

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS**

**INSTITUTO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**

**TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE MAESTRÍA  
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN MERCADEO**

**Desarrollo de Plan estratégico comercial para introducir un nuevo producto financiero  
dirigido a estudiantes universitarios de educación privada en Costa Rica en el primer  
cuatrimestre del 2026**

**Postulante:**

**Priscilla Robles Sandí**

**Tutora:**

**Yadira Ferreto**

**Sede Aranjuez, San José**

**Abril, 2026**

## Declaración Jurada

Yo, Priscilla Robles Sandí, mayor de edad, portadora de la cédula de identidad número 1-13790288, hago constar por medio de este acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Comité Examinador de mi trabajo de investigación para optar por el grado académico de Maestría en Administración de Empresas con mención en Mercadeo, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: “Desarrollo de plan estratégico comercial para introducir un nuevo producto financiero dirigido a estudiantes universitarios de educación privada en Costa Rica en el primer cuatrimestre del 2026”, es una obra original e inédita que ha respetado todo lo preceptuado por las leyes penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; Artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que pueda considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertida de que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público.

En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los 27 días del mes de marzo de 2026.



---

Priscilla Robles Sandí

113790288

## Cédula de Identidad



## **Dedicatoria**

Esta dedicatoria es primeramente a Dios, por ser mi guía constante, por darme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia necesarias para terminar este proceso académico, incluso en momentos donde pensaba que no lo lograría.

A mi mamita, por su amor incondicional, su apoyo permanente y por ser ejemplo de esfuerzo, sacrificio y determinación, valores que han sido para mi vida fundamentales, tanto en mi formación profesional, como personal.

También la dedico a mi pareja, por su comprensión, paciencia y acompañamiento a lo largo de esta meta, por creer en mí, apoyarme y darme su amor en momentos de cansancio.

Por último, pero no menos importante, dedico este esfuerzo a mi hijo, quien es mi mayor inspiración, por dar sentido a cada decisión y motivarme a superarme cada día con el propósito de construir un mejor futuro para él y mi familia.

## **Agradecimientos**

Agradezco en primer lugar a Dios por darme la bendición de poder estudiar y alcanzar otra meta en mi vida; gracias a Él, que siempre me ha llevado de su mano sigo mejorando cada día y soy muy bendecida.

Agradezco también, enormemente, a mi familia, por su paciencia y apoyo cada día; por motivarme siempre a que cumpla mis metas y ser mi mayor motor para mi crecimiento profesional y personal.

Doy gracias a mi tutora Yadira Ferreto, por su paciencia, comprensión y apoyo en el proceso, por darme la mejor guía en la elaboración de mi proyecto; gracias a ella pude ir desarrollando cada capítulo con mayor asertividad.

Por último, agradezco a las personas que me ayudaron con las encuestas, entrevistas y la realización de taller de co-creación, lo cual fue mi insumo para poder analizar y concluir mi proyecto.

## Índice General

Contenido	
Declaración Jurada .....	2
Cédula de Identidad.....	3
Dedicatoria .....	4
Resumen Ejecutivo.....	11
Capítulo I.....	12
1. Introducción .....	12
1.1 Antecedentes.....	12
1.2 Planteamiento del Problema.....	15
1.3 Formulación del Problema .....	18
1.4 Justificación.....	19
1.5 Objetivos .....	21
1.6 Delimitación o Alcance .....	21
1.7 Limitaciones .....	21
1.8 Definición de Términos Clave .....	22
1.9 Estructura de la Tesis.....	23
Capítulo II .....	25
2. Marco Teórico .....	25
2.1 La Educación Superior como Pilar del Desarrollo.....	25
2.2 Acceso y Permanencia en la Educación Superior .....	27
2.3 El Mercado de Financiamiento Educación Superior en Costa Rica.....	37
2.4 Modelos de Evaluación de Riesgo .....	55
2.5 Experiencia de Usuario en Servicios Financieros .....	61
2.6 Fundamentos de una Estrategia Comercial Sostenible .....	67
2.7 Síntesis del Marco Teórico y Brecha de Conocimiento .....	71
Capítulo III.....	74
3. Marco Metodológico.....	74
3.1 Enfoque de la Investigación .....	75
3.2 Diseño de Investigación .....	76

3.3 Población y Muestra.....	76
3.4 Técnicas e Instrumentos .....	78
3.5 Procedimiento para Recolección de Datos.....	80
3.6 Estrategia de Análisis de Datos .....	82
3.7 Resultados Esperados .....	86
Capítulo IV.....	87
4. Análisis e Interpretación de Resultados .....	87
4.1. Resultado de Análisis Cuantitativo (Encuestas).....	87
4.2 Resultado de Análisis Cualitativo (Entrevistas).....	113
4.3 Análisis y Resultados del Taller de Co-Creación .....	123
Capítulo V .....	137
5. Propuesta del Plan Estratégico Comercial .....	137
5.1 Filosofía y Propuesta Valor del Nuevo Producto .....	137
5.2 Definición del Producto Financiero .....	140
5.3 Estrategia de Precios .....	149
5.4 Estrategia de Plaza (Distribución).....	150
5.5 Estrategia de Promoción y Comunicación .....	154
5.6. Experiencia del Usuario y Proceso del Cliente .....	160
Conclusiones del Capítulo V.....	167
Capítulo VI.....	169
6. Conclusiones y Recomendaciones .....	169
6.1 Conclusiones .....	169
6.2 Recomendaciones.....	172
Referencias .....	175
ANEXOS.....	182
Anexo 1. Instrumento de encuesta cuantitativa (cuestionario digital) .....	182
Anexo 2. Tabulación de resultados de encuesta (n=68) .....	187
Anexo 3. Guion de entrevista semi-estructurada .....	189
Anexo 4. Grabación de entrevistas de los estudiantes .....	191
Anexo 5. Entrevistas a padres de familia con estudiantes universitarios activos .....	209

Anexo 6. Entrevistas a asesores de instituciones financieras.....	220
Anexo 7. Evidencia del taller de co-creación.....	226

### **Lista de Tablas**

Tabla 1. Términos clave .....	22
Tabla 2. Comparación de modelos de financiamiento América Latina.....	32
Tabla 3. Tabla resumen comparativa productos financieros para financiamiento de la educación superior en instituciones públicas .....	41
Tabla 4. Tabla resumen comparativa productos financieros para el financiamiento de la educación superior en instituciones privadas y cooperativas. ....	47
Tabla 5. Análisis FODA de la competencia.....	49
Tabla 6. Tabla resumen comparativa productos financieros para el financiamiento de la educación superior en principales instituciones privadas y cooperativas en Costa Rica. ....	51
Tabla 7. Identificación de brecha de conocimiento .....	72
Tabla 8. Técnicas e instrumentos .....	79
Tabla 9. Operacionalización de variables de la investigación.....	81
Tabla 10. Operacionalización de variables según cuestionario de encuestas.....	83
Tabla 11. Matriz de categorización para análisis cualitativos .....	85
Tabla 12. Frecuencias sobre necesidades y expectativas .....	111
Tabla 13. Entrevistas estudiantes.....	113
Tabla 14. Entrevistas padres de familia.....	116
Tabla 15. Respuestas entrevistas asesores financieros .....	120
Tabla 16. Tabla resumen taller co-creación.....	133
Tabla 17. Lienzo de propuesta valor .....	139
Tabla 18. Cronograma de implementación con responsables .....	166

### **Índice de Gráficos y Figuras**

Ilustración 1. Flujograma planteamiento del problema.....	18
Ilustración 2. Mapa de posicionamiento de la competencia.....	53
Ilustración 3. . Importancia de la digitalización en instituciones educativas .....	66

Ilustración 4. Flujo de metodología.....	74
Ilustración 5. Estudiantes activos .....	88
Ilustración 6. Universidades de estudio.....	89
Ilustración 7. Años de permanencia .....	89
Ilustración 8. Rango de edades.....	90
Ilustración 9. Género .....	91
Ilustración 10 Situación laboral.....	91
Ilustración 11. Ingreso del hogar .....	92
Ilustración 12. Forma de pago.....	94
Ilustración 13. Costos como barrera.....	95
Ilustración 14. Gastos adicionales.....	96
Ilustración 15. Insuficiencia de ingresos .....	97
Ilustración 16. Tasas de interés.....	98
Ilustración 17. Garantías en créditos .....	99
Ilustración 18. Falta de información .....	100
Ilustración 19. Procesos burocráticos.....	102
Ilustración 20. Transparencia .....	102
Ilustración 21. Opciones disponibles .....	103
Ilustración 22. Crédito educativo ideal .....	104
Ilustración 23. Tiempo de respuesta.....	105
Ilustración 24. Proceso digital.....	106
Ilustración 25. Flexibilidad .....	107
Ilustración 26. Transparencia .....	108
Ilustración 27. Tiempo de aprobación.....	109
Ilustración 28. Probabilidad de solicitud.....	110
Ilustración 29. Confianza institucional.....	111
Ilustración 30. Etapas de flujo.....	125
Ilustración 31. Mapa mental etapa matrícula .....	126
Ilustración 32. Mapa mental etapa solicitud y evaluación .....	128
Ilustración 33. Mapa mental etapa formalización .....	129
Ilustración 34. Mapa mental etapa desembolso .....	130

Ilustración 35. Mapa mental etapa de cobro .....	131
Ilustración 36. Mapa mental etapa fideicomiso .....	132
Ilustración 37. Ficha técnica producto propuesto.....	144
Ilustración 38. Flujo proceso solicitud y aprobación .....	147
Ilustración 39. Estrategia de precios .....	150
Ilustración 40. Plataforma digital para universidad .....	151
Ilustración 41. Plataforma sitio web académico para estudiante .....	152
Ilustración 42. Mensajes claves en comunicación y promoción .....	155
Ilustración 43. Estrategias redes sociales .....	156
Ilustración 44. Estrategias para motores de búsqueda.....	157
Ilustración 45. Estrategias de segmentación digital .....	158
Ilustración 46. Estrategias contenido educativo .....	159
Ilustración 47. Customer Journey Map .....	161
Ilustración 48. Cronograma implementación .....	165

## **Resumen Ejecutivo**

Esta investigación tiene como objetivo principal diseñar un plan estratégico comercial que contribuya a la creación e implementación, durante el primer cuatrimestre del 2026, de un nuevo producto de financiamiento dirigido a estudiantes universitarios de educación privada en Costa Rica. Este producto estará orientado a facilitar la permanencia o el inicio de los estudios universitarios, mediante alianzas estratégicas entre la entidad financiera y universidades privadas del país. Para ello, se establecen como objetivos específicos identificar las principales barreras económicas, sociales y operativas que enfrentan los estudiantes al acceder a un financiamiento educativo, analizar las características y necesidades del mercado estudiantil, evaluar la percepción de las alternativas existentes en el mercado y definir atributos clave que debería tomar en cuenta un producto financiero educativo para que sea competitivo.

Para lograr determinar el plan estratégico comercial, se llevarán a cabo investigaciones con enfoque mixto, utilizando encuestas estructuradas a una muestra de estudiantes universitarios, complementadas con entrevistas semi-estructuradas y un taller de cocreación que permita profundizar en las experiencias, expectativas y necesidades del segmento meta.

Como resultados esperados, se desea obtener un concepto claro del mercado estudiantil, la identificación de las principales barreras de acceso a los financiamientos para la educación y la definición del valor agregado en un nuevo producto financiero. Asimismo, se espera con los insumos, poder desarrollar estrategias comerciales que orienten la implementación de un producto financiero viable, competitiva y alineada a criterios de sostenibilidad financiera.

Finalmente, se espera que la combinación de procesos digitales ágiles, requisitos flexibles y propuestas centradas en el cliente objetivo estudiantil tomando en cuenta su experiencia y expectativa permitirá crear oportunidades en el desarrollo de más soluciones financieras que contribuyan a ampliar el acceso a la educación superior en Costa Rica.

# Capítulo I

## 1. Introducción

El acceso equitativo a la educación superior privada es fundamental para dirigir el progreso económico y social de cualquier nación. Sin embargo, en Costa Rica, un segmento significativo de estudiantes universitarios, de clase media-baja, enfrenta barreras económicas críticas para iniciar o continuar sus estudios debido a la limitada disponibilidad de opciones de financiamiento accesibles y sostenibles. Aunque existen apoyos estatales y becas institucionales, estos son escasos para atender los costos asociados a la formación universitaria privada, tales como matrícula, materiales, transporte y otros gastos complementarios. Esta situación afecta, particularmente, a jóvenes provenientes de sectores vulnerables y de clase media baja, quienes, muchas veces, deben enfrentar la opción de endeudarse en condiciones menos favorables o abandonar sus planes de estudio.

La falta de productos financieros diseñados específicamente para las necesidades del sector estudiantil privado, sumado a una escasa difusión de las alternativas existentes y la ausencia de programas de acompañamiento económico, limita las posibilidades reales de muchos estudiantes para acceder a una educación superior continua y de calidad. Esta problemática no solo afecta la ruta educativa de los estudiantes, sino, también, en los índices de retención de las universidades privadas y las oportunidades de crecimiento para el país como un todo.

Ante esta realidad, es necesario crear un plan comercial estratégico que permita implementar un producto de financiamiento estudiantil enfocado en la accesibilidad, agilidad y sostenibilidad. Esta tesis sugiere identificar las principales barreras al financiamiento, comprender las necesidades del mercado estudiantil universitario privado y definir los lineamientos clave para una solución comercial que brinde una experiencia positiva a los usuarios, beneficiando así a estudiantes, familias, instituciones educativas privadas, entidad financiera y, finalmente, al desarrollo nacional.

### 1.1 Antecedentes

En este proyecto de investigación es necesario reconocer la historia del tema en estudio, así como su aplicación en entidades financieras nacionales e internacionales y diferentes fuentes de investigación consultada para el respaldo con el desarrollo del tema.

Se iniciará por comentar los antecedentes de los productos financieros educativos internacionalmente, el cual destaca que, en muchos países, el financiamiento estudiantil ha evolucionado hacia modelos más accesibles y adaptados a la realidad del estudiante. En Estados Unidos, por ejemplo, el sistema de préstamos estudiantiles, como el Federal Student Aid, les permite a los estudiantes acceder a fondos con tasas reducidas y plazos flexibles (U.S. Department of Education, 2023), este modelo para Costa Rica podría ser útil, ya que un dolor actual son las altas tasas de interés y plazos muy largos, adicional que muchas personas generan alta morosidad porque sus ingresos no les alcanzan para pagar los créditos y hay pocas opciones para créditos específicos para estudiantes en la educación privada.

Así mismo, países como Australia y Reino Unido han implementado esquemas de *income-contingent loan* (pagos contingentes al ingreso), donde los pagos del préstamo se realizan en función del ingreso de los estudiantes por medio de un umbral mínimo establecido, el cual, si no llega, el estudiante no está en la obligación de pagar, lo que permite que el estudiante sienta una protección frente a alguna deuda excesiva. Este sistema ha sido exitoso debido a que relaciona las cuotas del crédito con los ingresos reales que perciben los egresados, lo cual hace que se reduzcan la mora y el sobreendeudamiento, adicional a que elimina la barrera económica de los pagos iniciales, lo que incentiva al estudiante a matricularse sin depender de sus ingresos o de su familia. Por consiguiente, en el sistema costarricense el modelo mencionado podría ser exitoso, ya que es flexible, lo que es atractivo y significativo para los jóvenes estudiantes que están iniciando su vida laboral y no tienen ingresos muy altos; de modelo, uno de los principios que podría adaptarse puede ser el de activar los pagos basadas en la capacidad económica real, ya que estableciendo un umbral y respaldo del estado o algún fideicomiso adaptado, se podría disminuir la presión financiera y permitir mayor motivación al futuro estudiante; adicionalmente, si se integran mecanismos para débitos automáticos desde el estado, podría tenerse el control de los estudiantes que ya pasaron el umbral mínimo para que se realicen los rebajos de las cuotas de forma automática.

En América Latina, el caso de Chile destaca con el Crédito con Aval del Estado (CAE), un programa de financiamiento respaldado por el gobierno que les permite a los estudiantes estudiar en instituciones acreditadas y comenzar a pagar una vez egresados y con ingresos estables. Aunque el modelo ha tenido críticas, por su falta de transparencia en las condiciones del crédito, el sobreendeudamiento que causa en los jóvenes, y los plazos poco flexibles, representa una alternativa estructurada de inclusión financiera educativa (Brunner & Elacqua, 2020). De acuerdo

con las críticas, se puede evidenciar que un crédito tradicional no es la forma correcta de financiar los estudios, es necesaria una línea especialmente pensada en estudiantes. Por lo anterior, si se diseñara un nuevo producto para Costa Rica, se debe pensar, primeramente, en evitar el sobreendeudamiento por medio de un enfoque de capacidad de pago y no en un riesgo de crédito normal, lo cual implica diseñar esquema de pagos flexibles, ajustados al estudiante y con algún respaldo, ya sea del gobierno o de la propia universidad; adicional de la transparencia en todos los escenarios incluyendo las consecuencias del no pago o endeudamiento, apoyando al estudiante por medio de educación financiera adecuada y acompañamiento en el proceso. Otra forma de evitar caer en los errores del CAE, es establecer los límites de financiamiento, es decir, dejar que el estudiante se endeude de acuerdo con el costo y plazo de su carrera, lo que permite que no se gaste lo que no se necesita, por lo que se evita el sobreendeudamiento.

Por su parte, en Colombia, el programa *ICETEX* ofrece créditos con subsidios a la tasa de interés para poblaciones vulnerables, y en México, universidades privadas como el Tecnológico de Monterrey han implementado esquemas de becas y financiamiento a través de convenios con bancos como Banorte y BBVA.

En el contexto costarricense, el acceso a productos financieros educativos sigue siendo limitado. Sin embargo, algunas instituciones han empezado a implementar esfuerzos importantes. La Universidad de Costa Rica, a través de la Oficina de Becas y Atención Socioeconómica (OBAS), ofrece apoyo económico a estudiantes con necesidades comprobadas, aunque no cubre la totalidad de los costos universitarios.

A nivel privado, universidades como la Universidad Latina de Costa Rica y ULACIT han establecido convenios con entidades bancarias, ofreciendo opciones de financiamiento estudiantil que permiten pagar los estudios en cuotas mensuales. Sin embargo, estas ofertas todavía enfrentan barreras como el alto requerimiento de fiadores, o historial crediticio, lo cual excluye a muchos estudiantes.

Entidades financieras, como Coocique, Grupo Mutual, Coopenae y Coopeservidores, han desarrollado productos orientados a la educación, aunque no todos son específicamente para estudiantes universitarios y, a menudo, requieren la intervención de un responsable financiero (padre/madre o encargado).

Como parte de la investigación, se consultaron trabajos de graduación, tanto nacionales, como internacionales, para tener un contexto y referencia de estas.

Los antecedentes revisados muestran que, aunque existen modelos de financiamiento estudiantil exitosos a nivel nacional e internacional, su aplicación en contextos como el costarricense aún es limitada, o no está plenamente adaptada a la realidad económica de los estudiantes universitarios. Las universidades han hecho esfuerzos mediante becas y convenios, pero existe una oportunidad importante para que las entidades financieras desarrollen productos específicos para el sector estudiantil que combinen accesibilidad, flexibilidad, orientación financiera y propósito social.

Esta revisión respalda la necesidad de un planeamiento comercial estratégico que permita diseñar un producto financiero adaptado al estudiante costarricense, promoviendo la inclusión educativa y la retención universitaria.

En conclusión, tomando en cuenta el contexto y las limitaciones que se observan en los modelos nacionales e internacionales, no se deben ver como fracasos en estos, debe tomarse como oportunidades para aprender de ellos y mejorarlos, es decir, la brecha que se tiene en Costa Rica no está en la ausencia del financiamiento, sino en la falta de una solución integral, flexible y centrada en el estudiante que haga la diferencia a nivel sostenible y social.

## **1.2 Planteamiento del Problema**

El acceso a la educación superior se ve limitado por la inadecuación de opciones y de conocimiento en financiamientos accesibles y sostenibles para estudiantes universitarios de instituciones privadas en Costa Rica, especialmente aquellos provenientes de sectores vulnerables o de clase media baja. A pesar de la existencia de becas y apoyos gubernamentales, estos no siempre son suficientes para cubrir costos asociados con la educación universitaria, tales como matrícula, laboratorios u otros costos asociados. Esta barrera restringe la oportunidad superior haciendo que muchos estudiantes no puedan iniciar sus estudios, no tengan continuidad en su carrera, o bien hasta deserten de estas, por lo que esta situación ha generado una necesidad de opciones de financiamiento accesibles y flexibles que les permitan a los estudiantes o a sus encargados costear los estudios sin comprometer su estabilidad financiera. Por lo anterior, la Unesco en su revisión mundial de la educación 2022: Inclusión y equidad en la educación superior, indica: “La falta de recursos económicos sigue siendo una de las principales causas de exclusión de los jóvenes del sistema de educación superior, especialmente en países de América Latina” (Unesco, 2022).

Son aproximadamente 61 años durante los cuales en Costa Rica se ha intentado crear fondos para facilitar préstamos a estudiantes, desde 1964 que el Banco Central autorizó la creación de cartera de crédito educativo con el Banco Anglo, sin embargo, esta facilidad solamente se le ha otorgado a entidades estatales, por lo que la gran tarea de la entidad financiera privada que promueva este nuevo producto es buscar las alianzas estratégicas con las diferentes universidades privadas para promover, asesorar y dar una mejor experiencia a las personas que buscan una mejor opción de financiar sus estudios.

Las alianzas estratégicas se entienden como mecanismos de cooperación entre organizaciones que buscan beneficios mutuos y logros de objetivos comunes.

De acuerdo con el Banco Mundial (2020), los costos directos e indirectos de la educación, incluyendo matrícula, materiales y transporte, representan una barrera significativa para los estudiantes de clase media baja, quienes, a menudo, no califican para ayudas estatales, pero tampoco tienen capacidad para asumir préstamos comerciales tradicionales. Esta situación genera una brecha educativa que afecta principalmente a jóvenes que deben autofinanciarse y quienes, en muchos casos, terminan abandonando sus estudios por razones económicas (OECD, 2021).

Por lo anterior, el acceso a la educación superior en Costa Rica se ve limitado no solamente por la disponibilidad de opciones financieras, sino por la inadecuación de las alternativas existentes frente a los requerimientos reales del estudiante. Si bien es cierto que las instituciones financieras ofrecen productos de crédito, estos presentan barreras estructurales que dificultan a los jóvenes su utilización, ya que no son pensados especialmente para ellos. Es, por las razones anteriores, que se identifican subproblemas que deben analizarse:

- En primer lugar, se identifica un problema de acceso, el cual viene de requisitos financieros inalcanzables para los jóvenes estudiantes, tales como la firma de fiadores con alta capacidad económica, historial crediticio previo o ingresos mayores a un umbral; condiciones que pocos estudiantes pueden cumplir,
- En segundo lugar, existe la falta de flexibilidad, ya que los plazos son diseñados para créditos normales, es decir son largos, y las cuotas no son adecuadas a sus ingresos, sin pensar en un producto adecuado para ellos con tasas de interés adecuadas, analizando otra manera de medir el riesgo y de incluir otro tipo de respaldos financieros,

- Otro de los problemas que se evidencia es la mala experiencia del usuario, la cual involucra procesos de solicitud largos, presenciales, burocráticos y con escasa transparencia en la información que se brinda, lo que conlleva al desconocimiento de las funciones en productos financieros.

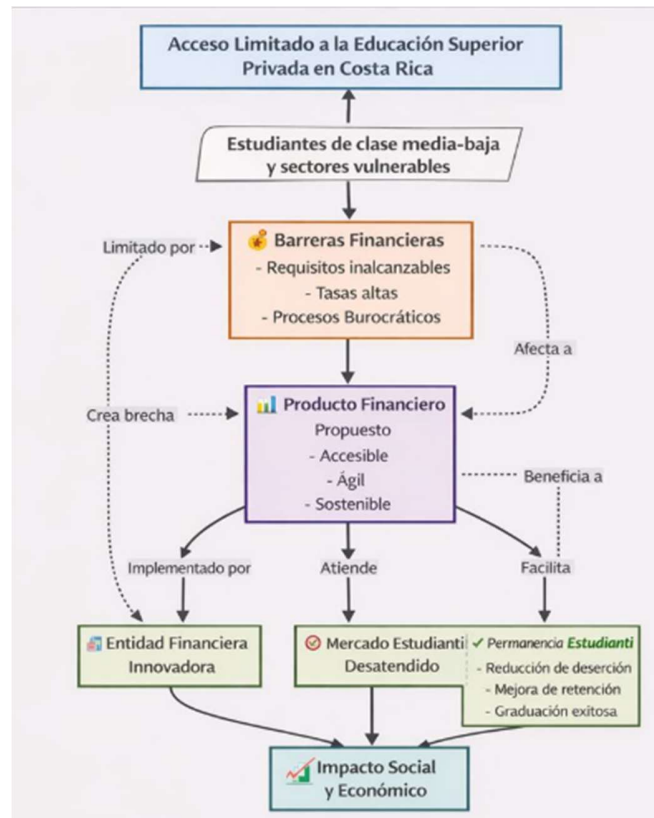
Dicha problemática afecta a jóvenes como Ethan, un estudiante de 20 años, proveniente de una clase media-baja, quien no pudo ingresar a universidad estatal, quiere estudiar, pero su salario es muy bajo, por lo que no le alcanza para ayudar con sus gastos y pagarse una universidad privada en la carrera que desea; por no tener un récord crediticio no le brindan un préstamo tradicional, y sus padres, al estar endeudados, tampoco tienen la posibilidad de adquirirlo, por lo que Ethan teme endeudar más a su familia. Esto hace que el problema se convierta en una necesidad real, ya que representa un segmento creciente de estudiantes que tienen la misma condición y se les dificulta ingresar a una universidad.

Por lo tanto, esta investigación busca abordar la problemática mencionada mediante el diseño del plan estratégico comercial de una nueva opción de financiamiento para estudiantes que facilite el acceso a la educación universitaria privada en Costa Rica. Se investigarán las barreras actuales en el acceso a un crédito educativo, necesidades y expectativas, tanto del segmento administrador de las universidades, como del segmento estudiantil privado. A través de la investigación, se pretende adecuar el nuevo producto financiero para que sea atractivo en el mercado, con fácil y oportuna asesoría financiera, transparencia en su funcionamiento y que no solo beneficie a los estudiantes, sino que, también, represente una oportunidad de crecimiento y diferenciación para la entidad bancaria que lo implementará.

A continuación, se presenta un flujograma donde se representa cómo el acceso limitado a la educación superior privada en Costa Rica, especialmente en los jóvenes de clase media baja, está restringido por barreras financieras como requisitos, tasas de interés altas por la medición de sus riesgos y procesos burocráticos, lo cual crea una brecha educativa y social significativa:

## Ilustración 1

### Flujograma planteamiento del problema



**Fuente:** Elaboración propia.

Como solución, en el esquema se refleja la propuesta de un producto financiero accesible, ágil y sostenible implementado por alguna entidad financiera innovadora, dirigido a un mercado estudiantil desatendido, por lo que el producto beneficiaría la permanencia estudiantil al reducir la deserción y mejorar la retención.

### 1.3 Formulación del Problema

El factor económico es una barrera primordial para acceder a la universidad; solo el 39 % de la población logra entrar a la universidad y el 61 % de jóvenes entre 18-24 años no lo logra, resalta *El Observador CR*. Las instituciones privadas graduaron al 54 % de los titulados universitarios entre 2018 y 2023, siendo pilares para el desarrollo, pero necesitan apoyo para ampliar el acceso.

En la actualidad, solamente un 35 % de los jóvenes termina la universidad según *El Observador CR*, lo cual representa un número considerable de estudiantes universitarios que enfrenta dificultades para acceder y permanecer en la educación superior debido a la falta de mejores opciones de financiamiento que sean accesibles, adaptadas a su realidad económica. A pesar de la existencia de programas estatales y privados, muchos presentan limitaciones como trámites complejos, altos intereses o condiciones limitadas. Esta situación genera una brecha educativa que impacta, principalmente, a jóvenes que deben pagarse sus estudios y quienes, muchas veces, se ven obligados a abandonar sus estudios por falta de recursos, o padres que les apoyan con dicho proceso. Actualmente, existe una carencia de un enfoque comercial estratégico orientado al desarrollo de productos de financiamiento educativo que respondan a las necesidades reales de los estudiantes universitarios en Costa Rica. Esta ausencia limita, tanto el acceso equitativo a la educación superior, como la permanencia estudiantil en las universidades. Por lo tanto, este proyecto de investigación busca dar respuesta a la siguiente pregunta principal y a sus respectivas preguntas específicas:

¿Cómo contribuye un planeamiento comercial estratégico en la implementación de un nuevo producto financiero accesible, ágil y sostenible para estudiantes universitarios en el I cuatrimestre 2026?

1. ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan los estudiantes universitarios al acceder a financiamiento educativo?
2. ¿Qué atributos de producto y de servicio son prioritarios para el segmento estudiantil en Costa Rica?
3. ¿Cuáles son los impedimento operativos y psicológicos que un nuevo proceso de financiamiento debe eliminar para garantizar una experiencia superior en el usuario?
4. ¿Qué estrategia de posicionamiento y de canales de comunicación son más efectivos para generar confianza y adopción de un nuevo producto en el mercado meta?

#### **1.4 Justificación**

El acceso a la educación superior es un pilar fundamental para el desarrollo social y económico de un país. Sin embargo, las dificultades financieras siguen siendo un obstáculo significativo para muchos estudiantes universitarios de educación privada, lo que se traduce en

tasas elevadas de deserción académica o alargamiento de inicio de estudios. Más allá de esta realidad, existe una brecha crítica en el mercado y en la literatura académica: la ausencia de un producto financiero diseñado estructuralmente para el perfil del “estudiante-trabajador” de la universidad privada en Costa Rica. Mientras que la banca tradicional se enfoca en clientes con historial crediticio y CONAPE (Comisión Nacional de Préstamos para Educación) presenta barreras burocráticas, esta investigación propone una solución estratégica que responde directamente a esta brecha

Investigar y proponer una estrategia comercial para un producto de financiamiento de estudios universitarios, es crucial, ya que permitiría diseñar soluciones innovadoras, flexibles y adaptadas a la realidad económica de los estudiantes, adicional a que tengan una experiencia ágil y transparente en el proceso.

Un modelo de plan comercial adecuado no solo beneficiará a los alumnos o estudiantes universitarios de instituciones privadas, quienes tendrán acceso a alternativas de financiamiento más accesibles y adaptado a sus necesidades por medio de un producto pensado en ellos y un proceso ágil que no les genere otra preocupación, sino, también, a sus padres de familia o encargados, quienes podrían ver reducida la carga económica asociada a la educación superior de sus hijos; adicional a las instituciones de educación superior a quienes se les podría disminuir la deserción académica y mejorar sus tasas de retención estudiantil y facilitarles el traer nuevos estudiantes; por consiguiente, hará diferencia en la entidad financiera que lo implementará, promoviendo un ecosistema sostenible que impulse la educación y el desarrollo del país.

Adicionalmente, desde un enfoque estratégico, el proyecto representa una buena oportunidad de negocio para las entidades financieras por atraer a nuevos nichos de mercado, como lo es el segmento de universitarios, el cual tiene alto potencial de desarrollo y fidelización en sus primeros servicios financieros por sentirse importante y respaldado por la entidad. Asimismo, con la primera oportunidad de apoyar al estudiante, implica no solamente la ampliación en la cartera, sino que, también, ese cliente puede, a largo o mediano plazo, pensar otros productos como vivienda, auto, inversión, entre otros, ya que la entidad tendrá la confianza que ese cliente necesita. Por su parte, desarrollar un producto pensado específicamente para los estudiantes, hace una diferenciación en la reputación de la entidad financiera por ser comprometida con el desarrollo social y económico del país.

## **1.5 Objetivos**

### ***1.5.1 Objetivo General***

Diseñar un plan estratégico comercial para la implementación de un producto de financiamiento accesible, ágil y sostenible dirigido a estudiantes universitarios privados en Costa Rica, con el fin de facilitar su acceso y permanencia en la educación superior.

### ***1.5.2 Objetivos Específicos***

- Identificar las principales barreras económicas, sociales y operativas que enfrentan los estudiantes universitarios al momento de acceder a opciones de financiamiento educativo,
- Analizar las características y necesidades del mercado estudiantil en relación con productos financieros educativos, considerando su realidad económica y sus expectativas,
- Establecer un análisis comparativo de la competencia a nivel de financiamientos estudiantiles en Costa Rica,
- Proponer una estrategia comercial que contemple una experiencia de usuario ágil, transparente y adaptada a las condiciones reales del estudiante y su núcleo familiar.

## **1.6 Delimitación o Alcance**

Espacial: el estudio se centrará en estudiantes y universidades de educación superior privada en Costa Rica.

Temporal: se analizarán datos de los últimos 4 meses y se propondrá su plan comercial estratégico aplicable para el I cuatrimestre 2026.

## **1.7 Limitaciones**

Algunas limitaciones encontradas al realizar la investigación son:

- Tiempo disponible para realizar el trabajo de tesis limita el poder profundizar más en aspectos de entrevistas a más universidades o bien observación en campo. Para mitigar esta limitación, se priorizará la investigación en la selección estratégica para concentrar el trabajo en universidades privadas representativas del mercado objetivo con el fin de obtener información relevante y suficiente para el análisis deseado,
- El uso de información confidencial en la entidad financiera limita indagar más en el tipo de financiamiento que se va a ofrecer. Para mitigar esta limitación, la investigación se centrará

en la perspectiva del cliente y la estrategia de mercado, en lugar de los detalles específicos operativos del producto en la entidad, asegurando que la propuesta valor sea sólida, independientemente de la estructura de costos interna.

## 1.8 Definición de Términos Clave

A continuación, se presenta una tabla con términos clave con el objetivo de apoyarse en el entendimiento de los conceptos más utilizados

**Tabla 1**

*Términos clave*

<b>Concepto</b>	<b>Definición</b>
<b>Plan estratégico comercial</b>	Conjunto de decisiones y acciones orientada a definir cómo una organización diseñará, posicionará, comunicará y comercializará un producto o servicio a un mercado meta, con el fin de alcanzar objetivos comerciales y estratégicos.
<b>Producto financiero sostenible</b>	Producto diseñado para satisfacer una necesidad específica del mercado, equilibrando la viabilidad económica con el impacto social positivo para el usuario.
<b>Experiencia de usuario ágil</b>	Medición de la percepción en usuarios en relación con procesos rápidos, simples y centrados en el cliente, minimizando barreras en la aprobación y gestión de los productos o servicios solicitados.
<b>Mercado estudiantil privado</b>	Segmento de mercado confirmado por estudiantes universitarios que cursan sus carreras en instituciones privadas.
<b>Transparencia financiera</b>	Información clara, completa, comprensible sobre las condiciones, costos, riesgos y beneficios de un producto financiero.
<b>Barreras de acceso</b>	Obstáculos económicos, operativos y de percepción que dificultan que los estudiantes accedan a productos

	financieros, incluyendo requisitos, rigidez y procesos burocráticos.
<b>Financiamiento educativo</b>	Mecanismo financiero destinado a facilitar el acceso, la permanencia y finalización de estudios en los distintos niveles de educación, mediante créditos, becas u otros instrumentos que cubren costos directos e indirectos de la formación académica.
<b>Propuesta valor</b>	Conjunto de beneficios funcionales, emocionales y sociales que una organización ofrece a un segmento específico, diferenciándose de la competencia y respondiendo de manera clara a las necesidades y expectativas del mercado objetivo.
<b>Sostenibilidad</b>	Capacidad de un producto o estrategia para mantenerse rentable y competitiva en el tiempo, asegurando la continuidad del negocio sin comprometer el valor entregado al cliente ni el impacto social esperado.
<b>Deserción Universitaria</b>	Abandono de los estudios superiores antes de su finalización, frecuentemente asociado a factores económicos, falta de apoyo financiero y dificultades para conciliar estudios y obligaciones personales.

Fuente: Elaboración propia.

## 1.9 Estructura de la Tesis

El primer capítulo comprende el establecimiento del problema de la investigación, objetivo general, objetivos específicos, justificación, alcances, limitaciones y antecedentes que guiarían la investigación.

El segundo capítulo está compuesto por el marco teórico, el cual abarca la definición de conceptos y términos vinculados con los objetivos de la investigación

El tercer capítulo cubre el marco metodológico, el cual permitirá conocer el enfoque, muestras, unidades de análisis, herramientas utilizadas, recolección de información, además del análisis que será empleado para realizar la propuesta.

El cuarto capítulo analizará e interpretará toda la información recolectada por medio de los talleres de cocreación y entrevistas realizadas a las diferentes partes interesadas del producto, así como de la competencia.

El quinto capítulo abarcará las conclusiones y recomendaciones obtenidas de la investigación y el análisis de la información recolectadas del tercer y cuarto capítulo.

Por último, el sexto capítulo realizará la propuesta comercial para el producto, de acuerdo con los resultados obtenidos.

## Capítulo II

### 2. Marco Teórico

Al revisar la información para el proyecto de investigación, se toman conceptos clave derivados de los objetivos con el fin de que sean sustentados por la teoría y así genere más claridad y entendimiento en la secuencia del proyecto que será presentado. Cada concepto enlaza las ideas con citas bibliográficas, llevando el hilo conductor del trabajo de investigación.

Desde las teorías y los conocimientos más recientes, se realiza lo necesario para construir un enfoque amplio y realista del entorno comercial, educativo, financiero y social que encierra a las entidades financieras y universidades privadas del país.

#### 2.1 La Educación Superior como Pilar del Desarrollo

La educación superior es ampliamente reconocida en la literatura académica y en los organismos internacionales como un factor estructural del desarrollo económico y social, debido a su contribución directa a la formación de capital humano, la reducción de desigualdades y la generación de capacidades productivas y sociales.

La UNESCO define el papel de la educación superior en el desarrollo de la siguiente forma: “La educación superior desempeña un papel esencial en el desarrollo sostenible, al formar capital humano avanzado, promover la inclusión social, fortalecer la ciudadanía y generar conocimiento e innovación para el progreso económico y social” (UNESCO, 2021, p.7).

El concepto anterior, para efectos de la investigación, refleja que la educación superior no es solo una formación profesional, sino que ayuda como instrumento estratégico para el desarrollo integral de la sociedad costarricense.

##### *2.1.1 Teorías sobre el Capital Humano y Desarrollo Social*

Según estudios contemporáneos de Capital Humano, la educación superior les permite a los individuos o personas adquirir capacidades y competencias que incrementan su productividad y contribuyen al desarrollo económico y social de un país (UNESCO, 2024).

El Banco Mundial define el capital humano de forma textual como: “El capital humano consiste en los conocimientos, las habilidades y la salud que las personas acumulan a lo largo de

su vida, lo que les permite alcanzar su potencial productivo como miembros de la sociedad” (World Bank, 2020, p.1).

Desde este análisis, la educación superior puede considerarse una de las más elevadas formas de inversión en el capital humano, ya que desarrolla competencias, formas especializadas de pensamiento crítico y capacidades para innovar que están muy ligadas al desarrollo económico para Costa Rica.

Asimismo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) vincula, explícitamente, la educación superior con el desarrollo social, señalando que: “Los niveles más altos de educación están asociados con mejores resultados en empleo, ingresos, salud y participación cívica, lo que contribuye al bienestar individual y al desarrollo social” (OECD, 2022, p.35).

Por lo anterior, la educación superior no solo genera mejores ingresos a nivel personal, sino que, también, fortalece y transforma la cohesión social, la eliminación de pobreza y promueve mayor movilidad social en las economías emergentes, así como en los países de desarrollo.

### ***2.1.2 El Rol de la Educación Superior en la Economía del Conocimiento***

La educación superior es muy importante para la economía del conocimiento. Esto significa que la economía del conocimiento es un modelo donde la creación, el intercambio y el uso del conocimiento hacen que la economía crezca. Las universidades y los centros de educación superior no solo enseñan a las personas, también hacen investigaciones, innovan y aplican nuevas tecnologías.

Organismos multilaterales como UNESCO y el Banco Mundial han destacado que los sistemas de educación superior deben alinearse con las demandas del mercado laboral y del contexto tecnológico para maximizar su aporte al desarrollo sostenible.

El Banco Mundial define la economía del conocimiento de la siguiente manera: “Una economía del conocimiento es aquella en la que la creación, adquisición difusión y uso del conocimiento desempeñan un papel predominante en el crecimiento económico y el desarrollo” (World Bank, 2021, p.3). En este caso, las instituciones de educación superior sirven como puntos clave para la creación y difusión del conocimiento a través de la formación de personas calificadas profesionalmente.

La UNESCO refuerza este enfoque al señalar que “las instituciones de educación superior son actores centrales en la economía del conocimiento, ya que generan investigación, fomentan la innovación y preparan a los graduados para enfrentar los desafíos de mercados laborales cada vez más complejos y dinámicos” (UNESCO, 2022, p.14).

Por lo tanto, el acceso y la permanencia en las universidades se convierten en factores estratégicos para el desarrollo económico sostenible, especialmente en países que buscan integrarse de manera competitiva a la economía global.

Para conceptualizar el desarrollo económico, según Wikipedia, se refiere a una forma de crecimiento que no solo busca incrementar la producción y los ingresos de un país, sino que lo hace de manera que satisfaga las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras, tanto en lo económico, como en lo social y ambiental, de forma que las tres dimensiones coexistan.

En Costa Rica, muchas universidades han tratado de cumplir con objetivos de desarrollo sostenible, realizando iniciativas como prácticas ambientales y de responsabilidad institucional, lo que contribuye a la sostenibilidad educativa y, a la vez, con el cuidado del ambiente. Por su parte, muchas universidades, alrededor del mundo, incluyen en sus estrategias la integración de sus Objetivos de Desarrollo Sostenible en su perfil y en sus proyectos, y son destacadas por sus alianzas globales sobre el medio ambiente y sostenibilidad, práctica que puede ser utilizada a nivel nacional para una mejor estrategia de desarrollo sostenible.

El análisis textual de la sección permite fundamentar la importancia estratégica de la educación superior como motor de desarrollo económico y social, lo que respalda el objetivo general del proyecto, al justificar la necesidad de diseñar modelos financieros que faciliten el acceso y la permanencia en los estudiantes universitarios.

## **2.2 Acceso y Permanencia en la Educación Superior**

El acceso y la permanencia en las universidades constituye dimensiones fundamentales para garantizar que la inversión educativa obtenga resultados de calidad, tanto para las personas, como para la sociedad.

La UNESCO señala: “Garantizar el acceso equitativo a la educación superior, así como la permanencia y finalización de los estudios, es fundamental para reducir desigualdades y promover el desarrollo sostenible” (UNESCO, 2021, p.1).

Por lo anterior, el acceso se puede entender como un proceso integral que abarca condiciones financieras, sociales, institucionales y operativas, las cuales influyen, directamente, en la continuidad de los estudiantes dentro del sistema educativo.

De acuerdo con la literatura investigada, en América Latina y el Caribe las políticas de financiamiento estudiantil demuestran que el acceso, por sí solo, no garantiza la permanencia de los estudiantes en las universidades: la administración, la cobertura y el diseño de los programas es clave para las necesidades de los estudiantes y reducir dichas barreras.

En conclusión, los desafíos como dificultades para cubrir no solo matrícula sino cursos completos, la falta de plataformas centralizadas y deficiencia en las instituciones son las que desmotivan los ingresos y la permanencia de los estudiantes, por lo que Costa Rica debe trabajar en minimizar dichas barreras para lograr la mejora en dicha experiencia; por lo que las recomendaciones para no caer en los mismos errores es centralizar la gestión de ayudas en plataformas en línea, establecer criterios inclusivos, articular programas de becas de acuerdo con las verdaderas necesidades de los estudiantes, fortalecer monitoreo y seguimiento para garantizar que el estudiante haya tenido y esté teniendo la mejor experiencia académica, financiera y social.

### ***2.2.1 Modelos de Financiamiento Educativo***

El Banco Mundial define el financiamiento educativo de la siguiente manera: “El financiamiento de la educación superior incluye el conjunto de políticas, instrumentos y recursos destinados a cubrir los costos y manutención de los estudiantes, con el fin de ampliar el acceso, mejorar la equidad y asegurar la sostenibilidad del sistema” (World Bank, 2020).

En términos generales, las principales formas de apoyo financiero se pueden clasificar en becas, créditos educativos, o subsidios, los cuales pueden tener carácter público, privado o mixto. Cada modelo presenta ventajas y limitaciones según su diseño, su estructura de financiamiento y las condiciones de acceso que impone a los beneficiarios.

Los modelos mencionados se basan en herramientas o mecanismos mediante los cuales las instituciones les facilitan a los estudiantes recursos necesarios para que puedan acceder y permanecer en la educación superior.

Un enfoque comparado en América Latina muestra que países como Perú, Colombia, Chile y Costa Rica implementan combinaciones de becas y créditos educativos, donde cada país presenta

diferentes grados de cobertura y condiciones de reembolso (Banco Interamericano de Desarrollo, 2025).

Las becas se caracterizan por ser apoyos financieros no reembolsables, generalmente asignados con base en mérito académico, condición socioeconómica o criterios de equidad. Según la OECD: “Los programas de becas en educación superior tienen como objetivo principal promover el acceso de estudiantes de bajos ingresos y mejorar la equidad del sistema educativo” (OECD, 2022, p.211).

En Costa Rica, la mayoría de becas son de universidades públicas, las cuales han desarrollado sistemas de apoyos socioeconómicos para estudiantes con recursos limitados. Un ejemplo es el Sistema de Becas y Atención Socioeconómica de la Universidad de Costa Rica, que tiene diferentes porcentajes de becas según la situación económica de estudiante; además de otros beneficios como transporte, alimentación, estadía, préstamos de libros, entre otros beneficios que forman parte del sistema. Sin embargo, el ingreso a la UCR es limitado, y la mayoría de los estudiantes debe de optar por universidades privadas, las cuales, al no tener un presupuesto del estado, la ayuda de becas es limitada. Un ejemplo son las becas que ofrecen a estudiantes egresados, o bien por la situación económica del estudiante ofrecen descuentos en las matrículas y cursos, pero no es suficiente para cubrir todos los gastos que las carreras implican.

Para el caso de Costa Rica, aunque las becas existen y tienen impacto positivo, hay oportunidades de mejora para ampliar su acceso, alcance y utilidad, como lo son el acompañamiento y la comunicación de requisitos, los procedimientos y beneficios claros. Otra de las mejoras es simplificar el proceso, para evitar la documentación, burocracia y manualidad, ya que las nuevas generaciones son más digitales y buscan trámites rápidos. Adicionalmente, coordinar alianzas entre universidades públicas y privadas con el Gobierno podrían fomentar la equidad en optar por becas.

Por otra parte, los créditos educativos les permiten a los estudiantes financiar sus estudios mediante préstamos que se reembolsan en mediano o largo plazo, usualmente bajo condiciones preferenciales. El Banco Interamericano de Desarrollo señala que “los préstamos estudiantiles bien diseñados contribuyen a ampliar el acceso a la educación superior siempre que incorporen condiciones flexibles de pago y mecanismos de protección para los estudiantes” (BID, 2021, p.14).

En América Latina, los subsidios estatales también cumplen un rol relevante, especialmente en universidades públicas. Estos subsidios reducen los costos de matrícula y permiten que amplios

sectores de la población accedan a la educación superior. La UNESCO destaca que “los subsidios públicos a la educación superior continúan siendo un instrumento clave para garantizar el acceso, particularmente en países con altos niveles de desigualdad” (UNESCO, 2022, p.68).

De acuerdo con la literatura investigada, tanto los créditos educativos, como los subsidios, son particularmente en universidades públicas, por ejemplo, CONAPE es una institución que otorga créditos a estudiantes que buscan financiar sus estudios hasta que finalice la carrera y el Fondo Especial para la Educación Superior (FEES), el cual financia la concesión de becas socioeconómicas y proyectos de desarrollo estudiantil. Sin embargo, podrían existir formas para adaptarlos a estudiantes de universidades privadas por medio de la extensión de dichos programas en becas de equidad basado en criterios socioeconómicos y de rendimiento; otra forma de adaptación puede ser incentivar a las universidades privadas por medio de reconocimientos o beneficios tributarios, a las que implementen políticas de subsidios y financiamientos favorables para los estudiantes.

#### **2.2.1.1 Modelos Internacionales de Financiamiento Educativo.**

En muchos países desarrollados, y en vías de desarrollo, los sistemas de financiamiento de educación superior combinan diferentes herramientas, las cuales se mencionan a continuación:

**Becas de mérito y necesidad económica:** otorgadas en función del rendimiento académico o la situación económica del estudiante. Estas becas suelen ser no reembolsables, lo que las hace instrumentos efectivos para ampliar el acceso sin generar cargas financieras futuras para los estudiantes (Salazar-Fernández, J.P., Muñoz-Gama, J. y Sepúlveda, M, 2025).

**Créditos estudiantiles reembolsables:** de acuerdo con los autores Pinjas Albagli y Andrés García, en el artículo *Repensando el diseño de los préstamos estudiantiles: evidencia de una reforma basada en precios en la educación superior chilena*, de *Revista Económica*, 2025, estos créditos les permiten a los estudiantes financiar sus estudios con la obligación de pagar la deuda una vez finalizados o alcanzada un determinado nivel de ingreso. Estos instrumentos, si bien amplían la cobertura, pueden representar una carga financiera si no se diseñan con condiciones flexibles de repago. Investigaciones recientes, resaltan la necesidad de términos de reembolso ajustados al ingreso futuro del estudiante para mitigar efectos negativos en la inscripción y permanencia académica.

**Subsidios y exoneraciones:** incluyen mecanismos como la eliminación de matrículas o subsidios directos a familias de bajos ingresos para cubrir no solo la matrícula, sino, también, otros costos asociados, como el transporte, materiales, alimentación, entre otros.

En algunos contextos europeos y latinoamericanos, las políticas de gratuidad o subsidios progresivos han demostrado reducir barreras económicas e incrementar la matrícula para estudiantes vulnerables (OECD, 2025).

La evidencia internacional demuestra que los modelos mencionados funcionan mejor cuando se integran mecanismos de becas, subsidios y los créditos más flexibles, tomando en cuenta las condiciones económicas políticas de cada país. Para Costa Rica, dichos modelos pueden traer ventajas como mayor equidad en el acceso de apoyos, diversificación en los canales y tipos de financiamiento. Sin embargo, se deben considerar costos fiscales, criterios de elegibilidad y coordinación entre las instituciones públicas y privadas para trabajar en conjunto.

#### **2.2.1.2 Modelos de Financiamiento en América Latina.**

Sus modelos han evolucionado, sin embargo, persisten desafíos de equidad y cobertura. A continuación, se detallan algunos:

**Créditos educativos públicos y semipúblicos:** países como Colombia han desarrollado modelos centrados en créditos educativos administrados por entidades gubernamentales (ICETEX), que ofrecen líneas de crédito para financiar matrícula y gastos de estudio con condiciones preferenciales y, en algunos casos, subsidios adicionales (ICETEX, 2026).

**Programas de becas estatales y privadas:** de acuerdo con lo que indica el artículo de *Nuevas líneas de financiación de la educación superior, 2025*, varios países destinan su parte de su presupuesto para financiar becas dirigidas a estudiantes con alto rendimiento o en condiciones socioeconómicas vulnerables, lo que refuerza la equidad educativa.

**Subsidios focalizados para grupos vulnerables:** modelos como el crédito ACCES en Colombia, integran subsidios sobre la matrícula y el apoyo al sostenimiento familiar para estudiantes de estratos socioeconómicos bajos, lo cual representa una estrategia orientada a disminuir barreras de acceso (ICETEX, Largo plazo ACCES).

Un análisis comparativo de los esquemas de financiamiento educativo en la región evidencia que, aunque la mayoría de países usan una mezcla de becas, créditos y subsidios, la

proporción de recursos públicos dedicados a estos instrumentos varía. En países como Chile, la asignación del presupuesto a becas puede superar el 60 % del gasto de educación superior, mientras que, en otros, como México o Perú, están por debajo del 10 %, lo que genera diferencias en la cobertura y equidad de los sistemas educativos (Nuevas líneas de financiación de la educación superior, 2025).

Los modelos de financiamiento educativo en Latinoamérica presentan diferencias significativas en cuanto a cobertura, sostenibilidad y endeudamiento estudiantil, como se observa en la Tabla 2 de comparación en esquemas de ciertos países de la región.

**Tabla 2**

*Comparación de modelos de financiamiento América Latina*

País	Modelo	Instrumentos principales	Ventajas	Desventajas
<b>Chile</b>	Sistema mixto con fuerte intervención estatal	Becas estatales, pagos parciales, créditos de ingreso	Amplia cobertura, enfoque para estudiantes vulnerables	Alta complejidad administrativa, endeudamiento, dependencia del presupuesto público
<b>Colombia</b>	Créditos educativos públicos focalizados	Créditos educativos subsidiados, becas por mérito y condición socioeconómica	Mayor acceso a estudiantes de bajos recursos, subsidios parciales	Endeudamiento, percepción negativa del crédito, riesgo a manchas crediticias
<b>Costa Rica</b>	Modelo combinado público-privado	Becas institucionales, créditos educativos	Estabilidad institucional, sistemas financieros	Oferta limitada, restricciones en créditos, poco flexibles
<b>México</b>	Predominio de subsidios institucionales y becas	Becas federales, apoyos directos,	Reducción de costos en matrículas	Cobertura limitada, escasa oferta de créditos educativos

<b>Perú</b>	Modelo mixto enfocado en becas competitivas	Créditos educativos públicos y privados	Incentivo al mérito académico, apoyo a estudiantes de alto rendimiento	Menor cobertura en sectores medios
-------------	---	---	--	------------------------------------

Fuente: elaboración propia.

En la tabla anterior se muestra que los países de América Latina han desarrollado mecanismos mixtos de financiamiento educativos tomando como base las becas, los créditos y subsidios, pero con diferentes coberturas y focalización. Estas diferencias entre modelos, hace ver las políticas fiscales de cada país y sus prioridades en equidad, acceso y responsabilidad financiera de los estudiantes universitarios.

### ***2.2.2 Barreras de Acceso a la Educación Superior***

Acceder a la educación superior es un problema estructural en muchos países, en especial América Latina, en donde aún persisten desigualdades sociales y económicas que restringen las oportunidades educativas a grandes segmentos de la población.

La literatura especializada coincide en que esas condiciones no provienen de un solo factor, sino de la interrelación de obstáculos económicos, sociales y operativos, que inciden, tanto en lo relativo al ingreso, como en lo que corresponde a la permanencia de los estudiantes en el sistema de educación superior (Nascimento et al.,2022).

Desde un enfoque global, se debe abordar el tema de las barreras de acceso a partir de un análisis construido en las condiciones económicas, institucionales y socioculturales en las que se encuentran los estudiantes, así como del modo en que los sistemas educativos y financieros son capaces de dar respuesta a las necesidades que ellos presentan (Espinoza-Bravo y Cabezas - Cabezas, 2024).

Por su parte, el Banco Mundial identifica que “las barreras económicas, sociales e institucionales continúan limitando el acceso a la educación superior, particularmente para estudiantes provenientes de hogares de bajos ingresos” (World Bank, 2021, p. 89).

En resumen, las barreras de acceso a la educación superior constituyen un fenómeno que no puede entenderse ni atenderse de forma aislada, la evidencia de la literatura muestra la manera en que las limitaciones económicas, sociales y operativas se conectan afectando a los estudiantes socioeconómicamente vulnerables por las desigualdades. Las barreras no solamente se presentan en el ingreso de las carreras universitarias, sino que, también, afectan la permanencia y finalización de los estudios. Por lo tanto, se puede ver la necesidad de revisar dichos modelos e integrarlos de acuerdo con la necesidades inclusivas, flexibles y sostenibles de los estudiantes.

**Barreras económicas:** según indica la revista *Educación Superior y Sociedad* (ESS), 2022, volumen 34: las barreras económicas son ampliamente reconocidas como el principal obstáculo para el acceso equitativo a la educación superior. Estas barreras incluyen no solo los costos directos de matrícula, sino, también, los costos indirectos asociados, tales como transporte, materiales académicos, alojamiento, alimentación y conectividad digital. Diversos estudios señalan que, incluso en países donde existen sistemas de educación pública, los gastos indirectos representan una carga significativa para los hogares de menores ingresos, lo que incrementa la probabilidad de deserción temprana o exclusión educativa (Nascimento et al., 2022).

En América Latina esta situación se agrava debido a altos niveles de informalidad laboral en los hogares, lo que reduce la elegibilidad de los estudiantes para productos financieros y aumenta la dependencia de apoyos familiares o trabajos informales que interfieren con el desempeño académico (Nascimento, D. V. do, Mutize, T., y Roser Chinchilla, J. F. (2022). *Acceso universal a la educación superior: Tendencias, barreras y factores impulsores. Revista Educación Superior y Sociedad* (ESS), 34(1), 642–667.)

Asimismo, la OECD señala: “El costo de la educación superior sigue siendo uno de los principales factores que explican las desigualdades en el acceso y la finalización de los estudios universitarios “(OECD, 2021, p. 143).

En el marco costarricense, las barreras económicas se ven agravadas, ya que la mayoría de los hogares dependen de ingresos formales o variables, lo que limita a los estudiantes para optar por créditos para financiar sus estudios y reduce su capacidad de asumir pagos. No obstante, dichas barreras podrían minimizarse con la búsqueda de apoyos parciales para cubrir costos indirectos de financiamientos educativos por medio de alianzas estratégicas entre las universidades privadas y

otras instituciones y así evitar la presión económica en la sociedad estudiantil con innovación educativa y equidad en el sistema universitario.

**Barreras sociales:** las barreras sociales están vinculadas a factores estructurales y culturales que inciden, directamente, en las decisiones educativas de los individuos. Entre ellas se encuentran el nivel educativo de los padres, el capital cultural del hogar, la ubicación geográfica, el género y la permanencia a grupos socialmente vulnerables. Investigaciones recientes evidencian que los estudiantes provenientes de hogares con bajo capital educativo enfrentan mayores dificultades para acceder a la educación superior, debido a la falta de información, orientación vocacional y redes de apoyo académico (Espinoza-Bravo y Cabezas-Cabezas, 2024).

Estas barreras se intensifican en zonas rurales o periféricas, donde la oferta educativa es limitada y los costos de traslado o reubicación representan un obstáculo adicional. Asimismo, grupos como personas con discapacidad, estudiantes de primera generación universitaria o provenientes de contextos socioeconómicos desfavorecidos enfrentan barreras adicionales asociadas a la exclusión social, la estigmatización y la falta de adaptaciones institucionales adecuadas (Latapí Sarre, 2025).

Adicional, la UNESCO indica lo siguiente: “Los estudiantes de primera generación y aquellos provenientes de contextos vulnerables, enfrentan mayores dificultades para acceder y permanecer en la educación superior” (UNESCO, 2021, p.117).

En el contexto costarricense, las barreras económicas se representan mayormente en zonas rurales y alrededores, donde hay limitada oferta educativa y los costos asociados a traslado intensifican las desigualdades existentes. Asimismo, grupos de estudiantes como los discapacitados y otros enfrentan obstáculos adicionales relacionados con falta de información, orientación y adecuaciones institucionales, lo cual aumentó la posibilidad de deserción. En consecuencia, superar las barreras sociales en Costa Rica debe ser una propuesta que combine instrumentos financieros con acompañamiento, orientación y comunicación más clara y efectiva.

**Barreras operativas e institucionales:** de acuerdo con Latapí Sarre, 2025: “Las barreras operativas se refieren a los obstáculos administrativos, procedimentales y tecnológicos que dificultan el acceso efectivo a la educación superior y a los mecanismos de financiamiento disponibles. Estas incluyen procesos de admisión complejos, requisitos excesivos, trámites

prolongados, falta de claridad en la información y una limitada orientación al estudiante durante los procesos de postulación”.

En el ámbito del financiamiento educativo, la literatura destaca que muchos programas presentan procesos poco amigables, con alta carga documental y tiempos de respuesta prolongados, lo que desmotiva la postulación, especialmente con estudiantes de baja alfabetización financiera o digital.

Finalmente, las barreras operativas o institucionales están asociadas a procesos administrativos complejos, falta de información clara sobre opciones de financiamiento, trámites extensos y limitaciones en los sistemas de apoyo estudiantil. El BID señala lo siguiente: “La complejidad administrativa y la escasa transparencia en los procesos de financiamiento educativo, constituyen obstáculos significativos para los estudiantes” (BID, 2021, p.19).

En nuestro país se reflejan estas barreras operativas con trámites burocráticos, los cuales solicitan muchos documentos manuales y aprobaciones largas, lo que, en ocasiones, complica el nuevo ingreso o bien devoluciones en los trámites que alargan las respuestas, es por ese motivo que, operativamente, se debe pensar más en la comodidad, rapidez y el acompañamiento del estudiante en los procesos, dar continuidad y seguimiento a su experiencia y tratar de automatizar los procesos para comodidad, tanto de la institución, como del estudiante.

**Interacción de las barreras y relevancia para el financiamiento educativo:** la evidencia académica señala que las barreras económicas, sociales y operativas no actúan de manera aislada, sino que se refuerzan mutuamente. Un estudiante de bajos ingresos proveniente de un entorno con bajo capital educativo y que enfrenta procesos administrativos complejos para acceder a becas o créditos, presenta una alta probabilidad de exclusión del sistema de educación superior. Este enfoque integral resulta fundamental para el análisis del financiamiento educativo, ya que pone de manifiesto la necesidad de modelos financieros inclusivos, acompañados de procesos simples, comunicación clara y criterios de evaluación adaptados a la realidad del estudiante universitario. Comprender estas barreras permite sustentar propuestas orientadas a mejorar el acceso y la permanencia estudiantil, particularmente en contextos como el costarricense, donde persisten desafíos en la oferta especializada de financiamiento educativo (Nascimento et al., 2022; Espinoza-Bravo y Cabezas-Cabezas 2024) (Espinoza-Bravo y Cabezas-Cabezas (2024). *Barreras al acceso en la educación superior: económicos, culturales y sociales. MLAJ Revista*, 2024)

El análisis de la sección anterior del acceso y permanencia en la educación superior es fundamental para respaldo del abordaje del objetivo específico 1, orientado a identificar las principales limitaciones económicas, sociales y operativas que enfrentan los estudiantes universitarios en la educación privada al intentar financiar sus carreras.

### **2.3 El Mercado de Financiamiento Educación Superior en Costa Rica**

El mercado de financiamiento puede definirse como el conjunto de instituciones, productos financieros y mecanismos diseñados para facilitar el acceso, la permanencia y la finalización de estudios universitarios de las personas por medio de créditos o pagos a plazos de los costos de las carreras. En Costa Rica, el mercado de financiamiento está conformado por instituciones públicas, privadas, entre otros, que ofrecen productos con distintas condiciones, unos pensados para financiar parte del estudio y otros pensados en solamente financiar proyectos.

#### ***2.3.1 Análisis de la Oferta Actual: Productos Financieros Disponibles***

El mercado de financiamiento estudiantil, en Costa Rica, se caracteriza por diferentes ofertas en el sector público, privado, cooperativas, y mismos apoyos de financiamiento en las instituciones vinculadas al desarrollo profesional. Aunque la oferta nos es tan amplia, factible y especializada en mercados más grandes, existen herramientas que se ofrecen y buscan respaldar la demanda de los estudiantes.

##### **2.3.1.1 Productos Financieros para el Financiamiento de la Educación Superior en Instituciones Públicas.**

#### **Banco Popular**

De acuerdo con su página oficial, el Banco Popular ofrece financiamiento para gastos educativos que incluyen desde útiles escolares hasta colegiaturas y la universidad, con opciones para las familias.

Un ejemplo de crédito para educación fue publicado en el 2023, indicado por el *Periódico Guanacaste* y se indica “El crédito para educación, en condiciones muy favorables, con pocos requisitos y muy ágil tiempo de aprobación, permite cubrir diferentes planes de inversión, financiando desde primaria hasta estudios universitarios, incluyendo la adquisición de uniformes, útiles, pago de matrículas, mensualidades, derechos de graduación, compra de libros, equipos de

cómputo y otros materiales que se requieran”. Este financiamiento genera la propuesta valor de acceso a financiamiento educativo flexible orientado a cubrir no solamente la matrícula, sino que materiales, equipos, derechos, entre otros, con plazos extensos y condiciones favorables. Adicional, a las características del producto que se indican a continuación:

- Financiamiento en colones
- Monto máximo equivalente a \$50.000 (equivalente en colones)
- Cuotas que van desde los ¢14,931 por millón (más pólizas) en adelante
- Plazos de hasta 120 meses o 10 años
- Se puede realizar con o sin fiador, o garantía hipotecaria
- Disponible para el sector privado, público e ingresos propios
- El Banco podrá realizar el desembolso del préstamo en varios tractos, si así requiere el cliente; lo anterior es útil, por ejemplo, para el pago de materias universitarias cada cuatrimestre.

Para acceder a este crédito es requisito contar con factura proforma del costo total de los estudios o carrera por seguir, o de cualquier otro gasto relacionado con la educación como, por ejemplo: colegiaturas, útiles, uniformes, equipo de cómputo, cursos abiertos o de especialización, entre otros.

La comunicación del Banco Popular se dirige a hogares y trabajadores de sector público y privado con ingresos estables que buscan apoyar la educación de hijos y dependientes.

Dentro de las fortalezas que el Banco Popular tiene como ventaja están sus plazos (hasta 10 años), los montos disponibles son atractivos para gastos educativos, su financiamiento podría ser con o sin fiador y tienen un enfoque social que ayuda con su reputación y ser sostenibles. Por el contrario, sus debilidades se encuentran en que su financiamiento no está diseñado para estudiantes universitarios, su proceso aún es burocrático y manual, tienen poca información en sus sitios web, la información de este tipo de financiamientos es limitada y no incorpora esquemas de pago de acuerdo con la necesidad del estudiante.

## **Banco Nacional de Costa Rica**

De acuerdo con la investigación, el Banco Nacional promueve educación financiera y tiene productos de financiamiento que cubren necesidades educativas, buscando créditos responsables. Sin embargo, en la página no salen disponibles préstamos específicamente para la educación, su enfoque es solamente en créditos personales.

Al analizar la propuesta valor que ofrece el Banco Nacional, se puede enfatizar en el financiamiento responsable y educación financiera, fidelizando a sus clientes con una relación a largo plazo, más que enfocando un financiamiento para la educación superior. Su segmento objetivo son personas que ya cuenten con un record crediticio, ya que no tienen un financiamiento dirigido a estudiantes específicamente.

Como ventajas, el Banco Nacional tiene mucho respaldo institucional y fidelización de sus clientes, adicional cuenta con muchos puntos de servicio y por su respaldo del estado, podría ofrecer tasas competitivas. Sin embargo, tiene muchas oportunidades por la ausencia de un producto especializado en financiamiento educativo, ajustar su estructura a personas sin historial crediticio y diferenciar la experiencia de sus usuarios.

## **Comisión Nacional de Préstamos para Educación (CONAPE)**

CONAPE es la principal entidad estatal que ofrece créditos educativos en Costa Rica. Esta institución brinda productos de financiamiento diseñados específicamente para estudiantes, con condiciones favorables en tasas de interés, plazos y accesibilidad, lo que la convierte en un actor central dentro del mercado estudiantil costarricense.

CONAPE, como propuesta valor, ofrece préstamos para una amplia gama de niveles educativos, incluyendo cursos cortos, programas técnicos, bachilleratos, licenciaturas y estudios de posgrado dentro o fuera del país, así como el financiamiento de equipo y materiales necesarios para la formación académica del estudiante. Las condiciones incluyen financiamientos con tasas de interés atractivas, ya que es respaldado por el Estado, diferentes plazos y posibilidad de iniciar el repago una vez culminados los estudios (CONAPE, 2026). A continuación, se detallan las opciones de financiamiento: monto completo que indique la proforma de la carrera o curso (incluye: laboratorios, trabajo final de graduación, gastos de graduación, entre otros que se incorporen en la proforma).

- Gastos de transporte, alimentación, alojamiento, Internet, entre otros gastos de sostenimiento por un máximo de ¢370.000 mensuales en carreras o cursos presenciales,
- Gastos de internet por un máximo de ¢60.000 mensuales en carreras o cursos virtuales,
- Computadora, impresora, audífonos, mouse, entre otros accesorios de la computadora, para un máximo de ¢800.000,
- Materiales para el desarrollo de la carrera o curso para un máximo de ¢600.000,
- Tiquetes de vuelo y costos de vida en el país donde vas a estudiar.

El segmento de CONAPE es dirigido a estudiantes, especialmente a los que no cuentan con recursos suficientes para financiar su educación, tanto dentro, como fuera del país. Por lo anterior, hace que CONAPE tenga ventaja competitiva en su producto, el cual es diseñado pensando en la educación, tiene flexibilidad en los pagos por el hecho de permitir al estudiante pagar hasta que termine su carrera y a nivel nacional, es la institución más conocida por los costarricenses para ese objetivo.

Pese a sus grandes ventajas, CONAPE tiene oportunidades en sus productos como que sus procesos se perciben largos, burocráticos, con tiempos largos de respuesta, tienen muchos requisitos que pueden excluir segmentos al no tener fiadores, por ejemplo, y, adicional, dependen del presupuesto del estado.

### **Fondo Especial para la Educación Superior (FEES)**

Es la principal fuente de financiamiento para las universidades estatales (UCR, UNA, TEC, etc.), garantizando el acceso y la calidad, con negociación anual entre el gobierno y las universidades, por lo que su propuesta valor es que no es un producto financiero individual, sino una estructura de financiamiento público. Este mecanismo tiene como segmento objetivo a los estudiantes de universidades públicas

Las cinco universidades públicas del país requieren financiamiento para proporcionar educación, conceder becas, llevar a cabo investigaciones, promover la acción social, fomentar la innovación y el avance tecnológico, y servir a la sociedad. Estos recursos provienen del Fondo Especial para la Educación Superior (FEES), dinero que el Estado debe asignar a las universidades porque así lo establece la Constitución Política de Costa Rica en su artículo 85.

Este artículo dispone que el Estado debe dotar de patrimonio propio a la Universidad de Costa Rica, al Instituto Tecnológico de Costa Rica, a la Universidad Nacional y a la Universidad Estatal a Distancia, y les creará rentas propias, independientemente de las originadas en estas instituciones, es decir, les debe garantizar fuentes de ingresos específicas y sostenibles. Según este mismo artículo, el Banco Central de Costa Rica administrará este fondo y cada mes pondrá los recursos a disposición de las universidades. Las rentas de este fondo especial no pueden ser eliminadas ni reducidas, a menos que se establezcan otras fuentes de ingresos equivalentes al mismo tiempo (TEC, 2026).

Como análisis de la institución, esta tiene su financiamiento garantizado institucionalmente, estabilidad y sostenibilidad por su apoyo en becas y ayudas institucionales. Por otro lado, una gran debilidad es que no apoya a las universidades privadas, por lo que no ofrece soluciones financieras individuales a los estudiantes del mercado privado.

Desde un análisis de mercado, se puede concluir que, si bien las instituciones públicas cumplen un rol fundamental en la educación universitaria, existe una gran brecha por trabajar en la atención de estudiantes privados, especialmente los que no califican para becas estatales ni para créditos tradicionales. Las debilidades analizadas, como procesos burocráticos, poca flexibilidad, poca comunicación con el segmento estudiantil y productos pensados especialmente para los estudiantes universitarios y, en su experiencia, representan una oportunidad para el diseño de un producto financiero especializado y alineado a las necesidades de los estudiantes.

A continuación, se presenta una tabla resumen comparativa entre las instituciones estatales con respecto a los productos de financiamiento

**Tabla 3**

*Tabla resumen comparativa productos financieros para financiamiento de la educación superior en instituciones públicas*

Institución	Propuesta de valor	Segmento objetivo	Ventaja competitiva	Debilidades / oportunidades
<b>Banco Popular y de</b>	Financiamiento en matrícula y gastos asociados.	Familias, trabajadores del	Plazos extensos (hasta 10 años). Posibilidad de	Producto no especializado exclusivamente

<b>Desarrollo Comunal</b>	Plazos largos y condiciones favorables para las familias.	sector público y privado. Padres que financian estudios de hijos o dependientes.	financiamiento con o sin fiador. Enfoque social.	en educación superior. Enfoque tradicional bancario. Comunicación poco dirigida al estudiante.
<b>Banco Nacional de Costa Rica</b>	Financiamiento responsable dentro de una relación bancaria integral, acompañado de educación financiera.	Personas y familias bancarizadas con historial crediticio previo.	Alta confianza de marca. Solidez financiera. Amplia cobertura nacional y canales digitales.	No cuenta con un producto específico para educación superior. Barreras para estudiantes sin historial crediticio. Escasa diferenciación en experiencia de usuario.
<b>CONAPE</b>	Préstamos para una amplia gama de niveles educativos. Financiamiento de equipo y materiales necesarios para la formación académica del estudiante.	Estudiantes de educación superior (pública y privada), nacionales y en el exterior.	Producto especializado en educación. Cobertura de costos directos e indirectos. Tasas y plazos favorables. Inicio de pago posterior a la graduación.	Procesos administrativos lentos. Requisitos formales que pueden excluir a ciertos estudiantes. Limitaciones presupuestarias.

<b>Fondo Especial para la Educación Superior (FEES)</b>	Garantía estructural de financiamiento para universidades públicas, asegurando acceso, calidad y sostenibilidad del sistema.	Universidades públicas y, de forma indirecta, sus estudiantes.	Financiamiento constitucionalmente garantizado. Estabilidad y sostenibilidad a largo plazo. Soporte a programas de becas.	No aplica para universidades privadas. No ofrece soluciones individuales.
---	--	--	---	---

Fuente: elaboración propia.

En el resumen comparativo de la tabla, se puede observar cómo CONAPE es una de las mejores opciones de financiamiento, ya que, si dirige sus créditos a estudiantes universitarios, brinda diferentes opciones de acuerdo con los niveles de formación y tiene el respaldo del estado.

### **2.3.1.2 Productos Financieros para el Financiamiento de la Educación Superior en Entidades Privadas y Cooperativas.**

#### **Entidades privadas**

Generalmente los préstamos otorgados por bancos comerciales no están diseñados, exclusivamente, para financiamiento educativo, pero pueden ser utilizados con ese propósito, especialmente cuando las condiciones de crédito (tasa, plazo y requisitos) se adaptan al perfil del estudiante o familia. En el mercado costarricense de crédito al consumo, los préstamos personales pueden presentar tasas significativamente más altas por su riesgo de crédito y falta de garantías, que los mecanismos especializados de financiamiento estudiantil, lo cual limita su atractivo para quienes buscan financiar sus estudios superiores debido al costo financiero adicional que implican (LinkeIn, 2025).

#### **Banco Bac Credomatic**

De acuerdo con la investigación, Bac Credomatic por el momento no ofrece productos de financiamiento enfocados a estudiantes de educación superior como tal, sin embargo, tiene un producto similar dirigido al segmento de profesionales adultos, con capacidad de ofrecer garantías

(hipotecas, prendas, fideicomisos), interesados en estudios postgrado en INCAE, con condiciones estructuradas para este.

Su propuesta valor es solución específica para una modalidad de estudio de alto nivel, la cual es costosa y muchas personas solamente pueden optar por ella financiándola. Adicionalmente, su ventaja competitiva se refleja en que se puede financiar el 100 % de la carrera, por medio de garantías, los desembolsos se trabajan directamente al INCAE, por lo que no se desperdicia el dinero y cuenta con plazos atractivos durante y después de concluir la carrera. Por consiguiente, también dicho financiamiento tiene sus desventajas o mejoras, las cuales podrían trabajarse para abarcar más segmento en el mercado incorporando alianzas con otras universidades privadas, mejorando tasas de interés y análisis de los créditos para personas más jóvenes que quieran iniciar su carrera universitaria, además de que sus requisitos son elevados.

### **Scotiabank**

En el caso de Scotiabank, no se encontraron evidencias directas de un producto para “crédito educativo” en el país, sin embargo, como propuesta valor, ofrecen créditos personales, los cuales pueden ser utilizados para el pago de estudios. Adicional, dicho banco ha impulsado programa de becas y descuentos con universidades privadas, lo que denota interés en el tema.

Su mercado se dirige a clientes bancarizados con historial crediticio previo, por lo que no existe una comunicación directa a estudiantes universitarios como segmento específico.

Scotiabank tiene ventaja financiera por su respaldo internacional, sus alianzas con becas y descuentos con instituciones privadas y su flexibilidad para uso de créditos de consumo para diferentes objetivos personales, incluyendo los estudios. Sin embargo, al no tener un producto específico para financiamiento educativo genera desventaja competitiva

### **Cooperativas**

Las cooperativas de ahorro y crédito en Costa Rica representan otra fuente importante de financiamiento. Aunque no siempre cuentan con productos exclusivos para estudiantes, muchas cooperativas diseñan líneas de préstamos personales o de consumo que pueden ser adaptadas para cubrir gastos asociados a la educación superior (INFOCOOP, 2023).

## **Coopealianza**

Entre las cooperativas más destacadas del país se encuentra Coopealianza, la cual en su propuesta valor incluye opciones de crédito orientadas al segmento de sus miembros asociados y familias que desean financiar estudios, especializaciones o ampliar sus habilidades profesionales.

Dentro de las ventajas competitivas que ofrece Coopealianza, es que ofrece tasas competitivas para sus asociados, debido a su naturaleza y principios de los modelos cooperativos de ahorro y crédito, adicional de ofrecimiento de créditos para diferentes usos; por el contrario, tiene oportunidades para diseñar un producto exclusivo y pensado en estudiantes universitarios, les falta educación financiera, alianzas con universidades privadas para ofrecer descuentos y mejorar sus procesos manuales.

## **Cooperativa de ahorro y crédito BECOOP**

La cooperativa ofrece un producto específico denominado crédito educativo, diseñado para posibilitar que los asociados y sus familiares financien el pago de gastos de matrícula, útiles escolares, uniformes y libros necesarios para el desarrollo académico (Cooperativa BECOOP, s.f.).

El segmento meta de esta cooperativa para el producto de crédito educativo son sus afiliados y familiares directos, incluyendo estudiantes de distintos niveles educativos. Su ventaja se analiza claramente en que si cuenta con un producto identificado como crédito educativo y sus afiliados pueden hacer uso de este.

Parte del análisis realizado, se encuentran dentro de sus debilidades el alcance limitado para afiliados, montos y plazos más cortos y la falta digitalización centrada a los estudiantes, lo cual hace que muchos de ellos no tengan información del producto.

## **Coopemep R.L.**

La cooperativa de ahorro y crédito de los empleados del Ministerio de Educación Pública es otra entidad cooperativa relevante para el financiamiento dentro del sector educativo. Esta cooperativa fundada originalmente para empleados del sistema educativo, ha evolucionado para brindar servicios financieros a una base asociativa más amplia, promoviendo la cultura de ahorro y ofreciendo soluciones de crédito con fines productivos, personales y educativos (Panorama digital, 2024).

Si bien Coopemep no publica, específicamente, una línea de un producto específico bajo un crédito educativo, su portafolio de servicios financieros propone líneas de crédito personal o de consumo que pueden adaptarse para financiar estudios superiores, capacitación profesional o necesidades académicas, dependiendo de la política interna (Coopemep).

En la literatura investigada, Coopemep tiene su segmento marcado en empleados del Ministerio de Educación Pública y, actualmente, trabajan en bases más amplias vinculadas con dicho sector. Su ventaja es que conocen ampliamente el sector educativo y cuentan con condiciones preferenciales para sus asociados; sin embargo, dependen de créditos de consumo y tienen oportunidad en crear un producto especializado para financiamiento de educación privada.

### ***2.3.6 Becas y Apoyos Institucionales***

De acuerdo con lo que indica el Tecnológico de Costa Rica, estudios realizados han evidenciado que una parte significativa de estudiantes utiliza becas como principal fuente de financiamiento para cubrir sus costos académicos: La principal fuente de financiamiento de los estudios de la mayoría de los estudiantes matriculados en el primer ciclo en las universidades públicas es la beca, para un 48,6 % de la población estudiantil encuestada; seguida del apoyo financiero de los progenitores en un 46,5 %.

Adicional, muchas universidades ofrecen becas institucionales que, aunque no forman parte del mercado financiero, representan una fuente importante de apoyo económico para los estudiantes. Aunque esta oferta no constituye un crédito, es un componente fundamental del ecosistema de financiamiento educativo en Costa Rica (TEC, Kenneth Mora Pérez, 2020).

La literatura financiera señala que la falta de especialización en productos educativos dentro del sector bancario privado constituye una limitación estructural del mercado costarricense, ya que reduce las alternativas accesibles para estudiantes que no califican para los esquemas públicos de financiamiento (Banco Central de Costa Rica, 2023).

Como conclusión estratégica de mercado, el análisis evidencia que, aunque existen opciones de financiamiento, no todos aplican para la educación superior. Los productos actuales se enfocan en profesionales ya posicionados, o en afiliados, desatendiendo los jóvenes que necesitan un apoyo para iniciar, continuar o terminar sus primeras carreras universitarias.

A continuación, se presenta una tabla resumen con la comparativa de instituciones privadas y cooperativas con respecto a los productos financieros para educación.

**Tabla 4**

*Tabla resumen comparativa productos financieros para el financiamiento de la educación superior en instituciones privadas y cooperativas*

Entidad	Propuesta de valor	Segmento objetivo	Ventaja competitiva	Debilidades / oportunidades
<b>BAC Credomatic</b>	Financiamiento estructurado para estudios de posgrado de alto costo (ej. INCAE), con desembolsos directos a la institución y períodos de gracia durante y después del estudio.	Profesionales adultos, estudiantes de posgrado con capacidad de ofrecer garantías.	Financia hasta el 100 % del programa. Alianzas con instituciones de prestigio.	Producto altamente segmentado. Excluye estudiantes de pregrado. Requisitos de garantías elevados. Oportunidad de ampliar a universidades privadas y estudiantes jóvenes.
<b>Scotiabank</b>	Créditos personales utilizables para gastos educativos y programas de becas o descuentos mediante alianzas universitarias.	Clientes bancarizados, adultos jóvenes y familias.	Marca financiera internacional. Capacidad de alianzas con universidades privadas.	No posee crédito educativo específico. Ausencia de períodos de gracia.

<b>Coopealianza</b>	Crédito para estudios y especializaciones como herramienta de desarrollo personal y profesional.	Asociados adultos jóvenes y profesionales.	Condiciones accesibles para asociados. Enfoque en desarrollo de capacidades.	No es un crédito educativo especializado. Ausencia de alianzas universitarias. Procesos tradicionales.
<b>BECOOP</b>	Crédito educativo específico para matrícula, útiles, libros y otros gastos académicos.	Asociados y familiares, estudiantes de distintos niveles.	Producto explícitamente educativo. Enfoque social y familiar.	Alcance limitado al ámbito cooperativo. Montos y plazos reducidos.
<b>Coopemep R.L.</b>	Créditos personales adaptables para estudios superiores y capacitación profesional.	Asociados vinculados al sector educativo.	Conocimiento del sector educativo. Condiciones preferenciales.	No cuenta con producto educativo universitario formal. Dependencia de créditos de consumo.

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se evidencia que la banca privada no tiene un producto específico para estudiantes universitarios, BAC Credomatic es el único que tiene una línea similar, pero con limitaciones a una sola institución y entre las cooperativas destaca BECOOP, la cual si cuenta con un financiamiento especialmente para gastos académicos.

### ***2.3.2 Análisis de la Competencia***

Para realizar el análisis competitivo del financiamiento educativo en Costa Rica se puede utilizar la herramienta FODA, la cual permite identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas existentes en la oferta actual de las principales instituciones financieras que ofrecen

productos similares u opciones de financiamiento a estudiantes universitarios. Entre las principales instituciones que se comparan están CONAPE, Banco Popular y de Desarrollo Comunal, Coopealianza BECOOP y Bac Credomatic.

**Tabla 5**

*Análisis FODA de la competencia*

<b>Institución financiera</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>CONAPE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto especializado en financiamiento educativo</li> <li>• Tasas de interés competitivas</li> <li>• Alto reconocimiento institucional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitalización de procesos</li> <li>• Alianzas con Universidades e instituciones privadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Burocracia</li> <li>• Tiempos largos de respuesta</li> <li>• Muchos requisitos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propuestas privadas ágiles y digitales</li> <li>• Cambios en políticas de financiamiento</li> </ul>
<b>Banco Popular</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cobertura nacional</li> <li>• Imagen de banca social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de productos especializados</li> <li>• Integración de plataformas digitales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Créditos tradicionales</li> <li>• Procesos tradicionales de aprobación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cooperativas con mayor cercanía al cliente</li> <li>• Banca privada con mayor innovación y digitalización</li> </ul>
<b>Coopealianza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cercanía con asociados</li> <li>• Flexibilidad en condiciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expansión de productos de educación</li> <li>• Integración de herramientas digitales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requisitos en afiliación</li> <li>• Alcance limitado frente a banca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instituciones bancarias con tasas competitivas</li> <li>• Nuevos modelos</li> </ul>

				digitales de financiamientos tradicionales
<b>BECOOP</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enfoque cooperativo social</li> <li>• Condiciones flexibles para asociados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expansión mediante alianzas con universidades privadas</li> <li>• Búsqueda de mejora UX</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portafolio educativo poco especializado</li> <li>• Pocos clientes de cara a la banca tradicional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bancos con mayor capacidad de financiamiento</li> <li>• Generaciones más digitales y automatizada</li> </ul>
<b>Bac Credomatic</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Líder en banca privada</li> <li>• Productos de financiamiento similares</li> <li>• Amplia red de canales digitales y físicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevo nicho de mercado</li> <li>• Fidelizar y estar presente en cada momento</li> <li>• Alianzas estratégicas con universidades privadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto para estudiantes no especializado.</li> <li>• Análisis de créditos tradicionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instituciones con respaldo del gobierno</li> <li>• Lineamiento de Entidades reguladores</li> </ul>

Fuente: elaboración propia.

Según la tabla anterior, se evidencia que, aunque existen opciones de financiamiento entre las instituciones, estas presentan limitaciones en la especialización de productos pensados en estudiantes universitarios privados, falta en agilidad operativa, requisitos y experiencia de usuario. Todas las instituciones tienen características diferenciadas en ciertos productos financieros, sin embargo, ninguna integra todas las condiciones financieras ágiles, accesibles, sostenibles y pensada para educación privada.

A continuación, se presenta varias tablas comparativas de productos de financiamiento estudiantil en Costa Rica, organizadas por tipo de institución (pública, privada, cooperativa y otras instituciones).

**Tabla 6**

*Tabla resumen comparativa productos financieros para el financiamiento de la educación superior en principales instituciones privadas y cooperativas en Costa Rica*

Institución	Producto	Plazos	Tasa de interés	Principal fortaleza	Principal debilidad
Banco Popular y de Desarrollo Comunal	Crédito de consumo para educación	De 8 a 10 años plazos típicos de créditos personales.	12 % a 14 % anual	Imagen de banca solidaria.	No está diseñado especialmente para estudiantes universitarios.
CONAPE	Créditos educativo estatal	Hasta finalizar estudios + tiempo de gracia (14 años aprox.)	4 % a 7 % anual	Producto especializado, confianza y marca reconocida.	Procesos burocráticos, lentos y complejos.
BAC Credomatic	Financiamiento para Postgrado (INCAE)	Hasta 15 años + tiempo de gracia.	10 % a 14 % anual	Producto estructurado, alianza directa con la universidad.	Segmentación restringida.
BECOOP	Crédito educativo	Hasta 8 años	8 % a 11 % anual	Enfoque social y familiar.	Alcance limitado al sector cooperativo.

<b>Coopealianza</b>	Crédito para estudios	para 8 a 10 años	12 % a 18 % anual	Cercanía y confianza.	Requisitos de asociados.
---------------------	-----------------------	------------------	-------------------	-----------------------	--------------------------

Fuente: elaboración propia.

En la tabla anterior evidencia que existe una institución, CONAPE, que es la principal en el país que tiene un producto enfocado en el estudiante, sin embargo, esta tiene brechas importantes que debe trabajar para que este tenga una mejor experiencia. En las instituciones privadas de Costa Rica, no existe un producto formal de crédito estudiantil universitario como tal, una entidad bancaria, BAC Credomatic, utiliza un crédito similar, pero es muy limitado y no se adapta a la masividad estudiantil superior.

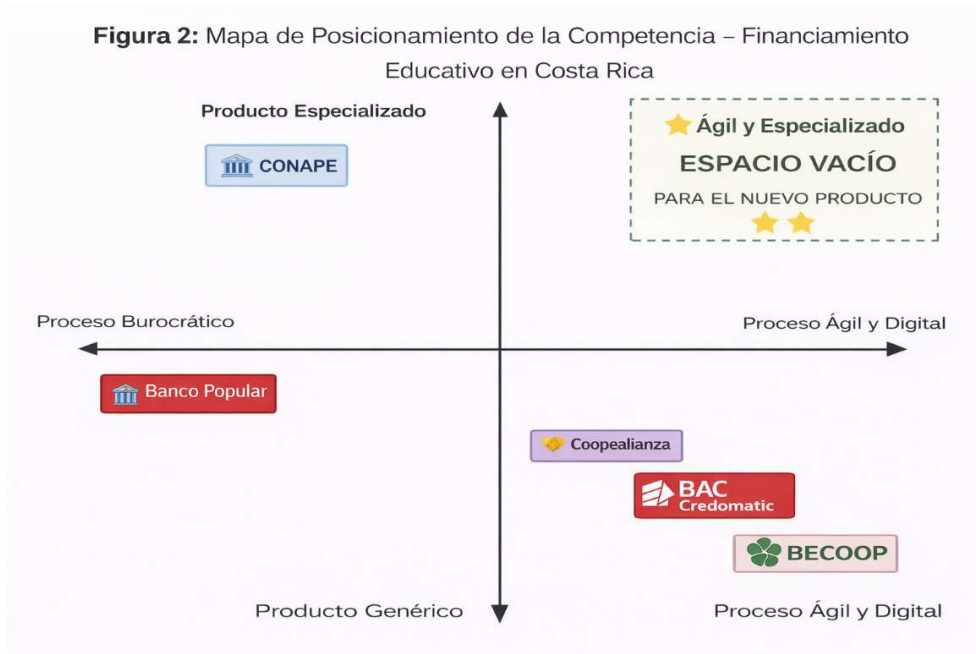
La incorporación de las cooperativas dentro del análisis del mercado de financiamiento estudiantil en Costa Rica, amplía la comprensión de cómo soluciones no bancarias pueden complementar las opciones tradicionales de créditos. Estos créditos, aunque no están diseñados específicamente para educación superior universitaria, pueden ayudar a estudiantes que no califican para otro tipo de créditos bancarios.

En resumen, en la tabla comparativa general se evidencia que, aunque existen alternativas de financiamiento educativo en Costa Rica, todas tienen barreras y debilidades con respecto al financiamiento educativo de educación superior en el enfoque exclusivo y experiencia del estudiante universitario, requisitos y flexibilidad alineada al ciclo de vida de un estudiante. A todo lo anterior, se la suma, y no es menos importante, la falta de comunicación o estrategia comercial para ofrecer los productos que podrían funcionar y hacer alianzas con diferentes instituciones, tanto públicas, como privadas.

A continuación, podemos ver una figura que muestra eje X con procesos burocráticos y procesos ágiles y digitales, y, por el otro lado, el eje Y, el cual muestra el producto genérico y producto especializado que muestran las competencias.

## Ilustración 2

### Mapa de posicionamiento de la competencia



Fuente: elaboración propia.

Al validar el mapa de posicionamiento de acuerdo con la competencia de la Figura 1, se puede concluir que existe un cuadrante, en el cual un producto especializado (eje Y) para el financiamiento educativo, con un proceso ágil y digital (eje X), se encuentra vacío y es ahí donde se debe posicionar el nuevo producto para cubrir todas las barreras mencionadas en las instituciones financieras.

En este contexto, el nuevo producto propuesto en la investigación busca posicionarse estratégicamente en dicho cuadrante mediante la integración de:

- Diseño especializado para estudiantes universitarios privados,
- Procesos digitales ágiles y transparentes,
- Experiencia del usuario centrada en el ciclo de vida académico,
- Modelo financiero sostenible adaptado al perfil del estudiante.

Por lo anterior, el análisis de competencia no solamente permite identificar las brechas o debilidades de las instituciones financieras principales en el país, sino que permite descubrir las

oportunidades que se tienen, estratégicamente, para justificar un desarrollo de un modelo financiero para mejorar el crecimiento profesional de la sociedad.

El análisis del mercado financiero estudiantil en Costa Rica es necesario para atender el objetivo específico 3, orientado a comparar características, fortalezas y debilidades de instituciones que, actualmente, participan en créditos para financiarse la educación superior y generando insumos para la formulación del plan comercial propuesto en la investigación.

### ***2.3.3 Estrategia de Posicionamiento***

El análisis competitivo y el mapa de posicionamiento permiten evidenciar que el mercado de financiamiento educativo en Costa Rica tiene una gran concentración de productos en dos áreas: la primera, productos especializados, pero para los cuales se debe experimentar procesos burocráticos en su gestión, liderado fundamentalmente por CONAPE y, la segunda, productos de financiamiento tradicional con procesos semi digitalizados, pero no especializados en educación, que son ofrecidos por entidades del sistema bancario comercial y cooperativas. Este comportamiento abre las puertas a un espacio estratégico disponible en el cuadrante que se vincularía con productos que brindan especialización con procesos ágiles y digitales y que no están ocupados en la actualidad por ningún competidor, como lo muestra la Figura 2.

### **Posición actual de los competidores**

Las instituciones financieras que se han analizado tienen posicionamientos diferenciados:

- CONAPE: Producto altamente especializado en educación, con tasas competitivas, pero procesos muy burocratizados, plazos de autorización extendidos y requisitos complejos,
- Banco Popular y cooperativas: brindan créditos para educación, aunque estos se ven diseñados a partir de productos de consumo tradicional con poca adaptación al ciclo de vida del estudiante,
- Banca privada: tiene mayores niveles de digitalización y rapidez de ejecución, aunque los productos educativos que se están ofreciendo son segmentados o limitados a programas específicos, y no tienen una propuesta integral relacionada con el estudiante universitario.

Por lo tanto, el mercado actual es un mercado en el que la especialización educativa no se encuentra integrada con una rapidez operativa y una experiencia digital centrada en el estudiante.

### **Posición deseada del nuevo producto**

El nuevo modelo de financiamiento educativo propuesto espera un adecuado posicionamiento estratégico como un producto dirigido a la educación superior universitaria privada, con procesos 100 % digitales, dinámicos y centrados en sus experiencias, que ocupa el espacio competitivo que, actualmente, está disponible en el mapa de posicionamiento. Este nuevo posicionamiento serviría para poder atender un segmento de alumnos que en este momento enfrentan barreras de acceso por exigencias tradicionales, falta de productos específicos y limitaciones en la gestión de los procesos de aprobación.

### **Componentes diferenciadores del producto propuesto**

La propuesta de posicionamiento del nuevo producto se sustenta en las siguientes características diferenciadoras:

- ✓ Diseño específico para el financiamiento de la educación superior universitaria privada,
- ✓ Los procesos de solicitud, análisis y aprobación son 100 % digitales, en tiempos cortos de respuesta,
- ✓ La evaluación crediticia contempla modelos tradicionales y alternativos, incluyendo potencial de ingresos futuros y variables académicas,
- ✓ Las condiciones financieras están en línea con el ciclo académico del estudiante, incorporando periodos de gracia y esquemas de pago flexibles,
- ✓ Se incorporan alianzas estratégicas con universidades privadas e instituciones financieras que permiten la organización, comunicación y acompañamiento del financiamiento.

Así, el posicionamiento propuesto no solo es una respuesta a las debilidades que emergen de la oferta actual de la competencia, sino que permite la construcción de una propuesta de valor diferenciada, sostenible y en línea con las nuevas tendencias de digitalización.

## **2.4 Modelos de Evaluación de Riesgo**

El riesgo crediticio marca un análisis muy importante en la gestión financiera e indica la probabilidad de que un prestatario incumpla con sus obligaciones de pago. El Comité de Supervisión Bancaria de Basilea lo define de la siguiente forma: “El riesgo de crédito es el potencial de pérdida financiera derivada del incumplimiento de un prestatario o contraparte en el pago de una obligación financiera” (Basel Committee on Banking Supervision [BCBS], 2023, p. 3). La

definición anterior quiere decir que los productos financieros deben tener su evaluación para que sea sostenible.

#### **2.4.1 Modelos Tradicionales de Evaluación de Riesgo**

Los modelos de evaluación tradicionales son basados en el historial crediticio, ingresos, continuidad laboral y garantías. Dentro de estos modelos se encuentran los más utilizados por instituciones financieras como *credit scoring* y análisis de garantías.

A continuación, se presentan los modelos más utilizados en instituciones financieras para el análisis de riesgo:

##### **Modelo de *scoring* crediticio**

De acuerdo con Tomas, Edelman y Crook (2017), el *credit scoring* corresponde a “la aplicación de modelos estadísticos que permiten clasificar a los solicitantes de crédito en función de su probabilidad de incumplimiento, utilizando información histórica de comportamiento financiero” (p. 21). Esta definición hace referencia a que, si el cliente no tiene un récord crediticio previo, sería excluido de modelo.

Este modelo se basa en asignar un puntaje al cliente relacionado con su historial de pagos, nivel de endeudamiento, antigüedad crediticia, productos financieros activos, uso del crédito disponible, ingresos actuales y estabilidad laboral. Por lo anterior, y de acuerdo con el producto deseado para estudiantes, dicho modelo es descartado para un nuevo producto de financiamiento estudiantil.

De acuerdo con Hand y Henley (1997), estos modelos permiten que las instituciones financieras “tomen decisiones consistentes, objetivas y escalables en el proceso de aprobación de crédito, reduciendo la dependencia de evaluaciones subjetivas” (p. 525). Por lo anterior, su fundamento se basa en los modelos predictivos como árboles de decisión o regresiones lógicas que validan la probabilidad de pérdida utilizando el comportamiento histórico de crédito.

Desde el punto de vista de instituciones financieras, el modelo presenta ventajas como permitir decisiones rápidas y automáticas, mejorar la consistencia del proceso de evaluación, facilitar la segmentación de clientes según su riesgo y optimizar la gestión del portafolio crediticio. Este enfoque permite estimar el componente “Probability of default” dentro del cálculo de pérdida estimada.

Aunque el modelo presenta mucha efectividad en los mercados financieros maduros, tiene varias limitaciones si se desea aplicar al segmento estudiantil, principalmente si no han tenido acceso al sistema financiero. Entre las desventajas que este modelo puede presentar, se encuentran la dependencia del historial crediticio, la exclusión de jóvenes sin experiencia financiera y riesgo de profundizar brechas de inclusión financiera. Según Miller (2015), los modelos tradicionales de scoring “pueden excluir a segmentos de la población que carecen de historial crediticio, aun cuando posean capacidad futura de pago” (p. 98). Esto resulta especialmente relevante en el financiamiento educativo, donde el solicitante pueda que aún no ha generado ingresos profesionales estables.

### **Modelo de análisis de garantías**

Este modelo incluye la evaluación de garantías reales o personales como formas de mitigar el riesgo, por lo que este modelo limita a las poblaciones que no tienen bienes, o bien, historiales crediticios.

Según Saunders y Allen (2010), las garantías funcionan como un instrumento de reducción de riesgo porque “proveen una fuente secundaria de repago en caso de incumplimiento del deudor” (p. 203). Es decir, en caso de que el cliente no cumpla con el pago del crédito, la institución financiera podría solicitar la garantía y recuperar parte del monto adeudado, de esta manera, el prestamista no solo reduce la pérdida esperada en caso de no pago, sino que permite segmentar a los solicitantes de acuerdo con el perfil de riesgo.

Las garantías se pueden clasificar en garantías reales (bienes muebles o inmuebles), garantías personales (fiadores o codeudores) y garantías institucionales (avales estatales o fondos de respaldo). Dentro de la gestión de riesgos, la garantía se basa en Loss Given Default, es decir, pérdida esperada cuando se incumple.

El modelo de análisis de garantías presenta ventajas financieras como reducción de la exposición al riesgo, mejora en aprobaciones para perfiles intermedios y ofrece mejores tasas por disminuir la pérdida esperada. Según Basel Committee on Banking Supervision (2001), los activos colateralizados pueden recibir un tratamiento favorable en el cálculo del capital regulatorio, dado que “las técnicas de mitigación del riesgo crediticio reducen la exposición efectiva al riesgo” (p. 28).

A pesar de las ventajas del modelo, este también presenta desventajas, las cuales son importantes tomar en cuenta a nivel financiero, especialmente en el segmento de estudiantes universitarios, ya que los jóvenes que inician su educación superior generalmente no poseen activos propios, no cuentan con un historial crediticio y dependen económicamente de terceros, o bien, su ingreso no es suficiente. En este contexto, el requisito de garantías puede convertirse en una barrera estructural de acceso al crédito, tal como señala el World Bank (2019), “los requerimientos de colateral tienden a excluir a poblaciones jóvenes y de bajos ingresos que carecen de activos formales que puedan ser utilizados como respaldo” (p. 52).

### **Modelos basados en capital de pago actual**

Es uno de los modelos tradicionales más utilizados por instituciones financieras para determinar la capacidad de endeudamiento de un cliente. Su análisis de capacidad de pago está basado en ingresos presentes, estabilidad laboral, tipo de contratación y la relación de la cuota-ingresos.

El Banco Mundial señala que “traditional credit assessments rely heavily on current income and formal employment, with disadvantages young borrowers and informal workers” (World Bank, 2022, p. 44). Es decir, para estudiantes universitarios este modelo los excluye, ya que muchos no cuentan con ingresos fijos; estas barreras son las que marcan la desigualdad en jóvenes estudiantes y estudiantes de primer ingreso.

El modelo basado en capital del pago actual presenta ventajas a nivel financiero como simplicidad de aplicación y verificación documental, alta correlación entre ingreso estable y menor probabilidad de cumplimiento, facilidad de estandarización de la política de crédito y reducción de riesgo en segmentos con historial laboral estable. Por lo anterior, este modelo permite mantener los niveles de riesgo controlados para su segmento.

Por su parte, el modelo también presenta limitaciones con respecto al financiamiento educativo, ya que los estudiantes universitarios, principalmente los jóvenes, no suelen tener mucho tiempo laborando, o no tienen ingresos fijos, lo que provoca el rechazo del sistema de crédito tradicional. Sin embargo, el modelo puede funcionar para un segmento de estudiantes universitarios más maduro, como en grados de licenciatura o maestrías donde sus ingresos son más estables.

### **2.4.2 Modelos Alternativos de Evaluación de Riesgo**

Por motivo que los modelos tradicionales son considerados como excluyentes de segmentos de estudiantes jóvenes, diversos autores han visto la necesidad de incorporar modelos alternativos, los cuales consideren otros criterios para evaluación de riesgos.

De acuerdo con el World Bank (2019), “the use of alternative data can expand Access to credit for individuals and small businesses that lack traditional credit histories” (p. 45), lo que quiere decir que la innovación tecnológica y el uso de analítica permiten redefinir los criterios de evaluación para créditos. Los siguientes modelos harán referencia:

#### **Modelos basados en potencial de ingresos futuros**

Son modelos que analizan la capacidad de pago de acuerdo con nivel educativo, institución educativa, empleabilidad esperada, entre otros. La OECD hace referencia que “los sistemas de préstamos estudiantiles son más efectivos cuando la evaluación del riesgo incorpora ingresos futuros esperados en lugar de basarse únicamente en el ingreso actual” (OECD, 2021, p. 67).

El enfoque de dicho modelo incluye el principio económico del capital humano, el cual contempla que la educación incrementa la productividad futura del individuo y toma en cuenta variables como el análisis de empleabilidad promedio del programa académico, ingresos promedio de la carrera y riesgo sectorial del mercado laboral.

Para el contexto de crédito estudiantil, este modelo tiene ventajas como evaluar solicitantes sin ingresos actuales, mejoran la inclusión financiera de estudiantes jóvenes y facilitan el diseño de productos financieros educativos sostenibles. A pesar de sus ventajas, es necesario tomar en cuenta que el enfoque tiene dependencias de estimaciones macroeconómicas que pueden variar, tienen riesgos en las proyecciones laborales sino se actualizan y requieren bases de datos robustas.

#### **Modelos basados en análisis de comportamiento**

Según lo que indica Thomas, Eldelman y Crook (2017), el *behavioral scoring*, permite “improve risk prediction by incorporating Dynamic behavioral data rather than relying solely on application characteristics” (p. 112). Es decir, el modelo no solamente analiza quien es el solicitante, sino cómo ha sido su historial de comportamiento en temas financieros.

Por lo anterior, el modelo *behavioral scoring* busca analizar al cliente por medio de su comportamiento financiero durante el tiempo, ya que, de esta forma, se obtienen datos relacionados con hábitos de pago, uso de productos financieros y transaccionalidad.

Para alinear el modelo a estudiantes universitarios, el análisis podría basarse en pagos de servicios, uso de cuentas o participación en plataformas de pago educativo para que se genere un score evolutivo que aumente el límite de crédito conforme el estudiante demuestre buen comportamiento. Con ello, el modelo presenta ventajas como una mejor capacidad predictiva por datos actuales, minimiza la base de datos sin historial crediticio y permite una evaluación a lo largo del tiempo. A su vez, el enfoque puede tener limitaciones como monitoreo continuo de datos y necesita una infraestructura tecnológica de datos avanzada.

### **Modelos basados en datos alternativos**

Estos modelos integran información no tradicional, como fuentes digitales, y no necesariamente financieras, por lo que incluye historial de pagos, pero en telecomunicaciones facturas en servicios, información académica e información de comportamiento en redes sociales o comercio electrónico. De acuerdo con Jagtiani y Lemieux (2019), los datos alternativos permiten “mejorar la evaluación del riesgo crediticio mediante captura de características del prestatario que no se reflejan en los datos tradicionales de las agencias de crédito (p. 6), por lo cual amplía la visión de los segmentos para la toma de decisiones.

En el contexto estudiantil, hay variables que son relevantes y que el modelo puede considerar como el historial académico, carrera seleccionada y empleabilidad futura, participación en prácticas estudiantiles y avances académicos. Las variables anteriores, presentan ventajas, ya que amplían la cobertura de evaluación para personas sin historial crediticio, incrementan la precisión predictiva para el segmento y permite la segmentación más detallada del riesgo.

Para implementar el modelo se deben de considerar desventajas como los riesgos regulatorios y de privacidad de datos, la integración de diferentes fuentes de información y posibles sesgos.

### **Modelos de pago contingente al ingreso**

Chapman (2019) explica que “income-contingent loan systems reduce default risk by aligning repayment obligations with the borrower’s actual earning capacity” (p. 14). Es decir, estos modelos ajustan el pago del crédito al ingreso futuro del egresado, este requiere respaldo institucional de las universidades, sin embargo, muestra que puede incluir a los estudiantes jóvenes.

Basado en literatura analizada, los modelos de potencial son los más adecuados para la construcción de un nuevo producto financiero educativo sostenible, es decir, permite seguir

evaluando al prestatario de acuerdo con un riesgo en función de la rentabilidad esperada para la educación. Su enfoque tiene ventajas como la reducción del riesgo de no pago, incrementa la accesibilidad al financiamiento y mejora la sostenibilidad del sistema de crédito estudiantil.

Por otra parte, se deben tomar en cuenta limitaciones como sistemas de monitoreo, apoyo institucional y mayor complejidad administrativa en gestión de pagos. A pesar de dichas limitaciones, el modelo puede aplicarse al mercado universitarios mediante acuerdos con universidades y autoridades tributarias que permitan ajustar cuotas según el ingreso del egresado, establecer periodos de gracia por medio de respaldos de las universidades, o bien, entidades estatales y diseñar productos con pagos más flexibles.

En conclusión, los modelos alternativos tienen importancia en estudiantes sin historial crediticio, ya que según la literatura enfrentan limitaciones estructurales frente a los modelos tradicionales, las cuales son:

- Ausencia de historial crediticio
- Ingresos actuales inexistentes o informales
- Falta de activos, bienes o fiadores para ofrecer en garantías

Por lo anterior, la aplicación de los modelos alternativos en estudiantes universitarios permite reducir las barreras de acceso, incorporan criterios de inclusión, evalúan el potencial y evolución académica y profesional y permiten diseñar productos sostenibles sin sacrificar el riesgo financiero. Con lo cual, estratégicamente es posible construir un modelo híbrido que equilibre la inclusión financiera, la gestión del riesgo, la sostenibilidad, el enfoque del cliente y la mejor experiencia en procesos digitales y ágiles para el mercado meta.

En conclusión, este análisis del concepto de riesgo y evaluación crediticio es importante para entender y respaldar el objetivo específico 2, que busca identificar características reales del mercado estudiantil y futuro potencial.

## **2.5 Experiencia de Usuario en Servicios Financieros**

De acuerdo con Hassan y Martin, en su revista *La Experiencia del Usuario*, 2005, indican que Arhippainen y Tahti (2003) definen la experiencia del usuario como: “la experiencia que obtiene el usuario cuando interactúa con un producto en condiciones particulares”. En otro trabajo, Arhippainen (2003) la define como “las emociones y expectativas del usuario y su relación con otras personas y el contexto de uso”.

Knapp Bjerén (2003) es más específico al definirla como “el conjunto de ideas, sensaciones y valoraciones del usuario resultado de la interacción con un producto; es el resultado de los objetivos del usuario, las variables culturales y el diseño de interfaz”, según lo mencionan Hassan y Martín Fernández, en su revista *La Experiencia del Usuario*, 2005.

En el ámbito financiero, la CX adquiere una relevancia estratégica debido a la complejidad de los productos y el impacto que estos tienen en la vida personal y económica de sus usuarios. De acuerdo con el Boston Consulting Group: “En los servicios financieros, la experiencia del cliente se ha convertido en el principal factor de diferenciación competitiva, superando al precio y al portafolio de productos” (BCG, 2022, p. 4).

En Costa Rica, la experiencia del usuario ha ido creciendo, demandando en sistemas financieros con mejora en la digitalización y exigencia de los usuarios en temas de rapidez, claridad y accesibilidad en sus servicios y productos. Esta demanda, ha cambiado las expectativas de los clientes en procesos transparentes, sencillos y seguros.

Como mejoras prácticas en la experiencia del usuario, el país y sus instituciones financieras se han enfocado en la digitalización de procesos, eliminación de firmas presenciales en documentos, integración de canales digitales e incluso han iniciado a incorporar inteligencia artificial para responder en el tiempo oportuno. Estas prácticas funcionan no solamente para mejoras operativas, sino que los clientes lo perciben como una diferenciación en el mercado, por lo cual refuerza la viabilidad del desarrollo de un producto especializado que elimine barreras y mejore la percepción del valor de financiamiento estudiantil universitario.

### ***2.5.1 Principios de Agilidad y Transparencia***

Dentro del diseño de experiencias del usuario en servicios financieros, la agilidad y la transparencia son principios fundamentales, especialmente en procesos críticos como la solicitud, aprobación y gestión de créditos.

Adicional, la literatura destaca que la agilidad, la transparencia de costos y términos y la personalización digital son factores claves que generan confianza y reducen barreras para usuarios jóvenes y digitalmente nativos (MAZE, 2025).

#### **2.5.1.1 Agilidad en los Procesos de Crédito.**

Según Motwani & Katatria, 2024, “la agilidad es una capacidad organizacional que permite a las empresas y personas detectar, adaptarse y prosperar en un entorno turbulento”.

La agilidad se refiere a la capacidad de un sistema o servicio para adaptarse de forma rápida, eficiente y flexible a las necesidades del cliente, reduciendo tiempos de espera, simplificando pasos y permitiendo una interacción intuitiva y fluida (Barbu et al., 2021; Zendesk, 2025). En servicios financieros, esto incluye:

- Procesos simplificados de solicitud: formularios digitales accesibles, identificación de requisitos desde el inicio y flujos de llenado claros que reduzcan errores y abandonos,
- Respuesta rápida y feedback continuo: comunicación inmediata sobre el estado de la solicitud, avances y posibles requerimientos adicionales,
- Automatización y autoservicio: uso de tecnologías que le permitan al cliente realizar gestiones por sí mismo con facilidad, como carga de documentos, validación de datos, entre otros.

Aplicada a los procesos de crédito, la agilidad se manifiesta en tiempos de respuesta reducidos, digitalización de trámites, automatización de evaluaciones y eliminación de pasos innecesarios. Según Accenture: “Los clientes financieros valoran experiencias ágiles que reduzcan la fricción, particularmente en procesos complejos como la originación y administración de créditos” (Accenture, 2021, p. 9).

En el contexto de un nuevo producto financiero pensado en estudiantes universitarios, en mercadeo, la agilidad puede lograrse por medio de combinación de diferentes prácticas como digitalización integral de la solicitud, preaprobaciones basadas en criterios simples, alianzas con diferentes instituciones educativas y acompañamiento de educación financiera para el estudiante. Basado en lo anterior, la agilidad se percibe como una propuesta de valor al reducir tiempos y aumentar la confianza en los clientes.

#### **2.5.1.2 Transparencia en la Comunicación de Condiciones Crediticias.**

La transparencia constituye un principio clave para la generación de confianza en la experiencia del cliente. La literatura la define como: “La provisión de información clara, completa, comprensible y accesible que permita a los clientes entender plenamente las características, costos y riesgos de los productos financieros” (OECD, 2021, p. 67).

En el contexto de los servicios financieros, la transparencia se entiende como la provisión de información clara, suficiente y oportuna sobre productos y servicios, en un lenguaje comprensible, de modo que los clientes puedan tomar decisiones informadas sin ambigüedades o sorpresas ocultas (Cerise & SPTF, 2021).

En el contexto de créditos, la transparencia implica:

- Presentación clara de tasas de interés, plazos y cargos asociados: los estudiantes deben comprender desde el inicio cuánto costará el crédito en su totalidad, incluyendo tasas, comisiones y condiciones de pago,
- Explicación de criterios de evaluación y decisiones: detallar el porqué, un crédito fue aprobado o denegado, qué factores influyen y qué alternativas existen,
- Acceso abierto a información legal y contractual: toda documentación vinculada a crédito puede estar disponible para el cliente en un lenguaje sencillo y comprensible.

Un estudio realizado en la Universidad San Marcos, 2025, indica que la transparencia en tasas, plazos de pago y cargos adicionales incrementa la confianza del cliente y fomenta relaciones de lealtad.

### ***2.5.2 Necesidades y Expectativas del Estudiante Digital: Perfil del Estudiante Universitario Moderno como Consumidor de Servicios***

El estudiante universitario digital representa una generación creciente influida por la omnipresencia de la tecnología en su vida cotidiana. Este perfil, frecuentemente identificado con los denominados “nativos digitales”, ha incorporado herramientas y plataformas digitales como parte integral de su proceso aprendizaje, comunicación e interacción social. Su perfil como consumidor de servicios, incluidos los servicios financieros o de atención universitaria, está altamente condicionado por sus demandas de acceso eficiente, personalización, conectividad constante y experiencias digitales fluidas.

La investigación sobre expectativas de estudiantes respecto del uso de tecnologías digitales en el ámbito universitario señala que estos esperan que las instituciones integren herramientas tecnológicas avanzadas que soporten sus procesos de gestión académica y procesos de aprendizaje, lo cual se extiende a las plataformas de atención, solicitudes y comunicaciones institucionales (Guía et al., 2022). Por ejemplo, como se señala en el artículo *Tecnologías digitales: expectativas y experiencias de los estudiantes durante su transición de la secundaria a la universidad, 2022*, los estudiantes valoran especialmente la continuidad entre la tecnología que utilizan en su vida diaria y la proporcionada por la universidad, esperando niveles similares de innovación, usabilidad y flexibilidad en todos los servicios digitales que consumen.

Este comportamiento también se manifiesta en la transición de servicios educativos tradicionales a experiencias digitales integradas. En el estudio de Campus Review (2025), se

menciona que los estudiantes esperan que todas las actividades que puedan realizar físicamente en la universidad, por ejemplo la matrícula, consulta de notas, solicitudes, gestiones de becas o trámites administrativos; estén disponibles de forma eficiente a través de plataformas digitales, lo que refleja una expectativa de servicio similar a las experiencias digitales de consumo que encuentran fuera del contexto educativo (por ejemplo, aplicaciones de comercio electrónico o servicios bancarios) (*Las cuatro fuerzas que redefinen las experiencias digitales conectadas en la educación superior, 2025*).

Según Paul Towers, director nacional de Liferay Australia, “existe una discrepancia entre la rapidez con la que evolucionan las expectativas de los estudiantes y la lentitud con la que responden las instituciones. La próxima generación de estudiantes tiene expectativas más altas que nunca sobre cómo debe ser una experiencia estudiantil óptima”. Las necesidades del estudiante universitario digital están vinculadas con:

- Acceso rápido y continuo a recursos digitales: los estudiantes esperan que las plataformas funcionales y sistemas de atención respondan con rapidez, sin interrupciones y que reflejen la practicidad y sencillez en su uso diario,
- Interfuncionalidad entre servicios académicos y administrativos: desde calendarios académicos hasta trámites financieros, el estudiante digital desea una experiencia integrada que elimine la necesidad de múltiples sistemas desconectados,
- Personalización y relevancia contextual: los estudiantes modernos, como consumidores de servicios, esperan que sus interacciones digitales con la institución respondan a sus necesidades personales, nivel de estudios, modalidad, y expectativas de servicio (*Las cuatro fuerzas que redefinen las experiencias digitales conectadas en la educación superior, 2025*).

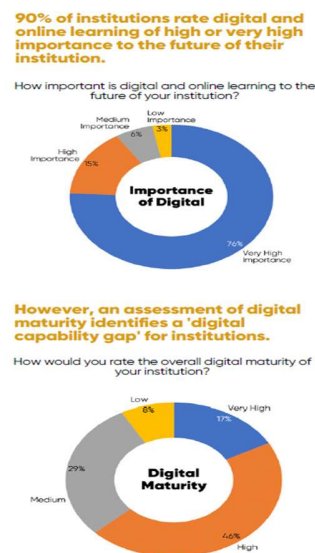
Por otra parte, investigaciones como la realizada por Jisc (2025), sobre la experiencia digital de estudiantes universitarios, evidencian que la mayoría de los estudiantes valora positivamente los entornos de aprendizaje digital y los servicios administrativos accesibles en línea, destacando la flexibilidad, accesibilidad y comodidad que estos ofrecen, así como la posibilidad de realizar procesos administrativos, de forma remota, para evitar presentarse físicamente a las instituciones. Esta percepción refuerza la idea de que las expectativas del estudiante digital están guiadas por la búsqueda de eficiencia, autonomía y control sobre sus propios procesos académicos y de gestión de servicios (MDPI, Universidad Digital, 2023).

A pesar de que no se encontró literatura específica para Costa Rica, sí se hallaron investigaciones sobre la educación superior en América Latina que muestran que el uso de tecnologías en los estudiantes es alto, con aumento después de Pandemia, por lo que las instituciones se ven obligadas a transformar sus procesos operativos y académicos.

De acuerdo con IBD, en su reporte *Higher Education Digital Transformation in Latin America and Caribbean* (2021), definen en la siguiente figura la importancia de los procesos digitales en instituciones educativas.

### Ilustración 3

#### *Importancia de la digitalización en instituciones educativas*



Fuente: Higher Education Digital Transformation in Latin America and Caribbean (2021, p.19).

En Costa Rica aún existen barreras en universidades, lo que contrasta con las expectativas del estudiante moderno, ejemplo de ello son los requisitos y la entrega presencial de documentos o pagarés, procesos largos de aprobación, falta de sistemas integrados y falta de omnicanales en la comunicación. Por lo anterior, y de acuerdo con la literatura analizada, el país podría adoptar transformaciones estratégicas que incluyen digitalización *end to end* en el proceso, con firmas y formularios inteligentes, sin necesidad de documentos físicos, notificaciones automatizadas e integradas; además de mejora en los omnicanales integrando diferentes plataformas de atención como chatbots, aplicaciones, etc.

En resumen, el perfil del estudiante universitario moderno busca experiencias fáciles, rápidas y basadas en la automatización y digitalización de sus procesos; por lo que la adopción y transformación de las instituciones financieras y educativas, al adaptarse, no solamente mejoran la experiencia, sino que genera mayor eficiencia operativa y competencia frente al mercado más exigente de hoy.

Este análisis de la experiencia del usuario, en servicios financieros, es fundamental para atender el objetivo específico 4, el cual se basa en sustentar la necesidad de diseñar una estrategia comercial basada en procesos simples, ágiles, digitales y alineados a las experiencias y expectativas de un estudiante universitario moderno.

## **2.6 Fundamentos de una Estrategia Comercial Sostenible**

Una estrategia comercial sostenible se entiende como un enfoque de gestión integral que busca el simultáneo desempeño exitoso de la rentabilidad económica y de los impactos positivos que el negocio genera en la sociedad y en el entorno, de manera que se logre valor a medio y largo plazo, tanto para la empresa y sus partes interesadas, que tienen intereses específicos, cuando aquellas se ven cumplidas, como para la propia organización. En términos generales, un plan sostenible va orientado a incorporar sus sistemas de sostenibilidad en el centro de los negocios y de la oferta comercial. Tal y como indican algunos autores de fuentes de referencia, este tipo de estrategia sostenible trata de promover que: “la sostenibilidad empresarial considera los impactos económicos, ambientales y sociales en todas las áreas de la empresa... con el objeto de contribuir positivamente al bienestar de la sociedad y al crecimiento de la empresa” (concepto basado en la integración de la sostenibilidad en las estrategias empresariales).

### ***2.6.1 Sostenibilidad Financiera***

La sostenibilidad financiera, según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico: “La sostenibilidad financiera implica la capacidad de una entidad para financiar sus operaciones actuales y futuras, cumplir con sus obligaciones y gestionar adecuadamente los riesgos financieros, sin comprometer su viabilidad en el tiempo” (OCDE, 2023, p. 31). El concepto anterior es importante y necesario en el sector financiero ya que genera ingresos suficientes para cubrir costos y pérdidas.

Por consiguiente, la sostenibilidad financiera en el contexto de un crédito educativo, se debe alinear con la experiencia y el ciclo de ingresos del estudiante.

### ***2.6.2 Modelos de Negocio para Productos Financieros Inclusivos***

Según Kelly, Vergara, Bammann & Santacoloma, 2019: “Un modelo de negocio describe como una empresa (ya sea grande o pequeña, informal o formal) ofrece productos y/o servicios a clientes para generar ingresos”. El modelo de negocio permite visualizar como opera un negocio para ser rentable. Un modelo de negocio inclusivo tiene como objetivo promover la integración al mercado.

En resumen, es la forma en que una organización crea, entrega y captura valor, es decir, cómo ofrece productos y/o servicios al mercado para satisfacer necesidades específicas y generar ingresos de manera sostenible. En el contexto de estrategias comerciales disponibles, un modelo de negocios inclusivo integra objetivos, tanto económicos, como sociales, buscando expandir el acceso a bienes y servicios a segmentos tradicionalmente excluidos del mercado convencional, incluidos grupos con ingresos bajos y poblaciones vulnerables (Open Knowledge FAO, Guía de modelos de negocios inclusivos, 2019).

Cuando se aplica al sector financiero, un modelo de negocio para productos financieros inclusivos incorpora mecanismos diseñados para atender las necesidades de las personas o segmentos que no acceden a servicios financieros tradicionales, tales como créditos, cuentas de ahorro o seguros. Estos modelos suelen apoyarse en tecnologías digitales, alianzas con socios locales o enfoques alternativos de evaluación de riesgo para superar barreras de acceso y reducir costos operativos, facilitando la inclusión financiera y contribuyendo al desarrollo económico sostenible (MDPI, *¿Puede la digitalización fomentar la inclusión financiera sostenible? Oportunidades tanto para los bancos como para los grupos vulnerables, sostenibilidad*, 2023).

Según lo que indica el Banco Nacional de Costa Rica (2024), la inclusión financiera sostenible no debe entenderse como una tarea filantrópica aislada, sino como una estrategia de negocios que genera impacto social sin sacrificar la viabilidad económica de la entidad. Esto implica diseñar productos que sean viables desde el punto de vista financiero, al mismo tiempo que atienden necesidades reales de grupos desatendidos, contribuyendo a la reducción de brechas de acceso y promoviendo una participación más amplia en el sistema financiero formal.

En la práctica, los modelos de negocio inclusivos pueden adoptar diversas formas, tales como las siguientes:

- Microfinanzas y microcréditos digitalizados: estructuras de negocio que proveen microcréditos y servicios financieros a través de plataformas tecnológicas que reducen

costos y agilizan procesos, al tiempo promueven la inclusión. (MDPI, *¿Puede la digitalización fomentar la inclusión financiera sostenible? Oportunidades tanto para los bancos como para los grupos vulnerables, sostenibilidad*, 2023),

- Modelos híbridos para población vulnerable: combinan estrategias de impacto social, alianzas con asociaciones no gubernamentales y evaluación de riesgo alternativa para servir a segmentos excluidos, lo cual se traduce en aumento de la participación en el sistema financiero formal (Banco Nacional de Costa Rica),
- Plataformas Marketplace financieras: un ejemplo de estas plataformas es “Prósperas”, la cual, según Wikipedia, “es una empresa de tecnología financiera que opera un Marketplace digital de crédito en América Latina”. Su plataforma les permite a los usuarios comparar y solicitar créditos personales provenientes de distintas instituciones financieras reguladas. Prósperas funciona como un canal de originación para bancos, financieras y proveedores de microcrédito y se encuentra integrada en aplicaciones móviles de operadoras de telecomunicaciones en México y Colombia.

### ***2.6.3 Componentes de un Plan Estratégico Comercial***

Desde la literatura de mercadeo y gestión estratégica, el plan estratégico comercial se define como un instrumento formal que orienta las decisiones de mercado de una organización en el mediano y largo plazo.

Según Kotler y Keller, referentes clásicos y actuales del marketing, lo definen de la siguiente manera: “Un plan estratégico de marketing es el documento escrito que resume lo que el especialista en marketing ha aprendido sobre el mercado y que indica cómo la empresa planea alcanzar sus objetivos de marketing” (Kotler & Keller, 2021, p. 64).

Desde un enfoque más operativo y centrado en el cliente, Armstrong et al. indican que “un plan de marketing describe la estrategia de marketing y los programas detallados para lograr los objetivos de mercadeo de la empresa” (Armstrong et al., 2023, p. 56).

En el ámbito del mercadeo, el uno de los marcos más reconocidos y utilizados para estructurar este plan es el concepto de mezcla de mercadotecnia o las 4P del marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción (*Qué es el marketing mix y cómo aplicar las 4P con éxito*, 2025). A continuación, se analiza las 4P de acuerdo con la investigación del proyecto:

## **Producto**

Desde la teoría del marketing, el producto se concibe como el eje central de la oferta valor al mercado. Kotler y Armstrong lo definen de manera textual como: “Producto es cualquier cosa que puede ofrecerse a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer un deseo o una necesidad” (Kotler & Armstrong, 2023, p. 248).

Esta definición incluye, tanto bienes tangibles, como servicios intangibles, ideas o experiencias. En el ámbito de los servicios financieros, el producto no solo comprende el crédito en sí, sino, también, sus condiciones, beneficios y experiencia de uso.

## **Precio**

El precio representa el valor monetario que el cliente debe entregar para obtener el producto o servicio. Kotler y Armstrong lo definen de forma textual como: “El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores intercambian por los beneficios de tener o usar el producto o servicio” (Kotler & Armstrong, 2023, p. 310). En servicios financieros, el precio se refleja en las tasas de interés, comisiones, y cargos asociados, lo cual cumple con un rol clave en la percepción de accesibilidad y valor del producto.

## **Plaza**

La plaza, también conocida como Distribución, se refiere a la forma en que el producto llega al consumidor final. Armstrong et al. la definen de la siguiente manera: “La distribución consiste en un conjunto de organizaciones interdependiente involucradas en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor o usuario final” (Armstrong et al., 2023, p. 332).

En el contexto actual, la plaza incluye, tanto canales físicos, como digitales, lo cual resulta especialmente relevante para productos financieros orientados a estudiantes universitarios.

## **Promoción**

La promoción comprende las actividades de comunicación que buscan informar, persuadir y recordar mercado objetivo sobre la oferta disponible. Kotler y Keller (2021) definen ese componente como: “La promoción es el conjunto de actividades que comunican los méritos del producto y persuaden a los clientes objetivo para que lo compren” (p. 518).

Este elemento abarca publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing digital y comunicación directa, siendo fundamental para generar conocimiento y confianza en productos financieros inclusivos.

Este análisis de la sección fundamentos de una estrategia comercial sostenible es importante para atender la necesidad que la propuesta del financiamiento sea viable a largo plazo fortaleciendo el objetivo general de la investigación, que busca equilibrar el acceso educativo con estabilidad económica de la o las entidades que puedan implementar el producto.

## **2.7 Síntesis del Marco Teórico y Brecha de Conocimiento**

En síntesis, la literatura confirma la importancia de la educación y las barreras existentes. Sin embargo, se evidencia una brecha en la investigación sobre el diseño de productos financieros centrados en la experiencia del usuario para el segmento estudiantil privado en Costa Rica. Los modelos actuales se enfocan en la disponibilidad de fondos, pero no en la agilidad, transparencia y sostenibilidad del proceso, que es el foco de esta investigación.

Desde el análisis del financiamiento educativo, la literatura internacional reconoce que el acceso al crédito es un instrumento clave para ampliar la cobertura de educación superior (Barr, 2012; Chapman, 2006). Adicional, internacionalmente los créditos tradicionales o subsidios reflejan que no son suficientes para atender las necesidades reales de los estudiantes universitarios especialmente de educación privada, y de clase vulnerable. A pesar del uso de modelos en otros países, como pagos contingentes al ingreso, o sistemas de beca, su adaptación al producto ideal de financiamiento estudiantil en Costa Rica se ha visto limitada.

De acuerdo con la literatura analizada para Costa Rica, se puede concluir que la oferta actual en créditos con condiciones favorables, es decir, con tasas de interés más bajas, se ofrece principalmente en instituciones públicas y cooperativas, sin embargo, estas ofertas tienen procesos burocráticos, requisitos extensos, poco acompañamiento y mala experiencia del usuario. Por tanto, en instituciones privadas, la literatura y evidencia de mercado muestran poca especialización en productos educativos.

Complementariamente, es importante incluir en los nuevos procesos de las últimas generaciones, ser más digitales tomando en cuenta la transparencia, la agilidad y personalización digital, ya que son factores importantes para diferenciarse a nivel competitivo y hacer una buena experiencia en el ciclo de vida del estudiante universitario. Paralelamente, la literatura investigada

sobre la experiencia del usuario en servicios financieros indica lo siguiente: “la experiencia del cliente se ha convertido en el principal factor de diferenciación competitiva” (Boston Consulting Group, 2022, p. 4).

Para finalizar, la teoría evidencia que existen diferentes modelos de evaluación de riesgo predictivos basados en el futuro potencial de los clientes a nivel internacional, sin embargo, estos modelos no son recurrentes en el análisis de productos financieros, ya que la mayoría solicita tener un récord crediticio previo. Por lo anterior, según la investigación de la literatura, se puede ver que existe una brecha en el diseño de productos especializados para financiar la educación superior, orientados a la experiencia y necesidad del cliente universitario con criterios de sostenibilidad y riesgos alternativos; dicha brecha constituye el objetivo central que la investigación busca cubrir mediante el diseño de un plan estratégico comercial que responda, de manera integral, a las necesidades del mercado estudiantil y objetivos de las entidades financieras.

A continuación, se muestra en la Tabla 6 la sistematización de la brecha identificada de acuerdo con lo que se investigó en la literatura, lo que falta y cuál podría ser la solución gracias a la investigación:

**Tabla 7**

*Identificación de brecha de conocimiento*

¿Qué se conoce?	¿Qué falta?	¿Solución de brecha con la investigación?
<b>El financiamiento educativo es clave para ampliar el acceso a la educación superior (Bar, 2012).</b>	Adaptación de modelos internacionales en Costa Rica.	Propuesta de un producto especializado para estudiantes universitarios privados.
<b>Tasas competitivas a nivel nacional existen en instituciones públicas y cooperativas.</b>	Procesos burocráticos, mala experiencia de usuario.	Propuesta de modelo ágil, digital y pensado en el cliente.

<b>La experiencia del cliente es factor estratégico de diferenciación (BCG, 2022).</b>	Poca integración de CX en los flujos de productos financieros.	Incorporación de principios de agilidad, transparencia, experiencia del proceso y personalización digital en el diseño del flujo.
<b>Existen modelos predictivos de riesgo basados en datos alternativos (Thomas et al., 2017).</b>	Dependencia del historial crediticio tradicional.	Propuesta de modelo alternativo basado en potencial académico y perfil proyectado.

Fuente: elaboración propia.

En síntesis, la literatura confirma la importancia de financiamiento universitario como mecanismo de crecimiento social y resalta la necesidad de condiciones accesibles, sin embargo, se identifican brechas, las cuales deben trabajarse para ofrecer un mejor producto a los estudiantes universitarios en Costa Rica, como lo son la experiencia ágil y digital, transparencia, modelos alternativos de evaluación de riesgos y criterios de sostenibilidad financiera.

## Capítulo III

### 3. Marco Metodológico

En el siguiente capítulo se define el enfoque y método más idóneos para la investigación, responder a la pregunta y a los objetivos; así como los sujetos y las fuentes que brindan la información, las variables e instrumentos.

De la información obtenida en la investigación, se tomarán decisiones dirigidas para el diseño del plan estratégico de mercadeo para el nuevo producto de financiamiento estudiantil. Se presenta a continuación, un diagrama de flujo con el proceso metodológico que se detallará durante el capítulo.

#### Ilustración 4

*Flujo de metodología*



Fuente: elaboración propia.

### 3.1 Enfoque de la Investigación

La definición del enfoque metodológico es el primer paso de la manera que se recolectarán los datos, cómo serán analizados e interpretados. El enfoque incluye el diseño mismo del instrumento.

Por su parte, la definición de investigación es válida, tanto para el enfoque cuantitativo, como para el cualitativo, o bien la unión de ambos como mixto.

El enfoque mixto se apoya en la combinación ordenada de los métodos cualitativos y cuantitativos, lo que permite validar, tanto magnitud y frecuencia de los fenómenos, como aquellas visiones, experiencias atribuidas por los autores. Por lo que Creswell y Clark señalan: “La investigación con métodos mixtos es un enfoque de investigación que combina o integra métodos de investigación cuantitativos y cualitativos en un solo estudio para proporcionar una comprensión más completa del problema de investigación” (Creswell & Plano Clark, 2018, p. 5).

La investigación adoptará un enfoque mixto, ya que se combinarán ambos métodos, el cuantitativo que es secuencial y probatorio, permitirá dimensionar al mercado y validar las barreras financieras a través de una encuesta a una muestra representativa de estudiantes. Adicionalmente, el enfoque cualitativo que es como las etapas interactúan y no siguen una secuencia rigurosa; por medio de este enfoque se realizarán entrevistas a profundidad, aportará un mayor entendimiento sobre las percepciones, motivaciones y el “porqué” detrás de los resultados numéricos.

Para ampliar los conceptos, en el enfoque cuantitativo Hernández, Fernández y Baptista indican: “El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (2014, p. 4).

La investigación cuantitativa abordará la medición y el análisis de variables relacionadas con el acceso a financiamiento estudiantil, características de los productos financieros y percepciones generales de los usuarios, logrando así identificar patrones, tendencias y relaciones entre variables. Es de tipo cuantitativa correlacional, ya que buscará relacionar la experiencia actual de los estudiantes con financiamientos para su estudio y el tener un producto adecuado a sus necesidades que les facilite el pago de su carrea. Aunque no se manipularán variables, sí se podrán identificar asociaciones relevantes entre las experiencias actuales y la percepción o aceptación de un nuevo producto financiero.

En el enfoque cualitativo Hernández, Fernández y Baptista señalan que “el enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (2014, p. 7).

Por consiguiente, la investigación cualitativa permitirá profundizar en la comprensión de las experiencias, expectativas y valoraciones de los estudiantes y otros actores importantes, como la universidad, sobre todo lo relativo a la experiencia del usuario, transparencia y agilidad en los procesos de financiamiento.

Por lo anterior, dicho enfoque mixto tiene la finalidad de obtener una visión acerca de lo que se está estudiando, en este caso, el acceso al financiamiento estudiantil en la educación superior, en relación con la experiencia del usuario y la estrategia comercial adecuada al contexto costarricense.

### **3.2 Diseño de Investigación**

Se empleará un diseño descriptivo-propositivo, la fase descriptiva será para caracterizar el mercado y las necesidades del estudiante universitario privado en Costa Rica, identificar sus barreras financieras y analizar la oferta actual de créditos.

Por su parte, la fase propositiva será utilizada para estructurar y diseñar un plan estratégico comercial innovador utilizando los hallazgos de la primera fase.

Los datos se recolectarán en un período de 4 meses máximo (I cuatrimestre del 2026) sin manipular las variables. Este diseño permite recoger información puntual sobre las percepciones, necesidades y los comportamientos de los estudiantes en relación con los mecanismos actuales de financiamiento, sin alterar sus condiciones reales.

### **3.3 Población y Muestra**

#### ***3.3.1 Población***

La población consistirá en estudiantes activos y potenciales entre 17 y 40 años de edad de universidades privadas en Costa Rica y que no reciban actualmente beca o algún otro subsidio de estudio. La definición se trata de un grupo específico que representa directamente al público objetivo del producto financiero en evaluación.

### 3.3.2 Muestra

Según Quispe (2020), “el cálculo de tamaño de muestra es un aspecto esencial del diseño de estudios cuantitativos. Un adecuado tamaño de muestra nos permite determinar cuál es la mínima cantidad de participantes necesarios para probar nuestra hipótesis de interés” (p. 78). Por lo anterior, se define la muestra con la siguiente fórmula, por lo que la población es grande:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Donde:

**n:** muestra (número de personas que se deben encuestar).

**Z:** nivel de confianza (mientras mayor sea el nivel de confianza, mayor confiabilidad tendrán los resultados, se utilizará 1.645).

**e:** grado de error (mientras menor margen de error, mayor validez tendrán los resultados, se utilizará 0.10).

**p:** probabilidad de ocurrencia (probabilidad de que ocurra el evento, se utilizará del 50 %).

**q:** probabilidad de no ocurrencia (probabilidad de que no ocurra el evento, se utilizará la del 50 %)

Según los datos anteriores, el cálculo de la muestra será para la encuesta cuantitativa, y se refleja de acuerdo con la aplicación de la fórmula siguiente:

$$\begin{aligned}n &= \frac{(1.645)^2(0.5)(0.5)}{(0.10)^2} \\n &= \frac{2.706 \times 0.25}{0.01} \\n &= \frac{0.6765}{0.01} \\n &= 67.65 \\n &\approx 68\end{aligned}$$

De acuerdo con el resultado, se buscará alcanzar una muestra de al menos 68 participantes para garantizar un nivel de confianza del 90 % y un margen de error de un 10 %.

Adicionalmente, se utilizará un muestreo intencional, el cual será incluido para entrevistas cualitativas seleccionando a 5 estudiantes, 5 padres de familia, 1 persona administrativa de una universidad privada y 3 asesores de entidades financieras para obtener diversas perspectivas.

También se utilizará dicho muestreo intencional no probabilístico para elaborar un taller de co-creación con estudiantes y asesores financieros, así como un administrativo universitario, ya que tienen criterios de conveniencia dado a su experiencia.

### **3.4 Técnicas e Instrumentos**

Se utilizarán los siguientes instrumentos:

- Entrevistas tipo guion: se realizarán preguntas semi-estructuradas con 16 preguntas abiertas para explorar las experiencias personales con financiamientos, las frustraciones o barreras con procesos actuales y las expectativas sobre un producto ideal,
- Taller de co-creación: se realizará en un espacio de 2 horas, este tiene varias fases iniciando con el objetivo de la dinámica para que la participación sea activa, posteriormente se realiza el registro de ideas por medio de post-sticks, se realiza una sintetización de ideas por medio de grupos similares y se toman fotografía del resultado. Este instrumento permitirá complementar los hallazgos cualitativos con datos más sistematizados, centrada en el usuario, para generar ideas innovadoras y participativas sobre cómo debería ser un producto financiero ideal desde la perspectiva de la entidad financiera, las universidades y los estudiantes,
- Encuestas por medio de cuestionarios a los estudiantes: se diseñará un cuestionario digital con preguntas cerradas (25 preguntas) para recoger datos sobre perfil demográfico, percepciones de barreras financieras, disposición para toma de créditos y atributos más valorados en un producto financiero. Este instrumento permitirá validar y cuantificar los hallazgos cualitativos, proporcionando datos sistematizados sobre las necesidades y preferencias del mercado estudiantil,

- Modelo conceptual del producto financiero: el cual busca identificar las barreras, las necesidades de los estudiantes y debilidades de la competencia para diseñar un producto ideal, una estrategia comercial y la propuesta de la experiencia del usuario propuesta.

A continuación, se detalla una tabla resumen con las técnicas y los instrumentos que se utilizarán, así como la población a los que responde, lo cual permitirá abordar la investigación desde una perspectiva integral.

**Tabla 8**

*Técnicas e instrumentos*

<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Descripción del instrumento</b>	<b>Población / Fuente de información</b>
<b>Entrevista cualitativa</b>	Guía de entrevista semi-estructurada	Compuesto por 16 preguntas abiertas	Estudiantes universitarios de instituciones privadas y personal administrativo o financiero de universidades privadas
<b>Taller de Cocreación</b>	Guía del taller	Diseño del proceso ideal y propuesta de valor	Estudiantes, agentes financieros y administrativos de universidades
<b>Encuesta cuantitativa</b>	Cuestionario digital estructurado	Compuesto por aproximadamente 25 preguntas cerradas	Estudiantes universitarios de instituciones privadas en Costa Rica que no cuentan con becas
<b>Análisis estratégico y diseño propositivo</b>	Modelo conceptual del producto financiero	Instrumento analítico que integra los resultados de las entrevistas, encuestas y el análisis de hallazgos	Resultados de la investigación primaria y secundaria

Fuente: elaboración propia.

### **3.5 Procedimiento para Recolección de Datos**

El proceso para recolectar la información se desarrollará en tres fases, las cuales se mencionan a continuación:

#### ***3.5.1 Prueba piloto***

El cuestionario será validado por una pequeña muestra de 15 estudiantes que se realizará en 2 días (9 y 10 de febrero) para asegurar que las preguntas estén planteadas de forma clara.

#### ***3.5.2 Aplicación***

La encuesta se distribuirá a través de redes sociales y grupos universitarios privados en el periodo de 1 semana (11 al 18 de febrero). Para la recolección de datos, se aplicarán 68 entrevistas y se utilizará la herramienta de Google Form, la cual tabulará y brindará los respectivos gráficos para su posterior análisis.

#### ***3.5.3 Entrevistas***

Las entrevistas se realizarán por medio de videollamadas, llamadas de audio o presenciales con el permiso de cada entrevistado, con una duración de unos 45 minutos aproximadamente.

#### ***3.5.4 Taller de Cocreación***

Adicional se trabajará en un foro con los participantes para cocrear el flujo del producto ideal con su respectivo proceso. Este se realizará en un espacio de 2 horas aproximadamente utilizando lluvia (post-sticks) y sintetización de ideas.

La operacionalización de variables permitirá analizar varios conceptos del marco teórico en elementos observables y medibles, para así asegurar el hilo conductor entre los objetivos de la investigación, las técnicas de recolección de datos e instrumentos que serán utilizados. Por lo tanto, a continuación, se presenta una tabla relacionada para mayor entendimiento:

**Tabla 9**

*Operacionalización de variables de la investigación*

Variable	Objetivo	Técnica	Dimensiones	Indicadores
Barreras de acceso al financiamiento educativo (independiente).	Identificar las barreras económicas, sociales y operativas, así como comprender las expectativas del mercado estudiantil respecto de productos financieros educativos.	Encuestas/ entrevistas	Barreras económicas	1. Costos de matrícula y gastos indirectos. 2. Capacidad de pago del estudiante y su familia. 3. Acceso a garantías o fiadores.
			Barreras sociales	1. Nivel educativo del núcleo familiar. 2. Acceso a información financiera. 3. Condición socioeconómica y laboral.
			Barreras operativas	1. Requisitos crediticios. 2. Tiempo y burocracia en proceso 3. Claridad en la información
Necesidades y expectativas del mercado estudiantil privado (independiente).	Analizar las características y necesidades del mercado estudiantil privado en relación con productos financieros educativos y complementar los hallazgos cualitativos con datos cuantificables.	Encuestas/ Entrevistas / Taller	Necesidades financieras	1. Monto requerido. 2. Plazos de pago. 3. Flexibilidad en cuotas.
			Expectativas del servicio	1. Agilidad en el proceso. 2. Transparencia en condiciones. 3. Digitalización.
Competencia en el mercado de financiamiento estudiantil.	Establecer un análisis comparativo de la competencia a nivel de financiamientos estudiantiles en Costa Rica.	Análisis documental	Propuesta de valor	1. Tipo de producto. 2. Segmento objetivo. 3. Beneficios.
			Condiciones Financieras	1. Tasa de interés. 2. Plazo. 3. Requisitos.
			Experiencia	1. Facilidad en el proceso. 2. Canales de atención. 3. Especialización.

Estrategia comercial del producto financiero educativo (dependiente).	Proponer un plan estratégico comercial y un producto financiero educativo accesible, ágil y sostenible, centrado en la experiencia del usuario.	Análisis estratégico	Diseño del producto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Características financieras.</li> <li>2. Modelo de riesgo.</li> <li>3. Sostenibilidad.</li> </ol>
			Experiencia del usuario	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agilidad en el proceso.</li> <li>2. Transparencia en informativa.</li> <li>3. Digitalización.</li> </ol>
			Estrategia comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Canales de distribución.</li> <li>2. Alianzas estratégicas.</li> <li>3. Comunicación y posicionamiento.</li> </ol>

Fuente: elaboración propia.

Basado en la tabla anterior, se garantizará que los resultados obtenidos sean los correctos para el propósito de diseñar un plan estratégico comercial para un producto de financiamiento educativo centrado en la experiencia del usuario y adaptado a la realidad del estudiante privado en Costa Rica.

### 3.6 Estrategia de Análisis de Datos

La estrategia del análisis de datos de esta investigación se diseñará relacionada con el enfoque mixto, permitiendo analizar información cuantitativa y cualitativa para comprender las barreras de acceso, las necesidades del mercado objetivo y las oportunidades para diseñar un producto financiero adecuado a los estudiantes universitarios en Costa Rica.

Para el análisis cualitativo se utilizarán los resultados de los “que se quieren en el producto y cómo hacerlo posible” de las entrevistas abiertas y del taller de co-creación: se procesará la información recolectada, identificando temas recurrentes, expectativas y necesidades expresadas por los estudiantes sobre el producto financiero ideal. Por otra parte, para el análisis cuantitativo, se realizará el análisis de resultados de las encuestas codificando y categorizando las respuestas obtenidas, permitiendo identificar patrones comunes y relaciones relevantes.

## Análisis cuantitativo

Los datos de la encuesta serán procesados en Microsoft Excel, la cual es una herramienta que permitirá la organización, depuración y sistematización de la información que se obtenga.

Se aplicará la estadística descriptiva, la cual identificará tendencia y patrones generales en las respuestas generales de los participantes. Para ello, se generarán tablas de frecuencias, promedios y gráficos de barras que visualicen los resultados más importantes, permitiendo así la observación de variables como perfil demográfico, percepción de barreras económicas, sociales y operativas, además de los atributos más valorados en un producto de financiamiento.

Dicho análisis podrá identificar las características del mercado estudiantil y funcionará como insumo en la estrategia comercial propuesta. A continuación, se muestra, en la Tabla 8, la operacionalización de variables de acuerdo con sus preguntas ligadas a cada objetivo.

**Tabla 10**

*Operacionalización de variables según cuestionario de encuestas*

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems (preguntas)	Escala
<b>Barreras de acceso al financiamiento educativo</b>	Barreras económicas	Costos de matrícula, gastos indirectos, ingresos insuficientes, tasas de interés, requisitos financieros	9,10,11,12	Likert 1-5
<b>Barreras de acceso al financiamiento educativo</b>	Barreras sociales y operativas	Información disponible, complejidad del proceso, tiempos de aprobación, asesoría financiera, acceso a canales de solicitud	13,14,15,16	
<b>Características del mercado estudiantil</b>	Necesidades del estudiante	Diseño de productos especializados, flexibilidad de pagos, preferencia digital, acompañamiento financiero	17,18,19,20	

<b>Percepción de la competencia</b>	Evaluación de oferta existente	Adecuación de productos, requisitos, transparencia, comprensión de necesidades, burocracia	21,22	
<b>Requisitos del producto financiero ideal</b>	Atributos del producto	Periodo de gracia, rapidez de aprobación, digitalización, tasas preferenciales, transparencia de costos	23, 24, 25	

Fuente: elaboración propia.

La tabla anterior permitirá transformar los conceptos teóricos de la investigación en indicadores medibles mediante el cuestionario aplicado a la población estudiantil utilizando una escala Likert de cinco puntos, esto para medir la percepción de los participantes respecto de barreras de acceso, características del mercado estudiantil, percepción de la competencia y atributos del producto financiero educativo ideal.

### **Análisis cualitativo**

Las transcripciones de las entrevistas y foro de cocreación serán presentadas mediante un análisis de contenido temático, el cual buscará la identificación de patrones, temas recurrentes y citas importantes que serán relacionadas con las experiencias de participación de los entrevistados en algún proceso de financiamiento, las limitaciones de dichos productos y lo que pueden esperar de un nuevo modelo de crédito estudiantil.

La clasificación de la información será realizada de manera manual, agrupando respuestas alineadas a las dimensiones que se desean analizar, por ejemplo, barreras, experiencia, percepción, transparencia, agilidad, digitalización, entre otros.

De acuerdo con el análisis, en la siguiente tabla se realiza la clasificación para análisis del contenido. Dicho procedimiento permitirá organizar la información obtenida, identificar patrones en las respuestas y comprender experiencias, barreras y expectativas de los participantes.

**Tabla 11**

*Matriz de categorización para análisis cualitativos*

<b>Categoría principal</b>	<b>Subcategorías</b>	<b>Categorías</b>	<b>Relación con objetivo</b>
<b>Barreras de acceso al financiamiento educativo</b>	Barreras económicas	Costos de cursos, matrícula, gastos, ingresos, tasas de interés	Objetivo específico 1
	Barreras operativas	Burocracia, tiempos de respuesta, requisitos, falta de información	
	Barreras sociales	Dependencia, educación financiera, desconocimiento	
<b>Características del mercado estudiantil</b>	Necesidades financieras	Cuotas y plazos accesibles, periodo de gracia, financiamiento	Objetivo específico 2
	Preferencias de servicio	Digital, asesoría, acompañamiento	
<b>Percepción de la competencia</b>	Evaluación de productos actuales	Pocas opciones, procesos lentos, condiciones no especiales	Objetivo específico 3
	Experiencia del usuario actual	Transparencia, falta comunicación, desconfianza	
<b>Producto financiero ideal</b>	Atributos del producto	Tasas preferenciales, rapidez, requisitos flexibles	Objetivo específico 4
	Experiencia de usuario esperada	Proceso digital, transparente, fácil y rápido	

Fuente: elaboración propia.

En resumen, la investigación se realizará con un enfoque metodológico mixto, poniendo en práctica las técnicas cuantitativas y cualitativas. Adicional, se utilizarán encuestas estructuradas para identificar barreras, necesidades y expectativas el mercado meta, entrevistas semiestructuradas para profundizar sus expectativas y experiencias; así como el análisis de los instrumentos para integrar los hallazgos y basar así el diseño de un plan estratégico comercial y una propuesta para un producto financiero ideal para los estudiantes universitarios privados de Costa Rica.

### **3.7 Resultados Esperados**

Con el enfoque mixto propuesto, se espera obtener resultados que permitan, de forma general, comprender las condiciones actuales del acceso al financiamiento educativo superior en Costa Rica y, a la vez, tener los insumos estratégicos para diseñar el plan comercial planteado.

La encuesta (68 participantes) permitió identificar patrones estadísticos sobre las barreras económicas, sociales y operativas que enfrentan los estudiantes. Se espera encontrar que el 70-80 % de los estudiantes percibe barreras económicas significativas, que la agilidad del proceso es más valorada que la tasa de interés y que existe una brecha importante entre la oferta actual y las expectativas del mercado; estos resultados permitirán dimensionar el potencial del mercado objetivo y establecer tendencias importantes para tomar decisiones.

Por su parte, las entrevistas (10 participantes) proporcionarán narrativas ricas sobre las experiencias personales con financiamiento y el "porqué" detrás de las barreras identificadas. Se espera obtener historias de vida que ilustren cómo las barreras impactan las decisiones educativas y cómo se pueden identificar oportunidades de mejora en términos de agilidad, transparencia, digitalización y accesibilidad de los servicios financieros.

El taller de cocreación proporcionará propuestas participativas sobre el diseño del proceso ideal del producto financiero educativo, incorporando la visión de los usuarios y *stakeholders* claves del ecosistema. Se espera que este taller genere consenso sobre la mejor experiencia en el proceso de solicitud del producto y cuáles deben ser sus principales características.

## Capítulo IV

### 4. Análisis e Interpretación de Resultados

En este apartado se expone el análisis de los resultados conseguidos mediante los instrumentos aplicados durante la investigación. Se presentan los hallazgos de manera secuencial para simplificar el entendimiento.

#### 4.1. Resultado de Análisis Cuantitativo (Encuestas)

Para realizar el análisis y la interpretación de resultados, se detalla que el primer instrumento aplicado fueron las encuestas, las cuales fueron diseñadas en correspondencia directa con los objetivos específicos de la investigación, con el fin de asegurar la coherencia entre la recolección de datos y el análisis posterior, permitiendo identificar barreras de acceso, características del mercado estudiantil, percepción de la competencia y atributos clave para el diseño del producto financiero propuesto.

Con el objetivo de entender las barreras y lo que esperan los estudiantes universitarios de educación privada, se construye un cuestionario de 25 preguntas cerradas. Se distribuye por medio de la herramienta digital Google Forms, siendo compartida con estudiantes universitarios activos en Costa Rica. El instrumento logra 68 respuestas válidas recopiladas con los criterios para la muestra.

Los pasos para la aplicación de las encuestas se detallan a continuación:

1. Se confecciona un cuestionario con preguntas cerradas y con escala de valoración tipo Linkert.
2. Se distribuye por medio de herramienta digital Google Forms y se comparte en enlace por medio de WhatsApp y Redes Sociales (Face Book, Instagram).
3. Se reúnen las respuestas por un tiempo determinado (1 semana), asegurando el alcance de la totalidad de la muestra y la homogeneidad del grupo encuestado.

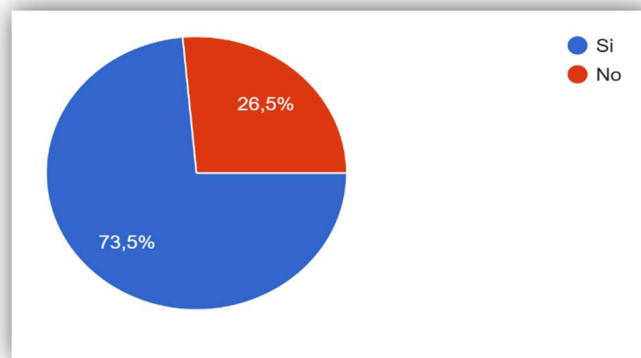
A continuación, se presentan los resultados organizados en gráficos tipo pastel y de barras, con su respectiva interpretación en función de los criterios recopilados.

#### 4.1.1 Perfil Demográfico y Socioeconómico de la Muestra

**Estudiantes activos:** se muestra en las respuestas que el 73.5 % de los encuestados son estudiantes universitarios activos, lo que confirma que la muestra si corresponde al público objetivo que son los estudiantes universitarios privados en Costa Rica.

#### Ilustración 5

*Estudiantes activos*



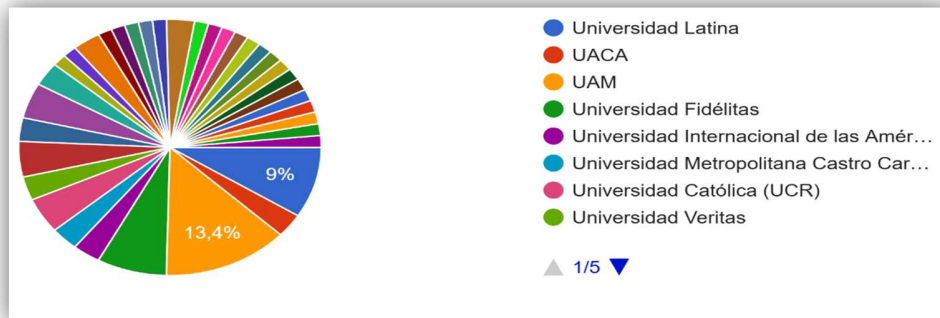
Fuente: Google Forms.

La alta concentración de estudiantes activos (73.5 %) confirma que la muestra es representativa del público objetivo, permitiendo un análisis válido de las características y necesidades del mercado estudiantil, en línea con el objetivo específico 2 de esta investigación.

**Universidades de estudio:** se brindan las opciones de las universidades más populares en el país, se observa que hay 3 más seleccionadas por los encuestados: el 13 % de los estudiantes encuestados pertenecen a la Universidad Americana de Costa Rica (UAM), el 9 % corresponde a la Universidad Latina y el 7,5 % pertenece a la Universidad Fidélitas.

## Ilustración 6

### Universidades de estudio



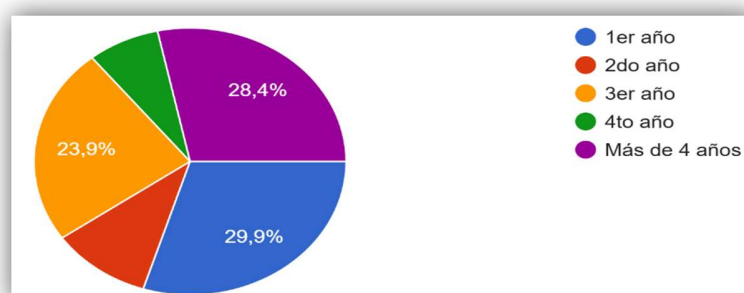
Fuente: Google forms.

Para cumplir con el análisis del objetivo de analizar las características y necesidades del mercado estudiantil (objetivo específico 2), se identifica, de acuerdo con la variedad de respuestas, que la muestra pertenece a diferentes universidades del país, e incluso se muestran institutos privados, sin embargo, se pueden diferenciar 3 de las universidades privadas con mayores respuestas.

**Año de carrera:** analizando el resultado, se destacan 3 tiempos de permanencia en las universidades, los cuales son el mayor porcentaje de encuestados (30 %) están cursando el 1er año de su carrera, el 28 % llevan más de 4 años de carrera y el 24 % van por el tercer año.

## Ilustración 7

### Años de permanencia



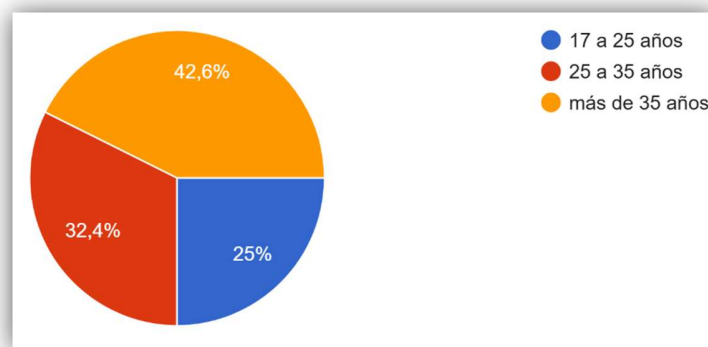
Fuente: Google Forms.

Por lo anterior, se interpreta que hay variedad en la permanencia de los estudiantes, sin embargo, el mayor porcentaje se ve reflejado en estudiantes del primer año, lo cual representa un segmento joven y adecuado para el objetivo 2 de la investigación.

**Edad:** se puede validar en el siguiente gráfico que la mayoría de encuestados, el 42 % tiene más de 35 años, le sigue con un 32 % los rangos de edad entre 25 y 35 años y luego entra el sector más joven entre 17 y 25 años con un 25 % de participación en la encuesta.

### Ilustración 8

#### *Rango de edades*



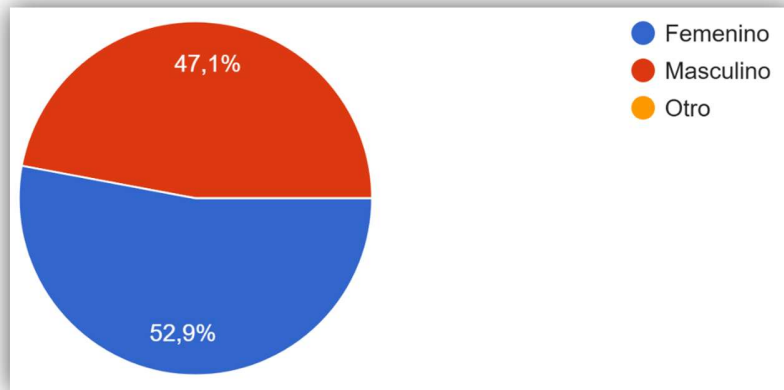
Fuente: Google Forms.

Por lo anterior, se puede interpretar que, si la mayoría de los encuestados tiene más de 35 años, es porque ya han pasado por procesos de financiamiento para estudiar, o bien, hasta que han tenido un trabajo estable han podido iniciar sus estudios. Lo que refleja que combinan estudio y empleo, situación muy común en el mercado universitario costarricense y es parte del análisis del objetivo 2.

**Género:** la distribución se mantiene equilibrada con un 53 % femenino y un 47 % masculinos, lo que reduce sesgos de género en los resultados.

## Ilustración 9

### Género



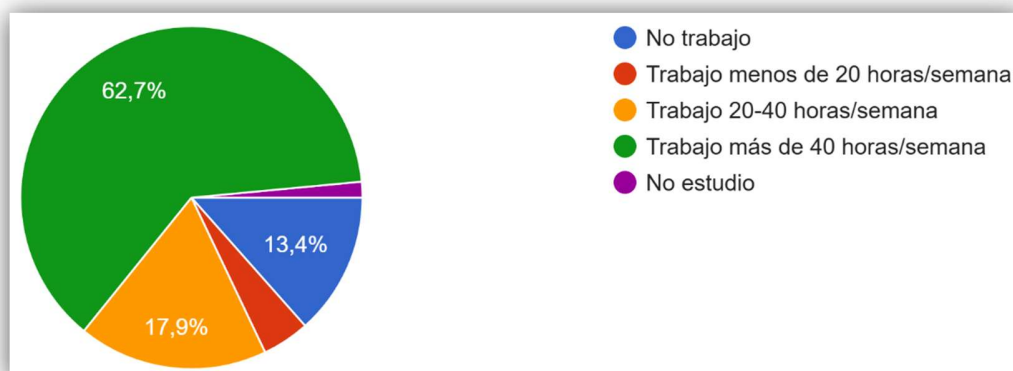
Fuente: Google Forms.

La distribución equilibrada entre hombres y mujeres permite validar que las necesidades identificadas en el estudio no presentan sesgos de género significativos dentro del mercado estudiantil, lo anterior hace referencia al análisis del objetivo específico 2 de la investigación.

**Situación laboral:** el 63 % labora más de 40 horas a la semana y el 18 % trabaja de 20 a 40 horas semanales, pero también destaca que el 13 % no trabaja.

## Ilustración 10

### Situación laboral



Fuente: Google Forms.

El hecho de que un 63 % de los encuestados trabaje a tiempo completo (más de 40 horas semanales) revela el perfil dominante del mercado: el “estudiante-trabajador”. Esta figura, que busca activamente su desarrollo profesional mientras genera sus propios ingresos, contrasta con el estereotipo del estudiante joven y dependiente económicamente.

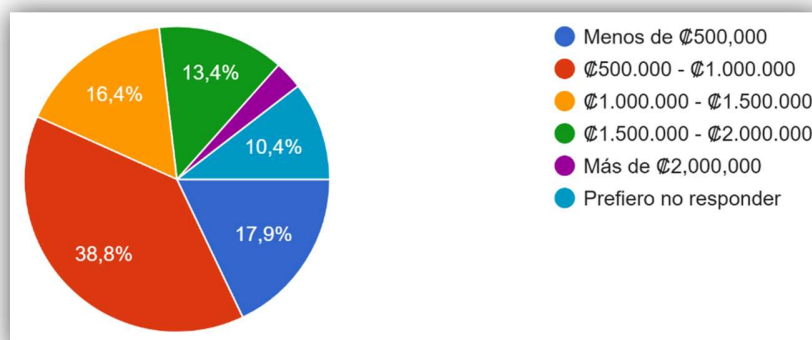
Este hallazgo tiene implicaciones profundas para el diseño del producto financiero: la capacidad de pago no recae en un garante familiar, sino en el salario del propio estudiante. Esta realidad explica directamente por qué el requisito del fiador es percibido como una barrera tan crítica (61 %, Ilustración 17). El estudiante-trabajador, a menudo, en etapas tempranas de su carrera, no suele tener acceso a garantes con el perfil que exigen las instituciones financieras tradicionales.

Por tanto, este hallazgo valida la necesidad de modelos de evaluación de riesgo alternativos (sección 2.4.2 del Marco Teórico) que se centren en el potencial futuro del solicitante en lugar de depender de garantías convencionales. Esta conclusión es central para el objetivo específico 2 de la investigación.

**Ingreso mensual:** con el análisis de los datos, se puede ver que la mayoría de los encuestados (39 %) tienen ingresos entre los c500.000 y c1.000.000; seguido del sector que percibe menos de c500.000 (18 %). Este rango de ingresos es crítico para comprender las limitaciones financieras reales del mercado meta

### Ilustración 11

*Ingreso del hogar*



Fuente: Google Forms.

De acuerdo con el análisis del gráfico anterior, se puede interpretar que existen evidencias respecto de las restricciones económicas que pueden afectar la continuidad de los estudios universitarios, ya que estos tienen costos elevados y cualquier situación no esperada desajusta cada presupuesto. Un ingreso de ¢500,000 a ¢1,000,000 mensuales, aunque permite cubrir gastos básicos (vivienda, alimentación, servicios), deja un margen muy reducido para los costos de la educación privada. Cuando se suma el costo de matrícula (que típicamente oscila entre ¢200,000 y ¢400,000 mensuales en universidades privadas) más los gastos adicionales identificados en la investigación (¢80,000 a ¢100,000 mensuales en materiales, transporte, alimentación), el presupuesto familiar se ve severamente comprometido. De hecho, el 52 % de los encuestados afirma no tener ingresos suficientes para pagar sus estudios sin financiamiento (Ilustración 15), confirmando que esta no es una limitación ocasional, sino una barrera estructural. Esto valida la necesidad de un producto financiero que no solo ofrezca capital, sino que lo haga de forma que no incremente la presión presupuestaria mensual del estudiante-trabajador, buscando solventar el objetivo 2 de la investigación de entender características y necesidades del estudiante privado universitario.

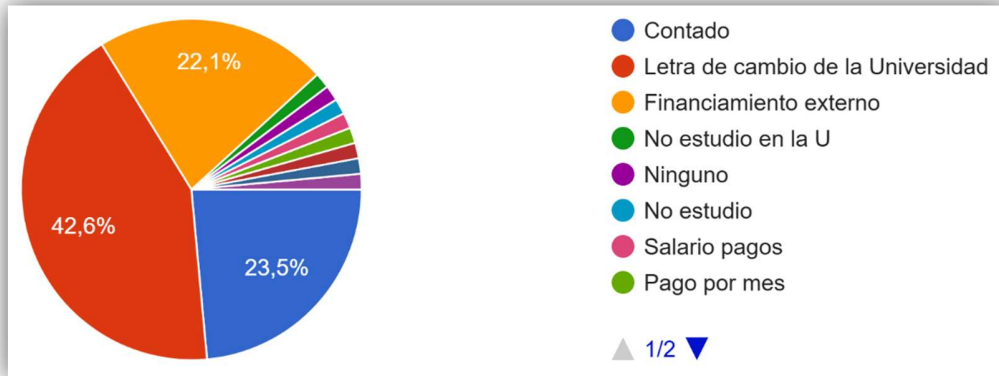
#### ***4.1.2 Barreras para el Financiamiento Educativo***

##### **4.1.2.1 Barreras Económicas.**

**Forma de pago:** se puede observar que la mayoría del porcentaje (43 %) se concentra en estudiantes que financian sus estudios directamente en la universidad con letra de cambio, el 24 % indica que pagan de contado y el 22 % del segmento utiliza un financiamiento externo. Adicional, hay muchas otras formas de pago que se utilizan que no son tan comunes.

## Ilustración 12

### Forma de pago



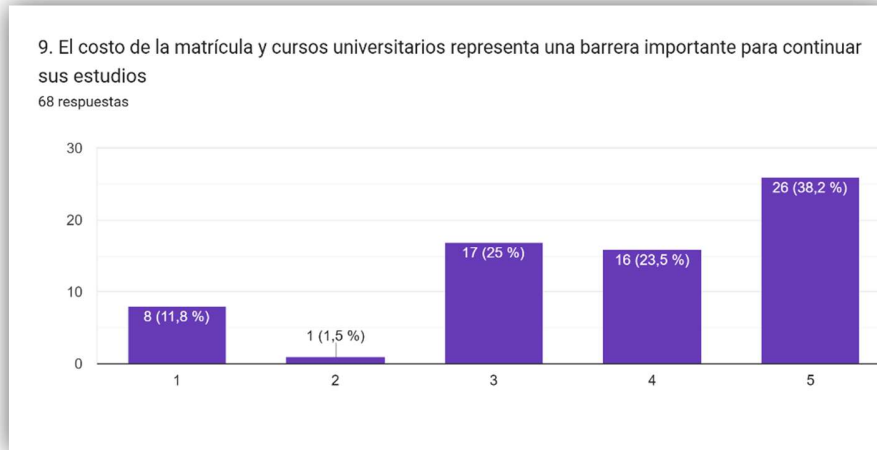
Fuente: Google Forms.

Con el análisis anterior, se puede interpretar que las universidades están haciendo el papel de instituciones financieras con su financiamiento de letra de cambio, lo que genera confianza el pago de la mayoría de los estudiantes, otros que pagan de contado o indican que pagan por financiamiento externo, pueden ser que estén utilizando métodos como tarjetas de crédito o los mismos préstamos personales. Lo anterior respalda el análisis para cubrir el objetivo 1 de identificar barreras económicas y operativas.

**Costo de matrícula:** de acuerdo con la escala del 1 al 5 en donde 1 es completamente en desacuerdo y la 5 completamente de acuerdo, se valida que el 61 % de los estudiantes encuestados si consideran que el costo de la matrícula y cursos universitarios representan barreras para iniciar, o permanecer en sus estudios, ya que estos son altos (4 y 5). Este dato es particularmente significativo cuando se contrasta con el 11 % que considera que los costos no influyen.

### Ilustración 13

#### *Costos como barrera*



Fuente: Google Forms.

El gráfico anterior demuestra que hay un gran porcentaje que consideran que los costos son elevados y no se adaptan a sus ingresos, por lo que es una barrera significativa, ya sea para iniciar o continuar los estudios, en caso de que se presente alguna situación como desempleo o algún imprevisto. La proporción de 5.5:1 (61 % vs. 11 %) evidencia un consenso abrumador en el mercado meta: el costo es un obstáculo real, no una preocupación marginal.

Este hallazgo adquiere aún más peso cuando se triangula con las entrevistas. Un estudiante de 20 años expresó: *“Cuando veo la matrícula, me siento preocupado. Incluso con mi trabajo, no puedo ahorrar lo suficiente cada mes. Sin un financiamiento, como la letra de cambio simplemente no puedo continuar”*.

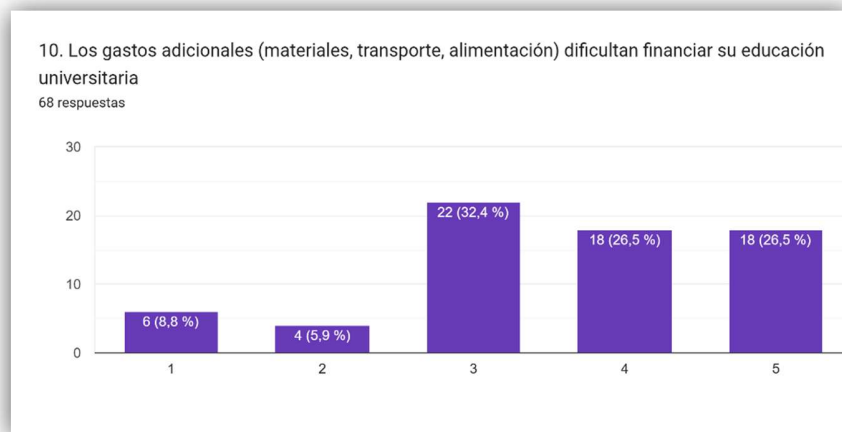
Esta narrativa revela que el costo no es solo una cifra, sino una barrera psicológica y emocional que genera estrés y dudas sobre la viabilidad de completar los estudios. Para un producto financiero, esto significa que la propuesta debe ir más allá de simplemente ofrecer dinero; debe tranquilizar al estudiante sobre su capacidad de pago a largo plazo. Por lo anterior, esta barrera aporta al análisis del objetivo 1 con respecto a las barreras económicas que enfrenan los estudiantes.

**Gastos adicionales:** en el análisis del siguiente gráfico se puede validar que el 32 % de los estudiantes están con su opinión neutra con respecto a los gastos adicionales en la universidad, sin

embargo, en los puntos 4 y 5 se puede observar que también son porcentajes altos y están de acuerdo con que sí representan una barrera económica para continuar los estudios, (ambos con un 27 %), y muy pocos, solamente el 8 %, indica que dichos costos no incluyen en su decisión de continuar estudiando.

#### **Ilustración 14**

##### *Gastos adicionales*



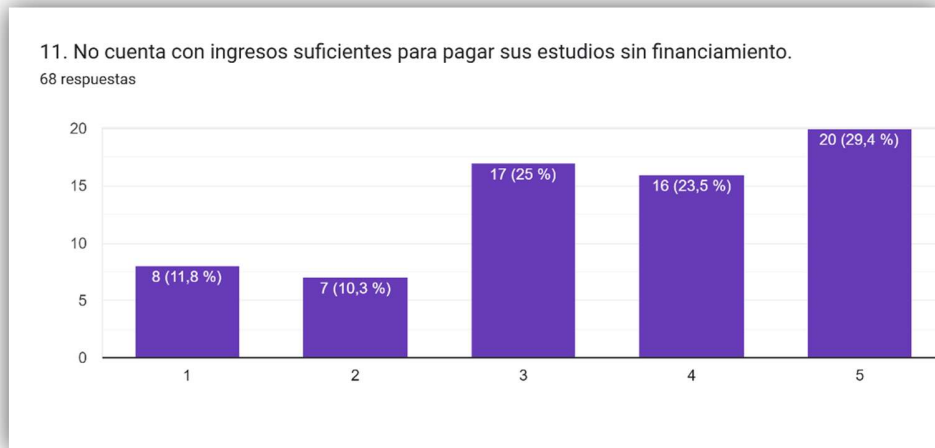
Fuente: Google Forms.

De acuerdo con lo anterior, se puede interpretar que más del 50 % de los estudiantes indicó el acuerdo alto, evidenciando que los costos indirectos también representan un obstáculo relevante como barrera económica.

**Insuficiencia de ingresos:** el análisis de ingresos suficientes para pagar estudios, sin financiamiento, se puede validar en el siguiente gráfico, donde se muestra que el 29 % de los estudiantes indican que no tienen suficientes ingresos para pagar de contado sus estudios universitarios, sin embargo, un leve porcentaje, el 12 %, no está de acuerdo en que funcione así, ya que sí logran por sus ingresos propios pagar su estudio.

## Ilustración 15

### *Insuficiencia de ingresos*



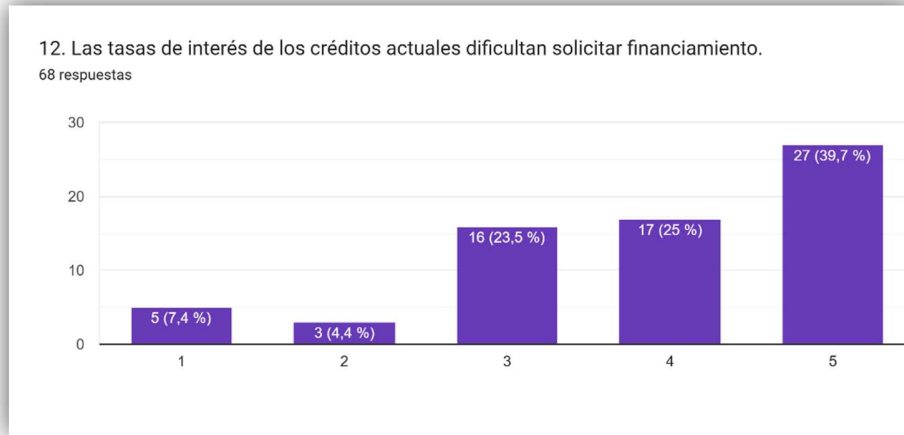
Fuente: Google Forms.

El gráfico anterior demuestra que más del 50 % están de acuerdo que tienen limitación financiera para pagar sus estudios sin un financiamiento, esto respalda el objetivo 1 respecto de identificar las barreras económicas.

**Tasas de interés:** el 64 % de los estudiantes consideran que las tasas de interés de los créditos actuales dificultan el acceso a los financiamientos y solamente un 7 % no está de acuerdo en dicha afirmación.

## Ilustración 16

### Tasas de interés



Fuente: Google Forms.

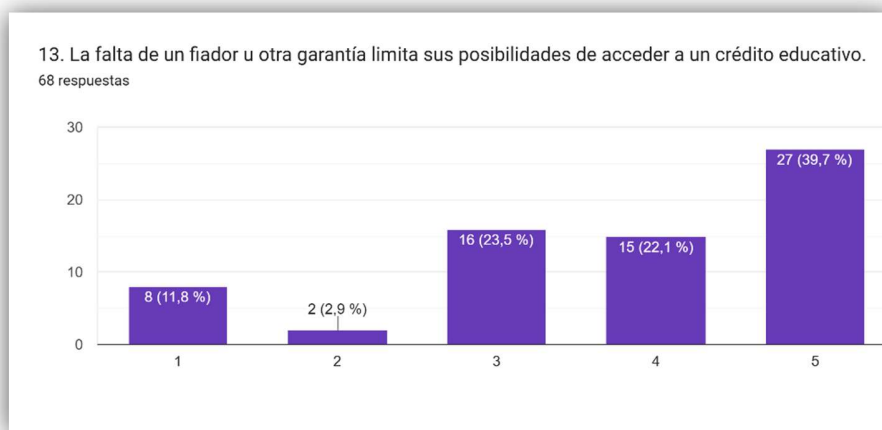
Por su parte, el gráfico anterior demuestra que existe una percepción en los estudiantes que, al tener la tasa de interés tan alta en los financiamientos, no es tan accesible la solicitud de estos por sus cuotas altas y poco flexibles; este dato adquiere profundidad cuando se triangula con los hallazgos cualitativos. Durante las entrevistas, un estudiante de 26 años expresó: “*Yo calculé cuánto pagaría en total con un crédito de CONAPE. La cuota mensual era manejable, pero cuando vi el total de intereses me decepcioné bastante, ya que sentí que iba a estar endeudado de por vida*”. Este testimonio revela que la barrera no es simplemente el monto de la cuota mensual, sino la carga psicológica de la deuda total. El estudiante-trabajador, con ingresos limitados (39 % gana entre ₡500,000 y ₡1,000,000 mensuales, Ilustración 11) y sin historial de endeudamiento a largo plazo, experimenta una aversión emocional a comprometer años de su futuro ingreso. Esta interpretación se refuerza con otro hallazgo: cuando se preguntó a los estudiantes qué característica era más importante en un crédito ideal, la tasa de interés baja fue la más votada (35 de 68 participantes, Ilustración 22). Incluso en una pregunta de *trade-off* durante las entrevistas, la mayoría afirmó que preferiría una tasa más baja, aunque el proceso fuera más lento. Esto sugiere que una estrategia efectiva no es solo bajar la tasa de interés, sino, también, comunicar claramente el costo total y ofrecer opciones de pago que no generen esa sensación de endeudamiento perpetuo. Este *insight* es imposible de obtener solo con datos cuantitativos.

Lo anterior evidencia la oportunidad de mercado para productos con condiciones preferenciales y minimización de barreras económicas del objetivo 1.

**Garantías en créditos educativos:** con más del 60 % se demuestra en el siguiente gráfico (Ilustración 17) que la solicitud de garantías como fiadores son otra barrera para acceder a créditos universitarios. Otra parte (14 %), considera que estas garantías no son factor de limitaciones en el financiamiento.

### Ilustración 17

#### *Garantías en créditos*



Fuente: Google Forms.

Al identificar las garantías de fiador como otra barrera para la solicitud de créditos educativos, es alarmante porque no es una barrera marginal, sino una que afecta casi dos tercios del mercado meta.

Lo que los números no revelan es la dimensión emocional y social de esta barrera, que emerge claramente en las entrevistas. Esta barrera no solo afecta a los estudiantes, sino, también, a sus familias. Como lo expresó uno de los padres de familia entrevistados:

“El problema no es el miedo a la deuda, es la humillación de tratar de ayudar a tu hijo y no tener el salario de “Keylor Navas” que te piden como fiador. Te sientes juzgado por tu clase social. Es una puerta que se cierra antes de que puedas demostrar que eres capaz de abrirla” (Padre de familia 2, comunicación personal, febrero de 2026).

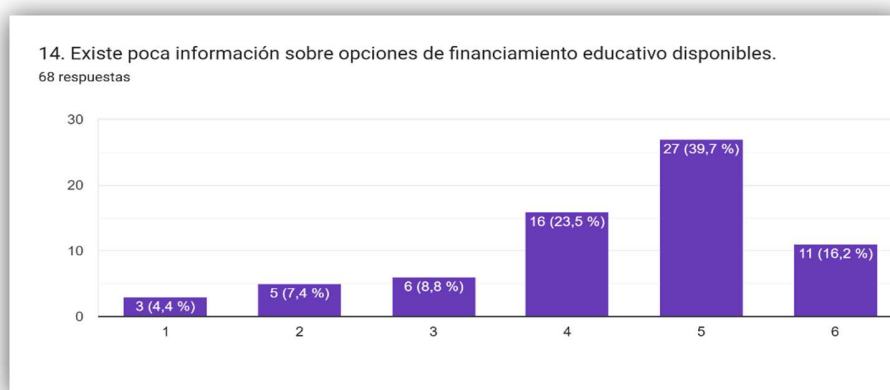
Esta narrativa expone una verdad incómoda: el requisito del fiador no es solo un mecanismo de evaluación de riesgo, sino un filtro de exclusión social. Penaliza, precisamente, al segmento que más necesita educación: jóvenes de familias de clase media-baja, sin conexiones consolidadas en el sistema financiero. Esto se alinea directamente con la teoría de exclusión financiera discutida en el Marco Teórico (Capítulo II, sección 2.2.2), donde se argumentó que los requisitos tradicionales perpetúan ciclos de desigualdad. Para un nuevo producto financiero, este hallazgo es fundamental: la eliminación o flexibilización del requisito de fiador no es una concesión, sino una necesidad estratégica para acceder al mercado meta. Un modelo alternativo de evaluación de riesgo que se base en el potencial académico y profesional futuro del estudiante, en lugar de en su pasado crediticio o conexiones familiares, sería un diferenciador competitivo significativo.

#### 4.2.1.2 Barreras Sociales y Operativas.

**Falta de información:** para analizar el siguiente gráfico, es importante aclarar que se ingresó en la pregunta una sexta opción, la cual es de desconocimiento del proceso, por lo que se puede observar que el 16 % de los encuestados no conocen los procesos de información para créditos educativos; por su parte, el 40 % de los estudiantes encuestados están completamente de acuerdo en esa falta de información y el 24 % también coinciden que en el mercado existe poca información sobre financiamientos para educación universitaria.

#### Ilustración 18

##### *Falta de información*



Fuente: Google Forms.

Lo anterior, quiere decir que la mayoría de los estudiantes percibe no tener la suficiente información para poder analizar opciones de financiamiento, esto marca una gran oportunidad en el posicionamiento de la nueva propuesta y así eliminar otra barrera social.

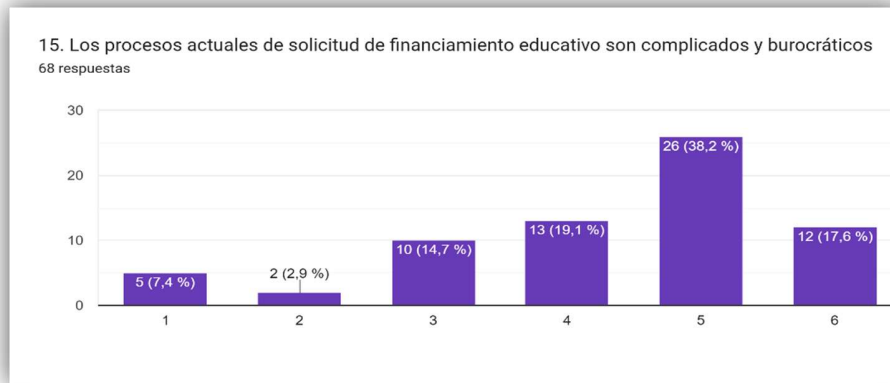
**Procesos burocráticos:** más allá de lo económico, los estudiantes enfrentan un sistema que perciben como hostil y opaco. El 57 % de los encuestados considera que los procesos actuales son complicados y burocráticos (Ilustración 19). Este hallazgo es particularmente significativo a la luz de lo discutido en el Marco Teórico (sección 2.5.1.1), donde se establece la agilidad como un pilar de la experiencia de usuario en servicios financieros modernos. La percepción de burocracia, en más de la mitad de la muestra, indica una brecha crítica entre la expectativa del cliente y la realidad de la oferta actual.

Esta frustración se materializa en las experiencias de los estudiantes. Uno de ellos comentó: “El proceso con CONAPE es complicado, piden muchas cosas y documentos, fui varias veces y estaba muy lleno, y horarios de oficina que no alcanzaba a llegar. Al final, desistí. Encontré en una U el proceso más fácil de letra de cambio en línea. Eso es lo que quiero” (Estudiante 3, comunicación personal, febrero de 2026).

Este testimonio es crucial, pues ilustra cómo la burocracia no es un simple inconveniente, sino un factor que activamente desvía la demanda hacia competidores (como el financiamiento directo de la universidad) que, aunque potencialmente menos formales, son percibidos como más ágiles.

## Ilustración 19

### Procesos burocráticos

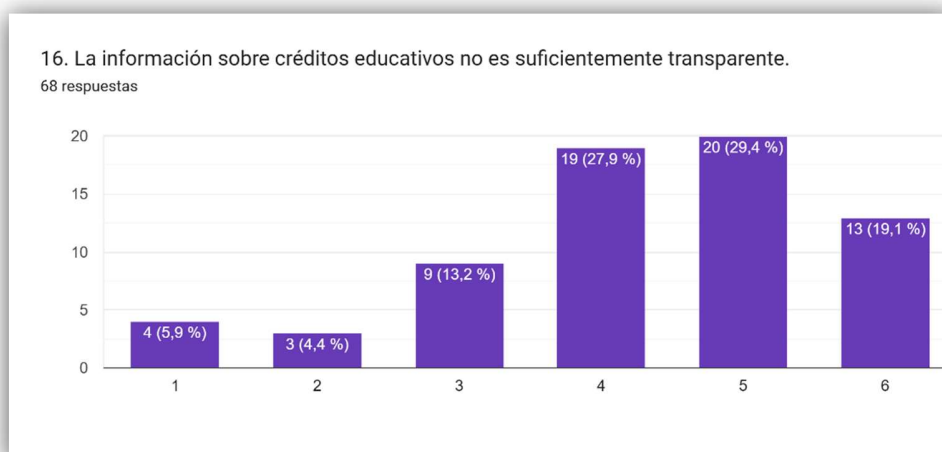


Fuente: Google Forms.

**Falta de transparencia:** en el siguiente gráfico se puede analizar que el 57 % de los estudiantes están de acuerdo en que la información a la hora de solicitar o formalizar créditos no es lo suficientemente transparente, el 19 % indica que no conocen el proceso y solamente el 10 % no están de acuerdo con dicha afirmación.

## Ilustración 20

### Transparencia



Fuente: Google Forms.

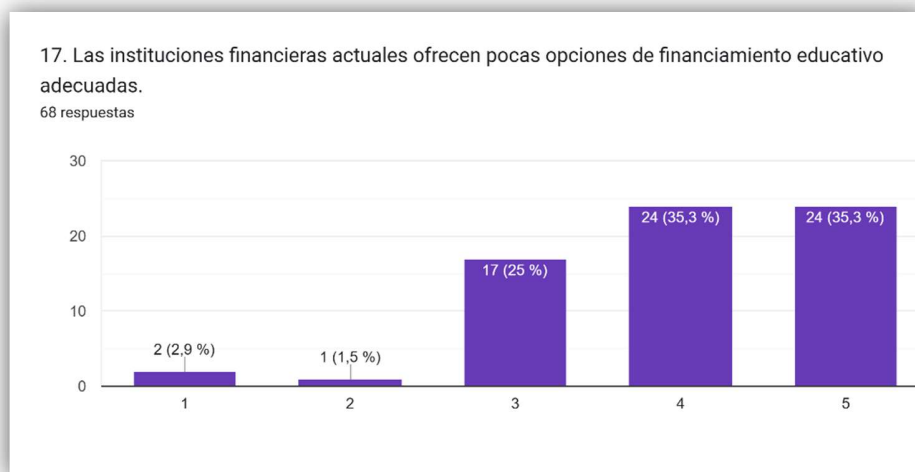
Lo anterior quiere decir que los estudiantes si perciben la falta de información clara en sus formalizaciones de créditos, tanto financieros, como financiamientos universitarios; la oportunidad es no dejar las letras “pequeñas” para no generar desconfianza y falta de información en los estudiantes, lo cual es identificado como barrera social y operativa.

#### 4.1.3 Características y Necesidades del Mercado Estudiantil

**Opciones disponibles:** más del 70 % de los estudiantes percibe que las instituciones financieras actuales no ofrecen o tienen muy pocas opciones de financiamiento dirigido al segmento de estudiantes universitarios privados y solamente un 4 % no está de acuerdo con la afirmación.

#### Ilustración 21

##### *Opciones disponibles*



Fuente: Google Forms.

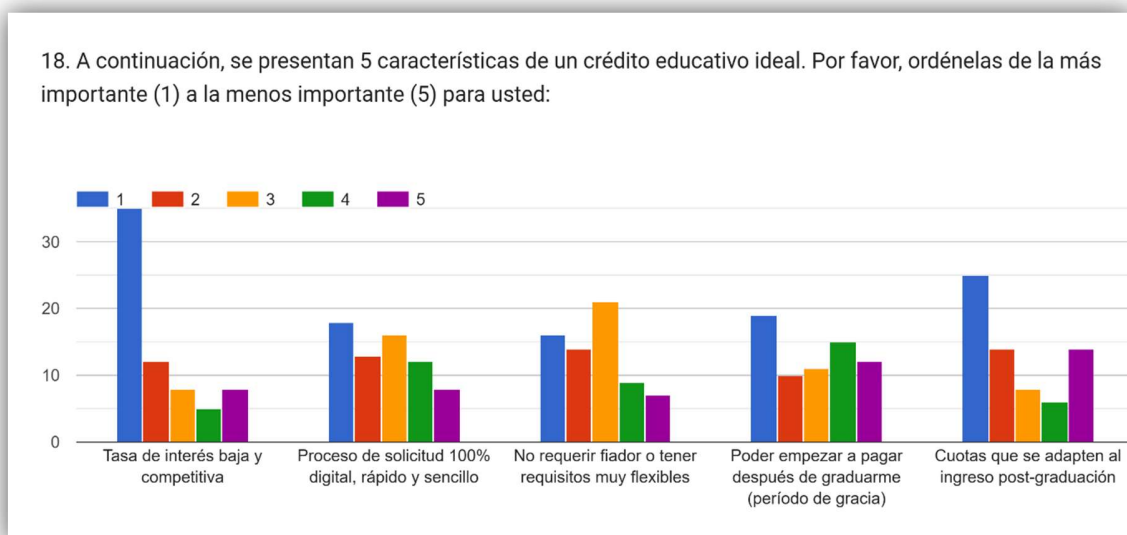
Con lo anterior, se puede interpretar que la gran mayoría de los estudiantes percibe la escasa oferta de un financiamiento especializado, lo que evidencia un vacío competitivo en el mercado y respalda el objetivo 2 y 3 de la investigación.

**Características de un crédito educativo:** de acuerdo con el siguiente gráfico, se presentan los siguientes resultados en importancia de las características más importantes que los estudiantes consideran que debe tener un crédito educativo.

- Tasa de interés baja y competitiva: 35 personas consideran que esta es la característica de mayor prioridad en las características de un financiamiento,
- Cuotas que se adapten al ingreso: 25 personas consideran que esta característica es una de las más importantes,
- Periodo de gracia: 19 personas priorizaron esta característica como la tercer más importante en las características,
- No requerir fiador o tener requisitos muy flexibles: es una cuarta priorización tomando en cuenta el ranking de 1eras características más votadas.

## Ilustración 22

### *Crédito educativo ideal*



Fuente: Google Forms.

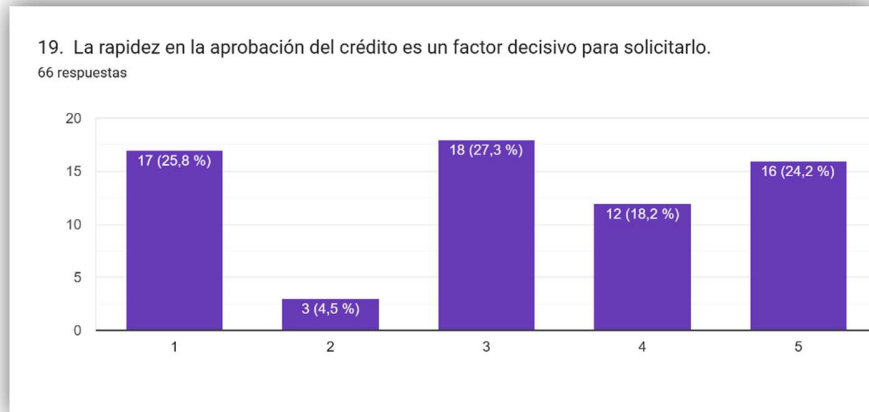
Lo anterior evidencia que el estudiante prioriza condiciones financieras sostenibles sobre atributos operativos, esto apoya el objetivo específico 4 de la investigación para proponer un producto y estrategia comercial tomando en cuenta la experiencia del usuario.

**Tiempo de respuesta:** de acuerdo con el siguiente gráfico, se demuestra que el mayor porcentaje de respuestas está en la opción “neutra” con un 27 %, sin embargo, la suma de los porcentajes en acuerdo (42 %) demuestra que los estudiantes si esperan respuestas rápidas en sus solicitudes, el

30 % restante no está de acuerdo en que la rapidez de respuesta influya en su decisión de solicitar un financiamiento.

### Ilustración 23

#### *Tiempo de respuesta*



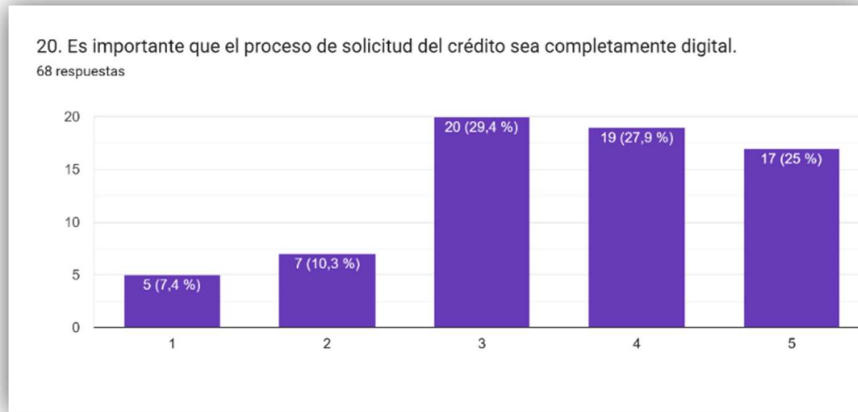
Fuente: Google Forms.

Por su parte, el gráfico se interpreta que la rapidez de respuesta es importante, pero no necesariamente prioritaria en la solicitud de un crédito, lo que ayuda con el análisis del objetivo 2 y 4 de la investigación.

**Proceso digital:** el 53 % de los estudiantes están de acuerdo en que el proceso de solicitud de un crédito debe ser digital, sin embargo, una parte importante (29 %) no lo tiene definida su importancia y, por otro lado, un 18 % no están de acuerdo en que el proceso tiene que ser digital.

## Ilustración 24

### Proceso digital



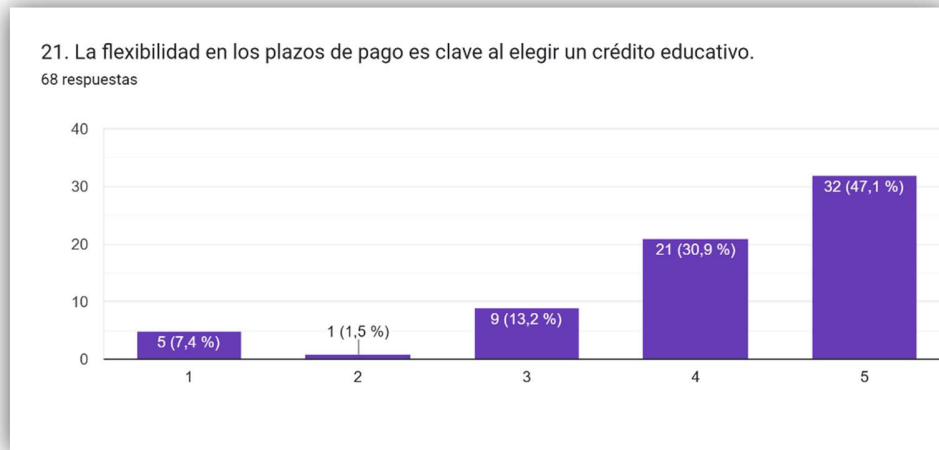
Fuente: Google Forms.

Al tener más de un 50 % en respuestas que consideran importante un proceso digital, se genera la gran oportunidad para que las entidades financieras y universitarias se alineen con tendencias de servicios financieros digitales y así no pierdan participación del mercado.

**Plazos flexibles:** la mayoría de los estudiantes, el 78 % están de acuerdo en que la flexibilidad en los pagos de las cuotas de un crédito es clave para elegir un financiamiento para estudiar. Solamente un 9 % considera que la flexibilidad en los pagos no es tan importante para elegir un financiamiento.

## Ilustración 25

### *Flexibilidad*



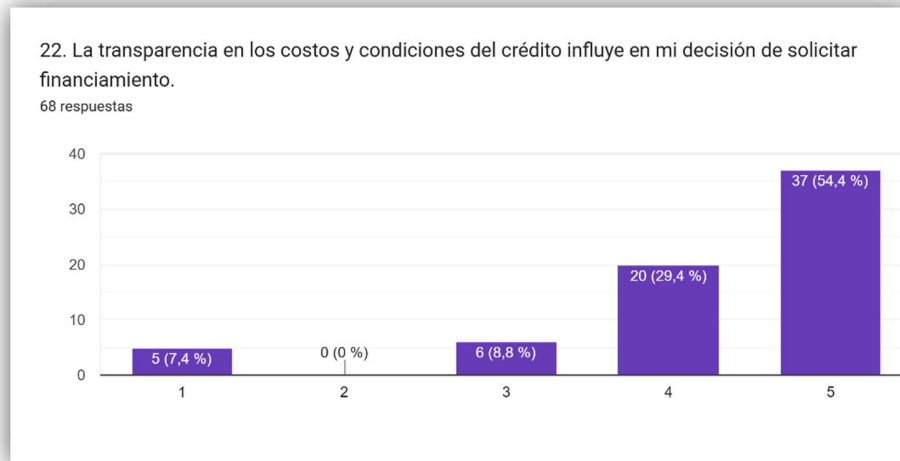
Fuente: Google Forms

Al demostrar que la mayoría de estudiantes está de acuerdo en que la flexibilidad en los pagos es fundamental, es importante tomar en cuenta el atributo como competitivo para el mercado.

**Transparencia:** el 84 % de los estudiantes están de acuerdo en que, para solicitar un financiamiento educativo, la transparencia en los costos y condiciones es necesaria, solamente el 7 % considera que no lo es.

## Ilustración 26

### Transparencia



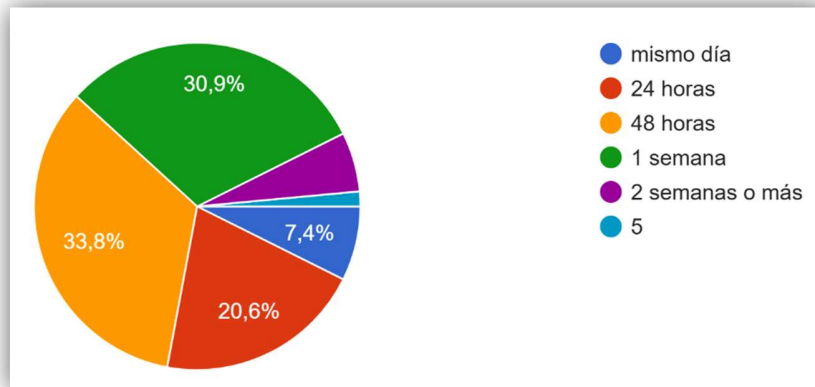
Fuente: Google Forms.

Lo anterior quiere decir que, sin transparencia, no hay confianza, por lo que el trabajo de generar dicha confianza en el producto es una tarea necesaria en la ideación de un financiamiento para la educación universitaria en el país

**Tiempo de aprobación:** de acuerdo con las respuestas, el 34 % de los estudiantes indicó que el tiempo máximo de aprobación que puede aceptar es de 48 horas, seguido de un 31 % con máximo de una semana y un 21 % indica que aceptaría con un máximo de 24 horas.

## Ilustración 27

### Tiempo de aprobación



Fuente: Google Forms.

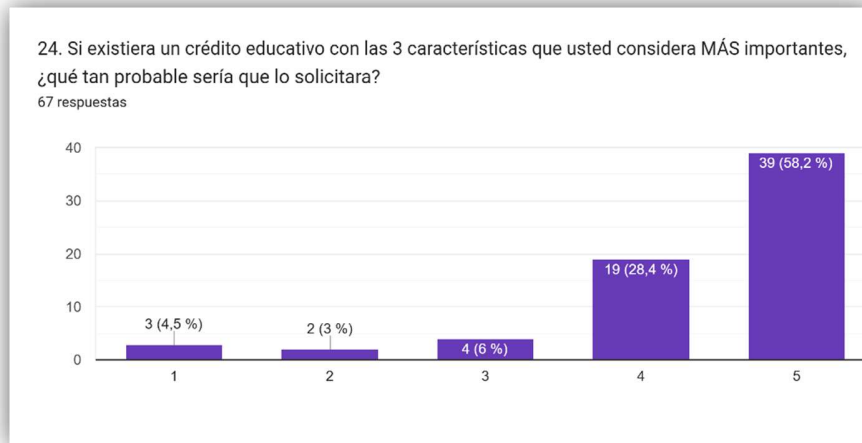
La mayoría de los estudiantes aceptaría un tiempo de respuesta de su trámite de 24 horas y una semana, evidenciando que el tiempo es importante, mas no tiene que ser de aprobación inmediata para aceptar un financiamiento educativo. Esto dependerá del tiempo anticipado con el que el estudiante realice la matrícula de su carrera. La característica anterior respalda el análisis del objetivo 4, el cual propone una experiencia de usuario ágil.

#### 4.1.4 Percepción de la Competencia

**Probabilidad de solicitud:** un 58 % está completamente de acuerdo con que, si un crédito cumple las características clave, lo estarían solicitando, junto con el 28 % de estudiantes que está de acuerdo con dicha afirmación; se puede confirmar que dichas características son claves dentro del mercado estudiantil.

## Ilustración 28

### *Probabilidad de solicitud*



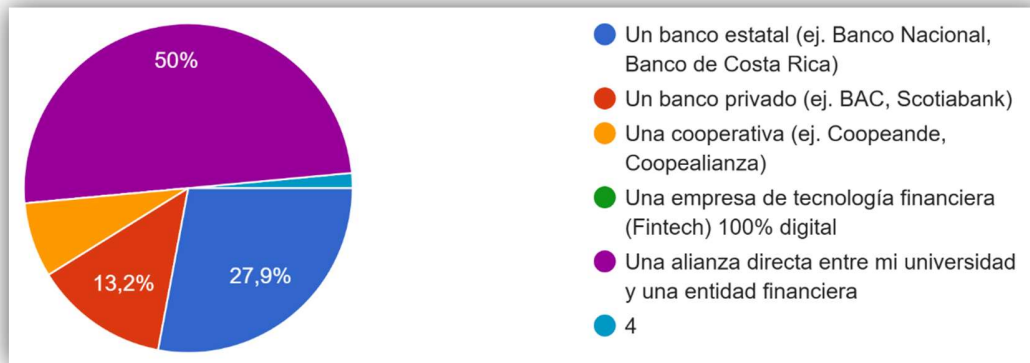
Fuente: Google Forms.

Lo anterior confirma la viabilidad de un producto propuesto que se adapte a las necesidades del sector estudiantil y respalda el objetivo 3 de análisis de competencia.

**Confianza institucional:** de acuerdo con el siguiente gráfico, se destaca que el 50 % de los estudiantes encuestados consideran que una alianza directa entre la universidad y una entidad financiera generaría más confianza para solicitar un financiamiento, seguido de un 28 % que considera que un banco estatal sería una mejor opción y un 13 % indican que otra opción podría ser por medio de un banco privado.

## Ilustración 29

### *Confianza institucional*



Fuente: Google Forms.

La opción más valorada, la alianza directa entre la universidad y una entidad financiera, demuestra la importancia de modelos de colaboración institucional, evidenciando la importancia del objetivo 3 y 4 de la investigación donde propone una estrategia comercial y analiza la competencia.

Como conclusión de los resultados generales, las encuestas evidencian que el mercado estudiantil de Costa Rica enfrenta barreras económicas, combinadas con limitaciones operativas en procesos burocráticos, falta de transparencia y poca oferta de productos especializados en financiamiento de estudios universitarios. Asimismo, los estudiantes demuestran su disposición a utilizar productos financieros que integren cuotas y plazos flexibles, tasas competitivas, digitalización de los procesos y alianzas estratégicas entre instituciones; lo que confirma la oportunidad para el desarrollo de un proceso y un producto financiero educativo ágil, accesible, sostenible y alineado con las necesidades reales del segmento universitario privado en Costa Rica.

A continuación, se muestra una tabla de frecuencias con resultados relevantes de las encuestas sobre necesidades y expectativas del crédito educativo.

**Tabla 12***Frecuencias sobre necesidades y expectativas*

<b>Variable analizada</b>	<b>Categoría relevante (niveles 4 y 5 / Alta importancia)</b>	<b>Frecuencia (n)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<b>El costo de matrícula es una barrera</b>	De acuerdo / Totalmente de acuerdo	41	61 %
<b>Tasas de interés actuales dificultan solicitar crédito</b>	De acuerdo / Totalmente de acuerdo	43	64 %
<b>Falta de fiador es una barrera</b>	De acuerdo / Totalmente de acuerdo	41	61 %
<b>Insuficiencia de ingresos propios</b>	De acuerdo / Totalmente de acuerdo	35	52 %
<b>Flexibilidad en plazos es importante</b>	Importante / Muy importante	52	78 %
<b>Transparencia en condiciones influye en decisión</b>	Alta influencia	56	84 %
<b>Proceso completamente digital es relevante</b>	Importante / Muy importante	35	52 %
<b>Alta probabilidad de solicitar el crédito si cumple condiciones ideales</b>	Probable / Muy probable	58	86 %

Fuente: elaboración propia.

La tabla anterior evidencia tres hallazgos centrales:

1. Barreras económicas: como los costos de la matrícula, tasas altas de interés y falta de fiadores o garantías son las que hoy enfrentan los estudiantes, adicional de sus ingresos insuficientes.
2. Expectativas sobre el producto: lo que mayor frecuencia se destaca son la transparencia, la flexibilidad en plazos y la alta disposición de solicitar un crédito si se adapta a sus necesidades.

- Oportunidad real del mercado: la mayoría de estudiantes indica que si el producto cumple con características ideales podrían adquirir el producto, por lo que indica demanda potencial y fortalece la justificación del proyecto.

## 4.2 Resultado de Análisis Cualitativo (Entrevistas)

Con el objetivo de interactuar y no limitar percepciones, se crean 16 preguntas abiertas como un guion para aplicarlas a los participantes: 2 expertos financieros, 5 estudiantes universitarios activos y 3 padres de familia con hijos universitarios activos.

Los pasos para la aplicación de las entrevistas se detallan a continuación:

- Se crea una guía de preguntas abiertas orientadas de conformidad con los objetivos de la investigación.
- Se gestionan sesiones personales (video llamadas, llamadas en audio y presenciales) para la aplicación de las entrevistas.
- Se transcriben las respuestas para examinarlas de manera cualitativa y, de esa forma, revelar aspectos fundamentales.

A continuación, se muestra el análisis de las entrevistas, presentando tres tablas con las respuestas de los entrevistado, así como su respectivo análisis.

### 4.2.1 Entrevistas a los Estudiantes (5)

Con las entrevistas abiertas a 5 estudiantes universitarios activos, se obtienen resultados interesantes, los cuales se sintetizan y enlazan a los objetivos de la investigación, por medio de la siguiente tabla:

**Tabla 13**

*Entrevistas estudiantes*

Pregunta	Objetivo que mide	Síntesis de respuestas de los estudiantes
<b>Experiencia con</b>	Objetivo específico 1	La mayoría ha utilizado mecanismos internos como letra de cambio o pagos fraccionados. Solo uno intentó gestionar financiamiento con CONAPE y no lo logró

<b>financiamiento educativo</b>		por requisitos de fiadores. Los procesos internos universitarios se perciben como más accesibles y rápidos. Existe bajo conocimiento de otras alternativas formales.
<b>Dificultades en el proceso</b>	Objetivo específico 1	La principal dificultad identificada fue el requisito de fiador, especialmente en créditos de mayor monto. También se mencionan preocupaciones sobre exceso de documentación y tiempos de respuesta. Los procesos internos universitarios son percibidos como más simples.
<b>Principales barreras para financiar estudios</b>	Objetivo específico 1	La barrera predominante es la limitación de ingresos y dificultad para encontrar empleo estable, especialmente en jóvenes. Se evidencian decisiones de postergación académica por limitaciones financieras. También existe desconocimiento de opciones disponibles.
<b>Requisitos más difíciles de cumplir</b>	Objetivo específico 1	El requisito más señalado como restrictivo es el fiador. En segundo lugar, la documentación y el historial crediticio en jóvenes sin experiencia financiera.
<b>Impacto de costos adicionales</b>	Objetivo específico 2	Los costos adicionales (laboratorios, uniformes, materiales, transporte, alimentación) oscilan entre ₡80.000 y ₡100.000 mensuales. Estos gastos generan presión presupuestaria y en algunos casos han llevado a considerar abandonar o reducir carga académica.
<b>Opinión sobre oferta actual</b>	Objetivo específico 3	Existe limitado conocimiento de alternativas más allá de CONAPE. Se percibe que las opciones actuales no están suficientemente difundidas ni adaptadas a la realidad estudiantil.
<b>Aspectos por mejorar</b>	Objetivo específico 4	Se solicita: tasas más bajas, mayor transparencia, reducción de tiempos de aprobación, menos requisitos y adaptación al perfil del estudiante.

<b>Barreras emocionales</b>	Objetivo específico 2	Predominan emociones de miedo, estrés e inseguridad ante la posibilidad de no poder pagar. Existe aversión a endeudarse a largo plazo.
<b>Desconfianza institucional</b>	Objetivo específico 4	Se menciona preocupación por letra pequeña, intereses ocultos, moras y poca transparencia en el cálculo de intereses.
<b>Características del crédito ideal</b>	Objetivo específico 2 y 4	Se prioriza: tasa baja, rapidez en aprobación, menos requisitos, flexibilidad en cuotas, adaptación al presupuesto y modalidades de pago accesibles.
<b>Preferencia tasa baja vs rapidez</b>	Objetivo específico 2	La mayoría prefiere tasa baja aunque el proceso sea más lento, priorizando costo total sobre inmediatez.
<b>Digitalización del proceso</b>	Objetivo específico 4	Se valora la agilidad digital, aunque algunos prefieren modelo híbrido (digital + presencial) para mayor claridad y confianza.
<b>Cuota contingente al ingreso</b>	Objetivo específico 2	El modelo ajustado al ingreso post-graduación es percibido como altamente atractivo, siempre que la cuota se mantenga proporcional y sostenible.
<b>Confianza institucional</b>	Objetivo específico 3 y 4	Se evidencia preferencia por: 1) alianza universidad–banco, 2) banco estatal, por percepción de mayor respaldo y flexibilidad.
<b>Elementos que generan confianza</b>	Objetivo específico 4	Transparencia en costos, respaldo universitario, testimonios de otros estudiantes y tasas claras generan mayor seguridad.
<b>Observaciones finales</b>	Objetivo específico 1 y 2	Se destaca que el acceso a financiamiento educativo impacta el desarrollo social del país y la movilidad social. Se percibe que el sistema actual no facilita suficientemente el acceso en universidades privadas.

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con la tabla anterior, se pueden identificar los siguientes hallazgos cualitativos:

- Restricción en los ingresos
- Rechazo a requisitos de fiadores u otras garantías
- Desconfianza por la falta de transparencia
- Alta valoración en tasas bajas
- Aceptación de un modelo contingente al ingreso

Los hallazgos mencionados se ligan a los objetivos planteados en la investigación, ya que se identifica que las barreras económicas y operativas son estructurales, el mercado estudiantil prioriza sostenibilidad y transparencia financiera, se destaca la oportunidad competitiva, ya que no hay muchas alternativas existentes y, por último, los estudiantes demandan procesos ágiles, digitales y flexibles, por lo que dichos hallazgos respaldan el objetivo general, ya que se observa la necesidad real de diseñar el plan estratégico para un producto financiero accesible, ágil y sostenible que responda a la estructura económica y emocional del estudiante universitario privado de Costa Rica.

#### ***4.2.2 Entrevistas a Padres de Familia de Estudiantes Activos (3)***

Para el caso de los padres de familia, se entrevistaron a 3 personas que tengan hijos estudiando actualmente en la universidad, para conocer las experiencias que han tenido con sus hijos y las percepciones que les generan los procesos de financiamiento estudiantil. A continuación, se muestra la tabla resumen con la síntesis de los hallazgos de las 3 entrevistas realizadas:

**Tabla 14**

*Entrevistas padres de familia*

<b>Pregunta</b>	<b>Objetivo que mide (tesis)</b>	<b>Síntesis integrada de respuestas</b>
<b>Experiencia con financiamiento educativo</b>	Objetivo 1	Dos de los tres padres intentaron gestionar financiamiento en CONAPE, siendo esta la única entidad conocida. Ambos describen el proceso como complejo, presencial y con requisitos difíciles de cumplir (garantías, fiadores, cuentas de ahorro). En

		un caso, la situación provocó la postergación del inicio de estudios. El tercer caso no gestionó crédito, ya que el estudiante obtuvo beca.
<b>Dificultades en el proceso</b>	Objetivo 1	Se identifican como principales obstáculos: exceso de requisitos, exigencia de garantías fiduciarias, necesidad de respaldo patrimonial, tiempos ajustados frente a fechas de matrícula y falta de procesos digitales en el momento de la experiencia.
<b>Principales barreras para financiar estudios</b>	Objetivo 1	La falta de recursos económicos estables constituye la barrera principal. Se añaden limitaciones estructurales como edad mínima exigida por bancos, ausencia de historial crediticio, desconocimiento de opciones y requisitos complejos que excluyen a familias sin respaldo patrimonial.
<b>Requisitos más difíciles de cumplir</b>	Objetivo 1	El requisito más restrictivo es el fiador o garantía real (hipoteca, propiedades). Se percibe como excluyente para jóvenes trabajadores o familias sin activos.
<b>Impacto de costos adicionales</b>	Objetivo 2	Los costos adicionales (materiales, transporte, alimentación, tecnología) representan un gasto aproximado entre ₡20.000 y ₡100.000 mensuales según el caso. En uno de los casos, estos gastos influyeron en la decisión de congelar estudios temporalmente.
<b>Opinión sobre oferta actual</b>	Objetivo 3	Existe conocimiento limitado del mercado. CONAPE es percibido como la única opción formal, aunque con requisitos restrictivos. No se identifican otras entidades activamente posicionadas en financiamiento educativo.
<b>Aspectos por mejorar en</b>	Objetivo 4	Se solicita mayor flexibilidad en requisitos, tasas preferenciales, mejora en tiempos de respuesta,

<b>instituciones financieras</b>		mayor difusión en redes sociales y análisis más personalizado de casos.
<b>Barreras emocionales</b>	Objetivo 2	Predominan emociones de estrés, ansiedad, frustración y miedo ante el posible rechazo o sobreendeudamiento.
<b>Desconfianza institucional</b>	Objetivo 4	Dos padres manifiestan preocupación por falta de claridad contractual (letra pequeña, cargos no explicados). Uno no manifestó desconfianza directa, pero sí reconoce complejidad en requisitos.
<b>Características del crédito ideal</b>	Objetivo 2 y objetivo 4	Se prioriza tasa baja o preferencial, cuotas accesibles, flexibilidad en requisitos, plazos ajustados a la carrera y posibilidad de alivio financiero en etapas finales de estudio.
<b>Preferencia tasa baja vs rapidez</b>	Objetivo 2	Los tres padres coinciden en priorizar tasa de interés baja sobre rapidez en el proceso, valorando sostenibilidad financiera a largo plazo.
<b>Digitalización del proceso</b>	Objetivo 4	Alta valoración de procesos digitales por ahorro de tiempo, compatibilidad con trabajo y mayor agilidad.
<b>Cuota contingente al ingreso</b>	Objetivo 2	Dos padres consideran atractivo el modelo proporcional al ingreso posgraduación. Uno muestra reservas y prefiere cuotas bajas durante la carrera para evitar presión futura.
<b>Confianza institucional</b>	Objetivo 3 y 4	Se evidencia preferencia clara por alianzas universidad–banco o universidad–estado, al percibirse mayor respaldo y condiciones más favorables.
<b>Elementos que generan confianza</b>	Objetivo 4	Transparencia en costos, respaldo universitario, solidez institucional, tasas claras y testimonios de otros usuarios fortalecen la decisión de solicitar financiamiento.

<b>Observaciones finales</b>	Objetivo 4	Se destaca la necesidad de mayor participación de entidades financieras en el segmento juvenil y posibilidad de alivio temporal en cuotas durante etapas críticas de la carrera.
----------------------------------	------------	--

Fuente: elaboración propia.

En síntesis, de la tabla anterior se pueden resumir varios hallazgos, los cuales se indican a continuación:

- Conocimiento del mercado en un solo actor (CONAPE), lo que revela oportunidad de posicionamiento, poca competencia y espacio para innovación en un modelo ideal que se pueda adaptar a las necesidades
- Requisitos de garantías como principal barrera operativa y económica, asociada con ingresos limitados y ausencia de respaldo patrimonial.
- Fuerte sensibilidad a las tasas altas de interés, adicional de componentes emocionales como ansiedad, estrés y frustración ante el endeudamiento
- Modelos digitales con mucha aceptación
- Preferencias en alianza entre universidades y bancos, lo que quiere decir que la confianza no solamente se deposita en entidades financieras, sino en el respaldo académico

Con lo anterior, se puede concluir que los padres de familia ven oportunidad en la reducción de barreras fiduciarias y fortalecimiento de confianza institucional, lo que refuerza el objetivo general de esta investigación. Adicional, estratégicamente los hallazgos implican que un producto financiero para la educación universitaria no solo debe diseñarse desde la lógica financiera, sino, también, desde la experiencia de los usuarios, ya que los padres de familia demandan accesibilidad, sostenibilidad y flexibilidad, pero perciben actualmente poca oferta, exigencias fiduciarias y procesos poco adaptados.

Desde el punto de vista de mercado, no se trata de ofrecer un crédito común, se trata de rediseñar una propuesta valor bajo un enfoque de inclusión financiera juvenil y con estrategia del riesgo educativo.

### 4.2.3 Entrevistas a Asesores de Instituciones Financieras (2)

En el caso de las entrevistas a los asesores de instituciones financieras, se realizaron a 2 personas con conocimiento en financiamientos que por su experiencia puedan ampliar su percepción y conocimiento en créditos educativos. A continuación, se muestra la tabla con la sintetización de hallazgos de ambas entrevistas.

**Tabla 15**

*Respuestas entrevistas asesores financieros*

Pregunta	Objetivo que mide (tesis)	Síntesis integrada de respuestas
<p><b>Principales barreras para financiar estudios</b></p>	<p>Objetivo Específico 1</p>	<p>Los asesores coinciden en que existen limitaciones estructurales del sistema financiero que dificultan el acceso de los estudiantes al crédito. Entre las principales barreras destacan la edad mínima requerida para ser sujeto de crédito, la falta de historial crediticio, la estabilidad laboral insuficiente y los niveles de ingreso bajos o inexistentes en estudiantes jóvenes. Además, mencionan que desde la perspectiva bancaria el segmento estudiantil representa alto riesgo y bajo retorno, lo que reduce el interés de las entidades financieras en ofrecer este tipo de productos.</p>
<p><b>Requisitos más difíciles de cumplir</b></p>	<p>Objetivo Específico 1</p>	<p>Los entrevistados señalan que los requisitos más complejos para los estudiantes son la estabilidad laboral mínima, el historial crediticio previo, la presentación de garantías o fiadores y el nivel de ingresos demostrables. Destacan que muchos jóvenes que recién egresan del colegio no cuentan con empleo formal o con un historial financiero, lo cual limita su elegibilidad para acceder a crédito educativo en instituciones tradicionales.</p>

<b>Impacto de costos adicionales</b>	Objetivo específico 2	<p>Los asesores indican que los gastos indirectos asociados a la educación pueden tener un impacto importante en la permanencia de los estudiantes. Costos como transporte, alimentación o materiales académicos incrementan significativamente el presupuesto mensual, lo cual puede generar desequilibrios financieros en los hogares. Aunque no siempre se contemplan al inicio del proceso educativo, estos gastos pueden influir en la decisión de continuar o abandonar los estudios cuando los recursos familiares son limitados.</p>
<b>Opinión sobre oferta actual</b>	Objetivo específico 3	<p>Ambos entrevistados coinciden en que la oferta de financiamiento educativo en Costa Rica es limitada. Identifican principalmente a CONAPE como la institución más conocida en este ámbito, aunque señalan que su modelo presenta desafíos, especialmente relacionados con plazos de recuperación muy largos y requisitos formales. También mencionan algunos esquemas de financiamiento directo ofrecidos por universidades, como letras de cambio o pagos fraccionados, los cuales, en algunos casos, resultan más accesibles para los estudiantes.</p>
<b>Aspectos por mejorar en instituciones financieras</b>	Objetivo específico 4	<p>Los asesores consideran que las entidades financieras deberían flexibilizar los requisitos de acceso, reducir las tasas de interés, simplificar la documentación requerida y ofrecer procesos más ágiles de aprobación. También sugieren que los productos financieros educativos deberían diseñarse considerando la realidad económica de los estudiantes, quienes generalmente tienen ingresos</p>

		limitados o inestables durante su etapa de formación académica.
<b>Desconfianza institucional</b>	Objetivo específico 4	Aunque los entrevistados no identifican una desconfianza generalizada hacia el sistema financiero, señalan que puede existir incertidumbre cuando la información sobre condiciones del crédito no se comunica con claridad. Aspectos como cambios en fechas de pago, intereses adicionales o falta de transparencia en las condiciones pueden generar percepciones negativas entre los usuarios.
<b>Características del crédito ideal</b>	Objetivo específico 2 y 4.	Los entrevistados sugieren que un crédito educativo ideal debería contar con requisitos mínimos, tasas de interés bajas, comisiones reducidas, y mayor flexibilidad en criterios de evaluación, especialmente en lo relacionado con edad, ingresos e historial crediticio. También proponen la posibilidad de fondos de apoyo provenientes del Estado o programas especializados que incentiven a las entidades financieras a participar en este segmento.
<b>Digitalización del proceso</b>	Objetivo específico 4	Ambos asesores coinciden en que la digitalización del proceso de solicitud es fundamental. Consideran que los estudiantes actualmente prefieren procesos rápidos, simples y accesibles en línea, evitando desplazamientos físicos a sucursales bancarias. Un sistema digital permitiría mejorar la experiencia del usuario, agilizar la evaluación del crédito y aumentar la competitividad de las instituciones financieras.
<b>Confianza institucional</b>	Objetivo específico 3 y 4.	Los entrevistados mencionan que la confianza podría generarse principalmente a través de instituciones públicas, bancos consolidados o alianzas entre universidades y entidades financieras. Este tipo de

		colaboración institucional podría reducir la percepción de riesgo y brindar mayor seguridad a los estudiantes y sus familias.
<b>Elementos que generan confianza</b>	Objetivo específico 4	Entre los factores que generan mayor confianza destacan la transparencia en los costos, el respaldo institucional, la reputación de la entidad financiera y las recomendaciones o testimonios de otros estudiantes. Los asesores consideran que la confianza es un elemento clave para que los estudiantes decidan utilizar un producto de financiamiento educativo.

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con la tabla anterior, en las entrevistas con los asesores de entidades financieras, se detallan los siguientes hallazgos:

- ✓ Barreras significativas: el sistema financiero tradicional sigue solicitando requisitos que limitan la posibilidad a que estudiantes jóvenes puedan acceder a productos crediticios tradicionales
- ✓ Mercado de mayor riesgo: esta condición reduce la oferta de productos especializados en financiamiento educativo
- ✓ Modernización y flexibilidad en procesos: se deben considerar que los créditos dirigidos a estudiantes tengan condiciones más adaptadas a su realidad económica; adicionalmente resalta la importancia de la digitalización de procesos dado que las nuevas generaciones tienden a preferir canales digitales que simplifiquen los procesos
- ✓ Confianza institucional: juega un papel muy importante en la adopción de productos financieros ya que la banca pública, privada y universidades podrían fortalecer la credibilidad y el alcance a programas de financiamiento educativo.

#### 4.3 Análisis y Resultados del Taller de Co-Creación

Con el objetivo de entender qué esperan las personas de un producto financiero dirigido a estudiantes universitarios de educación privada, se realiza un foro presencial con la participación

de 3 expertos financieros, 5 estudiantes universitarios activos y 1 persona administrativa de una universidad privada.

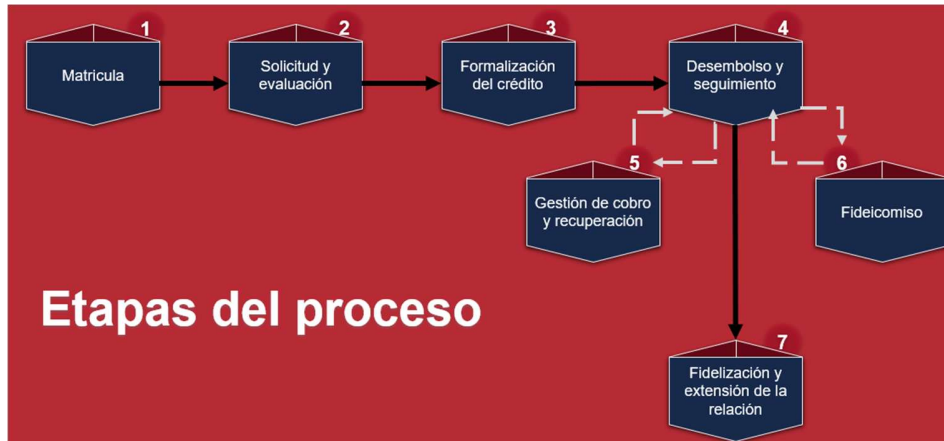
Los pasos para la ejecución del taller son los siguientes.

1. Se convoca una sesión presencial para los participantes.
2. Se explica el objetivo del taller para que todos tengan la disposición de participar activamente.
3. Se inicia con la lluvia de ideas para mapear las etapas de un flujo ideal.
4. Se crean 2 grupos de 4 personas y 2 grupos de 3 personas para que en cada etapa del flujo ideal puedan incluir sus deseos y necesidades.
5. Se agrupan las ideas para cada etapa.
6. Se sintetizan en ideas principales con sus respectivas expectativas para analizarlas y así encontrar una propuesta que se acerque a lo deseado por los participantes.

En el análisis del taller de co-creación, en la lluvia de ideas se definen etapas que debería tener el flujo ideal de un nuevo producto financiero: iniciando con la solicitud de la matrícula, luego la evaluación y solicitud del financiamiento, posterior la formalización del crédito, el desembolso, el seguimiento del cobro y recuperación del dinero, opción de un fideicomiso y, por último, una etapa post-aprobación donde se pueda fidelizar a los clientes universitarios con la entidad financiera. A continuación, se muestra un macro flujo con cada etapa marcada. Cada etapa se desarrolló haciendo la pregunta: ¿Qué podemos hacer para que en cada proceso se logre...?

### Ilustración 30

#### *Etapas de flujo*



Fuente: elaboración propia-taller.

**Matrícula:** para esta etapa se analizan las principales ideas agrupándolas, se resumen las necesidades en que exista una lista de cliente preaprobados para que el flujo pueda tener una respuesta más rápida con datos simplificados; sistematización y automatización de canales por los cuales el estudiante pueda realizar el proceso, que exista un seguro para ofrecer en el inicio, que el estudiante pueda autogestionarse por medio de un canal o tablero digital y que el proceso tenga una bienvenida y acompañamiento con el estudiante. En la siguiente imagen se muestra la síntesis de ideas por medio del mapa mental.

## Ilustración 31

### Mapa mental etapa Matrícula



Fuente: elaboración propia.

Para la sintetización de ideas, se analiza de la siguiente manera:

- ✓ Lista de pre-aprobados: esta idea lo que identifica es que, con alianzas estratégicas con las universidades participantes, se puedan identificar los estudiantes prospectos en adquirir financiamientos, para poder realizarles un preanálisis y, así, poder tener una respuesta preaprobada cuando consulten por el producto,
- ✓ Simplificación de datos: con las ideas se evidencia que lo que el foro solicita es que se pueda implementar el uso de una herramienta en la cual se pueda formalizar el crédito presencial o virtual incluyendo: pagaré, seguros y otros documentos necesarios,
- ✓ Sistematización: en esta característica, el foro lo que indica es que se requieren optimizar procesos para el desembolso, que sea automático e involucre los sistemas necesarios para que el proceso sea ágil,
- ✓ Automatización de canales: en la idea, el foro sintetiza que debe existir una facilidad de consulta por parte de los estudiantes en cuanto al pago de sus cuotas, educación financiera, dudas del funcionamiento del producto por medio de omnicanales,
- ✓ Seguros: esta idea se sintetiza en que se puede desarrollar un seguro autoexpedible que sea flexible en el desempleo a las personas que trabajan (asalariados: desempleo o independientes: incapacidades) y adicional puede ser un combo con saldo deudor (vida),

los cuales puedan asegurar el pago de las cuotas en caso de que se materialice el riesgo del pagador, tomando en cuenta que sea dinámico de acuerdo con el perfil y prospección,

- ✓ Autogestión tablero digital: el foro sintetiza la idea en desarrollar una plataforma de servicio al estudiante con la alianza de la universidad, donde pueda autogestionar su matrícula y crédito, adicional que tenga todas las preguntas e información necesaria que debe conocer del producto,
- ✓ Bienvenida: la idea se sintetiza en desarrollar un kit de bienvenida que contenga información relevante del producto (fecha de pago, canales de contacto, beneficios, funcionamiento, consejos financieros, etc.), con el objetivo de mejorar la experiencia y transparencia en la información al estudiante.

**Solicitud y evaluación:** en esta etapa el foro considera que es necesario para que sea ágil una base de datos actualizada, si se realiza una alianza con las universidades, por ejemplo, que se brinden las bases de sus estudiantes que financian para poder analizar cada uno de sus casos; también consideran que debe existir un sistema integrado entre la universidad para ingreso de información y la entidad financiera para que reciba el caso con la información correspondiente y así agilizar la respuesta en tiempo real; consideran necesario que en los documentos de solicitud se pueda

incorporar algún seguro para respaldo de desempleo y, por último, que pueda consultarse el estatus del trámite en línea.

### Ilustración 32

#### Mapa mental etapa Solicitud y evaluación



Fuente: elaboración propia.

Para la sintetización de la etapa, el foro generó las siguientes ideas:

- ✓ Base de datos actualizada: la idea se sintetiza en mantener una base actualizada con comunicación constante entre la Universidad y la entidad financiera para dar a conocer la oferta de financiamiento a los clientes de forma oportuna, adicional ven necesario que se tenga la información actualizada con respecto a las carreras y a los clientes con o sin financiamiento en la universidad,
- ✓ Sistema integrado: el foro indica que es importante contar con un sistema integrado de consulta, por medio del documento de identificación, se realice la carga inteligente de los datos personales, dando a conocer si está aprobado, necesita análisis o del todo no lo está.
- ✓ Solución en tiempo real: se sintetiza en brindarle a la universidad, y al estudiante, una solución donde en tiempo real obtenga respuesta de un posible financiamiento por medio de un crédito, tanto para estudiantes de nuevo ingreso, como regulares,
- ✓ Póliza de seguro: en dicha idea lo que expresa el foro es que un crédito estudiantil podría tener un seguro que genere valor al estudiante y a la universidad con un precio y cobertura razonable,
- ✓ Consulta digital: en síntesis, la necesidad que el foro indica es que se pueda establecer un mecanismo de consulta digital de las bases prospectadas que pueda tener una conexión entre

la universidad y la entidad financiera, la cual pueda indicar al mentor si el estudiante necesita cumplir con algún requisito o no.

**Formalización de crédito:** en esta etapa el foro considera que debe diferenciarse en el tiempo de respuesta, preferiblemente comentaron que el mismo día donde se inicia el proceso; adicionalmente, la carga de requisitos es necesaria que sea ágil y digital; por último, la respuesta y aprobación consideran que debe ser consultada y comunicada en línea.

### Ilustración 33

*Mapa mental etapa Formalización*



Fuente: elaboración propia.

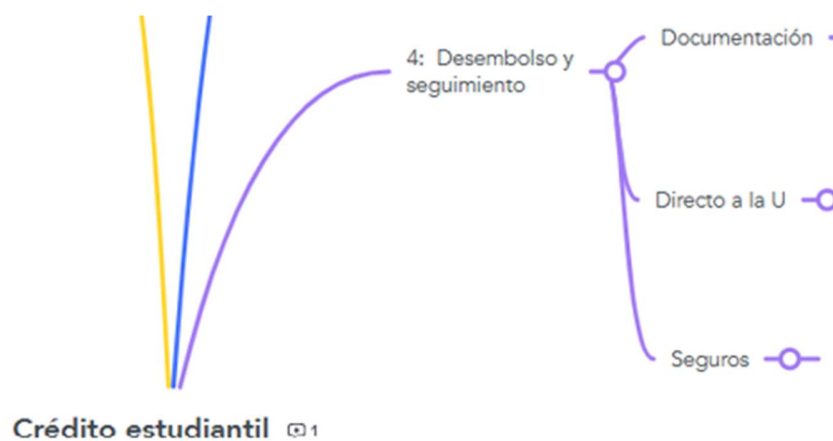
Para la etapa de formalización de crédito, se determinan tres ideas centrales, las cuales se detallan a continuación:

- ✓ Diferenciador de tiempos: lo cual destaca que al formalizar los financiamientos se brinde un análisis de acuerdo con el perfil, por ejemplo, estudiantes preaprobados 20 minutos, estudiantes con un análisis adicional, máximo 1 día,
- ✓ Carga de requisitos: la carga debería ser en la misma herramienta de consulta para cargar los documentos correspondientes y siga el flujo de aprobación,
- ✓ Aprobación en línea: en síntesis, lo que el foro indicó en la idea central es que el estudiante pueda conocer el estatus de su trámite con el objetivo de no tener que presentarse a la universidad.

**Desembolso y seguimiento:** en esta etapa se considera necesario que exista en la revisión de la documentación necesaria, un mecanismo de forma sencilla, donde la información esté unificada y brinde la debida autorización por parte del estudiante para que el desembolso sea ejecutado directamente a la universidad para el pago de la totalidad de las materias y matrícula del cuatrimestre en curso.

### Ilustración 34

*Mapa mental etapa Desembolso*



Fuente: elaboración propia.

A continuación, se detallan las tres ideas principales para la etapa de Desembolso:

- ✓ Documentación: la sintetización de la idea es establecer un mecanismo para la revisión de documentos de forma sencilla, donde la información contenida en ella esté unificada y brinde la debida autorización por parte del estudiante para que se genere el desembolso, adicional de estar de acuerdo con las condiciones del crédito,
- ✓ Destino del desembolso: dicha característica, hace énfasis en que el desembolso debe ser directo a la universidad, para cubrir el 100 % de los costos asociados al cuatrimestre y que no haya riesgo en que el estudiante tome el dinero para otro objetivo,
- ✓ Seguros: en este caso, para el seguro lo que se indica es que en la etapa debe alinearse el proceso de desembolso automático para el pago, tanto a la universidad, como a la aseguradora.

**Gestión de cobro y recuperación:** en la etapa de cobro y recuperación, se considera necesario que tenga un sistema adecuado integrado para que, tanto la universidad, como la entidad financiera, sepa si el estudiante está al día; los pagos deberían de calcularse cada cuatrimestre o período de lecciones establecido, y habilitar diferentes canales para que el estudiante pueda realizar el pago del financiamiento, tanto desde la universidad, como desde la entidad financiera; por último, unas de las características que indicaron es que si el estudiante no paga, debe registrarse una mora hasta los 2 meses de atraso, activar el fondo de avales y adicional no permitir que este siga matriculando de forma financiada hasta que pueda ponerse al día con sus cuotas.

### Ilustración 35

*Mapa mental etapa de Cobro*



Fuente: elaboración propia.

Para la etapa de cobro y recuperación se identifican tres ideas principales, las cuales se detallan a continuación:

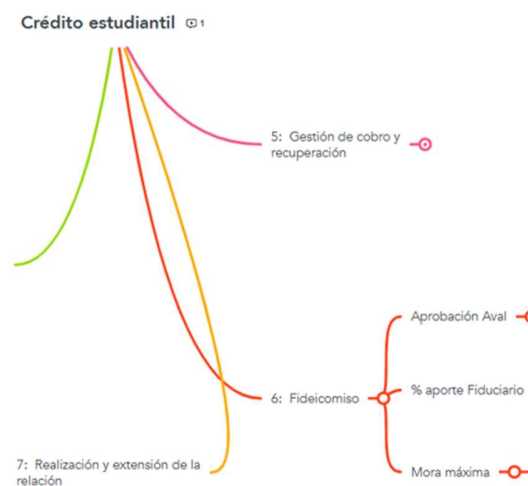
- ✓ Sistema: la necesidad que expresa el foro es que exista un sistema robusto que genere la adecuada gestión de estrategia de cobro, tanto en comunicación para el estudiante, como para el aviso a la universidad,
- ✓ Pagos: se sintetiza en que debe calcular pagos de manera cuatrimestral, habilitando diferentes medios de pago y garantizar que los estudiantes no enfrenten impedimentos para pago, importante aplicar flexibilidad de acuerdo con el perfil del estudiante,
- ✓ Morosidad: el foro ve relevante que se defina una estrategia de cobro y seguimiento a la morosidad a través de medios digitales diferenciando la segmentación de pago de los estudiantes y reforzando a través de campañas de educación financiera, tomar decisiones

en caso de tener moras altas en bloquear matrícula y habilitar otros medios para facilidad de pago para el estudiante.

**Fideicomiso:** esta etapa es interesante, ya que en el proceso de un crédito estudiantil ideal, una de las principales trabas es la garantía para el pago, ya que existe un riesgo financiero que las entidades financieras normalmente no desean asumir, en este caso, como alternativa dentro de las ideas sintetizadas se generó la de un fideicomiso, tomando en cuenta alianzas con las universidades para asumir dicho riesgo con un porcentaje de aporte, que ya hoy tienen al financiar y adicional tener el respaldo de un fiduciario.

### Ilustración 36

*Mapa mental etapa Fideicomiso*



Fuente: elaboración propia.

Para el caso de la etapa de fideicomiso, se comentan, a continuación, las principales necesidades identificadas:

- ✓ Aprobación del aval: se debe ligar la aprobación del crédito con el aval fiduciario,
- ✓ Porcentaje de aporte fiduciario: se debe definir con la universidad, el porcentaje de aporte fiduciario que desean respaldar en el fondo de aval,
- ✓ Mora máxima para aplicar la garantía: se debe establecer una mora máxima alineada al cuatrimestre, considerando que, a partir de la segunda semana del curso lectivo, ya la entidad financiera puede solicitar la recuperación definida.

**Fidelización y extensión de la relación:** no es una etapa como tal del flujo, sin embargo, la consideran necesaria para poder dar a conocer el producto y atraer clientes, tanto desde las universidades por medio de los convenios, como desde la entidad financiera para poder ofrecer ese y otros servicios de acuerdo con el perfil del cliente.

Se indica que es necesario crear una estrategia comercial para dar a conocer el nuevo producto y enamorar a los estudiantes de dicho producto, tanto por su acompañamiento financiero, como en la confianza que les pueda generar la entidad financiera.

Como conclusión del taller de cocreación, este permitió transformar percepciones, deseos y necesidades de los participantes en insumos estratégicos para el diseño del modelo de un financiamiento estudiantil. El proceso fue muy participativo y facilitó identificar las oportunidades en experiencia del usuario, tomando en cuenta procesos operativos y definir mecanismos para mitigar riesgos que las entidades financieras declaran con este tipo de productos, lo que hace que se pueda contribuir a la propuesta del producto financiero de la investigación. A continuación, se muestra una tabla resumen con las etapas identificadas, los principales aportes y hallazgos del taller y, por supuesto, como se liga cada una a los objetivos planteados:

**Tabla 16**

Tabla resumen taller co-creación

<b>Objetivo de investigación</b>	<b>Etapas del taller de co-creación</b>	<b>Hallazgos principales</b>	<b>Aporte a la propuesta del financiamiento</b>
Objetivo específico 2	Exploración inicial y lluvia de ideas	Se identificaron las etapas clave del flujo del financiamiento: matrícula, solicitud y evaluación, formalización, desembolso, cobro, fideicomiso y fidelización	Permite estructurar el recorrido del estudiante dentro del servicio financiero
Objetivo específico 1	Etapas de matrícula	Necesidad de listas de estudiantes preaprobados, simplificación de datos,	Define los elementos de experiencia del

		automatización de canales, seguros asociados al crédito, autogestión digital y acompañamiento al estudiante	cliente y accesibilidad al financiamiento
Objetivo específico 2	Solicitud y evaluación del crédito	Integración de sistemas entre universidad y entidad financiera, bases de datos actualizadas, respuesta en tiempo real y consulta digital del estado del trámite	Permite definir la infraestructura tecnológica necesaria para el producto financiero
Objetivo específico 4	Formalización del crédito	Diferenciación en tiempos de respuesta según perfil del estudiante, carga digital de requisitos y consulta en línea del estado del crédito	Mejora la eficiencia del proceso y reduce fricciones para el usuario
Objetivo específico 4	Desembolso y seguimiento	Desembolso directo a la universidad, validación simplificada de documentos y automatización del pago de seguros	Garantiza el uso adecuado del crédito y reduce riesgos operativos
Objetivo específico 1	Gestión de cobro y recuperación	Sistema integrado de seguimiento, pagos cuatrimestrales, múltiples canales de pago y estrategias de gestión de morosidad	Permite diseñar una estrategia de cobro alineada con el ciclo académico

Objetivo específico 2	Etapa de fideicomiso	Creación de un fondo de garantía mediante fideicomiso con participación de las universidades y definición de condiciones de activación de la garantía	Reduce el riesgo financiero para la entidad crediticia
Objetivo específico 4	Fidelización y extensión de la relación	Necesidad de una estrategia comercial y de acompañamiento financiero para estudiantes	Permite ampliar la relación del cliente con la entidad financiera

Fuente: elaboración propia.

La participación de los actores en el sector financiero, estudiantes universitarios y representantes de la universidad permitió integrar distintas perspectivas para la construcción de una propuesta de valor alineada con las expectativas del mercado objetivo y con los requerimientos operativos del sistema financiero. Los resultados obtenidos aportan al cumplimiento de los objetivos de la investigación, ya que permitieron entender los elementos clave que se pueden considerar en cada etapa del proceso.

Adicionalmente, el taller permitió identificar hallazgos relevantes que debe tener un proceso de financiamiento como el acceso en sus preaprobaciones y simplificación del proceso; la digitalización y agilidad con la integración de sistemas y autogestión; y, por último, la sostenibilidad financiera del modelo con la propuesta de un fideicomiso para tener una garantía y una estrategia de cobro pensada en la experiencia.

### Conclusiones del capítulo

A través de los distintos instrumentos de recolección de información, fue posible obtener una visión integral sobre las necesidades, percepciones y condiciones que caracterizan el acceso al financiamiento educativo en estudiantes universitarios privados en Costa Rica.

Por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes, se identificaron los desafíos para el acceso a la educación superior como las limitaciones económicas para cubrir costos asociados.

Asimismo, los resultados reflejaron que los estudiantes también valoran procesos ágiles, tasas competitivas, plazos de pago flexibles y claridad en las condiciones del financiamiento.

Por su parte, las entrevistas realizadas a los estudiantes, permitieron comprender sus experiencias y percepción de los financiamientos educativos, así mismo se identificaron barreras como requisitos estrictos, necesidad de fiadores y garantías, procesos burocráticos y condiciones poco adaptadas a la realidad del estudiante joven.

En las entrevistas realizadas a los padres de familia, se evidenció que ellos son actores fundamentales en la toma de decisiones relacionadas con financiamientos. Los padres reflejan el compromiso de apoyar a sus hijos en seguir estudiando, sin embargo, se identificaron preocupaciones asociadas al nivel de endeudamiento, la estabilidad económica del hogar y la claridad en las condiciones financieras.

Por otro lado, las entrevistas con los asesores financieros aportaron una perspectiva institucional y del mercado financiero respecto del financiamiento educativo, destacando retos como la evaluación de riesgo crediticio en un segmento que, en muchos casos, carece de historial crediticio o ingresos suficientes, por lo que se destacó la importancia de considerar modelos alternativos de evaluación de riesgos.

Para finalizar, el taller de cocreación permitió integrar las ideas de los distingos usuarios para generar propuestas orientadas al diseño de soluciones financieras más alineadas a la necesidad del mercado estudiantil.

## Capítulo V

### 5. Propuesta del Plan Estratégico Comercial

En este capítulo se presentará una propuesta estratégica comercial de mercadeo diseñada para implementar de un producto de financiamiento accesible, ágil y sostenible dirigido a estudiantes universitarios privados en Costa Rica, con el fin de facilitar su acceso y permanencia en la educación superior.

Esta propuesta se origina a través del análisis de las necesidades identificadas a lo largo de la investigación, así como del análisis de resultados de las encuestas, entrevistas y el taller de cocreación realizados. Se busca dar una solución accesible, real y aplicable de conformidad con el financiamiento de la educación universitaria privada en Costa Rica.

#### 5.1 Filosofía y Propuesta Valor del Nuevo Producto

De acuerdo con los resultados obtenidos en el capítulo anterior, se evidenció la existencia de barreras económicas, operativas y de información que dificultan el acceso de los estudiantes universitarios a opciones de financiamiento educativo. Por consiguiente, los hallazgos también demostraron que el mercado estudiantil demanda soluciones financieras más flexibles, ágiles y transparentes que se adapten a su realidad económica y a la de sus familias.

Para orientar la estrategia de la implementación del producto financiero, se plantea una filosofía estratégica basada en una misión, visión y valores que reflejen el propósito social y financiero de la propuesta.

#### Misión

Brindar una solución de financiamiento educativo universitario accesible, ágil y transparente para estudiantes universitarios privados en Costa Rica, facilitando su acceso y permanencia a en las universidades mediante productos financieros adaptados a su realidad económica y necesidades de su familia.

## **Visión**

Consolidarse como la mejor solución financiera líder en financiamiento educativo universitario en Costa Rica, reconocida por su flexibilidad, innovación digital y compromiso con el desarrollo social, académico y profesional de los estudiantes.

## **Valores**

Para garantizar lógica entre la propuesta y las necesidades del estudiante, el producto integra los siguientes valores:

- Accesibilidad: la cual busca reducir las barreras económicas, operativas y de información de los estudiantes.
- Transparencia: la cual busca garantizar la claridad en las condiciones del financiamiento, brindando información comprensible y completa del producto (sin letras pequeñas).
- Agilidad: la cual busca la forma más fácil y simple que hagan un proceso eficiente para obtener respuestas oportunas en las solicitudes de financiamiento.
- Innovación: esta buscará incorporar en el proceso herramientas tecnológicas y modelos alternativos de evaluación para ampliar el acceso al financiamiento educativo.

## **Propuesta valor**

La propuesta de valor del producto se articula en la siguiente declaración: "Ofrecer a los estudiantes universitarios privados de Costa Rica una vía accesible y transparente para financiar su educación, a través de un proceso digital ágil y condiciones flexibles que eliminan las barreras tradicionales del sistema financiero".

Esta propuesta se sustenta en los siguientes pilares diferenciadores:

- Acceso simplificado a un financiamiento: para ello los requisitos pueden ser flexibles y tomar en cuenta modelos alternativos de evaluación de riesgos, lo cual permite que el estudiante que tiene barreras como falta de fiadores o historial crediticio, pueda tener más acceso a los créditos.
- Experiencia digital y procesos más ágiles: el proceso digital permitirá realizar solicitudes, seguimiento del trámite y consulta de información en tiempo real de manera sencilla para reducir tiempos de respuesta.
- Condiciones adaptadas: el diseño del financiamiento considera características que el estudiante ve necesarias como tasas de interés bajas, plazos flexibles, cuotas adaptadas a su capacidad de pago y un respaldo financiero.

- Alianzas estratégicas con universidades: es importante para el estudiante que un financiamiento sea por medio de la universidad en la que estudia y una entidad financiera, ya que fortalece la confianza del estudiante con el producto y facilita de matrícula y desembolsos.

Para ilustrar la propuesta valor, a continuación, se muestra el lienzo para la propuesta del producto de financiamiento, el cual permite visualizar la relación entre las necesidades del estudiante universitario y la solución financiera propuesta.

**Tabla 17**

*Lienzo de propuesta valor*

<b>PERFIL DEL CLIENTE (Estudiante universitario)</b>	<b>PROPUESTA DE VALOR (Producto financiero educativo)</b>
<b>Tareas del estudiante (Customer Jobs)</b>	<b>Productos y servicios</b>
<b>Pagar matrícula y cursos universitarios.</b>	Línea de crédito educativa para estudiantes universitarios privados.
<b>Mantener continuidad en sus estudios.</b>	Financiamiento directo a universidades para matrícula y cursos.
<b>Buscar alternativas de financiamiento accesibles.</b>	Plataforma digital para solicitud y seguimiento del crédito.
<b>Gestionar sus gastos mientras estudia y trabaja.</b>	Alianza entre universidades privadas y entidad financiera.
<b>Dolores (Pains)</b>	<b>Aliviadores de dolor (Pain Relievers)</b>
<b>Altos costos de matrícula y cursos.</b>	Flexibilizar montos de financiamiento (desde ¢500.000 hasta ¢2.000.000 anuales).
<b>Tasas de interés elevadas en créditos tradicionales.</b>	Ofrecer tasas de interés preferenciales, significativamente inferiores a las de créditos de consumo.
<b>Procesos burocráticos y lentos.</b>	Garantizar un proceso digital simplificado con tiempos de respuesta de 24 a 48 horas.

<b>Falta de fiadores o historial crediticio.</b>	Fondo de aval universitario que reduce la necesidad de garantías tradicionales.
<b>Falta de transparencia en condiciones financieras.</b>	Condiciones claras, sin costos ocultos ni penalización por pagos anticipados.
<b>Ganancias esperadas (Gains)</b>	<b>Creadores de valor (Gain Creators)</b>
<b>Poder continuar con sus estudios sin interrupciones.</b>	Financiamiento adaptado al periodo académico del estudiante.
<b>Obtener un crédito rápido y fácil.</b>	Procesos ágiles y solicitud en línea.
<b>Tener cuotas ajustadas a su capacidad de pago.</b>	Plazos flexibles según el periodo académico o carrera completa.
<b>Contar con respaldo institucional.</b>	Alianza universidad–entidad financiera que genera confianza.

Fuente: elaboración propia.

La tabla anterior permite resumir cómo la propuesta del financiamiento responde directamente a las necesidades, barreras y expectativas identificadas en la investigación, integrando soluciones que reducen dificultades de acceso y mejoran la experiencia del estudiante universitario de educación privada.

## 5.2 Definición del Producto Financiero

Basado en el análisis de los resultados, se propone un producto financiero educativo diseñado para estudiantes universitarios en Costa Rica, el cual buscará atender las principales barreras económicas, sociales y operativas identificadas en el capítulo anterior. A continuación, se presenta la propuesta del producto:

### Objetivo:

Fomentar el desarrollo del país al facilitar la vinculación temprana y el acceso a la educación superior a través de soluciones de ahorro y créditos educativos.

### Alineamiento a objetivos estratégicos:

- Valor social: maximizar el valor económico generado por medio del crecimiento rentable, hacer banca radicalmente transparente y ser líder en la solución de financiamiento educativo simple, digital y de valor,

- Valor económico: masificar la inclusión y educación financiera y digital, financiar de forma inclusiva, y especialmente equitativa, y contribuir en la erradicación de la pobreza en el país por medio del desarrollo profesional.

### ***5.2.1 Características del Producto Financiero***

Para la propuesta del producto financiero se explora crear una línea de crédito con un monto máximo aprobado anual para el estudiante, con preanálisis de data de estudiantes activos (o persona responsable del pago) que las universidades, por su alianza, puedan brindar a la entidad financiera para un análisis más rápido y un proceso de vinculación para estudiantes nuevos; el concepto de línea de crédito funciona con un monto total aprobado, el cual puede ir desembolsando montos pequeños en periodos establecidos, según la necesidad del consumo; dichos desembolsos se proponen realizarlos directamente a las universidades para mitigar el riesgo que el dinero sea consumido para otros intereses del estudiante.

Una de las características más importantes del producto en la propuesta es buscar alianza con las universidades privadas y la entidad financiera para el respaldo de ambas instituciones, tomando en cuenta reglas, acuerdos y beneficios que se le pueden dar a los estudiantes universitarios para facilitarles su inicio o su permanencia en sus estudios. Esta alianza es vital, ya que la propuesta se basa en que el primer contacto del estudiante sea por medio de la universidad, su mentor o administrativo, donde pueda validar el estudiante en los sistemas y así pueda darle acompañamiento en el proceso de solicitud del financiamiento junto con la entidad financiera.

Es importante aclarar que la definición del producto no se basa únicamente en condiciones financieras, sino en el hallazgo de varios ejes estratégicos, como lo son la sostenibilidad financiera validando la viabilidad de la entidad; la accesibilidad económica, respondiendo a las barreras identificadas y la experiencia del usuario, tomando en cuenta la agilidad y transparencia. De esta manera, el producto no compite como un financiamiento tradicional de consumo, sino como una solución financiera especializada en educación privada superior.

A continuación, se mencionan algunas de las características propuestas para el producto de financiamiento, tomando en cuenta los hallazgos de las necesidades identificadas en el análisis de resultados del capítulo anterior.

**Montos por financiar:** se propone una línea de crédito rotativa anual con montos que oscilen entre ¢500,000 y ¢2,000,000. Este rango busca ofrecer flexibilidad para cubrir desde necesidades parciales hasta el costo total de un año académico, considerando que el ingreso promedio del hogar del 39 % de la muestra se encuentra entre ¢500,000 y ¢1,000,000 (Ilustración 11); para montos superiores, se requerirá un análisis de crédito individualizado. El financiamiento se renovará anualmente, permitiendo un reajuste basado en el desempeño académico y la capacidad de pago, y los desembolsos se realizarán directamente a la universidad para garantizar el uso correcto de los fondos

El monto por financiar tiene como objetivo poder cubrir matrícula y cursos de la carrera; dependerá del costo de la carrera, la capacidad de pago del estudiante o núcleo familiar (de acuerdo con el análisis de modelos alternativos) y el nivel de avance académico. Por lo cual, el modelo permite adaptarse, tanto a estudiantes que requieren apoyo parcial, como a un financiamiento total.

**Plazos:** el plazo para un financiamiento estudiantil propuesto es flexible, es decir, que se pueda adaptar al tiempo del curso de cada universidad (2,4,6 meses) para que el estudiante pueda ajustar su cuota de un periodo académico mensualmente, este a corto plazo; adicionalmente, se propone brindar un periodo de pago a largo plazo, con opción de pago a 3 o 5 años para el financiamiento de carrera completa, según lo indique el estudiante. Esta flexibilidad en plazos hace referencia al 78 % de los estudiantes que indicaron que la adaptabilidad en las cuotas es un factor determinante (Ilustración 25).

**Tasa de interés:** considerando que el 64 % de los encuestados percibe las tasas de interés actuales como una barrera (Ilustración 16) y que la "tasa baja" fue el atributo más valorado del crédito ideal, la tasa de interés es el pilar de la competitividad del producto. Se propone:

- Una tasa de interés fija y preferencial durante el periodo de estudios (ej. Tasa Básica Pasiva + 5 puntos porcentuales), significativamente por debajo de las tasas de tarjetas de crédito o créditos de consumo (que superan el TBP + 15pp),
- Comunicación transparente del Costo Anual Total (CAT), para mitigar la "carga psicológica de la deuda total" identificada en las entrevistas,
- Análisis de perfiles para ajuste de tasas de interés durante el año de acuerdo con el comportamiento de pago.

**Período de gracia:** se propone dentro de la alianza con las universidades tener un respaldo de fondo fiduciario, el cual la universidad pueda respaldar parte del riesgo de mora estimada para que si el estudiante se atrasa un mes, ese fondo de aval pueda responder para cubrir dicha cuota, ya así que el estudiante no quede manchado financieramente si tiene algún problema económico; dentro de la alianza se propone definir con la universidad ese periodo de aval que se podría cubrir (de 1 a 3 meses). Esta característica corresponde a la necesidad de aliviar la carga financiera mientras el estudiante consolida sus ingresos.

**Comisiones:** es importante en esta característica alinearse a la transparencia y responsabilidad social del producto, por lo que se propone que el financiamiento no tenga comisión por formalización, que no tenga penalización por pagos anticipados y en los costos administrativos, sean únicamente la mora en caso de atrasado después de dos meses, para que el fondo de avales pueda responder en dicho periodo de gracia. La eliminación de “costos ocultos” responde a la percepción de falta de transparencia identificada en el análisis.

**Garantías:** una de las barreras más destacadas son los requisitos de garantías como fiadores o garantías de bienes, por lo que para la propuesta del diseño del producto, como resultado del taller de co-creación, se identificó la posibilidad de que el financiamiento pueda tener un fondo de aval, esto con el objetivo de mitigar los riesgos crediticios de la población estudiantil, brindando mayor margen en el apetito de riesgo y acceso a créditos a más estudiantes que, por garantías tradicionales, no pueden optar por un financiamiento.

A continuación, en la Ilustración 37, se presenta la ficha técnica propuesta para el producto, la cual resume visualmente sus características y beneficios clave.

## Ilustración 37

### Ficha técnica producto propuesto



CARACTERÍSTICA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
Crédito Educativo Universitario	Crédito Educativo Universitario
Tipo de producto	Línea de crédito educativa con desembolsos por periodo académico
Segmento objetivo	Estudiantes universitarios de instituciones privadas en Costa Rica
Objetivo del producto	Facilitar el acceso y permanencia en la educación superior mediante financiamiento accesible, ágil y transparente
Monto a financiar	Desde €500.000 hasta €2.000.000 por año (hasta aproximadamente €6.000.000 por carrera)
Destino del financiamiento	Pago de matrícula y cursos universitarios
Forma de desembolso	Desembolso directo a la universidad según periodo académico
Plazos	Corto plazo: según duración del periodo académico (2 a 6 meses). Largo plazo: hasta 3 o 5 años para financiamiento de carrera completa
Tasa de interés	Tasa fija preferencial inferior a créditos de consumo tradicionales
Periodo de gracia	Cobertura mediante fondo de aval universitario de 1 a 3 meses en caso de atraso
Comisiones	Sin comisión de formalización y sin penalización por pagos anticipados
Garantías	Fondo de aval universitario que sustituye parcialmente garantías tradicionales
Requisitos básicos	Documento de identidad, pagaré, constancia de ingresos (cuando aplique), formularios regulatorios
Proceso de solicitud	Proceso digital mediante plataforma integrada entre universidad y entidad financiera
Tiempo de respuesta	Estudiantes preaprobados: hasta 24 horas. Nuevas solicitudes: hasta 48 horas
Canal de acceso	Universidades privadas aliadas y plataforma digital de la entidad financiera
Beneficio diferencial	Financiamiento educativo especializado con proceso ágil, digital y con respaldo universitario

Fuente: elaboración propia, canva.

### ***5.2.2 Requisitos y Proceso de Solicitud***

Uno de los principales diferenciadores estratégicos del producto de financiamiento es la simplificación operativa, dado que los procesos burocráticos fueron identificados como una barrera significativa en el análisis del capítulo anterior.

**Requisitos:** un dolor actual cuando se piensa en solicitar un financiamiento, y no solo estudiantil, según resultados de las entrevistas realizadas, es presentarse a una institución financiera y no cumplir con los requisitos que solicitan; la mayoría de entrevistados hicieron referencia a una emoción negativa como miedo, frustración, incertidumbre, por lo que basado en dicho hallazgo se propone un modelo con los requisitos básicos y accesibles para el estudiante, los cuales se indican a continuación:

Para estudiantes recurrentes y activos en las universidades, y de los cuales ya se tiene un historial de pago por medio de la universidad:

- Documento de identificación (obligatorio).
- Pagaré con condiciones transparentes del financiamiento (obligatorio).
- Documento CIC: formulario que facilita entidad financiera a la universidad, si el estudiante es cliente activo de la entidad financiera este documento no será necesario (en caso de ser necesario).
- Documento Conozca a su cliente: formulario que facilita la entidad financiera a la universidad en caso de que el estudiante sea cliente nuevo; si el estudiante ya es cliente de la entidad financiera, este documento no será necesario (en caso de ser necesario).

Para estudiantes nuevos en la universidad, quienes no tienen un historial de pago registrado en la institución:

- Documento de identificación (obligatorio)
- Constancia de ingresos: del estudiante o de la persona que asumirá el financiamiento (obligatorio).
- Pagaré con condiciones transparentes del financiamiento (obligatorio)
- Documento CIC: formulario que facilita entidad financiera a la universidad; si el estudiante es cliente activo de la entidad financiera, este documento no será necesario (en caso de ser necesario)

- Documento Conozca a su cliente: formulario que facilita la entidad financiera a la universidad en caso de que el estudiante sea cliente nuevo; si el estudiante es cliente activo de la entidad financiera, este documento no será necesario (en caso de ser necesario).

La reducción en la exigencia de fiadores responde, directamente, a una de las barreras identificadas en la investigación.

**Proceso de solicitud:** el proceso se propone lo más ágil y digital posible, de acuerdo con las necesidades expuestas en el análisis de resultados donde un 53 % de los estudiantes prefieren procesos digitales (Ilustración 24). Adicionalmente, en el taller de cocreación del proceso y diseño del producto, se identifican etapas importantes, las cuales abarcan desde que el estudiante ingresa a la universidad a solicitar la matrícula con financiamiento, la universidad realiza la cotización de su plan de estudios para dicho cuatrimestre, se incluye solicitud con documentos necesarios para revisión de crédito y la respectiva formalización de manera digital en caso de ser aprobado.

**Tiempos de respuesta:** basado en la tolerancia identificada con las encuestas, se proponen los siguientes tiempos para dar respuesta de su solicitud a los estudiantes:

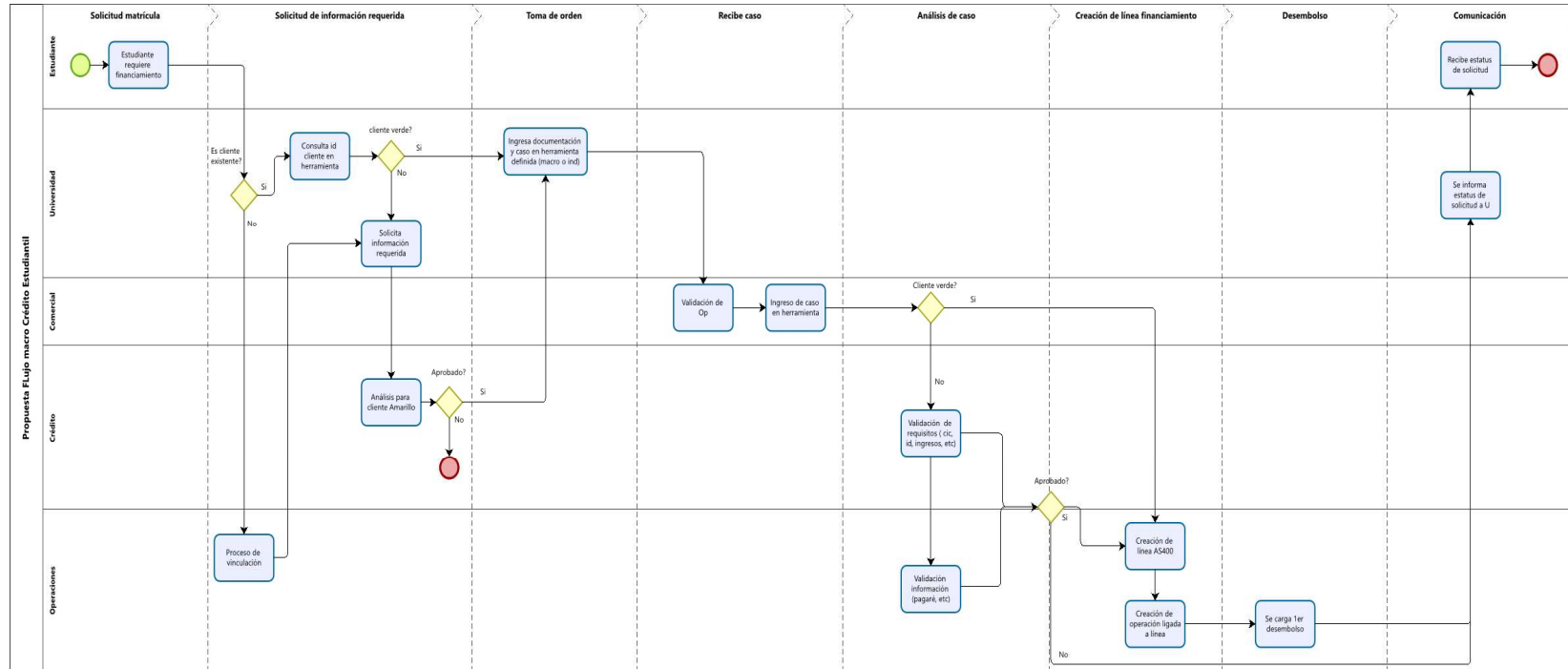
- Casos preaprobados mediante la data de la universidad: 24 horas máximo, ya que se propone que el asesor universitario pueda consultar en si sistema integrado con la entidad financiera, por medio del número de identificación, si el estudiante está preaprobado, siendo así el tiempo se minimiza, ya que solamente adjuntará los documentos mencionados en el apartado anterior y, el mismo día, el estudiante podría tener respuesta, tomando en cuenta que este proceso sea en línea,
- Casos de estudiantes nuevos y con mayor análisis de crédito: 48 horas máximo, ya que, al no tener un preanálisis, el área de crédito de la entidad financiera debe validar los requisitos presentados para dar una respuesta.

Lo anterior puede equilibrar la rapidez que necesitan los estudiantes con el análisis prudente de riesgo que demandan a las entidades financieras.

Para la propuesta del plan estratégico, es importante la creación de un flujo del proceso de solicitud y aprobación del crédito para el estudiante; este flujo permite visualizar la interacción entre los actores involucrados y facilita la comprensión del proceso propuesto dentro del plan estratégico comercial, por lo cual, se presenta a continuación.

# Ilustración 38

## Flujo proceso solicitud y aprobación



Fuente: elaboración propia, bizagi.

La Figura 38 propone en el flujo varias etapas y áreas del proceso que involucra la interacción entre el estudiante, la universidad y la entidad financiera, este inicia con la solicitud de información por parte del estudiante y finaliza con el desembolso del financiamiento y la comunicación del resultado del proceso.

En una primera etapa, el estudiante manifiesta su interés en acceder al financiamiento educativo, generalmente a través de un asesor académico o mediante los canales digitales disponibles. En este punto, se realiza la solicitud de información requerida, donde se orienta al estudiante sobre las condiciones del producto, los requisitos necesarios y la documentación que debe presentar para iniciar el trámite.

Posteriormente, el estudiante procede a completar la solicitud del crédito y entregar la documentación requerida, la cual es recopilada por el asesor e ingresada, directamente, en la plataforma digital del proceso. Una vez reunida la información, el caso es remitido a la entidad financiera para su registro y análisis.

En la etapa de recepción del caso, la institución financiera valida la documentación presentada y verifica que el expediente se encuentre completo para iniciar el proceso de evaluación. En caso de faltar información, se solicita la documentación adicional correspondiente antes de continuar con el análisis. Una vez recibido el expediente completo, se desarrolla la fase de análisis del caso, donde se realiza la evaluación crediticia del solicitante considerando variables como capacidad de pago, perfil financiero y cumplimiento de los requisitos establecidos para el producto.

Si el resultado de la evaluación es favorable, se procede con la creación de la línea de financiamiento, donde se formaliza el crédito educativo aprobado bajo las condiciones previamente definidas, incluyendo monto, plazo y estructura de pago. Posteriormente, se ejecuta la etapa de desembolso del crédito, en la cual los recursos financieros se transfieren, directamente, a la universidad para cubrir los costos asociados a la matrícula o programas académicos del estudiante.

Finalmente, el proceso concluye con la comunicación del resultado a la universidad, la cual, a su vez, se comunica con el estudiante, donde se informa la aprobación del crédito y las condiciones de este, permitiendo que el beneficiario continúe con su proceso de matrícula y gestión académica.

### 5.3 Estrategia de Precios

En este caso, la estrategia de precios para el producto crédito estudiantil se basa en el ofrecimiento de dicho producto competitivo, diferenciándolo de los créditos de consumo tradicionales del actual sistema financiero. Por lo tanto, para la estrategia de precios se propone equilibrar dos objetivos estratégicos: facilitar el acceso al financiamiento y sostenibilidad financiera del producto.

La propuesta de la estrategia en precios se basa en un modelo de tasas de interés preferenciales, con tasas más bajas que los créditos de consumo tradicional, lo que permite posicionar el crédito como una alternativa más favorable que otras opciones disponibles en el mercado, reduciendo la carga financiera para el estudiante y su familia durante el proceso de formación. Asimismo, la estrategia contempla la reducción de costos asociados al crédito mediante la eliminación de comisiones administrativas, lo que simplifica el producto y mejora la percepción en la claridad y transparencia de la funcionalidad del producto.

Para lograr la estrategia de precios, se proponen las siguientes acciones, las cuales son estratégicas y buscan la justificación del modelo:

1. Establecer tasas de interés preferenciales y fijas durante el periodo académico para dar mayor acceso y previsibilidad en el pago de las cuotas.
2. Eliminar comisiones de formalización y cobros administrativos ocultos, para ganar la confianza del estudiante y ganar percepción de transparencia.
3. Incorporar beneficios adicionales para estudiantes con buen historial de pago, como reducciones progresivas de tasas de interés o brindar mejores beneficios al renovar el crédito.
4. Enfatizar en campañas de ofrecimiento del producto las características de dicha estrategia; tal como lo comentaron los entrevistados, las tasas de interés bajas sobresalen y son prioritarias en las necesidades de los estudiantes universitarios.

A continuación, se muestra una propuesta visual de materiales físicos y digitales del ofrecimiento de producto donde se puede ver el énfasis de la estrategia de precios:

## Ilustración 39

### *Estrategia de precios*

Infografía con el título "TU EDUCACIÓN NO DEBERÍA ESPERAR". El encabezado dice "Financia tu carrera con beneficios diseñados para estudiantes". Se listan cuatro ventajas con íconos de checkmark: "Tasas de interés preferenciales", "Sin comisiones de formalización", "Cuotas adaptadas a tu periodo académico" y "Pagos anticipados sin penalización".

Debajo, se invita a "Comparar y elegir una opción diseñada para tu futuro". Se presenta una tabla de comparación:

Crédito Educativo	Crédito de Consumo
✓ Tasas Bajas	✓ Tasas Altas
✓ Sin Comisiones	✓ Con Comisiones
✓ Plazos Flexibles	✓ Plazos Rígidos
✓ Enfocado en Estudiantes	✓ Enfocado en Consumo

Debajo de la tabla, se dice "Solicita tu crédito educativo hoy" y "Conoce cómo financiar tu carrera de forma accesible y transparente." Hay un botón que dice "¡Simula tu crédito aquí!".

Fuente: elaboración propia, chat gpt.

La ilustración 39 presenta un ejemplo de material visual diseñado para comunicar los beneficios del crédito educativo propuesto. El contenido destaca elementos clave de la estrategia de precios, tales como tasas de interés preferenciales, ausencia de comisiones de formalización y condiciones de pago flexibles, los cuales fueron identificados durante la investigación como factores determinantes en la decisión de financiamiento de los estudiantes universitarios.

#### **5.4 Estrategia de Plaza (Distribución)**

Esta estrategia debe garantizar que el producto financiero sea más accesible para el segmento objetivo, esto por medio de canales digitales, presenciales y visuales que permitan a los estudiantes conocer y gestionar su crédito de manera ágil y confiable. Es necesario, en dicha estrategia, acercar el producto al entorno académico del estudiante para que descubra y pruebe el producto en momentos clave del proceso de matrícula y planificación de su carrera.

### 5.4.1. Canales de Distribución

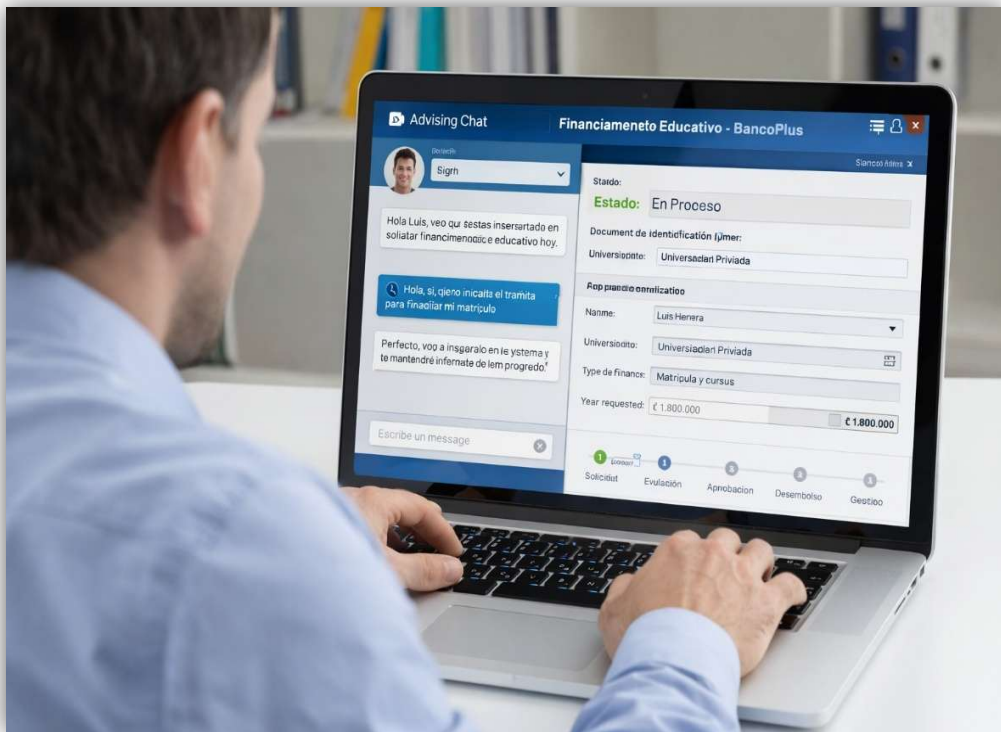
#### Plataforma digital

Esta herramienta es una de las estrategias más importantes y necesarias de acuerdo con lo externado por los estudiantes, con fácil acceso, agilidad y ahorro de tiempo; es, por ello, que se propone la integración de una herramienta dentro de la universidad donde, tanto el estudiante, como el asesor universitario, puedan simular escenarios, completar la solicitud del crédito, cargar la documentación requerida y recibir las notificaciones del estatus del trámite. La propuesta se enfoca en dos acciones:

1. Para estudiantes nuevos en el proceso, crear una plataforma para que, por medio del asesor académico, sea ingresado el trámite, donde el mismo asesor tendrá acceso consultar y dar seguimiento al caso. Se presenta, a continuación, una propuesta de la visualización de cara a la universidad:

#### Ilustración 40

##### *Plataforma digital para universidad*



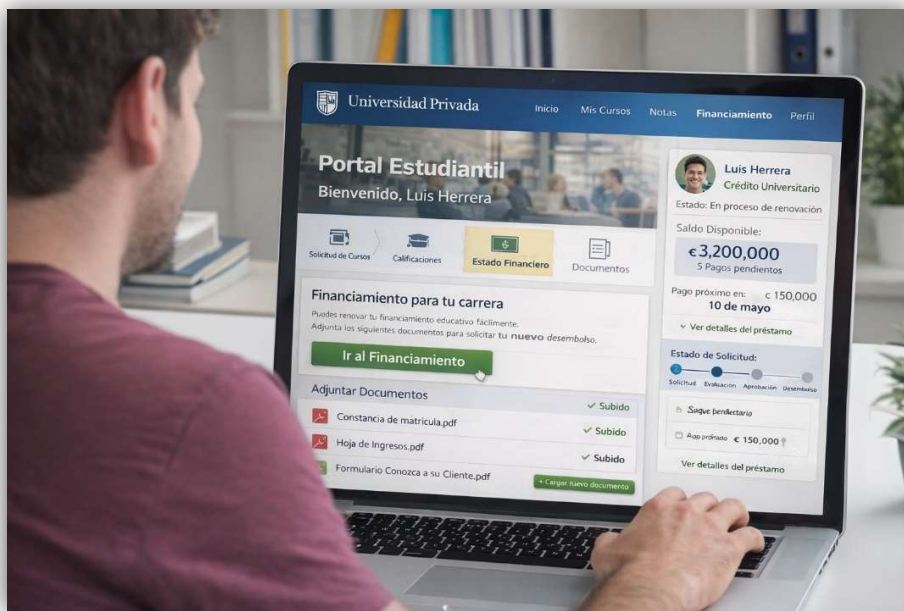
Fuente: elaboración propia, chat gpt.

La plataforma le permite al asesor de la universidad tener comunicación con el estudiante por medio del chat y, adicional, ingresar en los datos para la solicitud del financiamiento; la plataforma tiene varias etapas donde se visualiza el ingreso de solicitud con datos personales del estudiante, la evaluación, la aprobación y el desembolso, permitiendo, así, que el asesor, en todo momento, pueda ver el avance de la solicitud para informarle al estudiante.

2. Para estudiantes recurrentes, el autoservicio por medio del sitio web de la universidad con la integración hacia los sistemas bancarios. La siguiente ilustración muestra la propuesta para integrar la plataforma en el sitio web de la universidad.

### Ilustración 41

*Plataforma sitio web académico para estudiante*



Fuente: elaboración propia, chat gpt.

La ilustración 41 muestra el sitio web de la universidad donde tiene integrado los módulos para ingreso a su matrícula y renovación de su financiamiento estudiantil, con la facilidad de autoservicio y viendo su trámite en tiempo real.

El canal digital lo que busca es optimizar la experiencia del usuario, reduciendo tiempos de respuesta y simplificando los trámites administrativos.

### **Alianzas estratégicas con universidades:**

Dichas alianzas permiten tener un canal de distribución para la promoción y gestión del financiamiento educativo, ya que, por medio de sus convenios institucionales, las universidades se vuelven clave para dar a conocer el producto entre su población. Las instituciones podrían habilitar áreas de consulta e información para el estudiante como oficinas de bienestar estudiantil, departamento de admisiones (con sus asesores académicos), plataformas digitales e incluso en ferias vocacionales con stands de información. Para cumplir con el plan comercial, se proponen las siguientes acciones:

1. Capacitaciones al personal de las universidades para el acompañamiento del ingreso de solicitud de financiamiento educativo y vinculación con la entidad financiera.
2. Stands informativos para estudiantes en ferias vocacionales dentro de las universidades con asesores de la institución financiera y de la universidad para generar mayor confianza en la oferta.

Las acciones mencionadas permiten llegar al público objetivo y generan confianza a la hora de recibir información del nuevo producto.

### **Sucursales y canales de contacto de la entidad financiera**

Las sucursales, y otros canales de contacto en las entidades financieras, permiten brindar asesoría e información personalizada a estudiantes y familias que requieren mayor detalle en el proceso de su solicitud. Por lo tanto, se proponen las siguientes acciones para fortalecer la estrategia de distribución del producto:

1. Capacitaciones a colaboradores de la entidad financiera que tengan contacto con los clientes: sucursales físicas, call center y ejecutivos personalizados sobre beneficios y funcionamiento del producto.
2. Creación de un manual de usuario donde se ve al paso a paso del proceso de solicitud y preguntas frecuentes.
3. Comunicación interna de salida del producto con información de funcionalidad, beneficios, canales de acceso y proceso para el conocimiento de toda la institución.

Las sucursales y canales de contacto de la entidad financiera facilitan la resolución de consultas y el acompañamiento financiero para casos específicos.

## 5.5 Estrategia de Promoción y Comunicación

La promoción y comunicación es la forma en cómo les llega el mensaje a los receptores por medio de acciones planificadas para informar, persuadir y dar a conocer los beneficios, la existencia y el valor de un producto o servicio para incluir en la decisión de compra de este. Es, por ese motivo, que se deben crear acciones estratégicas para promocionar y comunicar el nuevo producto financiero como una alternativa confiable, accesible y adaptada a las necesidades de los estudiantes universitarios de educación privada.

La propuesta para dicha estrategia es que esté integrada con medios digitales, actividades presenciales y herramientas de educación financiera.

### 5.5.1 Mensajes Clave

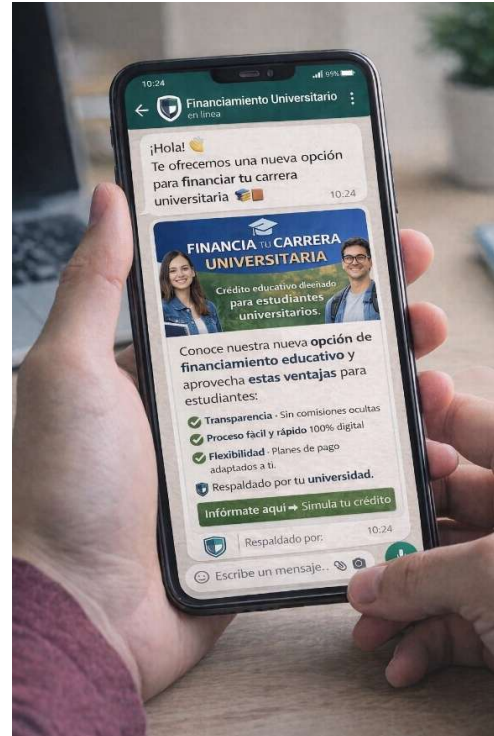
Para efectos de la estrategia, es importante llegar al segmento objetivo con mensajes claros, transparentes y que generen confianza para conectar con las principales necesidades de los usuarios. Para ello se destacan características que deben reflejarse en la forma de promocionar y dar a conocer el producto como las siguientes:

- ✓ **Transparencia:** explicaciones del funcionamiento del producto claras, sin ocultar comisiones, tasas de interés, ni costos administrativos que puedan afectar las cuotas del financiamiento,
- ✓ **Agilidad:** mencionar en los ofrecimientos del producto la agilidad que este tiene en procesos digitales y tiempos de respuesta es un valor en la propuesta que les encanta a los clientes,
- ✓ **Apoyo:** dentro de los ofrecimientos al estudiante, los mensajes deben resaltar que el financiamiento es diseñado específicamente pensado en ellos y para facilitarles su ciclo estudiantil,
- ✓ **Flexibilidad:** en los mensajes de promoción también es necesario que el estudiante tenga claro que el producto tiene opciones de pago adaptadas a él y a su ciclo académico,
- ✓ **Confianza institucional:** dentro de los mensajes clave, es importante enfatizar en que el financiamiento tiene respaldo de la universidad para generar esa confianza en el estudiante.

Los mensajes clave buscan posicionar el producto y llegar, de manera clara, al mercado meta para su aceptación, por lo tanto, se presenta, dentro de la propuesta, una comunicación tipo boletín y comunicaciones en WhatsApp que la universidad podría tener para facilitar a sus estudiantes y así promocionar dicho financiamiento con éxito:

## Ilustración 42

### Mensajes claves en comunicación y promoción



Fuente: elaboración propia, chat GPT.

### 5.5.2 Canales de Marketing

Para la propuesta del plan de mercadeo del financiamiento del crédito estudiantil, es importante trabajar no solamente herramientas digitales, sino, también, actividades presenciales que permitan maximizar el alcance del producto dentro del mercado universitario y sus familias. Para efectos de la propuesta, se presentan a continuación acciones para cada uno de los canales mencionados.

### Marketing digital

El marketing digital es una de las principales herramientas dentro de los canales de promoción y comunicación debido a su alta presencia en el mercado estudiantil en estas generaciones. A través de estas herramientas es posible desarrollar estrategias de comunicación segmentada, interactivas y medibles, lo que permite optimizar el alcance de las campañas e influir en la decisión de los estudiantes para adquirirlo.

Dentro de las acciones propuestas se encuentran las redes sociales, motores de búsqueda, publicidad segmentada y creaciones de contenido (WhatsApp, correo) que, a continuación, se presentan:

1. Campañas en redes sociales dirigidas a los estudiantes universitarios; estas campañas permitirán comunicar los beneficios y el valor del producto mediante formas visuales atractivas y mensajes claros que resalten aspectos de agilidad, transparencia y condiciones. Se proponen las siguientes:
  - ✓ Crear publicaciones informativas y promocionales en plataformas como Instagram, Facebook y Tiktok
  - ✓ Diseñar videos cortos explicativos sobre el funcionamiento del producto
  - ✓ Usar testimonios de estudiantes que hayan utilizado el financiamiento
  - ✓ Promocionar simuladores del crédito donde el estudiante pueda ver sus pagos mensuales o llevarlos al contacto de un asesor

### Ilustración 43

#### *Estrategias redes sociales*



Fuente: elaboración propia, chat gpt.

2. Estrategias de posicionamiento en motores de búsqueda (SEO y SEM), estos motores permiten que las personas puedan encontrar información relevante cuando investigan sobre educación o financiamiento universitario. Entre las acciones que se proponen están las siguientes:
- ✓ Crear artículos informativos o blogs sobre temas de cómo financiar la universidad privada
  - ✓ Desarrollar un *landing* del producto donde los estudiantes puedan conocer los beneficios y solicitar mayor información
  - ✓ Implementar campañas pagadas a buscadores que se direccionen al sitio web de la universidad o bien al *landing* del producto

#### Ilustración 44

##### *Estrategias para motores de búsqueda*



Fuente: elaboración propia, chat gpt.

3. Publicidad digital segmentada, esta estrategia permite enfocar los mensajes de manera específica hacia el segmento de interés para captar personas interesadas en el producto. Por medio de herramientas de segmentación que existen en plataformas digitales, es posible identificar perfiles que coincidan con el público objetivo para ofrecimiento del financiamiento educativo. Entre las acciones propuestas están las siguientes:
- ✓ Segmentar campañas publicitarias por edad, intereses académicos y ubicación geográfica cercana a centros universitarios
  - ✓ Elaborar la publicidad dirigida a los estudiantes que visitan sitios relacionados con educación superior.

### Ilustración 45

#### *Estrategias de segmentación digital*



Fuente: elaboración propia, chat gpt.

4. Creación de contenido educativo, lo que permite informar a los estudiantes sobre diferentes alternativas para financiar sus estudios, adicional de destacar los beneficios del nuevo producto. Este contenido no solamente promociona el crédito, sino que busca dar el acompañamiento financiero que los estudiantes necesitan para fortalecer su confianza y aprender de sus finanzas. Para esta estrategia, se proponen las siguientes acciones:
- ✓ Elaborar infografías explicativas para enviar a los estudiantes de las universidades
  - ✓ Crear videos educativos sobre el financiamiento de una carrera universitaria
  - ✓ Organizar webinars sobre financiamiento educativo
  - ✓ Publicar contenido en redes sociales que explique conceptos financieros de forma sencilla y amigable

## Ilustración 46

### *Estrategias contenido educativo*



Fuente: elaboración propia, chat gpt.

## Ferias universitarias

Estas son un espacio para promover el crédito personalmente, ya que el contacto visual y verbal es una de las herramientas de comunicación que genera más confianza e influencia en la toma de decisiones. A diferencia de los canales digitales, las ferias y los eventos académicos generan mayor cercanía con el estudiante y la presencia de financiamiento dentro de estas

actividades contribuye a posicionarlo como una herramienta de apoyo para el inicio o la continuidad de los estudios. A continuación, se mencionan las acciones propuestas para desarrollar la estrategia:

1. Participación en ferias vocacionales, en estos eventos es posible presentar el crédito educativo como una solución accesible para aquellos estudiantes jóvenes que van a iniciar sus estudios y necesitan algún apoyo económico para financiar su carrera. En dicha participación es necesario implementar acciones como:
  - ✓ Espacios informativos
  - ✓ Distribución de material impreso
  - ✓ Demostraciones en vivo del simulador del crédito desde la plataforma digital
  - ✓ Registrar a los estudiantes interesados para dar seguimiento posterior
2. Stands informativos durante el proceso de matrícula, esta propuesta apoya al estudiante en el momento donde están evaluando diferentes alternativas para financiar sus estudios. Por lo anterior, es necesario incluir en esta estrategia las siguientes acciones:
  - ✓ Presencia de asesores especializados que oriente a los estudiantes sobre el funcionamiento y proceso de solicitud del producto
  - ✓ Entrega de material informativo con enlaces directos

### **Webinars informativos**

Los webinars o charlas permiten brindar información con mayor detalle del producto financiero, este espacio sirve para resolver dudas y ampliar el conocimiento. Para el caso de la estrategia propuesta, se detallan las acciones por realizar:

1. Webinars sobre financiamiento universitario
2. Sesiones sobre asesoría financiera de parte de la institución financiera
3. Presentaciones institucionales sobre el producto de financiamiento propuesto presentando sus ventajas.

### **5.6. Experiencia del Usuario y Proceso del Cliente**






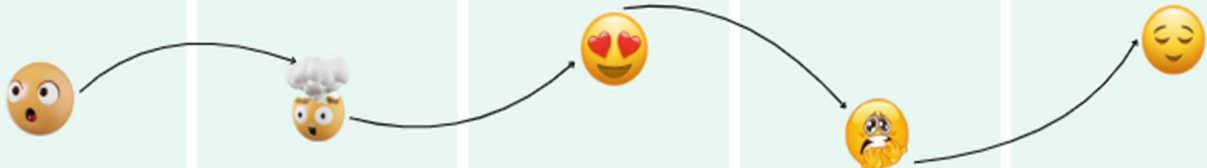
La experiencia del usuario es un elemento necesario dentro de la propuesta de valor del crédito educativo, permite garantizar un proceso sencillo, transparente y eficiente para el estudiante. Por tal motivo, se propone el diseño de *un Customer Journey Map*, el cual muestra las

diferentes etapas por las que pasa el estudiante desde el momento que conoce y adquiere el producto hasta el momento que realiza los pagos, la siguiente imagen lo ilustra:

**Ilustración 47**

*Customer Journey Map*

## Customer Journey Map

Escenarios	 Descubrimiento	 Consideración	 Solicitud	 Evaluación y aprobación	 Gestión del crédito
<b>Puntos de contacto</b>	Redes sociales, Publicidad digital Ferias Universitarias	Sitio Web de Universidad, Landig page del producto Asesoría digital	Asesor universidad Sitio web Universidad	Correo electrónico WhatsApp Sitio web Universidad	Sitio web entidad financiera Asesor de Universidad
<b>Acciones del cliente</b>	Busca en motores de búsqueda Recibe información de ofrecimiento	Compara alternativas Busqueda de opiniones de la gente Uso de simuladores	Envío de documentos requeridos Firma y envío de documentos	Análisis de solicitud Evaluación de documentos Notificación	ingreso al plan de pagos Realiza pagos en diferentes canales
<b>Experiencia del cliente</b>					
<b>Puntos de dolor</b>	Confusión entre créditos educativos y tradicionales Desconocimiento en productos de financiamiento	Indecisión Miedo a endeudarse	Reprocesos en la información requerida	Tiempo de respuesta no inmediato Incertidumbre del estatus	Recordatorios de pago Pago solamente a la entidad financiera
<b>Oportunidades</b>	Optimización de la segmentación	Simplificar y optimizar un simulador de crédito en línea Desarrollar contenido comparativo	Formularios simples y cortos. Herramienta de ingreso sin inconsistencias	Comunicación constante	Envío de recordatorios de pago Plan de lealtad con puntos por buen historial

Fuente: elaboración propia, canva.

La ilustración anterior propone cinco etapas por las cuales pasa el estudiante desde el inicio de su experiencia, hasta terminar el ciclo del crédito. Dichas etapas se amplían a continuación:

1. **Descubrimiento:** el estudiante se da cuenta de la existencia del producto a través de las publicidades realizadas en redes sociales, las campañas digitales propuestas, tanto por WhatsApp, como por email, también pueden descubrirlo los estudiantes de primer ingreso cuando participan de las ferias vocacionales en universidades, o bien se dan cuenta por el testimonio de otra persona. En esta etapa el estudiante siente una emoción de sorpresa al descubrir, tal vez, un producto que ni imaginaba y entre sus puntos de dolor se encuentra la confusión que puede tener al ver información de créditos tradicionales y la del nuevo producto enfocado a la educación, además, actualmente, las personas, de acuerdo con los resultados de las entrevistas, no conocen muchas opciones de financiamiento educativo; como oportunidad en la experiencia del cliente, en esta etapa, se identifica al optimizar el segmento para ser la oferta más precisa.
2. **Consideración:** esta etapa se da cuando ya el estudiante recibe la información sobre el funcionamiento y los beneficios del financiamiento, ingresa al sitio web a buscar mayor información, hace simulaciones de su plan de pago y compara alternativas de financiamiento, ya sea por información a la mano, o bien por testimonios de personas cercanas. Como emoción, el estudiante puede sentirse abrumado con la información, ya que puede no entenderla, tenga indecisión con las opciones que investigó, o bien tenga miedo a endeudarse, por lo que como oportunidad se propone simplificar y optimizar un simulador de crédito en línea para el estudiante, para que no tengan solamente los asesores de la universidad y desarrollar contenido comparativo entre condiciones de financiamientos tradicionales y el financiamiento propuesto.
3. **Solicitud:** para estudiantes que van a adquirir el producto por primera vez, el estudiante solicita al asesor académico completar su solicitud, por lo que envía los documentos necesarios y espera su respuesta. Se considera que, en esta etapa, el estudiante agradece y le encanta el flujo, ya que será lo más digital posible, sin embargo, puede encontrar puntos de dolor como devoluciones porque le hace falta algún documento; por lo anterior, como oportunidad se identifica que los formularios de solicitud deben ser simples y cortos para mitigar los errores humanos, adicional que la herramienta de integración entre la universidad y la entidad financiera no se vea afectada por caídas o inconsistencias.

4. **Evaluación y aprobación:** en esta etapa, el estudiante solamente envía la información requerida a la universidad; la universidad es la responsable de informar el estatus del trámite al estudiante, por lo que este puede presentar intriga o incertidumbre de la respuesta de su trámite, ya que no es inmediato; para esta etapa es indispensable tener comunicación constante con el estudiante para que sienta tranquilidad y confianza.
5. **Gestión del crédito:** en esta etapa el estudiante puede consultar su estado de cuenta por medio de la entidad financiera, puede realizar pagos por medio de los canales disponibles de la institución y gestionar consultas si tuviera dudas del comportamiento de sus pagos. La emoción del estudiante en esta etapa es de tranquilidad, ya que, al ver sus cuotas, o al realizar el pago, sabe que podrá continuar con sus estudios y desarrollo profesional. Sin embargo, como punto de dolor se identifica la necesidad de los recordatorios de pago, ya sea de la universidad como de la entidad financiera para dar acompañamiento a que el estudiante tenga un buen historial, lo cual puede ser una oportunidad para crear un plan de lealtad y premiar al estudiante con cupones de descuento en librerías o restaurantes.

Para finalizar el capítulo, se propone un cronograma de implementación para el plan estratégico comercial, el cual se estructura en fases para organizar las actividades necesarias para el lanzamiento y consolidación del producto de financiamiento educativo. Se muestra en la siguiente tabla.

## Ilustración 48

### Cronograma implementación

		MESES (SEMANAS)					
FASES		MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
1	Fase 1: Planificación estratégica	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definición del producto</li> <li>Validación interna (riesgos, legal, financiero)</li> <li>Diseño propuesta valor</li> </ul>					
2	Fase 2: Desarrollo tecnológico		<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño de plataforma digital</li> <li>Integración con Universidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementación de plataforma digital</li> <li>Pruebas finales</li> </ul>			
3	Fase 3: Alianzas estratégicas			<ul style="list-style-type: none"> <li>Negociación con Universidades privadas</li> <li>Definición de acuerdos (fondo de aval, procesos)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitaciones para entidad financiera y universidades</li> </ul>		
4	Fase 4: Diseño de campaña comercial				<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de materiales publicitarios</li> <li>Definición de estrategia digital (RRSS, SEO, SEM)</li> <li>Creación de contenido educativo</li> </ul>		
5	Fase 5: Lanzamiento del producto					<ul style="list-style-type: none"> <li>Activación de campañas</li> <li>Ferias en universidades</li> <li>Comunicación interna y ext.</li> </ul>	
6	Fase 6: Ejecución y colocación						<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de solicitudes</li> <li>Monitoreo de desempeño del producto</li> <li>Atención al cliente</li> </ul>
7	Fase 7: Seguimiento y optimización						<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación de resultados (KPIs)</li> <li>Ajustes en estrategia de precios o canales</li> <li>Mejora continua del proceso</li> </ul>

Fuente: elaboración propia, canva.

Adicionalmente, se detalla la propuesta con cada área responsable y su tiempo propuesto.

**Tabla 18**

*Cronograma de implementación con responsables*

Fase	Actividades principales	Responsable	Tiempo estimado
<b>Fase 1: Planificación estratégica</b>	Definición final del producto financiero Validación interna (riesgo, legal, financiero) Diseño de propuesta de valor final	Entidad financiera	Mes 1
<b>Fase 2: Desarrollo tecnológico</b>	Diseño e implementación de plataforma digital Integración con sistemas de universidades Pruebas técnicas y funcionales	TI + Universidades	Mes 2 – 3
<b>Fase 3: Alianzas estratégicas</b>	Negociación con universidades privadas Definición de acuerdos (fondo de aval, procesos) Capacitación a asesores académicos	Comercial + Universidades	Mes 3 – 4
<b>Fase 4: Diseño de campaña comercial</b>	Desarrollo de materiales publicitarios Definición de estrategia digital (RRSS, SEO, SEM) Creación de contenido educativo	Mercadeo	Mes 4
<b>Fase 5: Lanzamiento del producto</b>	Activación de campañas digitales Participación en ferias universitarias Comunicación interna y externa	Mercadeo + Comercial	Mes 5
<b>Fase 6: Ejecución y colocación</b>	Gestión de solicitudes	Operaciones + Comercial	Mes 6 en adelante

	Monitoreo de desempeño del producto Atención al cliente		
<b>Fase 7: Seguimiento y optimización</b>	Evaluación de resultados (KPIs) Ajustes en estrategia de precios o canales Mejora continua del proceso	Dirección estratégica	Permanente

Fuente: elaboración propia.

El cronograma propuesto permite una implementación progresiva del producto, iniciando con la validación interna y el desarrollo tecnológico, seguido de la consolidación de alianzas estratégicas con universidades, las cuales constituyen un eje clave del modelo de negocio. Posteriormente, se ejecuta la estrategia comercial y de comunicación, permitiendo posicionar el producto en el mercado objetivo. Finalmente, se establece una fase de seguimiento y optimización continua, orientada a garantizar la sostenibilidad del producto y su adaptación a las necesidades cambiantes del segmento estudiantil.

## Conclusiones del Capítulo V

El capítulo permitió diseñar una propuesta de plan estratégico comercial para la implementación de un nuevo producto financiero, el estudiantil, dirigido a universitarios del sector privado en Costa Rica.

Primeramente, la definición de la filosofía permitió definir una base sólida orientada a la transparencia, accesibilidad, agilidad e innovación, lo que garantiza las necesidades del mercado y solución de la propuesta. Posteriormente, al definir el producto financiero, se valida la diferencia frente a los créditos de consumo tradicionales; asimismo, la incorporación de un fondo de aval y modelos alternativos de evaluación de riesgo, amplía la posibilidad del financiamiento, lo que reduce las barreras estructurales.

Por otra parte, al incorporar el marketing mix en la propuesta genera mayor propuesta valor, por ejemplo, la estrategia de precios se enfoca en la competitividad y transparencia; la estrategia de distribución prioriza la digitalización y las alianzas con universidades, y la estrategia de

promoción y comunicación integra canales digitales y presenciales para maximizar el alcance y generar confianza en el producto.

Finalmente, el cronograma de implementación establece una hoja de ruta clara para la ejecución del plan estratégico, facilitando la coordinación entre los actores involucrados y permitiendo una implementación progresiva y sostenible. En conclusión, la propuesta desarrollada no solo responde a una necesidad real del mercado, sino que, también, representa una oportunidad estratégica para las entidades financieras y universidades, al promover la inclusión financiera, facilitar el acceso a la educación superior y contribuir al desarrollo social y económico del país.

## Capítulo VI

### 6. Conclusiones y Recomendaciones

#### 6.1 Conclusiones

El desarrollo de la investigación permitió analizar las principales barreras económicas, estructurales y operativas que enfrentan los estudiantes universitarios de educación privada en Costa Rica para acceder a financiamientos; con los hallazgos identificados, se propuso una estrategia comercial orientada a satisfacer las necesidades del mercado objetivo.

#### Síntesis de los hallazgos en respuesta a los objetivos

Con respecto a las condiciones actuales de los financiamientos educativos en Costa Rica, se concluye que la oferta existente es limitada y no especializada. Los créditos disponibles son, principalmente, productos de consumo tradicionales que no se ajustan a la realidad económica del segmento estudiantil universitario privado. A continuación, se presentan las conclusiones específicas en correspondencia directa con cada objetivo de la investigación.

En respuesta al objetivo específico 1 (Identificar las principales barreras económicas, sociales y operativas), se concluye que las barreras más significativas que enfrentan los estudiantes universitarios son multidimensionales:

- Barreras económicas: tasas de interés altas (64 % de los encuestados), costos de matrícula elevados (61 %) y gastos adicionales no previstos (54 %),
- Barreras operativas: requisitos muy restrictivos como fiadores (61 % percibe como barrera), procesos burocráticos lentos, falta de transparencia en las condiciones de productos financieros,
- Barreras emocionales: miedo a la deuda a largo plazo, desconfianza en las instituciones financieras, estrés por la incertidumbre económica.

El requisito del fiador actúa como un filtro de exclusión social, siendo la barrera más crítica para el perfil del “estudiante-trabajador”, quien, a menudo, no tiene acceso a garantes con el perfil que exigen las instituciones financieras tradicionales.

En respuesta al objetivo específico 2 (Analizar las características y necesidades del mercado estudiantil), se concluye que el mercado estudiantil demanda un producto que priorice:

- Sostenibilidad financiera: tasas bajas (35 estudiantes priorizaron tasa baja como característica más importante), plazos flexibles (78 % valora flexibilidad en pagos), cuotas adaptadas al ingreso,
- Transparencia y simplicidad: 84 % de los estudiantes valora la transparencia en costos y condiciones, sin "letras pequeñas" ni costos ocultos,
- Agilidad del proceso: 53 % prefiere procesos completamente digitales, con tiempos de respuesta de 24 a 48 horas máximo,
- Respaldo institucional: 50 % prefiere alianza directa entre universidad y entidad financiera para generar confianza.

La investigación revela que la transparencia y simplicidad en el proceso son atributos tan valorados como las propias condiciones del crédito, lo que indica una necesidad crítica de enfocarse en la experiencia del usuario (UX), además de las variables financieras.

En respuesta al objetivo específico 3 (Establecer un análisis comparativo de la competencia), se concluye que existe un vacío estratégico significativo en el mercado de financiamiento educativo en Costa Rica:

- CONAPE: especializado en educación, pero con procesos burocráticos complejos, requisitos restrictivos y acceso limitado,
- Banca privada tradicional: ágil y digital, pero ofrece créditos de consumo genéricos que no responden a las necesidades específicas del estudiante,
- Universidades privadas: ofrecen letra de cambio, pero sin condiciones competitivas ni modelos de riesgo alternativos.

Ninguna entidad ocupa de forma dominante el nicho de un producto financiero especializado, ágil y digital para estudiantes de universidades privadas. Esta brecha representa la oportunidad estratégica fundamental que esta tesis busca capitalizar.

En respuesta al objetivo específico 4 (Proponer una estrategia comercial), se concluye que una estrategia comercial viable y sostenible debe basarse en un modelo de negocio que integre:

- Alianzas estratégicas con universidades: para mitigación de riesgo, canal de distribución y generación de confianza,
- Innovación financiera: modelos de evaluación de riesgo alternativos que consideren el potencial futuro del estudiante en lugar de garantías tradicionales,

- Digitalización completa: plataforma integrada para solicitud, seguimiento y gestión del crédito en tiempo real,
- Comunicación centrada en la empatía: mensajes que aborden, tanto las necesidades funcionales (tasa baja, plazo flexible), como emocionales (tranquilidad, confianza) del estudiante.

Esta estrategia debe enfocarse en eliminar, tanto las barreras operativas, como las emocionales, diseñando una experiencia que tranquilice al estudiante sobre su capacidad de pago a largo plazo.

### **Conclusión general de pregunta principal de investigación**

Para el objetivo general, de diseñar un plan estratégico comercial para la implementación de un producto de financiamiento accesible, ágil y sostenible dirigido a estudiantes universitarios privados en Costa Rica, con el fin de facilitar su acceso y permanencia en la educación superior y que se estructure estratégicamente con innovación financiera, digitalización y alianzas institucionales.

Se concluye que el diseño y la implementación de dicho plan son plenamente viables y estratégicamente pertinentes. La viabilidad no reside únicamente en la demanda latente del mercado (86 % de los estudiantes indica alta probabilidad de solicitar el crédito si cumple con las características ideales), sino en la posibilidad de construir un modelo de negocio sostenible basado en tres pilares:

1. Innovación financiera: modelos de riesgo alternativos que amplían el acceso más allá de las garantías tradicionales.
2. Digitalización: procesos ágiles que reducen tiempos de respuesta y costos operativos.
3. Alianzas institucionales: colaboración con universidades que mitiga el riesgo y proporciona un canal de distribución directo.

La propuesta, por tanto, no solo representa una solución a un problema de mercado, sino que constituye un modelo de negocio con potencial de rentabilidad y alto impacto social. Su implementación contribuiría a fortalecer la inclusión financiera, aumentar la retención estudiantil en universidades privadas, generar valor para entidades financieras y universidades, y, en última instancia, impactar, positivamente, el desarrollo social y económico del país.

## 6.2 Recomendaciones

En este apartado se incluyen las sugerencias de cómo mejorar la implementación de las estrategias propuestas para los hallazgos encontrados en la investigación; dichas recomendaciones se mencionan para que las instituciones que implementarán el nuevo producto, puedan tomarlo en cuenta.

### Recomendaciones para entidad financiera

Para la entidad financiera que implementará el producto, se recomienda lo siguiente:

- Es importante que la entidad financiera interesada pueda desarrollar un modelo de evaluación de riesgo alternativo, el cual debe incorporar variables de análisis no convencionales, por ejemplo, para estudiantes jóvenes, como el comportamiento académico, el histórico de pagos de la universidad y para estudiantes más maduros, por ejemplo, capacidad de pago, comportamiento de pago de otros servicios, etc.: esto con el fin de ampliar la opción de acceso al crédito,
- Se debe fortalecer la inversión en el área de tecnología para poder automatizar las plataformas digitales y que permitan la integración de los sistemas para que el estudiante y la universidad puedan validar, en tiempo real, el proceso de solicitud, evaluación y seguimiento del crédito, para así garantizar una experiencia ágil y eficiente para el usuario,
- Es importante atraer los nuevos clientes, pero, también, es necesario generar su fidelidad y, para ello, establecer esquemas de incentivos para estudiantes con buen comportamiento de pago es buena opción para motivarlos, por ejemplo, cada cierto tiempo realizar análisis para bajar tasas de interés o beneficios adicionales, como descuentos en librerías, o bien en los mismos cursos de las universidades, cupones de descuentos, entre otros,
- Implementar estrategias de educación financiera dirigidas al segmento estudiantil, participando en charlas universitarias y brindando acompañamiento a los estudiantes durante el plazo del crédito para contribuir a una mejor gestión de crédito y reducir el riesgo de morosidad,
- Controlar los indicadores de desempeño del comportamiento del producto (colocación, morosidad, satisfacción del cliente, etc.) para realizar ajustes necesarios que aseguren su sostenibilidad,

- Mantener una comunicación activa con las universidades, tanto para mantener actualizadas las bases de datos de estudiantes, como los estatus de los créditos para renovarlos en casos necesarios.

### **Recomendaciones para universidades privadas**

Para las universidades privadas que deseen realizar alianzas con la institución financiera para promover el financiamiento, se recomienda lo siguiente:

- Invertir en sus sistemas de tecnología para integrarlo con las herramientas tecnológicas que la entidad financiera facilite para dar trazabilidad al proceso del crédito del estudiante y poder dar una respuesta oportuna,
- Participar activamente en la creación y administración del fondo de aval para tener un respaldo para el estudiante que facilite su acceso al crédito sin los análisis y las garantías tradicionales,
- Capacitar a asesores académicos y personal administrativo en el conocimiento del producto de financiamiento y de las herramientas para consulta y proceso de este, con el fin de dar un acompañamiento adecuado al estudiante,
- Promover programas de educación financiera que permitan al estudiante tomar decisiones informadas sobre su financiamiento,
- Invitar a la entidad financiera para las ferias vocacionales, o bien charlas masivas, para promocionar el producto.

### **Recomendaciones para futuras líneas de investigación**

A partir de los resultados analizados, se identifican las siguientes recomendaciones para futuras investigaciones:

- Analizar la viabilidad financiera del producto propuesto mediante modelos cuantitativos de riesgo, rentabilidad y sostenibilidad en el largo plazo,
- Evaluar el impacto del producto propuesto en la retención mediante la comparativa de un antes y un después de implementado, con respeto a la cantidad de estudiantes graduados,
- Evaluar la percepción del proceso y producto una vez implementado mediante encuestas de satisfacción al cliente y experiencia del usuario,

- Crear un plan piloto para implementación con una o dos universidades para poder tener control de cambios y de seguimiento de los casos,
- Investigar el uso de nuevas tecnologías como inteligencia artificial o análisis de datos para optimizar y automatizar los procesos del crédito educativo,
- Ampliar el análisis de otros segmentos, como educación técnica u otros programas para identificar oportunidades de expansión,
- Analizar la oferta para estudiantes públicos tratando de realizar alianzas con el Gobierno.

## Referencias

- Accenture. (2021). *Reinventing customer experience in financial services*. Accenture. <https://www.accenture.com>
- Albagli, P., & García-Echalar, A. (2025). *Rethinking student loan design: Evidence from a price-based reform in Chilean higher education*. *Economics of Education Review*.
- Anderson, R. (2007). *The credit scoring toolkit: Theory and practice for retail credit risk management*. Oxford University Press.
- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2023). *Marketing: An introduction* (15th ed.). Pearson Education.
- Banco Central de Costa Rica. (2023). *Informe sobre el sistema financiero nacional*. <https://www.bccr.fi.cr>
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2021). *Financiamiento de la educación superior en América Latina: Retos y oportunidades*. BID. <https://publications.iadb.org/>
- Banco Nacional de Costa Rica. (2024). *Estrategia de educación financiera*. <https://www.bncr.fi.cr/bn-sostenibilidad/gestion-social/estrategia-de-educacion-financiera>
- Banco Nacional de Costa Rica. (s.f.). *Financiamiento para personas*. <https://www.bncr.fi.cr/personas/financiamiento>
- Banco Popular. (s.f.). <https://www.bancopopular.fi.cr/>
- Barbu, C. M., Florea, D., Dabija, D. C., & Barbu, M. (2021). Customer experience in fintech. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1415–1433. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050080>
- Basel Committee on Banking Supervision. (2001). *The internal ratings-based approach*. Bank for International Settlements.
- Boston Consulting Group (BCG). (2022). *Customer experience in financial services: The new competitive battleground*. BCG. <https://www.bcg.com>

- Brunner, J. J., & Elacqua, G. (2020). *Educación superior en América Latina: Balance de las reformas y desafíos futuros*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Campus Review. (2025). *The four forces redefining connected digital experiences in higher education*. <https://www.campusreview.com.au/2025/07/the-four-forces-redefining-connected-digital-experiences-in-higher-education/>
- Cerise & SPTF. (2021). *Client protection standards*. <https://cerise-sptf.org/about-client-protection/>
- Chapman, B. (2019). *Income contingent loans: Theory, practice and prospects*. Springer.
- Chapman, B. (2006). *Income contingent loans for higher education: International reforms*. Handbook of the Economics of Education.
- Comisión Nacional de Préstamos para Educación (CONAPE). (2026). *Préstamos para estudios universitarios*. <https://www.conape.go.cr> 2026, <https://www.conape.go.cr>.
- Comisión Nacional de Préstamos para Educación (CONAPE). (s. f.). *Préstamos para estudios*. <https://www.conape.go.cr/>
- CONAPE. (s. f.). *Bachillerato y licenciatura | Préstamos para estudios*. <https://www.conape.go.cr/bachillerato-y-licenciatura/>
- Coopealianza, (s.f.). *Financiamiento para estudios superiores*. <https://coopealianza.fi.cr/>
- Cooperativa BECOOP. (s. f.). *Crédito educativo*. <https://www.becoop.coop/credito/credito-educativo>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Allan Arroyo. (2025). Educación. *El Observador CR*.
- Espinoza-Bravo, L., y Cabezas-Cabezas, V. (2024). Barreras al acceso en la educación superior: económicas, culturales y sociales. *MLAJ Revista*.
- Estadísticas del mercado crediticio en Costa Rica (2025). *LinkedIn sector financiero Costa Rica*.
- EY. (2022). *ESG: la estrategia comercial para combatir el cambio climático*. EY Centroamérica.

- Gestión sostenible en Costa Rica y estrategias empresariales vinculadas a ODS. (2024).
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2016). *Principles of managerial finance* (14th ed.). Pearson.
- Guía, C., et al. (2022). *Digital technologies: students' expectations and experiences during their transition from high school to university*. *Education and Information Technologies*, 28, 857–877. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11184-4>
- Hand, D. J., & Henley, W. E. (1997). Statistical classification methods in consumer credit scoring. *Journal of the Royal Statistical Society: Series A*, 160(3), 523–541.
- Hassan Montero, Yusef y Martín Fernández, Francisco. (2005). *La Experiencia del Usuario*  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Prosperas>  
[https://link.springer.com/article/10.1007/s10639-022-11184-4?utm\\_source](https://link.springer.com/article/10.1007/s10639-022-11184-4?utm_source)  
[https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/111506/2867/TFG%20LIC%20ADM%20021%202025.pdf?isAllowed=y&sequence=1&utm\\_source](https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/111506/2867/TFG%20LIC%20ADM%20021%202025.pdf?isAllowed=y&sequence=1&utm_source)
- ICETEX. (2026). <https://web.icetex.gov.co/becas/becas-para-estudios-en-el-exterior/becas-vigentes>
- INFOCOOP. (2023). *El rol de las cooperativas de ahorro y crédito en el financiamiento educativo*.  
<https://www.infocoop.go.cr>
- Instituto Nacional de Fomento Cooperativo. (s. f.). *Sobre el cooperativismo costarricense*.  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Instituto\\_Nacional\\_de\\_Fomento\\_Cooperativo](https://es.wikipedia.org/wiki/Instituto_Nacional_de_Fomento_Cooperativo)
- Jagtiani, J., & Lemieux, C. (2019). *The roles of alternative data and machine learning in fintech lending*. Federal Reserve Bank Working Paper.
- Jisc. (2025). *2024/25 UK higher education students digital experience insights survey findings*.  
<https://digitalinsights.jisc.ac.uk/>
- Judit I. G. Alvarado Palacios. (2023). *Marketing responsable como estrategia comercial para la sostenibilidad*. Realidad Empresarial.
- Knapp Bjerén (2003).

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Latapí Sarre, P. (2025). Barreras y estrategias en el acceso a la educación superior. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*.
- LinkedIn, 2025, <https://www.linkedin.com/>
- MAZE, 2025; <https://maze.co/blog/customer-experience-financial-services>
- MDPI. *¿Puede la digitalización fomentar la inclusión financiera sostenible? Oportunidades tanto para los bancos como para los grupos vulnerables, sostenibilidad 2023, 15 (8)*, <https://doi.org/10.3390/su15086727>
- MDPI. *Universidad Digital: Un Estudio de las Experiencias y Expectativas de los Estudiantes en la Era Post-COVID*, Volumen 13, número 2, 2023, <https://www.mdpi.com>
- Miller, M. (2015). *Credit reporting systems and the international economy*. MIT Press.
- Modelo de finanzas sostenibles. <https://www.bncr.fi.cr/bn-sostenibilidad/modelo-de-finanzas-sostenibles>
- Nascimento, D. V. do, Mutize, T., & Roser Chinchilla, J. F. (2022). *Acceso universal a la educación superior: Tendencias, barreras y factores impulsores*. Educación Superior y Sociedad (ESS), 34(1), 642–667. <https://doi.org/10.54674/ess.v34i1.437>
- No solo usabilidad: revista sobre personas, diseño y tecnología, 2005. La experiencia del usuario, [https://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia\\_del\\_usuario.htm?utm\\_source=twitterfeed&utm\\_medium=twitter](https://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia_del_usuario.htm?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter)
- Nuevas líneas de financiación de la Educación Superior, 2025, <https://agenciaatenea.gov.co>
- OCDE. (2023). *Protección del consumidor financiero y finanzas sostenibles*. OECD Publishing.
- OECD. (2025). [https://www.oecd.org/en/publications/the-financial-sustainability-of-higher-education\\_f544ccfe-en/full-report/how-do-governments-fund-higher-education-provision\\_9525a149](https://www.oecd.org/en/publications/the-financial-sustainability-of-higher-education_f544ccfe-en/full-report/how-do-governments-fund-higher-education-provision_9525a149)

- OECD. (2021). *Education at a glance 2021: OECD indicators*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/b35a14e5-en>
- OECD. (2022). *Education at a glance 2022: OECD indicators*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/3197152b-en>
- Panorama Digital. (2024). *COOPEMEP RL 54 años fortaleciendo el cooperativismo en Costa Rica*. <https://www.panoramadigital.co.cr/>
- Rayo de vida. *Las Cuatro fueras que redefinen las experiencias digitales conectadas en la educación superior*. (2025). <https://www.campusreview.com.au/2025/07/the-four-forces-redefining-connected-digital-experiences-in-higher-education>
- Salazar-Fernández,JP, Muñoz-Gama,J., y Sepúlveda, M. *Implicaciones de la pérdida de una beca basada en la necesidad y el mérito en la trayectoria educativa: un enfoque de análisis curricular*. High Educ 2025. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10734-024-01230-0>
- Saunders, A., & Allen, L. (2010). *Credit risk management in and out of the financial crisis*. Wiley.
- Schneider, M., & Yin, L. (2022). *Addressing nonfinancial barriers to college access and success: Evidence and policy implications*. En *Handbook of the Economics of Education* (Vol. 6, pp. 319–403). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/bs.he.2022.02.007>
- Siddiqi, N. (2017). *Credit risk scorecards: Developing and implementing intelligent credit scoring* (2nd ed.). Wiley.
- Sostenibilidad empresarial y prácticas en recursos naturales e impacto social en Costa Rica. (2024).
- Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). *Credit rationing in markets with imperfect information*. *American Economic Review*, 71(3), 393–410.
- Subsidios y más, 2025.
- Team asana. *¿Qué es el marketing mix y cómo aplicar las 4P con éxito?* (2025). <https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing>
- Tecnológico de Costa Rica. (2026). *Negociación del FEES 2026: Gobierno y Universidades Públicas*. <https://www.tec.ac.cr/fees>

- Thomas, L. C., Edelman, D. B., & Crook, J. N. (2002). *Credit scoring and its applications*. SIAM.
- Thomas, L. C., Edelman, D. B., & Crook, J. N. (2017). *Credit scoring and its applications* (2nd ed.). SIAM.
- Thomas, L., Edelman, D., & Crook, J. (2017). *Credit scoring and its applications*. SIAM.
- Tropicana, Beneficios del ICETEX para estratos 1,2 y 3 con el crédito ACCES: subsidios y más. (2025).
- UNESCO. (2021). *Reimagining our futures together: A new social contract for education*. Publishing. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379707>
- UNESCO. (2022). *Global education monitoring report 2022: Inclusion and education*. UNESCO Publishing. <https://www.unesco.org/gem-report/>
- UNESCO. (2022). *Knowledge-driven futures: The role of higher education*. UNESCO Publishing. <https://unesdoc.unesco.org/>
- UNESCO. (2022). *Revista Educación Superior y Sociedad*. Norberto Fernández Lamarra
- Universidad San Marcos. (2025). Transparencia en las condiciones del crédito y su impacto en la lealtad del cliente. *Repositorio Universidad San Marcos*. ([turn0search33])
- U.S. Department of Education, (2023). *Ley de privacidad y derechos educativos de la familia* (FERPA).
- World Bank. (2019). *Credit reporting and financial inclusion*. World Bank Publications.
- World Bank. (2020). *The human capital index 2020 update: Human capital in the time of COVID-19*. World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34432>
- World Bank. (2020). *World development report 2020: Trading for development in the age of global value chains*. World Bank. <https://www.worldbank.org/>
- World Bank. (2021). *World development report 2021: Data for better lives*. World Bank. <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2021>
- World Bank. (2022). *Financial inclusion and consumer protection global survey*. World Bank Publications.

Zendesk. (2025). *Customer experience: qué es y por qué es importante.*

<https://www.zendesk.com.mx/blog/customer-experience/>

## ANEXOS

### **Anexo 1. Instrumento de encuesta cuantitativa (cuestionario digital)**

#### **Link de encuestas:**

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScbT27OQrc0jsITsSs\\_jqPIflsro\\_SlpLMEtrcSbDe\\_IUa3RQ/viewform?usp=dialog](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScbT27OQrc0jsITsSs_jqPIflsro_SlpLMEtrcSbDe_IUa3RQ/viewform?usp=dialog)

#### **Formato de encuesta (captura de pantalla de formulario de 28 preguntas)**

Preguntas Respuestas **1** Configuración Puntos totales: 0

## Encuesta para análisis de Financiamiento Universitario privado en Costa Rica

Identificar barreras de acceso, características del mercado estudiantil, percepción de la competencia y atributos del producto financiero ideal.  
Por favor conteste de acuerdo a la escala indicada o bien marque la opción según corresponda.

1. ¿Actualmente es estudiante universitario? \*

Sí

No

2. ¿Cuál es su rango de edad? \*

17 a 25 años

25 a 35 años

más de 35 años

3. ¿Cuál es su género? \*

Femenino

Masculino

Otro

4. ¿Cuál es la forma en que realiza el pago de sus estudios universitarios? \*

Contado

Letra de cambio de la Universidad

Financiamiento externo

Otro: .....

5. El costo de la matrícula y cursos universitarios representa una barrera importante para continuar sus estudios \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo      Totalmente de acuerdo

...

6. Los gastos adicionales (materiales, transporte, alimentación) dificultan financiar su educación universitaria \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo      Totalmente de acuerdo

7. No cuenta con ingresos suficientes para pagar sus estudios sin financiamiento. \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo      Totalmente de acuerdo

8. Las tasas de interés de los créditos actuales dificultan solicitar financiamiento. \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo      Totalmente de acuerdo

9. La falta de un fiador u otra garantía limita sus posibilidades de acceder a un crédito educativo. \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

10. Existe poca información sobre opciones de financiamiento educativo disponibles. \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

11. Los procesos actuales para solicitar financiamiento educativo u otros créditos personales para financiamientos son complicados. \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

12. Según lo que sabe, o por su experiencia, el tiempo de aprobación de los créditos educativos es demasiado largo. \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

13. Cree que la falta de asesoría financiera dificulta tomar decisiones sobre un financiamiento. \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

14. Cree que los estudiantes necesitan productos financieros diseñados específicamente para su realidad económica. \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

15. Es importante que las cuotas de pago se adapten al ingreso del estudiante. \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

16. Los estudiantes prefieren realizar procesos financieros de manera digital. \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

17. La flexibilidad en los plazos de pago es clave al elegir un crédito educativo.

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

18. Los estudiantes valoran tener diferentes canales de comunicación para sus procesos de matrícula y financiamiento

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

19. Las instituciones financieras actuales ofrecen pocas opciones de financiamiento educativo adecuadas para estudiantes.

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

20. Considera que los créditos educativos actuales presentan demasiados requisitos.

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

21. La información sobre créditos educativos o créditos personales no es suficientemente transparente.

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

22. Las instituciones financieras actuales no comprenden las necesidades reales de los estudiantes.

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

23. Los procesos actuales de financiamiento educativo son burocráticos.

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

24. Un crédito educativo debería permitir un periodo de gracia para iniciar el 1er pago

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

25. La rapidez en la aprobación del crédito es un factor decisivo para solicitarlo. \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

...

26. Es importante que el proceso de solicitud del crédito sea completamente digital. \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

27. Un crédito educativo ideal debe ofrecer tasas de interés preferenciales para estudiantes. \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo

28. La transparencia en los costos y condiciones del crédito influye en mi decisión de solicitar financiamiento. \*

1 = Totalmente en desacuerdo | 2 = En desacuerdo | 3 = Neutral | 4 = De acuerdo | 5 = Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de acuerdo



Form_Responses	1. ¿Actual	2. ¿En cuál de las siguientes Un	3. ¿En qué año	4. ¿Cuál es su ran	5. ¿Cuál es	6. ¿Actualmente trabaja?	7. ¿Cuál es el rango apro	8. ¿Cuál es la forma en que reali	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16. A.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23. ¿Cuál es el ti	24. Si	25. ¿A través de qué tipo de institución sentir	19. La rapid		
11/02/2026 20:50:42	Si	Universidad Metropolitana	Más de 4 años	Más de 35 años	Masculino	Trabajo más de 40 horas/sem	€1.000.000 - €1.500.000	Letra de cambio de la Universidad	3	5	4	4	2	2	2	3	1	4	3	5	2	3	4	5	48 horas	4 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	3	
11/02/2026 20:50:02	Si	Universidad Metropolitana Castro Ca	1er año	17 a 25 años	Masculino	No trabajo	Prefiero no responder	Contado	3	3	3	4	3	4	3	3	1	2	3	4	5	4	4	24 horas	4 Un banco estatal (ej. Banco Nacional, Banco de C	3		
11/02/2026 21:16:33	Si	UNED	Más de 4 años	más de 35 años	Femenino	Trabajo más de 40 horas/sem	€500.000 - €1.000.000	Beca por excelencia académica	1	1	1	3	3	6	6	6	5	1	4	2	4	3	5	5	24 horas	4 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	4	
11/02/2026 21:25:07	Si	Universidad Ventas	1er año	más de 35 años	Masculino	Trabajo más de 40 horas/sem	€1.000.000 - €1.500.000	Contado	5	4	4	5	5	6	5	5	4	1	1	2	1	1	4	4	48 horas	5 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	1	
11/02/2026 21:35:39	Si	Universidad Fidéltas	1er año	25 a 35 años	Femenino	Trabajo más de 40 horas/sem	€500.000 - €1.000.000	Letra de cambio de la Universidad	4	3	4	5	5	5	5	4	1	4	3	3	2	4	4	48 horas	4 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	4		
11/02/2026 21:35:51	No	Universidad Nacional	3er año	25 a 35 años	Masculino	Trabajo más de 40 horas/sem	€500.000 - €1.000.000	Contado	3	3	3	5	5	4	4	5	1	5	3	2	4	2	5	5	48 horas	5 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	5	
11/02/2026 21:36:42	Si	Universidad Latina	4to año	25 a 35 años	Masculino	No trabajo	€500.000 - €1.000.000	Financiamiento externo	5	5	2	2	5	2	4	4	3	1	3	2	4	5	2	5	1 semana	5 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	5	
11/02/2026 21:40:11	Si	UC	Más de 4 años	25 a 35 años	Masculino	Trabajo más de 40 horas/sem	€1.000.000 - €1.500.000	Letra de cambio de la Universidad	4	3	2	3	1	5	3	4	4	1	5	2	4	3	3	4	48 horas	4 Un banco estatal (ej. Banco Nacional, Banco de C	1	
11/02/2026 22:12:01	Si	UPI	Más de 4 años	25 a 35 años	Femenino	Trabajo 20-40 horas/semana	€500.000 - €1.000.000	Letra de cambio de la Universidad	3	4	3	4	4	4	4	4	4	1	3	2	3	1	3	4	1 semana	4 Un banco estatal (ej. Banco Nacional, Banco de C	3	
11/02/2026 23:33:34	Si	Universidad Católica (UCR)	3er año	17 a 25 años	Masculino	No trabajo	Menos de €500.000	Contado	4	3	4	1	5	2	6	2	5	2	1	3	1	3	4	5	48 horas	5 Un banco privado (ej. BAC, Scotiabank)	1	
11/02/2026 23:46:27	Si	Universidad Católica (UCR)	2do año	25 a 35 años	Femenino	Trabajo 20-40 horas/semana	€500.000 - €1.000.000	Financiamiento externo	1	2	2	5	5	5	4	5	1	3	3	1	1	3	5	3	1 semana	5 Un banco estatal (ej. Banco Nacional, Banco de C	1	
12/02/2026 8:25:20	Si	Universidad Latina	3er año	25 a 35 años	Masculino	Trabajo 20-40 horas/semana	€500.000 - €1.000.000	Financiamiento externo	5	5	5	4	3	5	5	4	4	1	4	1	2	2	5	5	1 semana	5 Una cooperativa (ej. Coopeande, Coopealanza)	4	
12/02/2026 8:32:29	No	No aplica	Más de 4 años	más de 35 años	Masculino	Trabajo más de 40 horas/sem	Más de €2.000.000	Contado	5	5	1	3	4	5	5	5	1	2	3	4	5	1	1	1	1 semana	5 Un banco privado (ej. BAC, Scotiabank)	3	
12/02/2026 15:26:37	Si	Universidad Fidéltas	2do año	17 a 25 años	Masculino	Trabajo más de 40 horas/sem	Prefiero no responder	Contado	2	1	1	1	1	4	1	5	3	1	1	2	3	2	1	1	24 horas	5 Un banco estatal (ej. Banco Nacional, Banco de C	1	
13/02/2026 16:28:39	No	UAM	Más de 4 años	25 a 35 años	Femenino	Trabajo más de 40 horas/sem	€500.000 - €1.000.000	Letra de cambio de la Universidad	4	4	4	5	5	5	5	4	3	1	2	4	2	4	4	48 horas	4 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	3		
14/02/2026 9:35:28	Si	Ulaicit	2do año	más de 35 años	Femenino	Trabajo 20-40 horas/semana	€1.000.000 - €1.500.000	Financiamiento externo	5	5	5	3	5	6	5	5	5	1	2	1	1	1	5	5	48 horas	5 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	1	
14/02/2026 17:41:43	Si	Universidad Internacional de las Amr	1er año	17 a 25 años	Masculino	Trabajo más de 40 horas/sem	Menos de €500.000	Letra de cambio de la Universidad	5	2	5	4	5	5	4	6	5	2	3	5	4	1	4	5	5 mismo día	5 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	4	
14/02/2026 22:07:32	Si	Universidad Católica (UCR)	1er año	17 a 25 años	Masculino	No trabajo	Prefiero no responder	Contado	4	3	2	4	3	4	5	4	5	1	1	1	1	1	3	4	5	24 horas	4 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	1
14/02/2026 22:09:53	Si	Universidad Latina	2do año	25 a 35 años	Femenino	Trabajo menos de 20 horas/se	€500.000 - €1.000.000	Letra de cambio de la Universidad	5	5	5	5	5	4	5	5	4	1	2	1	1	1	3	5	5 48 horas	5 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	3	
15/02/2026 13:51:50	No	UAM	Más de 4 años	25 a 35 años	Masculino	Trabajo 20-40 horas/semana	€500.000 - €1.000.000	Financiamiento externo	3	4	3	5	3	4	4	4	3	1	1	1	4	2	4	3	5	24 horas	5 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	1
15/02/2026 14:01:16	Si	UAM	3er año	más de 35 años	Femenino	Trabajo más de 40 horas/sem	€500.000 - €1.000.000	Letra de cambio de la Universidad	4	3	5	3	4	5	6	6	4	5	4	5	5	4	5	5	1 semana	5 Una cooperativa (ej. Coopeande, Coopealanza)	5	
15/02/2026 14:04:34	Si	UAM	Más de 4 años	25 a 35 años	Masculino	Trabajo más de 40 horas/sem	€1.000.000 - €1.500.000	Letra de cambio de la Universidad	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	5	5	1 semana	5 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	5	
15/02/2026 14:36:12	Si	Universidad Latina	3er año	17 a 25 años	Masculino	No trabajo	€500.000 - €1.000.000	Contado	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	1 semana	4 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	3
15/02/2026 14:36:49	No	Universidad Latina	Más de 4 años	más de 35 años	Femenino	Trabajo más de 40 horas/sem	€1.500.000 - €2.000.000	Financiamiento externo	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3	1	24 horas	1 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	1	
15/02/2026 16:03:59	Si	UACA	3er año	17 a 25 años	Masculino	Trabajo 20-40 horas/semana	Menos de €500.000	Letra de cambio de la Universidad	3	1	3	5	4	5	6	6	5	3	1	3	2	2	2	4	5	2 semanas o más	4 Una cooperativa (ej. Coopeande, Coopealanza)	4
15/02/2026 16:06:49	No	No estudio	1er año	más de 35 años	Femenino	Trabajo más de 40 horas/sem	Menos de €500.000	Financiamiento externo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1 mismo día	1 Un banco estatal (ej. Banco Nacional, Banco de C	1
15/02/2026 16:27:24	No	UNED y Universidad de las Ciencias	Más de 4 años	25 a 35 años	Masculino	Trabajo más de 40 horas/sem	€1.500.000 - €2.000.000	Contado	4	5	1	3	4	2	3	3	3	3	1	2	2	1	3	2	4	2 semanas o más	2 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	3
15/02/2026 17:00:18	No	Comed	1er año	25 a 35 años	Femenino	Trabajo más de 40 horas/sem	Menos de €500.000	Ahorro	5	5	5	3	4	5	6	6	5	3	3	3	3	3	5	5	5	48 horas	5 Un banco privado (ej. BAC, Scotiabank)	5
15/02/2026 21:50:29	No	Ninguna	1er año	más de 35 años	Femenino	No trabajo	Prefiero no responder	Ninguno	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	3	2	3	3	2	2 semanas o más	4 Un banco estatal (ej. Banco Nacional, Banco de C	3
15/02/2026 22:31:48	No	Ninguna	1er año	25 a 35 años	Masculino	Trabajo más de 40 horas/sem	Prefiero no responder	No estudio en la U	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	5	5	48 horas	4 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	5	
16/02/2026 9:56:56	No	Magister	Más de 4 años	más de 35 años	Masculino	Trabajo 20-40 horas/semana	Menos de €500.000	Salario pagos	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	5	1	4	4	4	48 horas	1 Un banco estatal (ej. Banco Nacional, Banco de C	3	
20/02/2026 22:55:07	Si	UAM	2do año	más de 35 años	Femenino	Trabajo más de 40 horas/sem	Más de €2.000.000	Letra de cambio de la Universidad	3	2	4	3	3	5	4	4	4	4	3	4	2	1	4	3	5	1 semana	4 Una alianza directa entre mi universidad y una ent	4

## Anexo 3. Guion de entrevista semi-estructurada

### Guion de entrevista ~~semi-estructurada~~

#### Introducción para el entrevistado

Buenos días/tardes, mi nombre es Priscilla Robles y soy estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo de la UIA. Le agradezco mucho su tiempo y disposición a participar en esta entrevista.

La presente entrevista tiene como objetivo conocer sus experiencias, percepciones y necesidades en relación con las opciones de financiamiento educativo, con el fin de diseñar propuestas que faciliten el acceso y permanencia en la educación superior.

#### Información importante:

- La entrevista tomará aproximadamente 30-40 minutos
- Con su permiso, me gustaría grabar esta conversación para no perder detalles
- La grabación será completamente confidencial y se destruirá al finalizar la investigación
- Toda la información será utilizada únicamente con fines académicos
- Usted tiene derecho a no responder cualquier pregunta que no desee
- Sus respuestas serán completamente anónimas en el informe final

¿Está de acuerdo con estas condiciones?

#### Preguntas

##### (Calentamiento)

Para empezar, cuénteme un poco sobre usted: ¿qué estudia, en qué año está, y por qué eligió esa carrera?

##### Experiencia con financiamiento educativo

1. ¿Ha intentado solicitar algún tipo de financiamiento para sus estudios? Cuénteme cómo fue su experiencia.

Sondeo: ¿Cuánto tiempo tomó todo el proceso desde la solicitud hasta la aprobación? ¿Cuáles fueron los requisitos principales que le pidieron? ¿Qué fue lo más fácil del proceso? ¿Finalmente aprobaron su solicitud?"

2. ¿Qué dificultades encontró durante el proceso de solicitud o aprobación del financiamiento?

Sondeos: ¿Fue complicado reunir la documentación? ¿Fue lento el proceso? ¿Sintió que no comprendían sus necesidades?

##### Barreras económicas, sociales y operativas

3. Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son las principales barreras que enfrentan los estudiantes para financiar sus estudios universitarios?

Sondeos: ¿Barreras económicas (falta de dinero, tasas altas)? / ¿Barreras operativas (procesos complicados, requisitos difíciles)? ¿Barreras de información (no saben dónde solicitar)?

4. ¿Qué requisitos de las instituciones financieras le parecen más difíciles de cumplir?

Sondeos: ¿El fiador obligatorio? ¿El historial crediticio? ¿La documentación requerida?

5. ¿Cómo influyen los costos adicionales (materiales, transporte, alimentación) en su decisión de continuar o no sus estudios?

Sondeos: ¿Cuál es el costo adicional mensual aproximado? ¿Esto le ha hecho considerar abandonar los estudios?

##### Percepción de la oferta actual

6. ¿Qué opinión tiene sobre las opciones de financiamiento educativo disponibles actualmente en el país?

Sondeos: ¿Conoce CONAPE, Banco Popular, Coopealianza? ¿Cuál le parece mejor? ¿Por qué? ¿Cuál le parece peor? ¿Por qué?"

7. ¿Qué aspectos considera que deberían mejorar las instituciones financieras en sus procesos de financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Reducir tiempo de aprobación? ¿Bajar tasas de interés? ¿Flexibilizar requisitos? ¿Mejorar comunicación?"

##### Barreras emocionales

8. ¿Qué emociones experimenta cuando piensa en solicitar un crédito educativo?"

Sondeos: ¿Miedo? ¿Vergüenza? ¿Desconfianza? ¿Por qué siente eso?"

9. ¿Hay algo que le genera desconfianza en las instituciones financieras?"

Sondeos: ¿Tasas ocultas? ¿Procesos no transparentes? ¿Falta de comprensión de necesidades estudiantiles?"

### Expectativas del producto financiero ideal

10. Si pudiera diseñar un crédito educativo ideal, ¿qué características debería tener?

Sondeos: ---: Tasa de interés? ---: Tiempo de aprobación? ---: Requisitos? ---: Periodo de gracia/  
¿Forma de pago?"

11. Si tuviera que elegir entre una tasa de interés baía pero un proceso lento (3 semanas), o una tasa más alta pero un proceso rápido (24 horas), ¿cuál elegiría? ¿Por qué?"

12. ¿Qué tan importante sería para usted que el proceso de solicitud y gestión del crédito fuera completamente digital y ágil?

Sondeos: ¿Qué tan importante? ---: Por qué es importante? ---: Qué tan importante comparado con otras características?

13. ¿Qué opinión tiene sobre un modelo donde la cuota mensual se ajusta a su ingreso después de graduarse? Por ejemplo, si gana €500,000 mensuales, la cuota sería el 15% de eso. ¿Sería atractivo para usted?

Sondeos: ¿Qué le parece? ---: Sería más probable que solicitara un crédito con este modelo?

### Pregunta 14 (Nueva - Confianza Institucional):

14. A través de qué tipo de institución sentiría más confianza para solicitar un crédito educativo? ¿Un banco estatal, un banco privado, una cooperativa, una empresa de tecnología financiera digital, o una alianza directa entre su universidad y un banco?"

Sondeos: ¿Por qué esa institución? ---: ¿Qué hace que confie más en esa opción?

15. ¿Qué elementos generarían mayor confianza para decidir solicitar un financiamiento educativo?

Sondeos: ---: Transparencia en costos? ---: Testimonios de otros estudiantes? ---: Respaldo de la universidad? ---: Atención al cliente?

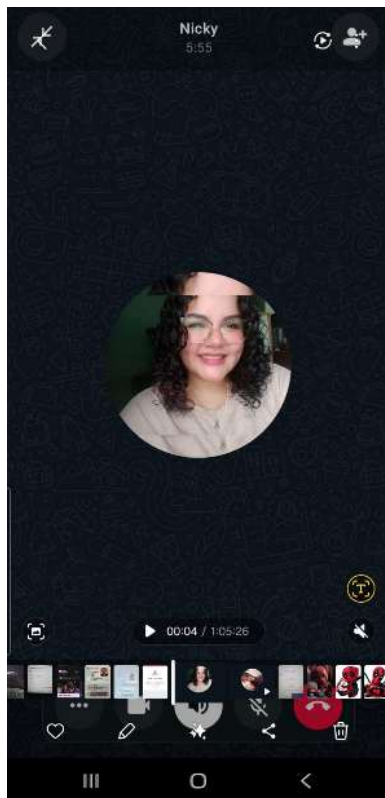
### Cierre

16. ¿Hay algo más que considere importante que no hemos tocado en esta entrevista? ¿Algo que le gustaría añadir?"

#### **Anexo 4. Grabación de entrevistas de los estudiantes**

Estudiante 1. Nicole Loría, duración 1h, 5 min, llamada por WhatsApp.

#### **Captura de pantalla de la grabación Nicole Loría**



## Respuestas de entrevista Nicole Loría

### Guion de entrevista semi-estructurada

#### Introducción para el entrevistado

Buenos días/tardes, mi nombre es Priscilla Robles y soy estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo de la UIA. Le agradezco mucho su tiempo y disposición a participar en esta entrevista.

La presente entrevista tiene como objetivo conocer sus experiencias, percepciones y necesidades en relación con las opciones de financiamiento educativo, con el fin de diseñar propuestas que faciliten el acceso y permanencia en la educación superior.

#### Información importante:

- La entrevista tomará aproximadamente 30-40 minutos
- Con su permiso, me gustaría grabar esta conversación para no perder detalles
- La grabación será completamente confidencial y se destruirá al finalizar la investigación
- Toda la información será utilizada únicamente con fines académicos
- Usted tiene derecho a no responder cualquier pregunta que no desee
- Sus respuestas serán completamente anónimas en el informe final

¿Está de acuerdo con estas condiciones?

De acuerdo, Entrevista Presencial

#### Preguntas

##### (Calentamiento)

Para empezar, cuénteme un poco sobre usted: ¿qué estudia, en qué año está, y por qué eligió esa carrera?

R/ Soy Nicole Loria, tengo 24 años, elegí contaduría pública, voy por mi 5to año estudiando, estoy iniciando el grado de licenciatura, y elegí contaduría porque fue lo que estudié en el Técnico y decidí continuar, además que me gusta y hay muchas oportunidades laborales para la misma.

##### Experiencia con financiamiento educativo

1. ¿Ha intentado solicitar algún tipo de financiamiento para sus estudios? Cuénteme cómo fue su experiencia.

Sondeo: ¿Cuánto tiempo tomó todo el proceso desde la solicitud hasta la aprobación? ¿Cuáles fueron los requisitos principales que le pidieron? ¿Qué fue lo más fácil del proceso? ¿Finalmente aprobaron su solicitud?"

R/ Primero empecé a estudiar en la Castro Carazo, consulté por una opción de financiamiento, era un contrato donde me obligan a llevar 3 o 4 materias para poder optar, el interés era bajo, en las cláusulas era que si yo suspendía el cuatrimestre, me multaban, y por tema de salud tuve que suspender el contrato de un año y si me multaron bastante alto. Después busque la opción en la Florencio del castillo, lo manejaba a contado, después consulté por e financiamiento y ha sido una buena experiencia ya que financian durante 3 meses el curso, no cobran intereses, no piden un min de materias a matricular y es virtual. El primer mes uno cancela la matrícula y lo demás se ponen a crédito. Si uno se atrasa ellos cobran intereses no tan altos, pero por el crédito no se paga ninguna tasa de interés. No he consultado en entidades porque me han contado que es complicado, q es más caro y cuesta salir de dicha deuda.

2. ¿Qué dificultades encontró durante el proceso de solicitud o aprobación del financiamiento?

Sondeos: ¿Fue complicado reunir la documentación? ¿Fue lento el proceso? ¿Sintió que no comprendían sus necesidades?

R/ Lo tedioso fue que había que ir presencial, había que llenar un contrato y el proceso era lento a parte del requisito que pedían del mínimo de las materias a matricular y el plazo de 1 año. Como tuve que cancelar el contrato, no hubo flexibilidad en la multa aplicada.

En el otro caso, al tener usuario ya uno matricula en línea y hacer el financiamiento.

##### Barreras económicas, sociales y operativas

3. Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son las principales barreras que enfrentan los estudiantes para financiar sus estudios universitarios?

Sondeos: ¿Barreras económicas (falta de dinero, tasas altas)? / ¿Barreras operativas (procesos complicados, requisitos difíciles)? ¿Barreras de información (no saben dónde solicitar)?

R/ En el caso de dinero si es complicado ya que las carreras si son muy caras, y al tener requisitos como mínimo 3 materias y aparte trabajar, era muy complicado. En tema de intereses también son altos ya que es el riesgo financiero que ellos tienen y el tema de la castro Carazo que lo obligan a estar 1 año completo u otros casos que el crédito es alto y talvez uno no puede continuar y quedaría con una deuda. Por otro lado, la única entidad que he escuchado es CONAPE, pero es la misma que he escuchado que no es tan beneficioso meterse ahí ya que no es la mejor decisión financiero. Si busqué en algún momento varias universidades, y los costos eran altos y nunca me dieron opciones para financiamiento.

4. ¿Qué requisitos de las instituciones financieras le parecen más difíciles de cumplir?

Sondeos: ¿El fiador obligatorio? ¿El historial crediticio? ¿La documentación requerida?

R/ La mayoría de estudiantes salen del cole a la u, entonces con el historial no lo pueden tener para respaldar el tema del financiamiento, yo tuve mi primer tarjeta hasta 2 años

después de trabajar, conseguir fiadores tampoco es fácil ya que la gente es muy quitada y no cualquiera te fi, y normalmente en préstamo de entidad bancaria los requisitos que piden son bastantes como orden, constancia por lo que los estudiantes jóvenes no cumplen y lo mínimo que piden es 1 año laborando, y tampoco cumplen con un salario alto para cubrir un estudio universitario por lo que es complicado conseguir un crédito.

5. ¿Cómo influyen los costos adicionales (materiales, transporte, alimentación) en su decisión de continuar o no sus estudios?

Sondeos: ¿Cuál es el costo adicional mensual aproximado? ¿Esto le ha hecho considerar abandonar los estudios?

R/ En mi caso, los primeros 2 años no tuve la capacidad de pagar una carrera ni un préstamo, la opción más accesible fue un diplomado. Después de eso cambié de trabajo para tener un ingreso mayor para poder cubrir un gasto universitario y pude solamente por ser virtual, donde no implicaba transporte, ni alimentación ni materiales... si no hubiera sido por eso no hubiera podido empezar a estudiar. Si fuese una persona que va presencial, esos costos si podrían influenciar. Si es un estudiante que está empezando a trabajar con su salario mínimo no le darían los gastos para poder iniciar sus estudios.

#### Percepción de la oferta actual

6. ¿Qué opinión tiene sobre las opciones de financiamiento educativo disponibles actualmente en el país?

Sondeos: ¿Conoce CONAPE, Banco Popular, Coopealianza? ¿Cuál le parece mejor? ¿Por qué? ¿Cuál le parece peor? ¿Por qué?"

R/ CONAPE, y que lo ha escuchado no era la mejor experiencia, y en bancos, hay muchos requisitos y por el riesgo financiero tiene tasas de interés alto, o tan a largo plazo que no valga la pena o las mismas universidades pero con multas y series de requisitos que depende de la persona que pueda cumplir o asumir.

7. ¿Qué aspectos considera que deberían mejorar las instituciones financieras en sus procesos de financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Reducir tiempo de aprobación? ¿Bajar tasas de interés? ¿Flexibilizar requisitos? ¿Mejorar comunicación?"

R/ deberían optar por un producto adecuado a lo que se pueda aportar y a los requisitos qu pueden cumplir (como en pymes), lo ideal sería que sea adaptado a las necesidades del consumidor y a los requisitos que se puedan cumplir con tasas de interés mas bajas, con plazos flexibles y diferentes opciones de financiamiento enfocado al sector educativos

#### Barreras emocionales

8. ¿Qué emociones experimenta cuando piensa en solicitar un crédito educativo?"

Sondeos: ¿Miedo? ¿Vergüenza? ¿Desconfianza? ¿Por qué siente eso?"

R/ me da temor, preocupación porque puede que uno no cumpla con requisitos y si uno tiene urgencia es preocupante, también si uno no pueda cumplir con los pagos o si el día de mañana no tenga trabajo y no pueda acceder al pago.

9. ¿Hay algo que le genera desconfianza en las instituciones financieras?"

Sondeos: ¿Tasas ocultas? ¿Procesos no transparentes? ¿Falta de comprensión de necesidades estudiantiles?"

R/ La letra pequeña, porque como el riesgo de ellos es muy alto, como el caso de un producto universitario, son muchas variables, hay un tema de multas, recargos que normalmente no se comunica, depende del perfil sería bueno que lo comuniquen para evaluar el financiamiento o no, no hay un acompañamiento financiero en los procesos generalmente por lo que uno no queda claro de los beneficios y uso de los productos.

#### Expectativas del producto financiero ideal

10. Si pudiera diseñar un crédito educativo ideal, ¿qué características debería tener?"

Sondeos: ¿Tasa de interés? ¿Tiempo de aprobación? ¿Requisitos? ¿Periodo de gracia/ ¿Forma de pago?"

R/ producto enfocado al tema universitario, flexible de acuerdo a perfil con temas de requisitos y pago de cuotas, un seguro desempleo o suspensión de estudio sería bueno para respaldar en caso de alguna situación que no se pueda continuar pagando, tasas de interés más amigables, perfil a, b ó C, con características pero con accesibilidad para todos.

11. Si tuviera que elegir entre una tasa de interés baja, pero un proceso lento (3 semanas), o una tasa más alta pero un proceso rápido (24 horas), ¿cuál elegiría? ¿Por qué?"

R/ Elegiría la tasa baja con el proceso más lento, ya que estudiar no es un tema de un día, no es una pérdida inmediata ya que me va a beneficiar.

12. ¿Qué tan importante sería para usted que el proceso de solicitud y gestión del crédito fuera completamente digital y ágil?"

Sondeos: ¿Qué tan importante? ¿Por qué es importante? ¿Qué tan importante comparado con otras características?"

R/ Es muy importante, porque normalmente no se tiene la posibilidad de ir presencialmente, por el horario laboral que es el mismo de entidades financieras, la virtualidad es más flexible a

cualquier hora e incluso entrar en un tiempo libre y que puedan revisarlo después. Puede ser que por horario no logree llegar, y presencial siempre genera atrasos.

13. ¿Qué opinión tiene sobre un modelo donde la cuota mensual se ajusta a su ingreso después de graduarse? Por ejemplo, si gana €500,000 mensuales, la cuota sería el 15% de eso. ¿Sería atractivo para usted?

Sondeos: ¿Qué le parece? ¿Sería más probable que solicitara un crédito con este modelo?

R/ Si es atractivo ya que uno se presupuesta a que será la cuota fija y con base a eso logra acomodar sus finanzas y es lo más rentable porque es con lo que mejor se puede acomodar, siempre y cuando el ingreso se adapte al porcentaje.

#### Confianza Institucional:

14. A través de qué tipo de institución sentiría más confianza para solicitar un crédito educativo? ¿Un banco estatal, un banco privado, una cooperativa, una empresa de tecnología financiera digital, o una alianza directa entre su universidad y un banco?"

Sondeos: ¿Por qué esa institución? ¿Qué hace que confie más en esa opción?

R/ Yo creo que banco estatal no por todo el tema que piden, cooperativa no tengo información de como funcionan los créditos, las Fintech son muy relativas y cambiantes y con alianza directa entre la universidad y el banco sería lo más confiable ya que el contacto directo sería más con la Universidad que con la entidad financiera, y la universidad tiene el conocimiento del sector estudiantil.

15. ¿Qué elementos generarían mayor confianza para decidir solicitar un financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Transparencia en costos? ¿Testimonios de otros estudiantes? ¿Respaldo de la universidad? ¿Atención al cliente?

R/ para mí la mayor confianza es la publicidad e boca en boca, las experiencias de las demás personas son influyentes, si una sola persona habla mal, ya uno se puede guiar por esa misma y no optar por el financiamiento.

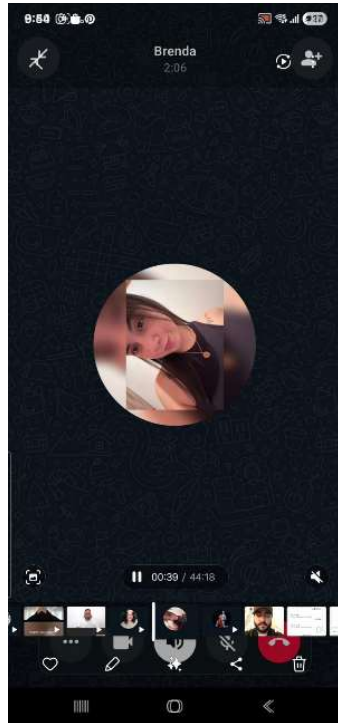
#### Cierre

16. ¿Hay algo más que considere importante que no hemos tocado en esta entrevista? ¿Algo que le gustaría añadir?"

R/ no, fuimos amplios con las respuestas.

Estudiante 2. Brenda Gómez, duración 44 min con 18 segundos, llamada por WhatsApp

**Captura de pantalla entrevista Brenda Gómez**



## Respuestas de entrevista Brenda Gómez

### Guion de entrevista ~~semi-estructurada~~

#### Introducción para el entrevistado

Buenos días/tardes, mi nombre es Priscilla Robles y soy estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo de la UIA. Le agradezco mucho su tiempo y disposición a participar en esta entrevista.

La presente entrevista tiene como objetivo conocer sus experiencias, percepciones y necesidades en relación con las opciones de financiamiento educativo, con el fin de diseñar propuestas que faciliten el acceso y permanencia en la educación superior.

#### Información importante:

- La entrevista tomará aproximadamente 30-40 minutos
- Con su permiso, me gustaría grabar esta conversación para no perder detalles
- La grabación será completamente confidencial y se destruirá al finalizar la investigación
- Toda la información será utilizada únicamente con fines académicos
- Usted tiene derecho a no responder cualquier pregunta que no desee
- Sus respuestas serán completamente anónimas en el informe final

¿Está de acuerdo con estas condiciones?

De acuerdo, Entrevista Presencial

#### Preguntas

##### (Calentamiento)

Para empezar, cuénteme un poco sobre usted: ¿qué estudia, en qué año está, y por qué eligió esa carrera?

R/ Mi nombre es Brenda Gómez, tengo 28 años, estudio terapia respiratoria, llevo como 3 años de carrera y la elegí porque ~~no~~ está tan saturada en el empleo.

##### Experiencia con financiamiento educativo

1. ¿Ha intentado solicitar algún tipo de financiamiento para sus estudios? Cuénteme cómo fue su experiencia.

Sondeo: ¿Cuánto tiempo tomó todo el proceso desde la solicitud hasta la aprobación? ¿Cuáles fueron los requisitos principales que le pidieron? ¿Qué fue lo más fácil del proceso? ¿Finalmente aprobaron su solicitud?"

R/ En la Universidad lo hice una vez lo hice con financiamiento, le llaman letra de cambio, pero tiene cierto interés que se paga por cuatri, se termina pagando más que lo de contado,

pero como ~~aveces~~ es complicado lo hice así, luego empecé a hacerlo por medio de tasa cero de Bac, con cuotas de 3 o 4 meses. Para la letra de cambio me habían pedido la constancia laboral, orden patronal, copia de la cédula, los requisitos no eran tan difíciles ni muchos, adicional firmaba un pagaré, tardé 1 semana en el proceso. No percibí que el proceso fuera difícil.

Antes de empezar a estudiar, intenté buscar el préstamo con CONAPE, pero pensaba llevar una carrera muy cara entonces me pidieron fiadores de mucho ingreso, los cuales no tenía por lo que empecé a trabajar para costearme los estudios. Lo más difícil fue la poca accesibilidad en los requisitos, (fiadores).

2. ¿Qué dificultades encontró durante el proceso de solicitud o aprobación del financiamiento?

Sondeos: ¿Fue complicado reunir la documentación? ¿Fue lento el proceso? ¿Sintió que no comprendían sus necesidades?

R/ En el caso de CONAPE, fue la parte de fiadores, que no cumplía y en Letra de cambio no encontré mayores dificultades, el proceso fue dentro de lo normal y como es dentro de la universidad ayudan más.

##### Barreras económicas, sociales y operativas

3. Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son las principales barreras que enfrentan los estudiantes para financiar sus estudios universitarios?

Sondeos: ¿Barreras económicas (falta de dinero, tasas altas)? / ¿Barreras operativas (procesos complicados, requisitos difíciles)? ¿Barreras de información (no saben dónde solicitar)?

R/ Yo siento que en la parte económica es complicado, por ejemplo mi carrera es en área de salud, y es muy cara y hay que tomar decisiones como por ejemplo alquiler o estudiar, tuve que llevar un técnico mientras vivía sola, entonces postergué el inicio de mi carrera porque o alquilaba y comía o estudiaba. De la falta de información de otras entidades, no conozco más que CONAPE, por lo que si es importante que las entidades puedan tener esa comunicación. Cuando empecé dejaba de matricular ciertos cuatri, no he podido llevar el bloque completo, también por trabajo y falta de ingresos, lo que no me permite sacar la carrera más rápido como lo desearía.

4. ¿Qué requisitos de las instituciones financieras le parecen más difíciles de cumplir?

Sondeos: ¿El fiador obligatorio? ¿El historial crediticio? ¿La documentación requerida?

R/ Considero que los fiadores por mi experiencia y fue lo que intenté hacer en ese momento y fue lo que vi que no podía cumplir por los montos que me solicitaron.

5. ¿Cómo influyen los costos adicionales (materiales, transporte, alimentación) en su decisión de continuar o no sus estudios?

Sondeos: ¿Cuál es el costo adicional mensual aproximado? ¿Esto le ha hecho considerar abandonar los estudios?

R/ Son costos que uno no contempla, el pago de laboratorios por ejemplo, son extra y no son tan accesibles, la gabacha, uniforme son costos adicionales que son altos y complica el presupuesto, hay varios uniformes que hay que cambiarlos, las actividades de la universidad, congresos etc que puede desajustar el presupuesto. Si estoy estudiando no puedo ahorrar, me toca limitarme con otras cosas para poder pagar los costos adicionales. No he considerado porque siempre trato de buscar la forma o busco alguna plata prestada, se pueden gastar entre 90.000 y 100.000 al mes.

#### Percepción de la oferta actual

6. ¿Qué opinión tiene sobre las opciones de financiamiento educativo disponibles actualmente en el país?

Sondeos: ¿Conoce CONAPE, Banco Popular, Coopealanza? ¿Cuál le parece mejor? ¿Por qué? ¿Cuál le parece peor? ¿Por qué?"

R/ Entidades solamente conozco CONAPE, y no sé que tan alto sea el interés, ya que no terminé el trámite con dicha entidad.

7. ¿Qué aspectos considera que deberían mejorar las instituciones financieras en sus procesos de financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Reducir tiempo de aprobación? ¿Bajar tasas de interés? ¿Flexibilizar requisitos? ¿Mejorar comunicación?"

R/ Talvez como la parte de los intereses, al final se termina pagando mucho más del monto original, y no todo el mundo tiene la posibilidad de trabajar y estudiar el mismo tiempo, entonces el trabajo tiene que dar cierto ingreso para poder pagar el estudio, y poder sacar los gastos de vida.

#### Barreras emocionales

8. ¿Qué emociones experimenta cuando piensa en solicitar un crédito educativo?"

Sondeos: ¿Miedo? ¿Vergüenza? ¿Desconfianza? ¿Por qué siente eso?"

R/ Honestamente, el hecho de buscar dinero externo no es positivo a nivel emocional porque es algo que le gustaría tenerlo presupuestado, lo que hace es generar estrés porque uno piensa en que luego se debe de pagar mensualmente, a mi no me gusta deber entonces me genera una presión el saber que tengo que pagar, y el préstamo es un plazo mayor por lo que no es tan rápido.

9. ¿Hay algo que le genera desconfianza en las instituciones financieras?"

Sondeos: ¿Tasas ocultas? ¿Procesos no transparentes? ¿Falta de comprensión de necesidades estudiantiles?"

R/ A nivel de tasas de interés, a uno le dicen un monto pero luego sin darse cuenta el interés aumenta, por lo que la cuota se infla, uno siente que el monto original no baja. El proceso no tan transparente porque genera desconfianza el estar pagando y que sea el mínimo lo que baja.

#### Expectativas del producto financiero ideal

10. Si pudiera diseñar un crédito educativo ideal, ¿qué características debería tener?

Sondeos: ¿Tasa de interés? ¿Tiempo de aprobación? ¿Requisitos? ¿Periodo de gracia/ ¿Forma de pago?"

R/ Las formas de pago, ya que hay lugares que reciben solamente el pago por sinpe o efectivo, limitan las formas de pago.

11. Si tuviera que elegir entre una tasa de interés baja, pero un proceso lento (3 semanas), o una tasa más alta pero un proceso rápido (24 horas), ¿cuál elegiría? ¿Por qué?"

R/ La tasa de interés baja, ya que al final terminaría pagando menos dinero aunque el proceso haya tardado más tiempo.

12. ¿Qué tan importante sería para usted que el proceso de solicitud y gestión del crédito fuera completamente digital y ágil?

Sondeos: ¿Qué tan importante? ¿Por qué es importante? ¿Qué tan importante comparado con otras características?

R/ Todos esperamos que el trámite no se tarde tanto tiempo en respuesta, ya que hay mucha gente pero todos tenemos un interés común y las entidades tardan más de lo normal, por personal, aprobaciones, etc. Lo ideal es la agilidad en la respuesta. En la parte digital no me encanta la idea de que todo sea así ya que avces falla la página pero también me gusta ir a la universidad porque siento que todo queda más claro, los procesos pueden ser mixtos.

13. ¿Qué opinión tiene sobre un modelo donde la cuota mensual se ajusta a su ingreso después de graduarse? Por ejemplo, si gana €500,000 mensuales, la cuota sería el 15% de eso. ¿Sería atractivo para usted?

Sondeos: ¿Qué le parece? ¿Sería más probable que solicitara un crédito con este modelo?

costear, hijos, casa, carros, etc, por lo que no todos tienen solamente el pago de la universidad al 100%.

#### **Confianza Institucional:**

14. A través de qué tipo de institución sentiría más confianza para solicitar un crédito educativo? ¿Un banco estatal, un banco privado, una cooperativa, una empresa de tecnología financiera digital, o una alianza directa entre su universidad y un banco?"

Sondeos: ¿Por qué esa institución? ¿Qué hace que confie más en esa opción?

R/ La alianza directa entre la universidad y el banco, siento que son los 2 lugares que conocen, el banco sabe financiar y la universidad genera el compromiso de ayudar a los estudiantes. Por ejemplo el tas cero me da la opción de financiar en el banco de confianza y la u es como el interesado.

15. ¿Qué elementos generarían mayor confianza para decidir solicitar un financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Transparencia en costos? ¿Testimonios de otros estudiantes? ¿Respaldo de la universidad? ¿Atención al cliente?

R/ El hecho de saber que alguien más lo ha usado, entonces da más tranquilidad para sentir que es un lugar de confianza. Prefiero saber que es un lugar conocido, no ser un conejillo de india, para saber que va a ser una buena experiencia.

#### **Cierre**

16. ¿Hay algo más que considere importante que no hemos tocado en esta entrevista? ¿Algo que le gustaría añadir?"

R/ Tal vez no solo verlo desde la parte de entidades, sino del país, ya que no ayuda tanto a financiar estudios universitarios privados, la cultura en USA por ejemplo ayuda a financieramente todos los estudios y acá cuesta mucho el estudiar, es caro, y en muchas zonas de bajos recursos no pueden salir adelante y terminan haciendo cosas que no es lo que quería y por eso se da al narcotráfico y el problema social de ahora tan jóvenes metidos en bandas. Eso diferencia un país desarrollado a uno que no camina bien, por la educación, que en nuestros procesos no es el mejor.

Estudiante 3. Ethan Romero, duración 29 minutos con 41 segundos, llamada por WhatsApp.

**Captura de pantalla entrevista de Ethan Romero**



## Respuestas de entrevista Ethan Romero

### Guion de entrevista semi-estructurada

#### Introducción para el entrevistado

Buenos días/tardes, mi nombre es Priscilla Robles y soy estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo de la UIA. Le agradezco mucho su tiempo y disposición a participar en esta entrevista.

La presente entrevista tiene como objetivo conocer sus experiencias, percepciones y necesidades en relación con las opciones de financiamiento educativo, con el fin de diseñar propuestas que faciliten el acceso y permanencia en la educación superior.

#### Información importante:

- La entrevista tomará aproximadamente 30-40 minutos
- Con su permiso, me gustaría grabar esta conversación para no perder detalles
- La grabación será completamente confidencial y se destruirá al finalizar la investigación
- Toda la información será utilizada únicamente con fines académicos
- Usted tiene derecho a no responder cualquier pregunta que no desee
- Sus respuestas serán completamente anónimas en el informe final

¿Está de acuerdo con estas condiciones?

De acuerdo, Entrevista Presencial

#### Preguntas

##### (Calentamiento)

Para empezar, cuénteme un poco sobre usted: ¿qué estudia, en qué año está, y por qué eligió esa carrera?

R/ Yo soy Ethan Romero, tengo 20 años, estudio administración de empresas, escogí la carrera porque tiene oportunidades de trabajo, es mi 3er año de universidad.

##### Experiencia con financiamiento educativo

1. ¿Ha intentado solicitar algún tipo de financiamiento para sus estudios? Cuénteme cómo fue su experiencia.

Sondeo: ¿Cuánto tiempo tomó todo el proceso desde la solicitud hasta la aprobación? ¿Cuáles fueron los requisitos principales que le pidieron? ¿Qué fue lo más fácil del proceso? ¿Finalmente aprobaron su solicitud?"

R/ Yo pago la universidad con letra de cambio, se me facilita más para poder pagar la carrera ya que es mensual y así no se me complica tanto. El proceso siempre es el mismo, piden

datos personales, el ingreso, la cédulas, un contrato de letra de cambio, no piden documentos adicionales, si proceso tarda ~~max~~ 42 si lo haces con anticipación, y si no lo haces con anticipación tardan más.

2. ¿Qué dificultades encontró durante el proceso de solicitud o aprobación del financiamiento?

Sondeos: ¿Fue complicado reunir la documentación? ¿Fue lento el proceso? ¿Sintió que no comprendían sus necesidades?

R/ en realidad no he tenido dificultades, para mi es más fácil y más rápido. Lo único es que si se atrasan uno entra tarde a la carrera

##### Barreras económicas, sociales y operativas

3. Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son las principales barreras que enfrentan los estudiantes para financiar sus estudios universitarios?

Sondeos: ¿Barreras económicas (falta de dinero, tasas altas)? ¿Barreras operativas (procesos complicados, requisitos difíciles)? ¿Barreras de información (no saben dónde solicitar)?

R/ Falta de trabajo, nosotros los jóvenes nos cuesta encontrar un buen trabajo, y si queremos estudiar y no hay trabajo uno no tiene como pagarla. Para mi otros procesos como CONAPE no me llama la atención porque sería una barrera ~~xq~~ financian pero después hay que pagarla, siento que es mejor ir pagando en el presente poco a poco.

4. ¿Qué requisitos de las instituciones financieras le parecen más difíciles de cumplir?

Sondeos: ¿El fiador obligatorio? ¿El historial crediticio? ¿La documentación requerida?

R/ Creo que la documentación, porque hay muchos requisitos que no se pueden cumplir para los estudiantes jóvenes, que están iniciando la mayoría de edad.

5. ¿Cómo influyen los costos adicionales (materiales, transporte, alimentación) en su decisión de continuar o no sus estudios?

Sondeos: ¿Cuál es el costo adicional mensual aproximado? ¿Esto le ha hecho considerar abandonar los estudios?

R/ Yo para los costos adicionales como carné, que son caros, pases, materiales como licencias de programas, almuerzos y eso, materiales de impresión. Si influye porque hay materias más caras que otras. Por mes se gastan como 80.000 colones. Si ya lo he considerado porque no tenemos un trabajo estable con suficientes ingresos.

##### Percepción de la oferta actual

6. ¿Qué opinión tiene sobre las opciones de financiamiento educativo disponibles actualmente en el país?

Sondeos: ¿Conoce CONAPE, Banco Popular, Coopealanza? ¿Cuál le parece mejor? ¿Por qué? ¿Cuál le parece peor? ¿Por qué?"

R/ Hasta el momento solo conozco de CONAPE, no sé algún otro tipo de financiamiento que uno tenga disponible.

7. ¿Qué aspectos considera que deberían mejorar las instituciones financieras en sus procesos de financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Reducir tiempo de aprobación? ¿Bajar tasas de interés? ¿Flexibilizar requisitos? ¿Mejorar comunicación?"

R/ No conozco mucho pero si existen, ellos deberían de tomar en cuenta la edad por tema de trabajo e ingresos, valorar requisitos y lapsos entre entrega de documentos y respuestas que dan

#### Barreras emocionales

8. ¿Qué emociones experimenta cuando piensa en solicitar un crédito educativo?"

Sondeos: ¿Miedo? ¿Vergüenza? ¿Desconfianza? ¿Por qué siente eso?"

R/ Como no conozco ninguno, yo me quedaría con la letra de cambio. Me daría como miedo pedir un crédito ya que después uno no sabe si va a poder pagar o no.

9. ¿Hay algo que le genera desconfianza en las instituciones financieras?"

Sondeos: ¿Tasas ocultas? ¿Procesos no transparentes? ¿Falta de comprensión de necesidades estudiantiles?"

R/ me genera desconfianza el hecho de intereses, que si uno se atrasa le suman de más a la cuota o le cobran moras.

#### Expectativas del producto financiero ideal

10. Si pudiera diseñar un crédito educativo ideal, ¿qué características debería tener?

Sondeos: ¿Tasa de interés? ¿Tiempo de aprobación? ¿Requisitos? ¿Periodo de gracia/ ¿Forma de pago?"

R/ rapidez a la hora de solicitarlo, considerar edad del solicitante, considerar el monto que se le va a dar, documentos: entre menos documentos sean, se podrían aplicar las posibilidades.

11. Si tuviera que elegir entre una tasa de interés baja, pero un proceso lento (3 semanas), o una tasa más alta pero un proceso rápido (24 horas), ¿cuál elegiría? ¿Por qué?"

R/ elegiría el de tasa baja aunque dure, puede ser que la tasa más baja me ayude más a cumplir con los otros gastos de la universidad y las mensualidades, tomando en cuenta que el proceso sea antes de iniciar el cuatrimestre o año universitario.

12. ¿Qué tan importante sería para usted que el proceso de solicitud y gestión del crédito fuera completamente digital y ágil?

Sondeos: ¿Qué tan importante? ¿Por qué es importante? ¿Qué tan importante comparado con otras características?"

R/ ahora más que todo, esta generación es más digital, me gusta más porque facilita los procesos y las respuestas son más rápidas que un proceso físico.

13. ¿Qué opinión tiene sobre un modelo donde la cuota mensual se ajusta a su ingreso después de graduarse? Por ejemplo, si gana \$500,000 mensuales, la cuota sería el 15% de eso. ¿Sería atractivo para usted?"

Sondeos: ¿Qué le parece? ¿Sería más probable que solicitara un crédito con este modelo?"

R/ Si sería bueno si se mantiene siempre ese ingreso porque podrías pagarlo siempre, pero si el ingreso es más bajo sería más costoso poder cumplir con los pagos.

#### Confianza Institucional:

14. A través de qué tipo de institución sentiría más confianza para solicitar un crédito educativo? ¿Un banco estatal, un banco privado, una cooperativa, una empresa de tecnología financiera digital, o una alianza directa entre su universidad y un banco?"

Sondeos: ¿Por qué esa institución? ¿Qué hace que confíe más en esa opción?"

R/ Yo prefiero y sentiría más confianza de un banco estatal porque siento que el financiamiento si uno no lo pudiera cubrir siento que ellos podrían dar una solución de flexibilidad en los pagos u otras opciones.

15. ¿Qué elementos generarían mayor confianza para decidir solicitar un financiamiento educativo?"

Sondeos: ¿Transparencia en costos? ¿Testimonios de otros estudiantes? ¿Respaldo de la universidad? ¿Atención al cliente?"

R/ Siento que el respaldo de la universidad sería como lo más ideal para un financiamiento ya que si la U recomienda una entidad, entonces da confianza. Viendolo desde el punto de vista que la U sea como un conector entre el estudiante y la entidad financiera.

Cierre

16. ¿Hay algo más que considere importante que no hemos tocado en esta entrevista? ¿Algo que le gustaría añadir?"

R/ Me siento satisfecho con la entrevista.

Estudiante 4. Franklin Gómez, duración 24 minutos con 19 segundos, Video llamada por WhatsApp.

### Captura de pantalla de entrevista Franklin Gómez



## Respuestas de entrevista Franklin Gómez

### Tipología de entrevista ~~semi-estructurada~~

#### Introducción para el entrevistado

Buenos días/tardes, mi nombre es Priscilla Robles y soy estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo de la UIA. Le agradezco mucho su tiempo y disposición a participar en esta entrevista.

La presente entrevista tiene como objetivo conocer sus experiencias, percepciones y necesidades en relación con las opciones de financiamiento educativo, con el fin de diseñar propuestas que faciliten el acceso y permanencia en la educación superior.

#### Información importante:

- La entrevista tomará aproximadamente 30-40 minutos
- Con su permiso, me gustaría grabar esta conversación para no perder detalles
- La grabación será completamente confidencial y se destruirá al finalizar la investigación
- Toda la información será utilizada únicamente con fines académicos
- Usted tiene derecho a no responder cualquier pregunta que no desee
- Sus respuestas serán completamente anónimas en el informe final

¿Está de acuerdo con estas condiciones?

De acuerdo, Entrevista Presencial

#### Preguntas

##### (Calentamiento)

Para empezar, cuénteme un poco sobre usted: ¿qué estudia, en qué año está, y por qué eligió esa carrera?

R/ Franklin Gómez, estudio ciberseguridad porque trabajo en telecomunicaciones y va de la mano, llevo 4 meses.

##### Experiencia con financiamiento educativo

1. ¿Ha intentado solicitar algún tipo de financiamiento para sus estudios? Cuénteme cómo fue su experiencia.

Sondeo: ¿Cuánto tiempo tomó todo el proceso desde la solicitud hasta la aprobación? ¿Cuáles fueron los requisitos principales que le pidieron? ¿Qué fue lo más fácil del proceso? ¿Finalmente aprobaron su solicitud?"

R/ No he solicitado un financiamiento para los estudios ya que en mi caso trabajo y pago la carrera mensualmente, no he consultado por el momento

2. ¿Qué dificultades encontró durante el proceso de solicitud o aprobación del financiamiento?

Sondeos: ¿Fue complicado reunir la documentación? ¿Fue lento el proceso? ¿Sintió que no comprendían sus necesidades?

R/ No aplica ya que he pagado mi carrera con mi salario.

##### Barreras económicas, sociales y operativas

3. Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son las principales barreras que enfrentan los estudiantes para financiar sus estudios universitarios?

Sondeos: ¿Barreras económicas (falta de dinero, tasas altas)? ¿Barreras operativas (procesos complicados, requisitos difíciles)? ¿Barreras de información (no saben dónde solicitar)?

R/ Pienso que barrera sería el salario, dependiendo del monto del préstamo o financiamiento, tal vez no aplique por alto costo de carrera ~~vs~~ salario y en caso de que tenga alguna mancha que no le permitan.

4. ¿Qué requisitos de las instituciones financieras le parecen más difíciles de cumplir?

Sondeos: ¿El fiador obligatorio? ¿El historial crediticio? ¿La documentación requerida?

R/ Pienso que el fiador, ya que no cualquier persona puede ayudar, más si es un crédito de alto valor.

5. ¿Cómo influyen los costos adicionales (materiales, transporte, alimentación) en su decisión de continuar o no sus estudios?

Sondeos: ¿Cuál es el costo adicional mensual aproximado? ¿Esto le ha hecho considerar abandonar los estudios?

R/ Puede llegar a incluir ya que es algo extraordinario, uno presupuesta solamente la mensualidad de la carrera, si aumentan esos costos si pueden perjudicar. En mi caso yo solo pago la universidad ya que estudio virtual y pago 50 mil colores. (yo tengo beca, de aproximadamente 60%.)

##### Percepción de la oferta actual

6. ¿Qué opinión tiene sobre las opciones de financiamiento educativo disponibles actualmente en el país?

Sondeos: ¿Conoce CONAPE, Banco Popular, Coopealianza? ¿Cuál le parece mejor? ¿Por qué? ¿Cuál le parece peor? ¿Por qué?"

R/ Realmente no he investigado mucho, pero si he escuchado sobre CONAPE, que una vez finalizada la carrera usted puede empezar a estudiar, me parece bien porque así uno se libera y cuando un tenga un mejor puesto puede iniciar el pago.

7. ¿Qué aspectos considera que deberían mejorar las instituciones financieras en sus procesos de financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Reducir tiempo de aprobación? ¿Bajar tasas de interés? ¿Flexibilizar requisitos? ¿Mejorar comunicación?"

R/ Sería bueno conocer el perfil del estudiante, dependiendo de la carrera que llevan puedan tener bajo costo. En tiempo sería bueno que sea corto, unas 48 horas sería lo justo y por otro lado, el hecho del tasa cero en una universidad o que un banco brinde sería bueno de cara a convenio entre el banco y la universidad.

#### Barreras emocionales

8. ¿Qué emociones experimenta cuando piensa en solicitar un crédito educativo?"

Sondeos: ¿Miedo? ¿Vergüenza? ¿Desconfianza? ¿Por qué siente eso?"

R/ Inseguridad de saber que las entidades financieras son complicadas para un si, dudaría si me ayudan o no.

9. ¿Hay algo que le genera desconfianza en las instituciones financieras?"

Sondeos: ¿Tasas ocultas? ¿Procesos no transparentes? ¿Falta de comprensión de necesidades estudiantiles?"

R/ Puede ser, la letra pequeña del contrato, la pintan bonito a lo externo y no lee y a veces hay intereses que no se da cuenta y después se tienen que pagar de más, con publicidad engañosa.

#### Expectativas del producto financiero ideal

10. Si pudiera diseñar un crédito educativo ideal, ¿qué características debería tener?

Sondeos: ¿Tasa de interés? ¿Tiempo de aprobación? ¿Requisitos? ¿Periodo de gracia/ ¿Forma de pago?"

R/ Que se adapte al presupuesto del estudiante, el tema de cuota y otros costos.

11. Si tuviera que elegir entre una tasa de interés baja pero un proceso lento (3 semanas), o una tasa más alta pero un proceso rápido (24 horas), ¿cuál elegiría? ¿Por qué?"

R/ Yo creo que en ese caso, preferiría que el proceso tarde pero que la cuota quede más baja, al final uno como estudiante busca es q se acople a lo que uno pueda pagar y que no afecte la vida financiera

12. ¿Qué tan importante sería para usted que el proceso de solicitud y gestión del crédito fuera completamente digital y ágil?

Sondeos: ¿Qué tan importante? ¿Por qué es importante? ¿Qué tan importante comparado con otras características?"

R/ Lo veo bien, xx me ahorraría tiempo, espacio, dinero por si tiene que viajar a una sucursal,

13. ¿Qué opinión tiene sobre un modelo donde la cuota mensual se ajusta a su ingreso después de graduarse? Por ejemplo, si gana €500,000 mensuales, la cuota sería el 15% de eso. ¿Sería atractivo para usted?"

Sondeos: ¿Qué le parece? ¿Sería más probable que solicitara un crédito con este modelo?"

R/ Si se adapta a mis ingresos si sería probable que lo tome, si no afecta en la economía me parece muy bien.

#### Confianza Institucional:

14. A través de qué tipo de institución sentiría más confianza para solicitar un crédito educativo? ¿Un banco estatal, un banco privado, una cooperativa, una empresa de tecnología financiera digital, o una alianza directa entre su universidad y un banco?"

Sondeos: ¿Por qué esa institución? ¿Qué hace que confíe más en esa opción?"

R/ Yo creo que sería importante buscar las diferentes entidades bancarias que tengan el producto, poder hacer una comparación. No podría decir en este momento con cual me quedaría, pero si tendría que escoger sería un banco o una institución de confianza.

15. ¿Qué elementos generarían mayor confianza para decidir solicitar un financiamiento educativo?"

Sondeos: ¿Transparencia en costos? ¿Testimonios de otros estudiantes? ¿Respaldo de la universidad? ¿Atención al cliente?"

R/ Puede ser que tenga varios beneficios con costos mensuales, trimestrales depende de la universidad, que sean flexibles y que el interés sea bajo.

Cierre

16. ¿Hay algo más que considere importante que no hemos tocado en esta entrevista? ¿Algo que le gustaría añadir?"

R/ Realmente no se me ocurre nada ~~adicional~~.

Estudiante 5. Jose Mario Segura, duración 40 minutos, entrevista presencial

**Nota:** el quinto participante (José Mario Segura) declinó ser grabado, ejerciendo su derecho a la privacidad conforme al consentimiento informado firmado. La entrevista fue documentada mediante notas de campo tomadas durante la sesión, las cuales fueron validadas por el participante al finalizar. Estas notas se incluyen en este anexo.

## Respuestas de Jose Mario Segura

### Guion de entrevista ~~semi-estructurada~~

#### Introducción para el entrevistado

Buenos días/tardes, mi nombre es Priscilla Robles y soy estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo de la UIA. Le agradezco mucho su tiempo y disposición a participar en esta entrevista.

La presente entrevista tiene como objetivo conocer sus experiencias, percepciones y necesidades en relación con las opciones de financiamiento educativo, con el fin de diseñar propuestas que faciliten el acceso y permanencia en la educación superior.

#### Información importante:

- La entrevista tomará aproximadamente 30-40 minutos
- Con su permiso, me gustaría grabar esta conversación para no perder detalles
- La grabación será completamente confidencial y se destruirá al finalizar la investigación
- Toda la información será utilizada únicamente con fines académicos
- Usted tiene derecho a no responder cualquier pregunta que no desee
- Sus respuestas serán completamente anónimas en el informe final

¿Está de acuerdo con estas condiciones?

De acuerdo, Entrevista Presencial

#### Preguntas

##### (Calentamiento)

Para empezar, cuénteme un poco sobre usted: ¿qué estudia, en qué año está, y por qué eligió esa carrera?

R/ Estudio Ingeniería Industrial, estoy en mi 2do año, elegí la carrera ya que hay mucho trabajo en el país y con ella podría trabajar en muchas áreas.

##### Experiencia con financiamiento educativo

1. ¿Ha intentado solicitar algún tipo de financiamiento para sus estudios? Cuénteme cómo fue su experiencia.

Sondeo: ¿Cuánto tiempo tomó todo el proceso desde la solicitud hasta la aprobación? ¿Cuáles fueron los requisitos principales que le pidieron? ¿Qué fue lo más fácil del proceso? ¿Finalmente aprobaron su solicitud?"

R/ Si, hace unos años, talvez como unos 6 años, cuando no tenía el salario suficiente, intenté ir a CONAPE, es la única institución que conozco que ofrece préstamos para estudiar, llamé

a un número telefónico que un amigo me dio, y me dijeron que tenía que presentarme presencialmente a las oficinas, como trabaja, se me complicó un poco ir en el horario disponible que tenían en ese momento, ya que era entre semana, cuando pude ir, las oficinas estaban llenas y no faltaba mucho tiempo para que cerraran, me generó un poco de estrés porque faltaban pocos días para que las matrículas universitarias terminaran.

Cuando logré que me atendieran, me brindaron todos los requisitos entre ellos un test vocacional, un formulario de solicitud, copia de cédula, también me pidieron una cotización de la carrera que se quiere matricular, orden patronal, recuerdo que me pidieron una cuenta de ahorro que no tenía, y también me pidieron una garantía, que tampoco tenía.

Por lo que como te puedes imaginar, no cumplía con todos los requisitos y finalmente tomé la decisión de no iniciar aún mis estudios, hasta no tener un ahorro para pagar los primeros cursos.

2. ¿Qué dificultades encontró durante el proceso de solicitud o aprobación del financiamiento?

Sondeos: ¿Fue complicado reunir la documentación? ¿Fue lento el proceso? ¿Sintió que no comprendían sus necesidades?

R/ Siento que eran muchos requisitos, y entre ellos muchos que no podía tener a tiempo para poder iniciar con las matrículas del cuatrimestre que quería, y me dijeron que ellos tenían que aprobar mi carrera y analizar el caso por lo que no era seguro que me aprobaran el crédito.

##### Barreras económicas, sociales y operativas

3. Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son las principales barreras que enfrentan los estudiantes para financiar sus estudios universitarios?

Sondeos: ¿Barreras económicas (falta de dinero, tasas altas)? ¿Barreras operativas (procesos complicados, requisitos difíciles)? ¿Barreras de información (no saben dónde solicitar)?

R/ La falta de dinero pienso que es la principal barrera, muchos estudiantes no pueden entrar a universidades públicas porque tienen que trabajar al salir de los colegios, por lo que si tienen que apoyar a su familia económicamente, no les alcanza el dinero para matricular en universidades privadas, lo cual fue mi caso, ya que por muchos años tuve que esperar a iniciar mis estudios hasta tener un mejor ingreso económico. Adicional, si uno quiere estudiar financiado, no hay mucho donde escoger, y la única opción que tuve en ese momento me generó estrés y requisitos que no tenía

4. ¿Qué requisitos de las instituciones financieras le parecen más difíciles de cumplir?

Sondeos: ¿El fiador obligatorio? ¿El historial crediticio? ¿La documentación requerida?

R/ Me parece que las garantías, ya que si uno es joven normalmente no tiene casas, ni carros para ponerlos a responder, adicionalmente, en mi caso, no tenía quien pudiera servirme de fiador por el tema de que más bien era yo quien aportaba dinero en mi familia.

5. ¿Cómo influyen los costos adicionales (materiales, transporte, alimentación) en su decisión de continuar o no sus estudios?

Sondeos: ¿Cuál es el costo adicional mensual aproximado? ¿Esto le ha hecho considerar abandonar los estudios?

R/ En mi caso, no me preocupaban tanto los costos adicionales, ya que vivía en San José, y pensaba estudiar en una universidad cercana, mi transporte era en bus por lo que no tenía mayor gasto

#### Percepción de la oferta actual

6. ¿Qué opinión tiene sobre las opciones de financiamiento educativo disponibles actualmente en el país?

Sondeos: ¿Conoce CONAPE, Banco Popular, Coopealianza? ¿Cuál le parece mejor? ¿Por qué? ¿Cuál le parece peor? ¿Por qué?"

R/ En realidad sigo solamente conociendo a CONAPE, entiendo que hay entidades que dan préstamos, pero no he leído ni escuchado que sean préstamos exclusivos para estudios universitarios como CONAPE.

7. ¿Qué aspectos considera que deberían mejorar las instituciones financieras en sus procesos de financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Reducir tiempo de aprobación? ¿Bajar tasas de interés? ¿Flexibilizar requisitos? ¿Mejorar comunicación?"

R/ Creo que si las instituciones financieras tienen productos del tipo de CONAPE, especialmente para estudiantes, debería de hacer un mejor mercadeo, para que la gente conozca las condiciones y el producto. Por supuesto deberían de ofrecer tasas similares o mejores a las de CONAPE si necesitan posicionarse en el mercado.

#### Barreras emocionales

8. ¿Qué emociones experimenta cuando piensa en solicitar un crédito educativo?"

Sondeos: ¿Miedo? ¿Vergüenza? ¿Desconfianza? ¿Por qué siente eso?"

R/ Estrés, si pienso en mi primer experiencia, me genera estrés y alguna molestia de saber que piden tanto, puede que ya los trámites hayan cambiado, no lo sé, pero en mi experiencia, no había aún nada digital, muchos requisitos y el tiempo de respuesta no parecía rápido ¿

como no inicié el trámite, en realidad desconozco cuanto tardan) pero amigos me han dicho que es un poco largo el proceso.

9. ¿Hay algo que le genera desconfianza en las instituciones financieras?"

Sondeos: ¿Tasas ocultas? ¿Procesos no transparentes? ¿Falta de comprensión de necesidades estudiantiles?"

R/ Me genera desconfianza porque entiendo que no hay créditos educativos disponibles en entidades financieras como tal, si una entidad financiera brinda un crédito, posiblemente tengan tasas muy altas, o no sea un crédito pensado en estudiantes.

#### Expectativas del producto financiero ideal

10. Si pudiera diseñar un crédito educativo ideal, ¿qué características debería tener?

Sondeos: ¿Tasa de interés? ¿Tiempo de aprobación? ¿Requisitos? ¿Periodo de gracia/ ¿Forma de pago?"

R/ Me gustaría que tenga cuota baja, con interés bajo... y talvez sin tanto requisito, puede ser que me vean el historial de crédito y ya con eso baste?... no lo sé, me gustaría poder hacer pagos bajos por mes... como un plan funerario!! Que usted paga cuotas bajas y en el momento de necesitar el servicio se le da sin pagar la totalidad del servicio.

11. Si tuviera que elegir entre una tasa de interés baja pero un proceso lento (3 semanas), o una tasa más alta pero un proceso rápido (24 horas), ¿cuál elegiría? ¿Por qué?"

R/ Elegiría el proceso lento pero tasa baja, esto tomando en cuenta que no necesite matricular ya finalizando las fechas, por su puesto tendría que hacerlo con tiempo. Por supuesto la tasa baja favorecería las cuotas.

12. ¿Qué tan importante sería para usted que el proceso de solicitud y gestión del crédito fuera completamente digital y ágil?

Sondeos: ¿Qué tan importante? ¿Por qué es importante? ¿Qué tan importante comparado con otras características?

R/ Eso sería un plus, ya que por el horario de trabajo, generalmente se me dificulta realizar trámites presenciales, y si todo se puede hacer en línea, adjuntar documentos y recibir información de aprobaciones en línea sería una excelente experiencia, aunque muchas entidades ahora tienen procesos digitales, dependiendo del tipo de crédito van cambiando sus canales.

13. ¿Qué opinión tiene sobre un modelo donde la cuota mensual se ajusta a su ingreso después de graduarse? Por ejemplo, si gana €500,000 mensuales, la cuota sería el 15% de eso. ¿Sería atractivo para usted?

Sondeos: ¿Qué le parece? ¿Sería más probable que solicitara un crédito con este modelo?

R/ No me gusta mucho la idea de pagar después de graduarme, ya que muchas veces eso no significa que me vaya a colocar inmediatamente en un trabajo bien remunerado, prefiero cuotas bajas mientras tenga un ingreso y así cuando me gradúe no tengo un estrés de que después no tenga como pagar y me vayan a cobrar cuotas super altas pensando en que ya tengo un buen ingreso.

#### **Confianza Institucional:**

14. A través de qué tipo de institución sentiría más confianza para solicitar un crédito educativo? ¿Un banco estatal, un banco privado, una cooperativa, una empresa de tecnología financiera digital, o una alianza directa entre su universidad y un banco?"

Sondeos: ¿Por qué esa institución? ¿Qué hace que confie más en esa opción?

R/ Me parece que la mejor forma sería una alianza directa con la universidad y un banco, ya que la universidad actualmente tiene opciones de letra de cambio, entonces si se combina con un banco, puede que las opciones de pago y plazos sean mejores y más ágiles.

15. ¿Qué elementos generarían mayor confianza para decidir solicitar un financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Transparencia en costos? ¿Testimonios de otros estudiantes? ¿Respaldo de la universidad? ¿Atención al cliente?

R/ Para mayor confianza, me parece que si uno escucha la experiencia de otros usuarios puede ir más seguro del trámite, adicional de entender correctamente y transparentemente el funcionamiento del producto.

#### **Cierre**

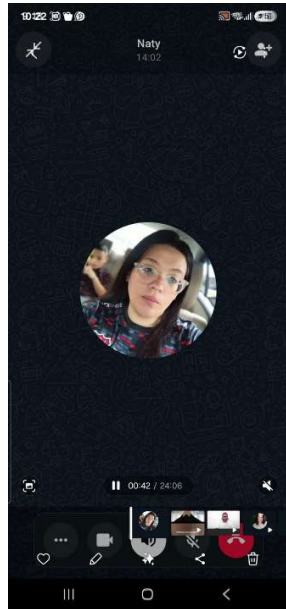
16. ¿Hay algo más que considere importante que no hemos tocado en esta entrevista? ¿Algo que le gustaría añadir?"

R/ No, gracias por tomarme en cuenta.

**Anexo 5. Entrevistas a padres de familia con estudiantes universitarios activos**

Padre 1: Natalia Durán, duración 24 minutos con 6 segundos, llamada por WhatsApp.

**Captura de pantalla entrevista Natalia Durán**



## Respuestas de entrevista Natalia Durán

### Guion de entrevista ~~semi-estructurada~~

#### Introducción para el entrevistado

Buenos días/tardes, mi nombre es Priscilla Robles y soy estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo de la UIA. Le agradezco mucho su tiempo y disposición a participar en esta entrevista.

La presente entrevista tiene como objetivo conocer sus experiencias, percepciones y necesidades en relación con las opciones de financiamiento educativo, con el fin de diseñar propuestas que faciliten el acceso y permanencia en la educación superior.

#### Información importante:

- La entrevista tomará aproximadamente 30-40 minutos
- Con su permiso, me gustaría grabar esta conversación para no perder detalles
- La grabación será completamente confidencial y se destruirá al finalizar la investigación
- Toda la información será utilizada únicamente con fines académicos
- Usted tiene derecho a no responder cualquier pregunta que no desee
- Sus respuestas serán completamente anónimas en el informe final

¿Está de acuerdo con estas condiciones?

De acuerdo, Entrevista Presencial

#### Preguntas

##### (Calentamiento)

Para empezar, cuénteme un poco sobre usted: ¿qué estudia, en qué año está, y por qué eligió esa carrera?

R/ Soy ama de casa, tengo 3 hijos, 2 estudian, uno universitario, el universitario estudio administración en banca y finanzas. A él le llama la atención los números.

##### Experiencia con financiamiento educativo

1. ¿Ha intentado solicitar algún tipo de financiamiento para sus estudios? Cuénteme cómo fue su experiencia.

Sondeo: ¿Cuánto tiempo tomó todo el proceso desde la solicitud hasta la aprobación? ¿Cuáles fueron los requisitos principales que le pidieron? ¿Qué fue lo más fácil del proceso? ¿Finalmente aprobaron su solicitud?"

R/ Yo no he ido con él a investigar, solamente sé que mi hijo tiene una beca.

2. ¿Qué dificultades encontró durante el proceso de solicitud o aprobación del financiamiento?

Sondeos: ¿Fue complicado reunir la documentación? ¿Fue lento el proceso? ¿Sintió que no comprendían sus necesidades?

R/ No, a él le ha ido bien con el proceso, se matricula a tiempo

##### Barreras económicas, sociales y operativas

3. Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son las principales barreras que enfrentan los estudiantes para financiar sus estudios universitarios?

Sondeos: ¿Barreras económicas (falta de dinero, tasas altas)? / ¿Barreras operativas (procesos complicados, requisitos difíciles)? ¿Barreras de información (no saben dónde solicitar)?

R/ falta mucha información a donde ir a financiar ya que los bancos ponen muchas trabas y piden requisitos, también por la edad que en los bancos no les dan préstamos a los más jóvenes y también que piden garantías como hipotecas, etc. En ~~Conape~~, por ejemplo le piden hipotecar la casa, y después cuando terminan carrera tienen que pagar y sino tienen nada de hipotecar, no les dan el préstamo, o piden fiadores que ganen más plata para poder acceder a ellos.

4. ¿Qué requisitos de las instituciones financieras le parecen más difíciles de cumplir?

Sondeos: ¿El fiador obligatorio? ¿El historial crediticio? ¿La documentación requerida?

R/ Los fiadores, ya que a la gente no le gusta.

5. ¿Cómo influyen los costos adicionales (materiales, transporte, alimentación) en su decisión de continuar o no sus estudios?

Sondeos: ¿Cuál es el costo adicional mensual aproximado? ¿Esto le ha hecho considerar abandonar los estudios?

R/ Si influyen porque aparte de que las materias son caras, el tema de materiales es alto como computadoras por ejemplo, para acceder a las clases. Solo de transporte paga 20.000, más comidas o meriendas (casi o come) pero transporte si porque es largo lo que viaja.

##### Percepción de la oferta actual

6. ¿Qué opinión tiene sobre las opciones de financiamiento educativo disponibles actualmente en el país?

R/ La única que conozco es CONAPE, me parece bueno solo que tiene requisitos muy complicados de cumplir. No conozco alguna otra entidad financiera que brinde financiamientos para educación.

7. ¿Qué aspectos considera que deberían mejorar las instituciones financieras en sus procesos de financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Reducir tiempo de aprobación? ¿Bajar tasas de interés? ¿Flexibilizar requisitos? ¿Mejorar comunicación?"

R/ Dar más información, pasar más a las redes sociales, hacer anuncios. Para ~~conape~~, podrían mejorar ser más accesibles, estudiando mejor los casos para poder ayudar sin tantos requisitos.

#### Barreras emocionales

8. ¿Qué emociones experimenta cuando piensa en solicitar un crédito educativo?"

Sondeos: ¿Miedo? ¿Vergüenza? ¿Desconfianza? ¿Por qué siente eso?"

R/ Frustración porque cuesta mucho acceder a las opciones.

9. ¿Hay algo que le genera desconfianza en las instituciones financieras?"

Sondeos: ¿Tasas ocultas? ¿Procesos no transparentes? ¿Falta de comprensión de necesidades estudiantiles?"

R/ No me generaría desconfianza.

#### Expectativas del producto financiero ideal

10. Si pudiera diseñar un crédito educativo ideal, ¿qué características debería tener?

Sondeos: ¿Tasa de interés? ¿Tiempo de aprobación? ¿Requisitos? ¿Periodo de gracia/ ¿Forma de pago?"

R/ Lo más importante sería que sean flexibles en los requisitos y que se lo puedan dar a un estudiante joven.

11. Si tuviera que elegir entre una tasa de interés baja pero un proceso lento (3 semanas), o una tasa más alta pero un proceso rápido (24 horas), ¿cuál elegiría? ¿Por qué?"

R/ Elegiría el de la tasa de interés más baja, ~~aunq~~ dure más el trámite, sé que voy a pagar menos.

12. ¿Qué tan importante sería para usted que el proceso de solicitud y gestión del crédito fuera completamente digital y ágil?

Sondeos: ¿Qué tan importante? ¿Por qué es importante? ¿Qué tan importante comparado con otras características?

R/ Sería bueno, por la rapidez de la solicitud,

13. ¿Qué opinión tiene sobre un modelo donde la cuota mensual se ajusta a su ingreso después de graduarse? Por ejemplo, si gana €500,000 mensuales, la cuota sería el 15% de eso. ¿Sería atractivo para usted?

Sondeos: ¿Qué le parece? ¿Sería más probable que solicitara un crédito con este modelo?

R/ Si, porque el 15% es un porcentaje accesible.

#### Confianza Institucional:

14. A través de qué tipo de institución sentiría más confianza para solicitar un crédito educativo? ¿Un banco estatal, un banco privado, una cooperativa, una empresa de tecnología financiera digital, o una alianza directa entre su universidad y un banco?"

Sondeos: ¿Por qué esa institución? ¿Qué hace que confie más en esa opción?

R/ Una alianza entre una Universidad y Banco, ya que los interés podrían ser más bajos ya que ~~aveces~~ los bancos podrían bajar la tasa de interés por menos periodo de financiamiento.

15. ¿Qué elementos generarían mayor confianza para decidir solicitar un financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Transparencia en costos? ¿Testimonios de otros estudiantes? ¿Respaldo de la universidad? ¿Atención al cliente?

R/ Por respaldos de la Universidad, porque ellos me van a dar esa confianza por ser más formales

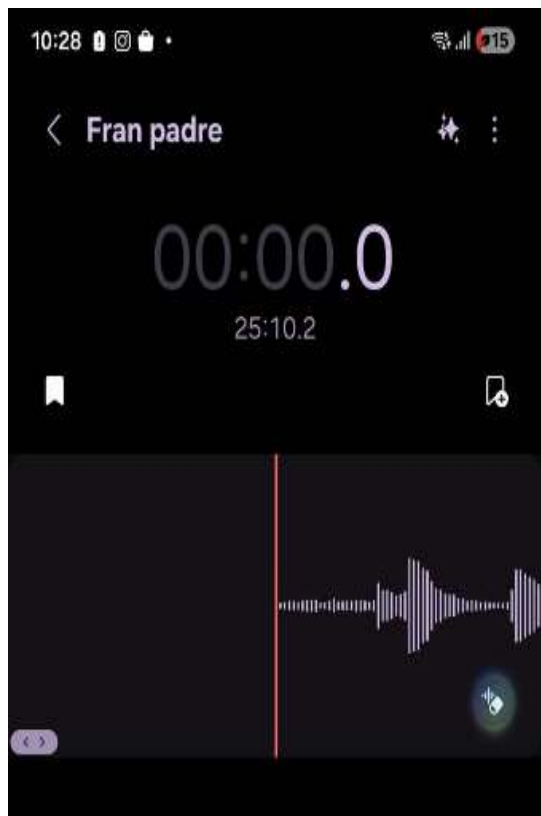
#### Cierre

16. ¿Hay algo más que considere importante que no hemos tocado en esta entrevista? ¿Algo que le gustaría añadir?"

R/ Que hayan más entidades financieras que ayuden a los jóvenes para que puedan estudiar.

Padre 2. Franklin Gómez, duración 25 minutos con 10 segundos, grabación de voz por entrevista presencial.

**Captura de pantalla de entrevista Franklin Gómez**



## Respuestas de entrevista Franklin Gómez

### Guion de entrevista semi-estructurada

#### Introducción para el entrevistado

Buenos días/tardes, mi nombre es Priscilla Robles y soy estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo de la UIA. Le agradezco mucho su tiempo y disposición a participar en esta entrevista.

La presente entrevista tiene como objetivo conocer sus experiencias, percepciones y necesidades en relación con las opciones de financiamiento educativo, con el fin de diseñar propuestas que faciliten el acceso y permanencia en la educación superior.

#### Información importante:

- La entrevista tomará aproximadamente 30-40 minutos
- Con su permiso, me gustaría grabar esta conversación para no perder detalles
- La grabación será completamente confidencial y se destruirá al finalizar la investigación
- Toda la información será utilizada únicamente con fines académicos
- Usted tiene derecho a no responder cualquier pregunta que no desee
- Sus respuestas serán completamente anónimas en el informe final

¿Está de acuerdo con estas condiciones?

De acuerdo, Entrevista Presencial

#### Preguntas

##### (Calentamiento)

Para empezar, cuénteme un poco sobre usted: ¿qué estudia, en qué año está, y por qué eligió esa carrera?

R/ Mi hija Brenda está estudiando terapia respiratoria y le gusta la medicina, actualmente no le pago el estudio

##### Experiencia con financiamiento educativo

1. ¿Ha intentado solicitar algún tipo de financiamiento para sus estudios? Cuénteme cómo fue su experiencia.

Sondeo: ¿Cuánto tiempo tomó todo el proceso desde la solicitud hasta la aprobación? ¿Cuáles fueron los requisitos principales que le pidieron? ¿Qué fue lo más fácil del proceso? ¿Finalmente aprobaron su solicitud?"

R/ Si cuanto ella quiso estudiar medicina, fuimos a CONAPE, fue imposible porque les pedía un fiador tipo Keylor Navas, con salario demasiado alto, o poner a responder propiedades, eso fue hace aproximadamente 7 años como requisitos

2. ¿Qué dificultades encontró durante el proceso de solicitud o aprobación del financiamiento?

Sondeos: ¿Fue complicado reunir la documentación? ¿Fue lento el proceso? ¿Sintió que no comprendían sus necesidades?

R/ Fue complicado ver que no hay un apoyo real para las personas que quieren estudiar, si nos entendieron pero en los requisitos nos dimos cuenta que era imposible.

##### Barreras económicas, sociales y operativas

3. Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son las principales barreras que enfrentan los estudiantes para financiar sus estudios universitarios?

Sondeos: ¿Barreras económicas (falta de dinero, tasas altas)? / ¿Barreras operativas (procesos complicados, requisitos difíciles)? ¿Barreras de información (no saben dónde solicitar)?

R/ Siendo que el financiamiento porque hay personas que no tienen recursos económicos para pagar su carrera y buscan un lugar para poder pagar después y volvimos al tema de los requisitos complejos que piden, nos falta información ya que cuando fuimos a solicitarlo era la única opción que teníamos para preguntar.

4. ¿Qué requisitos de las instituciones financieras le parecen más difíciles de cumplir?

Sondeos: ¿El fiador obligatorio? ¿El historial crediticio? ¿La documentación requerida?

R/ Siento que la parte fiduciaria y también, el historial no es tan importante porque si uno tiene buenos fiadores o propiedades no hay tanto pero.

5. ¿Cómo influyen los costos adicionales (materiales, transporte, alimentación) en su decisión de continuar o no sus estudios?

Sondeos: ¿Cuál es el costo adicional mensual aproximado? ¿Esto le ha hecho considerar abandonar los estudios?

R/ Influyen en el sentido de que muchas veces las personas trabajan para costear sus estudios pensando en otros casos, entonces si influye. El costo puede ser aproximadamente 100.000 tomando encuentra materiales, transporte y alimentación. En ocasiones congele los estudios para poder ahorrar más y poder volver a matricular.

##### Percepción de la oferta actual

6. ¿Qué opinión tiene sobre las opciones de financiamiento educativo disponibles actualmente en el país?

Sondeos: ¿Conoce CONAPE, Banco Popular, Cooperativa? ¿Cuál le parece mejor? ¿Por qué? ¿Cuál le parece peor? ¿Por qué?"

R/ en mi experiencia, solo conozco CONAPE, no sabía que existen otras opciones, y en mi experiencia fue negativa por lo que te explicaba de que hay muchas trabas a la persona que no es de clase alta para pagar sus estudios.

7. ¿Qué aspectos considera que deberían mejorar las instituciones financieras en sus procesos de financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Reducir tiempo de aprobación? ¿Bajar tasas de interés? ¿Flexibilizar requisitos? ¿Mejorar comunicación?"

R/ Tiempos, flexibilidad y tasas porque tasas que puedan ayudar a que los pagos sean más bajos, eso ayudaría.

#### Barreras emocionales

8. ¿Qué emociones experimenta cuando piensa en solicitar un crédito educativo?"

Sondeos: ¿Miedo? ¿Vergüenza? ¿Desconfianza? ¿Por qué siente eso?"

R/ Ansiedad y al mismo tiempo miedo por temor a las respuestas que uno pueda recibir.

9. ¿Hay algo que le genera desconfianza en las instituciones financieras?"

Sondeos: ¿Tasas ocultas? ¿Procesos no transparentes? ¿Falta de comprensión de necesidades estudiantiles?"

R/ Siento que muchas veces no son claros en el trámite y cuando uno se da cuenta están cobrando cosas que no dijeron y después dicen que estaba en el contrato y que no leímos, e una letra que no se ve.

#### Expectativas del producto financiero ideal

10. Si pudiera diseñar un crédito educativo ideal, ¿qué características debería tener?

Sondeos: ¿Tasa de interés? ¿Tiempo de aprobación? ¿Requisitos? ¿Periodo de gracia/ ¿Forma de pago?"

R/ Pienso que una tasa preferencial, flexibilidad con los pagos, es decir accesibles para que los puedan hacer, también el plazo, pueden ser dependiendo de la carrera.

11. Si tuviera que elegir entre una tasa de interés baja pero un proceso lento (3 semanas), o una tasa más alta pero un proceso rápido (24 horas), ¿cuál elegiría? ¿Por qué?"

R/ Elegiría la primer opción, porque la tasas bajas será para ayudar a la persona y el tiempo no influye porque se puede hacer con anticipación.

12. ¿Qué tan importante sería para usted que el proceso de solicitud y gestión del crédito fuera completamente digital y ágil?

Sondeos: ¿Qué tan importante? ¿Por qué es importante? ¿Qué tan importante comparado con otras características?"

R/ si porque así es más rápido, no habría que ir al banco, se ahorra tiempo, dinero entre otras cosas.

13. ¿Qué opinión tiene sobre un modelo donde la cuota mensual se ajusta a su ingreso después de graduarse? Por ejemplo, si gana €500,000 mensuales, la cuota sería el 15% de eso. ¿Sería atractivo para usted?

Sondeos: ¿Qué le parece? ¿Sería más probable que solicitara un crédito con este modelo?"

R/ Si sería atractivo, ya que serían como 75.000 mensuales entonces le quedaría dinero libre para otros pagos.

#### Confianza Institucional:

14. A través de qué tipo de institución sentiría más confianza para solicitar un crédito educativo? ¿Un banco estatal, un banco privado, una cooperativa, una empresa de tecnología financiera digital, o una alianza directa entre su universidad y un banco?"

Sondeos: ¿Por qué esa institución? ¿Qué hace que confíe más en esa opción?"

R/ Pienso que sería mejor una alianza de Universidad con Banco porque la universidad ya tuvo el proceso con el banco y ellos le dan la facilidad al estudiante, y no mandar al estudiante a buscar opciones que no conoce.

15. ¿Qué elementos generarían mayor confianza para decidir solicitar un financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Transparencia en costos? ¿Testimonios de otros estudiantes? ¿Respaldo de la universidad? ¿Atención al cliente?"

R/ Yo diría que tasa preferencial que es muy importante, plazo y monto de mensualidad. Solidez y transparencia de parte de la institución que le de confianza, y también que sea reconocida por su antigüedad.

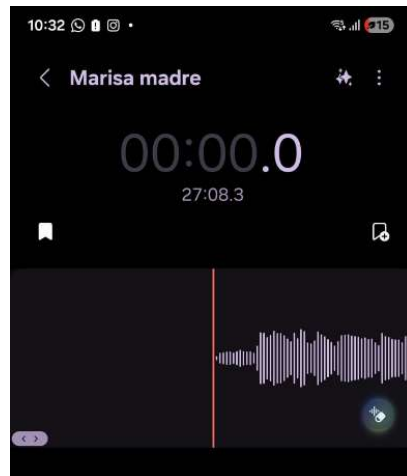
### Cierre

16. ¿Hay algo más que considere importante que no hemos tocado en esta entrevista? ¿Algo que le gustaría añadir?"

R/ Si pienso que las instituciones bancarias deberían dar un apoyo al estudiante en el sentido de que en algún momento se pueda en el lapso de los años, se pueda bajar la mensualidad para ayudarlo más, sería un plus, que uno o 2 años antes de terminar la carrera sientan un alivio financiero por gastos extras que tienen que cubrir.

Padre 3: Marisa Guevara, duración 27 minutos con 8 segundos, grabación de voz por entrevista presencial.

### Captura de pantalla de entrevista Marisa Guevara



## Respuestas de entrevista Marisa Guevara

### Guion de entrevista ~~semi-estructurada~~

#### Introducción para el entrevistado

Buenos días/tardes, mi nombre es Priscilla Robles y soy estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo de la UIA. Le agradezco mucho su tiempo y disposición a participar en esta entrevista.

La presente entrevista tiene como objetivo conocer sus experiencias, percepciones y necesidades en relación con las opciones de financiamiento educativo, con el fin de diseñar propuestas que faciliten el acceso y permanencia en la educación superior.

#### Información importante:

- La entrevista tomará aproximadamente 30-40 minutos
- Con su permiso, me gustaría grabar esta conversación para no perder detalles
- La grabación será completamente confidencial y se destruirá al finalizar la investigación
- Toda la información será utilizada únicamente con fines académicos
- Usted tiene derecho a no responder cualquier pregunta que no desee
- Sus respuestas serán completamente anónimas en el informe final

¿Está de acuerdo con estas condiciones?

De acuerdo, Entrevista Presencial

#### Preguntas

##### (Calentamiento)

Para empezar, cuénteme un poco sobre usted: ¿qué estudia, en qué año está, y por qué eligió esa carrera?

R/ Soy ama de casa, mi hijo tiene 17 años, está en 5to año de ~~colonia~~, estadística deportiva, quiere entrar a estudiar algo relacionado con la carrera.

##### Experiencia con financiamiento educativo

1. ¿Ha intentado solicitar algún tipo de financiamiento para sus estudios? Cuénteme cómo fue su experiencia.

Sondeo: ¿Cuánto tiempo tomó todo el proceso desde la solicitud hasta la aprobación? ¿Cuáles fueron los requisitos principales que le pidieron? ¿Qué fue lo más fácil del proceso? ¿Finalmente aprobaron su solicitud?"

R/ Si, pero no aplica para beca ya que estudia en un centro privado, por lo que es complicado para que den beca de gobierno.

2. ¿Qué dificultades encontró durante el proceso de solicitud o aprobación del financiamiento?

Sondeos: ¿Fue complicado reunir la documentación? ¿Fue lento el proceso? ¿Sintió que no comprendían sus necesidades?

R/ Como viene de un centro privado, se asume que si tiene capacidad de pago por lo que no generan tan fácil las opción. Ingreso familiar no abarca los montos que en ocasiones una entidad financiera solicita.

##### Barreras económicas, sociales y operativas

3. Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son las principales barreras que enfrentan los estudiantes para financiar sus estudios universitarios?

Sondeos: ¿Barreras económicas (falta de dinero, tasas altas)? ¿Barreras operativas (procesos complicados, requisitos difíciles)? ¿Barreras de información (no saben dónde solicitar)?

R/ Entrada económica del hogar, al ser ama de casa solamente tenemos ingresos por parte del padre, entonces no se abarca, adicional no aplico para ser fiador y no todas las personas puedan aplicar para ser fiadoras.

4. ¿Qué requisitos de las instituciones financieras le parecen más difíciles de cumplir?

Sondeos: ¿El fiador obligatorio? ¿El historial crediticio? ¿La documentación requerida?

R/ Las tres opciones son difíciles, letras de cambio es tedioso, por lo requisitos y el tema de fiadores no siempre es fácil.

5. ¿Cómo influyen los costos adicionales (materiales, transporte, alimentación) en su decisión de continuar o no sus estudios?

Sondeos: ¿Cuál es el costo adicional mensual aproximado? ¿Esto le ha hecho considerar abandonar los estudios?

R/ influye mucho, por que se tiene que evaluar el tiempo que mi hijo va a pasar en la universidad, y tiene que tomarse en cuenta en la alimentación, aproximadamente puede cubrirse un monto 80.000 + libros, que dependen de los cursos que tenga que llevar.

##### Percepción de la oferta actual

6. ¿Qué opinión tiene sobre las opciones de financiamiento educativo disponibles actualmente en el país?

Sondeos: ¿Conoce CONAPE, Banco Popular, Coopealanza? ¿Cuál le parece mejor? ¿Por qué? ¿Cuál le parece peor? ¿Por qué?"

R/ CONAPE es la única y que es una entidad financiera a nivel nacional y que hay que tomar en cuenta que piden requisitos, como ingresos familiares, letras de cambios, fiadores, etc.

7. ¿Qué aspectos considera que deberían mejorar las instituciones financieras en sus procesos de financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Reducir tiempo de aprobación? ¿Bajar tasas de interés? ¿Flexibilizar requisitos? ¿Mejorar comunicación?"

R/ El estudio socioeconómico de las familias del estudiante, si hay estudiantes que quieren estudiar deberían tener mayor flexibilidad en requisitos y análisis.

#### Barreras emocionales

8. ¿Qué emociones experimenta cuando piensa en solicitar un crédito educativo?"

Sondeos: ¿Miedo? ¿Vergüenza? ¿Desconfianza? ¿Por qué siente eso?"

R/ Angustia por temor a no cumplir con las expectativas o requisitos de la entidad financiera y no poder darle la opción a mi hijo de que pueda avanzar con sus estudios.

9. ¿Hay algo que le genera desconfianza en las instituciones financieras?"

Sondeos: ¿Tasas ocultas? ¿Procesos no transparentes? ¿Falta de comprensión de necesidades estudiantiles?"

R/ Si dan una información muy básica, sin explicación y uno por temor o desconocimiento no saber que preguntar para tener las condiciones más claras.

#### Expectativas del producto financiero ideal

10. Si pudiera diseñar un crédito educativo ideal, ¿qué características debería tener?

Sondeos: ¿Tasa de interés? ¿Tiempo de aprobación? ¿Requisitos? ¿Periodo de gracia/ ¿Forma de pago?"

R/ Evaluaría mucho la parte del análisis socioeconómico, facilidad de financiar la carrera como tipo subsidio donde ayuden con parte del pago, y que el estudio sea en menor tiempo, con una tasa baja, y financiar carreras que sean más fáciles de encontrar trabajo. El pago al terminar la carrera, cuando tenga un trabajo con cuotas mensuales.

11. Si tuviera que elegir entre una tasa de interés baja pero un proceso lento (3 semanas), o una tasa más alta pero un proceso rápido (24 horas), ¿cuál elegiría? ¿Por qué?"

R/ Qué difícil, prefiero esperar a tener un interés alto ya que me da tiempo de analizar más la oferta y ajustarse económicamente.

12. ¿Qué tan importante sería para usted que el proceso de solicitud y gestión del crédito fuera completamente digital y ágil?

Sondeos: ¿Qué tan importante? ¿Por qué es importante? ¿Qué tan importante comparado con otras características?"

R/ Super importante ya que evitas la parte de papeleo físico y evitas la espera en los lugares físicos, digitalmente te puede dar una respuesta inmediata.

13. ¿Qué opinión tiene sobre un modelo donde la cuota mensual se ajusta a su ingreso después de graduarse? Por ejemplo, si gana €500,000 mensuales, la cuota sería el 15% de eso. ¿Sería atractivo para usted?"

Sondeos: ¿Qué le parece? ¿Sería más probable que solicitara un crédito con este modelo?"

R/ Claro que si porque con solo el hecho de pagar después de graduarse ayuda a que el estudiante se establezca y pueda tener la opción de decidir si quiere pagar el 15% o hasta más para salir más rápido de su deuda.

Si la persona no encuentra trabajo rápido, sería bueno que la entidad financiera diera plazo adicional después de graduarse, incluso con alguna póliza para solventar la cuota hasta que el estudiante encuentre trabajo.

#### Confianza Institucional:

14. A través de qué tipo de institución sentiría más confianza para solicitar un crédito educativo? ¿Un banco estatal, un banco privado, una cooperativa, una empresa de tecnología financiera digital, o una alianza directa entre su universidad y un banco?"

Sondeos: ¿Por qué esa institución? ¿Qué hace que confíe más en esa opción?"

R/ Yo creo que la alianza entre una universidad y un banco estatal porque te da la confiabilidad de hacerlo por la mayor garantía del estado.

15. ¿Qué elementos generarían mayor confianza para decidir solicitar un financiamiento educativo?"

Sondeos: ¿Transparencia en costos? ¿Testimonios de otros estudiantes? ¿Respaldo de la universidad? ¿Atención al cliente?"

R/ Si es por parte del estado, es confiabilidad, el que te hayan recomendado la entidad y las facilidades que la misma entidad de te puede dar para hacerlo.

**Cierre**

16. ¿Hay algo más que considere importante que no hemos tocado en esta entrevista? ¿Algo que le gustaría añadir?"

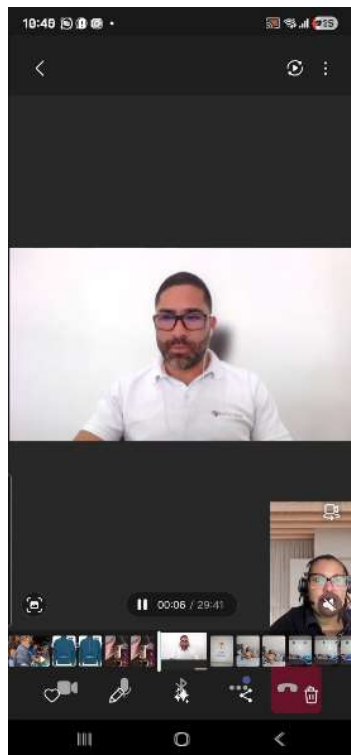
R/ Me gustaría tener la confianza de que mi hijo pueda estudiar su carrera universitaria de forma tranquila, con respaldo de la misma institución educativa o de una entidad financiera.



## Anexo 6. Entrevistas a asesores de instituciones financieras

Asesor 1: Juan Coto, duración 29 minutos con 41 segundos, Video llamada por WhatsApp.

### Captura de pantalla de entrevista Juan Coto



## Respuesta de entrevista Juan Coto

### Guion de entrevista ~~semi-estructurada~~

#### Introducción para el entrevistado

Buenos días/tardes, mi nombre es Priscilla Robles y soy estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo de la UIA. Le agradezco mucho su tiempo y disposición a participar en esta entrevista.

La presente entrevista tiene como objetivo conocer sus experiencias, percepciones y necesidades en relación con las opciones de financiamiento educativo, con el fin de diseñar propuestas que faciliten el acceso y permanencia en la educación superior.

#### Información importante:

- La entrevista tomará aproximadamente 30-40 minutos
- Con su permiso, me gustaría grabar esta conversación para no perder detalles
- La grabación será completamente confidencial y se destruirá al finalizar la investigación
- Toda la información será utilizada únicamente con fines académicos
- Usted tiene derecho a no responder cualquier pregunta que no desee
- Sus respuestas serán completamente anónimas en el informe final

¿Está de acuerdo con estas condiciones?

De acuerdo, Entrevista Presencial

#### Preguntas

##### (Calentamiento)

Para empezar, cuénteme un poco sobre usted: ¿qué estudia, en qué año está, y por qué eligió esa carrera?

R/ Mi nombre es Juan José Coto, licenciado en administración, banca y finanzas, hoy me desempeño desde industria automotriz y hoy trabajo para administrar el financiamiento que se le brinda a los clientes. A través de los bancos se realizan los financiamientos

#### Barreras económicas, sociales y operativas

3. Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son las principales barreras que enfrentan los estudiantes para financiar sus estudios universitarios?

Sondeos: ¿Barreras económicas (falta de dinero, tasas altas)? / ¿Barreras operativas (procesos complicados, requisitos difíciles)? ¿Barreras de información (no saben dónde solicitar)?

R/ Yo te podría hablar desde la parte bancaria, normalmente el sujeto de crédito por política no debe ser una persona menor de 21 años, entonces la primer barrera es la edad, la segunda barrera puede ser la experiencia crediticia y limita el apetito del riesgo, tercer barrera es el segmento de personas jóvenes pueden que tengan trabajo pero no tienen buen comportamiento de pago y por lo que el riesgo es más alto. Los jóvenes se endeudan fácilmente y no pagan de forma adecuada. Y la última es la garantía como un pagaré, no hay una garantía más real que la entidad pueda tomar, o también por letra de cambio lo vuelve super riesgoso. Algunos que trabajan, los ingresos son bajitos y depende del monto que se quiera financiar, no es tan interesante prestar para eso. Apetito de riesgo, no es segmento interesante, el retorno es mínimo y el riesgo es alto.

4. ¿Qué requisitos de las instituciones financieras le parecen más difíciles de cumplir?

Sondeos: ¿El fiador obligatorio? ¿El historial crediticio? ¿La documentación requerida?

R/ Edad, garantía, ingreso el tiempo laboral e historial crediticio.

5. ¿Cómo influyen los costos adicionales (materiales, transporte, alimentación) en una decisión de continuar o no los estudios?

Sondeos: ¿Cuál es el costo adicional mensual aproximado? ¿Esto le ha hecho considerar abandonar los estudios?

R/ No percibo o no recibo comentarios al respecto. Si podría afectar, pero ahora hay muchas ofertas universitarias, el estudiante debería analizar antes de ingresar a las universidades.

#### Percepción de la oferta actual

6. ¿Qué opinión tiene sobre las opciones de financiamiento educativo disponibles actualmente en el país?

Sondeos: ¿Conoce CONAPE, Banco Popular, Cooperativa? ¿Cuál le parece mejor? ¿Por qué? ¿Cuál le parece peor? ¿Por qué?"

R/ De momento solamente conape, sé que hay una cooperativa, pero sé mucho del funcionamiento, CONAPE me parece eficiente pero tiene claros problemas de recuperación de fondos porque su retorno es a muy largo plazo. No conozco de otras entidades que ofrezcan este tipo de financiamientos.

7. ¿Qué aspectos considera que deberían mejorar las instituciones financieras en sus procesos de financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Reducir tiempo de aprobación? ¿Bajar tasas de interés? ¿Flexibilizar requisitos? ¿Mejorar comunicación?"

R/ De lo que conozco es CONAPE, y es flexible, ahora, si el sistema financiero no ofrece es por otras cosas. Creo que el gobierno lo que tiene entidades que direcciona recursos a dichas entidades pero en entidades privadas no se ve a futuro que lo puedan implementar.

#### Barreras emocionales

8. ¿Hay algo que le genera desconfianza en las instituciones financieras?"

Sondeos: ¿Tasas ocultas? ¿Procesos no transparentes? ¿Falta de comprensión de necesidades estudiantiles?"

R/ NO diría que desconfianza si están tramitando por entidad autorizada, la u no está obligada a financiar si la u define no hacerlo sacrifica su flujo de caja.

#### Expectativas del producto financiero ideal

9. Si pudiera diseñar un crédito educativo ideal, ¿qué características debería tener?

Sondeos: ¿Tasa de interés? ¿Tiempo de aprobación? ¿Requisitos? ¿Periodo de gracia/ ¿Forma de pago?"

R/ A nivel de requisitos, tienen que ser mínimos, revisar el tema con el regulador para ver tema de edad, también en temas de ingresos, comisiones de formalización bajas, fondos del estado, desde el retorno de recursos para prestar en bancos, enfocados a educación puntualmente, que la garantía sea fidususeria (letra o pagaré), obviar el historial crediticio ya que la mayoría no lo va a tener.

10. ¿Qué tan importante sería para usted que el proceso de solicitud y gestión del crédito fuera completamente digital y ágil?

Sondeos: ¿Qué tan importante? ¿Por qué es importante? ¿Qué tan importante comparado con otras características?

R/ Es una oportunidad ya que hoy se mueve digitalmente, la u debería tener un portal donde todo pueda ser por medio de la página, si no se actualizan, su oferta puede disminuir

#### Confianza Institucional:

11. A través de qué tipo de institución sentiría más confianza para ofrecer un crédito educativo? ¿Un banco estatal, un banco privado, una cooperativa, una empresa de tecnología financiera digital, o una alianza directa entre su universidad y un banco?"

Sondeos: ¿Por qué esa institución? ¿Qué hace que confíe más en esa opción?

R/ Entidades especializadas, banca pública y alianza entre la universidad y el estado ya que podría ser interesante.

12. ¿Qué elementos generarían mayor confianza para decidir solicitar un financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Transparencia en costos? ¿Testimonios de otros estudiantes? ¿Respaldo de la universidad? ¿Atención al cliente?

R/ Creería que hay que estudiar la oferta que hay en el sistema, ya que validar si es una entidad cualquiera o una entidad más consolidada, es una tarea del deudor donde podría tomar el financiamiento.

#### Cierre

13. ¿Hay algo más que considere importante que no hemos tocado en esta entrevista? ¿Algo que le gustaría añadir?"

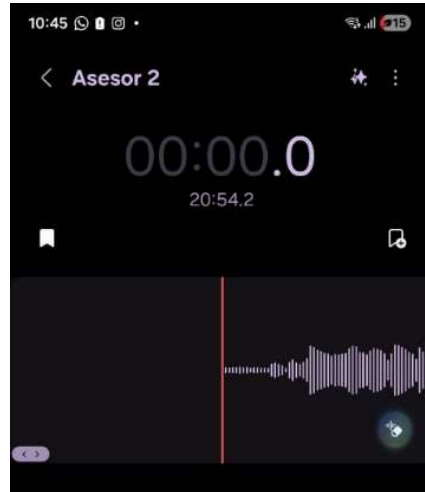
R/ No, el tema digital es fundamental, que hayan entidades adicionales a lo que tiene conape y que existan alianzas, fortalecer que las universidades puedan ofrecer opciones y refuerzen sus canales digitales para no perder participación en el mercado.

Asesor 2. Jonathan Gómez, duración 20 minutos con 54 segundos, grabación de voz por entrevista presencial.

**Captura de pantalla entrevista de Jonathan Gómez**



Jonathan-asesor.m4a



## Respuestas de entrevista Jonathan Gómez

### Guion de entrevista semi-estructurada

#### Introducción para el entrevistado

Buenos días/tardes, mi nombre es Priscilla Robles y soy estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo de la UIA. Le agradezco mucho su tiempo y disposición a participar en esta entrevista.

La presente entrevista tiene como objetivo conocer sus experiencias, percepciones y necesidades en relación con las opciones de financiamiento educativo, con el fin de diseñar propuestas que faciliten el acceso y permanencia en la educación superior.

#### Información importante:

- La entrevista tomará aproximadamente 30-40 minutos
- Con su permiso, me gustaría grabar esta conversación para no perder detalles
- La grabación será completamente confidencial y se destruirá al finalizar la investigación
- Toda la información será utilizada únicamente con fines académicos
- Usted tiene derecho a no responder cualquier pregunta que no desee
- Sus respuestas serán completamente anónimas en el informe final

¿Está de acuerdo con estas condiciones?

De acuerdo, Entrevista Presencial

#### Preguntas

##### (Calentamiento)

Para empezar, cuénteme un poco sobre usted: ¿qué estudia, en qué año está, y por qué eligió esa carrera?

R/ Mi nombre es Jonathan Gómez, estudio administración, voy por el 4to año, y conozco mucho el sistema financiero, soy analista de crédito en Instacredit.

##### Barreras económicas, sociales y operativas

3. Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son las principales barreras que enfrentan los estudiantes para financiar sus estudios universitarios?

Sondeos: ¿Barreras económicas (falta de dinero, tasas altas)? / ¿Barreras operativas (procesos complicados, requisitos difíciles)? ¿Barreras de información (no saben dónde solicitar)?

R/ Hay personas que salen del colegio y no tienen edad suficiente para solicitar un crédito para estudiar porque hay financieras que tienen políticas, o también hay universidades donde hay políticas para financiar, por ejemplo, que piden estabilidad laboral de 3 a 6 meses y

además buen salario. Esas barreras pueden influir en el querer estudiar y no poder por tema de ingresos y requisitos.

4. ¿Qué requisitos de las instituciones financieras le parecen más difíciles de cumplir?

Sondeos: ¿El fiador obligatorio? ¿El historial crediticio? ¿La documentación requerida?

R/ En personas que van a empezar, el requisito más complicado es la estabilidad laboral, tener orden patronal de más de un año y en temas de fiador, ya casi nadie fia, talvez solamente el padre o la madre. He escuchado que hay universidades que ponen de fiador al padre o la madre, y hasta ponen a responder la casa por lo que implica muchas cosas.

5. ¿Cómo influyen los costos adicionales (materiales, transporte, alimentación) en una decisión de continuar o no los estudios?

Sondeos: ¿Cuál es el costo adicional mensual aproximado? ¿Esto le ha hecho considerar abandonar los estudios?

R/ Si claro, la mayoría de estudiantes viajan en bus, tema de horarios para pagar taxis o uber por tema de seguridad, comprar algo de comer también es caro. Por lo que creo que si influye en las decisiones de continuar o no con el estudio porque son gastos que la gente no contempla y al hacerlos pueden desequilibrar el presupuesto.

##### Percepción de la oferta actual

6. ¿Qué opinión tiene sobre las opciones de financiamiento educativo disponibles actualmente en el país?

Sondeos: ¿Conoce CONAPE, Banco Popular, Coopealianza? ¿Cuál le parece mejor? ¿Por qué? ¿Cuál le parece peor? ¿Por qué?"

R/ He escuchado solamente CONAPE y ahí prestan todo pero ahí es donde piden salarios y garantías altas, el estudiante se ve forzado, además conozco el proceso de letra de cambio en universidades directamente y creo que es la mejor opción, ya que muchas ni intereses cobran.

7. ¿Qué aspectos considera que deberían mejorar las instituciones financieras en sus procesos de financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Reducir tiempo de aprobación? ¿Bajar tasas de interés? ¿Flexibilizar requisitos? ¿Mejorar comunicación?"

R/ Creo que deberían mejorar requisitos, ser más flexibles y en temas de tasa de interés no tenerlas tan elevadas para que las cuotas sean posibles de pagar, y flexibles por el tema de la documentación que solicitan por lo que el estudiante debe ponerse a trabajar y abandonar o bien posponer sus estudios.

### Barreras emocionales

8. ¿Hay algo que le genera desconfianza en las instituciones financieras?"

Sondeos: ¿Tasas ocultas? ¿Procesos no transparentes? ¿Falta de comprensión de necesidades estudiantiles?"

R/ Pienso que cuando son bancos, más que todo la desconfianza está en la información no brindada, por ejemplo, las fechas de pago, ~~avexas~~ te cambian la fecha de pago sin avisar o bien por algún atraso te suben los intereses sin avisar.

### Expectativas del producto financiero ideal

9. Si pudiera diseñar un crédito educativo ideal, ¿qué características debería tener?

Sondeos: ¿Tasa de interés? ¿Tiempo de aprobación? ¿Requisitos? ¿Periodo de gracia/ ¿Forma de pago?"

R/ Los requisitos deberían ser para estudiantes de 18 a 27 años con mayor flexibilidad ya que están apenas empezando a trabajar. En tasas, que sean las más bajas por la razón de que los estudiantes puedan matricular todas sus materias por cuatrimestre sin pagar tanto, o buscar un tema de letra de pago como hoy hacen las universidades y cobran como un 2% lo cual es bajo.

10. ¿Qué tan importante sería para usted que el proceso de solicitud y gestión del crédito fuera completamente digital y ágil?

Sondeos: ¿Qué tan importante? ¿Por qué es importante? ¿Qué tan importante comparado con otras características?

R/ Sería mucho más rápido, más amigable, ahora todo es tecnológico, ahora no nos gusta ir a los bancos o hacer filas. Es importante tomando en cuenta que la página sea amigable y segura con el resguardo de los datos.

### Confianza Institucional:

11. A través de qué tipo de institución sentiría más confianza para ofrecer un crédito educativo? ¿Un banco estatal, un banco privado, una cooperativa, una empresa de tecnología financiera digital, o una alianza directa entre su universidad y un banco?"

Sondeos: ¿Por qué esa institución? ¿Qué hace que confíe más en esa opción?

R/ La banca estatal y privada son buenas opciones, y el último, la alianza directa entre la universidad y un banco se ve atractivo ya que no hay. Y confío más en el estatal por ser del gobierno, en los privados, sería los más reconocidos o los que uno utiliza.

12. ¿Qué elementos generarían mayor confianza para decidir solicitar un financiamiento educativo?

Sondeos: ¿Transparencia en costos? ¿Testimonios de otros estudiantes? ¿Respaldo de la universidad? ¿Atención al cliente?

R/ Pienso que no hay nada mejor que una recomendación, que alguien cuente su testimonio y en tema de banco y universidad hay mayor seguridad y confianza para poder financiarse porque ya me conocerían.

### Cierre

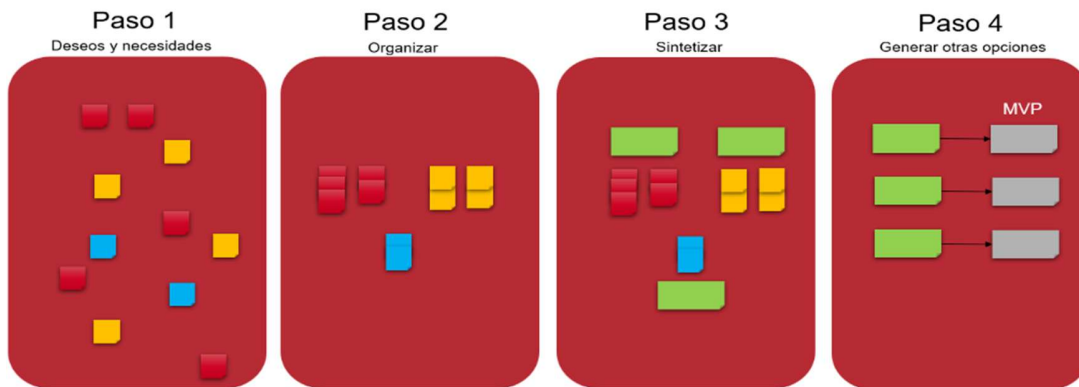
13. ¿Hay algo más que considere importante que no hemos tocado en esta entrevista? ¿Algo que le gustaría añadir?"

R/ No, creo que comenté lo que sé.

## Anexo 7. Evidencia del taller de co-creación

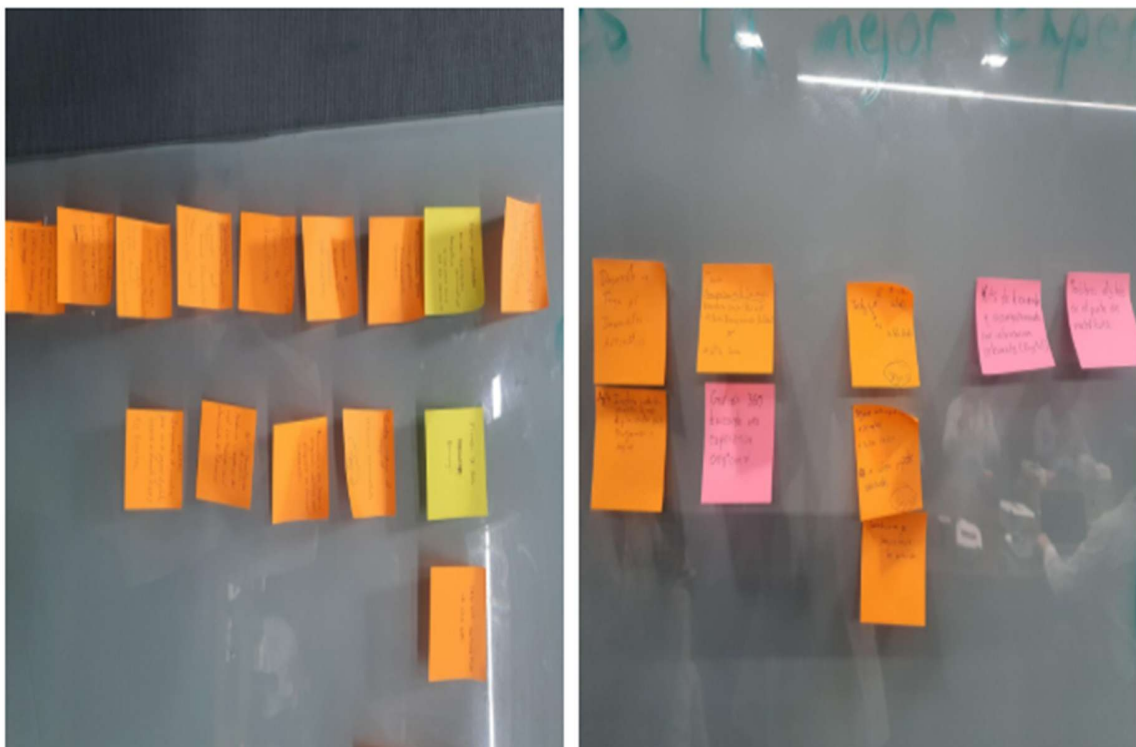
### Guía del taller

## Diseño de la experiencia

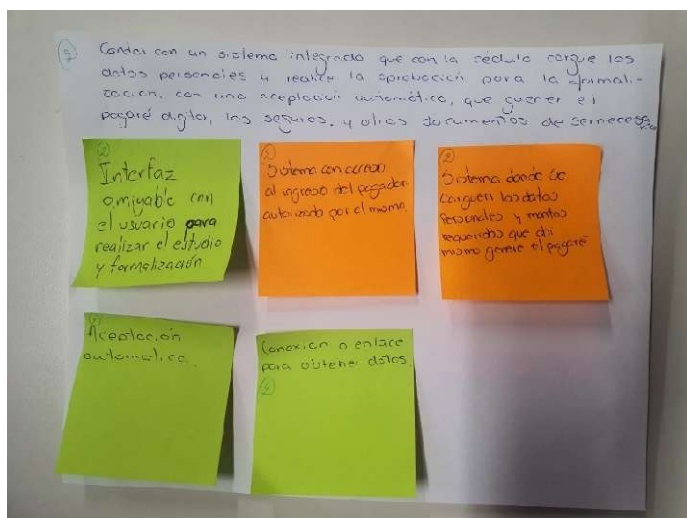
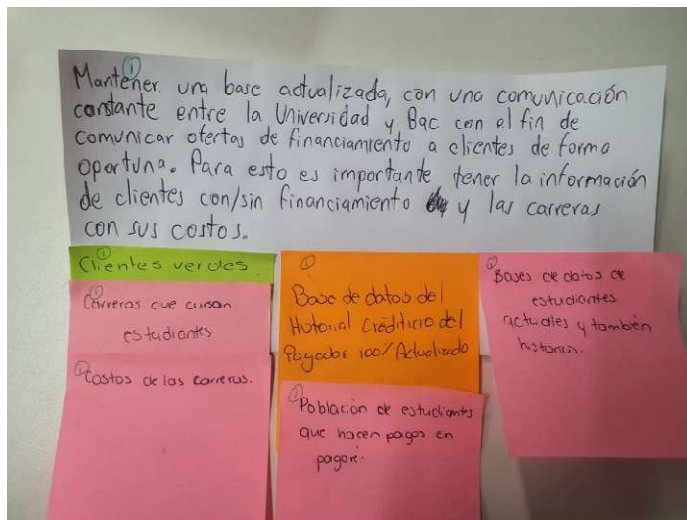


### Fotografías de post-its

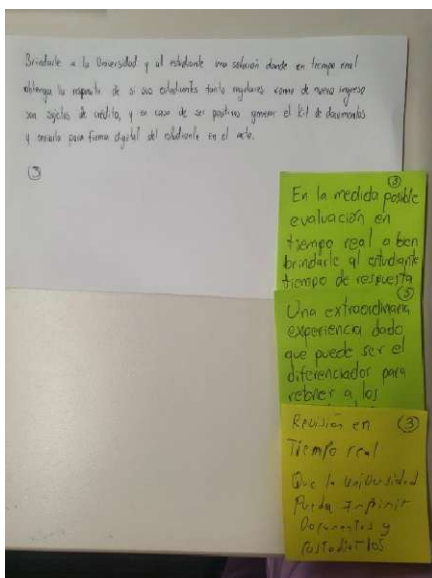
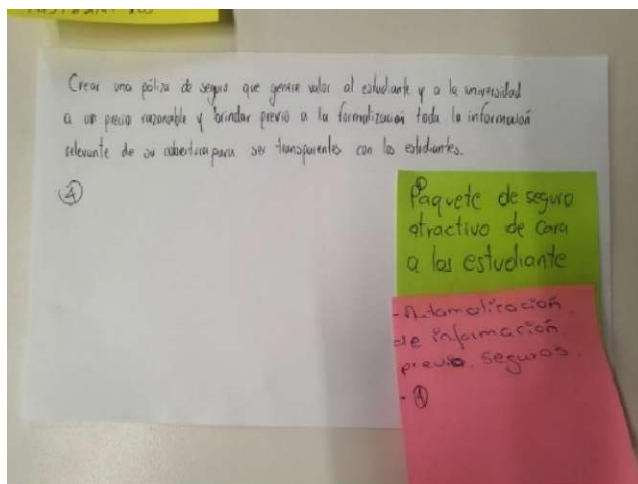
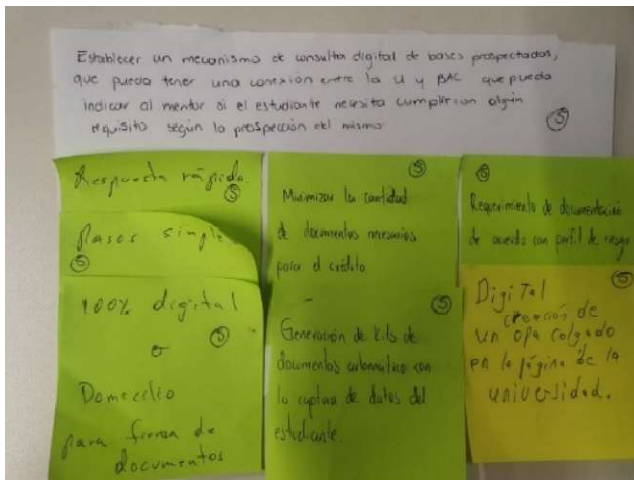
Lluvia de ideas de deseos y necesidades organizado por semejanza de ideas.



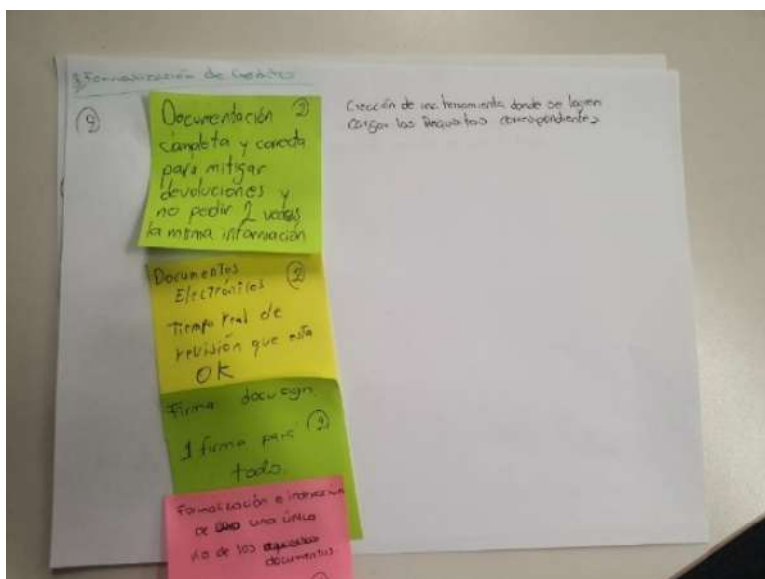
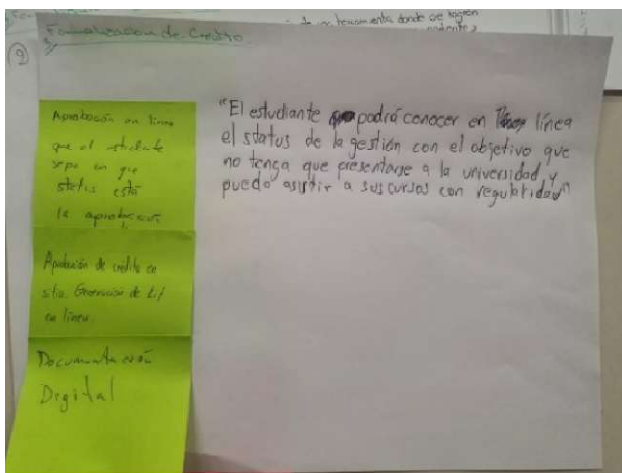
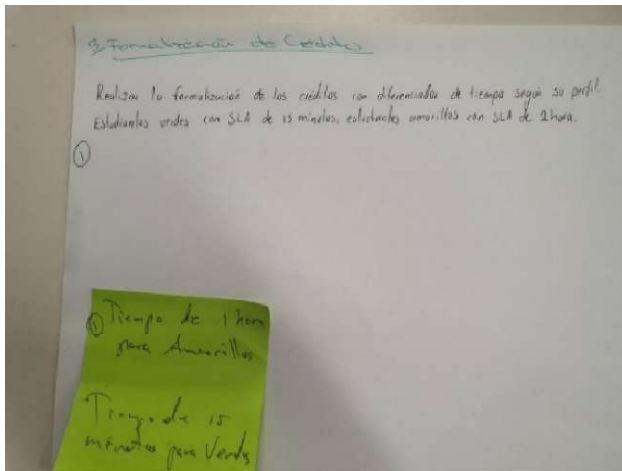




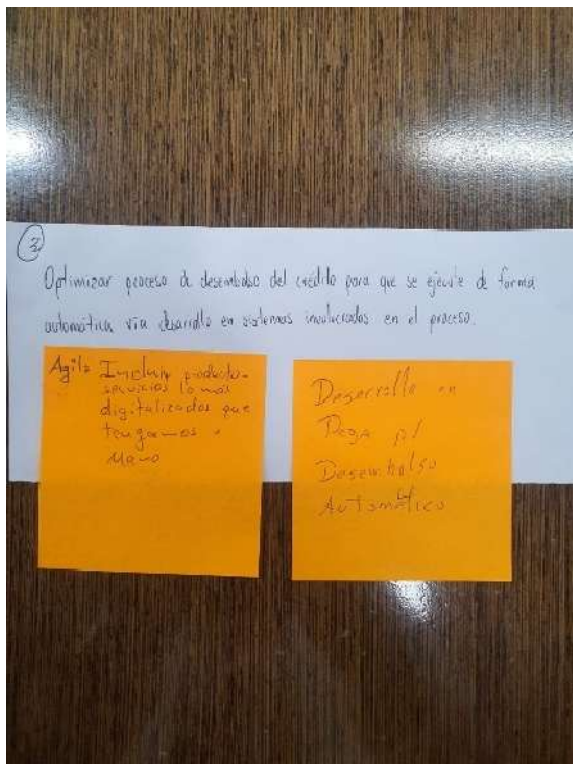
## Solicitud y evaluación



## Formalización del crédito



## Desembolso



## Lista de participantes del Taller

1. Jonathan Gómez González, asesor financiero área de créditos.
2. Jose Mario Segura, asesor financiero área de proyectos.
3. Bryan García, asesor financiero, área de compras.
4. Angie García, administrativa y profesora universitaria.
5. Ethan Romero, estudiante universitario activo.
6. Nicole Loría, estudiante universitaria activa.
7. Brenda Gómez, estudiante universitaria activa.
8. Franklin Gómez, estudiante universitaria activa.
9. Glenda Brenes, estudiante universitaria activa y analista de crédito.