

Aporte económico del sector de productos nostálgicos en el producto interno bruto de honduras

RESUMEN

El objeto de estudio del presente documento es la demostración del aporte económico del sector de productos nostálgicos al Producto Interno Bruto de Honduras.

Se utilizó una metodología de tipo correlacional, tomando como variable independiente los productos del sector nostálgico y como dependiente el Producto Interno Bruto de Honduras, se utilizó el método de correlación de Pearson para medir el grado de significancia de cada una de las variables e indicadores definidos.

Se encontró que apenas el 34% de los encuestados exporta sus productos al extranjero y que el 52% no conoce los requisitos para exportar sus productos. Sin embargo, el 57% mostró un interés en la exportación en el corto plazo.

Los países a los que más se exporta según los resultados, son America del Norte, entre ellos EEUU y Canadá, Centroamérica y América del Sur. En menor proporción Europa y Asia.

Los volúmenes de exportaciones representan en promedio un total de Lps. 2,371,500 al año, según los datos obtenidos en el estudio. Sin embargo, es importante destacar que debido a la muestra y las limitaciones del estudio no se cubrió con el total de exportadores de este sector, por lo que se toma como representativo este monto antes mencionado.

Finalmente se encontró que la mayor parte de los productos que se exportan a través de un intermediario no tienen el sello de "Comercio Justo", mientras que los que exportan directamente si lo tienen.

Palabras clave: *Exportación, Productos Nostálgicos, Producto Interno Bruto, Migración*

ABSTRACT

The main study object of this paper is the demonstration of the economic value of nostalgic products sector to the Gross Domestic Product of Honduras.

A methodology correlational used, taking as independent variable products nostalgic sector and as a dependent's Gross Domestic Product of Honduras. The method of Pearson correlation was used to measure the degree of significance of each of the variables and indicators defined.

It was found that only 34% of respondents exports its products abroad and that 52% do not know the requirements to export their products. However, 57% showed an interest in exports in the short term.

The countries to which they export according to the results, are North America, including the US and Canada, Central and South America. To a lesser extent Europe and Asia.

Export volumes represent on average a total of Lps. 2,371,500 per year according to data obtained in the study. However, it is important to note that because the sample and the limitations of the study was not covered with the total export of this sector, which is taken as representing the aforementioned amount.

Finally, it was found that most of the products are exported through an intermediary does not have the seal of "Fair Trade", while exporting directly if they have it. This indicates that most of the gain from the sale of these products it is carrying out the middleman and not the producer.

Keywords: *Export, Nostalgic Products , Gross Domestic Product , Migration*

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad son muchos los hondureños en el extranjero que solicitan a sus familiares o amigos que los visitan que lleven consigo una serie de productos típicos del país que para ellos son difíciles de conseguir por sus circunstancias. Es evidente que la exportación de éstos productos, que durante el documento llamaremos, "productos nostálgicos".

El propósito principal es identificar a los productos nostálgicos como una oportunidad para los pequeños productores de internacionalizarse y de ésta manera conocer la demanda de éstos productos en el extranjero.

En el capítulo I, de hace referencia a los estudios realizados por diferentes instituciones con respecto a los productos nostálgicos de Republica Dominicana, El Salvador y México. De igual manera se muestran resultados del estudio de Oferta Exportable de los productos nostálgicos realizado por el FIDE en 2004.

Se presenta el enunciado del problema de investigación, se definen los objetivos y la justificación y delimitación del estudio de los productos de éste sector.

Como parte de llevar al lector hacia un contexto general sobre el tema estudiado en el capítulo II se detallan los aspectos relevantes que llevaron a la migración de los hondureños al extranjero y por qué se vuelve una demanda creciente los productos estudiados.

Posteriormente, se define el tipo de investigación que se llevará a cabo, los instrumentos a utilizar, las fuentes primarias y secundarias del estudio. Definiendo como variable dependiente el Producto Interno Bruto y como variable independiente el aporte económico de los productos nostálgicos.

Finalmente, en el capítulo IV se detallan los resultados de la investigación, mediante una estadística descriptiva e inferencial en el que se resume mediante gráficas y tablas los hallazgos de la investigación y se realiza una prueba de hipótesis mediante el análisis de las variables definidas y la relación de cada uno de sus indicadores.

II. MARCO TEORICO / CONCEPTUAL / REFERENCIAL

1.1 Producto Interno Bruto De Honduras (PIB)

1.1.1 El Banco Central de Honduras

El Banco Central fue fundado el 1 de Julio de 1950 y desde su fundación es el encargado de formular, dirigir y ejecutar la política monetaria, crediticia y cambiaria con el propósito de velar por el mantenimiento del valor externo e interno de la moneda nacional y el buen funcionamiento y estabilidad de los sistemas financieros y de pagos del país. (Anónimo, Banco Central de Honduras, 2016)

En Honduras el Banco Central es el responsable de la medición de Producto Interno Bruto, y los resultados son presentados de manera trimestral, pues permite, analizar los movimientos coyunturales de la actividad económica, medir la evolución de la economía de forma trimestral, mejorar y facilitar el proceso de diseño de políticas económicas y realizar proyecciones más precisas utilizando modelos econométricos. (BCH, CEPAL, 2014)

1.1.2 Principales Indicadores Económicos del Banco Central de Honduras

Dentro de los principales indicadores presentados por el Banco Central de Honduras están:

- Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE)
- Índice de Precios al Consumidor (IPC)
- Tasas de Interés
- Balanza de Pagos
- Producto Interno Bruto Anual
- Producto Interno Bruto Trimestral

1.1.3 Producto Interno Bruto (PIB)

El producto interno bruto, es el conjunto de bienes y servicios producidos por un país, y por sus ciudadanos residentes en el extranjero, durante un periodo de tiempo determinado, valorados a precio de mercado. (Santandreu, 2002)

Según informes del Banco Central, durante el IV trimestre de 2015, el PIBT en términos constantes y desestacionalizados aumentó 1.3% respecto al tercer trimestre del mismo año, y en 4.1% con relación al mismo trimestre de 2014. Desde la perspectiva anual, en 2015, la economía nacional creció 3.6%, denotando un mayor ritmo de crecimiento al compararlo con el desempeño económico de 2014 (3.1%). Por el enfoque de la producción, el PIBT -en el período analizado- continuó siendo impulsado por el crecimiento en los servicios de Intermediación Financiera, Seguros y Fondos de Pensiones (2.7%); Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca (1.8%); Comercio, Hoteles y Restaurantes (2.1%) y Comunicaciones (1.9%); aunado a la mayor recaudación de impuestos indirectos (2.6%), específicamente sobre ventas y aporte vial. En contraste, la industria manufacturera mostró una tasa negativa (-1.3%). (BCH E. E., 2016)

De acuerdo a valores recopilados por el Banco Central de Honduras, se muestra la variación trimestral en valores constantes en un periodo del 2011 al 2015 del producto interno bruto de Honduras. (BCH, Banco Central de Honduras, 2016)

1.1.4 Rubros de la medición del PIB

El Banco Central presenta informes del PIB de acuerdo a los siguientes tipos:

- Por Rama de Actividad
- Por Tipo de Gasto

1.2 Globalización y cambio social

La real academia española, define la globalización bajo los siguientes dos conceptos

- f. Difusión mundial de modos, valores o tendencias que fomenta la uniformidad de gustos y costumbres.
- f. Econ. Proceso por el que las economías y mercados, con el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, adquieren una dimensión mundial, de modo que dependen cada vez más de los mercados externos y menos de la acción reguladora de los Gobiernos. (RAE, 2014)

La UNESCO, presenta un concepto bastante amplio al respecto, indicando que la globalización es un proceso multidimensional que se caracteriza por:

- La aceptación de un conjunto de reglas económicas para todo el mundo diseñado para maximizar los beneficios y la productividad mediante la universalización de los mercados y la producción, y para obtener el apoyo del estado con el fin de hacer que la economía nacional más productivo y competitivo;
- La innovación tecnológica y el cambio organizacional centrada en la flexibilización y la adaptabilidad;
- La expansión de una forma específica de organización social basada en la información como la principal fuente de productividad y de energía;
- La reducción del estado de bienestar, la privatización de los servicios sociales, la flexibilización de las relaciones laborales y los sindicatos más débiles;
- Transferencia de facto a las organizaciones transnacionales del control de los instrumentos de política económica nacionales, como la política monetaria, las tasas de interés y la política fiscal;
- La difusión de los valores culturales comunes, sino también el resurgimiento del nacionalismo, los conflictos culturales y los movimientos sociales. (UNESCO, 2000)

1.2.1 Migración y transnacionalismo

Se describe a la migración internacional como causa y a la vez consecuencia de la globalización. Esta relación implica complejas tensiones, que obedecen a la oposición de fuerzas e intereses entre los actores involucrados. No obstante, también se vincula a un consenso creciente en torno a temas específicos, construido a partir del diálogo y la cooperación entre los Estados, los organismos internacionales y la sociedad civil. Los distintos aspectos de los factores económicos, sociales, políticos y culturales vinculados a los movimientos migratorios ponen de relieve la variedad de significados de este fenómeno. Por ende, su tratamiento impone profundos desafíos, que no han impedido avanzar en la formulación de un programa de gobernabilidad para lograr una migración ordenada, segura y protectora de los derechos de las personas. (Pizarro, América Latina y el Caribe: Migración Internacional, derechos humanos y desarrollo, 2008)

Existen evidencias de que los inmigrantes son capaces de generar vínculos y afiliaciones con más de un país, lo que se traduce en ciudadanías transnacionales que trascienden la identificación y pertenencia a un solo Estado-nación y tensiona el vínculo entre Estado y ciudadanía única. Los Estados observan y actúan, sin adaptarse a cabalidad a estas repercusiones. (Pizarro, América Latina y el Caribe: Migración Internacional, derechos humanos y desarrollo, 2008)

1.2.2 Principales causas de la migración

Los problemas que mayormente afectan al país y su la población, y que más son mencionados por los migrantes hondureños están los siguientes: inseguridad y delincuencia (pandillas/violencia/consumo y tráfico de drogas) 19.7%; desempleo, 18,69%; ingobernabilidad, malos gobernantes y políticos/corrupción Estatal 15.4%; bajos salarios 13,64%; inflación y alto costo de la vida 10,86%; Falta de acceso a la educación y/o servicios de salud/asistencia a programas sociales 8.33%; pobreza y desigualdad 7,32%; baja productividad e inversión/pocas facilidades de crédito 1,51%; falta de acceso a vivienda 1,01%; falta de servicios básicos (agua, luz etc..) 1,01%; inundaciones y desastres naturales 1,01%; desintegración familiar, 0,25%; otros problemas 1.26%. (Recinos, 2014)

Entre las causas principales para salir del país más mencionadas por los migrantes están las siguientes: bajos salarios 20,8%; pobreza /desigualdad e inequidad, 20,6%; desempleo 14,2%; falta de acceso a la educación y/o servicios de salud/ ausencia de programas sociales 9,2%; entre otros. (Recinos, 2014)

1.2.3 Estadística de los hondureños en el extranjero

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) en un estudio del año 2006 el porcentaje de migración se concentró más en los departamentos de Cortés (21.7%) y Francisco Morazán (15.7%), siendo los hombres los que más emigran al extranjero con un 70.4%. (INE, 2006).

El nivel educativo de los migrantes tomando como referencia el tiempo de residencia en el exterior es de secundaria con un 59.3% y de educación superior con un 32.2%. El 33.3% de los emigrantes tienen un rango de edad de entre 19 a 24 años y de éstos el 34% emigra por motivos de búsqueda de trabajo seguido por estudios y motivos familiares.

1.3 Exportación de productos en Honduras

1.3.1 Exportaciones de Honduras por país destino

Para el año 2013, las exportaciones a América del norte representaron un 42%, seguido por Centroamérica con un 23% y Europa con un 21%. Para este año es interesante el incremento de la exportación a países como Asia, África y Oceanía que había disminuido después de la crisis del 2010.

El 88% de las exportaciones hacia América del Norte son a Estados Unidos y el 36% de las exportaciones a Centroamérica corresponden a El Salvador, seguido por Guatemala con un 30%.

Tabla 1 Exportaciones de Honduras por país destino

(Valor en miles de dólares)					
Región geográfica / país de destino	2009	2010/p	2011/p	2012/p	2013/p
Total exportaciones	2,595,325	3,103,683	4,202,127	4,696,180	3,648,805
América del norte	1,139,935	1,326,067	1,945,996	2,261,952	1,522,240
Centroamérica	620,429	731,057	769,423	649,079	833,588
Europa	549,806	677,409	1,031,632	1,246,640	773,042
América del sur	24,765	32,139	71,896	109,586	101,350
El caribe	72,467	76,374	79,377	102,767	115,325
Asia	171,941	237,740	288,543	314,223	261,854
África	11,490	19,137	4,737	3,485	10,071
Oceanía	1,589	1,788	7,356	6,543	15,238
Resto de países	2,903	1,973	3,167	1,906	16,095

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, con base a registros aduaneros de la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI).

1.3.2 Principales Productos de exportación

Según datos del 2014 presentados por el Banco Central de Honduras, los principales productos de exportación en Honduras son el café, el banano y la palma africana. (BCH, Honduras en cifras 2012-2014, 2014)

Ilustración 1 Exportaciones FOB de bienes (En millones de dólares de EEUU)

TRANSACCIONES INTERNACIONALES	2012	2013	2014
Exportaciones FOB de Bienes	8,359.3	7,805.5	8,072.2
(En millones de dólares de los Estados Unidos de América)			
Exportaciones FOB de Mercancías Generales, por Principales Productos ^{1/}			
Aceite de palma	319.2	286.4	309.6
Azúcar	56.3	66.6	74.3
Banano	448.9	490.1	456.0
Café	1,402.4	749.8	838.5
Camarón y langosta	222.2	273.2	290.1
Cigarrillos	30.8	32.2	32.9
Jabones	79.7	97.0	88.1
Legumbres y hortalizas	57.9	63.5	71.1
Madera	20.2	21.5	30.7
Manufacturas de madera	19.6	24.4	24.8
Melones y sandías	51.5	58.8	64.9
Muebles de madera	4.6	5.3	8.4
Papel y cartón	85.3	94.1	106.9
Plásticos y sus manufacturas	96.0	90.1	88.1
Piñas	20.5	19.8	20.7
Plata	23.2	25.9	32.4
Plomo y zinc	40.3	44.4	47.1
Preparación de hortalizas y frutas	40.0	41.1	69.6
Puros y cigarros	88.9	92.6	87.4
Tabaco	18.3	18.3	16.9
Textiles	78.0	86.3	87.2
Tilapia	60.4	65.2	74.1
Otros	1,031.1	1,041.6	1,037.7
Sub Total	4,295.4	3,787.9	3,957.6

Fuente: Banco Central de Honduras (Honduras en Cifras)

1.3.3 Comercio justo

El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente en el Sur. (Justo, s.f.) El comercio busca evitar la explotación infantil, el trabajo forzoso, condiciones laborales favorables para los empleados y también un pago justo a los productores.

1.4 Productos Nostálgicos

La CEPAL, de acuerdo a un estudio realizado en abril de 2004, define los productos nostálgicos están integrados por los bienes y servicios que forman parte de los hábitos de consumo, cultura y tradición de los diferentes pueblos y naciones. Los grupos que emigran al extranjero generalmente extrañan estos productos, los cuales son difíciles de obtener en los nuevos territorios donde se asientan.

Y como un término similar también define los productos étnicos, que son aquellos asociados a un país, pero que en el exterior los consumen tanto los nacionales como otros grupos de población. En este sentido, los productos étnicos han logrado penetrar en mercados de mayor dimensión. (CEPAL, 2004)

III. METODOLOGÍA

Para recolectar la información en la presente investigación se utilizó el método aleatorio simple, pues se cuenta con una población finita de productores de productos nostálgicos, identificados previamente por medio de un estudio exploratorio por parte de FIDE, Importaciones y Exportaciones, en el cual se determinó el total de empresas productoras de éstos productos a nivel nacional con capacidad de producción y exportación.

La unidad de análisis será el aporte económico que se genera de la exportación de los productos nostálgicos en el Producto Interno Bruto de Honduras, utilizando como instrumento para la recolección de la información una Encuesta, para la cual se utilizará un cuestionario estructurado que permita obtener toda la información necesaria para el presente estudio.

Una vez que se obtuvo la información de las Encuestas y cuestionarios, para poder medir el aporte económico que generan al Producto Interno Bruto los productos nostálgicos se realizó un estudio cuantitativo que permitió conocer qué porcentaje del total de productos que se fabrican por los productores de este rubro son exportados al extranjero y cuáles son los canales de distribución más utilizados para este fin. De igual manera, fué posible identificar si existen regulaciones para la exportación de éstos productos.

Para la recolección de datos se identificó la zona geográfica en la que se encuentran los productores seleccionados en el cálculo de la muestra y se les abordó oportunamente para realizarles la Encuesta en el lugar que se encontraban, siendo el investigador la persona que Encuesta y completa las respuestas del cuestionario. Una vez el productor proporcione la respuesta que más se adecúe a su negocio, se hizo un análisis de relaciones para determinar si el negocio seleccionado tiene un porcentaje significativo de exportaciones.

IV. ANÁLISIS DE DATOS

A continuación, se presentan y caracterizan los resultados estadísticos de la recolección de datos mediante 90 encuestas que se aplicaron a pequeños productores del rubro de productos nostálgicos, con el fin de describir las características de las mismas de acuerdo a las variables e indicadores presentados en el apartado III del presente documento. Los datos serán presentados utilizando gráficos y cuadros estadísticos de manera que la comprensión sea más ágil.

4.1.1 Producto Interno Bruto

4.1.1.1 Rubro al cual pertenecen los productos nostálgicos del productor

En este apartado se busca determinar el porcentaje de productores que pertenecen a cada uno de los rubros establecidos, aquí se presentan datos que permiten determinar cuál es el rubro que más se exporta al extranjero según la muestra tomada posteriormente. De acuerdo a los resultados obtenidos el rubro que más prevalece son las rosquillas, quesadillas y tustacas, seguidos por los lácteos y las tajaditas de plátano/yuca.

Tabla 2 Rubro al que pertenecen los productores entrevistados

Rubro al cual pertenece ^a	Responses	
	N	Percent
Lácteos: queso y quesillo	19	17.8%
Frijoles en grano y procesados	8	7.5%
Café	10	9.3%
Rosquillas, quesadillas y tustacas	33	30.8%
Tajaditas de plátano y de yuca	15	14.0%
Cazabe	6	5.6%
Batidos, conservas, alcitriones, etc	13	12.1%
Otros (especifique):	3	2.8%
Total	107	100.0%

4.1.1.2 Volumen de exportaciones de productos nostálgicos

Según los resultados obtenidos en ésta sección, de acuerdo al porcentaje de exportación y el precio de los productos, se hace un promedio que permite cuantificar el monto promedio que los productores exportan al año, para conocer la relación de aporte al PIB respecto al total de exportaciones.

Debido a que el rango de fabricación que más prevalece 1000 o más, y de este rango los productores dijeron exportar un 51% o más de sus productos, se puede decir en base a los precios que se indican son el promedio, Lps. 150, se determina que el monto en lempiras del total de exportaciones es de Lps. 2,371,500 anualmente. (Estos datos en base a los 31 encuestados que indicaron que si exportaban sus productos)

4.1.2 Aporte económico de los productos nostálgicos

4.1.2.1 Tratados arancelarios y políticas de exportación

Debido a que se desconoce la manera en que los productores exportan sus productos, también es importante estudiar si existen regulaciones para éstas transacciones. Se sabe

que en el caso de los productos perecederos existen medidas sanitarias que los países piden para el ingreso de éstos bienes.

El 54.84% de los encuestados dijo pagar aranceles para la exportación de sus productos, en cambio un 45.16% dijo no pagar.

Del 54.84% que indicaron pagar aranceles, los productores indican que los siguientes aranceles y certificados son necesarios para la exportación de los productos:

Tabla 3 Tipo de arancel que paga

Qué tipo de arancel paga	Responses	
	N	Percent
Sobre ventas	1	16.7%
Impuestos de exportacion	1	16.7%
taza de seguridad	1	16.7%
Impuesto sobre la renta	1	16.7%
Peaje	1	16.7%
Impuestos municipales	1	16.7%
Total	6	100.0%

Tabla 4 Requisitos para exportar

Requisitos para exportar	Responses	
	N	Percent
Registro Sanitario	30	30.3%
Permiso de operación	26	26.3%
Certificado de origen	24	24.2%
Certificado de la FDA	18	18.2%
Otra	1	1.0%
Total	99	100.0%

De igual manera, en este apartado se mide el nivel en el que los exportadores perciben que los aranceles y políticas de exportación inhiben o impulsan la exportación de sus bienes, que es un factor clave para que este rubro siga creciendo con el tiempo y así que su aporte al PIB sea significativo. Bajo esta premisa, el 74.2% dijo que los aranceles son un impedimento para la exportación de los productos.

4.1.2.2 Canales de distribución para la exportación de productos

Los datos recolectados permiten conocer si la mayor parte de los productos son enviados al extranjero mediante intermediarios o si por el contrario se exportan de manera directa por el productor de los mismos. Éste dato es muy importante pues de acuerdo a esto se sabe si el precio del fabricante llega al consumidor final con un porcentaje mucho mayor al del precio establecido en fábrica. Se puede entonces determinar en los hallazgos que, si un rubro utiliza una manera indirecta de exportación, su demanda por el precio sea menor que otro que se exporte directamente.

También se puede determinar los medios que utilizan los productores para la exportación, ya sea mediante un medio marítimo, aéreo o terrestre.

Tabla 5 Medios que utiliza para exportar

Medios que utiliza para exportar	Respuestas	
	N	Porcentaje
Aéreo	15	39.5%
Marítimo	5	13.2%
Terrestre	18	47.4%
Total	38	100.0%

Según los resultados del instrumento, en relación a los productores que actualmente están exportando sus productos, el canal de distribución que más se utiliza es el terrestre con una frecuencia de 47.4% en relación a los demás canales que se consultaron. Este canal se utiliza de manera directa en un 51.61% lo que indica que los productores encuentran ésta forma más factible para enviar sus productos al extranjero.

4.1.2.3 Comercio Justo

Cómo se mencionó anteriormente mediante la recolección de datos es importante conocer si los productores realizan su exportación de manera directa o indirecta, en la medida en que la proporción del total de encuestados indiquen que su exportación es por medio de un intermediario y cuentan con el sello de comercio justo, sabremos si el dinero se está quedando en las arcas del productor o de la gran empresa que se lleva sus productos al extranjero.

Tabla 6 Productos con sello de Comercio Justo

	C.2. Cómo realiza la exportación?		Total
	De manera directa	Por medio de un intermediario	
D.1. Sus productos cuentan con el sello de "Comercio Justo"	Si	5	16
	No	10	15
Total	16	15	31

En el inciso anterior se determinó el canal y la vía por la cual los productos son enviados al extranjero, y de acuerdo a los resultados, del porcentaje de fabricantes que utilizan un medio directo, el 68% tiene un sello de comercio justo, mientras que sólo el 33% de los que utilizan un medio indirecto tienen el sello de comercio justo.

4.1.2.4 Demanda de productos nostálgicos

Es importante conocer los países a los cuáles se exportan más los productos nostálgicos, pues así se sabrá la dispersión de los hondureños en el extranjero, mediante las respuestas de los encuestados sabremos en qué países o regiones del extranjero, la

demanda de éstos bienes es mayor. Esto irá de la mano con las regulaciones que cada país, según los resultados, tiene con respecto a la exportación de éstos productos. En la tabla a continuación se presentan a los países que más exportan productos nostálgicos.

Tabla 7 Países a los que se exporta

Países a los que exporta	Respuestas	
	N	Porcentaje
USA	16	28.6%
Canadá	9	16.1%
Centroamérica	17	30.4%
Europa	8	14.3%
Asia	1	1.8%
América del Sur	5	8.9%
Total	56	100.0%

El país de mayor demanda es Centroamérica con un 30.4% de frecuencia, seguidos por Estados Unidos con un 28.6%.

4.1.2.5 Potencial de exportación de productores actuales

La mayor parte de las personas encuestadas no exportan sus productos actualmente, sin embargo, gracias al instrumento sabemos si éstos productores están interesados en exportar sus productos y de igual manera conocer su capacidad de producción anual de manera que puedan satisfacer ésta demanda. En este último apartado se puede medir su capacidad de instalación física y de mano de obra, pues se puede calcular el promedio de personas que trabajan en las fábricas.

El 76.7% de los encuestados son empresas que funcionan con un máximo de 10 personas, que es un personal bastante reducido para lograr un aumento significativo en su producción para satisfacer la demanda del mercado internacional. Apenas un 4.4% tienen más de 21 empleados, un porcentaje bastante bajo para que ésta industria pueda salir a flote.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Mediante el uso de SPSS y la prueba de correlación de Pearson y el nivel de significancia se determina si la hipótesis se acepta o se rechaza. En base a lo anterior se presentan los resultados de las variables.

1. Aporte Económico del sector de productos nostálgicos - Producto Interno Bruto
Dentro del análisis de correlaciones se encontró que los productores de los frijoles en grano y procesados son los que mayor relación tienen con el porcentaje de su producción anual envían al extranjero.

Tabla 8 Producto cuyo volumen de exportación es mayor en relación a su producción

		A.4. Exporta Ud sus productos al extranjero	A.5. Por favor indique que porcentaje de producción exporta anualmente aproximadamente
Frijoles en grano y procesados	Pearson Correlation	-.267*	.413*
	Sig. (2-tailed)	.011	.021
	N	90	31

Por otro lado, el que posee un mayor potencial de exportación son las rosquillas, quesadillas y tustacas, pues su producción puede ser masiva en relación a los demás productos, sin embargo, muy poco se exporta y todo se queda en el consumo interno. En base a esto, si hubiese un incremento en la exportación de éstos productos el aporte al producto interno bruto del sector nostálgico podría aumentar sustancialmente. Cabe recalcar que este sector es el que mostró un mayor interés en exportar sus productos en el corto plazo.

Tabla 9 Sector con mayor interés en exportar en el corto plazo

		F.2. ¿Considera en sus planes a corto, mediano o largo plazo exportar sus productos?
Rosquillas, quesadillas y tustacas	Pearson Correlation	.299*
	Sig. (2-tailed)	.021
	N	59

En cuanto al medio que se utiliza, hay una correlación entre el café y el medio marítimo, así como los frijoles en grano y procesados con el medio terrestre

Tabla 10 Medios que se utilizan para la exportación

		Marítimo	Terrestre
Frijoles en grano y procesados	Pearson Correlation	-.076	.234*
	Sig. (2-tailed)	.478	.026
	N	90	90
Café	Pearson Correlation	.377**	.088
	Sig. (2-tailed)	.000	.407
	N	90	90

La localización depende del rubro al que pertenece cada producto, en su efecto el café mostró una alta tendencia de producción en la zona occidental y los batidos y conservas en la zona centro-sur.

Tabla 11 Productos por zona geográfica

		G.1. Dónde se encuentra ubicado (Ciudad)
Café	Pearson Correlation	-.312**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	90
Batidos, conservas, alcitriones, etc	Pearson Correlation	.271**
	Sig. (2-tailed)	.010
	N	90

El café representa el producto con el mayor pago de aranceles para la exportación.

Tabla 12 Pago de aranceles por producto

		Café
Sobre ventas	Pearson	.300**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	90
Impuestos de exportacion	Pearson	.300**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	90
taza de seguridad	Pearson	.300**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	90
Impuesto sobre la renta	Pearson	.300**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	90
Peaje	Pearson	.300**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	90
Impuestos municipales	Pearson	.300**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	90

De acuerdo a los resultados de la prueba de hipótesis y de los resultados en la estadística descriptiva, la hipótesis se acepta, basados en el hecho de que, aunque la muestra indicó que de los encuestados el porcentaje de los que exportan es menor a los que no lo hacen, el aporte de éstos en las exportaciones es significativa con respecto a la muestra (Lps. 2,371,500). De igual manera se encontró que la producción está fuertemente ligada con la zona de cada productor y que no existe un claro proceso de pago de aranceles o regulaciones para la exportación de los productos en éste sector.

El medio que se utiliza por los productores está fuertemente ligado al tipo de producto y los países a los cuáles se exporta. Tal es el caso del frijol que en su mayor parte se exporta a América del Sur y el café que es enviado a América del Norte y Asia según los datos recolectados. Es importante recalcar que la mayor parte de los encuestados no conocen los requisitos para exportar, pero que existe un interés sobre todo en el rubro de rosquillas, quesadillas y tustacas en exportar sus productos en el corto plazo¹.

VI. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

De acuerdo a los resultados de la prueba de hipótesis y de los resultados en la estadística descriptiva, la hipótesis se acepta, basados en el hecho de que, aunque la muestra indicó que de los encuestados el porcentaje de los que exportan es menor a los que no lo hacen, el aporte de éstos en las exportaciones es significativa con respecto a la muestra (Lps. 2,371,500). De igual manera se encontró que la producción está fuertemente ligada con la zona de cada productor y que no existe un claro proceso de pago de aranceles o regulaciones para la exportación de los productos en éste sector.

El medio que se utiliza por los productores está fuertemente ligado al tipo de producto y los países a los cuáles se exporta. Tal es el caso del frijol que en su mayor parte se exporta a América del Sur y el café que es enviado a América del Norte y Asia según

los datos recolectados. Es importante recalcar que la mayor parte de los encuestados no conocen los requisitos para exportar, pero que existe un interés sobre todo en el rubro de rosquillas, quesadillas y tustacas en exportar sus productos en el corto plazo

REFERENCIAS

- Anónimo. (1 de Abril de 2016). *Banco Central de Honduras*. Obtenido de http://www.bch.hn/historia_bch.php
- Anónimo. (s.f.). *Banco de México*. Obtenido de <http://www.banxico.org.mx/ayuda/temas-mas-consultados/balanza-pagos-comercio-exteri.html>
- BCH. (2014). *Banco Central de Honduras*. Obtenido de http://www.bch.hn/download/honduras_en_cifras/hencifras2012_2014.pdf
- BCH. (1 de Abril de 2016). *Banco Central de Honduras*. Obtenido de <https://see.bch.hn/portalPIBT/PortalPrincipal.aspx>
- BCH. (s.f.). *Banco Central de Honduras*. Obtenido de http://www.bch.hn/download/imaef/nota_imaef.pdf
- BCH. (s.f.). *Banco Central de Honduras*. Obtenido de http://www.bch.hn/download/ipc_historico/IPC1999.pdf
- BCH, E. E. (Febrero de 2016). *Banco Central de Honduras*. Obtenido de http://www.bch.hn/download/pib/2015/pib_IV_trimestre_2015.pdf
- CEPAL. (Abril de 2004). <http://www.cepal.org/>. Obtenido de <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/7/14737/1589-1.pdf>
- INE. (2006). *Poblacion emigrante por sexo segun departamento*. Tegucigalpa.
- Justo, O. M. (s.f.). *Coordinadora Estatal del Comercio Justo*. Obtenido de <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/>
- Pizarro, J. M. (2008). *América Latina y el Caribe: Migración Internacional, derechos humanos y desarrollo*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Pizarro, J. M. (2008). *América Latina y el Caribe: Migración Internacional, derechos humanos y desarrollo*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- RAE. (2014). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=JFCXg0Z>
- Recinos, V. L. (7 de Abril de 2014). LOS ESCENARIOS DE LA MIGRACIÓN INTERNACIONAL CENTROAMERICANA: CAUSAS Y EFECTOS DE LA MIGRACIÓN HONDUREÑA EN TRÁNSITO POR MÉXICO HACIA EUA. *Riesgos y peligros de migración hondureña a Estados Unidos*, págs. 10-11. Obtenido de http://actacientifica.servicioit.cl/biblioteca/gt/GT30/GT30_LopezRecinos.pdf
- Santandreu, E. (2002). *Diccionario de términos financieros*. Ediciones Granica S.A.
- UNESCO. (Septiembre de 2000). *International Social Science*. (B. Publishers, Ed.) *International Social Science*, 165, 421.

AUTORIZACIÓN Y RENUNCIA

El siguiente texto deberá aparecer en la sección; "Los (a) autores facultan a CEAT para publicar el escrito en los procedimientos de la conferencia. CEAT o los editores no son responsables por el contenido y las implicaciones de lo que esta expresado en el escrito."