población	8,05
Falta de control de ingresos y gastos	4,03
Área más importante por mejorar para establecer estrategias financieras	
Educativa	74,44
Bancaria	15,56
Situación país	10,00

Nota. El análisis de los datos se realizó con una muestra de 90 personas.

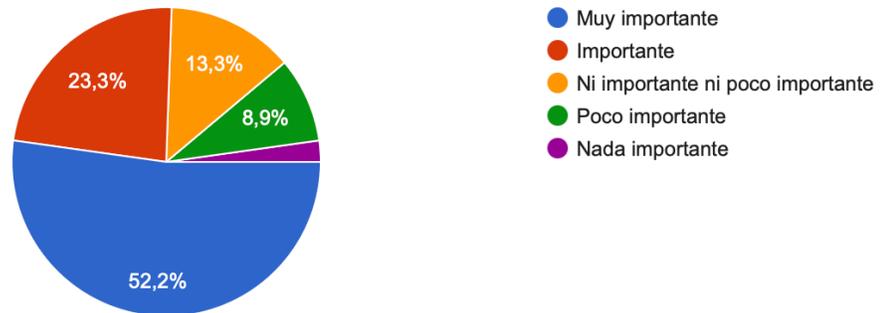
Fuente: elaboración propia, 2021.

Figura 2.1

Respuestas recibidas para la pregunta 1 de la sección 1

1. En su opinión ¿qué tan importante considera la tenencia de una casa propia?

90 respuestas



Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.

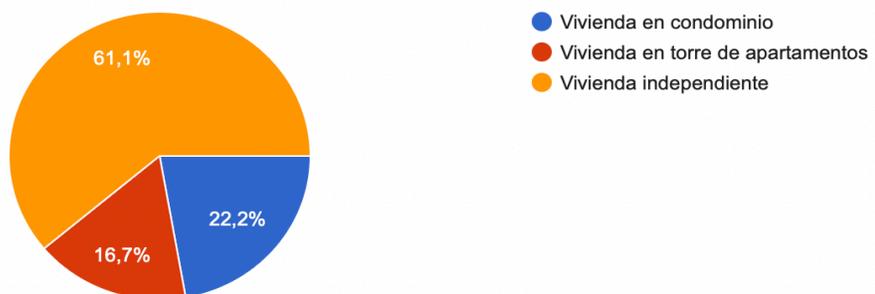
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 2.2

Respuestas recibidas para la pregunta 2 de la sección 1

2. De las siguientes opciones, elija la que más se ajusta a sus expectativas en cuanto a vivienda.

90 respuestas



Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.

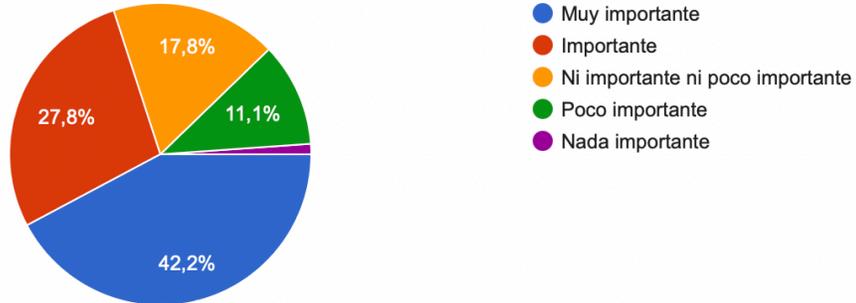
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 2.3

Respuestas recibidas para la pregunta 3 de la sección 1

3. En su opinión, en los próximos 5 años qué tan importante sería para usted tener una casa propia

90 respuestas



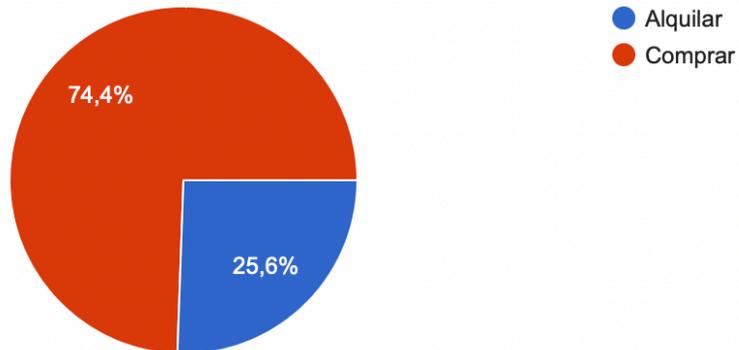
Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 2.4

Respuestas recibidas para la pregunta 4 de la sección 1

4. En su opinión, respecto a la situación de vivienda, prefiere usted:

90 respuestas



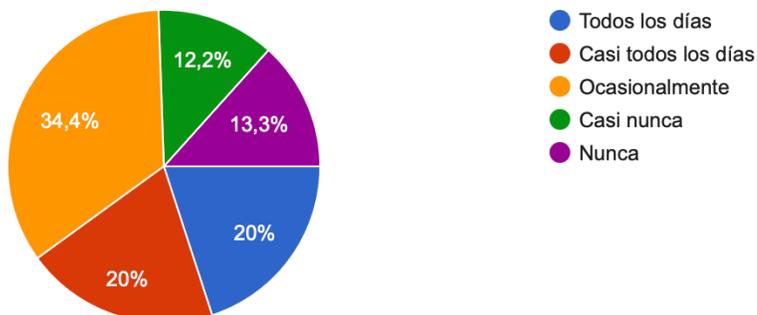
Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 2.5

Respuestas recibidas para la pregunta 5 de la sección 1

5. En estos tiempos de pandemia por COVID-19, ¿ha pensado usted tener un lugar propio para vivir?

90 respuestas



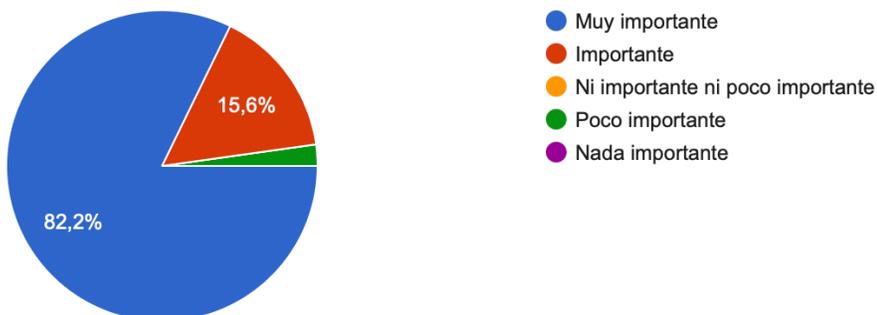
Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 3.1

Respuestas recibidas para la pregunta 1 de la sección 2

1. En su opinión, ¿Qué tan importante considera usted una cultura de ahorro?

90 respuestas



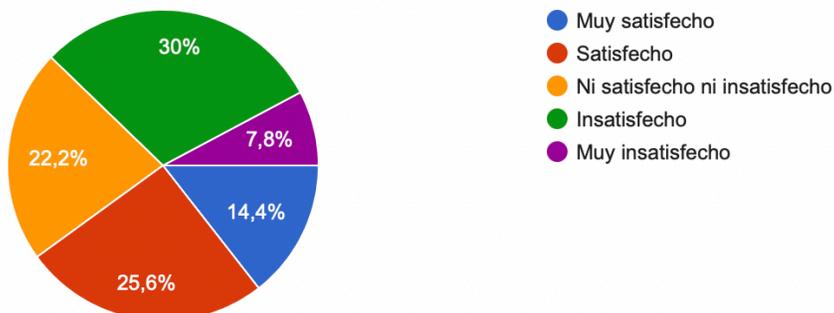
Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 3.2

Respuestas recibidas para la pregunta 2 de la sección 2

2. En su opinión, ¿qué tan satisfecho se siente usted respecto a sus ahorros para sus proyectos de vida y la compra de un hogar?

90 respuestas



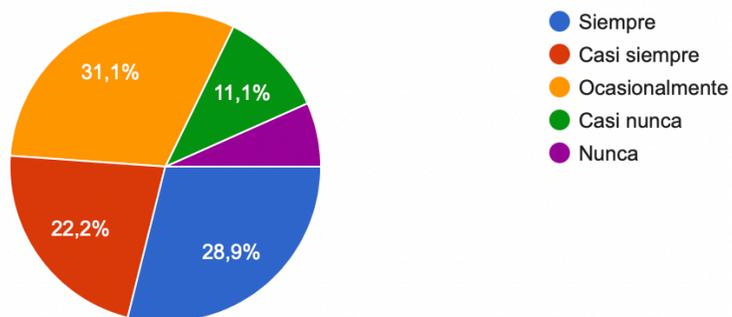
Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 3.3

Respuestas recibidas para la pregunta 3 de la sección 2

3. ¿Ha considerado usted el financiamiento como una alternativa para adquirir una casa propia?

90 respuestas



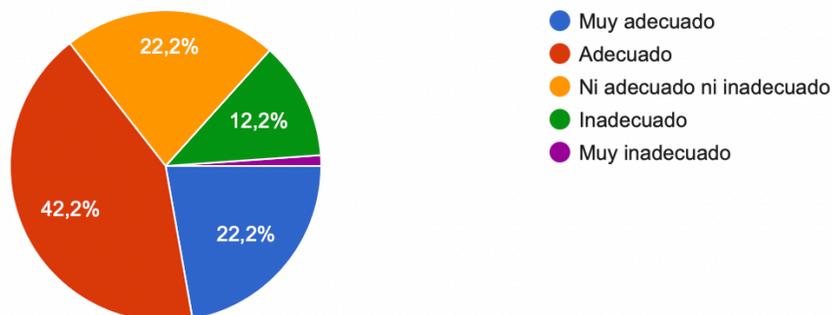
Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 3.4

Respuestas recibidas para la pregunta 4 de la sección 2

4. En su opinión, ¿qué tan adecuado considera el financiarse para adquirir casa propia?

90 respuestas



Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.

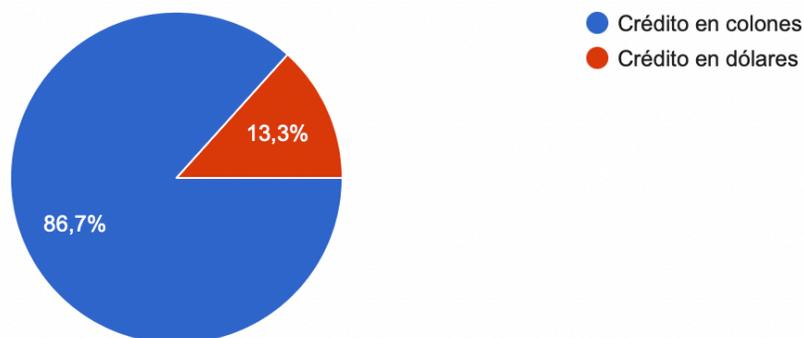
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 3.5

Respuestas recibidas para la pregunta 5 de la sección 2

5. De las siguientes opciones de financiamiento, ¿cuál tomaría usted?

90 respuestas



Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.

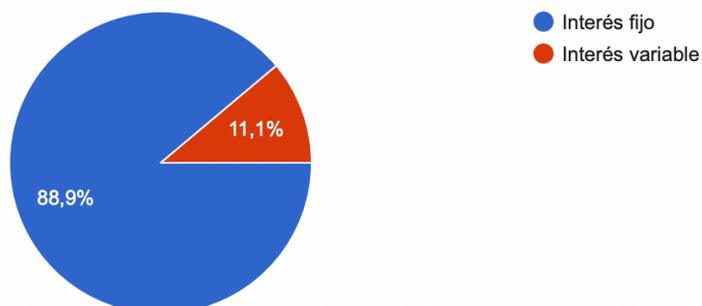
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 3.6

Respuestas recibidas para la pregunta 6 de la sección 2

6. De los siguientes tipos de interés, ¿cuál tomaría usted suponiendo que el interés fijo es 1% mayor a la hora de la toma que el interés variable?. Nota: Interés fijo hace referencia a la misma tasa de interés durante toda la deuda y el interés variable hace referencia a que este puede fluctuar (aumentar o disminuir) en el período según condiciones económicas.

90 respuestas



Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.

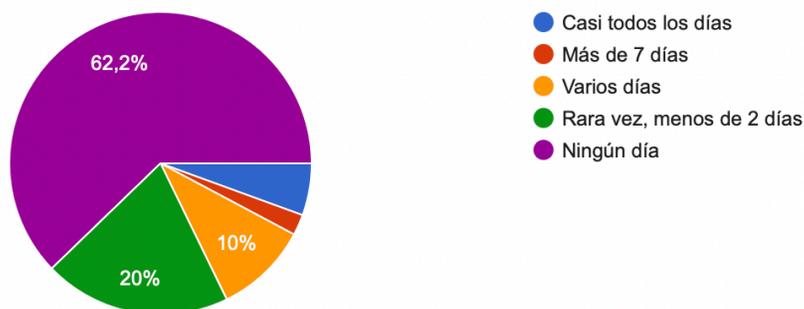
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 4.1

Respuestas recibidas para la pregunta 1 de la sección 3

1. ¿Ha buscado usted alternativas de asesoría financiera para establecer estrategias para el cuidado y administración de sus finanzas en tiempos de pandemia?

90 respuestas



Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.

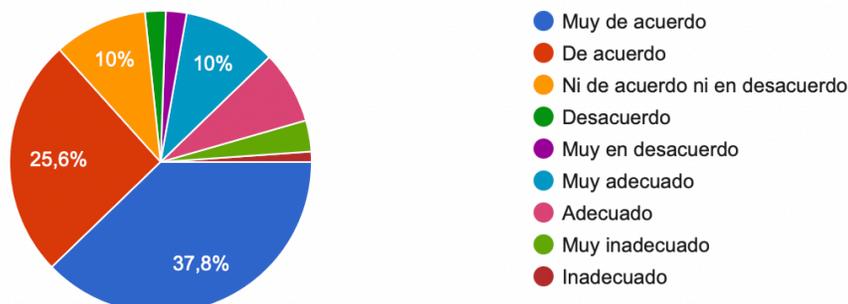
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 4.2

Respuestas recibidas para la pregunta 2 de la sección 3

2. ¿Estaría usted de acuerdo en recibir capacitaciones financieras para reestructurar sus hábitos?

90 respuestas



Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas. Al aplicar el instrumento, se notó que el nombre de la escala aunque hacía adecuada referencia a la medición, no estaba bien digitado por lo cual se corrigió el nombre, procesando después la base de datos para codificar de forma correcta las respuestas recibidas de esta manera y validando con las primeras personas a quienes se les envió la encuesta.

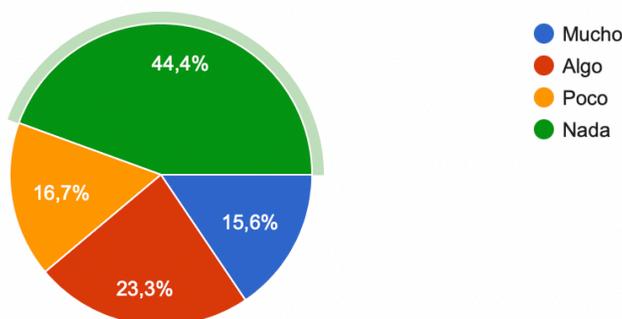
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 4.3

Respuestas recibidas para la pregunta 3 de la sección 3

3. ¿En algún momento durante la pandemia, ha recortado usted sus gastos pensando en invertir en una vivienda?

90 respuestas



Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.

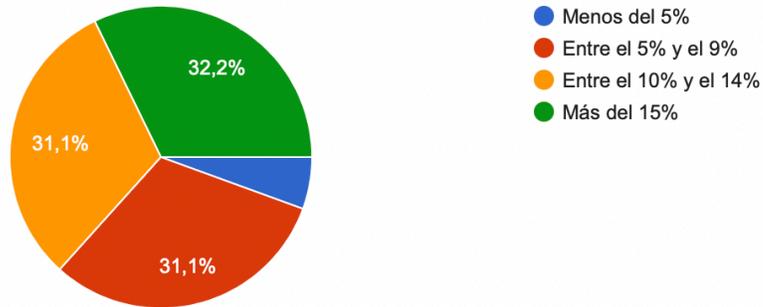
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 4.4

Respuestas recibidas para la pregunta 4 de la sección 3

4. ¿Cuánto estaría dispuesto usted en ahorrar de sus ingresos mensuales para adquirir una casa propia?

90 respuestas



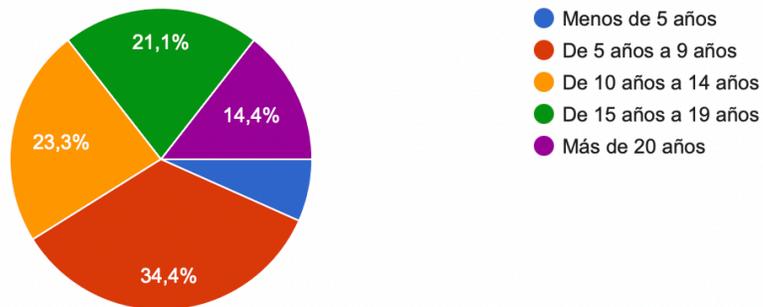
Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 4.5

Respuestas recibidas para la pregunta 5 de la sección 3

5. Considerando que adquiriría una casa propia mediante un crédito hipotecario, ¿a cuánto tiempo estaría dispuesto tomarlo?

90 respuestas



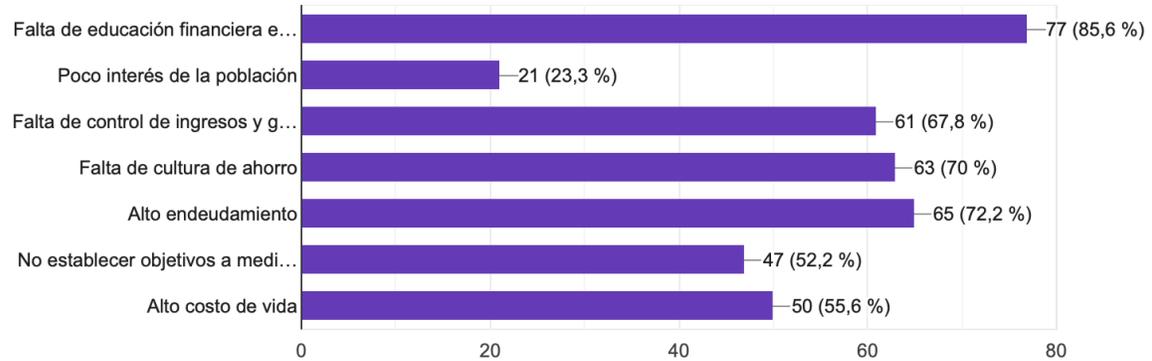
Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 4.6

Respuestas recibidas para la pregunta 6 de la sección 3

6. De la siguiente lista, elija usted cuáles podrían ser factores por los cuales las personas en Costa Rica no cuentan con correctas estrategias financieras para compra una casa propia. (puede elegir varias)

90 respuestas



Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 4.7

Respuestas recibidas para la pregunta 7 de la sección 3

7. ¿Cuál considera usted que sería el área más importante de mejora para establecer estrategias financieras para la compra de una casa propia?. Ejemplo: Educación, políticas públicas, bancaria (acceso a crédito, programas de ahorro), entre otras.

90 respuestas



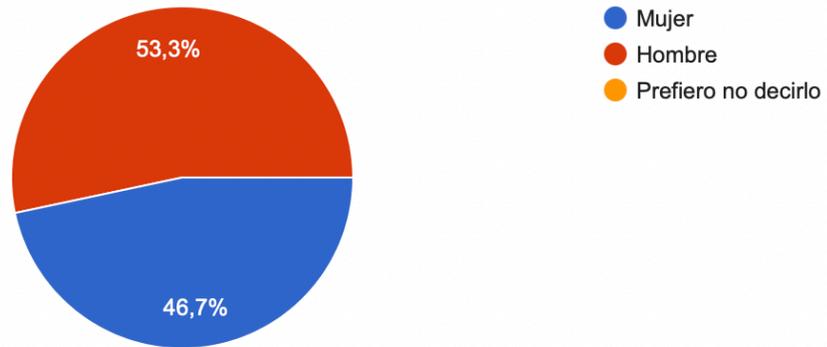
Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 5.1

Respuestas recibidas para la pregunta 1 de la sección 4

Sexo

90 respuestas



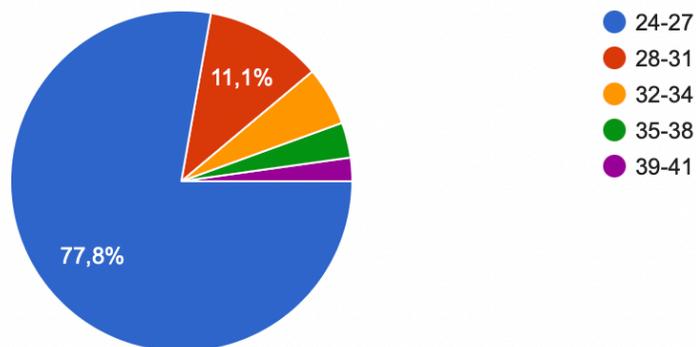
Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 5.2

Respuestas recibidas para la pregunta 2 de la sección 4

Edad

90 respuestas



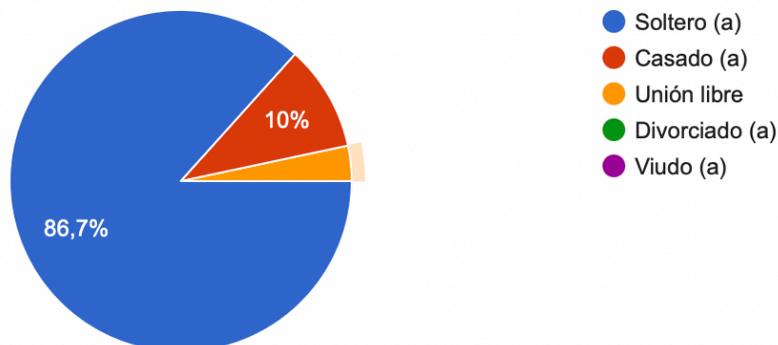
Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 5.3

Respuestas recibidas para la pregunta 3 de la sección 4

Estado civil

90 respuestas



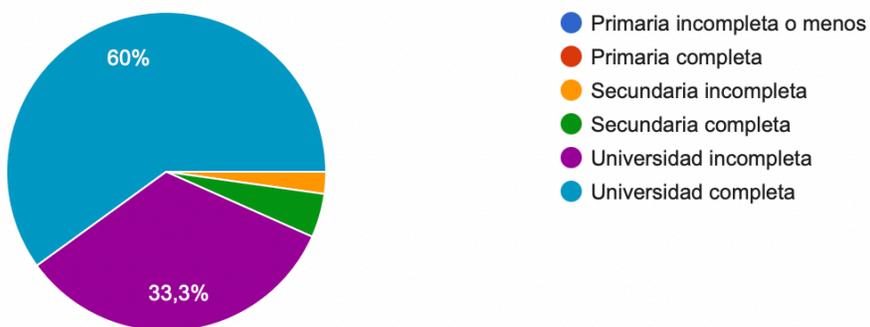
Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 5.4

Respuestas recibidas para la pregunta 4 de la sección 4

Nivel educativo

90 respuestas



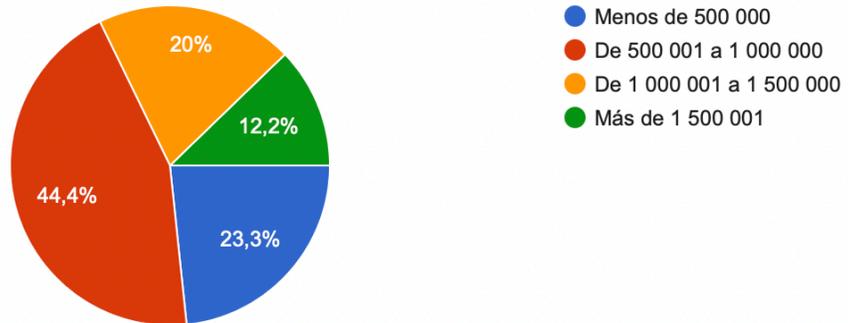
Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.

Figura 5.5

Respuestas recibidas para la pregunta 5 de la sección 4

Rango de ingresos personales de forma mensual neta

90 respuestas



Nota. Captura de pantalla que demuestra la cantidad de respuestas recibidas.
Fuente: formularios de Google, 2021.