



INSTITUTO PARA LA
CALIDAD
PUCP

PROGRAMA

GESTIÓN INTEGRAL DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y CALIDAD EN EL SERVICIO

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

Programa

Gestión Integral de la Experiencia del Cliente y Calidad en el Servicio



Sobre nuestro programa



Duración
56 horas



Modalidad
Semipresencial



Certificado
Digital

Las organizaciones modernas implementan sistemas de gestión de la calidad alineados a una cultura enfocada en el cliente como base para alcanzar eficiencia, diferenciación y sostenibilidad. La calidad del servicio requiere estrategias que permitan interpretar las expectativas del cliente, ofrecer experiencias consistentes a través de múltiples canales y medir la satisfacción en relación con lo que recibe. El factor humano es decisivo: se necesita liderar situaciones complejas, aplicar técnicas de negociación, gestionar relaciones con enfoque omnicanal y consolidar la fidelización, siempre con compromiso hacia la mejora continua y los resultados.

En este contexto, el **Programa en Gestión Integral de la Experiencia del Cliente y Calidad** en el Servicio responde a la demanda de formar profesionales capaces de liderar procesos de mejora continua, diseñar experiencias significativas y gestionar indicadores clave alineados con los objetivos estratégicos de la organización. A través de un enfoque práctico, integrador y actualizado, el programa promueve el desarrollo de competencias para transformar la cultura organizacional y liderar equipos orientados al cliente, posicionando al servicio como un factor diferenciador y generador de valor sostenible.



Programa en Gestión Integral de la Experiencia del Cliente y Calidad en el Servicio (formato digital) a nombre del Instituto para la Calidad de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Perfil del participante

Responsables de experiencia del cliente y Cx Managers

Gerentes o coordinadores de calidad

Supervisores y líderes de centros de atención al cliente



Objetivo

- Contribuir con el fortalecimiento de las competencias profesionales para la implementación de estrategias y herramientas de calidad de servicio al cliente como factor esencial de diferenciación en su organización.

Perfil del egresado

El egresado desarrollará las siguientes **competencias**:

- Analiza los fundamentos de la experiencia del cliente y la calidad en el servicio, considerando la cultura organizacional y la generación de ventajas competitivas.
- Aplica herramientas e indicadores para diseñar y medir experiencias del cliente, asegurando su alineación con los objetivos organizacionales y la mejora continua del servicio.



Sobre el trabajo en equipo

***Nota:** Una de las competencias por desarrollar en el programa es la capacidad de trabajar en equipo, por ende *todos los trabajos se elaboran de forma grupal*. Los grupos formados se mantendrán a lo largo del programa.

***No se aceptará la formación de grupos adicionales a los establecidos.**



REQUISITOS

- Ficha de inscripción, firmada.
- Compromiso de honor, firmado.
- DNI (copia legible).
- Carta de compromiso de la empresa (solo en caso la empresa financie el programa).
- Se recomienda dedicación de horas adicionales a las formalmente propuestas en la estructura curricular, para un óptimo desempeño académico.
- Lectura previa de las Reglas de Actividades para Formación Continua del Instituto para la Calidad.

Consulta sobre nuestros planes de financiamiento y descuentos.

Transformación a través de la experiencia

Durante el proceso formativo se encontrará inmerso en una experiencia de transformación enfocada en la mejora continua de sus desempeños profesionales a través de una ruta de aprendizaje que parte de la práctica y está orientada a la práctica.

Modulo

1

Integración de la experiencia del cliente y la calidad del servicio

Aborda la integración de la experiencia del cliente con la calidad del servicio como ventaja competitiva para la organización.

2

Diseño de la experiencia del cliente con enfoque en la calidad del servicio

Presenta las herramientas para el diseño de experiencias del cliente alineadas a la calidad del servicio y los objetivos organizacionales.

3

Medición de la experiencia del cliente para la calidad del servicio

Presenta las herramientas de medición de la experiencia del cliente para analizar brechas y tomar decisiones basadas en datos.

4

Equipos centrados en el cliente y la calidad del servicio

Aborda el marco para la implementación de una cultura organizacional con conexión en el cliente y centrada en la calidad.



Docentes*



José Carlos Purizaca Vega

Maestro en Derecho Civil y Comercial (UNFV). Abogado (UNFV). Especialista en Consumo y Empresa (Universidad Complutense de Madrid, España). Certificado en Habilidades Directivas para el Ejecutivo Moderno (CENTRUM PUCP). Se ha desempeñado como director de la Escuela Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual (ECP) del INDECOPI, coordinador académico de la Dirección de Derechos de Autor del INDECOPI y como docente en la ENC y en la UPN. Actualmente, es ejecutivo en el INDECOPI, docente en la ECP del INDECOPI y en el Instituto para la Calidad PUCP.



Olazábal Gómez De La Torre Margarita

Máster en Administración de Empresas (INCAE, Costa Rica). Administradora de Empresas (UCSM). Especialista en Customer Experience Management (UP e IZO). Certificada en Scrum Master (SCRUMstudy) y CX Metrics, ROI & Economics (Clientrika). Se ha desempeñado como gerente de operaciones, gerente de ventas, gerente de servicio al cliente postventa y gerente de experiencia de clientes en Falabella Perú y miembro del Customer Experience World Games para Latinoamérica. Actualmente, es consultora asociada en Hito Consultoría Boutique, docente en la Universidad ESAN y en la PUCP.



Liliana Gianina Monteverde Cerruti

Máster en Dirección y Administración de Empresas (UNIR, España). Administradora de Empresas (ULIMA). Especialista en Gestión e Ingeniería de la Calidad (Instituto para la Calidad PUCP). Se ha desempeñado como gerente de procesos y consultora en Ilender Pharmaceutical Corporation, gerente de unidad de negocio en San Fernando, gerente de recursos humanos en Lan Perú y docente en USIL, ULIMA, ESAN y Zegel. Actualmente, es consultora sénior, docente en la UPC y en el Instituto para la Calidad PUCP.



Julissa Vidal Alvarado

Maestra en Dirección de la Comunicación Empresarial (UPC). Comunicadora (ULIMA). Especialista en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (UPC). Se ha desempeñado como directora de planeamiento estratégico en Atomikal y en La Central, directora de marketing estratégico en Creative Studio y en 3.0 Consulting Group, directora de contenidos digitales en Revista Perfiles y como jefe de Marketing en Loyalty Perú. Actualmente, es CEO y directora de planeamiento estratégico en la Agencia Martínez Vidal, mentora de innovación y consultora en marketing y publicidad, docente en la UPC y en la PUCP.



Nota: El sistema de evaluación está basado en trabajos aplicativos en equipo, asistencia, exámenes, entre otros.

* El Instituto para la Calidad PUCP se reserva el derecho de efectuar cambios en los docentes de acuerdo a su política de mejora continua.



INSTITUTO PARA LA
CALIDAD
PUCP

Av. Universitaria 1801 - San Miguel

Correo: informes.calidad@pucp.pe

www.calidad.pucp.edu.pe