



UNIVERSIDAD ESAN

FACULTAD DE INGENIERÍA
INGENIERÍA INDUSTRIAL Y COMERCIAL

“La educación virtual como estrategia de negocio en el sector educativo y su impacto en el desempeño financiero de las universidades de postgrado a través de los resultados en el servicio al cliente”

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

(EXAMEN DE SUFICIENCIA)

Para optar por el título profesional de Ingeniero Industrial y Comercial

AUTORES

Amelia Jacqueline Garay Rubina

Ana Lucero Meléndez Fernández

Rodrigo Alí Melgarejo Jiménez

Ana Laura Palacios Olivares

Solange Juselina Surco Ninahuanca

ASESOR

Jorge Martín Ramón Santana Ormeño

Diciembre, 2020

Resumen

El 2020 fue un año de muchos cambios en el contexto de una pandemia mundial por el Coovid-19. Debido a las restricciones de movilización muchas empresas se han visto obligadas a adaptarse y a cambiar sus estrategias de negocio. Dentro de estas es la educación de postgrado la que ha denotado un mayor interés en el mercado ya que se aprecia un importante crecimiento en segmentos concretos como el de mujeres, el de trabajadores independientes o personas de mayor edad en comparación al año 2019. En este escenario, este trabajo de investigación busca conocer qué tanto ha influenciado la educación virtual como nueva estrategia de las universidades postgrado en su desempeño financiero a través de su impacto en el servicio al cliente, tomando como base las teorías de estrategia de negocio y servicio al cliente. El método de investigación a aplicar medirá el impacto de la estrategia en el servicio en sus dimensiones satisfacción, fidelidad, retención y calidad, asimismo, que tanto afectó ello en su desempeño financiero.

Abstract

2020 was a year of many changes in the context of a global pandemic by Coovid-19. Due to the restrictions of mobilization many companies have been forced to adapt and change their business strategies. Within these, it is postgraduate education that has shown a greater interest in the market since there is an important growth in specific segments such as women, self-employed or older people compared to 2019. In this scenario, this research paper seeks to know how much has influenced virtual education as a new strategy of postgraduate universities in their financial performance through its impact on customer service, based on business strategy and customer service theories. The research method to be applied will measure the impact of the strategy on the service in its dimensions of satisfaction, fidelity, retention, and quality, which also affected its financial performance.

Palabras clave: Estrategia de negocio, servicio al cliente, desempeño financiero, educación virtual.