



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**El customer experience en el programa de diploma en un colegio
alternativo de la ciudad de Trujillo, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Paredes Carrión, José Emilio (orcid.org/0000-0001-5340-1375)

ASESOR:

Dr. Marquez Yauri, Heyner Yuliano (orcid.org/0000-0002-1825-9542)

CO-ASESOR:

Mg. Benites Aliaga, Ricardo Steiman (orcid.org/0000-0002-8819-1651)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO - PERÚ

2023

DEDICATORIA

A mi amada esposa, mi más fuerte motivación para superar todos los desafíos a lo largo de los años.

AGRADECIMIENTO

Deseo agradecer a mi madre por haberme puesto en el camino correcto y darme las herramientas para defenderme en este mundo. A mis maestros, por brindarme su conocimiento y motivación. Un especial agradecimiento a mis colegas quienes me apoyaron durante esta investigación. Pero, ante todo, agradezco a Dios por el regalo de la vida.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	15
3.2. Variables y operacionalización.....	15
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5. Procedimientos.....	16
3.6. Método de análisis de datos.....	16
3.7. Aspectos éticos.....	16
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN.....	38
VI. CONCLUSIONES.....	44
VII. RECOMENDACIONES.....	46
REFERENCIAS.....	47
ANEXOS.....	53

Índice de tablas

Tabla 1. La calidad del servicio recibido va acorde a su precio.....	16
Tabla 2. La calidad del programa de Diploma es óptima.....	17
Tabla 3. El precio del servicio es justo.....	18
Tabla 4. En relación a otras instituciones, el precio se encuentra dentro del rango esperado.....	19
Tabla 5. La inversión realizada para llevar el Programa de Diploma está justificada.....	20
Tabla 6. Los servicios administrativos son brindados de manera oportuna.....	21
Tabla 7. La biblioteca cuenta con libros y documentación actualizada.....	22
Tabla 8. Los ambientes en los que se dicta el Programa de Diploma son adecuados para el desarrollo de los cursos.....	23
Tabla 9. Los salones están equipados con dispositivos tecnológicos modernos.....	24
Tabla 10. El personal administrativo demuestra una sólida comprensión de la filosofía del Bachillerato Internacional	25
Tabla 11. Los temas tratados en el Programa de Diploma contribuyen en el mejoramiento de su desempeño académico en la institución.....	26
Tabla 12. Los profesores demuestran dominio e imparten temas actuales en el curso que tienen a cargo.....	27
Tabla 13. Se promueven líneas de investigación de acorde a los cursos desarrollados en el programa de Diploma.....	28
Tabla 14. El Programa fomenta y desarrolla una mentalidad internacional.....	29
Tabla 15. El aprendizaje de idiomas es tomado como prioridad a lo largo del Programa.....	30

Tabla 16. De tener la oportunidad de elegir nuevamente dónde estudiar el Programa de Diploma, elegiría la institución.....	31
Tabla 17. Se siente identificado con el Programa de Diploma y sus objetivos.....	32
Tabla 18. El Programa de Diploma promueve acción responsable dentro y fuera de la comunidad escolar.....	33
Tabla 19. La experiencia vivida a través del Programa cumple sus expectativas.....	34
Tabla 20. El Programa de Diploma posee las características para ser recomendado a amigos o familiares.....	35
Tabla 21. Estudiantes del Programa de Diploma.....	69
Tabla 22. Técnica e instrumento de recolección.....	69
Tabla 23. Valor o nivel de confianza del instrumento.....	69

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. La calidad del servicio recibido va acorde a su precio.....	18
Figura 2. La calidad del programa de Diploma es óptima.....	19
Figura 3. El precio del servicio es justo.....	20
Figura 4. En relación a otras instituciones, el precio se encuentra dentro del rango esperado.....	21
Figura 5. La inversión realizada para llevar el Programa de Diploma está justificada.....	22
Figura 6. Los servicios administrativos son brindados de manera oportuna.....	23
Figura 7. La biblioteca cuenta con libros y documentación actualizada.....	24
Figura 8. Los ambientes en los que se dicta el Programa de Diploma son adecuados para el desarrollo de los cursos.....	25
Figura 9. Los salones están equipados con dispositivos tecnológicos modernos.....	26
Figura 10. El personal administrativo demuestra una sólida comprensión de la filosofía del Bachillerato Internacional	27
Figura 11. Los temas tratados en el Programa de Diploma contribuyen en el mejoramiento de su desempeño académico en la institución.....	28
Figura 12. Los profesores demuestran dominio e imparten temas actuales en el curso que tienen a cargo.....	29
Figura 13. Se promueven líneas de investigación de acorde a los cursos desarrollados en el programa de Diploma.....	30
Figura 14. El Programa fomenta y desarrolla una mentalidad internacional.....	31
Figura 15. El aprendizaje de idiomas es tomado como prioridad a lo largo del Programa.....	32

Figura 16. De tener la oportunidad de elegir nuevamente dónde estudiar el Programa de Diploma, elegiría la institución.....	33
Figura 17. Se siente identificado con el Programa de Diploma y sus objetivos.....	34
Figura 18. El Programa de Diploma promueve acción responsable dentro y fuera de la comunidad escolar.....	35
Figura 19. La experiencia vivida a través del Programa cumple sus expectativas.....	36
Figura 20. El Programa de Diploma posee las características para ser recomendado a amigos o familiares.....	37

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal describir el customer experience en el Programa de Diploma de un colegio alternativo de la ciudad de Trujillo en el 2022. El trabajo presenta un análisis cuantitativo con un diseño no-experimental, tipo descriptivo. Al momento de realizar el estudio, el programa ya tenía tres años desde su implementación y, al contar con alumnos egresados, era de vital importancia describir su experiencia.

Para la recolección de datos se recurrió a la técnica de la encuesta, se elaboró un cuestionario de 20 preguntas con alternativas basadas en la escala de Likert. Este fue administrado a 34 participantes después de ser sometido a validación de expertos. Los resultados permitieron describir el customer experience como la sumatoria de experiencias en las cuatro dimensiones propuestas. Asimismo, sirvieron para guiar la toma de decisiones y mejorar las prácticas relacionadas al Programa de Diploma.

Este trabajo concluye en que los participantes se sienten fuertemente conectados con el programa y la institución. Sin embargo, hay aspectos por mejorar tales como: infraestructura, recursos tecnológicos, entre otros. Adicionalmente, se recomienda realizar una investigación para identificar las áreas de mejora relacionadas a la enseñanza de los idiomas, idealmente en los años previos al programa.

Palabras clave: Experiencia, cliente, calidad, satisfacción, servicio.

ABSTRACT

The main objective of this research was to describe the customer experience in the Diploma Program of an alternative school in the city of Trujillo in 2022. The work presents a quantitative analysis, with a non-experimental design and descriptive type. At the time of carrying out the study, the program had already been running for three years since its implementation and, due to having graduated students, it was of paramount importance to describe their experience.

For data collection, the survey technique was used, a 20-question questionnaire with alternatives based on the Likert scale was prepared. It was administered to 34 participants after being subjected to expert validation. The results allowed to describe the customer experience as the sum of experiences in the four proposed dimensions. They also served to guide decision-making and improve practices related to the Diploma Program.

This work concludes that the participants feel strongly connected with the program and the institution. However, there are aspects to improve such as: infrastructure, technological resources, among others. Additionally, it is recommended to carry out research to identify areas for improvement related to the teaching of languages, ideally in the years prior to the program.

Keywords: Customer, experience, quality, satisfaction, service.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MARQUEZ YAURI HEYNER YULIANO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "El customer experience en el Programa de Diploma en un colegio alternativo de la ciudad de Trujillo, 2022.", cuyo autor es PAREDES CARRIÓN JOSÉ EMILIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 17 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MARQUEZ YAURI HEYNER YULIANO DNI: 33335378 ORCID: 0000-0002-1825-9542	Firmado electrónicamente por: HMARQUEZY el 14- 01-2023 09:47:47

Código documento Trilce: TRI - 0492674