



**FACULTAD DE POSTGRADO  
TESIS DE POSTGRADO**

**INICIATIVA DE REPOSICIONAMIENTO Y  
AMPLIACIÓN DE LA COBERTURA PARA LA FUNDACIÓN  
CRÉDITO EDUCACIONAL HONDUREÑO CREHO**

**SUSTENTADO POR:  
KELLYN YOLIBETH SUAZO HERNÁNDEZ  
JERSON LENIN OSORIO PAZ**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE  
MÁSTER EN  
DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**TEGUCIGALPA, F. M., HONDURAS, C.A.  
JULIO, 2017**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA  
UNITEC**

**FACULTAD DE POSTGRADO**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**MARLON ANTONIO BREVÉ REYES**

**SECRETARIO GENERAL**

**ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO**

**JOSÉ ARNOLDO SERMEÑO LIMA**

**INICIATIVA DE REPOSICIONAMIENTO PARA LA  
FUNDACIÓN CRÉDITO EDUCACIONAL HONDUREÑO  
CREHO**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS  
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
MÁSTER EN  
DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**ASESOR METODOLÓGICO  
CARLOS A. ZELAYA OVIEDO**

**ASESOR TEMÁTICO  
MERLYN EUCLIDES OSORIO PAZ**

**MIEMBROS DE LA TERNA:**

**MINA GARCIA  
CARLA CARDONA  
JOSE EVELIO SERRANO**



## **FACULTAD DE POSTGRADO**

# **INICIATIVA DE REPOSICIONAMIENTO PARA LA FUNDACIÓN CRÉDITO EDUCACIONAL HONDUREÑO CREHO**

### **NOMBRE DE LOS MAESTRANTES:**

**Kellyn Yolibeth Suazo Hernández y Jerson Lenin Osorio Paz**

### **Resumen**

El propósito de la presente investigación, es realizar un estudio que permita la ampliación del financiamiento educativo de la fundación CREHO, expandiendo sus operaciones en la ciudad de San Pedro Sula, esto con la finalidad de contribuir al crecimiento institucional y lograr satisfacer la demanda de usuarios del crédito educativo a nivel nacional, dicha investigación pretende a través de la expansión de CREHO, facilitar a la población el acceso a la educación superior, creando nuevas oportunidades que contribuyen al desarrollo y fortalecimiento del país. El estudio procura analizar la percepción, aceptación y viabilidad de la expansión de CREHO, develando así aspectos que influyen en el acceso al crédito y mejora en los servicios que se ofrece, del mismo modo permitir con la nueva cobertura facilitar la obtención de información y un medio de motivación a las personas.

**Palabras claves:** expansión regional, demanda de usuarios, crédito educativo.

## **POSTGRADUATE FACULTY**

### **REPOSITIONING INITIATIVE FOR THE HONDURAN CREHO EDUCATIONAL CREDIT FOUNDATION**

#### **POSTGRADUATE NAME:**

**Kellyn Yolibeth Suazo Hernández y Jerson Lenin Osorio Paz**

#### **Abstract**

The purpose of the present investigation is to realize a study that allows educational financing extension of CREHO foundation, expanding its operations in San Pedro Sula city, this with the finality of contributing to institutional growth and satisfy the users educational credit demand, this investigation pretends through CREHO expansion, to easy to the population the access to superior education, creating new opportunities that contribute to the development and strengthening of the country. This study seeks to analyze the perception, acceptance and visibility of CREHO revealing the aspects that influence in the access to credit and the improvements of the services that it offers, in the same way to permit with the new familiar coverage the obtaining of the information and a people motivation medium.

**Keywords:** regional expansion, demand of users, educational credit.

## **DEDICATORIA**

Esta tesis quiero dedicarla a la honra de Dios, quien fue mi guía y centro vital de mi motivación; a mi familia quienes siempre me han apoyado de manera incondicional en este largo camino profesional, impulsándonos a ser personas de éxito pese a las dificultades, perseverando en esta meta. Agradeciendo también a cada uno de los colegas que han compartido sus experiencias y sueños junto a nosotros.

Kellyn Yolibeth Suazo Hernández

Esta tesis quiero dedicarla a mi Dios, quien siempre estuvo a mi lado guiándome, dándome sabiduría y entendimiento durante este largo camino, a mi esposa y mis hijos por ser esos seres invaluable, que han sido mi soporte y mi inspiración para lograr este objetivo.

A mis padres que siempre están pendientes de mí apoyándome y quienes se han esforzado en mi educación y por hacer de mi un hombre de éxito, a mis hermanos por brindarme su apoyo, su comprensión y sus consejos a no desmayar a pesar de las circunstancias.

Jerson Lenin Osorio Paz

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer primeramente a Dios, que ha sido el centro de mi vida y también el motivo por el cual mi fe nunca se desvaneció con el fin de seguir luchando por esta meta que hoy estoy culminando, a mi madre que siempre me inculcó la paciencia y la confianza en mí; a mis hermanas que me apoyaron y guiaron para poder desempeñarme como una profesional de éxito, a mi padre por su apoyo incondicional que nunca faltó y a cada uno de los catedráticos quienes me impartieron el pan de saber.

Kellyn Yolibeth Suazo Hernández

Agradezco a Jehová nuestro Dios por darnos vida, salud y trabajo para poder terminar con éxito una meta de nuestra vida y permitir alcanzar este sueño, a mi familia por su apoyo incondicional y ser el soporte ante las adversidades para poder lograr este objetivo.

A la Universidad Tecnológica Centro Americana, catedráticos y colegas que fueron parte vital de este proyecto, contribuyendo a mi formación para ser de mí un profesional de éxito.

A la Fundación Crédito Educativo Hondureño por creer en mi sueño y aportar el financiamiento necesario para el desarrollo de mismo.

Jerson Lenin Osorio Paz

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Introducción.....	1
1.2 Antecedentes .....	1
1.3 Definición del problema.....	2
1.3.1 Enunciado del problema .....	2
1.3.2 Formulación del problema.....	2
1.3.3 Preguntas de investigación .....	3
1.4 Objetivos del proyecto .....	3
1.4.1 Objetivo general.....	3
1.4.2 Objetivos específicos .....	3
1.5 Justificación.....	4
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>5</b>
2.1 Análisis de la situación actual.....	5
2.1.1 Análisis del macro-entorno.....	5
2.1.2 Análisis del micro-entorno .....	12
2.1.3 Análisis interno .....	16
2.2 Teorías.....	21
2.2.1 Teorías de sustento.....	21
2.2.1.1 Calidad Total Ishikawa.....	21
2.2.1.2 Teoría de la calidad, eficiencia y equidad en la educación superior .....	24
2.2.2 Marco conceptual.....	27
2.3 Metodologías aplicadas.....	32
2.3.1 Estrategias de Crecimiento .....	32
2.3.2 Recolección de datos cuantitativos .....	34

<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>35</b>
3.1 Congruencia Metodológica .....	35
3.1.1 Variables de estudios.....	36
3.1.2. Operacionalización de las variables .....	38
3.1.3 Hipótesis.....	39
3.1.3.2 Tipo de Hipótesis .....	<b>39</b>
3.2 Enfoque y métodos de la investigación.....	40
3.3 Diseño de la investigación.....	42
3.3.1 Población .....	44
3.3.2 Muestra.....	44
3.4 Instrumentos, técnicas y procedimientos aplicados .....	45
3.4.1. Instrumentos .....	45
3.4.2. Técnicas.....	45
3.4.3. Procedimiento .....	46
3.5.1. Fuentes primarias .....	46
3.5.2. Fuentes secundarias.....	46
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS .....</b>	<b>47</b>
4.1 Resultados de la encuesta 1 .....	47
4.2 Resultados de encuesta 2.....	61
4.3 Diagrama de Ishikawa.....	74
4.4 Análisis estadístico .....	77
4.5 Propuesta .....	80
4.5.1 Estudio de pre factibilidad.....	80
4.5.2 Introducción.....	80
4.5.3 Análisis DAFO .....	83

4.5.4 Descripción de la propuesta .....	85
4.5.4.1 Resultados del estudio de mercado .....	85
4.5.4.2 Resultados del estudio técnico .....	99
4.5.4.3 Resultados del estudio financiero.....	109
4.5.5 Presupuesto .....	112
4.5.7 Cronograma de actividades para el desarrollo del proyecto. ....	116
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>117</b>
5.1 Conclusiones .....	117
5.2 Recomendaciones .....	118
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>120</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>124</b>

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz Metodológica .....	36
Tabla 2. Operacionalización de variables .....	38
Tabla 3. Continuidad de estudios universitarios para los jóvenes de educación media. ....	47
Tabla 4. Preferencia en el tipo de educación o carrera.....	49
Tabla 5. Elección de centro universitario.....	50
Tabla 6. Responsables de cubrir con gastos educativos universitarios. ....	52
Tabla 7. Conocimiento de instituciones que otorgan financiamiento educativo. ....	53
Tabla 8. Reconocimiento institucional referente al rubro de financiamiento. ....	55
Tabla. 9 Aceptación del financiamiento educativo en la educación media. ....	56
Tabla 10. Reconocimiento institucional de Fundación CREHO. ....	57
Tabla 11. Disposición para movilizarse en busca del crédito educativo. ....	58
Tabla 12. Participación de la encuesta por género.....	59
Tabla 13. Fondos para estudio de carrera universitaria.....	61

Tabla 14. Carrera de estudios universitarios .....	62
Tabla 15. Reconocimiento institucional.....	64
Tabla 16. Aceptación del programa de crédito educativo. ....	65
Tabla 17. Finalidad del financiamiento educativo .....	67
Tabla 18. Aceptación de ampliación y cobertura .....	68
Tabla 19. Movilización para adquirir el beneficio de crédito educativo. ....	70
Tabla 20. Participación de herramienta de recolección de datos por género.....	71
Tabla 21. Rango de edades.....	72
Tabla 22. Adquisición económica de los jóvenes estudiantes. ....	73
Tabla 23. Datos estadísticos del reconocimiento institucional o posicionamiento de marca. ....	77
Tabla 24. Mercado meta para promover el financiamiento educativo de primer ingreso en educación superior. ....	78
Tabla 25. Análisis interno y externo de fundación CREHO .....	83
Tabla 26. Plazos, tasas y tiempo de aprobación .....	87
Tabla 27. Porcentaje de personas que aceptan el programa de financiamiento .....	88
Tabla. 28 cálculos de la demanda potencial .....	89
Tabla 29. Descripción de la competencia en el mercado de crédito educativo. ....	90
Tabla 30. Porcentaje de las tasa de interés de los principales competidores para fundación CREHO. ....	91
Tabla 31. Plazos de financiamiento educativo .....	92
Tabla 32. Montos de financiamiento educativo:.....	93
Tabla 33. Tiempo de resolución del crédito educativo. ....	94
Tabla 34. Cobertura de financiamiento educativo. ....	94
Tabla 35. Tipos de cuotas para el financiamiento educativo. ....	95
Tabla. 36 Nivel de competitividad de Fundación CREHO ante las demás instituciones dedicadas al otorgamiento de financiamiento educativo.....	97
Tabla 37. Especificaciones del local .....	101
Tabla 38. Descripción del proceso de Solicitud de préstamo. ....	103
Tabla 39. Requerimiento del Recursos Humano .....	106
Tabla 40. Mobiliario y equipo de oficina: .....	106
Tabla 41. Gastos Administrativos .....	107

Tabla 42. Planilla de Colaboradores .....	107
Tabla 43. Balance general .....	109
Tabla 44. Estado de resultados proyectado. ....	110
Tabla 45. Flujos de efectivo .....	111
Tabla 46. VAN y TIR .....	112
Tabla 47. Presupuesto .....	112
Tabla 48. Cronograma de actividades para el desarrollo del proyecto. ....	116

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Porcentaje mundial de la prioridad a la educación en el mundo. ....	6
Figura 2. Proceso educativo en un sistema abierto. ....	11
Figura 3. Requisitos para constituir y operar una empresa en Honduras. ....	16
Figura 4. Evolución institucional.....	17
Figura 5. Estructura administrativa fundación CREHO.....	18
Figura 6. Proceso de crédito educativo. ....	20
Figura 7. Teoría de la Calidad, Eficiencia y Equidad .....	26
Figura 8. Diagrama de variables .....	37
Figura 9. Proceso de recolección de información. ....	43
Figura 10. Criterio de disposición para la continuación de estudios universitarios. ....	48
Figura 11. Preferencia del tipo de carrera a estudiar.....	49
Figura 12. Preferencia del centro educativo para estudiar sus carreras universitarias. ....	51
Figura 13. Encargados de cubrir los gastos académicos de educación superior. ....	52
Figura 14. Reconocimiento institucional del financiamiento educativo. ....	54
Figura 15. Percepción del financiamiento educativo institucional. ....	55
Figura 16. Aceptación del financiamiento educativo en educación media. ....	56
Figura 17. Percepción y reconocimiento de marca institucional. ....	57
Figura 18. Disponibilidad para adquirir el financiamiento educativo fuera de la ciudad.....	58
Figura 19. Colaboración en el llenado de la encuesta por género.....	60
Figura 20. Tipos de fondos para cubrir gastos de educación en las carreras universitarias. ....	61

Figura 21. Carreras universitarias .....	63
Figura 22. Reconocimiento de marca y de producto. ....	64
Figura 23. Aceptación del financiamiento educativo.....	66
Figura 24. Destino del financiamiento educativo. ....	67
Figura 25. Ampliación de cobertura institucional. ....	69
Figura 26. Traslados a oficina central del programa de crédito educativo. ....	70
Figura 27. Participantes de la encuesta. ....	71
Figura 28. Edades de los participantes.....	72
Figura 29. Ingresos económicos de personas interesadas en el financiamiento educativo.....	73
Figura 30. Diagrama de Ishikawa aplicado a la Fundación CREHO .....	74
Figura. 31 Estimación de la demanda satisfecha. ....	88
Figura 32. Comercialización del financiamiento educativo .....	96
Figura 33 Valor competitivo de Fundación CREHO año 2017.....	98
Figura 34. Macro localización de la nueva sucursal. ....	100
Figura 35. Distribución de las instalaciones de la Sucursal de la Fundación CREHO. ....	102
Figura 36. Diagrama de proceso de crédito educativo. ....	104

# **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

En este capítulo se detallan los antecedentes, definición, enunciado, formulación, objetivo y la justificación del problema, así como el desglose de los objetivos específicos del problema.

## **1.1 Introducción**

El presente estudio se realizó como una propuesta de desarrollo para la empresa Fundación Crédito Educativo Hondureño, conocido de ahora en adelante por sus siglas CREHO, el cual consiste en poder realizar la expansión de sus plazas a la zona norte del país, en la ciudad de San Pedro Sula.

Se desarrolló un estudio de pre factibilidad comprendido por el estudios de mercado necesario para evaluar y conocer la aceptación del crédito educativo; seguido de un estudio técnico que permitió conocer cada uno de los requerimientos operáticos y tecnológicos de la plaza a aperturar y un estudio financiero para complementar y dar valor a la propuesta de expansión y así determinar cuan viable es la apertura de una nueva oficina para otorgar créditos educativos en la ciudad de San Pedro Sula que pueda generar sustentabilidad y rentabilidad a la institución.

## **1.2 Antecedentes**

Fundación Crédito Educativo Hondureño CREHO, institución privada sin fines de lucro, fundada en el año 2002 encontrándose localizada en la ciudad de Tegucigalpa quien a través de su programa de financiamiento educativo, ha incentivado a muchos jóvenes hondureños a continuar con sus estudios académicos de educación superior como ser; carreras universitarias, maestrías y estudios técnicos.

Hoy en día solo ha podido satisfacer la demanda creciente de personas pertenecientes a la zona central del país debido a su baja cobertura institucional y número de plazas por lo que los clientes deben movilizarse a la ciudad de Tegucigalpa a realizar el proceso de calificación y formalización del mismo.

### **1.3 Definición del problema**

#### **1.3.1 Enunciado del problema**

Se carece de cobertura institucional en fundación CREHO, lo cual impide cubrir la demanda de usuarios de crédito educativo de manera total, llevando a cabo traslados en diferentes jornadas a las diferentes zonas del país con el fin de facilitar el intercambio de documentación y proceso de entrevista a los clientes.

El otorgamiento de crédito educativo se ha visto limitado debido a la poca cobertura que la fundación CREHO posee hoy en día, esto se debe a diversos factores internos que impiden el crecimiento de la institución a nivel nacional.

Los usuarios de crédito educativo actualmente pertenecen a la zona centro del país, sin embargo, existe una gran cantidad de clientes potenciales que residen en la zona norte.

#### **1.3.2 Formulación del problema**

Limitada cobertura de CREHO a nivel nacional debido a la falta de sucursales en las diferentes zonas del país.

¿Qué tan factible sería ampliar la cobertura de fundación CREHO a nivel nacional?

### **1.3.3 Preguntas de investigación**

Con el propósito de realizar una evaluación previa al trabajo de investigación, se plantean las siguientes preguntas:

- a) ¿Cuál sería la estrategia más factible para ampliar la cobertura de servicio que facilite el proceso de financiamiento educativo de fundación CREHO a nivel nacional?
- b) ¿Cuáles son los factores que han limitado para que la fundación CREHO no haya ampliado su cobertura a nivel nacional?
- c) ¿Qué ventajas tendría la ampliación de la cobertura de fundación CREHO a nivel nacional?
- d) ¿Cuál sería el costo de ampliar la cobertura de la fundación CREHO a nivel nacional?

## **1.4 Objetivos del proyecto**

### **1.4.1 Objetivo general**

Contribuir a la ampliación del financiamiento educativo de la Fundación CREHO a nivel nacional, mediante un estudio de pre factibilidad para crear una nueva sucursal regional en San Pedro Sula, para satisfacer las necesidades académicas de educación superior de los jóvenes estudiantes.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- a) Conocer los factores que han limitado la ampliación de la cobertura de fundación CREHO.
- b) Diseñar las posibles alternativas que aporten solución al reposicionamiento institucional para fundación CREHO.
- c) Evaluar las ventajas y desventajas que genera la ampliación del crédito educativo a nivel regional.
- d) Proponer un estudio de pre factibilidad orientado a la creación de una oficina regional en SPS.

## **1.5 Justificación**

El programa de financiamiento educativo que ofrece fundación CREHO a la población estudiantil, es notablemente aceptado en cuanto a los términos y exigencias del mismo, pero se carece de una amplia cobertura que pueda brindar el beneficio a las personas en diferentes zonas del país, es por eso que se realiza la propuesta de aplicar una estrategia de expansión en su oferta de servicios financieros.

Por ser una institución que apoya a la educación en Honduras, con sus planes de financiamiento personalizados y al alcance de las personas se lleva a cabo la propuesta de aperturar una oficina regional en San Pedro Sula y de tal manera cubrir la demanda de solicitantes en esa zona.

Se llevará a cabo dicho estudio de pre factibilidad para el reposicionamiento institucional, con el fin de recolectar la información necesaria que pueda respaldar los resultados obtenidos para la toma de decisiones de dicha institución.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

Es el pilar fundamental de esta investigación y sitúan al capítulo anterior dentro del análisis macro y micro entorno, así como el análisis interno del problema de investigación.

### **2.1 Análisis de la situación actual**

#### **2.1.1 Análisis del macro-entorno**

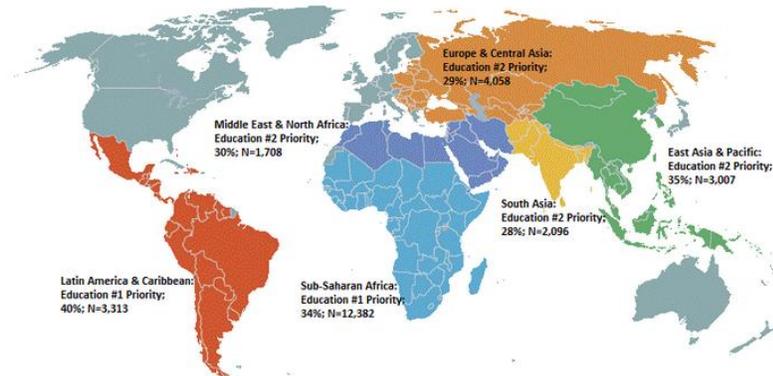
##### **Entorno demográfico**

La educación ocupa un lugar destacado en la agenda de desarrollo mundial, y para la mayoría de países se centra en la principal fuente de superación para sus habitantes, independientemente las edades de los mismos.

Es por eso que el banco mundial analiza las opiniones de expertos en el ámbito del desarrollo de todo el mundo y concluye de manera consistente que la “educación” se percibe en los diferentes niveles como un aspecto fundamental para el desarrollo, sin embargo muchos de los países no adoptan una cultura progresiva en cuanto a la educación de los mismo.

La educación es un factor fundamental que impulsa el desarrollo, además de ser uno de los instrumentos más eficaces para reducir la pobreza y mejorar la salud, así como para lograr la igualdad de género, la paz y la estabilidad. Si bien se han registrado avances notables durante la última década, 121 millones de niños aún no asisten a la escuela primaria y el ciclo inferior de la escuela secundaria y 250 millones no saben leer ni escribir, aunque muchos de ellos sí han ido a la escuela.( Banco Mundial ,2017, sec. 1)

Porcentaje y número de líderes de opinión que consideran la "educación" como una de las principales prioridades de desarrollo por región (123 países en desarrollo, 2012-16).



**Figura 1. Porcentaje mundial de la prioridad a la educación en el mundo.**

Fuente: Banco Mundial

Es por eso que la educación entrega beneficios considerables y sistemáticos en materia de ingresos, y además contrarresta el aumento de la desigualdad, lo que es creciente cada día en los diversos países alrededor del mundo, pero este potencial a menudo no se aprovecha debido a niveles de aprendizaje alarmantemente bajos.

Organismos internacionales como el Banco Mundial se han comprometido a apoyar a cada uno de los países que desean lograr el Objetivo de Desarrollo Sostenible, que se refiere a garantizar una educación de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida, para todos a más tardar en 2030.

Es de suma importancia poder conocer la iniciativa del GBM al sector de educación se centra en esferas que son importantes para los países en desarrollo como ser:

- En la primera esfera o nomina, se pretende aumentar las inversiones en el desarrollo de la primera infancia para facilitar el aprendizaje durante toda la vida y aumentar la productividad en el futuro
- En la segunda esfera se desea garantizar que los niños y jóvenes que asisten a la escuela y a los colegios estén realmente adquiriendo habilidades esenciales.
- En la tercera esfera, se pretende reducir los obstáculos para acceder a educación de calidad.
- Como cuarta esfera; solucionar la gran desconexión que existe entre el desarrollo de habilidades en la educación superior y el mercado laboral, y
- Ampliar el innovador mecanismo de financiamiento basado en resultados (i) para responder a la demanda de los países.

El crédito educativo está permitiendo que más jóvenes accedan a una educación superior de calidad y así contribuyan al desarrollo de sus naciones, Según Jamil Salmi, Coordinador para Educación Superior del Sector de Red Educativa para el Desarrollo Humano del Banco Mundial, el crédito educativo es un mecanismo económico social en uso hoy en día en más de 60 países.

### **Entorno económico**

La economía y la educación son aspectos estrechamente relacionados entre sí, ya que uno es el principal generador de recursos para adquirir el conocimiento en la mayoría de los casos hoy en día, entre el mundo económico y el mundo de la educación se dan numerosas relaciones e interacciones.

Cada uno de los procesos educativos integra, implican y determinan muchos aspectos económicos de gran importancia para su correcto funcionamiento. Hoy en día podemos verlos reflejados en las oportunidades a una educación privatizada que garantiza cumplimiento de exigencias familiares.

Es de aceptación universal considerar la educación como derecho humano básico, ya que cada persona tiene la oportunidad de recibir el pan del saber; incluso algunas personas van más allá y afirman que la educación, como derecho, debe ser gratuita para todos y que no caben consideraciones económicas en los debates sobre su organización.

Herrero (2001) afirma: Paralelamente se observa que, una vez que los recursos productivos y económicos han sido destinados a la educación, pueden ser utilizados con mayor o menor eficacia. Del grado de eficacia y eficiencia con que se administren los recursos dependerá la rentabilidad de la educación, obtenida a partir del control económico de los costes y del cálculo de los beneficios que genera. (p. 147)

### **Entorno sociocultural**

La educación mundial en todos los niveles hoy en día es progresiva y se han logrado establecer estándares de integración y disponibilidad para todas las personas en integridad física, sin distinción de clase social, género o edades.

Es por eso que el movimiento de Educación para Todos es un compromiso mundial coordinado por la UNESCO consistente en proporcionar educación básica de calidad a todos los niños, jóvenes y adultos.

Esta iniciativa comenzó con la Conferencia Mundial sobre Educación para Todos (Jomtien, Tailandia, 1990), en la que se hizo hincapié en que la educación es un derecho humano y se elaboró una visión integral del aprendizaje a lo largo de toda la vida.

ONU & Bokova (2011) afirma: La escolarización de las niñas en la enseñanza secundaria les aporta un sinnúmero de beneficios a lo largo de la vida: ingresos superiores, mayor productividad agrícola, menor mortalidad materna e infantil, tasas de fertilidad más bajas, matrimonios a una edad más avanzada y mejor prevención contra el VIH y el SIDA. Este es el momento adecuado para empoderar a las jóvenes. (p. 12)

Según cifras del BID, de 16 países de América Latina, se encontró que 8 de ellos tienen menos del 20% de estudiantes matriculados en instituciones de educación superior privadas, 4 países acreditan entre el 20% y 40% y 4 cuentan con más del 40% de jóvenes en instituciones de educación superior. En el sector público, el gasto público total para la educación superior viene en descenso y ello porque los gobiernos en materia educativa, priorizan atender otros niveles educativos, tales como la educación básica y media, en desmedro de la educación superior.

Frente a esta realidad, se puede ver que acceder a la educación superior en América Latina no es fácil. Es por ello que el crédito educativo aparece como un mecanismo económico social que verdaderamente contribuye a que millones de jóvenes tengan la oportunidad de continuar estudios superiores. (Credito Educativo en America Latina, 2007)

### **Entorno medioambiental**

El poder relacionar la educación con el medio ambiente, hoy en día es sinónimo de responsabilidad social debido a la problemática que experimenta el planeta con diversos aspectos relacionados a la contaminación, la atmósfera y la destrucción de ecosistemas que sin el hábitat de muchas especies de animales.

La educación ambiental es un proceso permanente en el cual los individuos y las comunidades adquieren conciencia de su medio y aprenden los conocimientos, los valores, las destrezas, la experiencia y, también, la determinación que les capacite para actuar, individual y colectivamente, en la resolución de problemas ambientales presentes y futuros (Congreso Internacional de Educación y Formación sobre Medio Ambiente. Moscú, 1987).

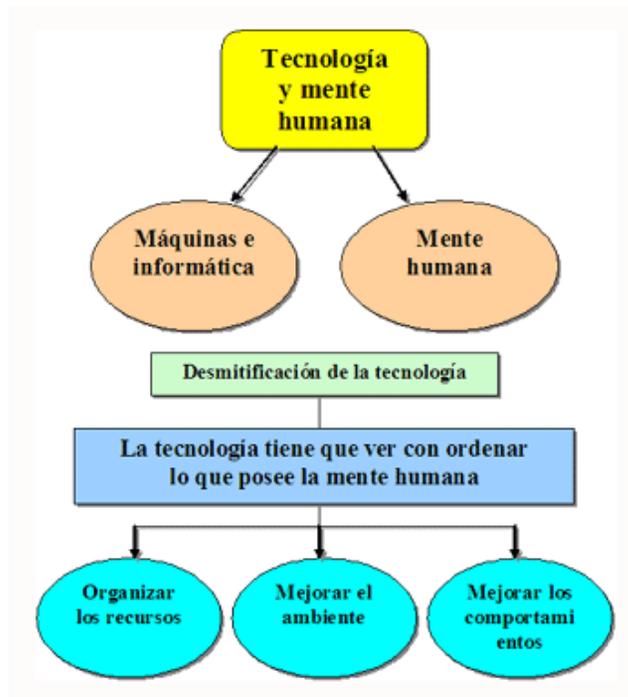
Bow (1987) afirma: El origen de la Educación Ambiental se remonta a los años 60, cuando surge la necesidad de hacer frente a las consecuencias negativas que sobre el medio ambiente tenía el modelo de desarrollo económico existente, como respuesta educativa a la crisis ambiental. (p. 8)

Hoy en día la Educación Ambiental forma parte del material educativo que se imparte en las escuelas, y se ha convertido en una de las ramas transversales del sistema educativo que posibilita el desarrollo integral de los alumnos. La importancia que los valores ambientales están tomando en todas las esferas de la sociedad se hace cada vez más patente.

### **Entorno tecnológico**

La educación en el siglo XX, ha atravesado un cambio drástico en cuanto a su interpretación y herramientas necesarias para el desarrollo de la misma; denominada tecnología lo cual se ha convertido en la etapa favorita de los estudiantes a nivel mundial.

Salanova Sánchez (1980) afirma: Para relacionar tecnología y educación actual hay que intentar buscar nuevos conceptos y procedimientos que globalicen a todas las tecnologías. Hay un elemento, fundamental y esencial, que integra los aspectos más comunes de todas las tecnologías existentes: la planificación. La tecnología tiene que ver con ordenar lo que posee la mente humana. (sec. 1)



**Figura 2. Proceso educativo en un sistema abierto.**

Fuente: UPM de Madrid

Internet y el acceso a dispositivos móviles cada vez más intuitivos y con precios accesibles ha supuesto un cambio mundial en cuanto al uso de la tecnología. Ese cambio también se evidencia en el ámbito de la educación, en el que cada vez más cosas se hacen aprovechando la red y sus posibilidades, tanto en el aula de clases como fuera de ella.

### **Incorporar la tecnología en la educación**

Para muchos jóvenes en la actualidad, es de mucha relevancia implementar la tecnología en la educación, sin embargo, hay quienes desconocen este término, debido a los aspectos culturales y de enseñanza que han adquirido a lo largo de sus vidas.

En realidad, la tecnología lleva mucho tiempo asistiendo a profesores y estudiantes en su trabajo diario. Los procesadores de texto, las calculadoras, las impresoras y los ordenadores se han utilizado desde hace mucho tiempo para las distintas actividades escolares que los requieren. Ahora con Internet y la tecnología móvil en auge se incorporan aún más elementos tecnológicos al entorno educativo.

Pizarras interactivas, aulas virtuales y un sinfín de recursos electrónicos para llevar a cabo investigaciones o realizar trabajos escolares son algunas de las formas en las que la tecnología digital se ha integrado con las escuelas y universidades.

El hacer uso de recursos tecnológicos nos inclina a cambiar nuestros hábitos de aprendizaje; y es que según García Felipe (2015) afirma: “La Web 2.0 y las redes sociales animan a los estudiantes a expresarse y relacionarse con otros compañeros ,lo que permite aprender de forma interactiva y sin depender de encontrarse en un lugar determinado” (Sec.1).

### **2.1.2 Análisis del micro-entorno**

#### **El mercado**

Honduras es el segundo país de Centroamérica con menor cantidad de Universidades, superada sólo por Guatemala. En Honduras existen 388 carreras autorizadas, de las cuales 58 son a nivel de grado asociado (técnicos universitarios), 205 licenciaturas, 93 maestrías, 27 especialidades y sub-especialidades y 5 doctorados. Con estos números, la cobertura de la educación superior ronda el 15%.

El poder conocer la educación en nuestro país conlleva al desarrollo de diversas perspectivas según Duriez, López, & Moncada (2016) afirma: “La cobertura de acceso en la educación superior en Honduras presenta una tendencia positiva, sin embargo, dista de alcanzar los estándares internacionales establecidos para dejar de ser una oportunidad de minorías” (p.57).

### **Actualización del sistema educativo en Honduras**

Revisando la situación educativa del país, se puede constatar que el problema del bajo rendimiento educativo es un factor común en los países de América Latina. Sin embargo, todos los gobiernos de estos países y el de Honduras, a través de la Secretaria de Educación han buscado estrategias tendientes a cambiar o mejorar esta situación. (Secretaria De Educación, 2016)

Se destacan los siguientes indicadores:

Analfabetismo, escolaridad, tasa neta de escolarización, repitencia, deserción, presupuesto educativo, infraestructura educativa, material didáctico, grado de preparación de los docentes, condiciones laborales de los docentes, capacitación docente, evaluación y actualización del currículo, nivel de rendimiento académico, estado nutricional de los alumnos, introducción de innovaciones y uso de las TIC.

#### **Logros:**

- 1.-Organizadas las Unidades Distritales/Municipales de Supervisión Educativa.
- 2.-Unidades de Supervisión Distritales/Municipales fortalecidas con recurso humano para atender las demandas técnicas, administrativas y de supervisión de su cobertura.
- 3.-Aplicados los Instrumentos de Supervisión Educativa y Acompañamiento docente, en las Unidades Distritales/Municipales y CE.

4.-Desarrollados los Planes de Mejora en Centros educativos focalizados con indicadores críticos para fortalecer competencias.

5.-Desarrollo Profesional de Directores/as Distritales/Municipales, Asistentes Técnicos y Directores/as de Centros Educativos.

6.-Mejorados los Indicadores de promoción y permanencia de los alumnos/as en los CE.  
7.-Mejorado el desempeño docente.

8.-Reducción de los indicadores de deserción y reprobación escolar en los niveles de educación Básica y Media.

San Pedro Sula posee once universidades privadas y dos públicas, que presentan ofertas académicas en carreras técnicas, licenciaturas, ingeniería, maestrías y doctorados para formar profesionales de calificado del más alto nivel. Las universidades privadas cuentan con alrededor de treinta mil estudiantes, la UNAH-veintiocho mil y la Universidad Pedagógica dos mil trescientos ochenta y siete, que en total suman cincuenta mil trescientos ochenta y siete. Según los académicos, esto demuestra que la educación es el elemento primordial para tener una ciudad desarrollada competitiva y a la vanguardia en la educación nacional. (La Prensa, 2015, sec. 2)

### **La competencia**

El crédito educativo en Honduras, es un producto financiero que demanda muchos ingresos a las diversas entidades dedicadas al apoyo de la educación, sin embargo, para muchas de ellas no resulta ser el principal producto dentro de su diversa línea de servicios financieros.

El crédito educativo ha revolucionado las estrategias de segmentación para los nuevos y actuales ofertantes del mismo, lo cual tienen cobertura a nivel nacional y se caracterizan por ser productos de una entidad bancaria entre los que se destacan:

- a) Educredito
- b) Bac
- c) Lafise
- d) Banco Atlántida
- e) Fundación CREHO
- f) Fundación Carolina
- g) Hondufuturo

### **2.1.2.1 Marco Legal**

Zapata, (2017) afirma:

Para la apertura de una nueva sucursal regional para la Fundación CREHO en la ciudad de San Pedro Sula, es necesario llevar a cabo una serie de requisitos legales como ser:

- a. Solicitud permiso de operación (brindada por la Alcaldía Municipal).  
Tarjeta de identidad (fotocopia)
- b. Solvencia municipal vigente (fotocopia).
- c. Registro tributario nacional (fotocopia) R.T.N.
- d. Presentar constancia de estar al día con impuestos de bienes inmuebles de la propiedad donde funcionara el negocio.
- e. Fotocopia de la escritura de la propiedad (si es propia).
- f. Contrato de arrendamiento o autorización autenticada del local si es alquilado, incluyendo fotocopia de la escritura de la propiedad y solvencia vigente del dueño.
- g. Fotocopia de la escritura de sociedad o escritura de comerciante individual.
- h. Inscripción en la cámara de comercio.
- i. Constancia de bienes inmuebles al día. (sec. 2)

Mediante el proceso legal, toda institución tiene la potestad de poder llevar a cabo cualquier procedimiento que le permita realizar su operatividad en la incorporación de nuevos productos o servicios que la faculten el legalidad de ofrecer a sus clientes valores agregados sin temidos a la desconfianza por ser una empresa bajo el reglamento de ley.

Es por eso que mediante la siguiente figura se englosa cada uno de los pasos que son necesarios para poder establecer un negocio formal y amparado bajo el reglamento perteneciente según el rubro al cual quiera dirigirse.



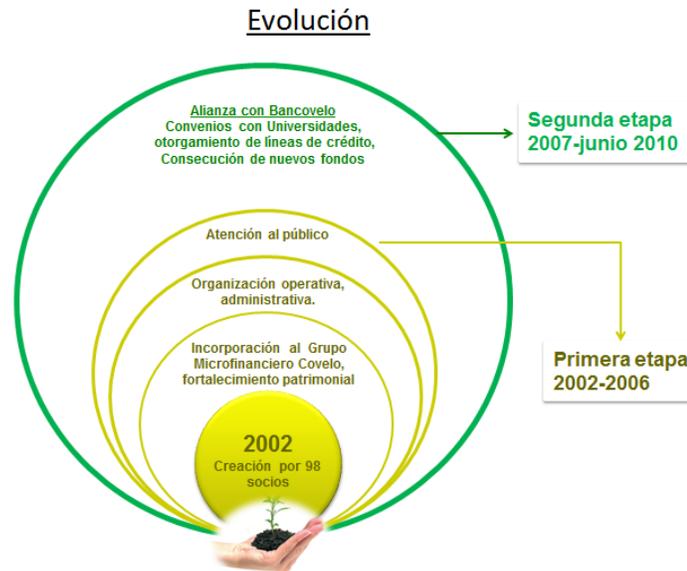
**Figura 3. Requisitos para constituir y operar una empresa en Honduras.**

Fuente: Secretaría de Industria y comercio.

### 2.1.3 Análisis interno

La Fundación Crédito Educativo Hondureño, con sus siglas CREHO fue constituida en el mes de agosto del año 2002 por 98 socios fundadores jurídicos y naturales, para ser convertida en una institución hondureña privada especializada en el otorgamiento de crédito educativo que

fomente la formación de los recursos humanos calificados y productivos en condiciones de eficiencia y competitividad, contribuyendo a la transformación de Honduras.

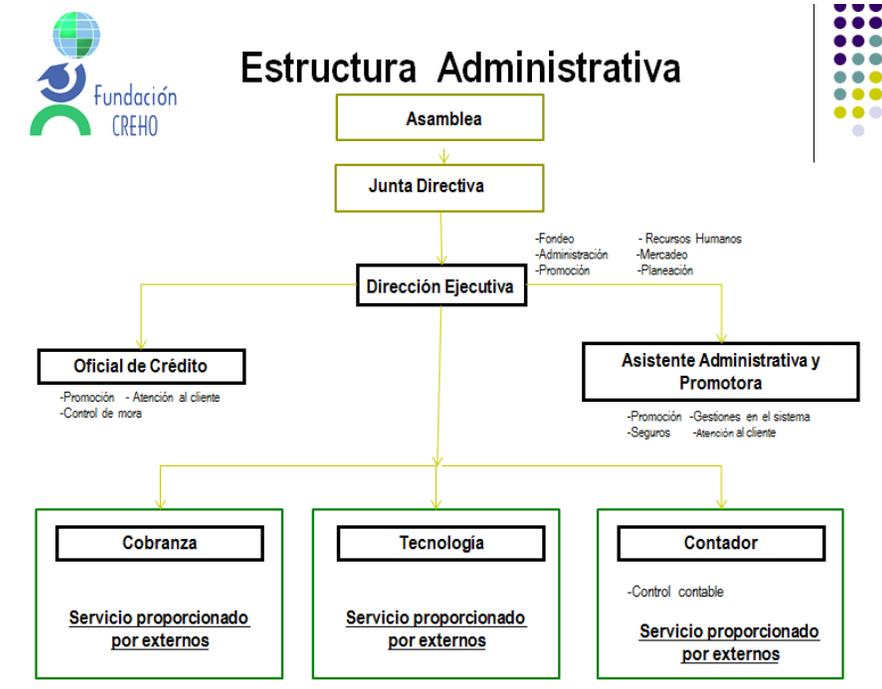


**Figura 4. Evolución institucional.**

Fuente: Departamento de mercadeo Fundación CREHO

En marzo del 2005, como una estrategia operativa y administrativa la Fundación CREHO se incorpora al Grupo Micro financiero Covelo, formando parte de este conglomerado dedicado a combatir la pobreza mediante el microcrédito; manteniendo la filosofía de apoyar a la juventud de escasos recursos y dando prioridad a los hijos de los microempresarios a formarse en educación técnica media y superior, para con ello fortalecer las empresas familiares, el apoyo integral a sus clientes y a la creación de nuevos emprendimientos así como el de apoyar al desarrollo de la estrategia de reducción de la pobreza.

A continuación se presenta la estructura administrativa de la fundación Crédito Educativo Hondureño CREHO.



**Figura 5. Estructura administrativa fundación CREHO.**

Fuente: Departamento de mercadeo Fundación CREHO

La finalidad de la Fundación es brindar financiamiento para la educación de hondureños y hondureñas que deseen superarse realizando estudios técnicos o profesionales en el territorio nacional o en el extranjero. CREHO actúa como un nuevo mecanismo de desarrollo en el ámbito de la educación, apoyando la estrategia de reducción de la pobreza y agilizando el acceso a nuevas fuentes de financiación, orientando a los jóvenes a la superación y creando antecedentes crediticios para ser sujetos de crédito en el mercado financiero tradicional.

## **Misión**

Fomentar el conocimiento y la generación de riqueza intelectual a través del crédito educativo dirigido a la población estudiantil de escasos recursos con excelencia académica.

## **Visión**

Ser la principal organización privada de crédito educativo en el país, contribuyendo a la transformación de Honduras mediante el apoyo a la formación de los recursos humanos calificados.

## **Áreas de Estudio**

Los estudiantes pueden realizar sus estudios en las diferentes áreas de su elección enfocados en los niveles educativos de:

1. Cursos, Diplomados, Seminarios, Talleres
2. Estudios Técnicos
3. Estudios Universitarios
4. Estudios de Maestrías y Doctorados
5. Estudios por madurez (Bachillerato en Ciencias y Letras)

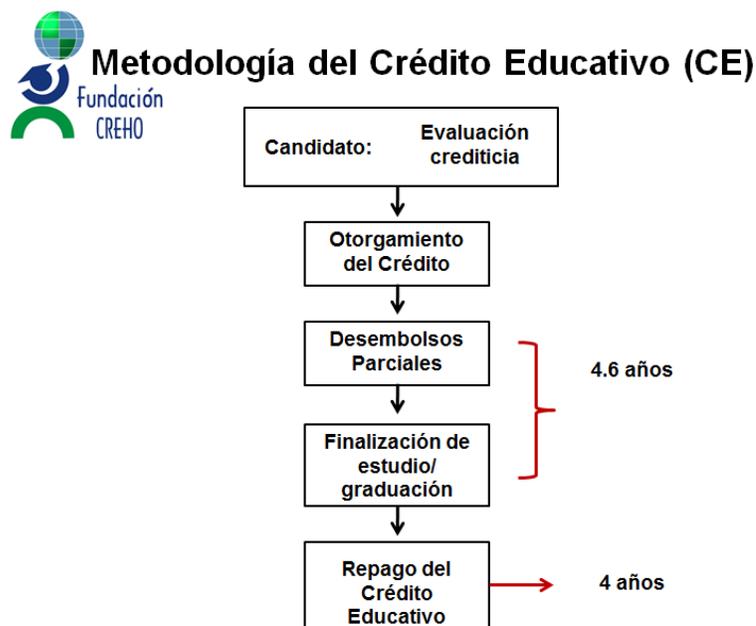
## **Programas:**

### **Administración de Fondos**

La fundación CREHO administra diversos programas “Como mecanismo para ampliar la cobertura de los servicios, las instituciones socias y aliadas estratégicas de CREHO han dado en administración, los fondos necesarios para apoyar al sistema educativo” (Fundación Crédito Educativo Hondureño, 2014).

### Crédito educativo:

Se otorgan créditos educativos para educación superior, en el cual se personalizan cuotas de acuerdo a la capacidad de pago de cada aplicante, la metodología es la siguiente:



**Figura 6. Proceso de crédito educativo.**

Fuente; Departamento de mercadeo Fundación CREHO.

### Programas beca préstamo

El programa beca-préstamo está diseñado para el apoyo educativo a los jóvenes de excelencia académica, en el cual se otorga un 50% de beca para sus estudios de pregrado en dos de las universidades más aceptadas por los jóvenes estudiantes para poder desarrollar su ciclo profesional.

El brindar un apoyo como este, ha fortalecido los lazos estratégicos entre la fundación CREHO y sus principales alianzas académicas incorporando a todos los jóvenes beneficiarios del programa a su población estudiantil.

Para los padres de familia la carga económica en cuanto a la educación es totalmente de impacto sin embargo mediante el programa de becas brindado por algunas de las universidades, se logra cubrir el 50% del total de los estudios, complementado así el 50% restante, con el financiamiento de la fundación CREHO. (Fundación Crédito Educativo Hondureño, 2014)

## **2.2 Teorías.**

### **2.2.1 Teorías de sustento**

#### **2.2.1.1 Calidad Total Ishikawa**

Las teorías de sustentos proveen un método que da vigilancia al proceso de producción o creación de un producto o servicio, el cual respalda la calidad del mismo, relacionándolo con las causas y efecto del mismo.

Es por eso que de acuerdo al tema de investigación sobre la iniciativa de reposicionamiento para la fundación CREHO, se han readecuado las mismas a las variables de investigación, sustentado las siguientes teorías; Estructura, recurso humano, medición y mobiliario y equipo.

Garza (2008) afirma: Durante la vigilancia del proceso de producción, la primera señal de alarma es la aparición de piezas desechables (efecto). Con el fin de evitar nuevos problemas de este tipo, es necesario encontrarlas verdaderas causas a través del estudio de las siguientes teorías:

1. Materia prima
2. Maquinaria
3. Mano de obra

4. Medio ambiente
5. Medición. (p.47)

### **Materia prima**

Podemos mencionar que, dentro de las teorías de sustento, encontramos la materia prima, la cual hace referencia a todos los materiales empleados como método de entrada y que pueden ser los iniciales puntos causantes de un problema para la empresa dedicada al financiamiento educativo, ya que se ha carecido de estos elementos para la creación de una nueva sucursal y no se encuentran totalmente relacionados al proceso de brindar un servicio financiero.

Hoy en día las empresas dentro de una industria no deben carecer de su principal elemento para producir es por eso que:

Battle Terradas (2001) afirma: “El concepto de materia prima, engloba aquellos recursos que se extraen directamente de la naturaleza con el objetivo de utilizarlos en un proceso de trabajo posterior” (p. 57).

### **Maquinaria**

En cuanto al termino de maquinaria como parte del proceso de calidad y teoría de sustento que se presenta en el estudio para fundación CREHO, se puede interpretar como cada una de las herramientas necesarias para el desempeño laboral de cada uno de los funcionarios y empleados en los diferentes departamentos que conforman la institución como tal.

Martner (2004) Afirma: Se incluyen todos los egresos que se adquieren como accesorios y aditamentos que se unan o complementen en la unidad principal, así como los gastos de transporte e

instalaciones vinculadas a la adquisición, repuestos, herramientas, muebles, equipo de producción, agropecuario, industrial, de construcción que son requeridos para el funcionamiento de una empresa. (p. 357)

### **Mano de obra**

La mano de obra, se encuentra dentro de las teorías de sustento que se analizan para poder comprender las diferentes causas a los problemas que se ocasionan por la aportación humana, es decir el papel del colaborador en el intercambio de productos y servicios.

Prieto Moren, Aguilar Cond, & Santidrián Arroyo (2005) afirman: La mano de obra es el esfuerzo físico o mental que se consume en elaborar un producto o servicio. Todo aquel que aporta su esfuerzo físico o intelectual, y por lo tanto contribuye a la obtención del producto o servicio final, puede ser considerado como mano de obra. (p. 78)

### **Medio ambiente**

Es de suma importancia poder comprender que el medio ambiente es uno de los factores incontrolables para el funcionamiento de una empresa y en la prestación de productos y servicios, para fundación CREHO, este concepto se determina por el espacio físico y los diferentes aspectos naturales que ocasionen o impida el acercamiento a la plaza principal.

Para conocer el contenido sobre el medio ambiente es importante conocer la opinión de los expertos en el tema en donde Jaén González & Calventus Solé, (2006) afirman: “El medio ambiente puede entenderse como un macrosistema formado por varios subsistemas (aire, agua, suelo, etc.) que interactúan entre sí. Cuando se produce algún fallo en esas interacciones surgen los problemas ambientales” (p. 43).

**Medición:** Dentro de las teorías de sustento que más se relacionan con los inconvenientes de fundación CREHO y en los que se indagara en el presente estudio, es en la medición y sus procesos de desempeño.

Neira Casco (2006) afirma: De acuerdo con el glosario recopilado por el instituto británico de normas, la medida o medición del trabajo es la aplicación de técnicas para determinar el tiempo que invierte un trabajador calificado en llevar a cabo una tarea definida, efectuándola según una norma de ejecución preestablecida. (p. 67)

### **Diagrama Ishikawa**

Nos permite observar los principales problemas y sus respectivas causas, siendo el problema central la ampliación regional para fundación CREHO, desglosándose de este el mobiliario y equipo que es totalmente limitado, la medición del desempeño que ocasiona desmotivación al personal, la estructura organizacional que es reducida y el recurso humano que carece de incentivos en su preparación profesional.

Office of Government (2010) Afirma: El Diagrama de Ishikawa, también conocido como el Diagrama de Pescado, Causa y Efecto o de Árbol, es una herramienta que sirve para identificar y presentar sistemáticamente todas las causas posibles de un problema, particularmente en un gráfico. La técnica desarrolló este nombre por su desarrollador, Kaoru Ishikawa (1915-89), un líder en el control de calidad japonés. (p. 33)

#### **2.2.1.2 Teoría de la calidad, eficiencia y equidad en la educación superior**

##### **La calidad:**

La educación de calidad solo es posible con maestros de excelencia ya que se destaca la enseñanza como un método primordial para las personas que imparten el conocimiento del saber y en esto se destaca las características más sobresalientes del sistema educativo son la preparación,

el apoyo y la gestión de los maestros, actores centrales de cualquier esfuerzo por mejorar la calidad de la educación en las escuelas.

Nicastro Soria (1986) afirma: La calidad es antepuesta a la equidad o a la eficiencia de sistemas e instituciones como si fueran conceptos irreconciliables. La definición de la calidad es un tema en debate, sin embargo, su presencia es identificada de diferentes maneras. Es entendida como logro estudiantil y desarrollo de personas que demuestran el dominio de conocimiento. (p. 137)

### **La eficiencia**

La eficiencia tiene dos acepciones: eficiencia interna y eficiencia externa lo cual la primera está estrechamente vinculada al desempeño del docente para poder cumplir las funciones de un buen educador mediante sus enseñanzas y técnicas para desarrollar el proceso educativo.

La eficiencia externa se vincula a los receptores de educación como ser los alumnos, reflejándose en su capacidad para resolver problemas cotidianos aplicando las técnicas recibidas en el desarrollo de sus destrezas.

Nicastro Soria (1986) afirma: La eficiencia tiene que ver con la relación entre insumos y productos, de forma tal que la colocación de recursos financieros procure obtener una eficiencia óptima combinando los diversos insumos, pero aceptando que los productos pueden ser definidos de muy diversa manera. (p. 145)

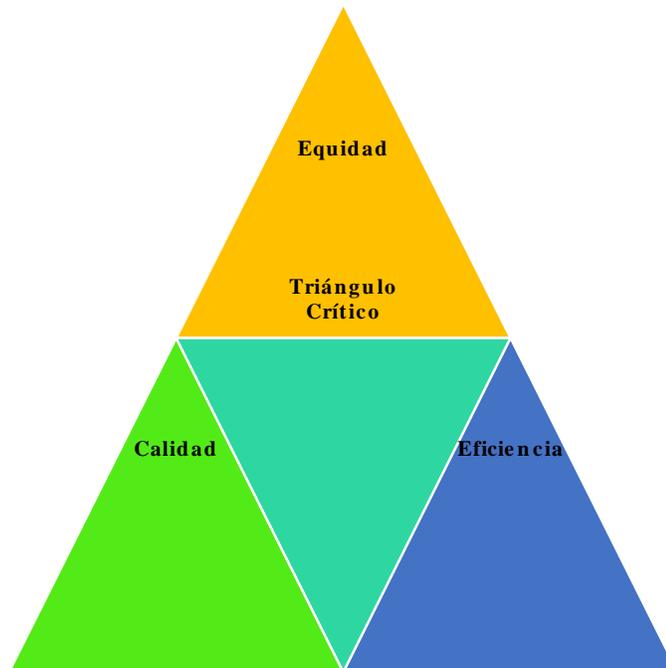
### **Equidad**

La educación debe ser de todos y para todos, sin distinción de clases, géneros, religiones, niveles socioeconómicos y clase social ya que es un derecho universal del que muchos están

gozando, sin embargo, muchos no lo toman en cuenta como algo primordial para su desarrollo personal.

Mediante la equidad se realizan muchos procesos de inclusión a la educación lo cual hace igualitarios los derechos y deberes de las personas.

Banco Mundial (2017) Afirma: El apoyo a las niñas y las mujeres es fundamental para lograr los dos objetivos del GBM de poner fin a la pobreza extrema en 2030 y promover la prosperidad compartida. En abril de 2016, el GBM se comprometió a invertir USD 2500 millones en un plazo de cinco años en proyectos de educación cuyas beneficiarias directas sean niñas adolescentes de entre 12 y 17 años. (sec. 2)



**Figura 7. Teoría de la Calidad, Eficiencia y Equidad**

Fuente: Universidad Autónoma de Guadalajara (1987)

### **2.2.1.3 Teoría educación financiera en Honduras**

Comisión Nacional, (2016) afirma:

La educación financiera y su importancia radica en satisfacer las necesidades que tienen los usuarios financieros y la población en general de contar con información clara y oportuna para mejorar sus entendimientos sobre los productos y servicios financieros, los compromisos y responsabilidades que asumen al contratarlos y desarrollar habilidades para que la toma de sus decisiones financieras sean eficaces en función a sus necesidades particulares. (S, 1)

### **Público meta de la educación financiera:**

Por ser un tema de mucha relevancia, la educación financiera se dirige a toda la población hondureña, desde los infantes pasantes de educación básica, hasta el adulto mayor que aun goza de sus facultades intelectuales cotidianamente.

Es por eso que la teoría de la educación financiera se aplica al tema de investigación y su eje central que concierne al financiamiento educativo para jóvenes estudiantes y los padres que aún son tutores o responsables directos de cada uno de ellos.

### **Beneficios de la educación financiera:**

- Construir y fortalecer la confianza en el sistema financiero.
- Dar a conocer los productos y servicios financieros.
- Contar con clientes y usuarios financieros informados.
- Fidelizar a los clientes.
- Consolidar productos financieros.

### **2.2.2 Marco conceptual**

#### **Financiamiento:**

Zvi & Bodie (2003) afirman: El financiamiento surge de las operaciones que una persona o empresa debe cumplir como promesa de pago, incluye fuentes como el salario devengado, rentas, préstamos para equipos, construcción, vivienda, mobiliario, equipo, educación y de fondos externos que se adquieren como obligaciones de pago.(p. 418)

Es un término implementado para describir la posibilidad de un préstamo y es que se reduce a un término numérico que se puede interpretar como algo complejo y de cálculo aproximado para su comprensión desde la perspectiva financiera.

### **Educación**

La educación es una reseña histórica a lo largo de la vida de una persona, en la cual aplica los conocimientos cognitivos aprendidos desde temprana edad, los cuales se van formando y moldeando con base al tiempo y el grado académico.

Bermúdez (2010) afirma: La educación es un conjunto de costumbres y buenos modales conforme a ciertas normas y costumbres de la sociedad y que puede convertirse en acciones a desarrollar mediante las capacidades intelectuales en una o varias áreas del conocimiento ya sea de manera sistematizada, experimental o de manera informal. (p.3)

### **Cobertura de mercado**

La cobertura de mercado permite a la empresa o institución, poder llegar a la mente de muchos clientes actuales y potenciales con el fin de poder generar un recordatorio de marca y preferencia de compra por recordación.

Kotler & Armstrong (2011) afirman: Para dirigirse a los mejores segmentos de mercado, lo primero que hace la compañía es evaluar el segmento en términos de tamaño y características de crecimiento, atractivo, estructural y compatibilidad con los recursos y objetivos de la compañía para de tal manera elegir la mejor estrategia de mercado. (p. 236)

**Segmentación de mercado:** El poder dirigirse a un nicho específico de mercado, permite a la empresa poder personalizar sus productos o servicios de manera única y de tal manera dirigir sus esfuerzos de mercadeo para agilizar el proceso de compra.

Fernández Valiñas, (2002) afirma: Es la base de la planeación mercadológica; es poder dirigirse a un grupo determinado de personas ya sea por área, lugar, ciudad o región y orientar los esfuerzos de ventas hacia estos, para así poder un adquirir resultados estratégicos planeados.

A través de la segmentación de mercado se puede lograr tres alternativas de mercado como ser:

1. La mercadotecnia diferenciada
2. La mercadotecnia indiferenciada
3. La mercadotecnia concentrada. (p. 234)

### **Estudio de Mercado.**

Tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.

Fernández Nogales (2004) afirma: Es la función que pone en contacto al consumidor o cliente, publico general con el profesional de marketing, a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas comerciales que permiten adaptar y evaluar las acciones comerciales de la empresa. (p.19)

### **Estudio Técnico.**

Tiene por objeto proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área.

By ILPES & nstituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (2001) afirma: Lo sustantivo en la formulación de proyectos es llegar a diseñar la función de producción óptima que pueda utilizar los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o servicio, la metodología correspondiente a las técnicas e instrumentos necesarios para ese fin. (p.91)

## **Estudio Financiero**

Ordenar y sistematizar la información de tipo monetario que proporcionaron las etapas anteriores.

- Elaborar los cuadros analíticos para la evaluación del proyecto.
- Evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

Guzmán Castro (2004) Afirma: La fase de pre inversión o factibilidad mencionada en el punto de realizar la identificación del tema, perfil preliminar, estudio preliminar, estudio previo de factibilidad o definitivo en el cual se desarrollan por nivel de profundidad y por la cantidad de información requerida para el desarrollo.(p.140)

### **Pre factibilidad Operacional.**

La utilización de un nuevo sistema puede ser demasiado complejo para los usuarios de la organización o los operadores del sistema. Este nuevo sistema puede hacer que los usuarios se resistan a él como consecuencia de una técnica de trabajo, miedo a ser desplazado u otras razones.

### **Pre factibilidad Económica.**

Dentro de estos estudios se pueden incluir el análisis de costo y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto. Con análisis de costo/beneficios, todos los costos y beneficios de adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se establece una comparación entre ellos. Esto permite seleccionar el más conveniente para la empresa.

#### **Dentro de esta comparación se debe tomar en cuenta lo siguiente:**

Se comparan los costos esperados de cada alternativa con los beneficios esperados para asegurarse que los beneficios excedan los costos. La proporción costo/beneficio de cada alternativa

se comparan con las que proporcionan los costos/beneficios de las otras alternativas para escoger la mejor.

### **Viabilidad Institucional.**

Se refiere al análisis de los mecanismos de ejecución propuestos en el proyecto; la evaluación de la capacidad institucional para su ejecución, operación y seguimiento de los proyectos.

Varela (1997) afirma: Estos criterios se aplican especialmente a los proyectos que involucran obras que tienen relación con infraestructuras y que pueden generar impactos en el ambiente tanto positivos como negativos que se relaciona al análisis de impacto ambiental, como las medidas planteadas para su mitigación, prevención o compensación, según sea el caso. (p. 87)

### **Rentabilidad**

En Economía, la rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recuso o dinero invertido.

Gerencie (2010) afirma: La rentabilidad se considera también como la remuneración recibida por el dinero invertido. En el mundo de las finanzas se conoce también como los dividendos percibidos de un capital invertido en un negocio o empresa. La rentabilidad puede ser representada en forma relativa en porcentaje o en valores. (S. 2)

### **Crédito**

Un crédito es una operación financiera en la que una entidad financiera concede a una persona u organización, una cantidad de dinero previamente definida y especificada en un contrato, durante un período de tiempo determinado.

Anguita (2012) afirma: El monto otorgado a través del crédito puede ser utilizado sin restricciones y es el beneficiario quien administra el dinero, tanto su retiro como su devolución. En ese sentido, el Crédito tiene la ventaja de proveer al emprendedor de la posibilidad de disponer del dinero. (p. 33)

## **Reposicionamiento**

Posicionamiento es la manera en que nos diferenciamos en la mente de nuestros posibles clientes, el reposicionamiento tiene que ver con ajustar estas percepciones para lograr que la estrategia funcione efectivamente, en una era de constante cambio tecnológico como la actual, el reposicionamiento constituye una estrategia fundamental.

Rivkin & Trout (2010) afirman: De hecho, debemos valernos del posicionamiento una y otra vez para poder sortear el cambio y asegurarnos de que la firma siga en pocas palabras, debemos reposicionar la compañía todo el tiempo. De lo contrario, esta se estancará y morirá en el mercado. La compañía prosperará sólo si nos volvemos adeptos al reposicionamiento. (p.78)

## **2.3 Metodologías aplicadas**

### **2.3.1 Estrategias de Crecimiento**

Marketing Publishing (1998) afirma: El objetivo natural de toda pequeña empresa es el de crecer. Forma parte integral de su propia creación y vocación. Usualmente (y salvo raras excepciones), todas las pequeñas empresas se gestionan con la esperanza de convertirse, en su momento, en una «gran empresa». En la realidad histórica que nos rodea podemos constatar que la mayoría de las empresas gigantescas, los grandes «monstruos» que encontramos en el entorno empresarial de hoy, fueron en sus inicios pequeñas empresas. (p. 3)

Muñoz López (2010) afirma: “Las empresas con futuro, serán aquellas, que sean manejables, dinámicas, ubicadas en sectores emergentes, que muevan alto volumen de negocio y con capacidad para saltar con habilidad, de un segmento o sector cuando sea necesario” (p. 82).

Martínez Rojas (2004) afirma: Estas modalidades estratégicas de buscar la participación y el posicionamiento de mercado mediante actividades de marketing, denota la necesidad regional de activar la búsqueda de nuevos mercados y lograr posicionarse en la mente del consumidor, así como potencializar las estrategias de ventas y de promoción que para fines de otorgar rentabilidad y sustentabilidad a las operaciones de la organización. (p. 6)

Schnarch Kirberg (2005) afirma: Planeación Estratégica es una nueva situación de los negocios en épocas de incertidumbre hace necesarios que las organizaciones definan claramente sus objetivos y orientación. Por ello resulta fundamental determinar su direccionamiento estratégico, vale decir, establecer hacia donde van y como” (p. 7).

### **Metodología de la estrategia de crecimiento:**

Identificar el mercado en términos de segmentos y que se ofrecerá a los consumidores:

#### **Productos actuales:**

- Penetración de mercado
- Desarrollo de mercados

#### **Productos nuevos:**

- Desarrollo de productos
- Diversificación

En la iniciativa de reposicionamiento se aplicó la estrategia de crecimiento para productos o servicios actuales, siendo esta la de penetración de mercados.

### **2.3.2 Recolección de datos cuantitativos**

#### **La encuesta**

Alvira (2011) afirma: La encuesta es un instrumento de captura de la información estructurado lo que puede influir en la información recogida y no puede/debe utilizarse más que en determinadas situaciones en que la información que se quiere capturar está estructurada en la población objeto de estudio. La encuesta es útil ante todo para describir algo o para contrastar hipótesis o modelos. (p. 14)

Martínez (2009) afirma: Se trata de pedir información a una muestra representativa de personas, denominados encuestados, utilizando preguntas escritas. Los cuestionarios o entrevistas recopilan datos cara a cara, por teléfono, por correo o través de medios de comunicación. Es el mejor modo de averiguar lo que el consumidor piensa. Dada la imposibilidad de tiempo y económica de entrevistar a todos los posibles miembros de la población, encuestamos solamente a una parte representativa. Nace el error de muestreo que disminuye a medida que aumenta la muestra. (p. 15)

La encuesta es la técnica que nos permitirá a través de un grupo de preguntas que se dirigirán a los jóvenes estudiantes de educación media y universitaria, conocer sus opiniones acerca de cómo accederán a la educación superior, si con fondos propios o con financiamiento educativo y de esta manera describir los resultados y conocer la aceptación o no de la apertura de la sucursal de fundación CREHO en la ciudad de San Pedro Sula.

## CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

Este capítulo define la matriz metodológica, relación de variables e hipótesis, así como el enfoque, diseño, instrumentos utilizados, fuentes primarias y secundarias empleadas en la presente investigación.

### 3.1 Congruencia Metodológica

Tema	Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Variables	
			General	Específico	Independiente	Dependiente
Iniciativa de reposicionamiento para la fundación crédito educacional hondureño CREHO	Limitada cobertura de CREHO a nivel nacional debido a la falta de sucursales en las diferentes zonas del país.	¿Cuál sería la estrategia más factible para ampliar la cobertura de servicio que facilite el proceso de financiamiento educativo de fundación CREHO a nivel nacional?	Contribuir a la ampliación del financiamiento educativo de la Fundación CREHO a nivel nacional, mediante un estudio de pre factibilidad en San Pedro Sula, para satisfacer las necesidades académicas de educación superior de los jóvenes estudiantes.	Conocer los factores que han limitado la ampliación de la cobertura de fundación CREHO.	Estudio de mercado	Estudio de pre factibilidad orientado a la creación de una oficina regional en San Pedro Sula
Iniciativa de reposicionamiento para la fundación crédito educacional hondureño CREHO	Limitada cobertura de CREHO a nivel nacional debido a la falta de sucursales en las diferentes zonas del país.	¿Cuáles son los factores que han limitado para que la fundación CREHO no haya ampliado su cobertura a nivel nacional?	Contribuir a la ampliación del financiamiento educativo de la Fundación CREHO a nivel nacional, mediante un estudio de pre factibilidad en San Pedro Sula, para satisfacer las necesidades académicas de educación superior de los jóvenes estudiantes.	Diseñar las posibles alternativas que aporten solución al reposicionamiento institucional para fundación CREHO.	Estudio Técnico	Estudio de pre factibilidad orientado a la creación de una oficina regional en San Pedro Sula

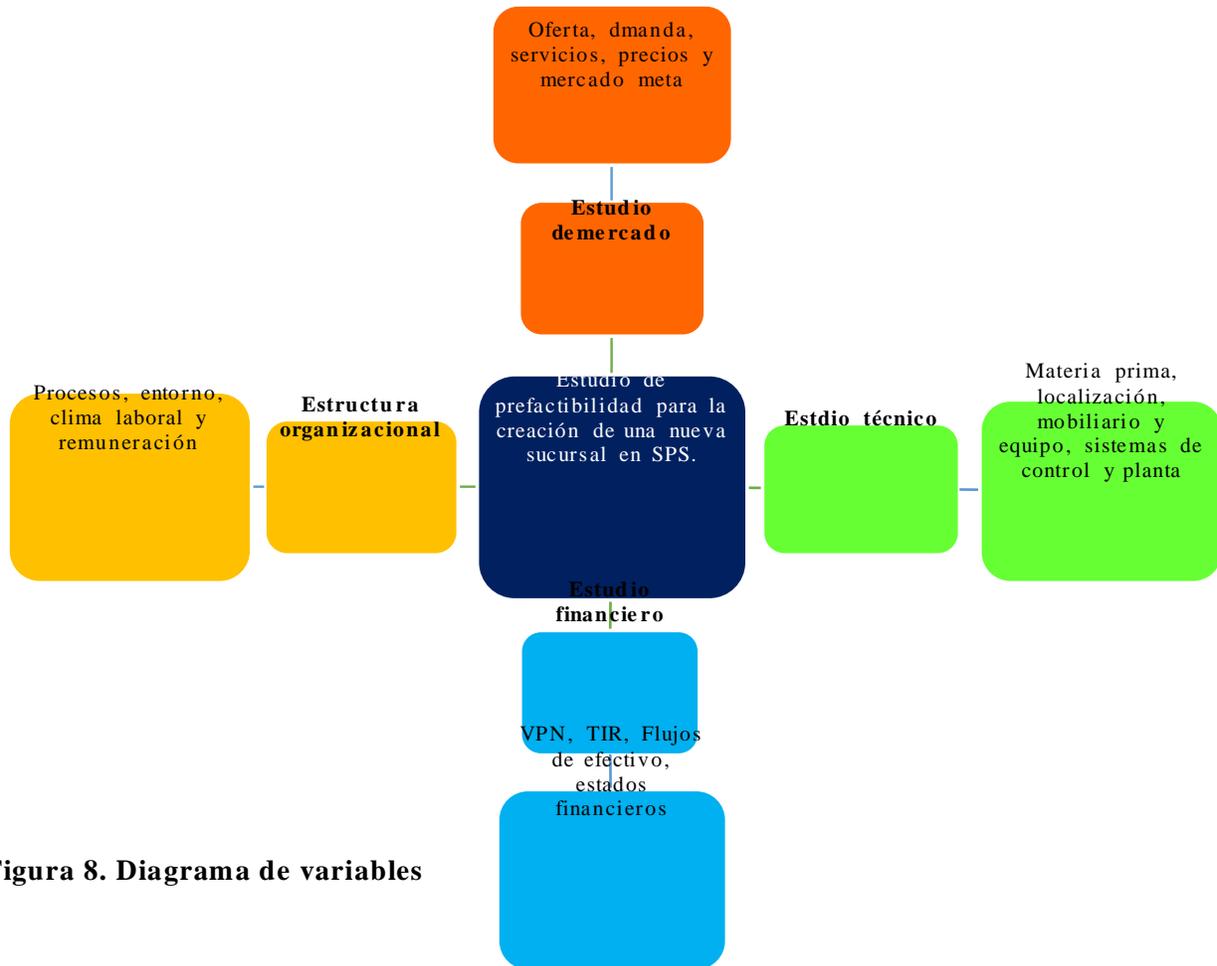
**Tabla 1. Matriz Metodológica**

**Continuación de la tabla 1. Matriz Metodológica**

<p>Iniciativa de reposicionamiento para la fundación crédito educacional hondureño CREHO</p>	<p>Limitada cobertura de CREHO a nivel nacional debido a la falta de sucursales en las diferentes zonas del país.</p>	<p>¿Qué ventajas tendría la ampliación de la cobertura de fundación CREHO a nivel nacional?</p>	<p>Contribuir a la ampliación del financiamiento educativo de la Fundación CREHO a nivel nacional, mediante un estudio de pre factibilidad en San Pedro Sula, para satisfacer las necesidades académicas de educación superior de los jóvenes estudiantes.</p>	<p>Diseñar las posibles alternativas que aporten solución al reposicionamiento institucional para fundación CREHO.</p>	<p>Estudio Financiero</p>	<p>Estudio de pre factibilidad orientado a la creación de una oficina regional en San Pedro Sula</p>
<p>Iniciativa de reposicionamiento para la fundación crédito educacional hondureño CREHO</p>	<p>Limitada cobertura de CREHO a nivel nacional debido a la falta de sucursales en las diferentes zonas del país.</p>	<p>¿Cuál sería el costo de ampliar la cobertura de la fundación CREHO a nivel nacional?</p>	<p>Contribuir a la ampliación del financiamiento educativo de la Fundación CREHO a nivel nacional, mediante un estudio de pre factibilidad en San Pedro Sula, para satisfacer las necesidades académicas de educación superior de los jóvenes estudiantes.</p>	<p>Proponer un estudio de pre factibilidad orientado a la creación de una oficina regional en SPS</p>	<p>Estructura Organizacional</p>	<p>Estudio de pre factibilidad orientado a la creación de una oficina regional en San Pedro Sula</p>

### 3.1.1 Variables de estudios

Con el fin de determinar los aspectos relevantes para la ampliación del crédito educativo en la zona norte de Honduras se definen las siguientes variables:



**Figura 8. Diagrama de variables**

Al observar la figura 8, se establecieron las diferentes variables necesarias para la comprensión del estudio de investigación el cual se determina la apertura de oficina regional como variable central que depende de; Recurso económico, posicionamiento, Planeación estratégica y Recurso operativo para su total ejecución.

Cada una de las variables contiene diferentes dimensiones de ejecución el cual son elementos claves que se deben tomar en la propuesta del estudio.

### 3.1.2. Operacionalización de las variables

**Tabla 2. Operacionalización de variables**

Variable Independiente	Definición		Dimensión	Indicador	Ítem	Unidades (Categorías)	Escala
	Conceptual	Operacional					
Estudio de mercado	Es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso Sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing. (Malhotra, 2008)	Recolección de la información mediante la aplicación de una encuesta	Oferta, Demanda, Precios, Mercado meta	Fuentes de financiamiento disponibles, Cantidad de estudiantes, Cuotas de Pago, Tipos de usuarios	¿Quiénes son los usuarios del crédito educativo para educación superior?	Niños, Adolescentes, Jóvenes, Adultos	1 2 3 4
Estudio Técnico	Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. (Posas, 2005)	Recolección de la información mediante entrevista	Materia prima Localización Mobiliario y equipo Sistemas de control Distribución de la planta	Productos elaborados Ubicación estratégica Acondicionamiento del área Planificación Estructura organizacional	¿De qué zona proviene la mayor parte de interesados del crédito educativo?	Tegucigalpa San Pedro Sula Choluteca La Ceiba	1 2 3 4
Estudio Financiero	El objetivo del estudio financiero es determinar por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar los ingresos, costos y operaciones del proyecto. (Espinoza, 2007)	Recolección de la información mediante estudios previos (Estudio Técnico y de mercado.	VPN TIR Capital de trabajo Costos	Inversión Rentabilidad Costo de oportunidad Fuente de financiamiento en la inversión	¿Forma de financiamiento de los recursos económicos?	Capital Propio Apalancamiento	1 2
Estructura organizacional	Distribución formal de los empleados dentro de una organización. (Stephen P. Robbins, 2005)	Evaluación del desempeño, plan de incentivos	Estructura Procesos Entorno Clima laboral Remuneración Salarial	Numero de colaboradores Funciones Ambiente de trabajo Sueldo Incentivos	¿Cuál es el grado de motivación que poseen los colaboradores de la empresa?	Constante Ama su trabajo Cumplimiento de metas	Muy satisfecho Satisfecho Inconforme

## Continuación de la tabla 2. Operacionalización de variables

Variable Dependiente	Definición		Dimensión	Indicador	Ítem	Unidades (Categorías)	Escala
	Conceptual	Operacional					
Pre factibilidad	Debe concentrarse en la identificación de alternativas y en el análisis técnico de las mismas, el cual debe ser incremental.	Recolección de la información mediante diversos estudios	Estudio Técnico Estudio de mercado Estudio Financiero	Localización Optima Aceptación del producto o servicio Rentabilidad el proyecto	¿Cómo llevar a cabo un nuevo proyecto de inversión?	Mediante un estudio de pre factibilidad Solo con un diagnóstico de mercado y técnico	1 2

En la tabla anterior se definen cada una de las variables dependientes e independientes, así como su unidad de análisis, medición e indicador.

### 3.1.3 Hipótesis

#### 3.1.3.1 Se plantean las siguientes hipótesis

**H: 1** A mayor cobertura de financiamiento educativo de la fundación CREHO, **mayor** impacto en la cantidad de jóvenes hondureños beneficiarios.

**H: 0** A menor cobertura de financiamiento educativo de la fundación CREHO, **menor** impacto en la cantidad de jóvenes hondureños beneficiarios.

#### 3.1.3.2 Tipo de Hipótesis

El tipo de hipótesis implementada en el proyecto denominado Iniciativa de reposicionamiento para la fundación CREHO, fue descriptiva ya que permitió señalar cuáles fueron las supuestas mayorías o minorías que definieron que disposición existe de forma comparativa.

Colegio 24 hs (2004) afirma: Entonces podemos decir que una hipótesis es un enunciado de tipo

general, una conjetura que anticipa la solución de un problema pero requiere ser confrontada con la realidad y como es una respuesta provisoria no será considerada como verdadera hasta tanto y solo después de dicha confrontación. (p. 5)

### **3.2 Enfoque y métodos de la investigación.**

La investigación fue realizada mediante un enfoque mixto, pero con una tendencia predominante del enfoque cuantitativo ya que se analiza la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto particular o para aportar evidencia respecto de los lineamientos de la investigación.

Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2006) afirma: “Un enfoque cuantitativo usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p. 5).

#### **Los métodos utilizados**

**Método Deductivo:** En cada una de las estrategias para la ampliación de la cobertura de los servicios de financiamiento educativo se partió de principios o leyes generales.

Navarro Chávez (2014) afirma: Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados teoremas y leyes, principios, de aplicación universal y comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (p.194)

**Método Inductivo:** a través de este método se conocieron los factores que han limitado la ampliación de la cobertura de fundación CREHO.

Baena Paz (2014) afirma: La inducción es, de manera general, el método empleado por las ciencias naturales. Consiste en un razonamiento que pasa de la observación de los fenómenos a una ley general

para todos los fenómenos de un mismo género... La inducción es, así, una generalización que conduce de los casos particulares a la ley general. Basada en la experiencia. (p. 45)

### **Método Histórico:**

La presente investigación utilizó este método para conocer y analizar los factores que ha limitado la ampliación de la cobertura de servicios de la fundación CREHO

Escamilla (2013) afirma: “Nos permite estudiar hechos del pasado con el fin de encontrar explicaciones casuales a las manifestaciones propias de las sociedades actuales” (p. 2).

### **Método Explicativo**

Este método nos permitió determinar las causas y los efectos de cada una de las variables de independientes sobre la dependiente.

Cegarra Sánchez (2012) afirma: “Este método procura encontrar la relación causa-efecto entre dos o más fenómenos” (p.92).

### **Método Descriptivo**

Este método de investigación esta principalmente soportado principalmente en las técnicas como la encuesta, y la revisión de cada una de las fuentes de investigación.

Ferreya & Ana (2014) afirma: “Como su nombre lo indica, su fin más frecuente es el de describir, identificar rasgos característicos, de una determinada situación eventos o hechos” (p.94).

### **Método Analítico**

Este método de investigación nos permitió separar las partes de la estrategia de la ampliación de la cobertura de servicios de fundación para analizar cada una de sus partes por separado.

Santos Heredero, Rodríguez Arias, & Rodríguez Ballesteros (2014) afirma que: “Se pretende establecer o evaluar la presencia de asociaciones o diferencia entre factores o situaciones en estudio” (p. 50).

### **Método Sintético**

Después de analizar las partes de la estrategia de ampliación de cobertura de los servicios de fundación CREHO el método de investigación sintético nos permite reconstruir el proceso de con una mayor comprensión de cada uno de los elementos.

Lopera Echavarría, Ramírez Gómez, & Zuluaga Aristizábal (2004) afirma: La síntesis une lo general lo singular, la unidad y la multiplicidad en un todo concreto vivo. La síntesis completa al análisis y forma con él indisoluble, son dos fases complementarias de un mismo proceso, que expresan la unidad del método” (p. 4).

### **3.3 Diseño de la investigación**

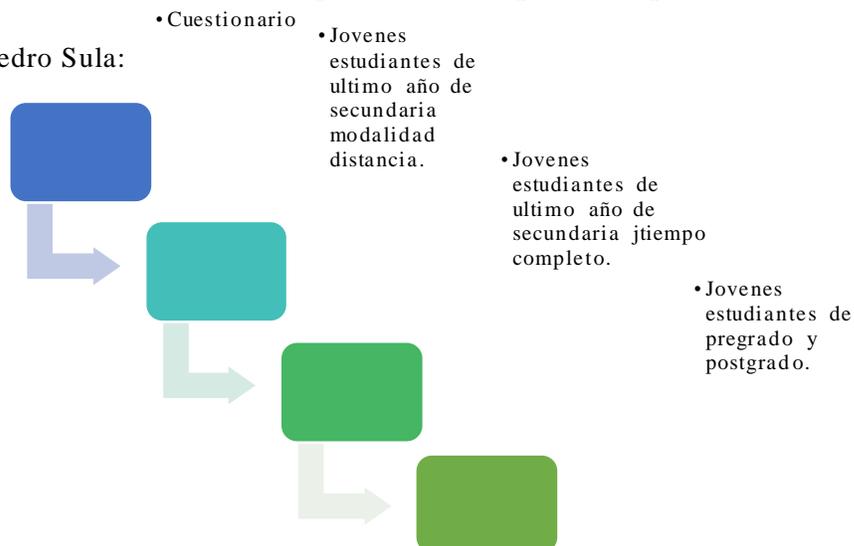
La investigación se realizó con la información resultante de las respuestas captadas en el instrumento de medición a través del cuestionario.

Las etapas previstas del proceso de investigación son las siguientes:

- 1.-Identificación del problema
- 2.-formulación de los objetivos
- 3.-Marco Teórico
- 4-Metodología
- 5.-Resultados y análisis de la información
- 6-Conclusiones y recomendación
- 7-Informe Final

El diseño de la investigación es no experimental – transaccional descriptivo, ya que se analizaron las variables en su estado natural, estudiando los factores que inciden para que las personas quieran acceder a un crédito para los diferentes programas educativos.

Etapas del diseño no experimental-transaccional descriptivo a llevar a cabo para la recolección de información en el estudio de pre factibilidad para la ampliación del financiamiento educativo en San Pedro Sula:



**Figura 9. Proceso de recolección de información.**

Fuente: Procedimiento para recolección de información por secuencia.

### 3.3.1 Población

La población meta de fundación CREHO, son los jóvenes estudiantes que están por egresar de sus estudios de secundaria, quienes iniciaran su preparación de educación superior en las diferentes universidades a nivel nacional e internacional.

Se estima que en la ciudad de San Pedro Sula hay un total de 1,406 centros educativos de educación media y un estimado de 113,451 estudian. (INE-EDUCACIÓN)

### 3.3.2 Muestra

Se desconoce actualmente la cantidad de estudiantes en San Pedro Sula, por lo que con el fin de levantar una muestra representativa que nos arroje datos los más apegados a la realidad se ha decidido estimar el universo en base a los datos de la secretaría de educación de educación media:

La muestra es un sub grupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos y que tienen que definirse o delimitarse de antemano con precisión, este deberá ser representativo de dicha población (Sampieri, 2006, pág. 67).

$$n = \frac{N \cdot Z_a^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + Z_a^2 \cdot p \cdot q}$$

**Ecuación 1.** Fórmula para Calcular la muestra requerida, de población finita conocida:

Dónde:

N: Total de la población 113,451 estudiantes

Za: 1.96 (nivel de confianza de 95%)

P: Proporción esperada (5% = 0.05)

q: (1-p)

d: Precisión (utilizamos un 5% de precisión)

$$n = \frac{(113,451) (1.96)^2 (0.05) (0.95)}{(0.05)^2} = 73$$

(0.05)<sup>2</sup>(113,451 - 1) + (1.96)<sup>2</sup>(0.05) (0.95) Mendenhall, Lyman (2006)

Nota: el resultado obtenido para la muestra a considerar es de 73 pero para que la muestra fuese más representativa y obtener resultados más acertados se utilizó una muestra de 100 jóvenes estudiantes.

### **3.4 Instrumentos, técnicas y procedimientos aplicados**

#### **3.4.1. Instrumentos**

Con el propósito de recopilar toda la información que se requiere se utilizó el cuestionario como principal instrumento de recolección, el cual fue aplicado en la encuesta a los jóvenes estudiantes de los Institutos de educación media y Universidades seleccionadas de San Pedro Sula, el cual nos ayudará a obtener información y datos estadísticos confiables y fáciles de analizar.

#### **3.4.2. Técnicas**

Debido a que el enfoque es cuantitativo se diseñó una encuesta aplicable a los colegios de educación media y otra encuesta aplicable a los centros de educación superior como ser las universidades, siendo estas elaboradas a base de preguntas enfocadas a las variables de investigación.

### **3.4.3. Procedimiento**

Nos trasladamos a la ciudad de San Pedro Sula con el objetivo de aplicar la encuesta de manera presencial y escrita a los jóvenes estudiantes de los centros de educación media y universitaria

## **3.5. Fuentes de información**

### **3.5.1. Fuentes primarias**

La información primaria se obtuvo por medio de encuestas a los jóvenes estudiantes de los centros de educación media y universidades de San Pedro Sula.

### **3.5.2. Fuentes secundarias**

Para la presente investigación y como fuentes secundarias se utilizaron: Libros, revistas, periódicos, páginas web y tesis, en relación a las variables de estudio.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En este capítulo se analizan los resultados de los instrumentos de recopilación de información, aplicando estadística descriptiva para el análisis de cada instrumento.

### 4.1 Resultados de la encuesta

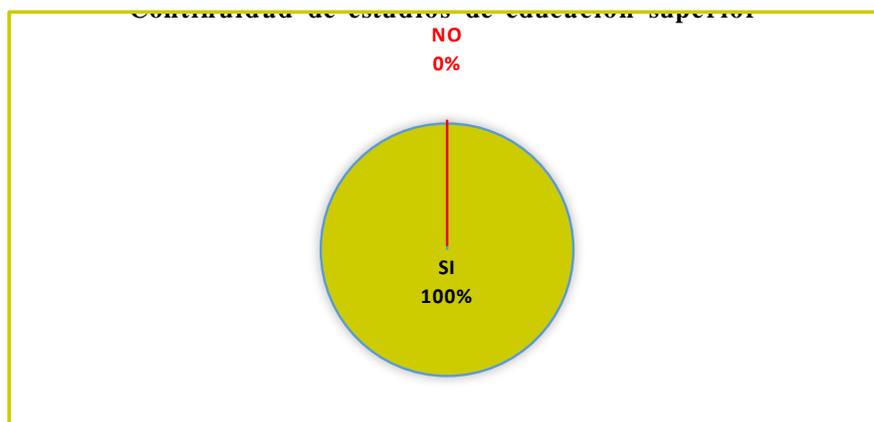
Con el objetivo de conocer los factores que han limitado la ampliación de cobertura de del financiamiento educativo de la fundación CREHO se procedió a realizar un estudio de mercado, con el fin de poder proceder a la aplicación de la encuesta a los jóvenes estudiantes de los centros de educación media y universidades de San Pedro Sula. A continuación, se presenta el resumen de la información analizada.

#### a. Resultados de encuesta aplicada a los colegios de educación media:

##### 1. ¿Está dispuesto a continuar con sus estudios universitarios?

**Tabla 3. Continuidad de estudios universitarios para los jóvenes de educación media.**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
SI	60	100%
NO	0	0%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>



**Figura 10. Criterio de disposición para la continuación de estudios universitarios.**

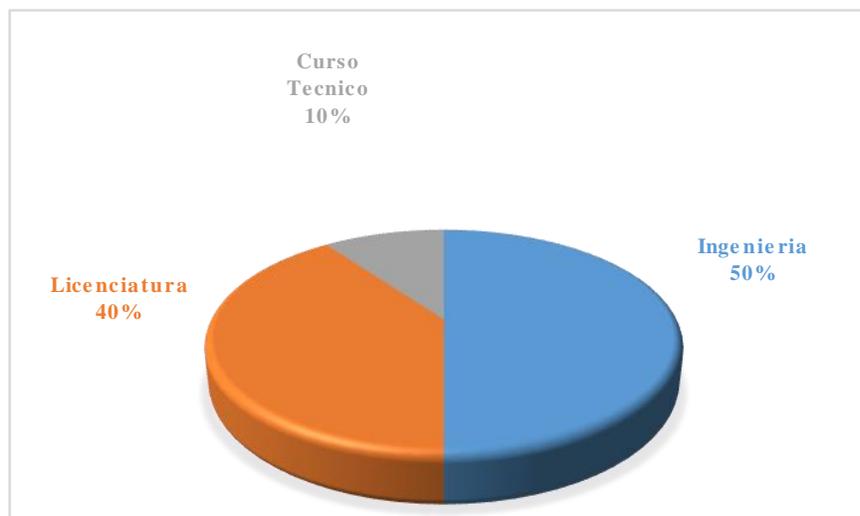
Mediante el proceso de recolección de datos a través de la herramienta denominada encuesta, se evaluó el seguimiento de estudios universitarios en la población estudiantil de educación media en San Pedro Sula; por lo que el 100% (60 de las personas encuestadas) indicaron tener la disposición de continuar con sus estudios de educación superior el próximo año.

- **Hallazgo:** Clientes potenciales para el uso de los créditos de educativos en el año 2018.
- **Tendencia:** Planificación de actividades promocionales para incentivar el acceso al crédito educativo.
- **Conclusión:** Se considera factible la estimación de clientes potenciales para el estudio de investigación el cual conlleva a la toma de decisiones.

## 2. ¿Qué tipo de carrera le gustaría estudiar?

**Tabla 4. Preferencia en el tipo de educación o carrera.**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Ingeniería	30	50%
Licenciatura	24	40%
Curso Técnico	6	10%
Total	60	100%



**Figura 11. Preferencia del tipo de carrera a estudiar.**

Los jóvenes estudiantes consideran que el tipo de carrera a estudiar es ingeniería, siendo el 50% (30 jóvenes estudiantes) con aspiraciones de estudiar una ingeniería, un 40% (24 jóvenes estudiantes con perspectivas en una licenciatura y tan solo el 10% (6 jóvenes estudiantes) prefieren una carrera corta que sea técnica.

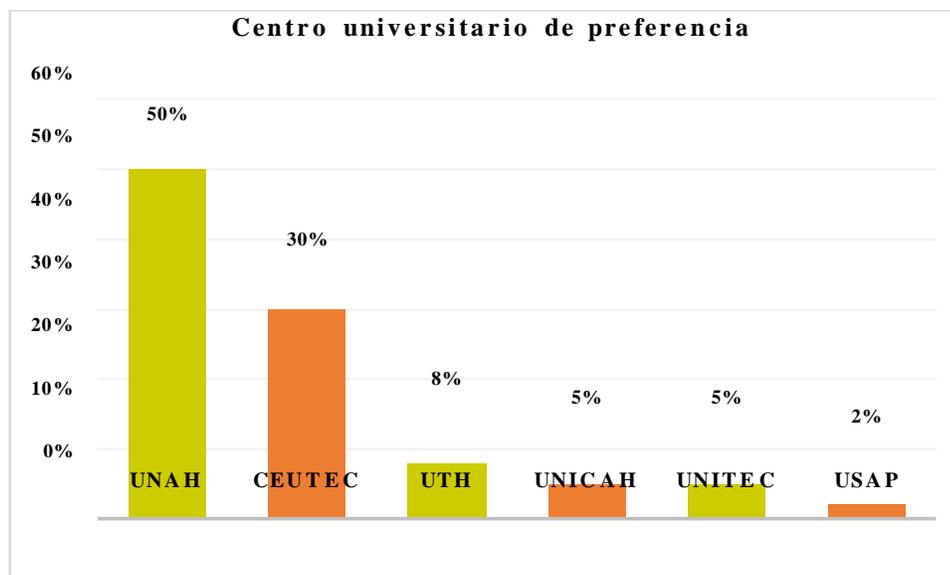
El poder conocer las preferencias académicas de los jóvenes estudiantes, permite establecer indicadores de medición en cada uno de los programas de financiamiento que ofrece la fundación CREHO, siendo el de carrera universitaria uno de sus productos con mayor aceptación, por lo que el proyecto de investigación en cuanto a mercado meta es totalmente factible.

- **Hallazgo:** Potencial de desempeño académico para las carreras de ingeniería.
- **Tendencia:** Administración de fondos para el financiamiento educativo del 100% de la carrera.
- **Conclusión:** Las carreras de ingeniería, son el medio académico para poder colocar los financiamientos educativos por centro universitario.

### 3. ¿A cuál de las siguientes universidades le gustaría asistir?

**Tabla 5. Elección de centro universitario.**

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
UNAH	30	50%
CEUTEC	18	30%
UTH	5	8%
UNICAH	3	5%
UNITEC	3	5%
USAP	1	2%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>



**Figura 12. Preferencia del centro educativo para estudiar sus carreras universitarias.**

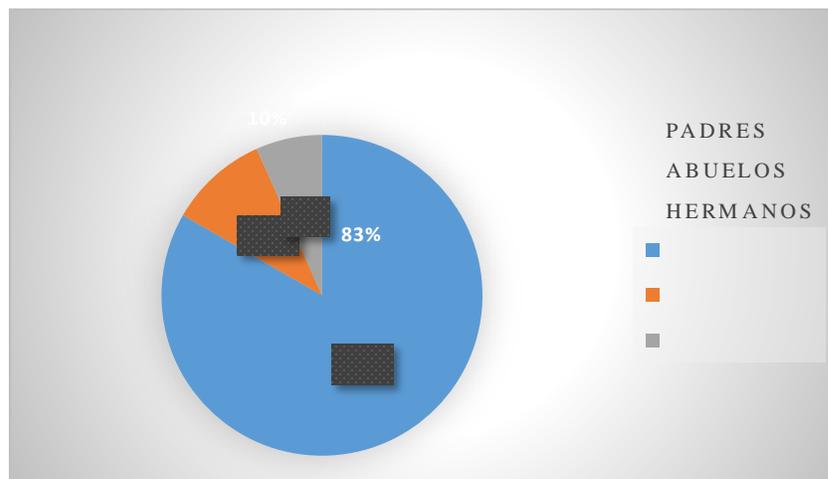
Los jóvenes consideran que el centro universitario influye en la motivación para iniciar una carrera universitaria; por lo que el 50% ( 30 jóvenes estudiantes) desean estudiar en la Universidad Autónoma de Honduras, el 30% ( 18 jóvenes estudiantes) prefieren estudiar en CEUTEC, el 8% ( 5 jóvenes estudiantes) quisieran estudiar en UTH, el 5% (10 jóvenes estudiantes) prefieren UNITEC y UNICAH y tan solo el 2% (1 joven estudiante) indicó que le gustaría estudiar en la USAP.

- **Hallazgo:** Aceptación de diversos centros universitarios para estudios de educación superior.
- **Tendencia:** Fortalecimiento de alianzas estratégicas que faciliten la difusión e incentivo al crédito educativo.
- **Conclusión:** La ciudad de San Pedro Sula, cuenta con un mercado académico atractivo para los jóvenes estudiantes de educación media, factible para la toma de decisiones estratégicas.

#### 4. ¿Quién será el encargado de cubrir sus estudios universitarios?

**Tabla 6. Responsables de cubrir con gastos educativos universitarios.**

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Padres	50	83%
Abuelos	6	10%
Hermanos	4	7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>



**Figura 13. Encargados de cubrir los gastos académicos de educación superior.**

Según el aporte de los jóvenes estudiantes, el 83% (es decir 50 de ellos) indican que sus padres serán los principales encargados de cubrir con sus estudios universitarios, el 10% (es decir 6 jóvenes estudiantes) indican que sus abuelos son los tutores encargados de velar por su educación

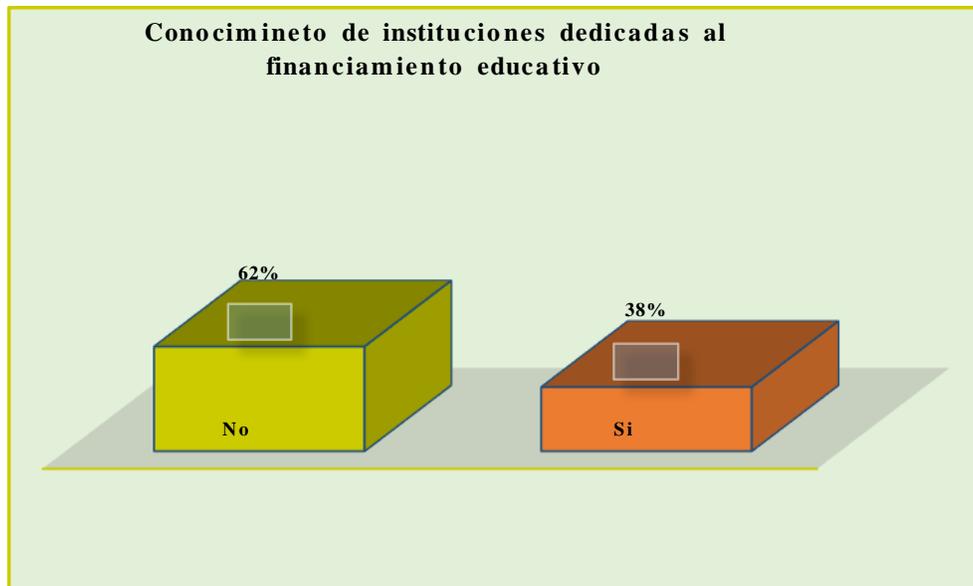
superior y tan solo el 7% (es decir 4 jóvenes) indicaron que sus hermanos mayores están en plena potestad de apoyarles con sus estudios académicos a partir del próximo año.

- **Hallazgo:** Mercado objetivo de colocación son los padres de familia, ya que son los encargados de cubrir las necesidades académicas de los jóvenes estudiantes de educación media.
- **Tendencia:** Posicionar la empresa y su beneficio mediante estrategias que incentiven el desarrollo académico de los jóvenes para el futuro.
- **Conclusión:** Factibilidad del proyecto de investigación en cuanto al nivel de accesibilidad y conclusión del proceso crediticio.

**5. ¿Conoce alguna institución dedicada a otorgar financiamiento educativo para jóvenes estudiantes?**

**Tabla 7. Conocimiento de instituciones que otorgan financiamiento educativo.**

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No	37	62%
Si	23	38%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>



**Figura 14. Reconocimiento institucional del financiamiento educativo.**

Según la información recolectada, el 62% de los jóvenes (37 de ellos) desconocen de instituciones que dan financiamiento educativo y tan solo el 38 % (23 de ellos) conocen de una o varias que otorgan créditos educativos en apoyo a los jóvenes.

- **Hallazgo:** De acuerdo a la información obtenida en cuanto al reconocimiento de marca, se puede identificar una debilidad institucional para fundación CREHO.
- **Tendencia:** Colocación de fondos para medios de publicidad masiva y efectiva.
- **Conclusión:** Falta de conocimiento de imagen institucional, por lo que el proyecto en cuanto a herramienta promotora y publicitaria no es factible.

6. ¿Cuándo se menciona el financiamiento educativo, que institución reconoce?

Tabla 8. Reconocimiento institucional referente al rubro de financiamiento.

Criterio	Frecuencia	Porcentaje	
Educredito	44	76%	
BAC	6	10%	
Fundación CREHO	4	7%	
Las cooperativas	4	7%	
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>	

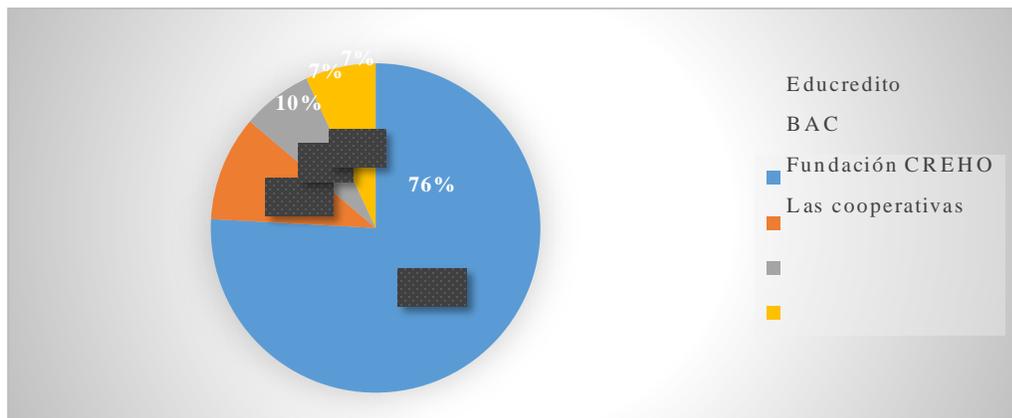


Figura 15. Percepción del financiamiento educativo institucional.

Mediante la recolección de datos que se obtuvo del trabajo de campo, se puede tomar en cuenta que la principal institución que los jóvenes perciben como entidad dedicada a otorgar créditos educativos es Educredito, ya que el 76% (44 jóvenes) mencionan que han conocido de su existencia, el 10% (6 jóvenes) mencionan a Bac, 7% (4 jóvenes) han escuchado de Fundación CREHO y el 7% (4 jóvenes) mencionan que las cooperativas les han informado sobre el beneficio del financiamiento educativo.

- **Hallazgo:** De acuerdo al análisis efectuado en la pregunta número 6, se puede conocer el grado de competitividad que posee fundación CREHO en el mercado de crédito educativo.

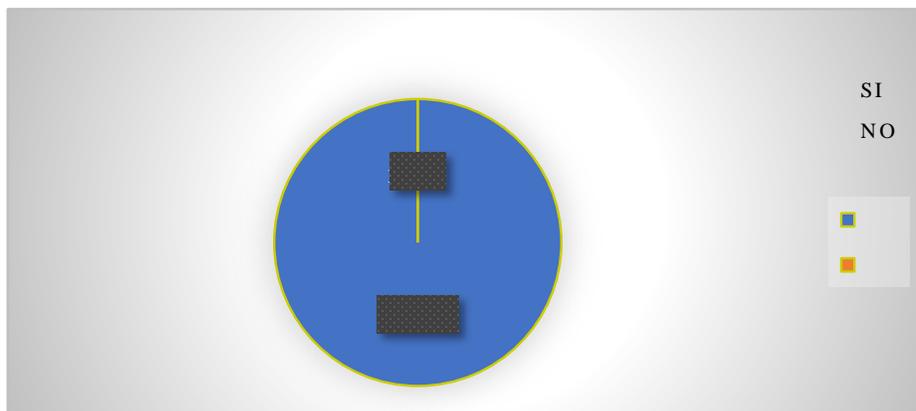
- **Tendencia:** Ejecución de un plan de marketing reforzado con herramientas promocionales para fortalecer el posicionamiento de marca.
- **Conclusión:** Las demás instituciones dedicadas a otorgar créditos educativos tienen una ventaja competitiva de acuerdo al posicionamiento institucional, por lo que el proyecto en términos de posicionamiento de marca no es viable.

**7. ¿Le gustaría estudiar mediante un crédito educativo que permita a sus padres pagar cuotas accesibles de manera mensual?**

**Tabla. 9 Aceptación del financiamiento educativo en la educación media.**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
SI	60	100%
NO	0	0%
Total	60	100%

**Figura del**



**16. Aceptación**

**financiamiento educativo en educación media.**

Mediante la información recolectada, se logra establecer que el financiamiento educativo tiene gran aceptación en la ciudad de San Pedro Sula, específicamente en los jóvenes de educación

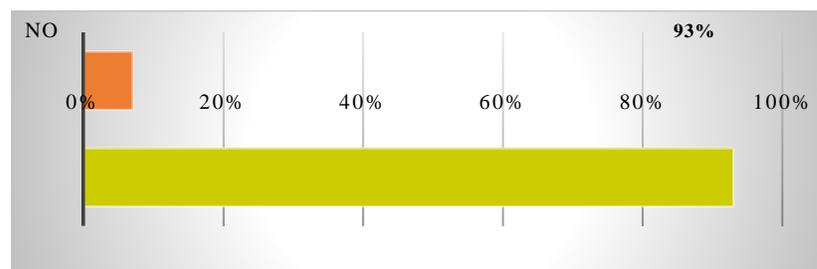
media, ya que el 100% (60 jóvenes encuestados) indicaron estar a favor de estudiar a través del financiamiento educativo que les permitirá a sus padres pagar cuotas accesibles para su educación.

- **Hallazgo:** De acuerdo a la información recolectada en la pregunta de investigación número 7, se deduce que el programa de financiamiento educativo de fundación CREHO tiene potencial en progreso evolutivo.
- **Tendencia:** Colocación de fondos suficientes para posicionar la marca de la empresa en la zona norte de Honduras.
- **Conclusión:** El proyecto en términos de aceptación es factible.

#### 8. ¿Conoce la empresa llamada Fundación CREHO?

**Tabla 10. Reconocimiento institucional de Fundación CREHO.**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
No	56	93%
Si	4	7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>



**Figura 17. Percepción y reconocimiento de marca institucional.**

De acuerdo a la información proporcionada por los jóvenes estudiantes, el 93% (56 alumnos) desconocen a fundación CREHO como empresa dedicada al financiamiento educativo y

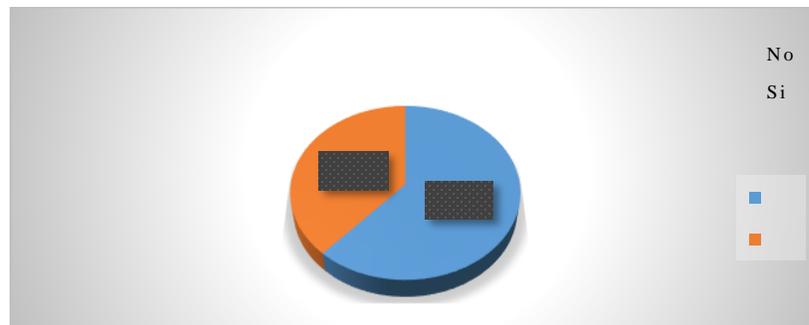
tan solo el 7% (4 alumnos) han escuchado sobre su programa de crédito educativo en algunas ocasiones.

- **Hallazgo:** La empresa carece posicionamiento en la zona norte de San Pedro Sula.
- **Tendencia:** Implementación de herramientas promocionales y publicidad masiva.
- **Conclusión:** Se determina mediante el análisis efectuado en la pregunta número 8, que proyecto en cuanto a reposicionamiento es totalmente factible.

9. ¿Se movilizaría hasta la ciudad de Tegucigalpa, con el objetivo de adquirir un crédito educativo?

**Tabla 11. Disposición para moverse en busca del crédito educativo.**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
No	37	62%
Si	23	38%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>



**Figura 18. Movilización para adquirir un crédito educativo.**

Según información recolectada mediante la encuesta, el 62% de los jóvenes estudiantes (es decir 37 de ellos) no se movilizarían hasta la ciudad de Tegucigalpa, para adquirir un crédito educativo debido a los costos que implica y el tiempo de sus padres; mientras que el 38% es decir

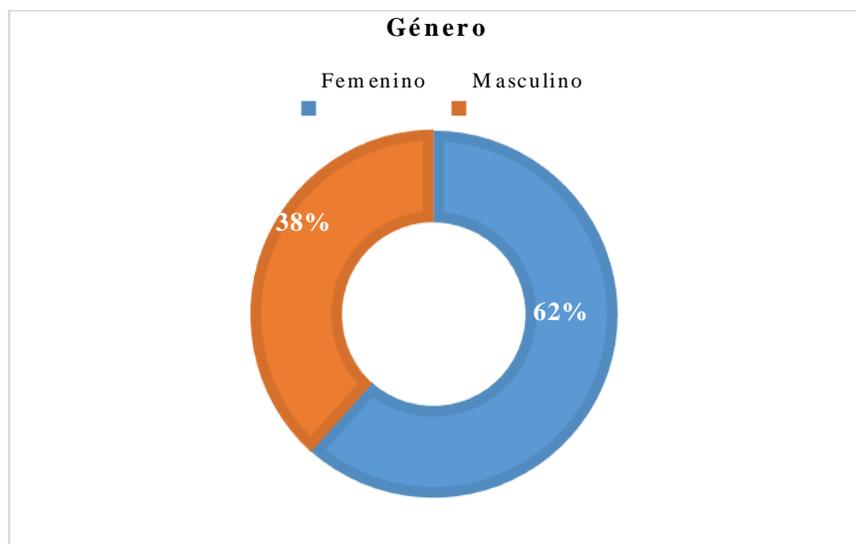
(23 de los jóvenes encuestados) si estarían dispuestos a transportarse hacia la ciudad con el fin de obtener el apoyo educativo.

- **Hallazgo:** Potencial de personas indispuestas a concluir el financiamiento educativo en Tegucigalpa.
- **Tendencia:** Implementación del plan estratégico para llevar a cabo la ampliación de cobertura e iniciativa de reposicionamiento para la fundación CREHO en SPS.
- **Conclusión:** El proyecto de investigación en términos de ampliación de cobertura es factible.

## 10. Género

**Tabla 12. Participación de la encuesta por género.**

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Femenino	37	62%
Masculino	23	38%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>



**Figura 19. Colaboración en el llenado de la encuesta por género.**

El 62% de las personas encuestadas, son jóvenes del género femenino y el 38% representa el género masculino siendo en su mayoría menores de 18 años de edad y dependientes del apoyo económico de sus padres.

- **Hallazgo:** Población encuestada totalmente proporcionada en cuanto a género.
- **Tendencia:** Orientar herramientas de persuasión al financiamiento educativo a los padres de familia debido a la corta edad de los participantes.
- **Conclusión:** El proyecto es factible de acuerdo al perfil de los estudiantes y en cuanto a la decisión de acceso por parte de sus padres o tutores.

## 4.2 Resultados de encuesta 2

### Aplicadas universidades de la ciudad de San Pedro Sula:

#### 1. ¿Con qué fondos cubre sus estudios universitarios?

Tabla 13. Fondos para estudio de carrera universitaria.

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Fondos propios	39	97%
Financiamiento educativo	1	3%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

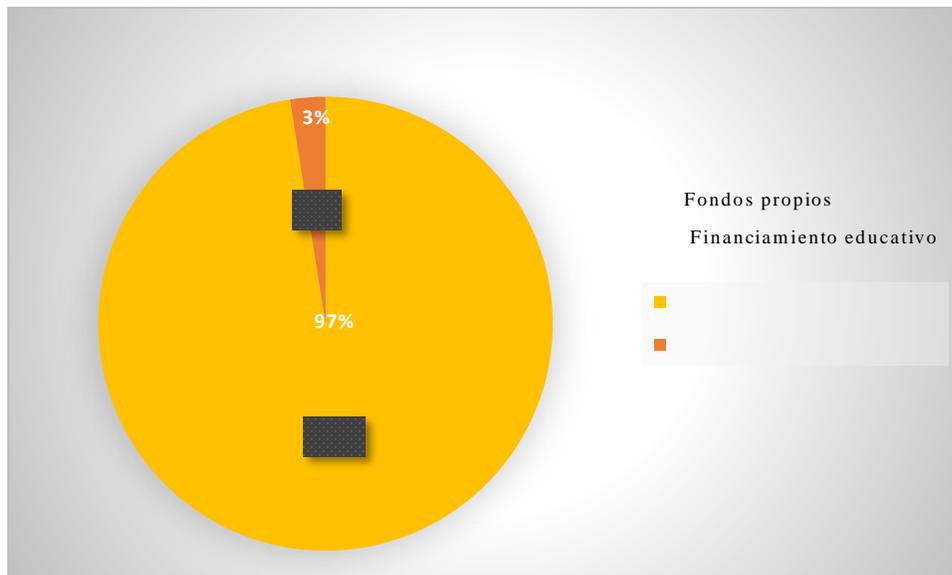


Figura 20. Tipos de fondos para cubrir gastos de educación en las carreras universitarias.

Según encuesta realizada a los jóvenes estudiantes de carreras universitarias de la ciudad de San Pedro Sula, el 97% (39 personas) de ellos cubre sus estudios con fondos propios y tan solo un 3% (1 persona) mediante un programa de financiamiento educativo.

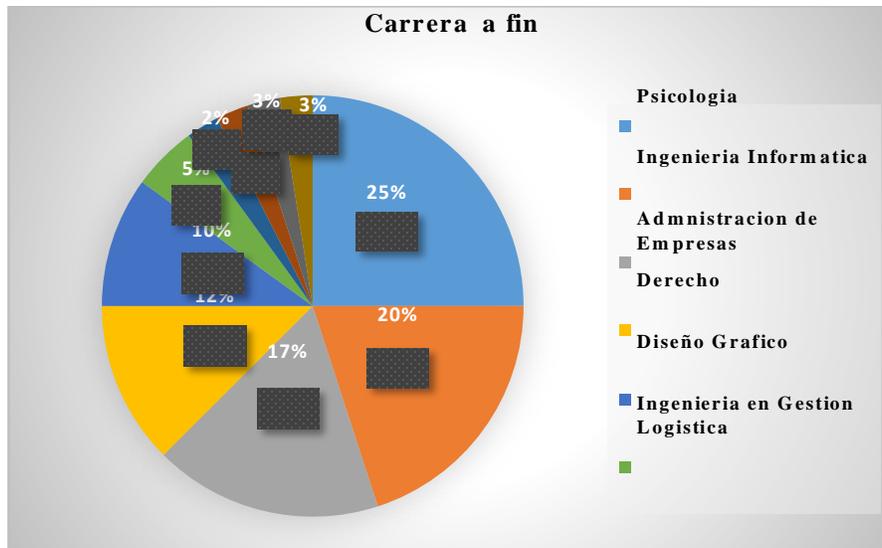
- **Hallazgo:** Potencial de mercado representado en los jóvenes universitarios que hacen uso de fondos propios para cubrir sus estudios académicos.

- **Tendencia:** Implementación de estrategias persuasivas y referentes al financiamiento educativo personalizado de la fundación CREHO.
- **Conclusión:** Mediante la recolección de información aplicada jóvenes estudiantes universitarios, se determina que la mayoría de ellos desconocen los beneficios de un crédito educativo personalizado, por lo que el proyecto en términos de penetración de mercado es totalmente factible.

## 2. ¿Qué carrera estudia actualmente?

**Tabla 14. Carrera de estudios universitarios**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Psicología	10	25%
Ingeniería Informática	8	20%
Administración de Empresas	7	17%
Derecho	5	12%
Diseño Grafico	4	10%
Ingeniería en Gestión Logística	2	5%
Contaduría Pública y Finanzas	1	3%
Ingeniería Industrial	1	3%
Mercadotecnia	1	3%
Recursos Humanos	1	2%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>



**Figura 21. Carreras universitarias**

Se evaluó la demanda de estudiantes de acuerdo a la carrera universitaria que están cursando, en donde el 25% de los jóvenes encuestados estudian Psicología, el 20% estudia ingeniería informática, el 17% estudia admón. de empresas, un 10% abogacía, un 5% diseño gráfico y los últimos 3% logística y contaduría pública.

- **Hallazgo:** Se localiza un nicho de mercado totalmente competitivo y de enfoque para la fundación CREHO; representado por las diversas carreras universitarias.
- **Tendencia:** Implementación de estrategias promocionales personalizadas de acuerdo a la carrera universitaria incentivando a la adquisición del crédito educativo.
- **Conclusión:** Se establece una diferenciación en cuanto a las carreras de estudio por lo que el proyecto en términos de destino para el financiamiento, es totalmente factible.

3. Cuando se menciona el financiamiento educativo, ¿Qué institución reconoce?

Tabla 15. Reconocimiento institucional

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Bac	13	32%
Educredito	10	25%
Banco Atlántida	6	15%
Lafise	4	10%
Ninguna	4	10%
Fundación CREHO	3	8%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

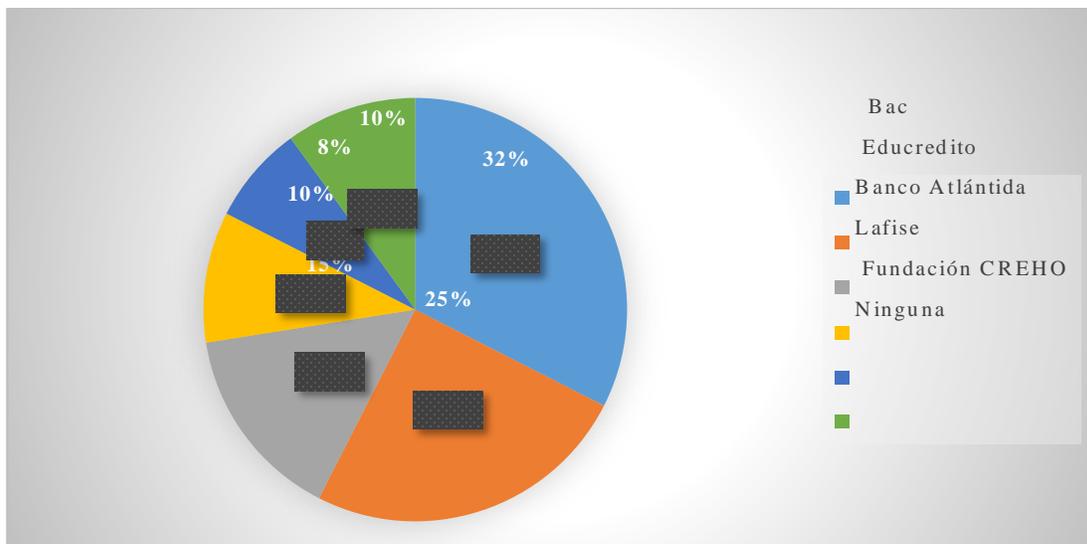


Figura 22. Reconocimiento de marca y de producto.

Mediante la recolección de datos, se pretendió evaluar el reconocimiento institución o posicionamiento de marca haciendo referencia al programa de crédito educativo, por lo que los resultados indican; que el 32% tiene conocimiento de Bac como principal entidad dedicada al otorgamiento de crédito educativo, el 25% menciona que Educredito se dedica a prestar servicios de financiamiento educativo un 15% menciona el producto educativo de banco Atlántida, un 10% el de lafise , un 8% el de fundación CREHO y un 3% no conoce de empresas que dan

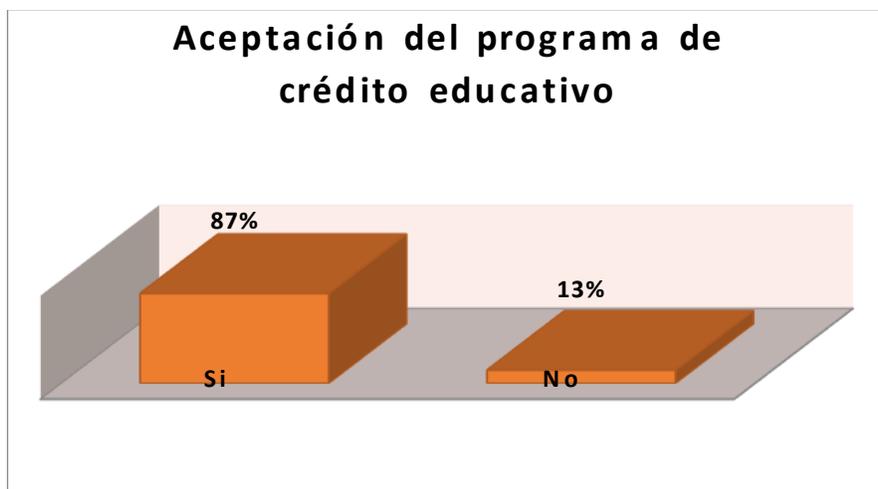
financiamiento a los jóvenes estudiantes y un 10% menciona que ninguna institución da el financiamiento educativo porque no conocen de ella.

- **Hallazgo:** Potencial de estudiantes en los que fundación CREHO puede dirigir su estrategia de diferenciación con el fin de posicionarse como entidad que apoya a la educación hondureña.
- **Tendencia:** Colocación de fondos destinados a la imagen y posicionamiento de marca.
- **Conclusión:** La ventaja competitiva y reconocimiento institucional repercute en otras entidades de financiamiento educativo, por lo que el proyecto en términos de reposicionamiento es factible.

**4. ¿Le gustaría adquirir un financiamiento educativo en donde pueda estudiar y pagar cuotas mensuales desde L. 750?**

**Tabla 16. Aceptación del programa de crédito educativo.**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	35	87%
No	5	13%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>



**Figura 23. Aceptación del financiamiento educativo**

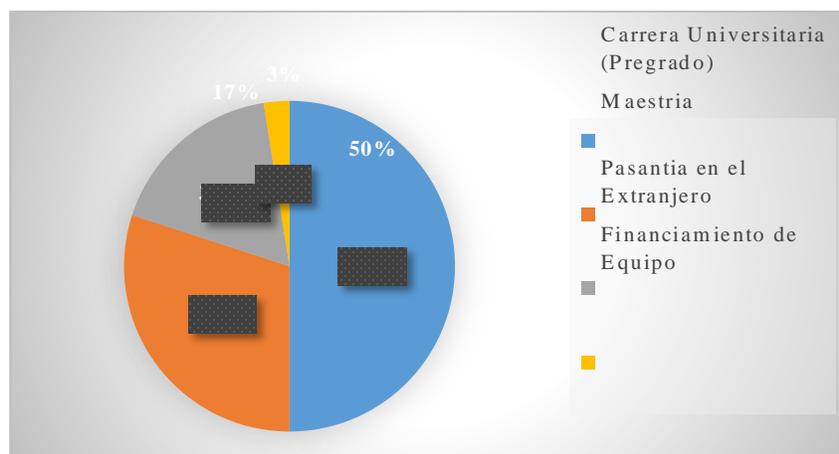
Para evaluar la aceptación del financiamiento educativo con el plan de pagos personalizado que destaca a la Fundación CREHO, se puede determinar que el 87% de los jóvenes universitarios estaría dispuesto a adquirir el préstamo educativo y un 13% prefiere seguir utilizando el sistema de pagos propio.

- **Hallazgo:** Potencial de jóvenes que están dispuestos a hacer uso del programa de financiamiento que ofrece la fundación CREHO.
- **Tendencia:** Colocación de fondos educativos destinados a la educación superior en las diferentes modalidades académicas.
- **Conclusión:** Factibilidad del proyecto en términos de aceptación.

## 5. ¿Para qué fin le gustaría adquirir un financiamiento educativo?

**Tabla 17. Finalidad del financiamiento educativo**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Carrera Universitaria (Pregrado)	20	50%
Maestría	12	30%
Pasantía en el Extranjero	7	17%
Financiamiento de Equipo	1	3%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>



**Figura 24. Destino del financiamiento educativo.**

Con el fin de evaluar la aceptación de cada uno de los productos de financiamiento que posee la Fundación CREHO, se indagó sobre el destino de financiamiento que los jóvenes quisieran obtener mediante el crédito para estudio, en donde un 50% mencionó que desea financiamiento

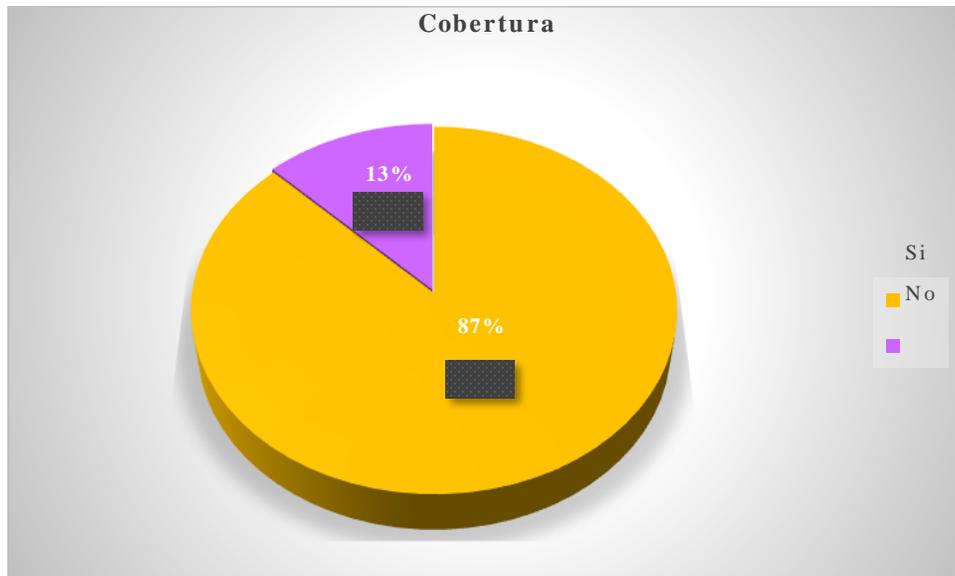
para estudiar su carrera universitaria, un 30% para financiamiento de su maestría, un 17% para realizar pasantías en el extranjero y tan solo un 3% para financiamiento de equipo para estudio.

- **Hallazgo:** Los productos de financiamiento educativo que la fundación CREHO ofrece, se encuentran totalmente proporcionados en cuanto a la demanda de aceptación.
- **Tendencia:** Colocación de fondos de inversión en publicidad y promoción para el producto de crédito que menor demanda de usuarios genera.
- **Conclusión:** Se deduce que las necesidades académicas de los jóvenes universitarios son totalmente diferentes por lo que el proyecto en términos de productos de financiamiento es totalmente factible.

**6. ¿Le gustaría que en San Pedro Sula existiera una institución dedicada únicamente a otorgar créditos educativos a los jóvenes estudiantes?**

**Tabla 18. Aceptación de la estrategia de crecimiento**

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	35	87%
No	5	13%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>



**Figura 25. Ampliación de cobertura institucional.**

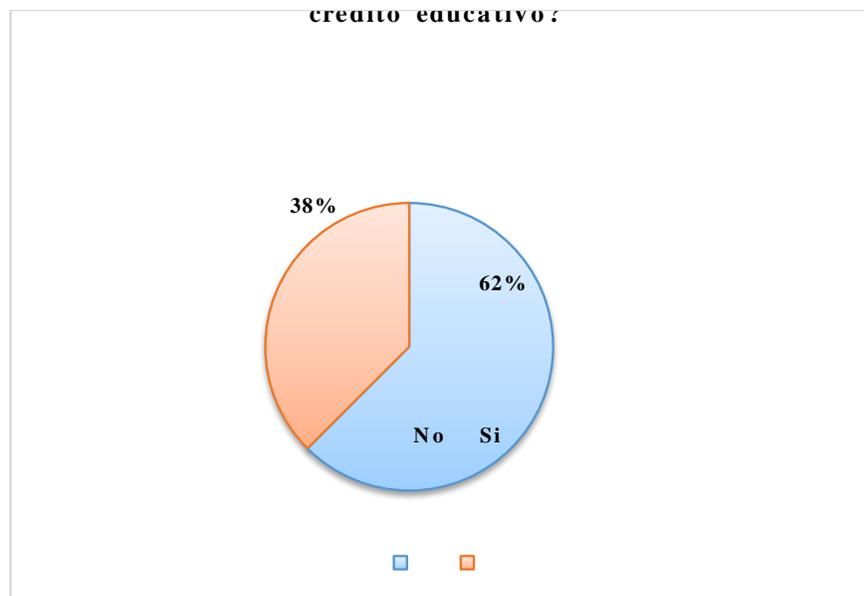
Con el fin de poder conocer la aceptación de la ampliación de cobertura para la fundación CREHO, el 87% de los jóvenes encuestados están a favor de una plaza especializada en créditos educativos en la ciudad de San Pedro Sula y un 13% menciona que no es necesario.

- **Hallazgo:** Las exigencias de los jóvenes estudiantes cada día son crecientes y se verán reforzadas mediante financiamiento educativo al alcance.
- **Tendencia:** Ampliación de la cobertura institucional, para satisfacer la demanda de usuarios del crédito educativo.
- **Conclusión:** De acuerdo al criterio de cada joven, el reposicionamiento de fundación CREHO es totalmente necesario por lo que el proyecto en términos ampliación en cobertura es factible.

**7. ¿Viajaría hasta Tegucigalpa para adquirir un crédito educativo?**

**Tabla 19. Movilización para adquirir el beneficio de crédito educativo.**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
No	25	62%
Si	15	38%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>



**Figura 26. Traslados a oficina central del programa de crédito educativo.**

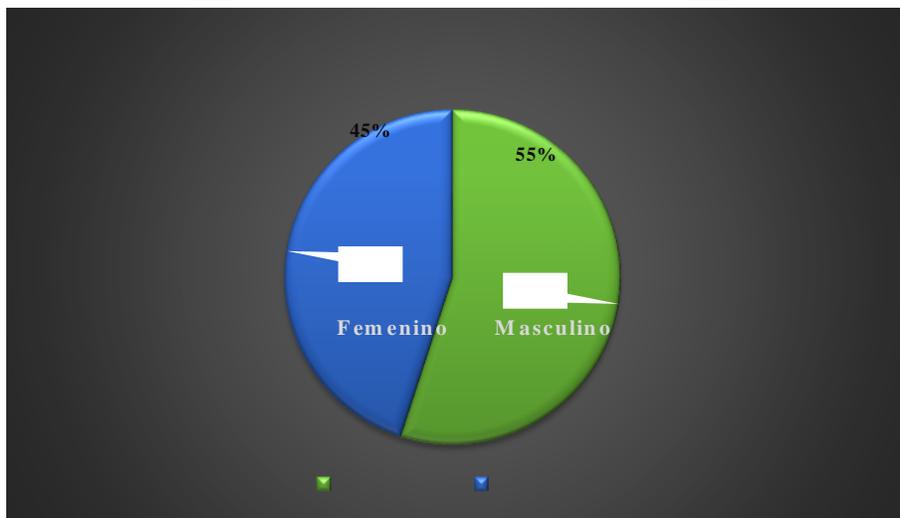
Mediante la pregunta 7, se consultó que tan accesible resulta movilizarse hasta Tegucigalpa, con el fin de adquirir un crédito para estudio y el 62% de los encuestados está en contra de los traslados debido al tiempo y costo de transporte, mientras que a un 38% le es indiferente realizar esfuerzos de movilización para obtener el beneficio del financiamiento.

- **Hallazgo:** La mayoría de los jóvenes no están en disposición de movilizarse hasta la ciudad de Tegucigalpa para formalizar el trámite respectivo debido a los costos de movilización.
- **Tendencia:** Ejecutar el proyecto de pre factibilidad para llevar a cabo la iniciativa de ampliar la cobertura institucional de la fundación CREHO.
- **Conclusión:** el proyecto en términos de localidad y ubicación estratégica es factible.

## 8. Género

**Tabla 20. Participación de herramienta de recolección de datos por género.**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	22	55%
Masculino	18	45%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>



**Figura 27. Participantes de la encuesta.**

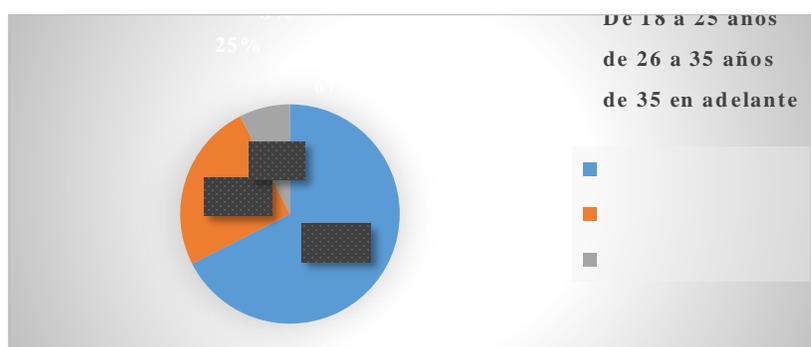
El 55% de los jóvenes universitarios encuestados fue de género femenino y un 45% fue de género masculino.

- **Hallazgo:** La participación de los jóvenes en cuanto a las opiniones y sugerencias del financiamiento educativo es totalmente proporcionada
- **Tendencia:** Llevar a cabo procesos de inclusión académica por género.
- **Conclusión:** por lo que el proyecto en términos de enfoque es totalmente factible.

## 9. Edad

**Tabla 21. Rango de edades.**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 25 años	27	67%
de 26 a 35 años	10	25%
de 35 en adelante	3	8%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>



**Figura 28. Edades de los participantes.**

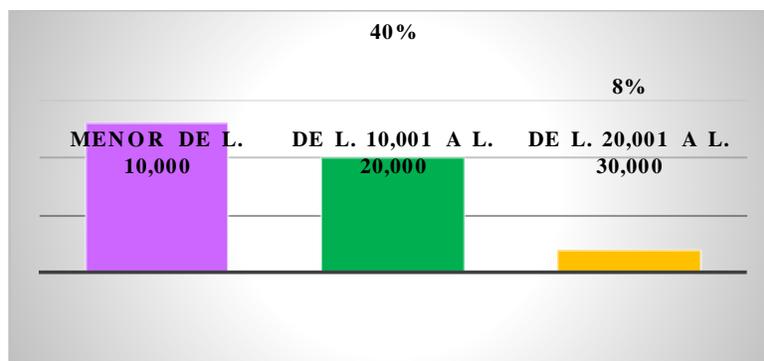
Los jóvenes estudiantes que participaron en la encuesta del proyecto de graduación se encuentran en un rango de edades de 18 a 25 años (67%) de 26 a 35 años representando un 25% y de 35 años en adelante únicamente el 8%.

- **Hallazgo:** La población meta de Fundación CREHO, son los jóvenes con edades de 18 a 35 años de edad.
- **Tendencia:** Promover planes de financiamiento mediante un programa para jóvenes, en el cual pueda persuadirse el proceso de otorgamiento de créditos.
- **Conclusión:** El proyecto de investigación en términos de población meta es factible.

## 10. Ingresos

**Tabla 22. Adquisición económica de los jóvenes estudiantes.**

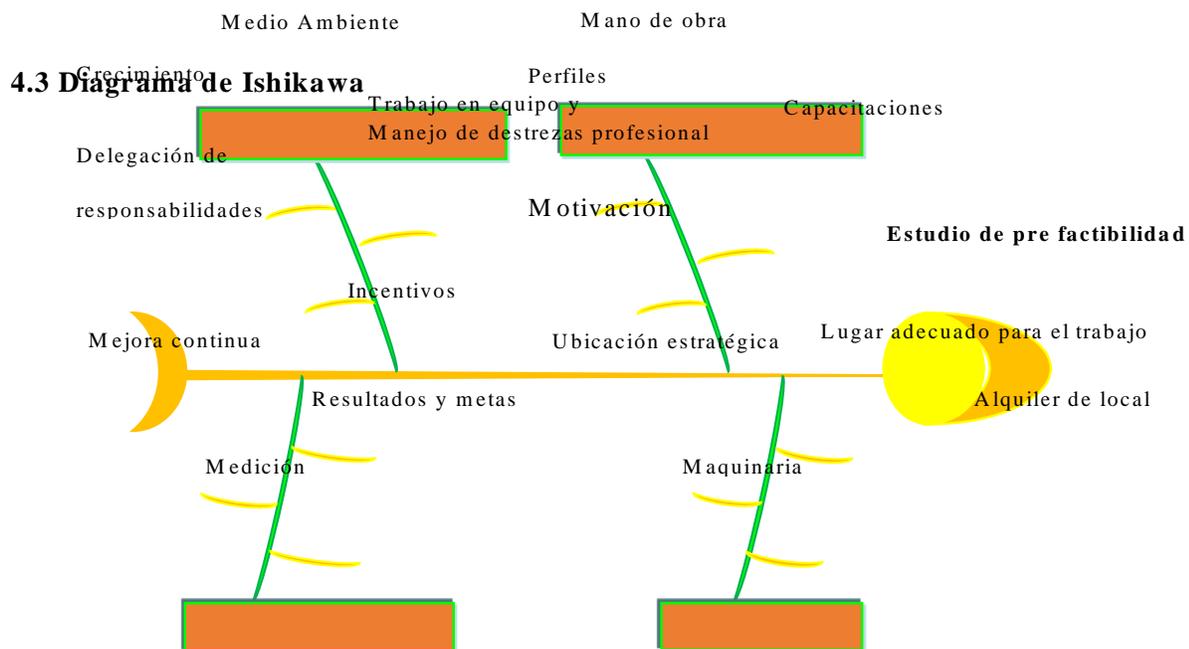
Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Menor de L. 10,000	21	52%
De L. 10,001 a L. 20,000	16	40%
De L. 20,001 a L. 30,000	3	8%
Total	40	100%



**Figura 29. Ingresos económicos de personas interesadas en el financiamiento educativo.**

Evaluando el nivel socioeconómico de los jóvenes universitarios; la mayoría de ellos se encuentra devengando un salario menor de L. 10, 000 siendo representado por 52% de los participantes, un 40% percibe ingresos de L. 10,000 – L.20, 000 y un 8% de L. 20,000 – L. 30,000.

- Hallazgo: La mayoría de los jóvenes están dentro de un rango aceptable para el pago de las cuotas personalizadas que ofrece la institución.
- Tendencia: Ampliar los montos y coberturas para el acceso a las garantías y de tal manera mantener la accesibilidad de los créditos a un porcentaje mayor de personas, debido a sus ingresos.
- Conclusión: Se establece que en términos de garantías el proyecto de investigación no es factible.



**Figura 30. Diagrama de Ishikawa aplicado a la Fundación CREHO**

### **4.3.1 Explicación e interpretación del diagrama de Ishikawa**

#### **a) Mano de obra**

##### **1. Perfiles empresariales**

Implementar y desarrollar la identificación adecuada del personal correspondiente para cada puesto de trabajo, mediante las competencias y experiencias en el área al cual se requiere asignar.

##### **2. Capacitaciones**

Enriquecer el talento humano mediante la preparación y entrenamiento brindado mediante capacitaciones que fortalezcan su desempeño en el área de trabajo, con el fin de poder enfrentar entornos cambiantes de acuerdo a sus indicadores de desempeño.

##### **3. Motivación de desempeño**

Considerar este elemento como clave inicial para comprender el comportamiento y rendimiento de los colaboradores en el cumplimiento de sus descriptores y metas ocupacionales dentro de su cargo laboral, observar el cumplimiento de metas y colocación de clientes ya que cada colaborador genera destrezas con diferentes resultados de desempeño.

#### **b. Medio Ambiente**

##### **1. Trabajo en equipo**

El trabajo en equipo es uno de los aspectos característicos de la fundación CREHO, ya que los resultados empresariales se miden en conjunto, por lo que es necesario fortalecerlo mediante asignaciones en conjunto, combinando la fuerza de trabajo de cada departamento.

## **2. Crecimiento profesional**

Toda empresa generadora de oportunidades de crecimiento para sus colaboradores en los diferentes niveles ocupacionales de la institución, es totalmente aceptada a nivel profesional por cada colaborador, sin embargo al tener una estructura organizacional reducida, se opaca el crecimiento de sus colaboradores ya que se mueven únicamente en los pocos departamentos dentro de la institución.

## **3. Delegación de asignaciones**

Se cumple mediante la inducción inicial para el colaborador, en donde se debe explicar cada uno de sus indicadores o métricas de desempeño.

### **c. Medición**

#### **1. Incentivos**

Llevar a cabo reconocimientos de desempeño mediante los incentivos de diferentes categorías como ser: Bonos, certificados de regalo por alcanzar metas, empleado del mes y desempeño anual.

#### **2. Resultados**

Cada empleado debe tener métricas de desempeño que alineen sus resultados al cumplimiento y mejora de los objetivos de la institución y esto debe ser reconocido por la institución.

#### **3. Mejora continua**

Cada empleado debe ser capaz de realizar funciones que le permitan mejorar sus destrezas sin lugar a críticas y reproches que puedan opacar su motivación.

**d. Maquinaria**

**1. Ubicación estratégica**

La empresa destinada a ofrecer un servicio o producto al público en general, deberá tener la accesibilidad para sus clientes y personas allegadas a la misma ya que esto le permitirá ofrecer de manera directa y a la vista del público meta.

**2. Alquiler de local**

Para iniciar operaciones por segunda vez en una ciudad diferente a la cual ha sido creada la empresa, se deberá evaluar si es factible continuar operaciones mediante el capital de trabajo apalancado.

**4.4 Análisis estadístico**

El siguiente análisis estadístico está basado en los datos de la encuesta aplicada a los jóvenes de educación media y a los jóvenes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula.

**10. ¿Cuándo se menciona el financiamiento educativo, ¿Qué institución reconoce?**

**Tabla 23. Datos estadísticos del reconocimiento institucional o posicionamiento de marca.**

Descripción	Valor
Media	14.29
Moda	5
Mediana	7
Desviación estándar	17.39
Varianza	3.03
Coefficiente de variación	47%

La media es mayor a la mediana, lo que nos indica que la distribución es asimétrica o sesgada a la derecha por ende es positiva. El posicionamiento institucional representa un coeficiente de variación del 47% por lo que nos confirma que la mayoría de las personas desconoce la finalidad de la fundación Crédito Educativo Hondureño (CREHO)

Kurtosis, (2010) Afirma:

Es la medida que se hace del grado de pico o la curvas tienen un mismo rango o intervalo, es decir podemos decir que tienen la misma dispersión, ambas son simétricas, sin embargo, no tienen el mismo grado de Curtosis el grado de apuntamiento o picudez que presenta una curva simétrica. (Parra.1)

#### 11. ¿A cuál de las siguientes universidades le gustaría asistir?

**Tabla 24. Mercado meta para promover el financiamiento educativo de primer ingreso en educación superior.**

Descripción	Valor
Media	10.00
Moda	3
Mediana	4
Desviación estándar	11.56
Varianza	1.34
Coefficiente de variación	30%

La media es mayor a la mediana, lo que nos indica que la distribución es asimétrica o sesgada a la derecha por ende es positiva. El posicionamiento institucional representa un coeficiente de variación del 30% por lo que nos confirma que el mercado meta para el financiamiento educativo en la zona de San Pedro Sula, no está siendo aprovechado al máximo.

Sote, (2005) Afirma:

En una mesocurtosis observamos que las frecuencias pueden ser simétricas, es decir que hay datos que se repiten con mayor frecuencia pero que los datos extremos su disminución es gradual equitativo. No así cuando observamos una curva platicurticas es indicativo de que la frecuencia entre todos los datos es muy similar. (Parra.5)

## **4.5 Propuesta**

4.5.1 Estudio de pre factibilidad

4.5.2 Introducción

4.5.3 Análisis DAFO

4.5.4 Descripción de la propuesta

4.5.4.1 Resultados del estudio de mercado

4.5.4.2 Resultados del estudio técnico

4.5.4.3 Resultados del estudio financiero

4.5.5 Presupuesto

4.5.6 Análisis Financiero

4.5.7 Cronograma de ejecución

### **4.5.2 Introducción**

La siguiente propuesta contiene los lineamientos necesarios que respaldan la iniciativa propuesta en el estudio de investigación para la empresa hondureña denominada Fundación CREHO.

Mediante un estudio de pre factibilidad se lleva a cabo detalladamente cada una de las etapas que conllevan a la ejecución de la ampliación de la cobertura institucional de la empresa dedicada a otorgar financiamientos educativos, en la cual le permitirá satisfacer la demanda de usuarios en la zona norte del país, específicamente en la ciudad de San Pedro Sula.

En el contenido y desarrollo de cada etapa del estudio de pre factibilidad, se justifica la existencia de una necesidad en el mercado educativo de Honduras que debe ser cubierta mediante la creación de una sucursal que deberá ser evaluada mediante indicadores técnicos, de mercado y financieros.

Mediante el estudio de mercado, se justifica la aceptación e impacto que podría generar la apertura de una sucursal dedicada al financiamiento educativo en la ciudad de San Pedro Sula, así como la demanda de usuarios que estarán dispuestos a adquirir los servicios crediticios y el mercado meta al cual la empresa deberá dirigir sus fuerzas de venta y colocación para poder obtener la rentabilidad esperada en un tiempo determinado.

A través de la elaboración de un estudio técnico, se puede obtener la optimización y operatividad del local en donde se establecerá la localización de sucursal con cada una de sus proporciones destinadas al personal operativo que estará a cargo de atender a cada uno de los posibles clientes.

El estudio financiero, es el que generará los resultados para la toma de decisiones a los directivos de la institución sobre la viabilidad o no de poder llevar a cabo el proyecto de ampliación ya que mediante los indicadores financieros que justifiquen la rentabilidad económica, financiera, la tasa interna de retorno de la inversión, el valor presente neto y la manera de poder financiar su capital de trabajo.

**Beneficios del estudio de pre factibilidad para la fundación CREHO:**

- a) Reforzamiento del posicionamiento institucional en la zona norte del país.

- b) Crecimiento efectivo en la cartera de clientes usuarios de créditos educativos.
- c) Apertura de mercado en los principales centros educativos de la zona, mediante la satisfacción de exigencias de la demanda latente que espera adquirir cada uno de los productos de financiamiento.
- d) Ampliación de la cobertura y estructura institucional.
- e) Contribuye al proceso eficiente de respuestas y soluciones inmediatas a los clientes actuales pertenecientes a la cartera de crédito de la zona norte.
- f) Impulsa y promueve la competitividad de la empresa a nivel nacional.
- g) Reduce el número de clientes inconformes y propicia la educación financiera como un plan de inversión a largo plazo.

### 4.5.3 Análisis DAFO

**Tabla 25. Análisis interno y externo de fundación CREHO.**

Fortalezas	Oportunidades
<p> Financiamiento educativo con amplia cobertura a nivel nacional e internacional en los diferentes productos de financiamiento.</p>	<p> Alianzas estratégicas con instituciones educativas a nivel nacional e internacional.</p>
<p> Consolidación de deuda educativa y financiamiento para carreras que han sido iniciadas pero no terminadas.</p>	<p> Accesibilidad en obtención de información crediticia que respalde el comportamiento de pago agilizando la decisión para la acceder al crédito educativo.</p>
<p> Planes de cuotas adecuados a la capacidad de pago de los beneficiarios / padres de familia.</p>	<p> Amplio cobertura en la cual la empresa puede segmentar sus nichos de mercado, con población joven que es apoyada por sus padres.</p>
<p> Servicio al cliente y agilidad de proceso y análisis de crédito que permite ofrecer respuestas de duración corta.</p>	<p> Apoyo de instituciones socias que permiten la disponibilidad de fondos dedicados al crédito educativo, permitiendo así reducir la tasa de interés con la que el crédito es otorgado( KIVA)</p>
<p> Administración del programa de becas y financiamiento del 50% de la carrera de jóvenes con excelencia académica en Tegucigalpa y Comayagua.</p>	<p> Manejo de información y atención al cliente mediante el social media, que permiten agilizar los trámites de financiamiento educativo.</p>
<p> Accesibilidad en cuanto a los ingresos económicos de codeudores, avales y clientes directos, que se establece con la relación de cuota e ingresos</p>	<p> Colaboración con instituciones socio fundadoras que sirven de filtro o canal para formalizar los tramites de crédito educativo, acortando Distancias e inconvenientes.</p>

Debilidades	Amenazas
<p> Falta de presupuesto para actividades y técnicas publicitarias en medios de comunicación masiva.</p>	<p> Mejores tasas de interés y acceso al crédito educativo por accesibilidad en garantías exigidas por la competencia.</p>
<p> Ubicación estratégica no adecuada que impide el reconocimiento y expansión de la empresa a nivel nacional.</p>	<p> Crecimiento constante de la competencia en términos publicitarios y expansión Geográfica.</p>
<p> Falta de acceso de información para administrar cartera estudiantil en universidades.</p>	
<p> Administración de cartera en mora.</p>	
<p> Monto de financiamiento limitado para carreras universitarias en centros educativos privados (Medicina y Carreras en el Zamorano)</p>	
<p> Proceso de crédito no culminado por exigencia de garantías que no están al alcance de las personas al cual fundación CREHO orienta su misión estratégica.</p>	
<p> Tasas de interés más altas que la competencia directa en el crédito educativo( Lafise, Bac, Educ Crédito)</p>	
<p> Falta de capacitación al personal debilitando su fuerza trabajo cotidiano.</p>	

#### **4.5.4 Descripción de la propuesta**

##### **4.5.4.1 Resultados del estudio de mercado**

###### **Objetivo del estudio de mercado**

Conocer el comportamiento del mercado meta mediante el estudio de la oferta y la demanda de los usuarios actuales y potenciales del crédito educativo en San Pedro Sula.

###### **Definición del problema actual:**

Falta de cobertura del financiamiento educativo a nivel nacional, limitado por la estructura organizacional de la institución dedicada al apoyo académico de los jóvenes hondureños a nivel nacional e internacional.

###### **Análisis previo de la situación actual**

**Interno:** La fundación CREHO es una institución sin fines de lucro, constituida desde el año 2002, en apoyo a la educación de jóvenes hondureños con excelencia académica.

Está constituida por una estructura limitada en cuanto a colaboradores y departamentos de desempeño, lo cual ha obligado a dirigir sus esfuerzos de cobertura a la zona central del país.

**Externo:** De acuerdo a las exigencias que regulan el financiamiento educativo en Honduras, la Fundación CREHO se enfrenta a diversos procesos legales para garantizar su principal rubro sin fines de lucro y también debe enfrentarse a la competencia que ha incrementado de manera rápida en los últimos años.

## **Definición del producto o servicio**

La fundación CREHO es una institución dedicada a otorgar productos o servicios financieros para la educación de hondureños y hondureñas que deseen superarse realizando estudios técnicos o profesionales en el territorio nacional o en el extranjero.

### **✓ Productos de crédito educativo:**

- a) Crédito educativo para carreras universitarias.
- b) Crédito educativo para maestrías.
- c) Crédito para equipo de estudio.
- d) Crédito educativo para cursos, pasantías e intercambios internacionales.

### **✓ Destino de los productos de crédito educativo:**

- a) Pagos de matrícula y mensualidades.
- b) Compra de libros.
- c) Manutención (transporte, alimentación y vivienda).
- d) Giras académicas.
- e) Gastos de graduación.
- f) Pago de equivalencias

**Tabla 26. Plazos, tasas y tiempo de aprobación**

<b>Educación</b>	<b>Plazo</b>	<b>Tasa de interés</b>	<b>Aprobación</b>
Carrera Universitaria	10 años	15% anual	3-5 días
Maestría	6 años	15 %	
Financiamiento de equipo	4 años	18% anual	

#### **Análisis de la demanda**

Para determinar la demanda se utilizaron dos fuentes:

#### **Fuentes primarias:**

Son los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a la población estudiantil de educación media y universitaria, tomando como referencia el porcentaje de las personas que manifestaron la aceptación de la apertura de una nueva sucursal de fundación CREHO en San Pedro Sula.

#### **Fuentes secundarias:**

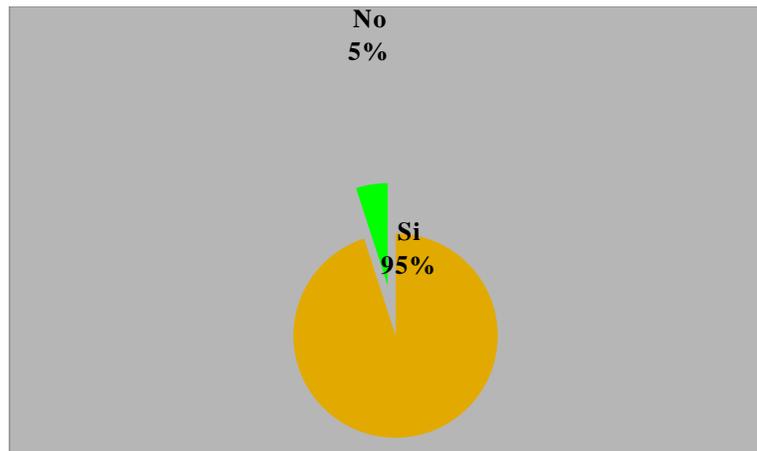
Son los datos estadísticos obtenidos mediante a través del INE donde indica que en la ciudad de San Pedro Sula hay un total de 1,406 centros educativos de educación media y un estimado de 113,451 estudiantes.

### Estimación de la demanda:

Total de la población estudiantil activa de educación media y universitaria en San Pedro Sula: 113,451 .

**Tabla 27. Porcentaje de personas que aceptan el programa de financiamiento educativo de la fundación CREHO en la ciudad de San Pedro Sula.**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	95	95%
No	5	5%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



**Figura. 31 Estimación de la demanda potencial.**

De acuerdo al proceso de recolección de datos, se determinó la aceptación del programa de financiamiento en la ciudad de San Pedro Sula, en donde de las 100 personas encuestadas, el 95% están a favor de adquirir un crédito educativo y un 5% no se encuentra en la disposición de ser un usuario crediticio con fines educativos.

### Estimación de la demanda potencial:

Tabla. 28 cálculos de la demanda potencial

Estimación de la demanda potencial			
Demanda potencial:	PEA	X	% de aceptación de la iniciativa de reposicionamiento
	113,45		
	1	x	95%
<b>Total demanda potencial</b>			<b>107,778 (95%)</b>

Mediante el dato estadístico proporcionado por el INE, se puede determinar que la demanda potencial de personas que aceptan el programa de financiamiento educativo en la ciudad de San Pedro Sula es del 95%.

### Cálculo de la muestra:

Se definió la población de acuerdo a los datos estadísticos obtenidos en la secretaria de educación, siendo estos la población estudiantil activa de la zona norte del país, ciudad de San Pedro Sula según se, (2016) afirma: “la existencia de 113,451 jóvenes que progresan académicamente en la educación media y universitaria en diversas modalidades”(sec.8).

### Datos de impacto:

- a) Población : Población estudiantil activa del departamento de Cortés.
- b) Muestra : Población estudiantil activa de la ciudad de San Pedro Sula.
- c) Lugar de muestreo : Institutos de educación media y universidades.
- d) ¿Por qué? : Debido a la ubicación estratégica y destino del proyecto.

### Proceso del Muestreo

- a) Elemento : Jóvenes adolescentes

- b) Edad : Entre 18 – 36 años
- c) Fecha : 26 y 27 de mayo de 2017

**Análisis de la oferta**

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones de la economía conociendo el número de competidores tanto directos como indirectos, dedicados a otorgar créditos educativos en condiciones iguales o diferentes a la fundación CREHO.

**Productos:**

Asimismo su capacidad, presencia de mercado, descripción de sus productos y líneas de los mismos. Entre los principales competidores del proyecto, debido a la afluencia de los clientes potenciales se encuentran a continuación:

**Tabla 29. Descripción de la competencia en el mercado de crédito educativo.**

Nombre	Descripción del producto o servicio
	Estudios de Pre - Grado, Post - Grado y Doctorados. Diplomados y giras de estudio. Fondo Académico Especial es un crédito a corto plazo, el cual se entrega en un solo desembolso, destinado a contribuir en la formación y capacitación profesional
	Préstamo Estudiantil (Carreras Universitarias, Carreras Técnicas, Diplomados, Cursos libres, Maestrías, Doctorados).
	Préstamo Personal (Estudios, Consolidación de deudas u otros destinos)
	Préstamo Personal (Estudios, Consolidación de deudas u otros destinos)

	<p>Crédito Educativo (Estudio universitarios, Estudios de Maestría, Estudios de Doctorado, cursos libres idiomas, diplomados etc. Compra de equipo con fondos HEFF 11.5%</p>
	<p>Crédito para Educación (Incluye total de la carrera universitaria.</p>
	<p>Préstamo Educativo Consolidación de deuda educativa Becas educativas con empresas Plantilleras</p>

**Tasas de interés:**

**Tabla 30. Porcentaje de las tasa de interés de los principales competidores para fundación CREHO.**

BANPAIS	EDUCREDITO	ATLANTIDA
Educación 18 %	<p>Tasa del 10% para empleados Tasa del 12% Hipotecario Tasa del 14% Tasa del 15% Fondos especiales y Una vez termine la carrera se aplicara una tasa amortizable del 16%</p>	<p>La tasa de interés es de 10% en adelante. Una tasa de 11.5% con BANHPROVI</p>
Banco FICOHSA	Banco LAFISE	Banco de Occidente
Mínima 25% - 29 Máxima 39%	<p>Propios Y BANHPROVI. 11.5% BCIE.13.75% HEFF. 11.5% Más alta 14.95% Propios \$11.5%</p>	<p>Tasa para el financiamiento 18% (Negociable) BANHPROVI 11.50%</p>
<b>BAC</b>		
BANHPROVI. 11.5% / BCIE. \$ 9.50% - 13.75% /P.16%		

Se pudo comparar las tasas de crédito educativo ofrecidas por la banca e instituciones, lo que podemos ver que Fundación CREHO se encuentra en un rango favorable para los estudiantes con bajos recursos, mientras que los demás banco analizados la tasa en mayor.

**Plazos:**

Los plazos que ofrece la fundación CREHO para otorgar sus créditos educativos son amplios y están dentro de los más competitivos en mercado de crédito educativo ya que están vinculados a su estrategia de cuotas.

**Tabla 31. Plazos de financiamiento educativo**

EDUCREDITO	ATLANTIDA	BANPAIS	FICOHSA	LAFISE	OCCIDENTE	BAC
Hasta 10 años y un periodo de Gracia de duración de la carrera pagando seguro e intereses, después del Último desembolso que se le otorgue se le da 3 meses al prestatario para comenzar a pagar a capital.	Plazo máximo hasta 10 años Periodo de gracia de máximo de 1 o 2 años dependiendo de la carrera.	4 a 5 años con un mes de periodo de gracia	Plazos hasta 60 meses(5 años) Con un periodo de gracia de un mes	Fiduciaria 7 años Hipotecaria 10 años BANHPROVI: 84 meses Propios y BCIE: * 84 meses con garantía hipotecaria (10 años) HEFF: *96 meses	Hasta 7 años más 1 año y 3 de periodo de gracia de acuerdo a la duración de la carrera ese tiempo solo se paga intereses y seguro.	Carreras Pregrado y Posgrado 8 años fiduciarios 15 años hipotecarios

En el estudio realizado se encontró que el plazo que ofrece Fundación CREHO para cancelar el crédito puede llegar hasta 10 años y un periodo de gracia de duración de la carrera, muy por encima del ofrecido por la banca ya que limitan en el tiempo para pagar el crédito.

**Montos:**

Varios Factores se toman en cuenta para el otorgamiento de un crédito educativo, según el estudio se pudo identificar que los bancos no prestan montos mayores a L. 500,000.00 en cambio Fundación CREHO ofrecer montos hasta L. 1, 000,000.00.

A continuación se muestra un comparativo de montos a nivel de instituciones dedicadas a otorgar créditos educativos

**Tabla 32. Montos de financiamiento educativo:**

EDUCREDITO	ATLANTIDA	BANPAIS	FICOHSA	LAFISE	OCCIDENTE	BAC
Monto mínimo de financiamiento L. 15,000.00 Monto máximo L.1, 000,000.00. Incluye gastos de manutención que no excedan al monto máximo que Educredito presta.	Monto Mínimo L.20,000.00 Monto máximo L.500,000.00	Monto mínimo de Lps 19,000.00 Monto Máximo de L.500,000.00	Monto Mínimo 10,000.00 Monto Máximo L.600,000.00 Comerciante individual hasta L.400,000.00	Monto Mínimo \$1,000.00 ≠ Lps.23,800.00 Monto Máximo Lps.1,000.000.00 incluye gastos académicos( materiales, equipo, transporte, hospedaje y alimentación)	Monto mínimo L. Monto máximo L.500,000.00	Monto mínimo L.15,000.00 -\$19,500 = 464,000.00Fiduciarios de \$19,500 hasta L.1,000,000.00 Hipotecario

## Tiempo de aprobación

**Tabla 33. Tiempo de resolución del crédito educativo.**

<b>EDUCREDITO</b>	<b>ATLANTIDA</b>	<b>BANPAIS</b>	<b>FICOHSA</b>	<b>LAFISE</b>	<b>OCCIDENTE</b>	<b>BAC</b>
3 a 4 semanas	Una semana	2 semanas	3 días hábiles	3 días hábiles	Una semana	Una semana

Fundación CREHO busca agilizar el proceso y dar una respuesta inmediata al cliente, en cambio las demás instituciones tarda mucho tiempo en dar respuesta sobre el proceso de crédito educativo, es por eso que se da un agregado a la atención al cliente que la institución ofrece.

A continuación se detalla el tipo de cobertura en el mercado de crédito educativo a nivel nacional:

## Cobertura

**Tabla 34. Cobertura de financiamiento educativo.**

<b>EDUCREDITO</b>	<b>ATLANTIDA</b>	<b>BANPAIS</b>	<b>FICOHSA</b>	<b>LAFISE</b>	<b>OCCIDENTE</b>	<b>BAC</b>
Nacional Internacional	Nacional	Nacional	Nacional	Nacional Internacional	Nacional	Nacional / Internacional

Según estudio no todas las instituciones tiene amplia cobertura para abarcar por completo los estudios académicos, Fundación CREHO facilita el acceso a los estudiantes para que puedan estudiar en el extranjero.

### **Estrategia de precios / cuotas**

La proyección de precios del financiamiento educativo se rige mediante la estrategia de precios o cuotas bajas, personalizadas y adecuadas al presupuesto de las personas.

Con el fin de que aplicante pueda pagar a tiempo, y asignar un pequeño presupuesto que esté a su alcance; no obstante las demás instituciones fijan una cuota siendo cambiante en cualquier momento que la institución lo sugiera.

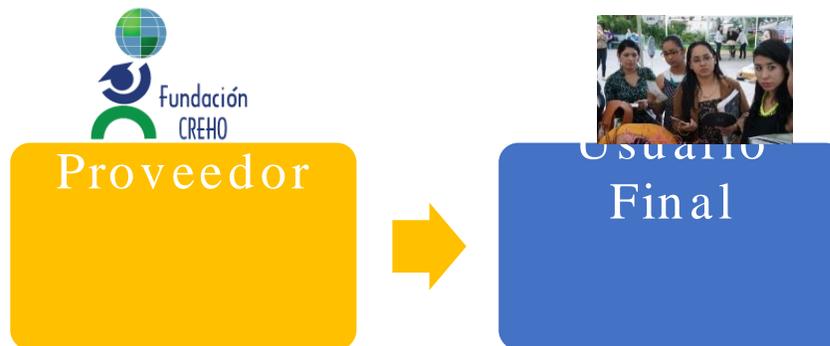
**Tabla 35. Tipos de cuotas para el financiamiento educativo.**

<b>EDUCREDITO</b>	<b>ATLANTIDA</b>	<b>BANPAIS</b>	<b>FICOHSA</b>	<b>LAFISE</b>	<b>OCCIDENTE</b>	<b>BAC</b>
Planes de pago con cuotas Fijas	Cuotas Fijas por duración de la carrera.	Cuotas niveladas durante la vigencia del préstamo	Cuotas fijas	Cuotas niveladas	Cuotas fijas	Cuotas fijas

### **Comercialización del producto o servicio**

- La comercialización del producto o servicio es parte vital en el funcionamiento de una empresa tomando en cuenta la calidad del producto y las instalaciones.
- En cuanto al financiamiento educativo que ofrece la fundación CREHO, la selección del canal de comercialización del producto de crédito educativo es directo.

- Tomando en cuenta que se mantiene una relación directa con el cliente sin necesidad de intermediarios.



**Figura 32. Comercialización del financiamiento educativo.**

**Estrategia para el posicionamiento en el mercado de financiamiento educativo.**

1. **En función de los atributos:** producto competitivo de acuerdo a la estrategia comercial, cuotas adecuadas al presupuesto y respuesta de aprobación en 3 días.
2. **En función del beneficio:** Pionera como la primera institución privada hondureña en otorgar créditos educativos a la población estudiantil de excelencia académica.
3. **En función del uso del financiamiento educativo:** La fundación CREHO se mantiene en el rango y destino de sus líneas de producto, siendo estos netamente para educación.
4. **En función de la diferenciación:** El destino, la cobertura ,el monto y la oportunidad de otorgar el financiamiento educativo , eliminando las barreras por record crediticio con respaldo alguno el cual permite ofertar el crédito educativo dentro de las posibilidades económicas de los cliente.

5. **En función del precio o cuotas:** Personalización de los planes de pago y cuotas adecuadas al presupuesto de las personas, que pueden ser desde L. 750.00 en adelante, con tasas de interés anuales calculadas sobre saldos insolutos.

**Nivel competitivo de fundación CREHO a nivel de institución.**

**Tabla. 36 Nivel de competitividad de Fundación CREHO ante las demás instituciones dedicadas al otorgamiento de financiamiento educativo.**

<b>Nivel Competitivo</b>										
<b>Crédito Educativo</b>										
<b>Instituciones</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Productos</b>	<b>Monto</b>	<b>Tasa</b>	<b>Garantías</b>	<b>Plazos</b>	<b>Tiempo de aprobación</b>	<b>Publicidad</b>	<b>Servicio al cliente</b>	<b>Total</b>
FUNDACION CREHO	3.00	5.00	5.00	3.00	3.00	5.00	4.00	2.00	5.00	35.00
EDUCREDITO	3.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	2.00	4.00	4.00	37.00
ATLANTIDA	3.00	4.00	2.50	2.00	3.00	5.00	4.00	3.00	3.00	29.50
LAFISE	3.00	5.00	5.00	5.00	4.00	2.00	5.00	5.00	5.00	39.00
OCCIDENTE	3.00	3.00	2.50	1.00	3.00	2.00	4.00	2.00	3.00	23.50
BAC	3.0	5.0	5.0	3.0	4.0	3.0	4.0	5.0	5.00	37.00

Con el objetivo de conocer los factores que han limitado la ampliación de cobertura del financiamiento educativo de la fundación CREHO se procedió a realizar un análisis competitivo, desglosando cada uno de los atributos de la institución y comparándolos con los de la competencia por lo que los resultados son los siguientes:

**Puntos fuertes y a favor de la institución de acuerdo al entorno:**

- Servicio al cliente
- Productos de financiamiento
- Montos de financiamiento
- Plazos de financiamiento
- Tiempo de aprobación

**Puntos débiles y en contra del entorno competitivo:**

- Requisitos
- Publicidad masiva

- Garantías
- Tasas de interés

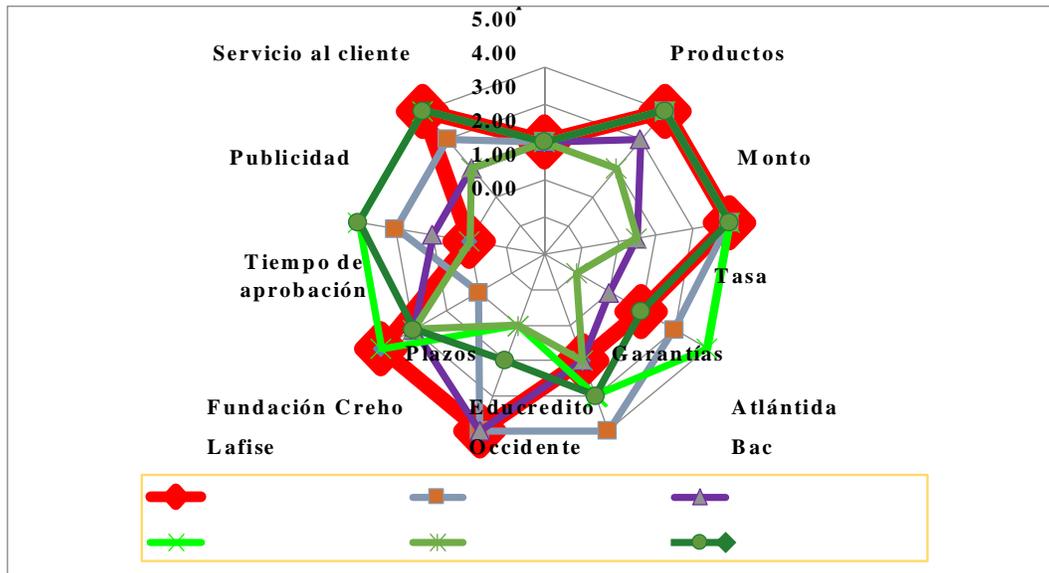


Figura 33 Valor competitivo de Fundación CREHO año 2017.

**De acuerdo al análisis de competitividad del año 2017 para la fundación CREHO, se propone implementar el fondo de garantías recíprocas de Honduras:**

Mediante la implementación de fondo de garantías recíprocas, la fundación CREHO podrá ampliar la cobertura de acceso a sus créditos educativos para los jóvenes de escasos recursos es por eso que impulsará al sector educativo mediante el respaldo de sus operaciones financieras a través de Confianza SA-FGR” la primera Sociedad Administradora de Fondos de Garantía Recíproca de Honduras, que tiene como propósito la administración de fondos que respalden créditos otorgados a los sectores de diversas áreas en especial los proyectos de Educación Técnica Profesional.

Beneficios: Garantizar la educación de miles de jóvenes que no poseen garantías para adquirir financiamientos educativos a largo plazo. Tribunal Supremo, (2013)

#### **4.5.4.2 Resultados del estudio técnico**

##### **Objetivo del estudio técnico**

El estudio técnico se llevó a cabo para conocer la inversión requerida en equipamiento, determinar la localización, distribución y diseño de las instalaciones, identificación de los puestos de trabajo y determinar aspectos legales.

Mediante este estudio se determinarán aspectos técnicos relacionados con la localización del proyecto, tamaño de la planta, proceso de financiamiento educativo, tipo de tecnología a emplear y la organización de la nueva sucursal.

##### **Definición del tamaño óptimo de la planta**

El tamaño de las instalaciones será de 180 mts, <sup>2</sup> tomando en cuenta las principales áreas o departamentos de la sucursal regional en San Pedro Sula como ser; sala de recepción, oficina de jefatura de agencia, área de atención al cliente y créditos, baño y cocineta.

Para definir la localización óptima de la planta se tomaron en cuenta los siguientes factores:

- ✓ Comerciales
- ✓ Aspectos Laborales
- ✓ Infraestructura
- ✓ Economía

## **Localización**

### **Macro Localización**

La localización de la empresa es un factor determinante para el éxito de la nueva agencia por lo que la decisión a cerca de la ubicación del proyecto obedecerá no solo a criterios económicos sino también estratégicos, basados en estos conceptos y con el objetivo de la maximizar la rentabilidad de la institución esta se ubicará en la Ciudad de San Pedro Sula, departamento de Cortés.



**Figura 34. Macro localización de la nueva sucursal.**

### **Micro localización:**

Este estudio es desarrollado con el fin de dar a conocer la ubicación óptima de la fundación CREHO, el proceso descriptivo para la gestión de un préstamo y el personal necesario para echar andar la sucursal.

Se ha determinado establecer la sucursal de la fundación CREHO en el Barrio el Centro de San Pedro Sula por las siguientes razones:

- a) Ubicación estratégica para que los jóvenes estudiantes puedan hacer sus gestiones.

- b) Por el fácil acceso
- c) Cercanía con las universidades y colegios
- d) Lugar seguro
- e) Zona comercial

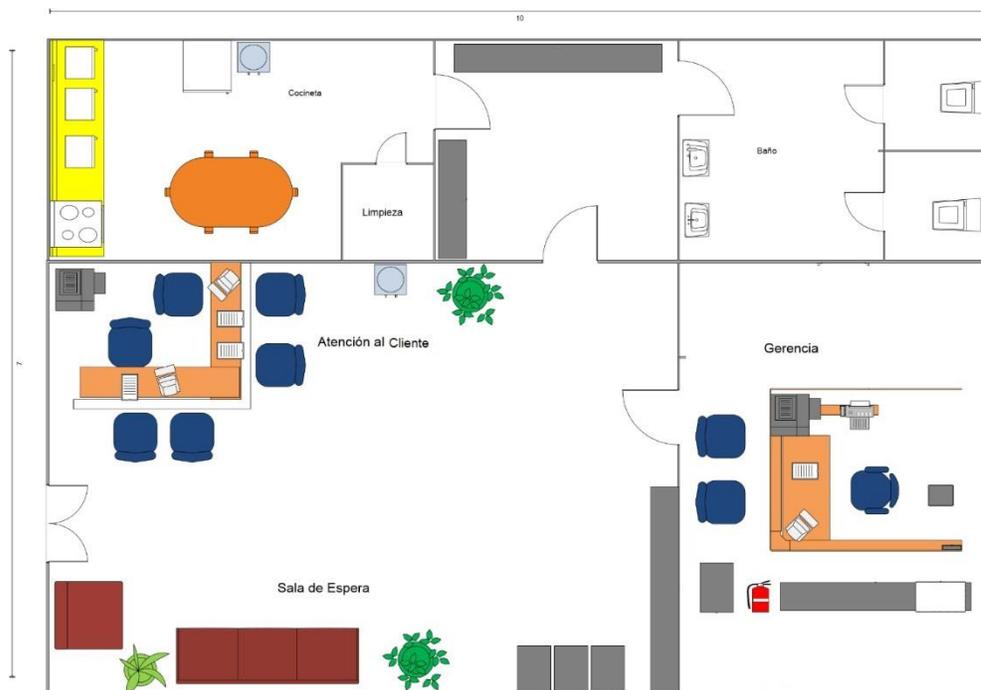
**Tabla 37. Especificaciones del local**

<b>Localización:</b>	<b>Barrio el centro, de San Pedro Sula</b>
<b>Precio alquiler / mes</b>	L. 8,000.00
<b>Espacios /</b>	1
<b>Baños</b>	1
<b>m2</b>	180
<b>Niveles</b>	1
<b>Tipo de pisos</b>	Cerámica
<b>Piso número.</b>	1
<b>Beneficios</b>	Zona comercial, bastante tráfico vehicular y peatonal. Zona segura para los jóvenes estudiantes

**Distribución de las instalaciones**

- **Atención al cliente y departamento de créditos:** Está compuesta por dos secciones que contiene todo el equipo y mobiliario necesario para poder dar atención a las consultas, solicitudes.
- **Sala de espera:** lugar acondicionado para que los clientes estén cómodos a la espera del servicio ofrecido.

- **Oficina jefe de agencia:** lugar acondicionado privado para que el Administrador encargado de la sucursal reciba a los proveedores, funcionarios, directivos, entre otros, de forma muy privada y especial a la comodidad de todos.
- **Cocineta:** Área acondicionada para que el personal pueda tomar su descanso y hora de almuerzo, de forma que se sientan agradable en su lugar de trabajo.
- **Baños:** Lugar acondicionado tanto para empleados como para los visitantes, por el momento será el mismo para ambos géneros, se espera más adelante remodelar y acondicionar baños diferentes.



**Figura 35. Distribución de las instalaciones de la Sucursal de la Fundación CREHO.**

En relación a la localización podemos concluir que se seleccionó el local ideal para la atención de los jóvenes estudiantes considerando la cercanía a los mismos,

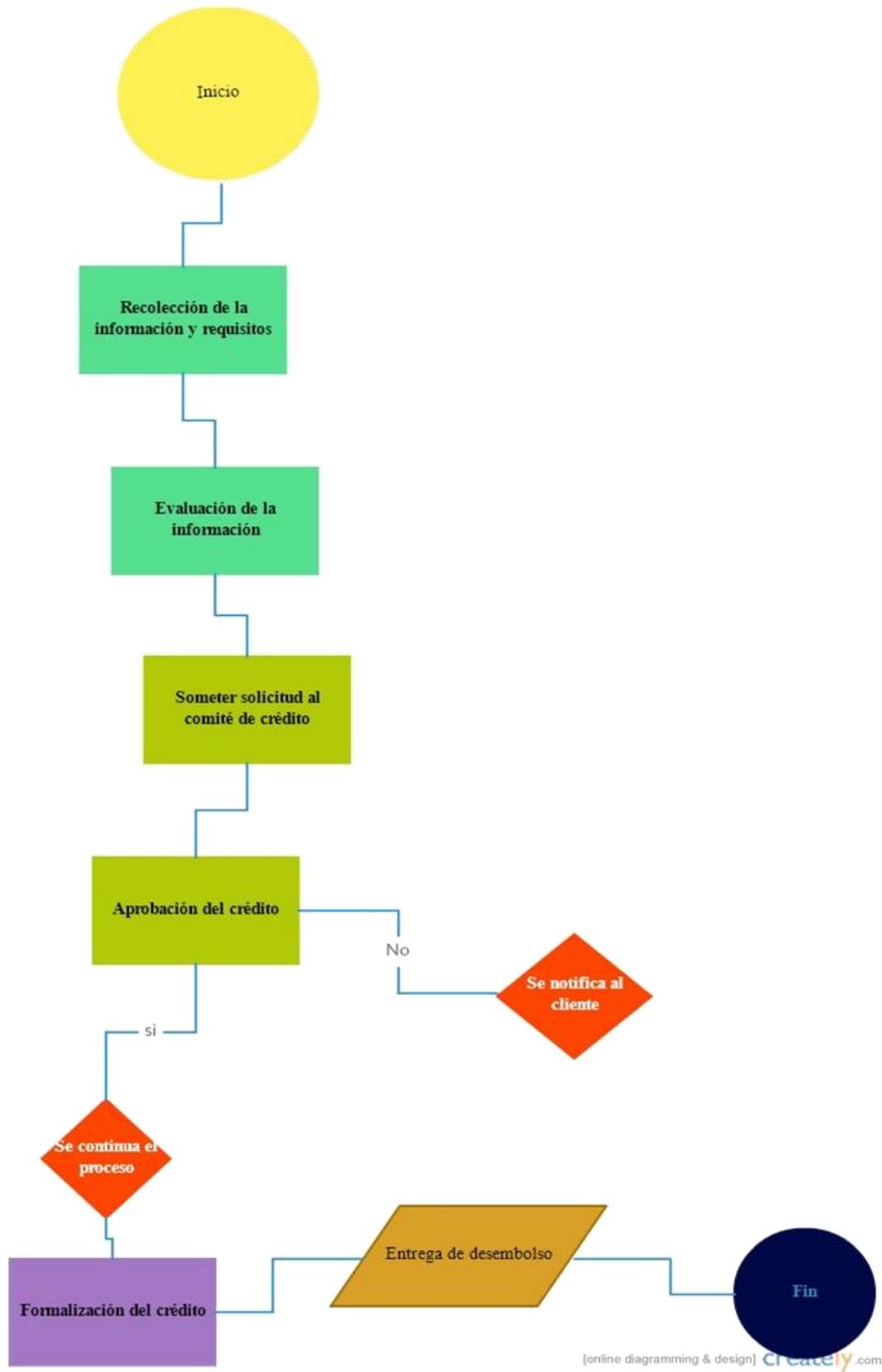
seguridad en la zona y fácil acceso, de igual forma se determinó el mobiliario necesario para poder iniciar operaciones los cuales serán obtenidos y cotizados de forma que sean a buen precio y de una buena calidad, por lo tanto, técnicamente la creación de la sucursal de la fundación CREHO es viable.

**Tabla 38. Descripción del proceso de Solicitud de préstamo.**

<b>RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
<b>Candidato</b>	Recolección de la información y requisitos previos del crédito.
<b>Oficial de Crédito</b>	Evalúa que el cliente cumpla con los requisitos propios y de sus avales.
	Clasifica el tipo de préstamo para presentarlo en reunión de comité de crédito.
	Envía orden al Comité Crediticio Institucional para la aprobación del préstamo adjuntando información necesaria para su aprobación (capacidad de pago, historial de crédito del prestatario y sus avales).
<b>Comité Crediticio Institucional</b>	Aprobar o denegar el préstamo.
<b>Candidato</b>	Formaliza el préstamo para su desembolso parcial Lee y firma préstamo aceptando las condiciones.

#### **4.3.2.5 Proceso de aprobación de crédito educativo (CE)**

En el proceso de aprobación del crédito educativo, participa directamente el cliente interno de la empresa (oficial de crédito), ya que es el encargado de elaborar el análisis respectivo del perfil del postulante, estableciendo su relación cuota ingreso lo cual es el factor clave para poder someterse a la respectiva aprobación del comité crediticio institucional.



**Figura 36. Diagrama de proceso de crédito educativo.**

Tomando como base el proceso Aprobación de crédito educativo el cual es uno de los más importantes en la fundación CREHO ya que la mayoría de las operaciones de la empresa se realizan por medio de esta vía. El proceso de aprobación de crédito educativo actualmente tarda en promedio 10 lo cual según las métricas de la institución este proceso deberá de tardar un máximo de 3 a 7 días.

Durante la investigación de cada una de las etapas del proceso de aprobación de crédito, se logró identificar que el proceso sufre fuertes inconvenientes:

Etapa de Análisis de crédito: es seriamente afectada por la información proporcionada por el cliente donde se identificó que el formulario de solicitud de credito es muy extenso y confuso para el cliente ya que la sección de garantías y avales no está correctamente identificada.

Formulario: no cuenta con la correcta estructuración donde la solicitud de la información socio económica inconclusa y por lo cual se le solicita al cliente llenar un formulario extra. En lo correspondiente a los avales normalmente estos no cumplen con los requisitos básicos o simplemente no tiene capacidad de pago.

Con lo anterior mencionado se pretende mejorar el tiempo de aprobación de crédito educativo a un máximo de 6 o 7 días.

**Recurso Humano:** En la siguiente tabla se detalla los perfiles de personas requeridos para la operación de la Sucursal en la ciudad de San Pedro Sula de la sucursal de la fundación CREHO, de acuerdo a los servicios que esta brindara a los usuarios.

**Tabla 39. Requerimiento del Recursos Humano**

No	Plaza	Puestos
1	Jefe de agencia	1
1	Oficial de Crédito	1
	Total	2

**Requerimiento de mobiliario, equipo y gastos administrativos**

Cuando llega el momento de decidir sobre la compra de mobiliario y equipo, se deben tomar en cuenta una serie de factores que afectan directamente la elección. La mayoría de la información que es necesario recabar será útil en la comparación de varios equipos y también es la base para realizar una serie de cálculos y determinaciones posteriores.

En el siguiente cuadro se hace una relación de mobiliario y equipo a utilizar para el proceso operativo de la Sucursal de fundación CREHO con las respectivas actividades a utilizar

**Tabla 40. Mobiliario y equipo de oficina:**

Descripción	Total	Vida útil	Depreciación
Mobiliario y Equipo de oficina	L. 100,000.00	5	L. 20,000.00
Mobiliario y Equipo de Computo	L. 24,000.00	5	L. 4,800.00
Aire acondicionado	L. 13,000.00	5	L. 2,600.00
Acondicionamiento de local	L. 50,000.00	6	L. 8,333.33
<b>Total Inversión Fija</b>	<b>L. 187,000.00</b>		<b>L. 35,733.33</b>

**Tabla 41. Gastos Administrativos**

No	Descripción	Gasto	
1	Renta de Local anual	L.	96,000.00
2	Agua	L.	3,600.00
3	Luz	L.	30,000.00
4	Teléfono	L.	8,400.00
5	Internet	L.	18,000.00
<b>Total Anual</b>		<b>L.</b>	<b>60,000.00</b>

**Tabla 42. Planilla de Colaboradores**

	Remuneración Mensual				Remuneración Anual Año 1					
	Remuneración Mensual	IHSS	RAP	Total	Remuneración Anual	13avo	14avo	IHSS	RAP	Total Anual
<b>No. de empleados</b>	2									
Jefe de agencia	15,000.00	405.17	225.00	630.17	180,000.00	15,000.00	7,500.00	4,862.04	2,700.00	210,062.04
Oficial de crédito y mercadeo	10,000.00	405.17	150.00	555.17	120,000.00	10,000.00	5,000.00	4,862.04	1,800.00	141,662.04
<b>Total Mensual</b>	25,000.00					25,000.00	12,500.00	9,724.08	4,500.00	351,724.08
Prestaciones Social/Anual	29,166.67									

### Aspectos Legales

#### Proceso para la constitución de una empresa en Honduras

De acuerdo a las investigaciones realizadas en la Ciudad de San Pedro Sula son requisitos obligatorios para la apertura de la Sucursal de Fundación sacar el Permiso de Operación en la

Alcaldía Municipal, inscripción en la Cámara de Comercio e Industria y que se notifique ante el Sistema de Administración de Renta, los cuales se describen a continuación:

### **Alcaldía Municipal**

- a) Fotocopia de la Escritura de la empresa
- b) RTN de la empresa
- c) Identidad del representante o apoderado legal de la empresa
- d) RTN del representante o apoderado legal de la empresa
- e) Llenado del formulario del permiso de operación.

### **Cámara de Comercio e Industria de San Pedro Sula**

- a) Llenado de Solicitud de Inscripción
- b) Sello de Inscripción

### **Sistema de Administración de Rentas**

- a) Escrito de Solicitud (acreditación de poder)
- b) Formulario SAR-410 A
- c) Fotocopia de permiso de operación de la alcaldía.

#### 4.5.4.3 Resultados del estudio financiero

Después de analizar la información financiera detallada en el capítulo de resultados se procede a realizar un análisis de sensibilidad en los estados financieros de acuerdo a las proyecciones efectuadas para cada año correspondiente.

**Tabla 43. Balance general**

ACTIVO CIRCULANTE	2021			2022		
CAJA Y BANCO						
Cartera de prestamos	1,576,386.04			2,561,573.52		
Intereses por cobrar	1,378,369.80			1,024,029.79		
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>		<b>2,954,755.84</b>			<b>3,585,603.31</b>	
<b>ACTIVO NO CIRCULANTE</b>						
ACTIVOS FIJOS	44,066.67			8,333.33		
<b>TOTAL ACTIVO NO CIRCULANTE</b>		<b>44,066.67</b>			<b>8,333.33</b>	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>-</b>	<b>2,998,822.51</b>		<b>-</b>	<b>3,593,936.64</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>						
Intereses por pagar	41,482.38			20,741.19		
<b>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</b>		<b>41,482.38</b>			<b>20,741.19</b>	
<b>PASIVO NO CIRCULANTE</b>						
Prestamos por Pagar	296,302.68			-		
<b>TOTAL PASIVOS NO CIRCULANTE</b>		<b>296,302.68</b>			<b>-</b>	
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>-</b>	<b>337,785.05</b>		<b>-</b>	<b>20,741.19</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Donaciones	1,185,210.72			1,185,210.72		
<b>EXCEDENTES DEL PERIODO</b>	<b>1,475,826.73</b>			<b>2,387,984.74</b>		
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>-</b>	<b>2,661,037.45</b>		<b>-</b>	<b>3,573,195.45</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>-</b>	<b>2,998,822.51</b>		<b>-</b>	<b>3,593,936.64</b>

**Tabla 44. Estado de resultados proyectado de la Sucursal de la fundación CREHO .**

FUNDACION CREHO  
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO  
PARA LOS AÑOS 2018 AL 2022  
(Valores Expresados en Lempiras)

RUBRO PRESUPUESTARIO	2018	2019	2020	2021	2022
<b>INGRESOS</b>					
<b>INTERESES</b>	<b>648,376.92</b>	<b>956,867.68</b>	<b>1,404,044.98</b>	<b>2,482,292.18</b>	<b>3,405,279.00</b>
Intereses prestamos de Postgrado	75,218.32	120,654.48	158,263.64	346,309.44	370,038.12
Intereses Prestamos de Pregrado	410,108.82	635,661.58	835,904.57	1,656,122.22	2,066,231.04
Intereses Préstamos de Pasantias	163,049.78	200,551.62	409,876.77	479,860.51	969,009.84
<b>OTROS INGRESOS</b>	<b>1,239,099.72</b>	<b>80,833.50</b>	<b>107,778.00</b>	<b>134,722.50</b>	<b>161,667.00</b>
Donacion Operativa Covelo	1,185,210.72				
Otros Ingresos por papeleria	53,889.00	80,833.50	107,778.00	134,722.50	161,667.00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>1,887,476.64</b>	<b>1,037,701.18</b>	<b>1,511,822.98</b>	<b>2,617,014.68</b>	<b>3,566,946.00</b>
<b>TOTAL EGRESOS ( incremento del 3.31% inflación)</b>	<b>1,034,975.55</b>	<b>1,069,233.24</b>	<b>1,104,624.86</b>	<b>1,141,187.94</b>	<b>1,178,961.26</b>
<b>COSTOS FINANCIEROS</b>	<b>82,964.75</b>	<b>85,710.88</b>			
Intereres sobre prestamos externos	82,964.75	82,964.75	62,223.56	41,482.38	20,741.19
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>952,010.80</b>	<b>983,522.35</b>	<b>1,016,076.94</b>	<b>1,049,709.09</b>	<b>1,084,454.46</b>
<b>FUNCIONARIOS Y EMPLEADOS</b>	<b>449,044.25</b>	<b>463,907.61</b>	<b>479,262.96</b>	<b>495,126.56</b>	<b>511,515.25</b>
Personal Permanente (Sueldos)	300,000.00	309,930.00	320,188.68	330,786.93	341,735.98
Aguinaldo y Compensaciones Sociales (14avo y 13 Mes )	50,000.00	51,655.00	53,364.78	55,131.15	56,956.00
Capacitación y Entrenamiento	-	-	-	-	-
Gastos de Viaje (Viáticos y Gastos de Viaje)	10,350.00	10,692.59	11,046.51	11,412.15	11,789.89
Prestaciones Sociales (Plan de Retiro RAP)	30,000.00	30,993.00	32,018.87	33,078.69	34,173.60
Seguro Social Patronal	24,192.00	24,992.76	25,820.02	26,674.66	27,557.59
Rap Aporte Patronal	4,502.25	4,651.27	4,805.23	4,964.28	5,128.60
<b>OTROS</b>	<b>30,000.00</b>	<b>30,993.00</b>	<b>32,018.87</b>	<b>33,078.69</b>	<b>34,173.60</b>
Gastos de Transporte de personal	30,000.00	30,993.00	32,018.87	33,078.69	34,173.60
<b>PROVISIONES Y DEPRECIACIONES</b>	<b>117,766.55</b>	<b>145,912.19</b>	<b>215,459.98</b>	<b>277,236.76</b>	<b>339,473.05</b>
Provision de prestamos inconbrables	82,033.21	108,996.08	177,321.95	237,836.36	298,768.50
Depreciaciones y amortizaciones	35,733.33	36,916.11	38,138.03	39,400.40	40,704.55
<b>DIVERSOS</b>	<b>385,200.00</b>	<b>397,950.12</b>	<b>411,122.27</b>	<b>424,730.42</b>	<b>438,788.99</b>
Servicios Publicos (telef,luz, agua, Internet)	60,000.00	61,986.00	64,037.74	66,157.39	68,347.20
Alquileres	96,000.00	99,177.60	102,460.38	105,851.82	109,355.51
Papelería, Materiales y Suministros	13,200.00	13,636.92	14,088.30	14,554.62	15,036.38
Fotocopia	7,200.00	7,438.32	7,684.53	7,938.89	8,201.66
Mantenimiento y aseo oficina	35,000.00	36,158.50	37,355.35	38,591.81	39,869.20
Publicidad, Mercadeo y Promocion	109,000.00	112,607.90	116,335.22	120,185.92	124,164.07
Gastos Legales, tramites varios	25,000.00	25,827.50	26,682.39	27,565.58	28,478.00
Consultas buró de créditos	4,800.00	4,958.88	5,123.02	5,292.59	5,467.78
Impuestos varios e imprevistos	35,000.00	36,158.50	37,355.35	38,591.81	39,869.20
<b>RESULTADOS</b>	<b>852,501.09</b>	<b>- 31,532.06</b>	<b>407,198.12</b>	<b>1,475,826.73</b>	<b>2,387,984.74</b>

**Tabla 45. Flujos de efectivo**

**FUNDACION CREDITO EDUCATIVO, FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO  
FLUJO DE INGRESOS Y EGRESOS CONSOLIDADO  
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre 2018**

1.00

DETALLE	Año 0	2,018	2,019	2,020	2,021	2,022
<b>Saldo Inicial de Caja y Bancos</b>		2,370,421.44	1,894,904.86	(924,044.54)	(3,172,901.40)	(4,272,006.87)
<b>I - INGRESOS</b>						
Utilidad Neta		852,501.09	(31,532.06)	407,198.12	1,475,826.73	2,487,984.74
Intereses sobre prestamos y otros ingresos						
Recup. Cartera		938,368.52	886,982.24	2,089,314.14	3,441,406.45	4,519,193.15
Donacion Operativa		-	-	-	-	-
Prestmos externos		-	-	-	-	-
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>4,161,291.05</b>	<b>2,750,355.05</b>	<b>1,572,467.72</b>	<b>1,744,331.79</b>	<b>2,735,171.02</b>
<b>II - EGRESOS</b>						
Colocación Cartera Préstamos		2,183,421.44	3,275,132.16	4,366,842.88	5,658,553.60	6,550,264.31
Amortizacion de financiamiento		-	296,302.68	296,302.68	296,302.68	296,302.68
Costo financiero sobre prestamos exter.		82,964.75	82,964.75	62,223.56	41,482.38	20,741.19
Costos Operativo						
Activos Fijos			20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
Inversión en Activos Fijos	-	187,000.00				
Capital de Trabajo	-	2,183,421.44				
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>(2,370,421.44)</b>	<b>2,266,386.19</b>	<b>3,674,399.59</b>	<b>4,745,369.12</b>	<b>6,016,338.65</b>	<b>6,887,308.18</b>
<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>	<b>-</b>	<b>2,370,421.44</b>	<b>1,265,326.30</b>	<b>446,376.90</b>	<b>502,479.97</b>	<b>1,096,531.02</b>

Cabe a mencionar que los flujos de caja y estados financieros, son proyectados partiendo de los supuestos de colocación de créditos, la demanda potencial y el nivel de aceptación de la iniciativa de reposicionamiento que se propone para la ampliación de la cobertura de Fundación CREHO.

Queremos fundamentar el estudio financiero como una propuesta totalmente nueva y proyectada para la nueva sucursal de la ciudad de San Pedro Sula, por lo que se carece de información existente y bases de datos financieros que hagan referencia a la sucursal de Tegucigalpa, debido a la seguridad de información no fue posible obtener una referencia de la misma.

Tabla 46. VPN y TIR

<b>Valor Presente Neto</b>	<b>1,141,840.19</b>
<b>Tasa Interna de Retorno</b>	<b>20.74%</b>

4.5.5 Presupuesto

Tabla 47. Presupuesto

N°	Descripción	Total
	<b>EGRESOS</b>	
<b>1</b>	<b>PERSONAL</b>	
	1 Jefe de agencia (L 15 mil x 12 meses)	L. 180,000.00
	1 Oficial de crédito (L.10 x 12 meses)	L. 120,000.00
		<b>L. 300,000.00</b>
<b>3</b>	<b>VIATICOS Y GASTOS DE VIAJE</b>	
	Viajes de Jefe de agencia a Tegucigalpa (L.700.00 hospedaje x 9 noches y L. 450.00 de alimentación x 9 días)	L. 10,350.00
		<b>L. 10,350.00</b>
<b>5</b>	<b>GASTOS DE TRANSPORTE</b>	
	Oficial Zona Norte (L 50 diarios X 20 días X 4 personas X 12 meses)	L. 24,000.00
	Otros gastos de movilización	L. 6,000.00
		<b>L. 30,000.00</b>
<b>8</b>	<b>SERVICIOS PUBLICOS</b>	
	Agua	L. 3,600.00
	Luz	L. 30,000.00
	Teléfono	L. 8,400.00
	Internet	L. 18,000.00
		<b>L. 60,000.00</b>
<b>9</b>	<b>ALQUILERES</b>	
	Oficina Progreso, barrio el centro SPS (12 meses x L 8000)	L. 96,000.00
		<b>L. 96,000.00</b>
<b>10</b>	<b>ASEO DE OFICINA TEG.</b>	
	L. 2500.00 mensuales	L. 35,000.00
		<b>L. 35,000.00</b>
<b>11</b>	<b>PROMOCION-PUBLICIDAD Y MERCADEO</b>	
	<b>Promoción-</b>	
	Material de promoción y publicidad	L. 25,000.00
	Volantes	L. 8,000.00
	Promocionales	L. 5,000.00
	Volanteo L.50 la hora x 5 horas diarias 3 veces semana	L. 36,000.00
	<b>Publicidad</b>	
	Facebook redes sociales	L. 5,000.00
	Volantes-trifolios	L. 5,000.00
	Banner y afiches	L. 10,000.00
	Radio Spot periódico	L. 15,000.00
		<b>L. 109,000.00</b>
<b>12</b>	<b>ATENCION SESIONES Y REUNIONES</b>	
	12 sesiones de avance de POA X L 75 X 4 personas	L. 3,600.00
	Compra de agua café y azúcar y otros	L. 6,000.00
	Presente navideño para empleados	L. 2,000.00
		<b>L. 11,600.00</b>
<b>13</b>	<b>PAPELERIA Y SUMINISTROS DE OFICINA</b>	
	Material de Limpieza	L. 7,200.00
	Papelería y Suministros de oficina	L. 6,000.00
		<b>L. 13,200.00</b>
<b>14</b>	<b>ARRENDAMIENTO DE FOTOCOPIADORA</b>	
	<b>ALQUILER DE FOTOCOPIADO</b>	L. 7,200.00
		<b>L. 7,200.00</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>L. 672,350.00</b>

**Tabla 48. Supuestos para proyecciones de colocación de créditos para cada año**

Elementos	Postgrado	Pregrado	Pasantías
Tasa de Interés promedio anual	14.3%	14.3%	15.0%
<b>Tasa de Interés promedio mensual</b>	<b>1.19%</b>	<b>1.19%</b>	<b>1.25%</b>
Monto promedio de prestamos	185,400.00	265,719.25	155,000.00
MONTO PROMEDIO DE DESEMBOLSO ANUAL POR CLIENTE	46,350.00	66,429.81	155,000.00
Plazo promedio de colocación en meses	48	48	36
Ingresos por papelería x cada crédito	200.00	200.00	200.00

Aceptación por producto %	
Postgrado	16%
Pregrado	74%
Pasantías	10%

**Población**

Se espera que 2.5% de la población califique para préstamos

107,778

2,694

	1er Año 10%	2do Año 15%	3er Año 20%	4to Año 25%	5to Año 30%	Total clientes
	<b>269.45</b>	<b>404.17</b>	<b>538.89</b>	<b>673.61</b>	<b>808.34</b>	<b>2,694</b>
Postgrado	43	65	86	108	129	
Pregrado	199	299	399	498	598	
Pasantías	27	40	54	67	81	

**Inversión y Apalancamiento**

**Tabla 49**

**II. Ingresos**

Total de Ingresos por Intereses de Cartera	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	702,265.92	1,037,701.18	1,511,822.98	2,617,014.68	3,566,946.00

**Tabla 50. Inversiones**

**III. Inversiones**

Tipo Mobiliario	Valor	Vida útil	Depreciación Anual
Mobiliario y Equipo de oficina	100,000.00	5	20,000.00
Mobiliario y Equipo de Computo	24,000.00	5	4,800.00
Aire acondicionado	13,000.00	5	2,600.00
Acondicionamiento de local	50,000.00	6	8,333.33
Total Inversión Fija	187,000.00		

Capital de Trabajo Inicial (colocación de los 3 primeros meses)	2,183,421.44
Total Inversión Inicial	2,370,421.44
Depreciación Anual	35,733.33

**IV. Financiamiento Bancario**

al 7% de interés con BANHPROVI con 1 año de gracia para el capital

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial de Capital	1,185,210.72	1,185,210.72	888,908.04	592,605.36	296,302.68
Cuota de Capital	-	296,302.68	296,302.68	296,302.68	296,302.68
Pago de Intereses 7%	82,964.75	82,964.75	62,223.56	41,482.38	20,741.19
Saldo Final de Capital	1,185,210.72	888,908.04	592,605.36	296,302.68	-

**4.5.6 Análisis Financiero**

Escalona (2009) afirma: El análisis por razones o indicadores permite observar puntos fuertes o débiles de una empresa, indicando también probabilidades y tendencias, pudiendo así determinar qué cuentas de los estados financieros requiere de mayor atención en el análisis (p. 8).

Al realizar el análisis financiero sobre costos y operación de la apertura sucursal en la ciudad de San Pedro Sula con la información obtenida durante un periodo proyectado de 5 años se determinó que a lo largo del mismo, se presentara un porcentaje relativo de costo beneficio lo que nos indica que el proyecto es viable.

Se genera una TIR positiva y por encima del costo promedio, por lo que se estima que el proyecto se puede ejecutar correctamente.

De acuerdo a la encuesta aplicada se obtuvo que un 95% de los clientes potenciales estarían dispuestos a solicitar un crédito educativo, lo que genera una expectativa en la toma de decisiones en la apertura de la sucursal de la fundación CREHO en la ciudad de San Pedro Sula.

Finalmente de acuerdo al estudio técnico y financiero proyectado, la ampliación de cobertura es viable, por tanto aceptamos la hipótesis alterna; a mayor cobertura de financiamiento educativo de la fundación CREHO, mayor impacto en la cantidad de jóvenes hondureños beneficiarios.

**Como llevar a la práctica la estrategia de posicionamiento institucional de acuerdo al estado de resultados y los flujos de efectivo:**

La implementación de una estrategia diferenciada en el posicionamiento institucional para fundación CREHO, se llevará a cabo mediante la apertura de una nueva sucursal en la ciudad de San Pedro Sula.

De acuerdo a la demanda de créditos educativos y la generación de ingresos que refleja el estado de resultado en el análisis financiero, se puede proyectar un período de colocación creciente cada año el cual generaría mayor rentabilidad para la empresa y a la vez beneficiaria a la población estudiantil hondureña que demande crédito para acceder a la educación superior.

Mediante la generación de ingresos por fondos e intereses se puede fortalecer cada uno de los programas de crédito educativo con la ampliación de los mismos lo cual fortalecería la estructura organizacional de la institución.

El generar una estrategia de posicionamiento totalmente respaldada con ingresos, colocación de créditos educativos en mayor demanda, los flujos de efectivos proyectados a 5 años,

ofrecerán un valor presente neto positivo y una tasa interna de retorno superior al costo promedio de capital, esto permitirá a la empresa una mayor rentabilidad.

Podemos concluir que en este análisis, que el proyecto de la apertura de una sucursal de fundación CREHO, en la ciudad de San Pedro Sula es sostenible y rentable

#### 4.5.7 Cronograma de ejecución.

**Tabla 48. Cronograma de actividades para el desarrollo del proyecto.**

Actividad	Duración	Responsable	P1		P2					Supuesto	
			Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb		
Reclutamiento del nuevo personal	60 días	Presidenta Ejecutiva/RRHH									Nuevo personal reclutado
Búsqueda de local comercial SPS	20 días	Oficial de mercadeo/ Presidencia									Local comercial identificado
Contratación de 1 oficial de crédito	2mP	RRHH									Oficial contratado
Contratación de 1 jefe de agencia	2mP	RRHH									Oficial contratado
Capacitación del personal	30 días	Oficiales de crédito/ mercadeo									Personal capacitado
Alquiler del local comercial SPS	7 Días	Contabilidad, presidencia y mercadeo									Local comercial alquilado
Acondicionamiento del local	30 días	Administración, IT									Local remodelado
Inauguración de la agencia	1 día	Equipo colaborador en SPS									Agencia abierta
Acompañamiento o inducción	15 días	Oficiales de crédito/ mercadeo									Inducción realizada
Proceso de revisión cartera de crédito SPS	7 días	Oficial de crédito y jefe de agencia SPS									Cartera verificada
Socialización de apertura	3 días	Oficial de crédito y jefe de agencia SPS									Inauguración publicitada
Promoción del crédito educativo	15 días	Oficial de mercadeo y crédito									Crédito promocionado
Publicidad en social media	15 días	Oficial de mercadeo TGU									Publicidad realizada
Inicio de colocación de créditos educativos	30 días	Oficial de crédito y jefe de agencia SPS									Créditos colocados
Cierres contables	5 días	Auxiliar contable TGU									Cierre efectuado
Traslados hacia nueva agencia SPS	7 Días	Oficial de crédito y oficial de mercadeo TGU									Traslado realizado
Actividades de promoción en conjunto	7 Días	Oficiales de mercadeo TGU y SPS									Promoción realizada

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 Conclusiones

1. Mediante el estudio de mercado y estudio técnico se logró identificar los factores principales que han limitado la expansión institucional para fundación CREHO el cual son; el limitado posicionamiento de la marca, limitada inversión en planes publicitarios masivos, una limitada estructura organizacional y limitados fondos para hacerle frente a la demanda potencial.
2. A través del estudio de mercado e información recolectada mediante la encuesta se determinan las diferentes alternativas para fortalecer el reposicionamiento institucional para fundación CREHO, las cuales radican en la ejecución de un plan de mercadeo reforzado con herramientas de publicidad masiva.
3. Mediante el estudio financiero, se determinaron que las ventajas de ampliar la cobertura institucional de fundación CREHO radican en la aceptación de colocación de créditos educativos a largo plazo.
4. Se estableció a través del estudio financiero que para los 5 años la ejecución de este proyecto es rentable, ya que genera una TIR positiva y por encima del costo promedio.
5. Mediante el estudio de las diversas variables que ayudan a comprobar la hipótesis de investigación; A mayor cobertura de financiamiento educativo de la fundación CREHO, mayor impacto en la cantidad de jóvenes beneficiarios, esta será posible con la apertura la nueva sucursal en la ciudad de San Pedro Sula.

6. El poder ampliar la cobertura de financiamiento educativo para la fundación CREHO, generaría una ventaja competitiva a nivel de ofertantes del mismo; así como el fortalecimiento de marca y accesibilidad al crédito educativo
7. El costo de aperturar la sucursal de fundación CREHO en la ciudad de San Pedro sula es de Lps 2, 370,421.44.

## **5.2 Recomendaciones**

1. Se recomienda a la fundación CREHO ejecutar un plan de inversión publicitario, ya que de acuerdo al estudio de la oferta en el mercado de crédito educativo, la fundación CREHO posee desventajas competitivas en cuanto al posicionamiento de marca.
2. Se recomienda a la fundación CREHO, llevar a cabo alianzas estratégicas que pueda aportar enriquecimiento del capital operativo para la sustentabilidad de la empresa a largo plazo.
3. Se recomienda a la fundación CREHO la estandarización de cuotas personalizadas en sus planes de pago, ya que al personalizar la misma por más de 3 veces, extiende el periodo de la cartera crediticia en recuperación, ocasionando descalces en los flujos de efectivo.
4. Se recomienda a la Fundación CREHO, implementar técnicas de recolección de datos cualitativamente, con el fin de poder profundizar las necesidades y exigencias de los usuarios actuales del programa de financiamiento así como los clientes potenciales.

5. Buscar socios estratégicos nacionales y extranjeros que le aporten los Fondos necesarios para hacerle frente a la demanda creciente de jóvenes que desean acceder a la educación superior en Honduras.
6. Se recomienda aperturar la sucursal en la ciudad San Pedro Sula ya que el proyecto es rentable para la fundación CREHO

## BIBLIOGRAFIA

- Alvira Martín, Francisco. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica* (2.<sup>a</sup> ed.). madrid, España: CIS - Centro de Investigaciones Sociológicas. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=10903656&p00=encuest>
- Banco, M. (2017). *Educación: Panorama general* (Educación). Washington, D.C.: Banco Mundial. Recuperado a partir de <http://www.bancomundial.org/es/topic/education/overview>
- Batlle Terradas, X. (2001). *La gestión de los recursos minerales en las sociedades cazadoras-recolectoras* (Editorial CSIC-CSIC Press). España.
- Bermudez, G. (2010). *¿Qué es la educación?* España: AuthorHouse,.
- Bow, M. (1987). *Boletín de educación ambiental de la UNESCO-PNUMA* (Ambiental No. 12). Moscú: UNESCO.
- By ILPES, & nstituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2001). *Guía para la presentación de proyectos* (2da ed.). Londres.
- Cegarra Sánchez, J. (2012). *Metodos de la Investigacion*. Ediciones Díaz de Santos, madrid, España. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/reader.action?docID=11038967&ppg=2>
- Colegio 24 hs. (2004). *Filosofía ,Tipos de hipótesis*. Colegio24hs. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?>
- Comisión Nacional, D. B. y S. (2016, junio 2). *¿Qué es la educación financiera?*
- Duriez, M., López, V., & Moncada, G. (2016). *Informe Nacional Honduras*. Honduras. Recuperado a partir de Educacion Superior en Iberoamericana.

Escalona, (Ivan). (2009, junio). Métodos de evaluación financiera en evaluación de proyectos.

Recuperado a partir de

<http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=10311127&p00=razones+financieras>

Escamilla, M. D. (2013). *Aplicación básica de los métodos científicos*. Recuperado a partir de

[https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Presentaciones/licenciatura\\_en\\_mercadotecnia/fundamentos\\_de\\_metodologia\\_investigacion/PRES40.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES40.pdf)

Fernández Nogales, A. (2004). *Investigación y técnicas de mercado* (2da ed.). Madrid.

Fernández Valiñas, R. (2002). *Segmentacion de mercados*. Cengage Learning Editores.

Ferreya, A., & Ana, D. L. (2014). *Metodología de la investigación I* (1.ª ed.). Argentina:

Editorial Brujas. Recuperado a partir de

<http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/reader.action?docID=10995617&ppg=92>

Fundacion de Credito Educativo Hondureño. (2014). Recuperado a partir de

<http://www.fundacioncreho.org.hn/>

García Felipe, A. (2015). Los beneficios de la Tecnología en la Educación.

Garza. (2008). *Administración de la calidad total*. México: Editorial Pax México.

Gerencie. (2010). Gerencie. Recuperado a partir de <https://gerencie.com>

Guzman Castro, F. (2004). *El estudio económico - financiero y la evaluación en proyectos*.

Bogotá: Univ. Nacional de Colombia.

Herrero, P. P. (2001, marzo). Economía de la educación: Una disciplina pedagógica en pleno

desarrollo. Universidad de Salamanca. Recuperado a partir de

[revistas.usal.es/index.php/1130-3743/article/download/2895/2931](http://revistas.usal.es/index.php/1130-3743/article/download/2895/2931)

Jaén González, A., & Calventus Solé, Y. (2006). *Ambiente, Tecnología energética y medio*.

Catalunya, España: Univ. Politèc. de Catalunya.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Marketing: Edición para Latinoamérica*. Pearson Educación.
- Kurtosis. (2010). Blog spot de Estadística.
- Lopera Echavarría, Juan D., Ramírez Gómez, C. A., & Zuluaga Aristizábal, M. U. (2004). El método analítico como método natural. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. Recuperado a partir de [ite.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/reader.action?docID=10417961&ppg=2](http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/reader.action?docID=10417961&ppg=2)
- Marketing Publishing. (1998). *Estrategias de Crecimiento*. Madrid España. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=10194549>
- Martínez Rojas, J. C. (2004). Consideraciones correlativas de estrategias de crecimiento local bajo el enfoque de dirección estratégica. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=10411208>
- Martner, G. (2004). *Planificación y presupuesto por programas*. Santiago de Chile: Siglo XX.
- Mendenhall, W., Lyman Ott, Publisher, E. P., 2006, ISBN, 8497324935, 9788497324939, & Length, 462 pages. (s. f.). *Elementos de muestreo*.
- Mundial, B. (2017). *Educación (Educativo)*. Washington, D.C.
- Muñoz López, A. (2010). *El mundo de las empresas: de las PYMES a las unimundiales*. España: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=10390647>
- Navarro Chavez, C. L. (2014). *Epistemología y metodología* (1.<sup>a</sup> ed.). Mexico: Grupo Editorial Patria. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/detail.action?docID=11013799>
- Neira Casco, A. (2006). *Técnicas de medición del trabajo*. México: FC editorial.
- Nicastro Soria, O. (1986). *Calidad, Eficiencia y Equidad en la educación superior* (Primera edición). Guadalajara, Jalisco, México: Comité editorial U.A.G.

Office of Government, C. (2010). Operación del servicio. Office of Government Commerce.

ONU, & Bokova, I. (2011, noviembre). La UNESCO y la educación. Place de Fontenoy.  
Recuperado a partir de [unesdoc.unesco.org/images/0021/002127/212715s.pdf](http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002127/212715s.pdf)

Presna, D. la. (2015). San Pedro Sula a la vanguardia de la educacion.

Prieto Moren, B., Aguilar Cond, P., & Santidrián Arroyo, A. (2005). *Contabilidad de costes y de gestión: un enfoque práctico*. España: Delta Publicaciones.

Rivkin, J., & Trout, y E. (2010). *Reposicionamiento*. Ediciones Pirámide.

Salanova Sánchez, E. M. (1980). Nueva concepción de la tecnología educativa. Recuperado a partir de <http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0015tecnologiaeducativa.htm>

Santos Heredero, F. X., Rodríguez Arias, C. A., & Rodríguez Ballester, R. (2014). *Metodología básica de investigación en enfermería*. Ediciones Díaz de Santos: Madrid España.  
Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/reader.action?docID=11002246&ppg=64>

Schnarch Kirberg, A. (2005). *Desarrolllos de Nuevos Productos* (4.ª ed.). Mexico: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/bvunitecvirtualsp/reader.action?docID=10436499&ppg=3>

se, gob. (2016). *Secretaria de Educación, estadisticos*.

Sote, A. (2005). Blog de tecnicas estadisticas.

Tribunal Supremo, de cuentas. (2013). Fondo de Garantías Reciprocas para la educación.

Varela, R. (1997). *Evaluacion Economica de Proyectos de Inversion*. Santiago de Cali Colombia: Grupo Editorial Iberoamerica.

Zapata, E. (2017). Requisitos para aperturar un negocio.

Zvi, B., & Bodie, R. (2003). *Finanzas*. México: Pearson Educación.

## ANEXOS



### Encuesta

Somos estudiantes de UNITEC, estamos cursando el proyecto de graduación de la maestría de Dirección Empresarial, me regala un momento de su tiempo para contestar la siguiente encuesta. El objetivo de la misma es conocer la aceptación del financiamiento educativo de la Fundación CREHO.

**Instrucciones:** Lea y analice las siguientes preguntas, marque con una “X” en la línea de la izquierda la opción que más le parezca según la interrogante.

**1. ¿Está dispuesto(a) a continuar con sus estudios universitarios?**

Si (si su respuesta es sí, continúe a la siguiente pregunta)

No (si su respuesta es no, continúe a la pregunta 4)

**2. ¿Qué carrera le gustaría estudiar?**

Licenciatura

Ingeniería

Curso Técnico

**3. ¿A cuál de las siguientes universidades le gustaría asistir?**

UNAH

UNICAH

UTH

USAP

CEUTEC

UJN

UCENM

\_\_\_ Otra ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**4. ¿Quién será el encargado de cubrir sus estudios universitarios?**

\_\_\_ Sus padres

\_\_\_ Sus hermanos(as)

\_\_\_ Sus abuelos

\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

**5. ¿Conoce alguna institución dedicada a otorgar financiamiento educativo para jóvenes estudiantes?**

\_\_\_ Si ¿Cuál? \_\_\_\_\_

\_\_\_ No

**6. Lé gustaría estudiar mediante un crédito educativo que permita a sus padres pagar cuotas accesibles de manera mensual?**

\_\_\_ Si

\_\_\_ No ¿Por qué? \_\_\_\_\_

7. ¿Sí tuviera la oportunidad estudiar en el extranjero en qué país le gustaría realizar su preparación académica?

---

**8. ¿Conoce de fundación CREHO?**

\_\_\_ Si

\_\_\_ No

**DATOS DEMOGRAFICOS**

**EDAD:**

(1) \_\_\_\_\_ Menor a 18

(2) \_\_\_\_\_ 18 – 25

(3) \_\_\_\_\_ 26 – 35

(4) \_\_\_\_\_ 35 en adelante

**Género:**

(1) \_\_\_\_\_ FEMENINO

(2) \_\_\_\_\_ MASCULINO

**INGRESOS:**

- (1) \_\_\_\_\_Menor a 10,000
- (2) \_\_\_\_\_10,001- 20,000
- (3) \_\_\_\_\_20,001- 30,000
- (4) \_\_\_\_\_30,001 en adelante

**Correo Electrónico:** \_\_\_\_\_

**Nombre del Encuestador:** \_\_\_\_\_

**Lugar de Realización:** \_\_\_\_\_



## Encuesta

Somos estudiantes de UNITEC, estamos cursando el proyecto de graduación de la maestría de Dirección Empresarial, me regala un momento de su tiempo para contestar la siguiente encuesta. El objetivo de la misma es conocer la aceptación del financiamiento educativo de la Fundación CREHO.

**Instrucciones:** Lea y analice las siguientes preguntas, marque con una “X” en la línea de la izquierda la opción que más le parezca según la interrogante.

**9. ¿Con qué fondos cubre sus estudios universitarios?**

- a)  Fondos propios
- b)  Financiamiento educativo

**10. ¿Qué carrera estudia?**

- a) \_\_\_\_\_

**11. ¿Cuál de las siguientes empresas reconoce como instituciones dedicadas a otorgar financiamiento educativo?**

- a)  Fundación CREHO
- b)  Lafise
- c)  Educredito
- d)  Bac
- e)  Banco Atlántida
- f)  Otra ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**12. Le gustaría adquirir un financiamiento educativo en donde pueda estudiar y pagar cuotas mensuales desde L. 750?**

- Si
- No (Pase a datos demográficos)

**13. ¿Para qué fin le gustaría adquirir un financiamiento educativo?**

- a)  Maestría
- b)  Carrera Universitaria

- c)  Pasantía en el extranjero
- d)  Financiamiento de equipo( computadoras)

**14. ¿Lé gustaría que en San Pedro Sula existiera una institución dedicada únicamente a otorgar créditos educativos a los jóvenes estudiantes?**

- Si
- No

**15. ¿Viajaría hasta Tegucigalpa para adquirir un crédito educativo?**

- Si
- No ¿Por qué?\_\_\_\_\_

### **DATOS DEMOGRAFICOS**

#### **Edad:**

- (5) \_\_\_\_\_Menor a 18
- (6) \_\_\_\_\_18 – 25
- (7) \_\_\_\_\_26 – 35
- (8) \_\_\_\_\_35 en adelante

#### **Género:**

- (2) \_\_\_\_\_Femenino
- (2) \_\_\_\_\_Masculino

#### **Ingresos:**

- (5) \_\_\_\_\_Menor a 10,000
- (6) \_\_\_\_\_10,001- 20,000
- (7) \_\_\_\_\_20,001- 30,000
- (8) \_\_\_\_\_30,001 en adelante

**Correo Electrónico:** \_\_\_\_\_

**Nombre del Encuestador:** \_\_\_\_\_

**Lugar de Realización:** \_\_\_\_\_

# Autorización de la institución para el desarrollo del tema de investigación

## AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN

Tegucigalpa , Francisco Morazán

25 de mayo del 2017

Licenciada Mayte Portillo  
Directora Ejecutiva  
Fundación CREHO

Colonia Lomas del Guijarro Sur, Edificio torre alianza 2, 6to nivel

Estimado Señor(a) : Mayte Portillo

Reciba un cordial y atento saludo. Por medio de la presente deseamos solicitar su apoyo, dado que somos alumnos de Unitec y nos encontramos desarrollando el Trabajo de Tesis previo a obtener nuestro título de maestría en : Dirección Empresarial

Hemos seleccionado como tema:

Iniciativa de reposicionamiento para la Fundación Crédito Educativo Hondureño

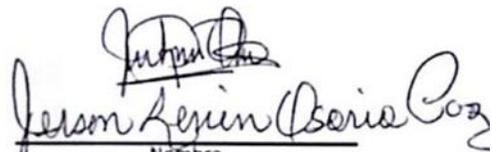
por lo que estaríamos muy agradecidos de contar con el apoyo de la empresa que usted representa para poder desarrollar nuestra investigación. En particular, dicha solicitud se circunscribe a petitionar que se nos autorice a realizar: Encuestas , entrevistas con su persona, con su equipo colaborador y clientes usuarios del crédito educativo.

A la espera de su aprobación, me suscribo de Usted

Atentamente,

Firmas:

  
Nombre  
Número de  
cuenta: 11523093

  
Nombre  
Número de  
cuenta: 11523006

Por este medio:

La Fundación Crédito Educativo Hondureño ( CREHO)

autoriza la realización dentro de sus instalaciones el proyecto de investigación de Tesis de Postgrado antes mencionado.

  
(Nombre y sello del Director Gerente )

Licda. Mayte Portillo  
Vo.Bo.



**Nota de visto bueno y de compromiso del asesor temático**

**Carta de aprobación y visto bueno**

**Asesor Temático**

Señores Facultad de Postgrado UNITEC.

Por este medio yo Merlyn Euclides Osorio Paz  
Identidad No. 1706-1981-01292, Licenciado en Ingeniería Industrial  
con Maestría en Economía y Finanzas

Hago constar que he revisado de manera temática el trabajo de Tesis de Maestría denominado Iniciativa de reposicionamiento para la Fundación Crédito Educativo Hondureño (CREHO).

a ser desarrollado por el (los) estudiante(s):

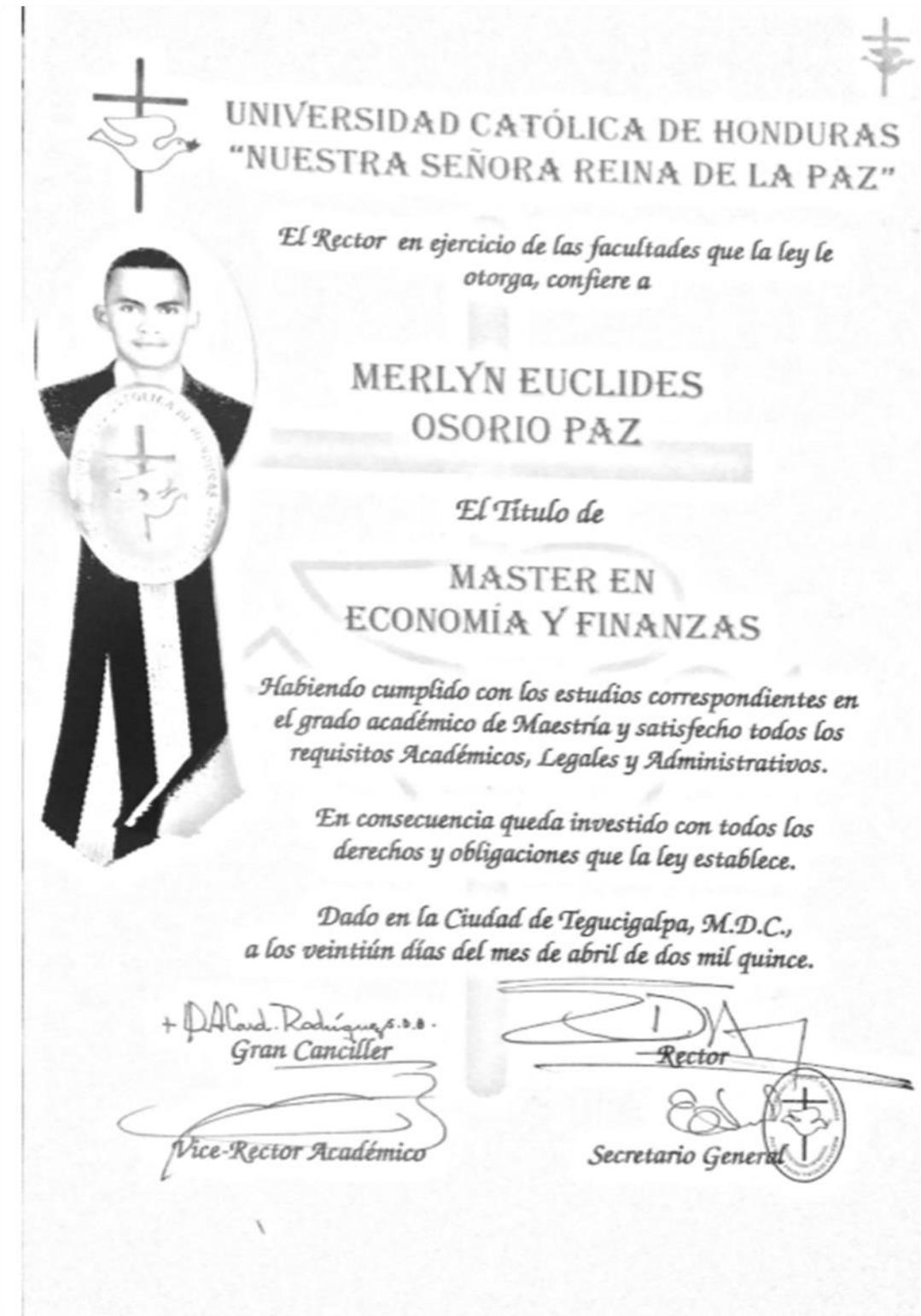
**Kellyn Yolibeth Suazo Hernández**

**Jerson Lenin Osorio Paz**

Para lo cual extiendo la presente nota a los 22 días del mes de junio del presente año, con la aprobación y visto bueno a fin de que se logre finalizar el trabajo de tesis en el plazo establecido por la Facultad de Postgrado.

Firma:   
Visto bueno Merlyn Euclides Osorio Paz

**Título profesional del asesor temático**



Nota de revisión de lectura de un experto en pedagogía

**Nota de revisión de gramática y ortografía**

Señores Facultad de Postgrado UNITEC.

Por este medio yo Carmen Amalia Cruz Caceres

Identidad No. 0801 1978 00405, Licenciado en Pedagogía

con Maestría en \_\_\_\_\_

con Doctorado en \_\_\_\_\_

Hago constar que he revisado a nivel de gramática y ortografía el trabajo de Tesis de Maestría denominado Iniciativa de reposicionamiento para la Fundación Crédito Educativo Hondureño (CREHO).

a ser desarrollado por el (los) estudiante(s):

**Kellyn Yolibeth Suazo Hernández**

**Jerson Lenin Osorio Paz**

Para lo cual extiendo la presente nota a los 22 días del mes de junio del presente año, con la aprobación y visto bueno a fin de que se logre finalizar el trabajo de tesis en el plazo establecido por la Facultad de Postgrado.

Firma: Carmen Amalia Cruz Caceres  
Nombre Carmen Amalia Cruz Caceres.

Título profesional del licenciado en pedagogía



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE HONDURAS**

El Rector de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras  
en ejercicio de las facultades que la ley le otorga

POR CUANTO: Carmen Amalia  
Cruz Cáceres

ha terminado sus estudios en El Centro Universitario de Estudios Generales

el día Once de septiembre de dos mil siete

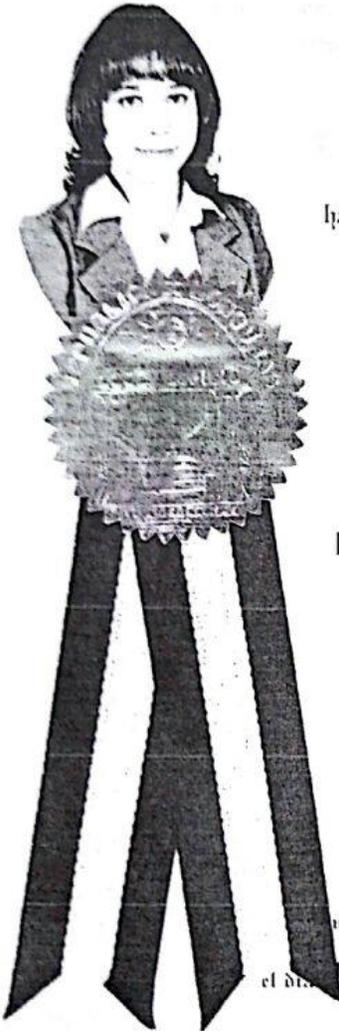
y cumplido todos los requisitos legales

POR TANTO: le extiende el título de Licenciada

en Pedagogía y Ciencias de la Educación  
con Orientación en Planeamiento y  
Administración de la Educación

en la Ciudad Universitaria, "José Trinidad Reyes", Tegucigalpa, M.D.C.

el día 2 de septiembre del año dos mil siete



*Carmen Amalia Cruz Cáceres*  
SECRETARÍA GENERAL

*[Signature]*  
RECTOR

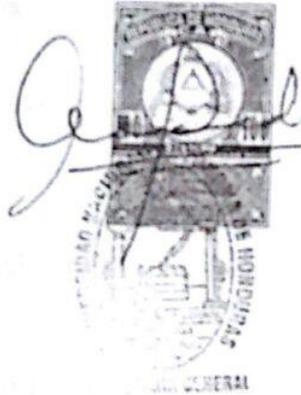


30463

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS

El Infrascrito Secretario General de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras hace constar que este Título fue registrado bajo el N° 056 folio 056 tomo XXVII del libro respectivo.

Tegucigalpa, M.D.C. 14 de sept del 2007



## Visto bueno del asesor metodológico

Vo Bo Tesis de postgrado



Recibidos x



ZELAYA OVIEDO CARLOS AUGUSTO

28 jun. (hace 9 días) ☆

para LENIN, leninpaz17, Kellyn, mí, PG

Estimados Maestranter Osorio Paz y Suazo Hernandez.

He revisado su documento de tesis y valoro el cumplimiento de los requerimientos según manuales, por tanto, le el **Vo Bo** que corresponde para que continúen y procedan a imprimir tres ejemplares siempre a doble cara y los e en las oficinas de postgrado a partir del 30 de junio hasta 10 de julio (dándole seguimiento a lo establecido en el cronograma de actividades - ver información general en la plataforma). La impresión deben hacerla del último do revisado y que aquí se adjunta.

Recuerden anexar al final del documento de tesis impreso lo siguiente:

- el **Vo Bo del asesor temático**,
- la **constancia de lectura**,
- el **Vo Bo de asesor metodológico**

Les recomiendo imprimir la síntesis y entregarla a cada miembro de terna al momento de la defensa.

Saludos y muchos éxitos.

Carlos A. Zelaya Oviedo  
Asesor metodológico PG