



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**ESTUDIO DE MERCADO PARA CONOCER EL MERCADO
POTENCIAL DE LA UNIVERSIDAD CEUTEC EN PUERTO
CORTÉS, 2019**

SUSTENTADO POR:

ASTRID DAYBELIS REYES CERRATO

DENNIS JOAQUÍN JIMÉNEZ GÓMEZ

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

SAN PEDRO SULA, CORTÉS, HONDURAS, C.A.

MARZO, 2019

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

**FACULTAD DE POSTGRADO
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTORA ACADÉMICA

DESIREE TEJADA CALVO

VICEPRESIDENTE UNITEC SPS

CARLA MARIA PANTOJA

DECANA DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

CLAUDIA MARÍA CASTRO VALLE

**ESTUDIO DE MERCADO PARA CONOCER EL MERCADO
POTENCIAL DE LA UNIVERSIDAD CEUTEC EN PUERTO
CORTÉS, 2019**

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

MÁSTER EN

DIRECCIÓN EMPRESARIAL

ASESOR METODOLÓGICO

**CARLOS ANTONIO TRIMINIO
RODRÍGUEZ**

ASESOR TEMÁTICO

MARCOS DAVID MÁRTIR GODOY

MIEMBROS DE LA TERNA:

OSMER MONCADA

JUAN MANUEL MATUTE

DIANA REYE

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2019
ASTRID DAYBELIS REYES
CERRATO
DENNIS JOAQUÍN JIMÉNEZ
GÓMEZ

Todos los derechos son reservados.

**AUTORIZACIÓN DEL AUTOR(ES) PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO DE TESIS DE
POSTGRADO**

Señores

CENTRO DE RECURSOS PARA

EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN (CRAI)

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA (UNITEC)

San Pedro Sula

Estimados Señores:

Nosotros, ASTRID DAYBELIS REYES CERRATO y DENNIS JOAQUÍN JIMÉNEZ GÓMEZ de ,San Pedro Sula, autores del trabajo de postgrado titulado: ESTUDIO DE MERCADO PARA CONOCER EL MERCADO POTENCIAL DE LA UNIVERSIDAD CEUTEC EN PUERTO CORTÉS, 2019, presentado y aprobado en ENERO, año 2019, como requisito previo para optar al título de máster en DIRECCIÓN EMPRESARIAL y reconociendo que la presentación del presente documento forma parte de los requerimientos establecidos del programa de maestrías de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), por este medio autorizo a las Bibliotecas de los Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) de UNITEC, para que con fines académicos puedan libremente registrar, copiar o utilizar la información contenida en él, con fines educativos, investigativos o sociales de la siguiente manera:

- 1) Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en las salas de estudio de la biblioteca y/o la página Web de la Universidad.
- 2) Permita la consulta y/o la reproducción a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD o digital

desde Internet, Intranet, etc., y en general en cualquier otro formato conocido o por conocer.

De conformidad con lo establecido en los artículos 9.2, 18, 19, 35 y 62 de la Ley de Derechos de Autor y de los Derechos Conexos; los derechos morales pertenecen al autor y son personalísimos, irrenunciables, imprescriptibles e inalienables. Asimismo, el autor cede de forma ilimitada y exclusiva a UNITEC la titularidad de los derechos patrimoniales. Es entendido que cualquier copia o reproducción del presente documento con fines de lucro no está permitida sin previa autorización por escrito de parte de UNITEC.

En fe de lo cual se suscribe el presente documento en la ciudad de San Pedro Sula, a los 28 días del mes de marzo del año 2019.

Astrid Daybelis Reyes Cerrato

21613031

Dennis Joaquín Jiménez Gómez

21623010



FACULTAD DE POSTGRADO

ESTUDIO DE MERCADO PARA CONOCER EL MERCADO POTENCIAL DE LA UNIVERSIDAD CEUTEC EN PUERTO CORTÉS, 2019

Astrid Daybelis Reyes y Dennis Joaquín Jiménez Gómez

Resumen

La presente investigación consiste en la realización de un estudio de mercado para conocer el mercado potencial que tendría la Universidad CEUTEC en la ciudad de Puerto Cortés. Para poder cumplir con el objetivo general de la investigación, se llevó a cabo la aplicación de 374 encuestas al mercado objetivo de esta investigación. Respaldo teóricamente el estudio con la teoría de las 5 C's de Marketing a partir de un análisis de la situación actual a nivel mundial, nacional e interno del tema de investigación y estudiando cada una de las variables independientes que son Compañía, Colaboradores, Clientes, Competencia y Contexto. Los resultados obtenidos se analizaron cuantitativamente y se aplicó el método de proporción en cadena y la ecuación de Ulrich & Eppinger para la comprobación de la hipótesis. La referencia fue del 7.6%, ya que es la participación de mercado que la UTH tiene a nivel nacional y es la única universidad con un campus en la ciudad de Puerto Cortés. Para finalizar la investigación se concluyó que la Universidad CEUTEC se considera una universidad de prestigio y posee las competencias y los atributos requeridos por los jóvenes en edad de educación superior de la Ciudad de Puerto Cortés, por lo que se recomienda que se realice un estudio de prefactibilidad para evaluar si es rentable abrir una sede de CEUTEC en la Ciudad de Puerto Cortés.

Palabras claves: Compañía, Clientes, Colaboradores, Competencia, Contexto.



GRADUATE FACULTY

MARKET RESEARCH TO KNOW THE POTENTIAL MARKET OF THE UNIVERSITY CEUTEC IN PUERTO CORTÉS, 2019

Astrid Daybelis Reyes y Dennis Joaquín Jiménez Gómez

Abstract

The present investigation consists in to make a research market to know the potential market that CEUTEC University would have in the city of Puerto Cortés. In order to comply with the general objective of the research, the application of 374 surveys to the target market of this research. Supporting theoretically the study with the theory of the 5 C's of Marketing from an analysis of the current situation at a global, national and internal level of the research topic and studying each one of the independent variables that are Company, Collaborators, Clients, Competence and Context. The results obtained were analyzed quantitatively and the chain ratio method and the Ulrich & Eppinger equation were applied for the verification of the hypothesis. s. The reference was 7.6%, since it is the market share that UTH has nationally and is the only university with a campus in the city of Puerto Cortés. To conclude the research, it was concluded that CEUTEC University is considered a prestigious university and possesses the competences and attributes required by the young people of higher education age of the City of Puerto Cortés, so it is recommended that a study of pre-feasibility to evaluate if it is profitable to open another CEUTEC headquarters in the City of Puerto Cortés.

Key words: Company, Customers, Collaborators, Competiors, Contex

DEDICATORIA

A Dios, por su misericordia y amor inigualable, quien me ha dado fortaleza, salud y sabiduría para comenzar, continuar y culminar una meta más en mi vida profesional.

A mi Padre, Madre y Tía, por su amor, apoyo incondicional, paciencia y comprensión durante este trabajo, los admiro y los amo, gracias por estar siempre a mi lado.

Astrid Daybelis Reyes Cerrato.

A Dios fiel y justo quien me dio la sabiduría, la inteligencia y me guio paso a paso en todo momento de esta carrera para alcanzar mi meta. Para ti Señor Jesús, te amo.

A mi esposa e hijo, que han estado a mi lado en todo tiempo para obtener este triunfo, sobre todo con paciencia y comprensión. Los amo mucho y que Dios les Bendiga

Dennis Joaquín Jiménez Gómez

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por su amor y misericordia, por darnos fortaleza, salud y sabiduría para poder desarrollar nuestra tesis y terminarla con éxito, logrando obtener de esta forma otra meta profesional en nuestras vidas.

A nuestras familias por su amor, paciencia, tiempo y apoyo incondicional para poder desarrollar y cumplir a totalidad nuestra tesis, la cual es el último requisito de nuestra maestría, la cual representa una meta más alcanzada.

Al master Carlos Triminio, nuestro asesor metodológico, por guiarnos y compartir su conocimiento, por su valioso tiempo en cada clase y reunión, por su oportuna retroalimentación y corrección a lo largo de nuestro trabajo de tesis.

Al master David Mártir, nuestro asesor temático, por brindarnos su apoyo y conocimiento necesario para cumplir con nuestro objetivo.

A la universidad Tecnológica de Centroamérica (UNITEC), por su apoyo y colaboración a través del departamento de Postgrado

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	3
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	6
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	6
1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	8
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	8
1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	9
1.5 JUSTIFICACIÓN	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	10
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	10
2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO	10
2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO.....	14
2.1.3 ANÁLISIS INTERNO.....	19
2.2 TEORIAS DE SUSTENTO.....	20
2.3 CONCEPTUALIZACIÓN	21
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	23
3.1 CONGRUENCIA METOLÓGICA.....	23
3.1.1 MATRÍZ METODOLÓGICA	23
3.1.2 OPERAZIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	24
3.1.3 HIPÓTESIS	27
3.2 ENFOQUE Y MÉTODO.....	27
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	28

3.3.1 POBLACIÓN.....	28
3.3.2 MUESTRA	29
3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS	29
3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA.....	30
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTO APLICADOS.....	30
3.4.1 INSTRUMENTO	30
3.4.2 TÉCNICA	31
3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN	31
3.5.1 FUENTES PRIMARIAS	32
3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS	32
3.5.3 LIMITACIONES	32
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	33
4.1 COMPAÑÍA	33
4.2 COLABORADORES	37
4.3 CLIENTES.....	40
4.4 COMPETENCIA	43
4.5 CONTEXTO	48
4.6 COMPROBACION DE LA HIPOTESIS.....	54
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
5.1 CONCLUSIONES	57
5.2 RECOMENDACIONES	59
BIBLIOGRAFÍA.....	61
ANEXOS.....	65
ANEXO 1. ENCUESTA.....	65
ANEXO 2. MAPA DE UNIVERSIDADES EN HONDURAS	69

ANEXO 3. CARTA DE COMPROMISO PARA ASESORÍA TEMÁTICA..... 70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matrícula total en Instituciones de Educación Superior de Honduras 2016.....	15
Tabla 2. Matriz Metodológica	23
Tabla 3. Operacionalización de las variables.....	25
Tabla 4. Calculo Alfa de Cronbach	31
Tabla 5. Proporción en Cadena/ Muy Interesados.	54
Tabla 6. Proporción en Cadena/ Algo Interesados.	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución de matrícula de pregrado de los años del 2010 al 2014.	3
Figura 2. Evolución de la población en edad de educación superior.....	7
Figura 3. Gasto público en educación superior como porcentaje del PIB per cápita	11
Figura 4. 10 mejores universidades del mundo 2017-2018.....	12
Figura 5. Educación superior en Centroamérica.....	16
Figura 6. Rankings de universidades por el Sistema Quacquarelli Symonds.....	17
Figura 7. Rankings de Honduras por el Sistema Quacquarelli Symonds.	18
Figura 8. Sistema QS Stars University Ratings.	18
Figura 9. Esquema proceso de Marketing.	21
Figura 10. Definición de las variables	24
Figura 11. Enfoque Metodológico	28
Figura 12. Prestigio CEUTEC.	34
Figura 13. Prestigio Universidades.....	35
Figura 14 . Importancia Instalaciones.....	36
Figura 15. Tecnología Universidades	37
Figura 16. Financiamientos Educativos.....	38
Figura 17. Alianzas Empresariales	38
Figura 18. Personal altamente capacitado	39
Figura 19. Importancia Beneficios.....	40
Figura 20. Modalidad.....	41
Figura 21. Intensión de Matricula.....	42
Figura 22. Conocimiento Beneficio CEUTEC	43
Figura 23. Primera opción de Matricula.	44
Figura 24. Segunda Opción de Matricula.	45

Figura 25. Tercera opción de Matricula.....	45
Figura 26. Resumen preferencia de universidades.	46
Figura 27. Carreras a Matricular	47
Figura 28. Capacidad de Pago.....	48
Figura 29. Financiamiento de Estudios Universitarios.	49
Figura 30. Empleo.....	50
Figura 31. Edad.....	51
Figura 32. Genero	51
Figura 33. Estado Civil.....	52
Figura 34. Acceso a Internet.....	53
Figura 35. Acceso a Computadora.	54

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se detalla la información básica de la investigación, comenzando con una introducción la cual describe en resumen la investigación realizada, como siguiente punto se detallan los antecedentes del problema para conocer los hechos previos al tema de investigación, en el mismo se plantea el problema a resolver, detallando las preguntas y enunciando los objetivos por los cuales se realiza la presente investigación.

1.1 INTRODUCCIÓN

Educación Superior se define como el proceso de formación humanista y profesional, que se realiza bajo el principio de libertad de investigación, de aprendizaje y de cátedra. Persigue el desarrollo integral del estudiante del nivel superior y está orientada a brindar respuesta a las necesidades del desarrollo social, mediante el dominio del saber en los campos científico-tecnológico, artístico y cultural, cumpliendo sus finalidades en virtud de la integración de las funciones de investigación docencia y extensión. (Normas Académicas de la Educación Superior).

La educación superior es un factor muy importante para los países, ya que esta ayuda al desarrollo de los mismos, ya que al contar con la cobertura de educación necesaria se logra tener jóvenes con altos niveles de conocimiento los cuales podrán ser competitivos a nivel mundial, este factor también ayuda a atraer empresas que deseen contar con mano de obra calificada y empleados con grandes habilidades, lo cual contribuye a mejorar el entorno económico del país debido a las inversiones que las grandes empresas del mundo podrían realizar en países como el nuestro. La cobertura de educación superior en Honduras está muy por debajo del estándar internacional, por lo que Honduras es el segundo país con menos universidades de Centroamérica después de Guatemala. La mayor cobertura de matrículas a nivel nacional está concentrada en la universidad Nacional Autónoma de Honduras distribuyendo el resto de la cobertura en las universidades privadas del país.

El objetivo principal de la presente investigación es realizar un estudio de mercado para conocer la intensidad de matrícula que tendría la universidad CEUTEC en la ciudad de Puerto

Cortés, así como generar una nueva oportunidad de educación superior a la población y de esta manera contribuir al desarrollo académico de las personas en la ciudad.

La presente investigación consta de cinco capítulos y en el primer capítulo se dan a conocer los antecedentes y el planteamiento del problema, las preguntas de la investigación, los objetivos tanto generales como específicos y la justificación para realizar dicha investigación.

En el capítulo dos se enfoca la situación actual de la educación superior a nivel mundial, nacional y a nivel interno de la ciudad de Puerto Cortés, dando a conocer la información más relevante del tema de investigación en estos entornos, lo cual es de mucha importancia ya que sirve como punto de partida para conocer y entender el problema de investigación.

Posteriormente en el siguiente capítulo se da a conocer la metodología empleada y el tipo de investigación, el diseño, enfoque, las técnicas e instrumentos que se utilizaron para desarrollar la investigación, así como las fuentes de información de donde se recolectaron los datos para realizar y analizar el estudio realizado.

En el capítulo cuatro se presentan gráficamente los resultados obtenidos en cada una de las variables de investigación y el análisis realizado para cada uno de los resultados a fin de contestar las preguntas de investigación planteadas en el capítulo número uno de la investigación.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones a las cuales se pudo llegar después de realizado el análisis de los diferentes capítulos que se llevaron a cabo mediante la realización del estudio. Así mismo se incluyen algunos anexos que vienen a apoyar y enriquecer el contenido de esta investigación.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El informe nacional de educación superior en Iberoamérica indica que 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%. (Duriez, Lopez, & Moncada, 2016).

A continuación, se muestra la evolución anual total de matrícula de pregrado de los años del 2010 al 2014.

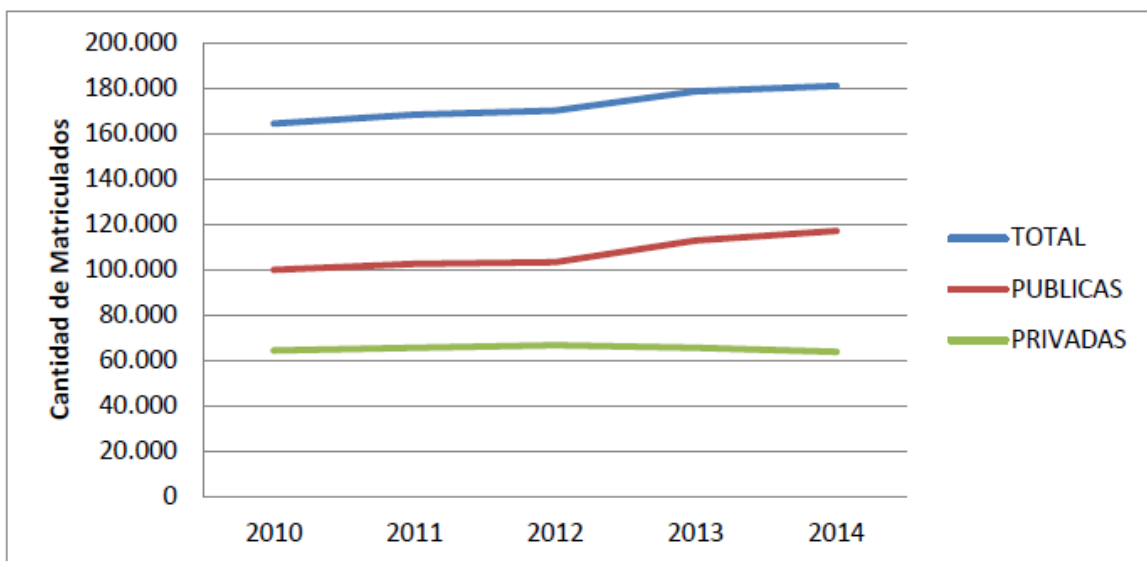


Figura 1. Evolución de matrícula de pregrado de los años del 2010 al 2014.

Fuente: (Duriez, Lopez, & Moncada, 2016)

El gráfico anterior muestra un incremento significativo y continuo en el periodo del 2010 al 2014. Se observa un incremento en el año 2013 en la cantidad de matriculados en universidades públicas.

Según el periódico cultural y político de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Presencia Universitaria, en Honduras funcionan 20 universidades acreditadas dentro del sistema de

Educación Superior, de las cuales 14 son privadas y 6 estatales, las cuales pueden observarse en el mapa de cobertura de cada universidad en los anexos de la presente investigación. Estas instituciones ofrecen una cobertura inferior al 30%, aún muy por debajo de las necesidades de desarrollo del país.

Según la revista de la UNAH (universidad nacional autónoma de Honduras), para asimilar los números, por ejemplo, Guatemala cuenta con 13 diferentes universidades, de las cuales 1 es estatal y 12 privadas, Costa Rica tiene 55 universidades, de las cuales 5 son estatales y 50 privadas; Nicaragua cuenta con 52, 4 públicas y 48 privadas; Panamá, 41 universidades 5 son estatales y 36 privadas. (Presencia Universitaria, 2015).

En relación, estadísticas informan que la UNAH concentró una matrícula de 108,700 estudiantes, lo que significa aproximadamente un 61.3% de la educación superior a nivel nacional en el 2014. Mientras que las universidades privadas obtuvieron una matrícula del 38.7 %, aglutinado en las principales ciudades del país, Tegucigalpa y San Pedro Sula.

De esos datos, un 38.8 % de los estudiantes estudiaron carreras afines a las ciencias sociales, enseñanza comercial y derecho, un 14% matricularon grados académicos en las áreas de ingeniería, industria y construcción reunieron áreas como las de la salud y servicios sociales concentró una matrícula del 11.6%. En contraste, estadísticas establecen que, a nivel de grado, las licenciaturas concentraban un 53% de la oferta académica, las maestrías un 24%, los técnicos universitarios un 14% y las especialidades un 6.3% del mercado académico a nivel nacional. (Presencia Universitaria, 2015).

La primera universidad privada en Honduras surgió a mediados del año de 1976 cuando un grupo de hondureños organizados como la Asociación Hondureña para el Fomento de la Educación Superior (AHFES), se reunieron con el objeto de desarrollar el Proyecto que revolucionaría la educación superior en Honduras: la creación de la Universidad José Cecilio del Valle, el cual fue muy bien acogido por muchos sectores de la sociedad hondureña y por organismos internacionales, que vislumbraron una oportunidad para la educación superior del país, que permitiera la formación de recurso humano calificado.

La Universidad José Cecilio del Valle (UJCV) abrió sus puertas al mundo de la educación superior el 23 de febrero de 1978, a cuya inauguración asistieron representantes del Cuerpo Diplomático y de Organismos Internacionales, distinguidos hombres de negocios, intelectuales y numerosas personas que brindaron su simpatía y respaldo moral en pro de su fundación.

La Universidad José Cecilio del Valle comenzó con las carreras de Arquitectura, Ingeniería Civil e Ingeniería en Sistemas de Computación, siendo la primera universidad en Honduras en ofrecer Arquitectura y Computación. La UJCV contó con el apoyo de muchas universidades extranjeras, principalmente con universidades de los Estados Unidos de América. (Universidad José Celicio del Valle, 2018)

Con el objetivo de impulsar el desarrollo, aumentar la cobertura y mejorar la equidad en el acceso de la educación superior, el Consejo de Educación Superior(CES) aprobó el Anteproyecto Plan de Desarrollo estratégico del Sistema de Educación Superior en Honduras para los años 2013 -2023, este plan incluye reformas para ampliar la cobertura de la educación superior en el país del 15% actual a aun 30% entre la población en edad de educación superior la cual está comprendida en edades de 18 y 24 años. Con este Anteproyecto también se busca mejorar la oferta académica de conformidad con las prioridades de desarrollo del país y mejorar la cobertura geográfica.

CEUTEC se fundó en el año 2005 como una opción educativa que implementa el modelo Blended Learning para personas que trabajan y deseen realizar estudios de nivel superior, bajo una modalidad semipresencial. (UNITEC, s.f.)

Actualmente CEUTEC cuenta con una amplia oferta académica, la cual costa de 9 Licenciaturas, 3 Ingenierías y 9 Técnicos Universitarios, ofreciendo 3 de sus licenciaturas en modalidad en línea, CEUTEC ofrece la facilidad de financiamiento tanto interno como externo, como apoyo a las personas que desean realizar estudios superiores. CEUTEC actualmente cuenta con 7 sedes a nivel nacional, 4 sedes en Tegucigalpa, 2 sedes en la ciudad de San Pedro Sula y 1 sede en la ciudad de la Ceiba. (CEUTEC, 2018)

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

A continuación, se describe el enunciado del problema, la formulación del problema y las preguntas de investigación como componentes claves para el desarrollo del estudio sobre el nivel de aceptación de la universidad CEUTEC en Puerto Cortés.

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Actualmente en la zona de Puerto Cortes se ha identificado la oportunidad de ofrecer una opción más de educación superior a la población, dado a que existen solo tres ofertas directas las cuales son UTH y Telecentro UNAH, y la universidad pedagógica de Honduras, en la ciudad por lo cual se cree que puede existir un mercado potencial interesado en matricularse en CEUTEC.

Actualmente Honduras no cuenta con la cobertura necesaria en educación superior, debido a la limitada oferta académica en cuanto a centros universitarios tanto privados como públicos. La poca cobertura en educación superior afecta principalmente el desarrollo económico y social del país, por lo cual existe una gran necesidad de ampliar la cobertura en educación superior, creando o aperturando nuevos centros universitarios en diferentes ubicaciones del país.

A continuación, se muestra una gráfica sobre la evolución de la cobertura de educación universitaria en los años del 2006 al 2016.

Evolución de la Población en Edad de Educación Superior y de la Cobertura de Educación Superior de Honduras 2006 – 2016

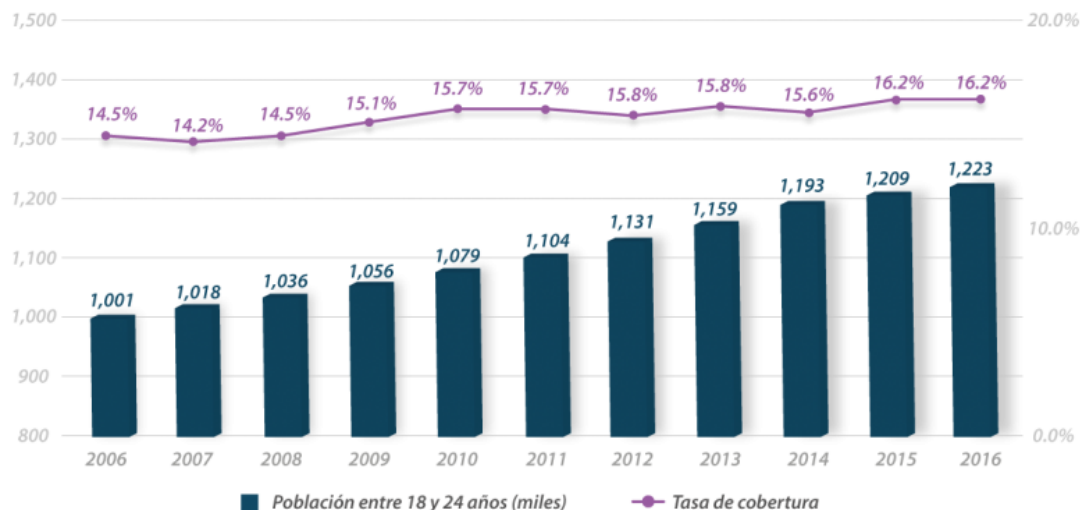


Figura 2. Evolución de la población en edad de educación superior.

Fuente: (Universidad Nacional Autónoma de Honduras, 2017).

La grafica anterior muestra el crecimiento de la población en edad de educación superior en los años del 2010 al 2016 en Honduras y refleja que la oferta de universidades disponibles no brinda la cobertura necesaria para esta población, la cual la constituyen los ciudadanos entre 18 y 24 años de edad, ya que al año 2016 la oferta de universidades solo cubre el 16.2% de la población en edad de educación superior.

La cobertura de acceso en la educación superior en Honduras presenta una tendencia positiva, aun así, esta tendencia no alcanza los estándares internacionales establecidos para dejar de ser una oportunidad de minorías. La Dirección de Educación Superior en Honduras reporta una cobertura que ronda el 15% en el 2014. Por otra parte, el Sistema de Información de tendencias educativas en América Latina (SITEAL) en el año 2016 reportó una cobertura del 11.9 % en año 2013.

Según datos recolectados en la municipalidad de Puerto Cortés, para el año 2017 el municipio contaba con una población de 118,126 habitantes proyectados. De esta población 35,079 son jóvenes en edades entre 15 y 29 años de edad.

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Tal como lo indican Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2003), “plantear el problema no es sino afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación” (p. 9). Al clarificar las ideas sobre el tema del estudio y con el propósito de orientar la investigación e identificar las variables vinculadas con el problema se plantea en forma de pregunta:

¿Cuál sería el mercado potencial que tendría la Universidad CEUTEC en la ciudad de Puerto Cortés tomando en cuenta la teoría de las 5 C’S del marketing?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- 1) ¿Cuáles son las competencias que posee CEUTEC para satisfacer las necesidades del mercado en Puerto Cortés?
- 2) ¿Cómo influyen los socios estratégicos de CEUTEC, en la intensión de matrícula?
- 3) ¿Cuáles son los criterios que influyen en la toma de decisión de los estudiantes (Clientes), para determinar en qué universidad realizar sus estudios de educación superior?
- 4) ¿Cuál es la competencia directa e indirecta de CEUTEC en el mercado de Puerto Cortés?
- 5) ¿Cuáles son los factores más importantes a considerar del microentorno y macroentorno de la ciudad de Puerto Cortés para la Universidad CEUTEC?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

Según Sampieri los objetivos de investigación señalan a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio. (Sampieri, Collado, & Baptista, 2010)

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar el mercado potencial que tendría la Universidad CEUTEC en la ciudad de Puerto Cortés tomando en cuenta los aspectos de la Institución, Colaboradores, Clientes, Competencia y Contexto.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 1) Conocer las competencias que posee CEUTEC para satisfacer las necesidades del mercado en Puerto Cortés
- 2) Determina como influyen los socios estratégicos de CEUTEC, en la intensión de matrícula.
- 3) Identificar los criterios que influyen en la toma de decisión de los estudiantes (Clientes), para determinar en qué universidad realizar sus estudios de educación superior.
- 4) Analizar la competencia directa e indirecta de CEUTEC en el mercado de Puerto Cortés.
- 5) Evaluar los factores más importantes a considerar del microentorno y macroentorno de la ciudad de Puerto Cortés para la Universidad CEUTEC.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Se realizará esta investigación ya que en Puerto Cortés no existe una amplia variedad de opciones de estudio universitarios.

Con los resultados de la investigación se pretende determinar si existe mercado potencial para la Universidad CEUTEC en Puerto Cortés y con la apertura de la misma ampliar la cobertura de la educación superior en Honduras y se tendrá mayor acceso de educación superior en la zona de Puerto Cortés.

Fomentar el desarrollo académico de la población de Puerto Cortés para que puedan obtener mejores oportunidades de empleo a fin de mejorar el nivel de vida de las personas e incrementar el desarrollo económico de la ciudad de Puerto Cortés.

Se creará nueva oportunidad de educación para el mercado laboral activo, lo cual incrementará la cobertura de educación superior del país y brindar una mayor comodidad y seguridad al acceder a su centro de estudio en Puerto Cortés.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se sustenta teóricamente el estudio que se está efectuando, partiendo de un análisis de la situación actual del entorno mundial, nacional e interno. Según Sampieri la perspectiva teórica proporciona una visión de donde se sitúa el planteamiento propuesto dentro del campo de conocimiento en el cual se mueve. (Sampieri, Collado, & Baptista, 2010)

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Para el estudio actual es necesario conocer los aspectos más relevantes de la educación superior del macro-entorno y micro-entorno. Dentro del macro-entorno se expone datos importantes de la educación superior a nivel mundial y datos sobre los índices de educación superior en algunos países. En el micro-entorno se presenta información de Honduras, tanto noticias sobre la educación superior en el país como datos estadísticos de la misma. Finalmente, en el análisis interno se da a conocer información sobre el departamento donde se ejecutará el estudio.

2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO

Según informes de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura) la tasa bruta de matrícula (TBM) a nivel mundial pasó de 13 millones de estudiantes en 1960 a 198 millones en 2013 según el último Informe del Instituto de Estadística de UNESCO de junio de 2015. Las diferencias regionales y nacionales en tasas de matrícula revelan la desigualdad mundial: 8% en África Subsahariana, 77% en América del Norte y Europa Occidental, 44% en América Latina y el Caribe, 26% en Asia Central, 23% en Asia Occidental y del Sur, 33% en Asia del Este y Pacífico, 28% Estados Árabes, 71% Europa Central y del Este. Los estudiantes internacionales pasaron de 2.5 millones en el 2004 a 4 millones en el 2012, En EE.UU. estudia alrededor de la tercera parte de ellos, y casi el total del resto lo hacen en Europa Occidental, Canadá y Australia. Cerca del 70% de los estudiantes internacionales van a estos destinos. América Latina y el Caribe apenas reciben anualmente el 2% de los estudiantes internacionales. (Segrera, 2016).

Los gobiernos de cada país juegan un papel muy importante en la educación ya que ellos destinan presupuestos para la misma, en promedio, los países de América Latina y el Caribe

aumentaron levemente el nivel de gasto público en educación como porcentaje del PIB, pasando de 4,6% en 2000 a 5,2% en 2013. La tendencia del gasto público por alumno en educación superior fue negativa durante la década pasada: el promedio de inversión pública por alumno en educación terciaria disminuyó fuertemente entre los países de la región, pasando de un 39,4% del PIB por habitante en 2000 a un 27,2% en 2013.

A continuación, se muestra un gráfico del gasto público en educación superior en ciertos países de América latina y Caribe como porcentaje en base a sus PIB per cápita.

Gasto público en educación terciaria por alumno como porcentaje del PIB per cápita 2000-2012 (19 países incluidos)

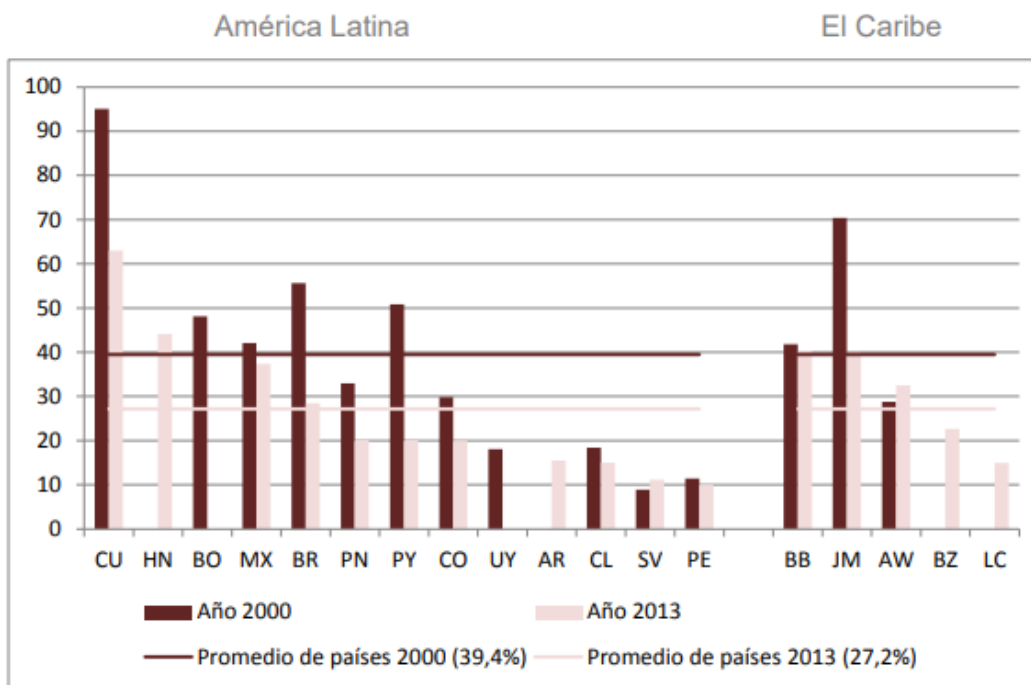


Figura 3. Gasto público en educación superior como porcentaje del PIB per cápita 2000-2012

Fuente: (UNESCO, 2015)

La empresa británica Quacquarelli Symonds año a año elabora un prestigioso ranking de las mejores universidades del mundo, la nueva edición incluye 959 universidades de 84 países. El QS World University Ranking evalúa a nivel global las universidades de acuerdo a diferentes parámetros como la reputación académica; la estima de las empresas sobre la universidad; la

relación entre profesores y estudiantes; los programas de intercambio y la cantidad de papers y citas a profesores.

El ranking más reciente de Quacquarelli Symonds nos muestra el top 10 de las mejores universidades del mundo para los años 2017-2018. (Universia México, 2017)

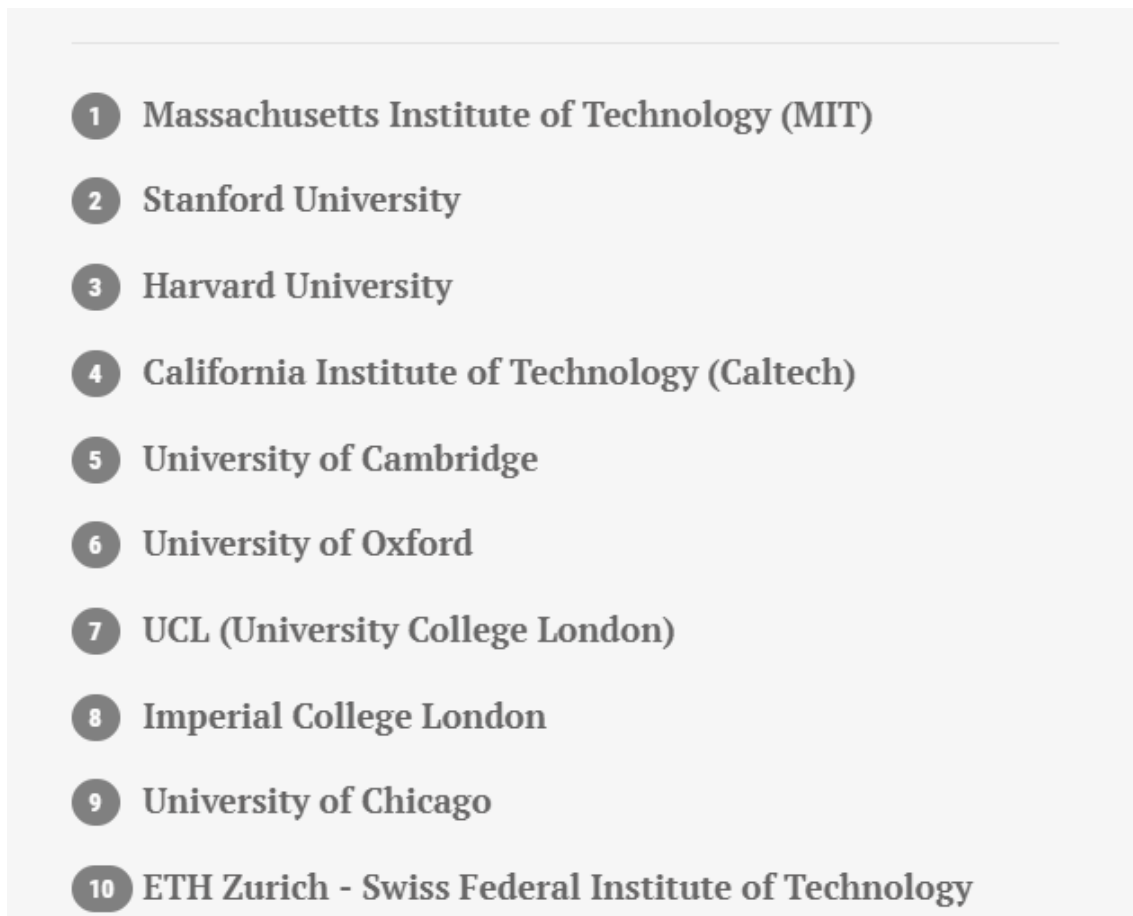


Figura 4. 10 mejores universidades del mundo 2017-2018

Fuente: (Universia México, 2017)

Según informe del Banco Mundial el número de estudiantes de programas de educación superior prácticamente se duplicó en América Latina y el Caribe (ALC) en la última década. Pero dado que apenas la mitad de ellos se gradúan a tiempo, aún queda mucho por hacer en términos de eficiencia y calidad. (Banco Mundial, 2017)

El vicepresidente del Banco Mundial para América Latina y el Caribe, (Familiar, 17) comento:

“Para asegurar la igualdad de oportunidades, la región debe mejorar la calidad de su educación y brindarles a sus estudiantes una mejor información respecto a programas, incentivos adecuados y opciones de financiamiento, así como generar nexos con el mercado de trabajo. También se debe optimizar la normativa que regula a las instituciones de educación superior para mejorar su rendición de cuentas respecto a los servicios que prestan”.

El Banco Mundial indica que el porcentaje de individuos, entre los 18 y 24 años de edad, inscritos en educación superior en ALC creció de 21 por ciento en 2000 a 40 por ciento en 2010. Si bien la desigualdad en el acceso aún abunda, se han registrado avances considerables, en particular entre grupos de ingreso bajo y medio. En promedio, el 50 por ciento más pobre de la población representaba el 16 por ciento de los alumnos de educación superior en 2000, pero esa cifra creció a alrededor de 25 por ciento en 2013.

Al mismo tiempo, alrededor de un cuarto de las instituciones de educación superior (IES) que existen hoy abrieron sus puertas en ese mismo período —muchas del sector privado— elevando la cuota de mercado de las IES privadas de 43 a 50 por ciento entre comienzos de la década de 2000 y 2013. De todas maneras, la región apenas posee unas diez de las 500 mejores IES del mundo, un número solo superior al de África. (Banco Mundial, 2017).

La economista sénior del Banco Mundial (Ferreyra, 2017) comenta:

Hemos visto una gran expansión en el número de instituciones de educación superior y en la tasa de inscripción, especialmente entre alumnos de bajos recursos. Sin embargo, los resultados están por debajo de su potencial, apenas la mitad de los estudiantes que ingresan a la educación superior obtiene su título entre los 25 y 29 años de edad, ya sea porque continúan estudiando o porque abandonaron los estudios.

Estas son algunas de las políticas que indica el Banco Mundial en su informe para resolver algunos problemas en la educación superior en el año 2017. (Banco Mundial, 2017)

- 1) Generar y divulgar información sobre el desempeño de instituciones y programas para que los alumnos puedan tomar decisiones fundamentadas.
- 2) Diseñar mejores sistemas de financiamiento que incentiven la obtención de buenos resultados por parte de instituciones y estudiantes; eliminar obstáculos financieros al acceso a la educación superior a través de instrumentos como becas, becas de manutención y préstamos estudiantiles.
- 3) Ayudar a los alumnos a insertarse en el mercado laboral.
- 4) Mejorar la supervisión y la normativa para asegurarse que las instituciones rindan cuenta de sus servicios.

2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO

Según el periódico El Heraldo datos de la dirección de educación superior reflejan el crecimiento poblacional de los centros de educación superior demuestra que en el año 2017 hubo una matrícula de 201,821 estudiantes en todas las universidades tanto públicas como privadas.

En el año 2016 los datos indican que 195,469 jóvenes estaban cursando una carrera universitaria, mientras que en el año 2015 fueron 185,876 los jóvenes matriculados. En Honduras funcionan 20 universidades acreditadas dentro del sistema de educación superior de las cuales 14 son privadas y 6 estatales, la mayoría de los estudiantes son atendidos por la Universidad Nacional Autónoma de Honduras que tiene un registro de más de 90,000 estudiantes en distintos centros regionales.

La segunda universidad con mayor número de matriculados es la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán con más de 23,000 jóvenes. Pese a ello la cobertura de educación superior está por debajo del 30 por ciento en Honduras. Las dos universidades públicas mencionadas anteriormente ofrecen menos de 20,000 cupos cada año para el universo de 60,000 jóvenes que egresan de los colegios a nivel nacional. (Crece la demanda de Educación superior a nivel nacional, 2017)

A continuación, se muestra una tabla donde se detallan la cantidad de matriculados en el año 2016 en las distintas universidades de Honduras.

Tabla 1. Matrícula total en Instituciones de Educación Superior de Honduras 2016

<i>Instituciones de Educación Superior (IES)</i>	N°	%
TOTAL	201,821	100%
PÚBLICAS	125,672	63.2%
<i>Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH)</i>	88,219	44.4%
<i>Universidad Pedagógica Nacional "Francisco Morazán" (UPNFM)</i>	30,233	15.2%
<i>Universidad Nacional de Agricultura</i>	5,645	2.8%
<i>Universidad Nacional de Ciencias Forestales (UNACIFOR)</i>	261	0.1%
<i>Universidad Nacional de la Policía de Honduras (UNPH)</i>	414	0.2%
<i>Universidad de Defensa de Honduras (UDH)</i>	900	0.5%
PRIVADAS	76,1749	36.8%
<i>Universidad José Cecilio del Valle (UJCV)</i>	2,574	1.3%
<i>Universidad de San Pedro Sula (USAP)</i>	4,599	2.3%
<i>Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC)</i>	21,978	11.1%
<i>Seminario Mayor "Nuestra Señora de Suyapa" (SMNSS)</i>	200	0.1%
<i>Universidad Tecnológica de Honduras (UTH)</i>	15,177	7.6%
<i>Escuela Agrícola Panamericana (EAP)</i>	1,289	0.6%
<i>Universidad Católica "Nuestra Señora Reina de la Paz" (UNICAH)</i>	16,497	6.7%
<i>Centro de Diseño, Arquitectura y Construcción (CEDAC)</i>	104	0.1%
<i>Universidad Cristiana Evangélica "Nuevo Milenio" (UCENM)</i>	6,491	3.3%
<i>Universidad Metropolitana de Honduras (UMH)</i>	2,928	1.5%
<i>Universidad Cristiana de Honduras (UCRISH)</i>	2,179	1.4%
<i>Universidad Jesús de Nazareth (UJN)</i>	338	0.2%
<i>Universidad Politécnica de Honduras (UPH)</i>	965	0.5%
<i>Universidad Politécnica de Ingeniería (UPI)</i>	290	0.1%

Fuente: (Universidad Nacional Autónoma de Honduras, 2017)

El vicerrector de Educación a distancia de la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán (UPNFM), Darío Cruz, declaró que actualmente se estima que cerca de un millón de personas no asisten a ninguna universidad, ni pública ni mucho menos privada.

Según noticia del periódico El Heraldo el vicerrector la educación superior continúa estancada, ya que la cobertura desde el 2013 no ha crecido en el volumen que debió haber sucedido, en ese momento la cobertura era del 13% y en cuatro años solo se ha avanzado en 2.7 puntos, lo cual indica que hay un millón que no tienen acceso a la educación superior.

De acuerdo con un informe presentado por la Secretaría de Educación, la cobertura solo llega a un 15.7%.

“De 1.2 millones de jóvenes que están entre los 18 – 24 años. Solo 200,000 tienen acceso a la educación superior, hay una deuda pendiente en el sistema del país, del gobierno, porque esto compete a todos los sectores del país” Manifestó el Vicerrector.



Figura 5. Educación superior en Centroamérica.

Fuente: (Rodríguez, 2017)

En Honduras, cada año se gradúan de secundaria más de 60,000 muchachos, según el reporte de la Secretaría de Educación, de los cuales no todos tienen la intención de cursar una carrera universitaria, mientras los que si quieren deben afrontar otros retos.

Como los reducidos espacios físicos que tienen las instituciones públicas en el país, que son seis en total. Lo cual ha obligado a las instituciones a realizar pruebas de admisión a sus aspirantes.

En el caso de las 14 universidades privadas que hay en Honduras, son los factores económicos los que detienen a la gran mayoría. La cobertura en educación superior en Latinoamérica es de 20%. Por lo cual Honduras aún está por debajo de varios países, lo que afecta la competitividad. (Un millón de personas sin acceso a universidades, 2017)

Según el informe anual de rankings de universidades por el Sistema Quacquarelli Symonds (QS World University Rankings), la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) es una de las 200 mejores universidades en América Latina en este año 2018. De acuerdo a los criterios de clasificación, la UNAH ocupa un rango de 191-200 al recibir una puntuación de 32.9% en reputación académica, 44.1% en reputación del empleador, 32.2% en impacto web y un 58% en la Red Internacional de Investigación.



















191-200		Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES)	Más	
191-200		Universidad de El Salvador - UES	Más	
191-200		Universidad de Magallanes	Más	
191-200		Universidad de Oriente Santiago de Cuba	Más	
191-200		Universidad de Piura	Más	
191-200		Universidad del Valle de Guatemala (UVG)	Más	
191-200		Universidad La Salle (ULSA)	Más	
191-200		Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH)	Más	
191-200		Universidade Federal do Maranhão	Más	

Figura 6. Rankings de universidades por el Sistema Quacquarelli Symonds.

Fuente: (Presencia Universitaria, s.f.)

En el caso específico de Honduras, la Alma Mater obtuvo el mejor puntaje con respecto a tres más universidades que figuran en el ranking, entre ellas la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) en el rango de 201 – 250, y la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán (UPNFM) y la Universidad Tecnológica de Honduras (UTH), que se ubican en el rango de 301-400. (Presencia Universitaria, s.f.)

# RANK	UNIVERSIDAD	UBICACIÓN
2018	University search	Honduras
191-200	Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH)	Más
201-250	Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC)	Más
301-400	Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán (UPNFM)	Más
301-400	Universidad Tecnológica de Honduras (UTH)	Más

Clasificación 4 de 4 (385 artículos)

Figura 7. Rankings de universidades de Honduras por el Sistema Quacquarelli Symonds.

Fuente: (Presencia Universitaria, s.f.)

La Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) ha sido calificada con tres estrellas en el sistema QS Stars University Ratings , obteniendo el máximo de cinco estrellas en las categorías que evalúan la enseñanza, la inclusión y la responsabilidad social.

Calificaciones de QS Stars para Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC)



Figura 8. Sistema QS Stars University Ratings.

Fuente: (Presencia Universitaria, s.f.)

UNITEC también está clasificada entre las 250 mejores universidades de América Latina, en el Ranking QS University: América Latina 2016-2017 .

UNITEC pertenece a la red de instituciones privadas Laureate International Universities en todo el mundo, que atiende a un millón de estudiantes en 29 países de todo el mundo. En los últimos años, más de 2,500 estudiantes han participado en viajes académicos, programas de doble titulación y pasantías en el extranjero. (TOP UNIVERSITIES, 2017)

2.1.3 ANÁLISIS INTERNO

El Municipio de Puerto Cortés se ubica al norte del departamento de Cortés a 55 kilómetros de la ciudad de San Pedro Sula, ambas localidades en el valle de sula, la extensión territorial del municipio es de 391.2 Km² y sus límites geográficos son Al Norte con el Mar Caribe, Al Sur con el Municipio de Omoa, al Este con los municipios de Tela Atlántida y El Progreso Yoro y al este con el municipio de Omoa.

Actualmente en la Ciudad de Puerto Cortés se cuenta con 3 centros de educación universitaria los cuales brindan la educación superior a los jóvenes de la ciudad y los mismos son: La Universidad Tecnológica de Honduras (UTH), Telecentro de la UNAH y la Universidad Pedagógica.

También se planea la creación de la Universidad Marítimo Portuaria en Puerto Cortés y según información de las autoridades de la UNAH-VS en una reunión programada en el Hotel Costa Azul de Puerto Cortés la creación está en su etapa final, ya que actualmente se están finalizando los planes de estudio que posteriormente deben ser aprobados por el Consejo de Educación Superior. La ventana de oportunidades con la creación de esta universidad incluye licenciaturas, Ingenierías, maestrías y doctorados. (Velásquez, 2018)

Según datos recolectados en la municipalidad de Puerto Cortés, para el año 2017 el municipio contaba con una población de 118,126 habitantes proyectados. De esta población 25,549 son jóvenes en edades entre 15 y 24 años de edad.

Según la SACE (sistema administrativo de centros educativos) plataforma de la secretaria de educación de Honduras, Puerto Cortés para el año 2016 contaba con 5 centros de educación media gubernamentales y 14 centros de educación media no gubernamentales. (SACE, 2016)

El informe del sistema educativo hondureño en cifras periodo 2014-2016 indica que el departamento de Cortés, para el año 2016 contaba con 1549 centros educativos de educación media, 326 centros educativos menos en comparación al año 2015. (Secretaria de Educación de Honduras, 2017)

2.2 TEORIAS DE SUSTENTO

Para la presente investigación se utilizará como teoría de sustento el análisis de marketing conocido como las 5 C's del Marketing, donde se estudian las siguientes variables: Compañía, Colaboradores, Competencia, Clientes y Contextos, estas variables ayudan a conocer las necesidades a satisfacer, cuáles son las principales ventajas que una compañía puede ofrecer, cuantos competidores existen en un entorno determinado y que factores culturales, legales y tecnológicos pueden considerarse como limitantes para entrar a un mercado.

Para realizar una estrategia de marketing se deben realizar dos actividades principales: a) seleccionar un mercado objetivo y determinar el posicionamiento deseado del producto en las mentes de los clientes a los que va dirigido éste, y b) especificar un plan de marketing que conduzca al posicionamiento deseado. La Figura 10 muestra un esquema que describe un proceso general de desarrollo de una estrategia de marketing. Como se presenta cinco son las principales áreas de análisis en la toma de decisiones de marketing. Empezamos con el análisis de las cinco C: clientes, compañía, competidores, colaboradores y contexto. Nos preguntamos: Necesidades de los clientes ¿Qué necesidades queremos satisfacer? Capacidades de la compañía ¿Qué competencias especiales poseemos para satisfacer esas necesidades? Competencia ¿Quién compite con nosotros en satisfacer esas necesidades? Colaboradores ¿La ayuda de quiénes debemos conseguir y cómo les motivamos? Contexto ¿Qué factores culturales, tecnológicos y legales limitan lo que es posible? Esto conduce, primero, a la especificación de un mercado objetivo y del posicionamiento deseado, y luego al “mix” de marketing. Esto da lugar a estrategias de adquisición y retención de clientes cuya meta es la rentabilidad de la empresa. (Dolan, 2000)

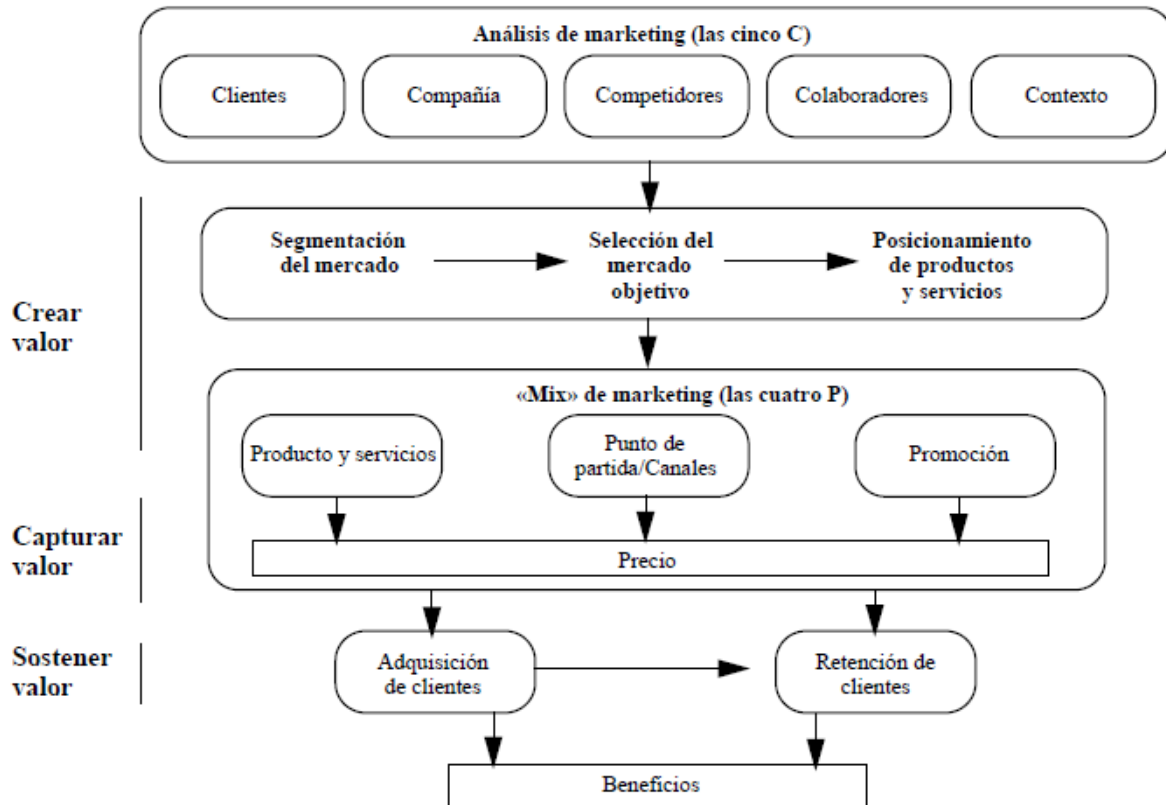


Figura 9. Esquema proceso de Marketing.

Fuente: (Dolan, 2000)

2.3 CONCEPTUALIZACIÓN

DES: Dirección de Educación Superior Es el órgano ejecutivo de las resoluciones del Consejo de Educación Superior. Actúa como Secretaría del Nivel y su director es el medio de comunicación y enlace con los centros de educación superior. Su organización estará determinada en el reglamento de la Dirección (Dirección de Educación Superior, 2017).

Mercado Potencial: son las personas u organizaciones que tiene la voluntad y capacidad para comprar bienes servicios.

Telecentro Universitario: Espacios pedagógicos, donde los estudiantes tienen acceso a tecnologías educativas gratuitas a través de las cuales pueden cursar asignaturas o clases en línea. (Dirección de Innovación Eduactiva, 2017)

Cobertura: Es la oferta que hay de centros de educación superior.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 CONGRUENCIA METOLÓGICA

En el presente capítulo se detallará la metodología utilizada en la investigación, especificando los métodos, técnicas e instrumentos utilizados en la misma. Se desarrollará la operacionalización de las variables, las hipótesis de investigación y por último las fuentes de donde se obtuvo la información.

3.1.1 MATRÍZ METODOLÓGICA

La matriz metodológica se muestra como un resumen que facilita la secuencia del problema de investigación, las preguntas de investigación y los objetivos.

Tabla 2. Matriz Metodológica

Problema	Pregunta de Investigación	Objetivos		Variables	
		General	Específicos	Independientes	Dependiente
¿Cuál sería el mercado potencial que tendría la Universidad CEUTEC en la ciudad de Puerto Cortés tomando en cuenta la teoría de las 5 C'S del marketing?	¿Cuál es competencias que posee CEUTEC para satisfacer las necesidades del mercado en Puerto Cortés?	Determinar el mercado potencial que tendría la Universidad CEUTEC en la ciudad de Puerto Cortés tomando en cuenta los aspectos de la Institución, Colaboradores, Clientes, Competencia y Contexto.	Conocer las competencias que posee CEUTEC para satisfacer las necesidades del mercado en Puerto Cortés	Compañía	Mercado Potencial
	¿Cómo influyen los socios estratégicos de CEUTEC, en la intensión de matrícula?		Determina como influyen los socios estratégicos de CEUTEC, en la intensión de matrícula.	Colaboradores	
	¿Cuáles son los criterios que influyen en la toma de decisión de los estudiantes (Clientes), para determinar en qué universidad realizar sus estudios de educación superior?		Identificar los criterios que influyen en la toma de decisión de los estudiantes (Clientes), para determinar en qué universidad realizar sus estudios de educación superior.	Clientes	
	¿Cuál es la competencia directa e indirecta de CEUTEC en el mercado de Puerto Cortés?		Analizar la competencia directa e indirecta de CEUTEC en el mercado de Puerto Cortés.	Competencia	
	¿Cuáles son los factores más importantes a considerar del microentorno y macroentorno de la ciudad de Puerto Cortés para la Universidad CEUTEC?		Evaluar los factores más importantes a considerar del microentorno y macroentorno de la ciudad de Puerto Cortés para la Universidad CEUTEC.	Contexto	

Fuente:Elaboracion propia.

3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Las Variables a relacionar en esta investigación son las siguientes: Compañía, Colaboradores, Clientes, Competencia y Contexto. Todas las variables de esta investigación son conceptuales ya que las mismas no se pueden medir directamente, por lo cual deben relacionarse con indicadores para poder ser medida.

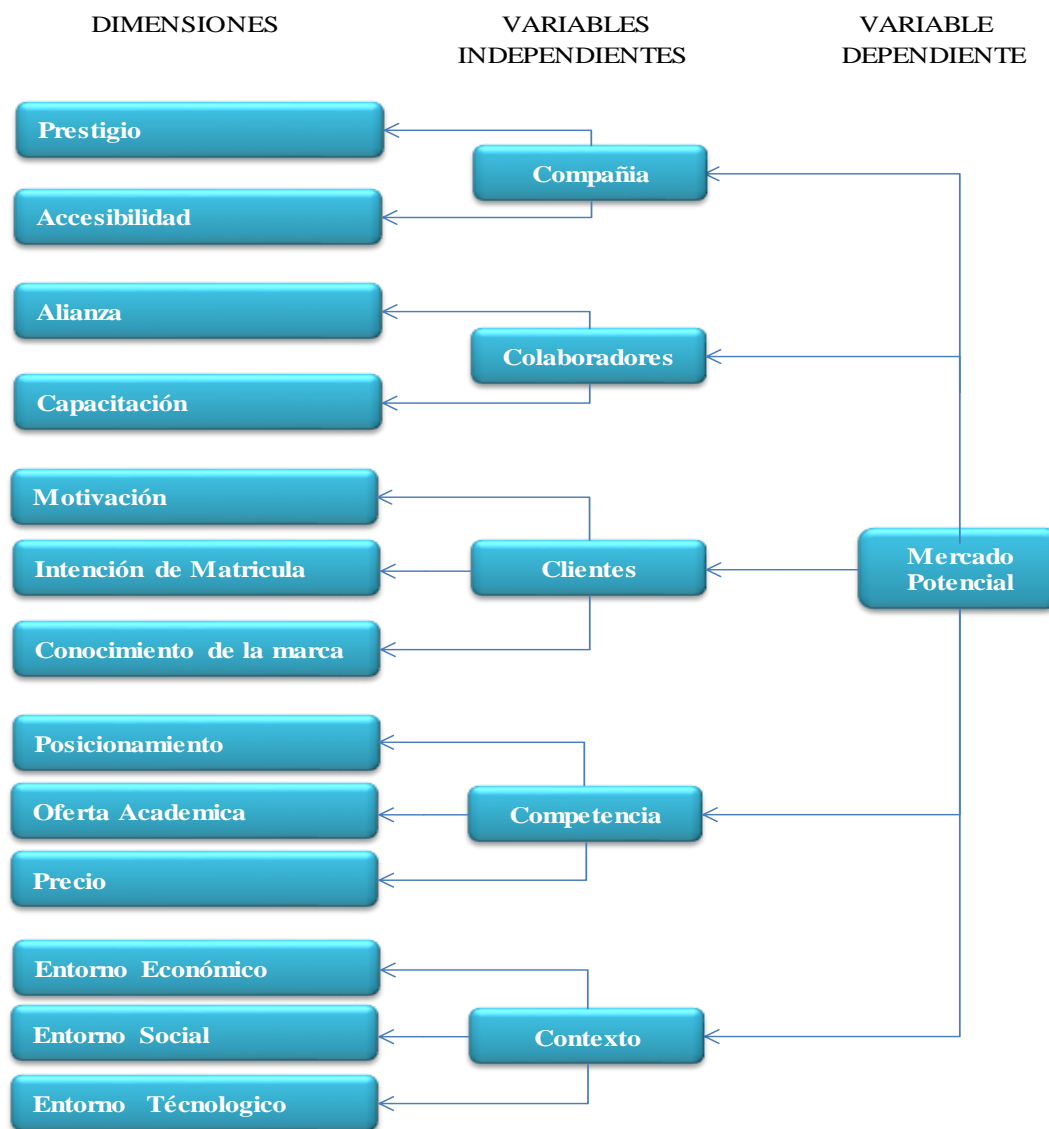


Figura 10. Definición de las variables

Fuente:Elaboracion propia.

Tabla 3. Operacionalización de las variables

Variables	Definición		Dimensión	Indicadores	Item	Unidad	Escala			
	Conceptual	Ocupacional								
Compañía	Una entidad que, mediante la organización de elementos humanos, técnicos materiales y financieros proporcionan bienes o servicios a cambio de un precio que le permite conseguir sus objetivos determinados. (García & Casanueva, 2005)	Deben comprender los puntos fuertes y débiles de la empresa, ya que es importante el encaje del producto o servicio en la misma, así como su encaje en el mercado a satisfacer.	Prestigio	Reputación	¿Califique las siguientes universidades según su percepción por el prestigio que poseen.?	Muy Prestigiosa	1			
						Algo Prestigiosa	2			
						Indiferente	3			
						Poco Prestigiosa	4			
						Nada prestigiosa	5			
			Accesibilidad	Intalaciones	Entre las siguientes opciones, ¿cómo califica los factores listados según la importancia individual para su elección de universidad?	Muy importante	1			
						Importante	2			
						Indiferente	3			
						Poco Importante	4			
						Nada Importante	5			
Tecnología	¿Qué nivel de importancia tienen para usted la tecnología al considerar una universidad?	Muy importante	1							
		Importante	2							
		Indiferente	3							
		Poco Importante	4							
		Nada Importante	5							
Colaboradores	Constituyen un vínculo importante del sistema general de la entrega de valor de la empresa hacia el cliente. Brindan los recursos que la compañía necesita para producir sus bienes o servicios. (Kotler & Armstrong, 2007)	Los proveedores son colaboradores fundamentales a la hora de hacer funcionar una estrategia de marketing	Alianzas	Financiamiento	¿Considera atractivo los financiamientos educativos en las entidades financieras?	Si	1			
						No	2			
			Capacitación	Recurso Humano	¿Considera importante que las universidades cuenten con personal altamente capacitados ?	Si	1			
						No	2			
			Clientes	Es toda persona física o jurídica que compra un producto o recibe un servicio y que mantiene una relación comercial con la empresa.	Los clientes requieren una comprensión profunda de las pautas de compra y beneficios esperados por parte de una empresa	Motivación	Beneficios	¿Cuál es el nivel de importancia de los siguientes beneficio al momento de tomar la decisión de matricularse en una universidad ?	Muy importante	1
									Importante	2
Indiferente	3									
Poco Importante	4									
Nada Importante	5									
Intención de Matricula	Interes	¿Cuál de las siguientes modalidades de estudio se adapta mejor a sus necesidades y disponibilidad de tiempo?				Presencial	1			
						Distancia	2			
						En línea	3			
Conocimiento de la Marca	Conocimiento	¿Conoce los beneficios de estudiar en CEUTEC?				Si	1			
						No	2			

Fuente:Elaboracion propia.

Continuación de Tabla 3

Competencia	Son aquellas empresas que satisfacen la misma necesidad de los consumidores (Philip Kotler, Kevin Keller, 2006)	En la competencia podemos encontrar competencia directa y competencia Indirecta, la primera es la que ofrece el mismo producto o servicio y la segunda es la que ofrece un producto sustituto	Posicionamiento	Preferencia	¿En cuál universidad estudia o piensa estudiar su carrera universitaria?	UNAH	1
						UTH	2
						CEUTEC	3
						UNITEC	4
						UNICAH	5
						USPS	6
						UCRISH	7
						CEDAC	8
						UPNFM	9
						Otra:	10
Contexto	Incluye todos los actores y fuerzas que influyen en la capacidad de las empresas para realizar de manera eficaz en un mercado determinado. (Kotler & Armstrong, 2007)	El contexto, siempre cambiante, conforma lo que es posible. Ciertamente, la detección de cambios importantes en el contexto antes que un competidor, es un camino fiable hacia el éxito competitivo.	Entorno economico	Forma de Pago	¿cuál de las siguientes opciones utilizaría para financiar sus estudios universitarios?	Fondos Propios	1
						Becas	2
						Financiamientos	3
						Fondos Familiares	4
				Empleo	¿Tiene empleo actualmente?	Si	1
						No	2
			Entorno Social	Edad	¿Cuál es su rango de edad?	15 a 18 años	1
						19 a 21 años	2
						22 a 25 años	3
						26 en adelante	4
Género	Seleccione su género	Femenino		1			
		Masculino		2			
Estado Civil	Cual es su estado civil	Soltero	1				
		Casado	2				
		Unión libre	3				
		Divorciado	4				
		Viuado	5				
Entorno Tecnologico	Internet	¿Cuenta con acceso a Internet?	Si	1			
			No	2			
Herramienta tecnologica	¿Tiene acceso a una computadora?	Si	1				
		No	2				

3.1.3 HIPÓTESIS

Según (Sampieri, Collado, & Baptista, 2010) una hipótesis hace referencia a explicaciones tentativas del fenómeno investigado que se formulan como proposiciones. Para la presente investigación se planteará la hipótesis, con el propósito de pronosticar el mercado potencial que tendría la apertura de la Universidad CEUTEC en la ciudad de Puerto Cortés.

Hi: Más del 7.6% de la población en edad de educación superior están interesado en matricularse en la Universidad CEUTEC en la ciudad de Puerto Cortés.

Ho: El 7.6% o menos de la población en edad de educación superior están interesado en matricularse en la Universidad CEUTEC en la ciudad de Puerto Cortés.

El 7.6% utilizado en la hipótesis para realizar la proposición tentativa de los resultados esperados, se utilizó como referencia el market share de la universidad UTH que se muestra en la figura 5 del presente documento, ya que es la universidad que cuenta con un campus físico en la ciudad de Puerto Cortés.

3.2 ENFOQUE Y MÉTODO

A continuación, se presenta el enfoque y método de la investigación realizada, el cual es cuantitativo, con un diseño del tipo no experimental, transeccional o transversal y con un alcance correlacional.

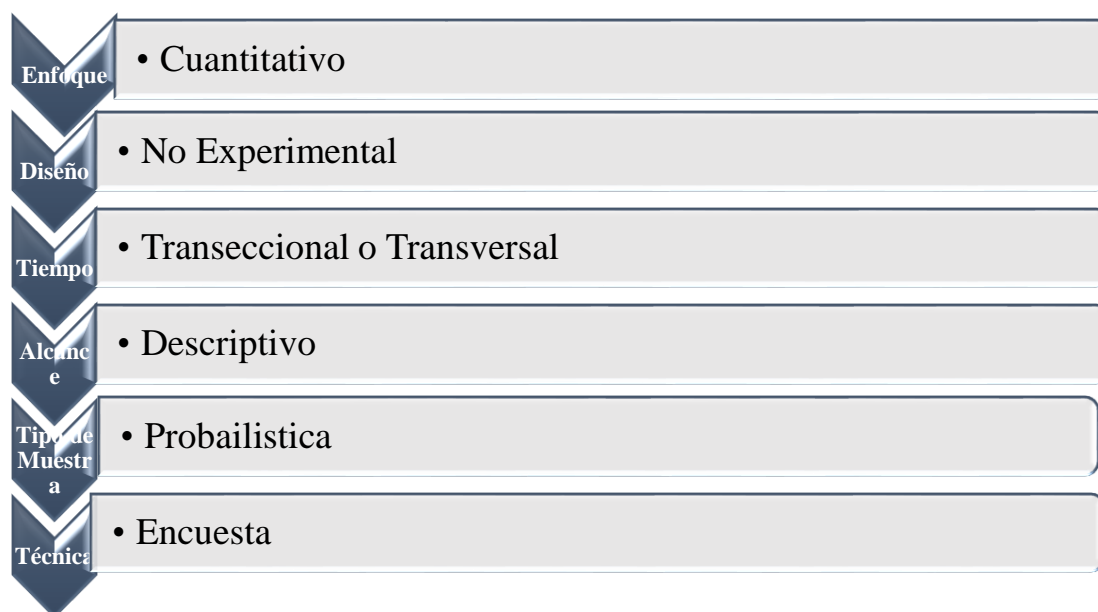


Figura 11. Enfoque Metodológico

Fuente:Elaboracion propia.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez realizado el planteamiento del problema, el alcance de la investigación y formuladas las hipótesis se debe visualizar de forma clara y concreta como dar respuestas a las preguntas de investigación y la forma de cubrir con los objetivos de las misma.

El diseño de una investigación es un plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información necesaria y correcta que se requiere para la investigación. (Sampieri, Collado, & Baptista, 2010).

3.3.1 POBLACIÓN

Se entiende por población la suma de todos los elementos que comparten un conjunto común de características y que constituyen el universo para el propósito del problema de la investigación de mercado. (Malhotra, 2008).

La población que será objeto de estudio en esta investigación serán los jóvenes en edad de educación superior es decir los jóvenes en edades de 15 A 29 años de edad que viven en Puerto Cortes los cuales son 35,079 jóvenes

3.3.2 MUESTRA

Según (Malhotra, 2008) la muestra es un subgrupo de elementos de la población seleccionada para participar en un estudio.

Para calcular la muestra se utilizará la siguiente formula:

1)

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Donde:

N: Población

σ : Desviación estándar

Z: Nivel de confianza

e: Error estándar

$$n = \frac{(35079)(0.5)^2(1.95)^2}{(35079-1)*0.05^2+0.5^2*1.95^2} = 374$$

3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis es también conocida como caso o elemento, es decir que es donde se centra el interés del que o quienes, sucesos, comunidades u objetos donde se centra la investigación. (Sampieri, Collado, & Baptista, 2010).

La presente investigación contempla como unidad de análisis a los jóvenes que viven en Puerto Cortés en edades de 15 a 29 años de edad.

3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA

La unidad de respuesta estará conformada por los jóvenes que tengan intención de matricularse en la Universidad CEUTEC en Puerto Cortés.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTO APLICADOS

Según (Sampieri, Collado, & Baptista, 2010) un instrumento de medición es un instrumento que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente.

3.4.1 INSTRUMENTO

En la presente investigación se hará uso como instrumento el cuestionario, el cual consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Sampieri, Collado, & Baptista, 2010), el mismo estará formado por 20 preguntas, las cuales ayudaran a recolectar información de forma rápida, este método es de fácil entendimiento y permite a las personas encuestadas analizar las preguntas a contestar.

En la siguiente figura se muestra el Alfa Cronbach el cual es un cálculo estadístico que fue obtenida del programa SPSS, este se realiza como paso inicial para evaluar la encuesta a aplicar, ya que verifica que las preguntas estén estructuradas de forma correcta, como prueba piloto se aplicaron 25 encuestas de las cuales dio como resultado un Alfa de Cronbach de 0.717 el cual está arriba de 0.5 lo cual indica que la encuesta es fiable.

Tabla 4. Calculo Alfa de Cronbach

Estadísticos de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.717	.718	24

Fuente: (SPSS, 2019)

3.4.2 TÉCNICA

La técnica utilizada para esta investigación es la encuesta la cual fue diseñada tomando en cuenta la operacionalización de las variables.

Las empresas realizan encuestas para conocer qué saben, creen y prefieren los consumidores, así como para descubrir qué les satisface, y para generalizar los descubrimientos a la totalidad de la población (Kloter & Keller, 2006).

Se aplico la encuesta a jóvenes en edades de 15 a 29 años, principalmente a jóvenes que están cursando último año de secundaria de las diferentes instituciones públicas y privadas de educación media de la ciudad de Puerto Cortés.

Se decidió aplicar las encuestas a este grupo de personas ya que se enfocó la investigación en las personas en edad de educación superior por lo cual no se dirigió en base al segmento de mercado de CEUTEC (personas que trabajan y desean estudiar) ya que el tipo de muestra que se utilizó en la investigación es probabilístico es decir que se aplicaron las encuestas de forma aleatoria.

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

Para sustentar una investigación es necesaria la búsqueda de información la cual se puede obtener de fuentes primarias o fuentes secundarias esto con el fin de encontrar información precisa

y relevante que ayude a desarrollar el problema de investigación, las preguntas de investigación y los objetivos con el fin de dar una respuesta certera a el problema planteado.

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

“las fuentes primarias más utilizadas para elaborar marcos teóricos son libros, artículos de revistas científicas y ponencias o trabajos presentados en congresos, simposios y eventos similares, entre otras razones, porque estas fuentes son las que sistematizan en mayor medida la información; generalmente profundizan más en el tema que desarrollan y son altamente especializadas” (Sampieri, Collado, & Baptista, 2010).

En el presente estudio se utilizó como fuente primaria la encuesta la cual consta de una serie de preguntas que brindaran información de primera mano para la investigación.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Como fuentes secundarias se utilizaron las siguientes:

- 1) Libros de textos
- 2) Datos del Banco Mundial
- 3) Tesis de estudio de mercado para la apertura de una maestría de salud en UNITEC, SPS.
- 4) Artículos de información de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras
- 5) Información recolectada en la Municipalidad de Puerto Cortes
- 6) Revisión de literatura en periódicos, informes y sitios web.

3.5.3 LIMITACIONES

Las limitaciones encontradas para realizar este estudio impidieron que se obtuviera información actualizada, ya que los datos estadísticos obtenidos sobre población o cantidad de centros educativos no estaban actualizados al año en curso, también se encontró la limitante sobre la información del mínimo de estudiantes que CEUTEC toma en cuenta para poder aperturar una sede nueva.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En el presente capítulo se presentan los resultados obtenidos en la recolección de datos mediante las encuestas aplicadas a la muestra de 374 jóvenes en edad de educación superior. El objetivo principal de la aplicación de las encuestas es obtener la información necesaria para contestar a las preguntas de investigación y de esta forma cumplir con los objetivos planteados.

Se puntualiza en los resultados obtenidos de cada variable de estudio, los cuales ayudaran a obtener el objetivo principal de este estudio que es determinar el mercado potencial que tendría la Universidad CEUTEC en la ciudad de Puerto Cortés.

4.1 COMPAÑÍA

Esta variable analiza los puntos fuertes y débiles que tiene la empresa y de esta forma conocer si la misma cuenta con los atributos o especificaciones que el mercado necesita. El propósito de esta variable está orientado a conocer cuál es la percepción que tienen las personas en edad de educación superior sobre la universidad CEUTEC, teniendo como dimensiones: Prestigio y Accesibilidad las cuales se medirán a través de los indicadores: Reputación, Instalaciones y Tecnología, planteando las siguientes preguntas de investigación con las cuales se detallarán los resultados obtenidos. ¿Califique las siguientes universidades según su percepción por el prestigio que poseen?

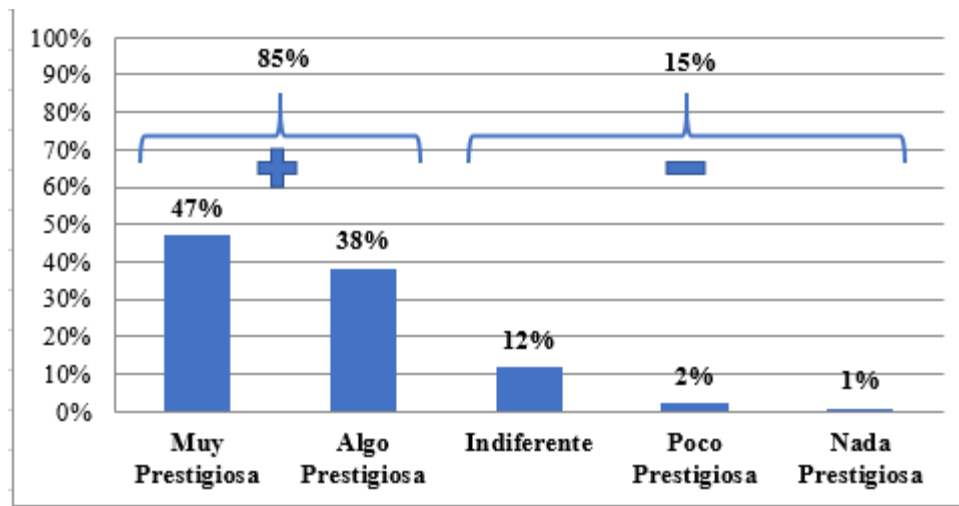


Figura 12. Prestigio CEUTEC.

Fuente: (Elaboracion propia)

La figura 14 muestra los resultados obtenidos al medir la dimensión de Prestigio, y en base a estos resultados se puede observar que la universidad CEUTEC, cuenta con una muy buena reputación por parte de las personas encuestadas, por lo cual se considera que dichas personas conocen los reconocimientos y logros de la universidad CEUTEC como una institución de educación superior prestigiosa, así como también se observa que existe un porcentaje que se muestra indiferente a lo que representa la universidad CEUTEC como centro de educación superior.

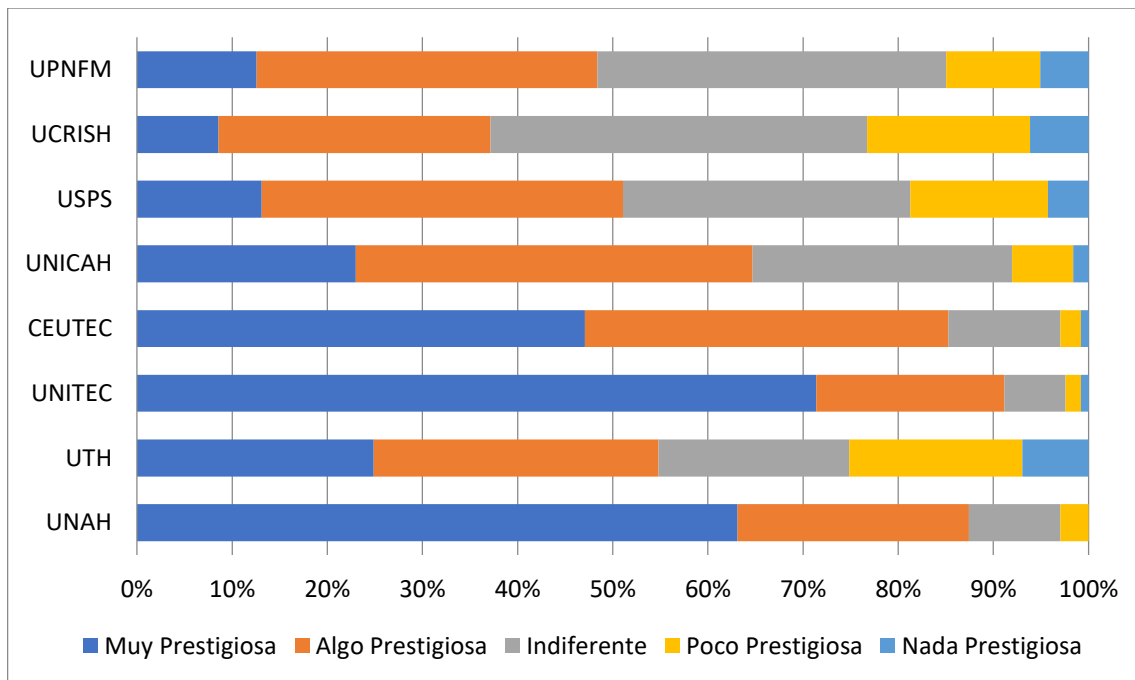


Figura 13. Prestigio Universidades.

Fuente: (Elaboracion propia)

La figura 15 muestra un resumen sobre la percepción de prestigio que poseen las personas encuestadas de Puerto Cortés sobre las diferentes universidades a nivel nacional, según los resultados obtenidos se observa que la universidad con mayor prestigio según la percepción de los encuestados es UNITEC, seguido de la UNAH y CEUTEC en tercer lugar, además se muestra que las universidades con un menor prestigio en la percepción de los encuestados son UCRISH, UPNFM y USPS.

La siguiente dimensión Accesibilidad se analizará mediante los indicadores: Instalaciones y Tecnología a través de los cuales se podrá conocer el nivel de importancia que tiene contar con instalaciones optimas y equipo tecnológico como atributos favorables al momento de elección de universidad.

Entre las siguientes opciones, ¿cómo califica los factores listados según la importancia individual para su elección de universidad?

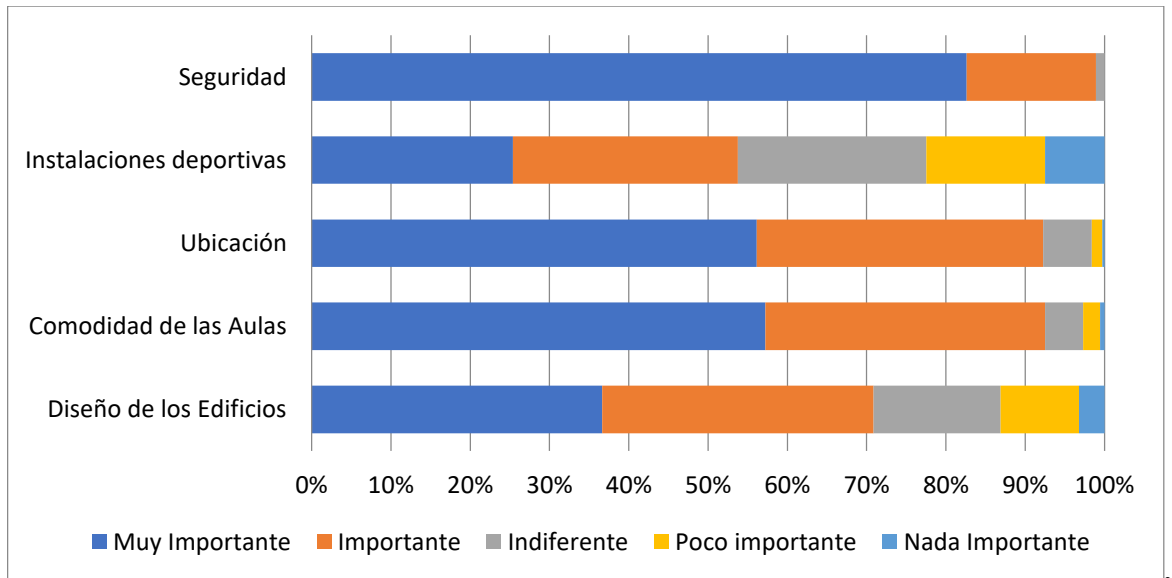


Figura 14 . Importancia Instalaciones

Fuente: (Elaboracion propia)

La figura 16 muestra el nivel de importancia que tiene cada uno de los factores de las instalaciones que tiene para las personas encuestadas al elegir una universidad para cursar sus estudios de educación superior, se puede observar que el factor de mayor importancia es la seguridad con que se pueda contar en las instalaciones universitarias, seguida de la comodidad de las aulas y la ubicación de la universidad, las personas encuestadas no dan muchas importancia a las instalaciones deportivas que una universidad pueda poseer como factor influyente de intención de matrícula. La siguiente interrogante a analizar es: ¿Qué nivel de importancia tienen para usted la tecnología al considerar una universidad?

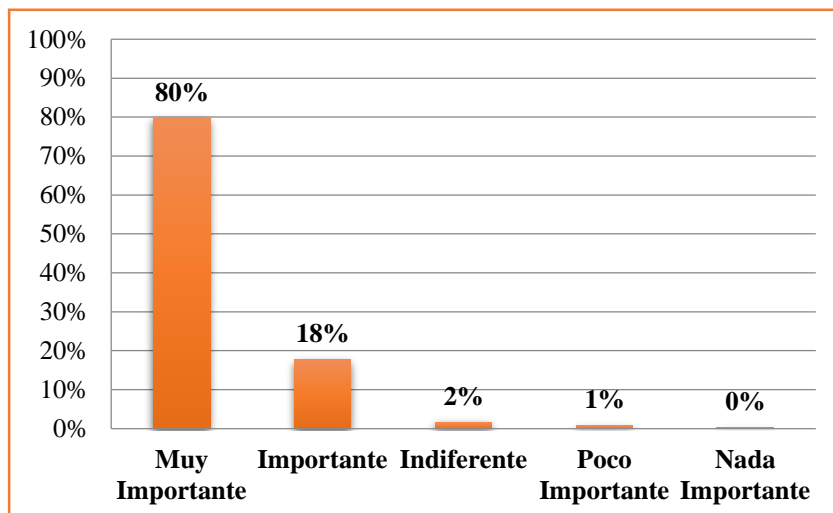


Figura 15. Tecnología Universidades

Fuente: (Elaboracion propia)

La figura anterior muestra la importancia que tiene para las personas encuestadas que la universidad a elegir cuente con equipo tecnologico en sus instalaciones y la disponibilidad del mismo para los estudiantes. Según los resultados obtenidos el 98% de los encuestados considera importante que una universidad brinde acceso a la tecnologia a los estudiantes.

4.2 COLABORADORES

Esta variable analiza la importancia de los colaboradores tanto internos como externos de una universidad como factor influyente en la intensión de matrícula de las personas en edad de educación superior, esta variable tiene las dimensiones: Alianza y Capacitación las cuales se miden a través de los indicadores: Financiamiento, Alianzas Empresariales y Recurso Humano, planteando las siguientes preguntas de investigación con las cuales se detallarán los resultados obtenidos.

¿Considera atractivo los financiamientos educativos en las entidades financieras?

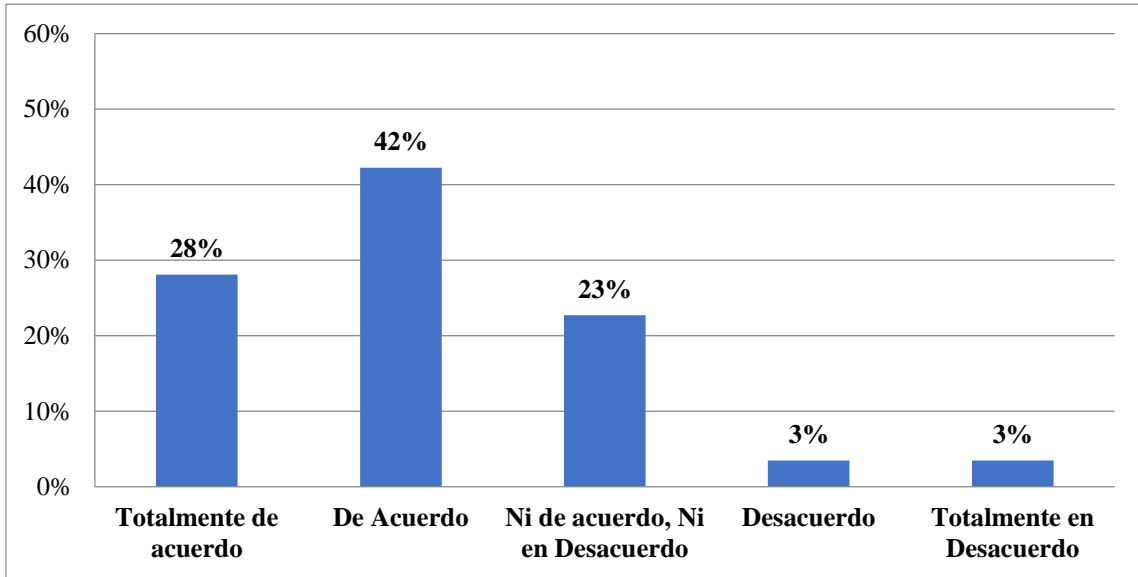


Figura 16. Financiamientos Educativos.

Fuente: (Elaboracion propia)

La figura 18 según los resultados obtenidos muestra que la mayoría de los encuestados consideran atractivos los diferentes préstamos que brindan las instituciones financieras para poder optar por un financiamiento para poder pagar sus estudios, por lo cual es importante que las universidades realicen alianzas con instituciones financieras para facilitar el acceso a la educación superior. Como siguiente indicador se analizará Alianza empresarial. ¿Considera beneficioso las alianzas de las universidades con las empresas?

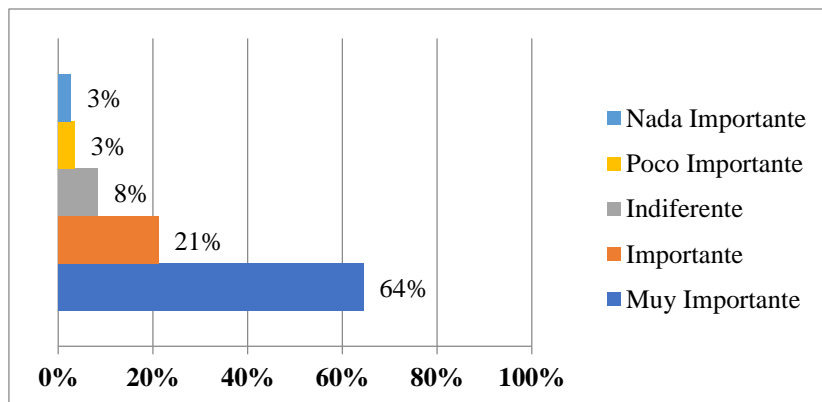


Figura 17. Alianzas Empresariales

Fuente: (Elaboracion propia)

La figura anterior muestra la importancia de las empresas como socios en el sistema educativo, ya que estas pueden ayudar a motivar la matricula en una determinada universidad debido a los descuentos especiales y otros beneficios que se tengan establecidos por la alianza que tenga la universidad con la empresa, asi mismo la universidad puede verse beneficiada ofreciendo capacitaciones como certificacion o diplomados a las empresas para que estas puedan brindarlas a sus colaboradores. Según los resultados obtenidos se puede observar que las personas encuestadas consideran importante las alianzas empresariales con las universidades.

A continuacion se analizara la dimencion: Capacitacion a traves del indicador: Recurso Humano.

¿Considera importante que las universidades cuenten con personal altamente capacitados?

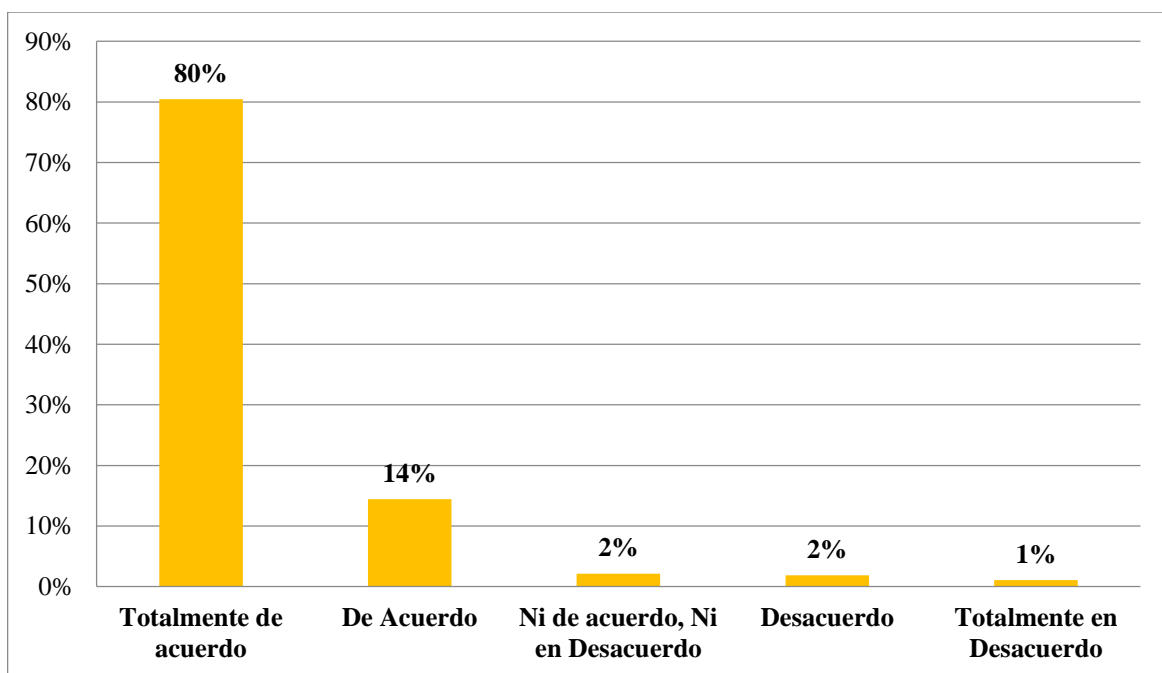


Figura 18. Personal altamente capacitado.

Fuente: (Elaboracion propia)

La figura 20 analiza la importancia que tiene contar con personal capacitado en todas las areas funcionales de la universidad y como esto influye en la toma de decision de matricularse en una determinada universidad. Según los resultados se puede concluir que las personas encuestadas

están de acuerdo en que las universidades cuenten con personal altamente capacitado en todas las áreas funcionales de las mismas.

4.3 CLIENTES

Por medio de esta variable se pretende analizar el comportamiento que tienen las personas en edad de educación superior en el proceso de toma de decisión de la elección de la universidad en que desean realizar sus estudios mediante las dimensiones: Motivación, Intensión de Matricula y Conocimiento de la marca las cuales se mediarán a través de los indicadores: Beneficio, Modalidad, Interés y Conocimiento.

¿Cuál es el nivel de importancia de los siguientes beneficios al momento de tomar la decisión de matricularse en una universidad?

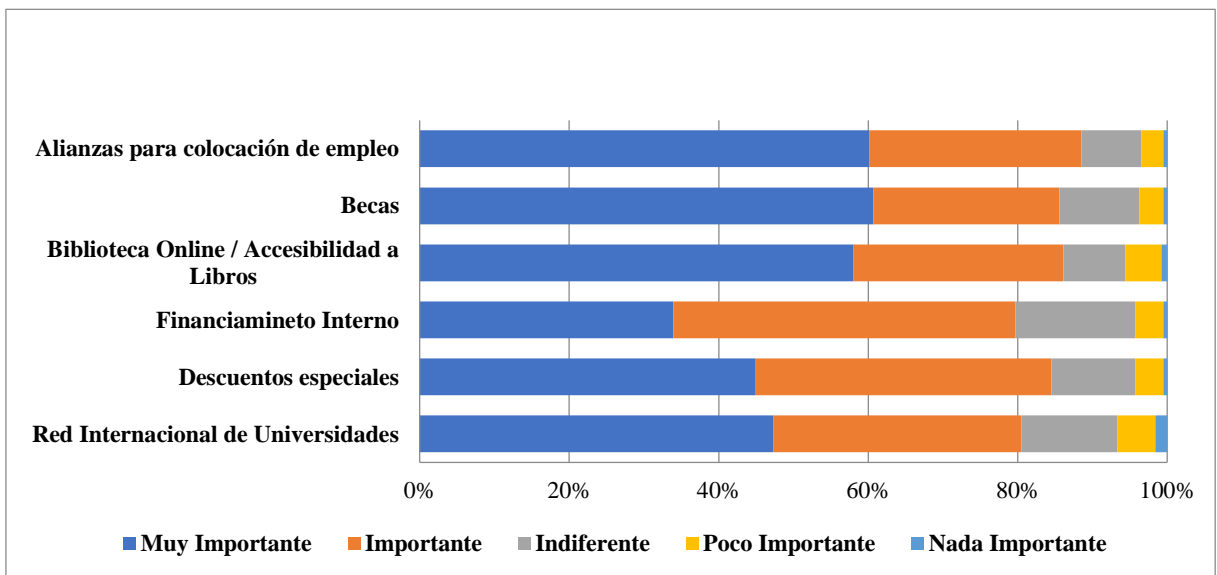


Figura 19. Importancia Beneficios

Fuente: (Elaboración propia)

A través de la figura anterior se analizará la importancia que tienen los beneficios que ofrecen las universidades a los estudiantes como factor influyente en la elección de la universidad a matricularse. Así como también se observa en la gráfica que cada uno de los beneficios expuestos

en el cuestionario son considerados importantes al momento de tomar la decisión de elegir una universidad ya que prácticamente el 80% de las personas encuestadas lo consideran importante.

El indicador Modalidad se analizó a través de la siguiente pregunta:

¿Cuál de las siguientes modalidades de estudio se adapta mejor a sus necesidades y disponibilidad de tiempo?

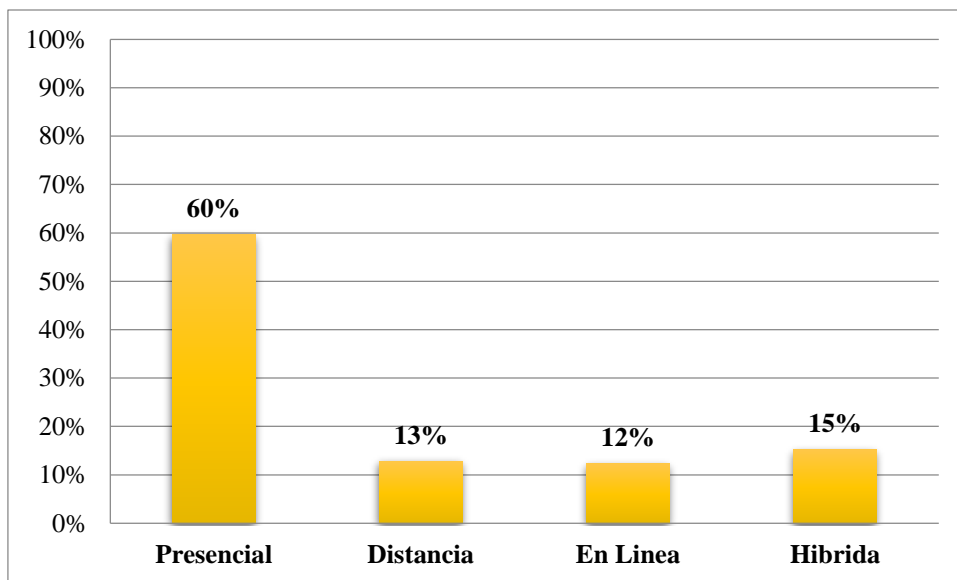


Figura 20. Modalidad.

Fuente: (Elaboracion propia)

La figura 22 indica que según los resultados de este indicador el 60% de las personas encuestadas inclinan su preferencia en la modalidad presencial por lo cual es importante que las universidades cuenten con un campus en la ciudad de Puerto Cortés, así mismo se observa que un porcentaje importante opta por una modalidad en línea o en la modalidad distancia por la facilidad que estas brindan de poder estudiar y tener un empleo.

La dimensión Intención de Matricula se midió por el indicador Interés por medio de la siguiente pregunta: ¿Qué tanto le interesa estudiar en CEUTEC?

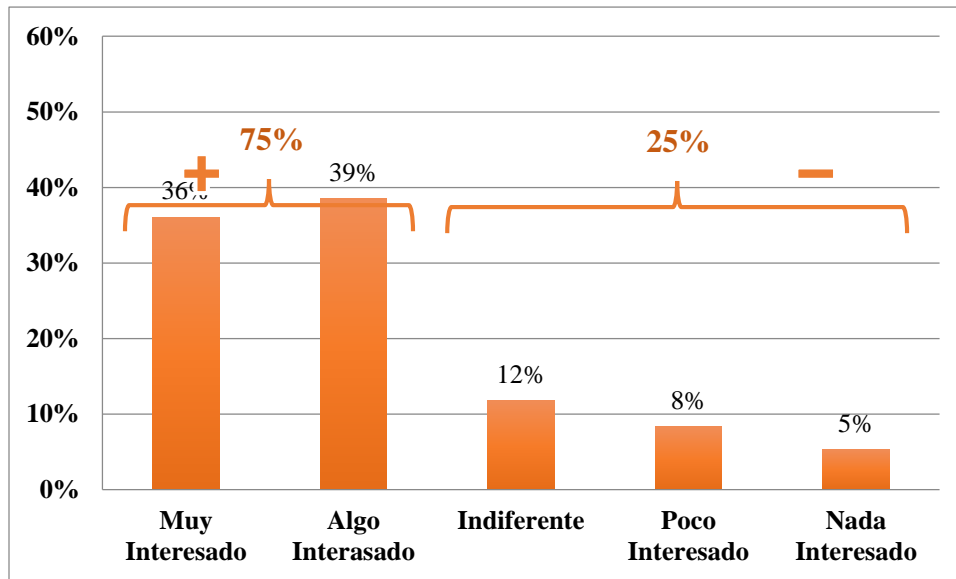


Figura 21. Intensión de Matricula.

Fuente: (Elaboracion propia)

Con este indicador se tiene el objetivo de conocer la intención de matricularse en la universidad CEUTEC por las personas encuestadas, de acuerdo a la figura 22 se observa que el 75% de las personas encuestadas están interesadas en matricularse en CEUTEC, lo que indica que existe una demanda para la universidad CEUTEC en la ciudad de Puerto Cortes.

La siguiente dimensión a analizar es Conocimiento de la marca la cual se midió a través del indicador Conocimiento mediante la siguiente pregunta:

¿Conoce los beneficios de estudiar en CEUTEC?

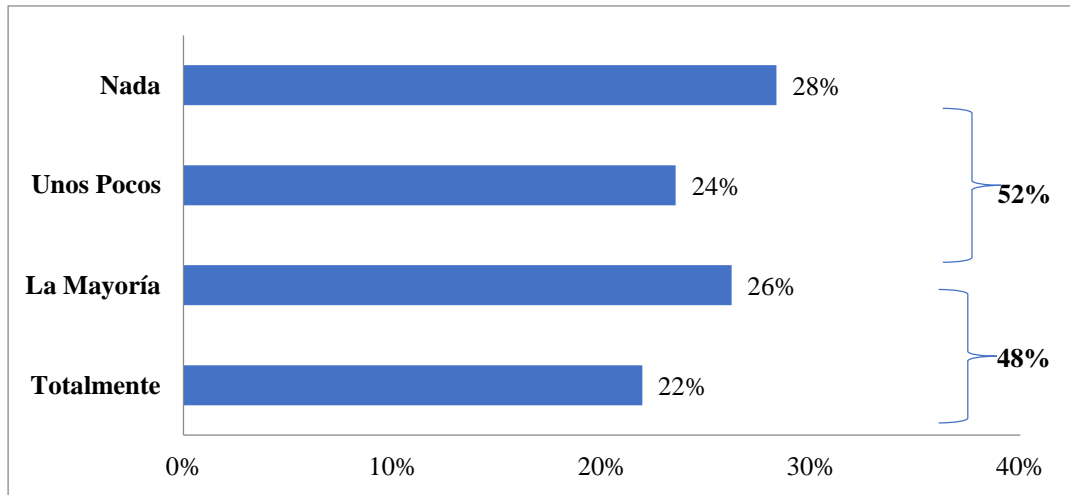


Figura 22. Conocimiento Beneficio CEUTEC

Fuente: (Elaboracion propia)

La figura anterior tiene como objetivo saber cual es el conocimiento que tienen las personas encuestadas acerca de la universidad CEUTEC en Puerto Cortés, según los resultados obtenidos por medio de las encuestas indica que el 52% de las personas no conocen los beneficios que brinda la universidad CEUTEC, sin embargo, es importante mencionar que solo un 22% de las personas que se encuestaron conocen totalmente los beneficios de CEUTEC.

Es importante que las personas tengan conocimiento amplio sobre la marca ya que esto influye en la toma de decisión de la elección de un producto o servicio debido a que las personas optan por elegir algo que ya conocen.

4.4 COMPETENCIA

Por medio de esta variable se pretende identificar cuáles son los competidores actuales y potenciales que tiene la universidad CEUTEC en la universidad de Puerto Cortés, así comprender cuales son los puntos fuertes y débiles que tiene CEUTEC en comparación a los de la competencia y los mismos se analizarán mediante las dimensiones: Posicionamiento, Oferta académica y Precio, las cuales se medirán a través de los indicadores: Preferencia, Diversidad de oferta y Capacidad de Pago.

La dimensión Posicionamiento se mide a través del indicador Preferencia, por medio de la siguiente pregunta, la cual nos indicara las primeras tres opciones de universidad que tienen las personas encuestadas.

¿En cuál universidad estudia o piensa estudiar su carrera universitaria? Indique sus primeras tres opciones.

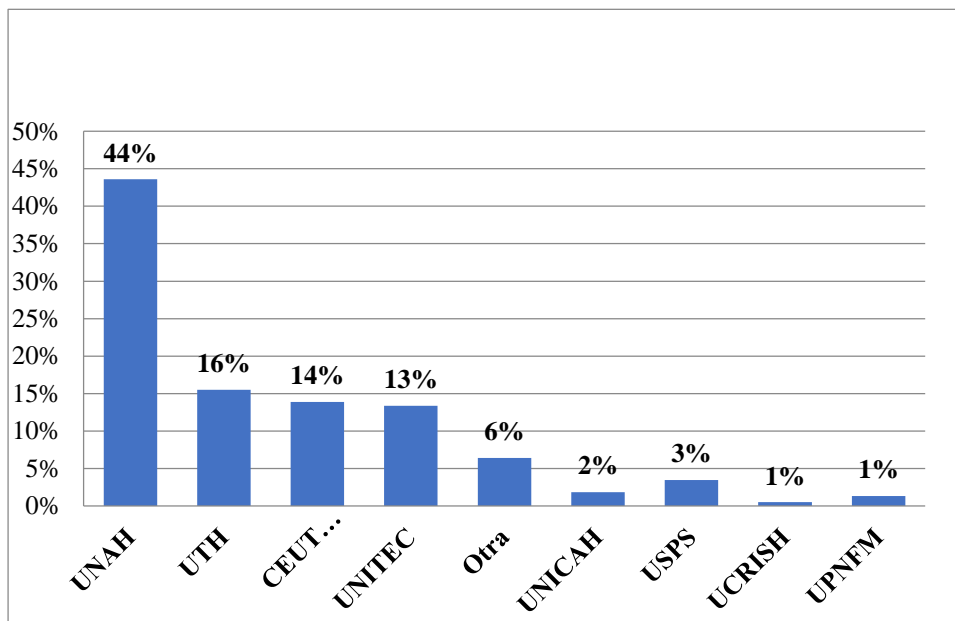


Figura 23. Primera opción de Matricula.

Fuente: (Elaboración propia)

Según la figura 25 podemos observar que 44% las personas encuestadas tienen como primera opción elegir a la UNAH para cursar sus estudios de educación superior. Es importante mencionar que un 14% de las personas encuestadas eligieron como primera opción la universidad CEUTEC, lo cual indica que existe demanda en la ciudad de Puerto Cortés. Podemos concluir según esta gráfica que se comprueba estadísticamente que la mayoría de estudiante prefieren cursar sus estudios en la universidad pública, ya que el 61.3% de las personas matriculadas a nivel nacional son de la universidad UNAH, según datos estadísticos mencionados en los antecedentes. (Presencia Universitaria, 2015).

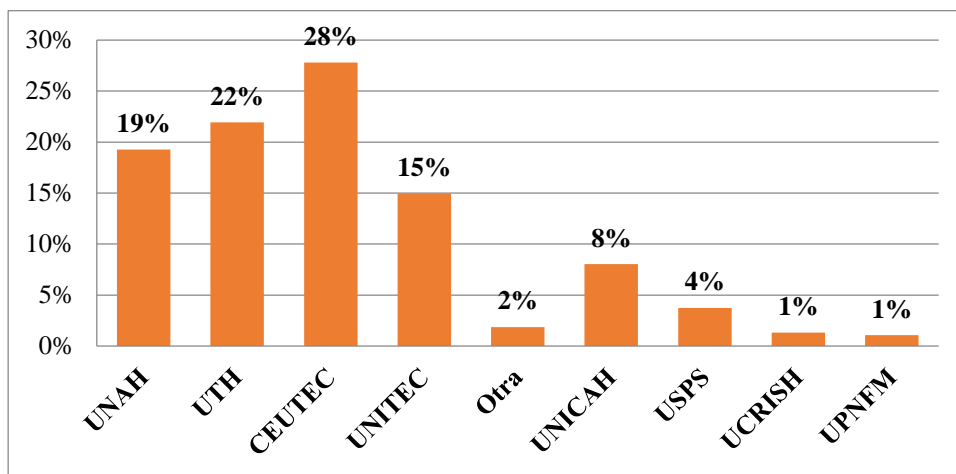


Figura 24. Segunda Opción de Matricula.

Fuente: (Elaboracion propia)

Con la figura anterior se pretende conocer cuál es la universidad que tiene mayor preferencia como segunda opción en caso de que las personas encuestadas no pudieran matricularse en la universidad elegida como su primera opción, según los datos obtenidos se puede observar que la mayor parte de los encuestados distribuye su elección de segunda opción en las universidades CEUTEC, UTH, UNAH y UNITEC respectivamente, siendo CEUTEC la que obtiene un mayor porcentaje con un 28%.

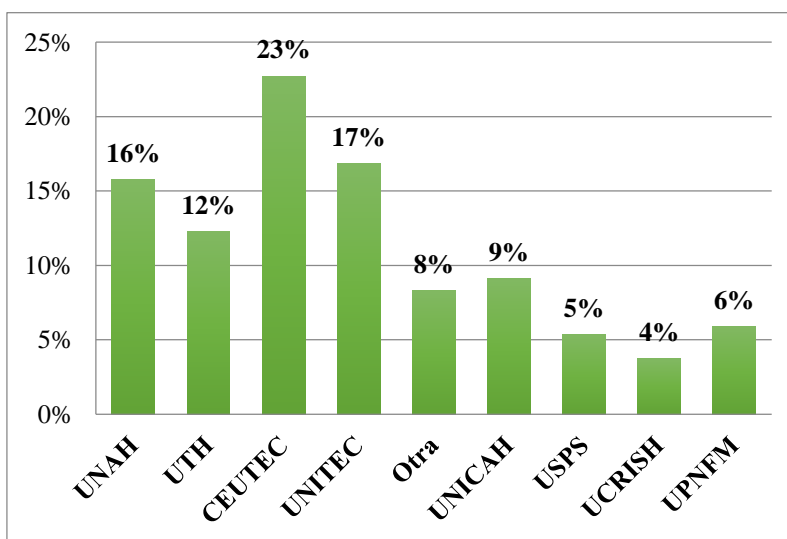


Figura 25. Tercera opción de Matricula.

Fuente: (Elaboracion propia)

La figura 27 nos indica que como tercera opción de universidad se obtiene una distribución casi igual a la mostrada en la segunda opción, siempre manteniendo la preferencia por las universidades CEUTEC, UNITEC, UNAH Y UTH.

En la elección de tercera opción el resto de universidades tienen un poco más de participación en la intención de matrícula por parte de los encuestados.

En la siguiente grafica se muestra un resumen de cuál es la preferencia de universidad a estudiar como primera, segunda y tercera opción para las personas encuestadas en la ciudad de Puerto Cortés.

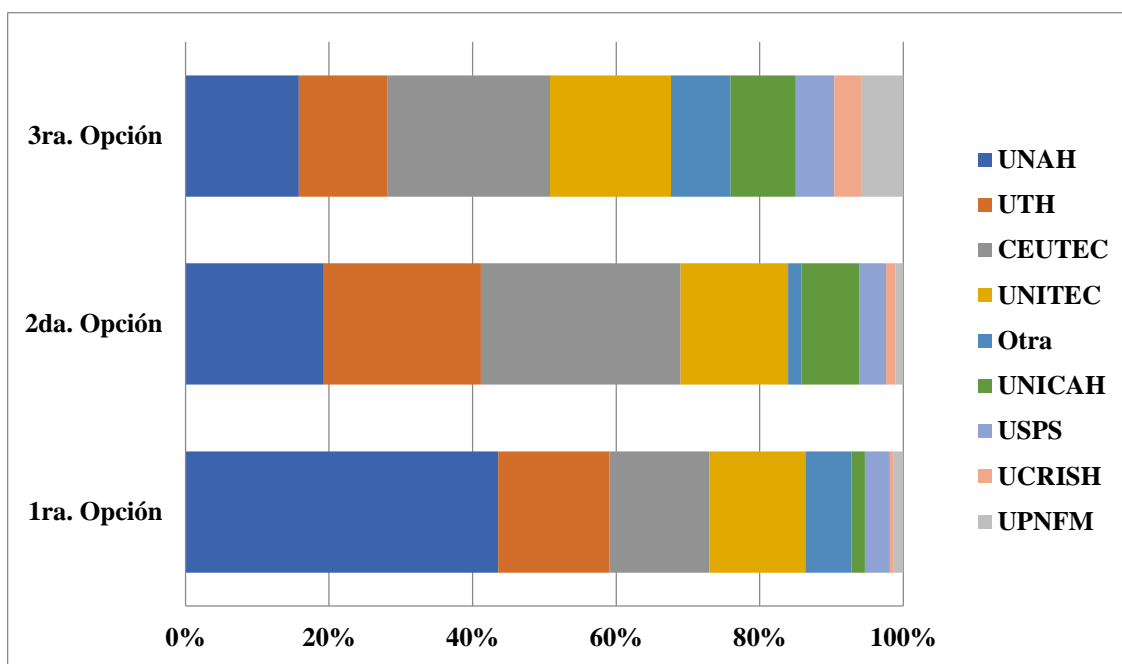


Figura 26. Resumen preferencia de universidades.

Fuente: (Elaboracion propia)

La siguiente dimensión a analizar es Oferta académica la cual se mide a través del indicador Diversidad de Oferta, por medio de la siguiente pregunta:

¿Cuál de las siguientes opciones está interesado en matricular o está matriculado actualmente?

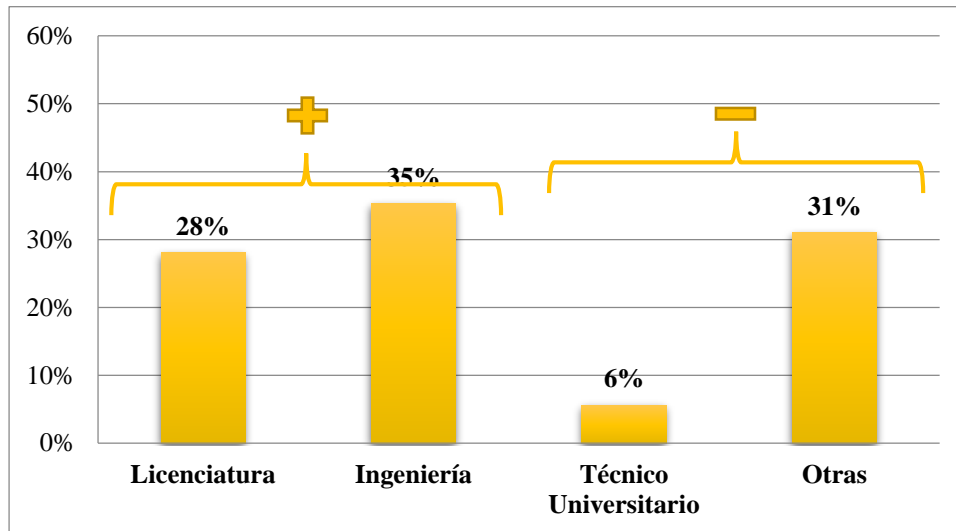


Figura 27. Carreras a Matricular

Fuente: (Elaboracion propia)

La figura 29 indica cuales son las preferencias de carreras que tiene las personas encuestadas y a treves de esto podemos medir que tan aceptable es la oferta academica ofrecida por la universidad CEUTEC, con esto podemos observar si la oferta academica que ofrece CEUTEC es una fortaleza en el mercado de Puerto Cortés. Según los resultados obtenidos se observa que el 69% de las perosnas encuestadas eligieron una carrera que esta dentro de la oferta academica ofrecida por parte de la universidad CEUTEC, lo cual es positivo ya que CEUTEC puede ofrecer una opción de estudio dentro de las preferencias de las personas encuestadas.

La siguiente dimensión a analizar es Precio, la cual se mide a través del indicador Capacidad de Pago, por medio de la siguiente pregunta:

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por una carrera universitaria?

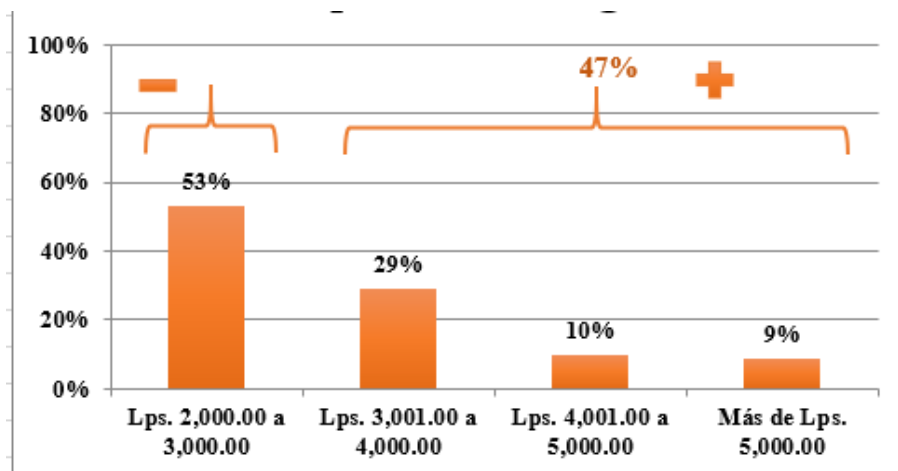


Figura 28. Capacidad de Pago.

Fuente: (Elaboracion propia)

Con este indicador se busca medir cuanto están dispuestos a pagar las personas encuestadas de forma mensual por la carrera matriculada y si los precios ofrecidos por la universidad CEUTEC están dentro del presupuesto de los encuestados en la ciudad de Puerto Cortés. Según los resultados obtenidos la universidad CEUTEC puede ofrecer precios dentro del presupuesto al 47% de las personas encuestadas que está dentro del rango de los precios ofrecidos por CEUTEC para cursar una carrera universitaria.

4.5 CONTEXTO

Por medio de esta variable se pretende analizar el contexto de Puerto Cortés mediante las dimensiones del entorno Económico, Social y Tecnológicos los cuales se analizarán mediante los indicadores: Forma de pago, Empleo, Edad, Genero, Estado Civil, Internet y Herramienta Tecnológica. La dimensión Entorno Económico se mide a través de los indicadores Forma de pago y Empleo, a continuación, se medirá el indicador Forma de Pago por medio de la siguiente pregunta:

¿Cuáles de las siguientes opciones utilizaría para financiar sus estudios universitarios?

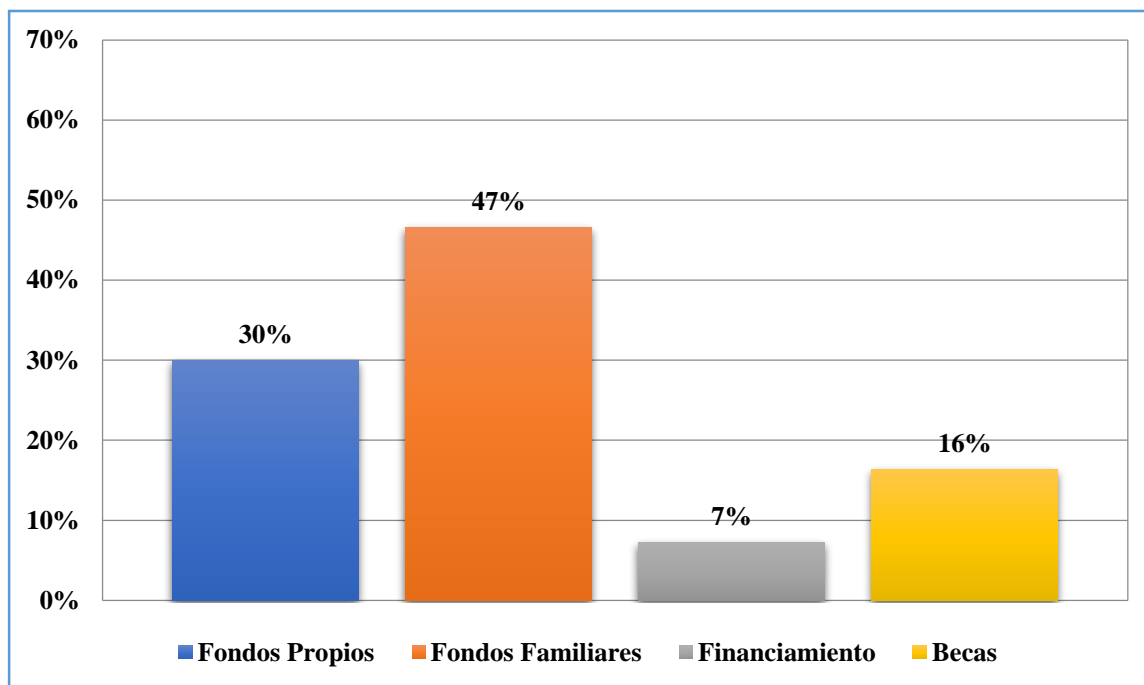


Figura 29. Financiamiento de Estudios Universitarios.

Fuente: (Elaboracion propia)

Mediante el indicador Forma de Pago se analiza como las personas encuestadas cubrirán la inversión de sus estudios universitarios; Según los resultados obtenidos el 47% de los encuestados indican que pagaran sus estudios con fondos familiares, los cuales pueden ser padres, tíos, etc. Así mismo la gráfica indica que un 30% de las personas encuestadas pagaran sus estudios con fondos propios, lo que indica que son personas que tiene un empleo o que planean trabajar para poder financiar sus estudios.

A continuación, se medirá el indicador Empleo, el cual pertenece a la dimensión Entorno Económico por medio de la siguiente pregunta:

¿Tiene empleo actualmente?

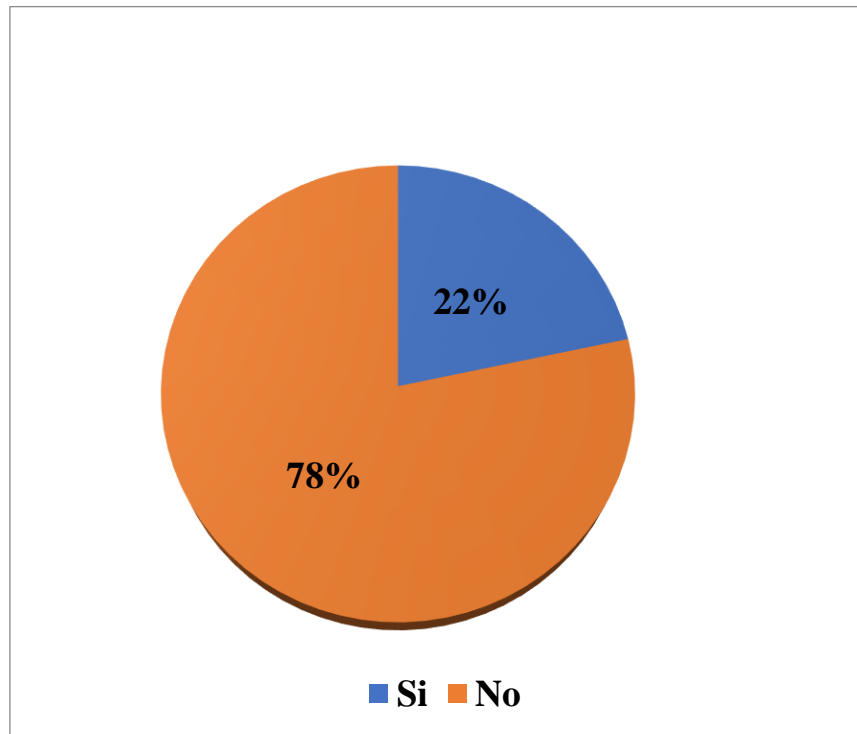


Figura 30. Empleo

Fuente: (Elaboracion propia)

La figura 32 indica que el 78% de las personas encuestadas no cuentan con empleo ya que la mayoría son alumnos de ultimo año de los diferentes centros educativos de Puerto Cortés. También se puede establecer una relación entre la cantidad de personas que tienen un empleo con el porcentaje de personas que indicaron que financiarían sus estudios con fondos propios.

La dimensión Entorno Social se mide a través de los indicadores Edad, Genero y Estado Civil, a continuación, se medirá el indicador Edad por medio de la siguiente pregunta:

¿Cuál es su rango de edad?

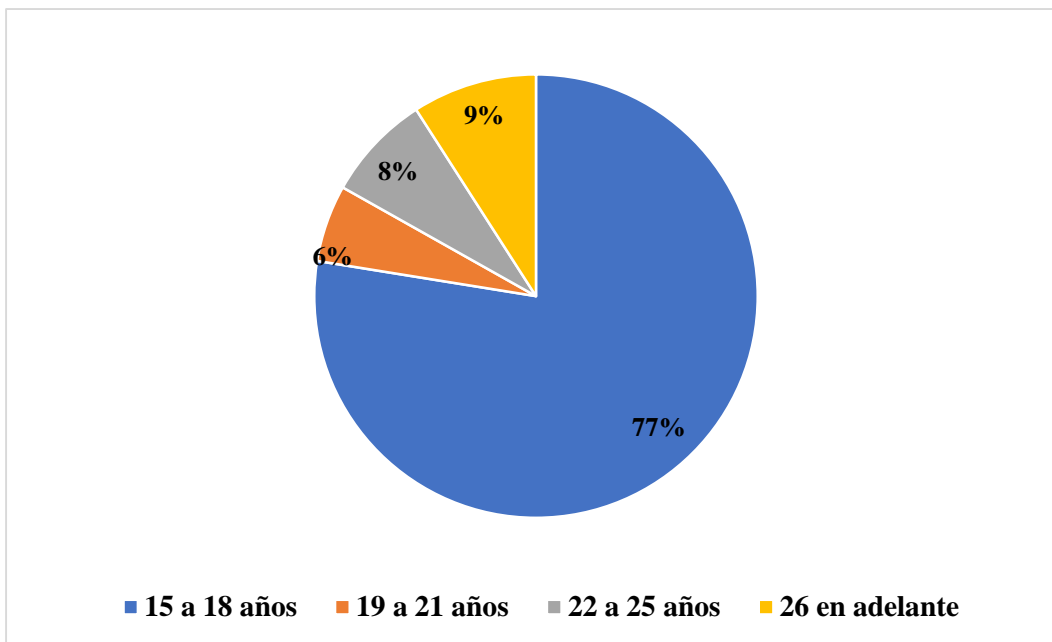


Figura 31. Edad

Fuente: (Elaboracion propia)

La figura 33 indica que el 77% de las personas encuestadas tiene una edad de 15 a 18 años, ya que en su mayoría son estudiantes de ultimo año de centros educativos, con lo cual se confirma que la poblacion en edad de educaion superior esta entre los 18 y 24 años de edad se puede concluir que estos estudiantes son el mercado potencial de las universidades. Ya que al salir de sus estudios secundarios pasaran a formar parte de la población en educación superior teniendo 18 años y más.

A continuación de medirá el indicador Genero por medio del siguiente gráfico:

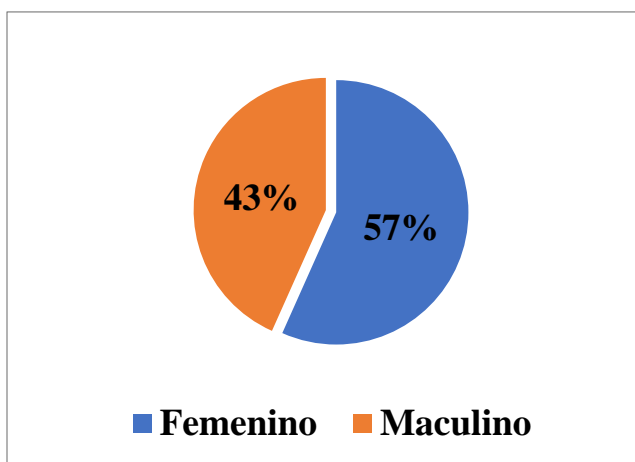


Figura 32. Genero

Fuente: (Elaboracion propia)

Con la figura anterior se puede observar que actualmente el género femenino es el que se está preparando académicamente, lo cual se puede comprobar ya que en los centros educativos predomina más el género femenino en las aulas de estudios, según las estadísticas de la universidad nacional autónoma de Honduras el 56% de la población matriculada en educación superior al 2016 es femenina y el 43% masculino.

Seguidamente se medirá el indicador Estado Civil por medio de la siguiente pregunta:

¿Cuál es su estado civil?

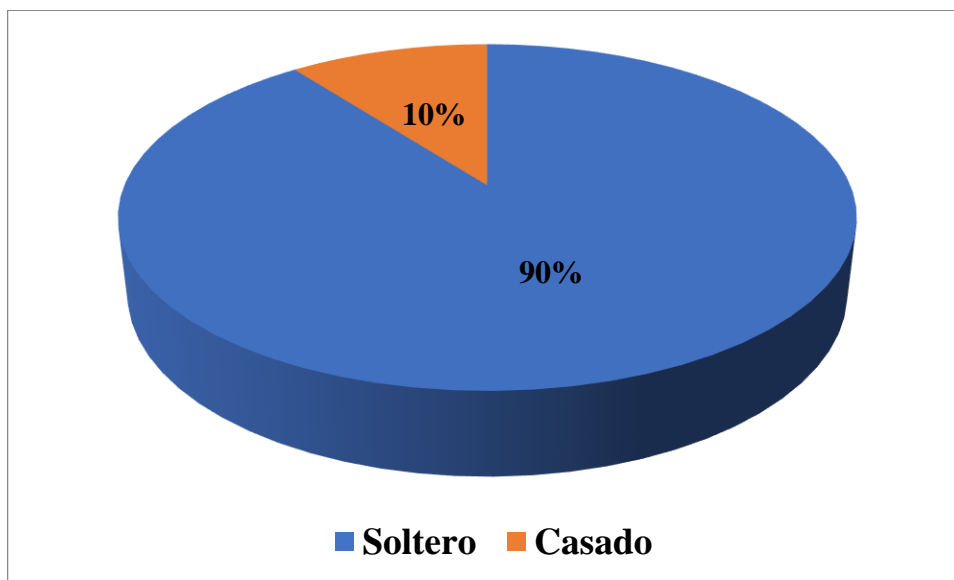


Figura 33. Estado Civil.

Fuente: (Elaboracion propia)

A través de la gráfica anterior se puede analizar que el 90% de las personas encuestadas es soltera dado a que la mayoría de los encuestados son estudiantes de último año.

La dimensión Entorno Tecnológico se mide a través de los indicadores: Internet y Herramientas Tecnológicas, a continuación, se medirá el indicador Internet por medio de la siguiente pregunta:

¿Cuenta con acceso a Internet?

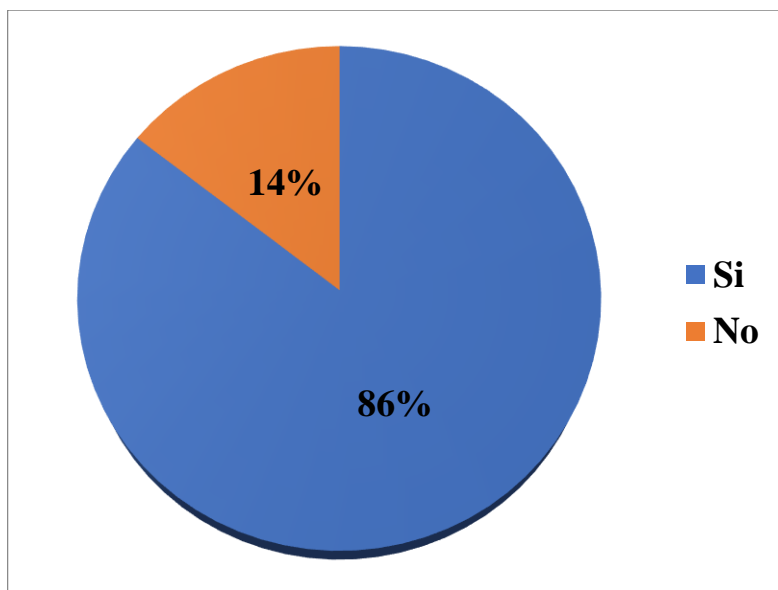


Figura 34. Acceso a Internet.

Fuente: (Elaboracion propia)

Mediante este indicador se pretende conocer el acceso a internet que actualmente se tiene en la ciudad de Puerto Cortés, esto se obtuvo midiendo el porcentaje de personas que cuentan con acceso a internet. La figura 34 muestra que el 86% de las personas encuestadas cuenta con acceso a internet lo cual facilita la realización de los estudios de educación superior.

El indicador Herramienta Tecnológica se midió por medio de la siguiente pregunta:

¿Tiene acceso a una computadora?

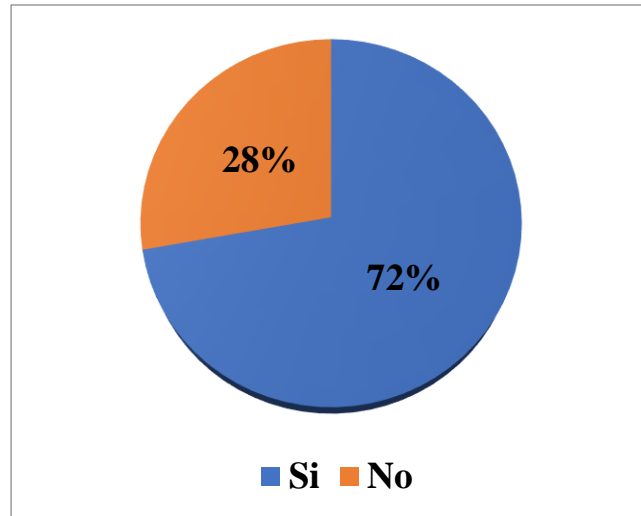


Figura 35. Acceso a Computadora.

Fuente: (Elaboracion propia)

Por medio de este indicador se pretende conocer el acceso que tienen las personas a una computadora para poder facilitar la realización de sus estudios. La figura anterior muestra que el 72% de las personas encuestadas cuenta con acceso permanente a una computadora.

4.6 COMPROBACION DE LA HIPOTESIS

Aplicando el metodo de proporcion de cadena, se obtiene los siguinetes resultados, para determinar el porcentaje de ensuestados que estan muy interesados en matricularse en CEUTEC y el porcentaje de encuestados que esta algo interesado en matricularse en la misma.

Tabla 5. Proporción en Cadena/ Muy Interesados.

Característica	Población	Datos	Método de proporción en cadena
Población	374	100%	374
Ira. y 2da opción de Elección a CEUTEC		42%	158
Muy Interesados de estudiar en CEUTEC		46%	73
Dispuesto a pagar por una carrera Universitaria en CEUTEC		38%	28
Muy interesados de Matricularse en CEUTEC en Porcentaje			7%

Fuente: (Elaboracion propia)

Tabla 6. Proporción en Cadena/ Algo Interesados.

Característica	Población	Datos	Método de proporción en cadena
Población	374	100%	374
Ira. y 2da opción de Elección a CEUTEC		42%	158
Algo Interesados de estudiar en CEUTEC		34%	54
Dispuesto a pagar por una carrera Universitaria en CEUTEC		46%	25
Muy interesados de Matricularse en CEUTEC en Porcentaje			7%

Fuente: (Elaboracion propia)

Para determinar la intención de matrícula de la universidad CEUTEC en Puerto Cortés, se utilizó el método de Ulrich & Eppinger, con el objetivo de obtener una estimación más precisa y objetiva del porcentaje de interés de matrícula en la universidad de CEUTEC si esta aperturara una sede en Puerto Cortés.

A continuación, se detalla el proceso para estimar el método de Ulrich & Eppinger

P es la probabilidad de que el producto sea comprado si se dispone de él y si el cliente está informado del mismo. P se calcula a su vez mediante:

2)

$$P = C_{\text{definitivamente}} \times F_{\text{definitivamente}} + C_{\text{probablemente}} \times F_{\text{probablemente}}$$

F definitivamente es la fracción de encuestados que indican en la encuesta de prueba de concepto que definitivamente comprarían (a veces llamada evaluación “casilla superior”). F probablemente es la fracción de encuestados que indican que probablemente comprarían (a veces llamada evaluación “segunda casilla”). C definitivamente y C probablemente son constantes de calibración por lo general establecidas con base en la experiencia de una empresa con productos similares en el pasado. Generalmente, los valores de C definitivamente y C probablemente caen en

estos intervalos: $0.10 < C_{\text{definitivamente}} < 0.50$, $0 < C_{\text{probablemente}} < 0.25$. Si no existe historia previa sobre esto, muchos grupos emplean valores de $C_{\text{definitivamente}} = 0.4$ y $C_{\text{probablemente}} = 0.2$. Nótese que estos valores reflejan el sesgo típico de entrevistados para sobrestimar la probabilidad de que en realidad comprarían el producto. (Ulrich & Eppinger, 2013)

La probabilidad de matricula para CEUTEC en Puerto Cortés según el metodo de Ulrich & Eppinger es la siguiente:

$$P = C_{\text{definitivamente}} \times F_{\text{definitivamente}} + C_{\text{probablemente}} \times F_{\text{probablemente}}$$

$$P = 0.4(0.07) + 0.2(0.07)$$

$$P = 4\%$$

Se puede concluir que la probabilidad de matricula según este metodo sera de 4% de las personas en edad de educacion superior en la ciudad de Puerto Cortés, por lo cual se rechaza la hipotesis de investigacion ya que es menor del 7.6% de los encuestados que esta interesado en matricularse en CEUTEC.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se presentan las conclusiones sobre el estudio realizado en base a los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas en el capítulo anterior, estas conclusiones tienen como objetivo dar respuesta a cada uno de los objetivos planteados en la investigación realizada. También se presentan las recomendaciones en base a cada una de las variables analizadas por medio de sus indicadores, con el fin de brindar a la universidad CEUTEC información necesaria y valiosa sobre el mercado de Puerto Cortés.

4.1 CONCLUSIONES

Las conclusiones se definieron en base a los resultados obtenidos en el capítulo III, los cuales dan respuestas a cada uno de los objetivos planteados al inicio de la investigación sobre la intención de matrícula de la universidad CEUTEC en la ciudad de Puerto Cortés.

- 1) Según los resultados obtenidos en la investigación se concluye que CEUTEC no cuenta con el porcentaje de personas interesadas en matricularse en la misma por lo cual se rechaza la hipótesis de investigación en la cual se tomó como reflectancia el market share de UTH para formular dicha hipótesis.
- 2) Al analizar los resultados obtenidos de la variable compañía se concluye que la Universidad CEUTEC cuenta con las competencias y atributos requeridos por el mercado de Puerto Cortés, ya que es considerada como una Universidad de prestigio debido a que cuenta con una muy buena reputación como centro de educación superior y se encuentra en el tercer lugar de Universidades Prestigiosas para la población en edad de educación superior de Puerto Cortés. Además de que los campus de CEUTEC cuentan con acceso a la Tecnología dentro de sus instalaciones y las mismas brindan comodidad y seguridad para sus estudiantes lo cual cumple con lo requerido por la población de Puerto Cortés para satisfacer sus necesidades al elegir una Universidad para estudiar.
- 3) En el análisis de la variable de los colaboradores se pudo concluir que la población en edad de educación superior de Puerto Cortés considera importante las alianzas de las Empresas con las Universidades, atractivo los financiamientos para la educación superior y toma muy en cuenta el que las Universidad cuente con personal altamente capacitado en todas las áreas funcionales

de las Universidades principalmente el personal docente, por lo cual el contar con este tipo de socios estratégicos y proveedores para la Universidad de CEUTEC puede ser una ventaja, ya que estos influyen en el proceso de toma de decisión al elegir una universidad para realizar sus estudios de educación superior en la población de Puerto Cortés.

- 4) En el estudio de la variable clientes se logró identificar que los beneficios que ofrece una universidad influyen en la toma de decisión al elegir una universidad, ya que son considerados muy importantes por la población en edad de educación superior de Puerto Cortés, Así mismo se concluyó que la mayoría de las personas encuestadas prefieren la modalidad presencial, debido a que los jóvenes consideran importante el poder socializar y relacionarse con sus compañeros de estudio, lo cual genera una desventaja para CEUTEC ya que al no contar con un Campus en Puerto Cortés pierde la oportunidad de dar cobertura a estos estudiantes, también se determinó que existe un porcentaje alto de la población en edad de educación superior con interés de estudiar en CEUTEC pero sin considerar otros criterios excluyentes. Igualmente se identificó que más de 50% de las personas en educación superior en Puerto Cortés no tienen conocimiento de la Universidad CEUTEC y de los beneficios que la misma puede brindarles, lo cual influye en la elección ya que al no conocer la marca es menos probable que sea elegida.
- 5) Al Analizar la variable competencia se determinó que un porcentaje alto de los estudiantes en edad de educación superior prefieren a la UNAH como su primera opción para realizar sus estudios universitarios, lo cual confirma la estadísticas mostradas en el capítulo uno, ya que las universidades públicas concentran más del 60% de los estudiantes matriculados, también se determinó el porcentaje de estudiantes que eligieron a CEUTEC como primera y segunda opción en comparación con otras Universidades, además de que se identificó el porcentaje de estudiantes que están dispuestos a pagar las mensualidades para cursar sus estudios universitarios en CEUTEC.
- 6) En el análisis de la variable contexto, se midió el contexto económico, social y tecnológico que existe en Puerto Cortes como factores influyentes en la elección de una universidad para estudiar y se determinó que la mayoría de la población en edad de educación superior financiarán sus estudios con fondos familiares, pero también existe un porcentaje considerable que lo realizará con fondos propios, por lo cual son personas que actualmente trabajan o buscarán un empleo al culminar sus estudios secundarios, así mismo se identificó que en la actualidad el género femenino se está interesando más en prepararse académicamente, también

se determinó que Puerto Cortés cuenta con el acceso necesario para el uso de las tecnologías, debido a que la mayoría de la población en edad de educación superior cuentan con acceso a internet y a una computadora permanente para poder desarrollar sus estudios de educación superior.

4.2 RECOMENDACIONES

Las recomendaciones son dadas en bases a las conclusiones anteriores y enfocadas en las variables de la investigación, con el fin de brindar a CEUTEC, parámetros que ayuden al análisis de aperturar una sede en la ciudad de Puerto Cortés.

- 1) Se recomienda a la universidad CEUTEC que considere tomar la decisión de aperturar o no un campus en la ciudad de Puerto Cortés en base al mínimo de alumnos para aperturar el mismo, ya que la hipótesis de investigación se rechaza porque según los resultados de la investigación no se cuenta con el porcentaje de personas interesadas en matricularse en CEUTEC, sin embargo se recalca que el porcentaje utilizado en la hipótesis es en base al Market Share de UTH ya que es la única universidad que cuenta con un campus en la ciudad de Puerto Cortés.
- 2) En la variable Compañía, CEUTEC debe considerar los factores Seguridad, Comodidad de sus aulas y ubicación como puntos fuertes para encajar en el mercado de Puerto Cortés, ya que los mismos son considerados muy importantes por las personas encuestadas en dicha ciudad.
- 3) Los colaboradores de CEUTEC juegan un papel muy importante en la intensión de matrícula y esta variable se midió por medio de los indicadores financiamiento, alianzas empresariales y recurso humano considerados como proveedores fundamentales, por lo cual según los resultados obtenidos en las encuestas realizadas se recomienda a CEUTEC, contar con personal capacitado dentro de sus instalaciones desde el área administrativa hasta el área docente, y contar con alianzas que incentiven a las personas en edad de educación superior el matricularse en CEUTEC por medio de los descuentos y otros beneficios que generen dichas alianzas.
- 4) Continuando con la variable cliente, según los resultados de las encuestas realizadas se obtuvieron algunas pautas que motivan la intensión de matrícula en una universidad, así como también se conoció el nivel de conocimiento que tienen las personas en edad de educación superior (Clientes) sobre la universidad CEUTEC, por consiguiente se recomienda socializar más los beneficios ofrecidos por la universidad a las personas en edad de educación superior

que son jóvenes que están entre las edades de 15 a 18 años ya que el 52% de los encuestados en su mayoría entre las edades antes mencionadas indicaron que tiene poco o nada de conocimiento sobre los mismo, a pesar de estos resultados el 75% de los encuestados indico que están interesados en matricularse en CEUTEC en modalidad presencial, por lo que se recomienda a CEUTEC estudiar la posibilidad de aperturar una cede en le ciudad de Puerto Cortés.

- 5) Para la variable Competencia, se conoció que las personas encuestadas tienen como primera opción de universidad a la UNAH, lo cual concuerda con los datos estadísticos del país, CEUTEC se encuentra como segunda y tercera opción de universidad, sin embargo, como segunda opción la universidad UTH tiene una preferencia alta dado a que la misma cuenta con una sede en la ciudad de Puerto Cortés. se recomienda, por consiguiente, a CEUTEC tener en cuenta la intensión de matrícula en la ciudad de Puerto Cortés dado a que hay un 47% dispuesto a pagar el costo de inversión que incurre estudiar en CEUTEC.
- 6) Como ultima variable está el Contexto, en el cual se recomienda a la universidad CEUTEC dar a conocer los beneficios que ofrece la misma a los jóvenes en edades entre 15 a 18 años que son jóvenes en último año de estudio secundario y posibles clientes los cuales deben tener un alto conocimiento sobre una universidad como factor influyente en la intensión de matrícula, estos jóvenes en su mayoría cuenta con acceso a internet y a una computadora de forma permanente las cuales son herramientas primordiales para realizar sus estudios superiores.

BIBLIOGRAFÍA

- Banco Mundial*. (2017 de Mayo de 2017). Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de <http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2017/05/17/higher-education-expanding-in-latin-america-and-the-caribbean-but-falling-short-of-potential>
- CEUTEC*. (2018). Recuperado el 30 de Enero de 2019, de <http://www.ceutec.hn/mision-y-vision/#>
- Crece la demanda de Educación superior a nivel nacional. (22 de Octubre de 2017). *El Herald*. Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de <http://www.elheraldo.hn/pais/1119205-466/crece-la-demanda-en-educaci%C3%B3n-superior-a-nivel-nacional>
- Dirección de Educación Superior*. (2017). Recuperado el 22 de Mayo de 2018, de <https://des.unah.edu.hn/sistema-de-educacion-superior/direccion-de-educacion-superior/>
- Dirección de Innovación Educativa*. (2017). Recuperado el 22 de Mayo de 2018, de <https://die.unah.edu.hn/servicios-educativos/telecentros-unah/>
- Dolan, R. J. (2000). Comentario sobre estrategia de marketing. *Harvard Business School*, 2. Recuperado el 12 de Febrero de 2019
- Duriez, M., Lopez, V., & Moncada, G. (2016). *Informe Nacional Educación Superior en Iberoamerica*. Recuperado el 08 de Abril de 2018
- Familiar, J. (2017 de Mayo de 17). *Banco Mundial*. Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de <http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2017/05/17/higher-education-expanding-in-latin-america-and-the-caribbean-but-falling-short-of-potential>
- Ferreira, M. M. (17 de Mayo de 2017). *Banco Mundial*. Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de <http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2017/05/17/higher-education-expanding-in-latin-america-and-the-caribbean-but-falling-short-of-potential>

Jeria, L., & Vargas, C. (2018). *Tesis: Creación de la carrera Técnico Universitario en Instalaciones Domiciliarias*. Tesis, Punta Arena, Chile. Recuperado el 07 de Mayo de 2018, de http://www.umag.cl/biblioteca/tesis/jeria_mora_2008.pdf

Kloter, P., & Keller, K. (2006). *Dirección del Marketing*. Naucalpan de Juarez, México: Pearson Educación.

Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. México, D.C: Pearson Educación.

Normas Académicas de la Educación Superior. (s.f.). Recuperado el 08 de Mayo de 2018, de [file:///C:/Users/astri/Downloads/NORMAS-ACADEMICAS-DE-LA-EDUCACION-SUPERIOR%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/astri/Downloads/NORMAS-ACADEMICAS-DE-LA-EDUCACION-SUPERIOR%20(1).pdf)

Parking, M. (2010). *Microeconomía*. Naucalpan de Juárez: Pearson. Recuperado el 22 de Mayo de 2018

Presencia Universitaria. (s.f.). Recuperado el 04 de Junio de 2018, de <https://presencia.unah.edu.hn/internacionalizacion/articulo/unah-se-mantiene-entre-las-mejores-200-universidades-de-america-latina-segun-ranking->

Presencia Universitaria. (17 de Noviembre de 2015). Recuperado el 7 de Mayo de 2018, de <https://presencia.unah.edu.hn/academia/articulo/sabes-cuantas-universidades-funcionan-en-honduras>

Rodríguez, M. (11 de Junio de 2017). La educación superior en Centroamérica. *El Heraldo*. Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de <http://www.elheraldo.hn/pais/1079536-466/un-mill%C3%B3n-de-personas-sin-acceso-a-universidades>

SACE. (2016). Recuperado el 21 de Marzo de 2019, de <https://sace.se.gob.hn/reportes/sace/matricula/>

Sampieri, R., Collado, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F: McGraw-Hill. Recuperado el 7 de Mayo de 2018

Secretaria de Educación de Honduras. (2017). Recuperado el 21 de Marzo de 2019, de https://www.se.gob.hn/media/files/articles/201711_usinieh_informe_estadistico_2014_2016_hbha11q.pdf

Segrera, F. L. (2016). *Educación Superior Comparada: Tendencias Mundiales y de America Latina y Caribe*. Sorocaba, Brasil. Recuperado el 15 de Mayo de 2018

Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland. (2012). *Administración Estratégica*. México, DF: McGraw-Hill. Recuperado el 22 de Mayo de 2018

TOP UNIVERSITIES. (2017). Recuperado el 03 de Junio de 2018, de <https://www.topuniversities.com/universities/universidad-tecnologica-centroamericana-unitec#371830>

Ulrich, K., & Eppinger, S. (2013). *Diseño y Desarrollo de Productos*. 176. México DF, México: Mc Graw Hill. Recuperado el 21 de Marzo de 2019

Un millón de personas sin acceso a universidades. (11 de Junio de 2017). *El Heraldo*. Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de <http://www.elheraldo.hn/pais/1079536-466/un-mill%C3%B3n-de-personas-sin-acceso-a-universidades>

UNESCO. (2015). Recuperado el 15 de Mayo de 2018, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002327/232701s.pdf>

UNITEC. (s.f.). Recuperado el 30 de Enero de 2019, de <https://www.unitec.edu/la-universidad/historia/>

Universia México. (09 de Junio de 2017). Obtenido de
<http://noticias.universia.net.mx/educacion/noticia/2017/06/09/1153215/ranking-qs-mejores-universidades-mundo-2017-2018.html>

Universidad José Celicio del Valle. (2018). Recuperado el 7 de Mayo de 2018, de
<https://ujcv.edu.hn/historia-de-la-universidad/>

Universidad Nacional Autónoma de Honduras. (2017). Recuperado el 7 de Mayo de 2018, de
<https://des.unah.edu.hn/servicio-al-usuario/estadisticas/>

Universidad Nacional Autónoma de Honduras. (2017). Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de
<https://des.unah.edu.hn/servicio-al-usuario/estadisticas/>

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA

Encuesta sobre intención de matrícula de CEUTEC en Puerto Cortés

1. Edad

_____ 15 a 18 años
_____ 19 a 21 años
_____ 22 a 25 años
_____ 26 años en adelante

2. Género

_____ Femenino
_____ Masculino

3. Estado Civil

_____ Soltero
_____ Casado
_____ Unión Libre
_____ Divorciado
_____ Viudo

4. ¿En cuál universidad estudia o piensa estudiar su carrera universitaria?

Indique sus primeras tres opciones colocando 1 como primera opción, 2 segunda opción y 3 tercera opción

_____ UNAH
_____ UTH
_____ CEUTEC
_____ UNITEC
_____ UNICAH
_____ USPS
_____ UCRISH
_____ UPNFM
_____ Otra

5. ¿Cuál de las siguientes opciones está interesado en matricular o está matriculado actualmente?

_____ Licenciatura
_____ Ingeniería
_____ Técnico Universitario
_____ Otros

6. ¿Cuál de las siguientes modalidades de estudio se adapta mejor a sus necesidades y disponibilidad de tiempo?

_____ Presencial
_____ Distancia
_____ En línea
_____ Híbrida (Mitad presencial y mitad a distancia)

7. ¿Cuál es el nivel de importancia de los siguientes beneficios, al momento de tomar la decisión de matricularse en una universidad?

Beneficios	Muy Importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Red internacional de universidades					
Descuentos especiales					
Financiamiento Interno					
Biblioteca Online /Accesibilidad a Libros					
Becas					
Alianzas para colocación de empleo					

8. Entre las siguientes opciones, ¿Para su elección de universidad cómo califica los factores listados según la importancia?

Factores	Muy Importante	Importante	Indiferente	Poco Importante	Nada Importante
Diseño de los edificios					
Comodidad de las aulas					
Ubicación					
Instalaciones deportivas					
Seguridad					

9. ¿Qué nivel de importancia tienen para usted la tecnología al considerar una universidad?

- _____ Muy importante
 _____ Importante
 _____ Indiferente
 _____ Poco importante
 _____ Nada importante

10. ¿Califique las siguientes universidades según su percepción por el prestigio que poseen?

	Muy Prestigiosa	Algo Prestigiosa	Indiferente	Poco Prestigiosa	Nada prestigiosa
UNAH					
UTH					
UNITEC					
CEUTEC					
UNICAH					
USPS					

UCRISH					
UPNFM					

11. ¿Conoce los beneficios de estudiar en CEUTEC?

_____ Totalmente
 _____ La mayoría

_____ Unos Pocos
 _____ Nada

12. ¿Qué tanto le interesa estudiar en una universidad de CEUTEC en Puerto Cortés?

_____ Muy interesado
 _____ Algo interesado
 _____ Indiferente
 _____ Poco interesado
 _____ No interesado

13. ¿Tiene empleo actualmente?

_____ Si _____ No

14. ¿cuál de las siguientes opciones utilizaría para financiar sus estudios universitarios?

_____ Fondos propios _____ Financiamiento
 _____ Fondos familiares (Padres, tíos, etc.) _____ Becas

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por una carrera universitaria?

_____ Lps 2,000.00 a 3,000.00 _____ Lps 4,001.00 a 5,000.00
 _____ Lps 3,001.00 a 4,000.00 _____ más de Lps 5,000.00

16. ¿Considera atractivo los financiamientos educativos en las entidades financieras?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

17. ¿Qué tan importante considera las alianzas de las universidades con las empresas?

_____ Muy importante
 _____ Importante
 _____ Indiferente
 _____ Poco importante
 _____ Nada importante

18. ¿Considera importante que las universidades cuenten con personal altamente capacitados?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

19. ¿Cuenta con acceso a Internet en casa?

_____ Si

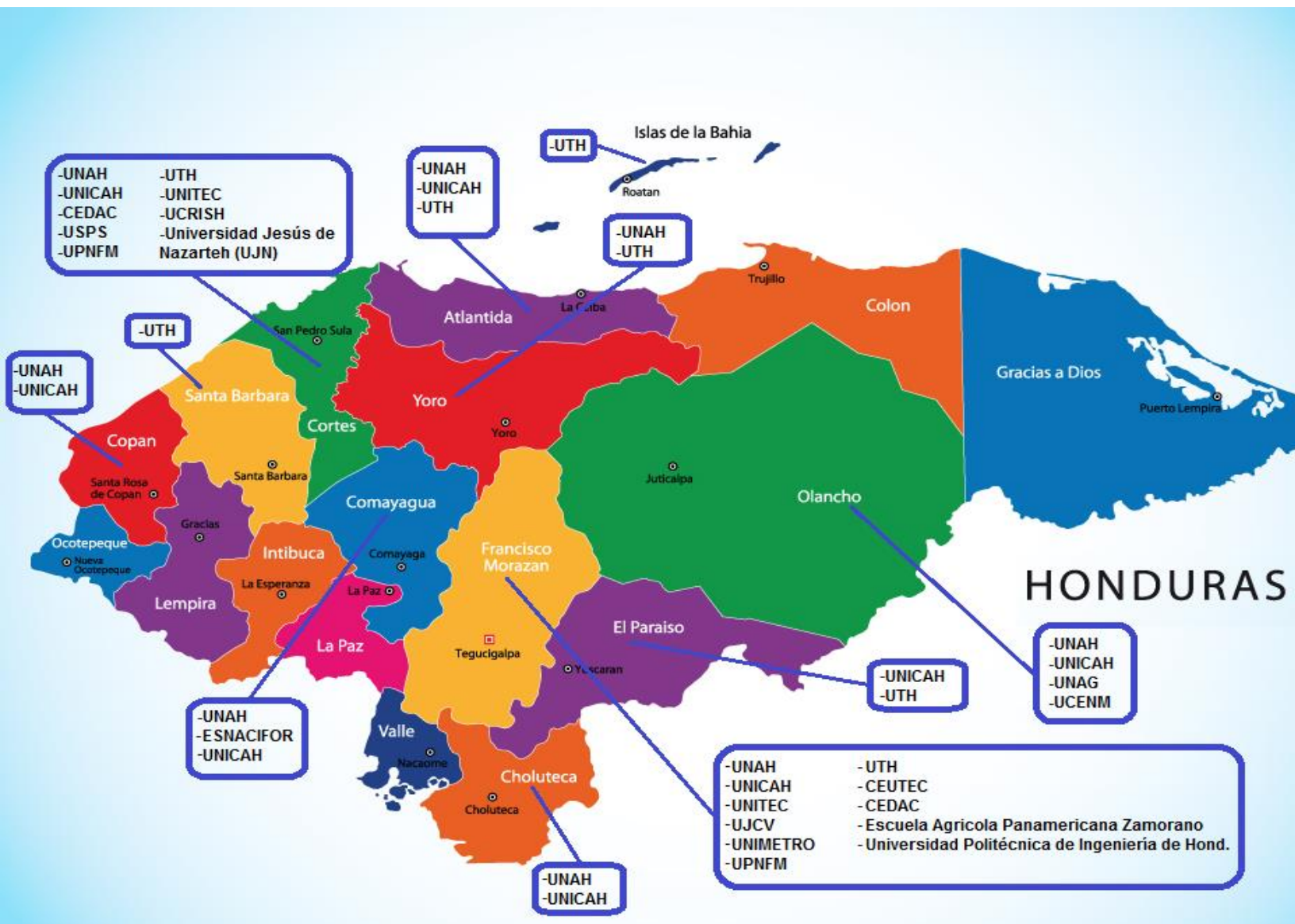
_____ No

20. ¿Tiene acceso permanentemente a una computadora?

_____ Si

_____ No

ANEXO 2. MAPA DE UNIVERSIDADES EN HONDURAS



ANEXO 3. CARTA DE COMPROMISO PARA ASESORÍA TEMÁTICA

Carta de compromiso para asesoría temática

Señores Facultad de Postgrado UNITEC.

Por este medio yo _____ Identidad No.

_____, Licenciado en _____ Maestría en

_____ Doctorado en _____

Hago constar que asumo la responsabilidad de asesorar técnicamente el trabajo de Tesis de Maestría denominado

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

Para lo cual me comprometo a realizar de manera oportuna las revisiones y facilitar las observaciones que considere pertinentes a fin de que se logre finalizar el trabajo de tesis en el plazo establecido por la Facultad de Postgrado.

En la ciudad de _____ Departamento _____

Fecha _____ Nombre _____ Firma: