



Instituto Tecnológico de Costa Rica

Escuela de Administración de Empresas

Investigación de la satisfacción de los clientes actuales de los programas de educación abierta de la Academia Generaciones de Éxito e identificación de oportunidades para fortalecimiento institucional mediante un análisis comparativo de sus principales competidores

Proyecto de Graduación para optar por el Grado de Bachillerato en Administración de Empresas

Elaborado Por:

Nicole Monique Sandoval Rodríguez

Profesor Tutor:

MDE. Eduardo Valverde Masís

I Semestre

San José, 2026



Esta obra está bajo la licencia [Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) © 2026 por Nicole Monique Sandoval Rodríguez

Dedicatoria

A mis padres, María Salomé y Abel Martín, por apoyarme en los días felices, tristes y neutrales de mi vida. No sería la estudiante que soy hoy sin su apoyo constante en las noches en vela y las carreras contra el tiempo.

A mi abuela, Petrona Mercedes, que en paz descansa, que Dios la tenga en alta gloria. Ella nunca dudó de mis capacidades y me animó con su humor durante gran parte de mi vida universitaria.

A mis amigos Isabela Vargas, Ignacio Delgado, Gonzalo Cogley y Carlos Pérez, por sus horas dedicadas a escuchar mis infortunios y alegrías, por las risas y llantos, y por todo el apoyo que me han brindado a lo largo de este tiempo.

A mi profesora de hace años, Kristell Echeverría, por brindarme la oportunidad de realizar mi Trabajo Final de Graduación en su academia, así como por los consejos y las clases que llegó a darme hace ya 7 años.

A mi profesor tutor, Eduardo Valverde, por su paciencia, dedicación y conocimiento al explicar y corregir mis avances, y por ser una luz en este proceso tan duro que atravesamos los universitarios.

A mí misma, porque, a pesar de las dificultades que a veces me presentó la vida, también me brindó momentos llenos de alegría, colores y asombro; por esas noches lluviosas que se convirtieron en amaneceres soleados, por aprender a priorizarme, por no rendirme ante la desesperación y por hacer todo lo necesario para llegar al día de hoy. Nunca dejes de luchar por tus sueños.

Al Tecnológico de Costa Rica, por darme la oportunidad en 2020 de convertirme en su estudiante y brindarme las herramientas necesarias para ser la profesional que soy ahora.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por darme la fortaleza, la salud y la sabiduría necesarias para culminar esta etapa tan importante de mi vida.

A mis padres, por su apoyo incondicional a lo largo de mi formación académica, por su esfuerzo, paciencia y por ser el pilar más fuerte en este proceso.

A mi profesor tutor, Eduardo Valverde, por su guía, dedicación y acompañamiento durante el desarrollo de este Trabajo Final de Graduación.

A la Academia Generaciones de Éxito, especialmente a su directora, Kristell Echeverría, por brindarme la oportunidad de desarrollar este proyecto en su institución y por el apoyo proporcionado durante la investigación. Gracias también a los colaboradores de la academia, tanto del área administrativa como docente, así como a sus estudiantes.

A Miguel Guevara, por la orientación y el apoyo brindado durante mi participación en el departamento de dirección del Campus Tecnológico Local San José, los cuales aportaron a mi desarrollo académico y profesional.

A mis amigos Isabela, Ignacio, Gonzalo y Carlos, por su apoyo, comprensión y acompañamiento durante este proceso.

A creadores de contenido como Invokah y YUZUYA, cuyos trabajos brindaron momentos de entretenimiento, tranquilidad y compañía durante este proceso, contribuyendo a sobrellevar etapas emocionalmente retadoras y favoreciendo el bienestar personal necesario para continuar.

Finalmente, agradezco al Tecnológico de Costa Rica y a sus profesores por la formación recibida a lo largo de mi carrera, en especial a la MAE Ingrid Solís y al MAE Oscar Maroto.

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo	1
Abstract	1
Palabras Claves	2
Introducción	3
Capítulo I. Planteamiento del Problema	6
1.1. Marco Referencial.....	6
1.1.1. Antecedentes de la empresa	6
1.1.2. Descripción del Servicio	10
1.1.3. Misión	11
1.1.4. Visión	12
1.1.5. Valores	12
1.1.6. Organigrama	12
1.1.7. Sector Económico	12
1.1.8. Área en que se va a Desarrollar el Estudio	13
1.2. Servicios Sujetos a Estudio	13
1.2. Antecedentes del Estudio	14
1.3. Justificación del Estudio	14
1.4. Planteo del Problema	16
1.5. Objetivos del Estudio	16
1.5.1. Objetivo General	16
1.5.2. Objetivos Específicos.....	16
1.6. Alcances y Limitaciones del Proyecto	17
1.6.1. Alcance	17
1.6.2. Limitaciones.....	17
Capítulo II. Revisión de la Literatura	19
2.1. Investigación de mercados	19
2.1.1. Investigación Exploratoria	19
2.1.2. Investigación Descriptiva.....	19
2.1.3. Investigación Causal	19
2.1.4. Investigación Observacional	20
2.1.5. Investigación por Encuesta	20

2.1.6.	Investigación Experimental	20
2.1.7.	Investigación Cuantitativa	20
2.1.7.1.	Objetivos de los métodos cuantitativos.....	21
2.1.8.	Investigación Cualitativa	21
2.2.	Encuesta	22
2.3.	Grupo Focal	22
2.4.	Satisfacción del Cliente.....	23
2.5.	Servicio al Cliente.....	24
2.6.	Benchmarking	24
2.6.1.	Competencia	24
2.7.	Posicionamiento Competitivo	25
2.8.	Conceptos de Apoyo	25
2.8.1.	Factores que Influyen en la Percepción de Marca	25
2.8.2.	Métodos para evaluar la percepción de marca	25
2.8.2.1.	Métodos cualitativos y cuantitativos.....	25
2.8.3.	Océano Azul y Océano Rojo.....	26
2.8.4.	Medios de Contacto	26
2.8.5.	Plan de Muestreo.....	26
2.8.6.	Instrumentos de Investigación	26
2.8.7.	Aplicación del plan de investigación	27
2.8.8.	Interpretación e informe de los hallazgos	27
2.8.9.	Tipos de Datos	27
2.8.9.1.	Datos Primarios.....	27
2.8.9.2.	Datos Secundarios.....	27
2.8.10.	Recolección de Datos.....	27
2.8.11.	Estrategias de Mercado	28
2.8.11.1.	Promesa de marca	28
2.8.11.2.	Propuesta de valor.....	28
2.8.11.3.	Diferenciación.....	28
2.8.11.4.	Estrategias de diferenciación	29
2.9.	Conceptos Técnicos del Estudio	29
2.9.1.	Pymes.....	29

2.9.2.	Ministerio de Educación Pública (MEP)	29
2.9.3.	Educación Abierta.....	30
2.9.3.1.	Tercer Ciclo (III Ciclo)	30
2.9.3.2.	Educación Diversificada a Distancia (EDAD)	30
2.9.3.3.	Bachillerato por Madurez Suficiente	31
2.9.3.4.	Naturalización	32
2.9.4.	Organización No Gubernamental (ONG)	32
2.9.5.	Gran Área Metropolitana (GAM)	33
2.9.6.	Modalidades.....	33
2.9.6.1.	Modalidad Presencial.....	33
2.9.6.2.	Modalidad Virtual.....	34
2.9.6.3.	Modalidad Híbrida	34
2.9.7.	Sinpe Móvil.....	34
	Capítulo III. Metodología	36
3.1.	Enfoque de la Investigación.....	36
3.2.	Diseño de la Investigación	36
3.3.	Unidad de Análisis.....	37
3.3.1.	Población de Estudio.....	37
3.3.2.	Muestra	37
3.4.	Estrategia de Muestreo.....	38
3.5.	Variables de la Investigación	39
	Capítulo IV. Análisis de Resultados	41
4.1.	Estudio Satisfacción del Cliente	41
4.1.1.	Resultados Encuesta.....	41
4.1.1.1.	Perfil del Cliente	42
4.1.1.2.	Servicio Académico	59
4.1.1.3.	Servicio Administrativo	73
4.1.1.4.	Instalaciones Físicas.....	87
4.1.1.5.	Mobiliario y Equipamiento	103
4.1.1.6.	Ambiente de Aprendizaje	117
4.1.1.7.	Lecciones y Profesorado	123
4.2.	Resultados Focus Group de EDAD	143

4.2.1.	Motivaciones para matricularse y expectativas iniciales	143
4.2.2.	Calidad académica y cumplimiento de expectativas	143
4.2.3.	Docencia y metodología	144
4.2.4.	Materiales y plataformas.....	144
4.2.5.	Modalidad de estudio y adecuación personal	145
4.2.6.	Horarios y puntualidad.....	145
4.2.7.	Servicio al cliente y comunicación institucional	146
4.2.8.	Confianza y respaldo institucional.....	146
4.2.9.	Accesibilidad, infraestructura y ambiente.....	146
4.2.10.	Relación precio–valor y promociones	146
4.2.11.	Posicionamiento y recomendación	147
4.2.12.	Barreras para continuar y necesidades de mejora	147
4.3.	Resultados Focus Group de Bachillerato por Madurez	147
4.3.1.	Motivaciones para matricularse y expectativas iniciales	147
4.3.2.	Calidad académica y cumplimiento de expectativas	148
4.3.3.	Docencia y metodología	148
4.3.4.	Materiales y plataformas.....	149
4.3.5.	Modalidad de estudio y adecuación personal	149
4.3.6.	Horarios y puntualidad.....	150
4.3.7.	Servicio al cliente y comunicación institucional	150
4.3.8.	Confianza y respaldo institucional.....	150
4.3.9.	Accesibilidad, infraestructura y ambiente.....	151
4.3.10.	Relación precio–valor y promociones	151
4.3.11.	Posicionamiento y recomendación	152
4.3.12.	Barreras para continuar y necesidades de mejora	152
4.4.	Resultados Focus Group de III Ciclo.....	152
4.4.1.	Motivaciones para matricularse y expectativas iniciales	152
4.4.2.	Calidad académica y cumplimiento de expectativas	153
4.4.3.	Docencia y metodología	153
4.4.4.	Materiales y plataformas.....	154
4.4.5.	Modalidad de estudio y adecuación personal	154
4.4.6.	Horarios y puntualidad.....	155

4.4.7.	Servicio al cliente y comunicación institucional	155
4.4.8.	Confianza y respaldo institucional.....	155
4.4.9.	Accesibilidad, infraestructura y ambiente.....	156
4.4.10.	Relación precio–valor y promociones	156
4.4.11.	Posicionamiento y recomendación	156
4.4.12.	Barreras para continuar y necesidades de mejora	157
4.5.	Análisis del Sondeo y los Focus Groups.....	158
4.5.1.	Perfil del Cliente	158
4.5.2.	Satisfacción con el servicio académico y la modalidad	161
4.5.3.	Satisfacción con el servicio administrativo, precios e imagen institucional	163
4.5.4.	Sobre las instalaciones físicas de la academia	165
4.5.5.	Sobre el mobiliario y el equipamiento de la academia	167
4.5.6.	Sobre el ambiente de aprendizaje	169
4.5.7.	Satisfacción con las lecciones y el profesorado	170
4.6.	Estudio Benchmarking.....	174
4.6.1.	Convexa 2.0	175
4.6.2.	Educación con Propósito.....	181
4.6.3.	Instituto Educativo Juventus	185
4.6.4.	Instituto Pedagógico y Tecnológico (IPT).....	188
4.6.5.	Academia Breca	191
4.7.	Análisis del Benchmarking	196
4.7.1.	Identificación y Presencia	203
4.7.1.1.	Logotipo.....	203
4.7.1.2.	Dirección.....	203
4.7.1.3.	Años de trayectoria	203
4.7.1.4.	Horario de atención.....	203
4.7.1.5.	Redes sociales	204
4.7.1.6.	Calificaciones Google / Facebook	204
4.7.1.7.	Opiniones Google / Facebook.....	204
4.7.2.	Oferta y Precio	205
4.7.2.1.	Servicios ofrecidos.....	205
4.7.2.2.	Precios.....	205

4.7.2.3.	Promociones / Paquetes	205
4.7.2.4.	Requisitos de ingreso	206
4.7.3.	Metodología y Valor Agregado	207
4.7.3.1.	Modalidad	207
4.7.3.2.	Horarios de clases	207
4.7.3.3.	Material didáctico	208
4.7.3.4.	Propuesta de valor.....	208
4.7.3.5.	Uso de plataformas tecnológicas	209
4.7.4.	Servicio al Cliente.....	209
4.7.4.1.	Tiempo de respuesta al primer mensaje.....	209
4.7.4.2.	Calidad del seguimiento.....	209
4.7.4.3.	Facilidad de pago	210
4.8.	Oportunidades de Fortalecimiento identificadas mediante el Benchmarking	210
4.8.1.	Ampliar la estrategia de promociones.....	210
4.8.2.	Incorporar más facilidades de pago	210
4.8.3.	Fortalecer la oferta de materiales digitales	211
4.8.4.	Innovar en elementos de valor agregado	211
Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones		212
5.1.	Conclusiones	212
5.2.	Recomendaciones	213
Cronograma.....		216
Referencias.....		217
Apéndice		223
1.	Encuesta para el sondeo de satisfacción de clientes	223
2.	Guía para el desarrollo del Grupo Focal.....	233
3.	Transcripciones de los Grupos Focales	239
3.1.	Focus Group de EDAD.....	239
3.1.1.	Transcripción del Focus Group de EDAD	242
3.2.	Focus Group de III Ciclo	259
3.2.1.	Transcripción del Focus Group de III Ciclo	261
3.3.	Focus Group de Bachillerato por Madurez.....	274
3.3.1.	Transcripción del Focus Group de Bachillerato por Madurez	276

Anexos	294
1. Tablas de Especificaciones	294
1.1. III Ciclo	294
1.2. Educación Diversificada a Distancia	294
1.2.1. Prueba 1	294
1.2.2. Prueba 2	294
1.3. Bachillerato por Madurez Suficiente	295
1.4. Naturalización	295

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Logo de la Academia Generaciones de Éxito.....	10
Figura 2 Organigrama de Academia Generaciones de Éxito	12
Figura 3 Academia Generaciones de Éxito, edad del cliente – marzo 2026.....	43
Figura 4 Academia Generaciones de Éxito, género del cliente – marzo 2026	44
Figura 5 Academia Generaciones de Éxito, nivel educativo del cliente – marzo 2026.....	46
Figura 6 Academia Generaciones de Éxito, vivienda del cliente – marzo 2026.....	48
Figura 7 Academia Generaciones de Éxito, servicio matriculado del cliente – marzo 2026.....	50
Figura 8 Academia Generaciones de Éxito, modalidad del cliente – marzo 2026	52
Figura 9 Academia Generaciones de Éxito, ocupación del cliente – marzo 2026.....	54
Figura 10 Academia Generaciones de Éxito, industria laboral del cliente – marzo 2026	56
Figura 11 Academia Generaciones de Éxito, ingresos mensuales del cliente – marzo 2026	58
Figura 12 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la calidad académica – marzo 2026.....	60
Figura 13 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el plan de estudios – marzo 2026.....	62
Figura 14 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las expectativas – marzo 2026.....	64
Figura 15 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la calidad de los materiales – marzo 2026	66
Figura 16 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la adaptación de su modalidad – marzo 2026.....	68
Figura 17 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre los horarios – marzo 2026.....	70
Figura 18 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la puntualidad – marzo 2026.....	72
Figura 19 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la atención al matricular – marzo 2026.....	74
Figura 20 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la comunicación – marzo 2026.....	76

Figura 21 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el servicio al cliente – marzo 2026.....	78
Figura 22 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el precio-valor – marzo 2026.....	80
Figura 23 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la accesibilidad del precio – marzo 2026.....	82
Figura 24 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la confianza – marzo 2026.....	84
Figura 25 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la recomendación – marzo 2026.....	86
Figura 26 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el parqueo – marzo 2026	88
Figura 27 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la limpieza y estado general de las instalaciones – marzo 2026.....	90
Figura 28 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el espacio de las aulas – marzo 2026.....	92
Figura 29 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la ventilación de las aulas – marzo 2026	94
Figura 30 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la iluminación de las aulas – marzo 2026	96
Figura 31 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el suelo de las aulas – marzo 2026.....	98
Figura 32 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las paredes de las aulas – marzo 2026.....	100
Figura 33 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el entorno físico de las aulas – marzo 2026	102
Figura 34 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre los pupitres de las aulas – marzo 2026.....	104
Figura 35 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la visibilidad a las pizarras – marzo 2026.....	106

Figura 36 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el proyector – marzo 2026.....	108
Figura 37 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la computadora docente – marzo 2026.....	110
Figura 38 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la conexión a internet – marzo 2026.....	112
Figura 39 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la cantidad de tomacorrientes – marzo 2026.....	114
Figura 40 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la funcionalidad de tomacorrientes – marzo 2026.....	116
Figura 41 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el control del ruido externo – marzo 2026.....	118
Figura 42 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la ausencia de distractores – marzo 2026	120
Figura 43 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el ambiente general – marzo 2026.....	122
Figura 44 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el dominio de temas del profesorado – marzo 2026	124
Figura 45 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las explicaciones del profesorado – marzo 2026	126
Figura 46 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la dinamicidad– marzo 2026.....	128
Figura 47 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre los ejemplos prácticos – marzo 2026.....	130
Figura 48 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la participación y respeto – marzo 2026.....	132
Figura 49 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre resolver dudas – marzo 2026.....	134
Figura 50 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la metodología – marzo 2026.....	136

Figura 51 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las evaluaciones– marzo 2026.....	138
Figura 52 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las prácticas – marzo 2026.....	140
Figura 53 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la satisfacción de las lecciones – marzo 2026.....	142
Figura 54 Encuesta para los clientes actuales de la Academia Generaciones de Éxito	223
Figura 55 Guía del Grupo Focal en base a los clientes actuales de la Academia Generaciones de Éxito.....	233

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Definición de las Variables de la Investigación	39
Tabla 3 Academia Generaciones de Éxito, edad del cliente – marzo 2026	42
Tabla 4 Academia Generaciones de Éxito, género del cliente – marzo 2026	44
Tabla 5 Academia Generaciones de Éxito, nivel educativo del cliente – marzo 2026	45
Tabla 6 Academia Generaciones de Éxito, vivienda del cliente – marzo 2026	47
Tabla 7 Academia Generaciones de Éxito, servicio matriculado del cliente – marzo 2026	49
Tabla 8 Academia Generaciones de Éxito, modalidad del cliente – marzo 2026	51
Tabla 9 Academia Generaciones de Éxito, ocupación del cliente – marzo 2026.....	53
Tabla 10 Academia Generaciones de Éxito, industria laboral del cliente – marzo 2026.....	55
Tabla 11 Academia Generaciones de Éxito, ingresos mensuales del cliente – marzo 2026	57
Tabla 12 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la calidad académica – marzo 2026.....	59
Tabla 13 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el plan de estudios – marzo 2026.....	61
Tabla 14 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las expectativas – marzo 2026.....	63
Tabla 15 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la calidad de los materiales – marzo 2026	65
Tabla 16 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la adaptación de su modalidad – marzo 2026.....	67
Tabla 17 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre los horarios – marzo 2026	69
Tabla 18 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la puntualidad – marzo 2026.....	71
Tabla 19 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la atención al matricular – marzo 2026.....	73
Tabla 20 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la comunicación – marzo 2026.....	75
Tabla 21 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el servicio al cliente – marzo 2026.....	77

Tabla 22 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el precio-valor – marzo 2026.....	79
Tabla 23 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la accesibilidad del precio – marzo 2026.....	81
Tabla 24 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la confianza – marzo 2026	83
Tabla 25 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la recomendación – marzo 2026.....	85
Tabla 26 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el parqueo – marzo 2026	87
Tabla 27 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la limpieza y estado general de las instalaciones – marzo 2026.....	89
Tabla 28 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el espacio de las aulas – marzo 2026.....	91
Tabla 29 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la ventilación de las aulas – marzo 2026.....	93
Tabla 30 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la iluminación de las aulas – marzo 2026.....	95
Tabla 31 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el suelo de las aulas – marzo 2026.....	97
Tabla 32 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las paredes de las aulas – marzo 2026.....	99
Tabla 33 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el entorno físico de las aulas – marzo 2026	101
Tabla 34 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre los pupitres de las aulas – marzo 2026.....	103
Tabla 35 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la visibilidad a las pizarras – marzo 2026.....	105
Tabla 36 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el proyector – marzo 2026	107

Tabla 37 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la computadora docente – marzo 2026.....	109
Tabla 38 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la conexión a internet – marzo 2026.....	111
Tabla 39 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la cantidad de tomacorrientes – marzo 2026.....	113
Tabla 40 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la funcionalidad de tomacorrientes – marzo 2026.....	115
Tabla 41 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el control del ruido externo – marzo 2026.....	117
Tabla 42 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la ausencia de distractores – marzo 2026.....	119
Tabla 43 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el ambiente general – marzo 2026.....	121
Tabla 44 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el dominio de temas del profesorado – marzo 2026	123
Tabla 45 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las explicaciones del profesorado – marzo 2026	125
Tabla 46 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la dinamicidad – marzo 2026.....	127
Tabla 47 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre los ejemplos prácticos – marzo 2026.....	129
Tabla 48 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la participación y respeto – marzo 2026.....	131
Tabla 49 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre resolver dudas – marzo 2026.....	133
Tabla 50 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la metodología – marzo 2026.....	135
Tabla 51 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las evaluaciones– marzo 2026.....	137

Tabla 52 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las prácticas – marzo 2026.....	139
Tabla 53 Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las lecciones – marzo 2026.....	141
Tabla 2 Cuadro comparativo entre institutos de educación abierta en la GAM	197
Tabla 54 Cronograma del TFG - I SEM 2026 - Academia Generaciones de Éxito	216
Tabla 55 Lista de asistencia del Focus Group de EDAD	239
Tabla 56 Matriz de Observación del Focus Group de EDAD	240
Tabla 57 Perfil de participante del Focus Group de EDAD.....	241
Tabla 58 Lista de asistencia del Focus Group de III Ciclo	259
Tabla 59 Matriz de Observación del Focus Group de III Ciclo	259
Tabla 60 Perfil de participantes del Focus Group de III Ciclo	260
Tabla 61 Lista de asistencia del Focus Group de Bachillerato por Madurez.....	274
Tabla 62 Matriz de Observación del Focus Group de Bachillerato por Madurez.....	275
Tabla 63 Perfil de participantes del Focus Group de Bachillerato por Madurez	276

Resumen Ejecutivo

Las instituciones educativas privadas que ofrecen programas de educación abierta desempeñan un papel fundamental en la formación de jóvenes y adultos en Costa Rica; sin embargo, muchas carecen de información sobre las características de su clientela y el nivel de satisfacción con los servicios brindados, lo que limita la toma de decisiones estratégicas. Debido a esta situación, la presente investigación se desarrolló en la Academia Generaciones de Éxito con el propósito de conocer la satisfacción de los estudiantes actuales durante el primer semestre del 2026, así como analizar el entorno competitivo mediante un estudio de benchmarking.

La importancia del estudio radica en la necesidad de contar con información confiable que permita identificar necesidades, expectativas y oportunidades de mejora. Para ello, se realizó una investigación de mercados con enfoque mixto, alcance descriptivo y diseño no experimental de carácter transversal.

La recolección de datos se llevó a cabo mediante una encuesta aplicada a los estudiantes actuales, complementada con la realización de grupos focales para profundizar en las percepciones cualitativas. Asimismo, se desarrolló un benchmarking con los principales competidores para identificar prácticas diferenciadoras, fortalezas competitivas y oportunidades de mejora que complementaran los resultados obtenidos en la medición de satisfacción.

Como resultado, se evidenció un alto nivel de satisfacción general, destacando la calidad del profesorado, la atención brindada y la flexibilidad de las modalidades. También se identificaron oportunidades de mejora en aspectos como infraestructura, recursos tecnológicos y servicio al cliente, así como elementos clave para fortalecer el posicionamiento de la academia en el mercado.

Abstract

Private educational institutions that offer open education programs play a fundamental role in the training of young people and adults in Costa Rica; however, many lack information about the characteristics of their clientele and the level of satisfaction with the services provided, which limits strategic decision-making. Due to this situation, the present research was carried out at

Academia Generaciones de Éxito with the purpose of assessing the satisfaction of current students during the first semester of 2026, as well as analyzing the competitive environment through a benchmarking study.

The importance of the study lies in the need to have reliable information that allows the identification of needs, expectations, and opportunities for improvement. To this end, market research was conducted using a mixed-method approach, with a descriptive scope and a non-experimental cross-sectional design.

Data collection was carried out through a survey administered to current students, complemented by focus groups to gain deeper insights into qualitative perceptions. Likewise, a benchmarking study was conducted with the main competitors to identify differentiating practices, competitive strengths, and opportunities for improvement that would complement the results obtained from the satisfaction measurement.

As a result, a high level of overall satisfaction was evidenced, highlighting the quality of the teaching staff, the attention provided, and the flexibility of the modalities. Opportunities for improvement were also identified in aspects such as infrastructure, technological resources, and customer service, as well as key elements to strengthen the academy's positioning in the market.

Palabras Claves

Satisfacción del cliente, Encuesta, Grupo focal, Benchmarking, Investigación de mercados, Educación abierta.

Introducción

Hoy en día las organizaciones educativas del sector privado están en un entorno altamente competitivo debido a una mayor diversidad de ofertas académicas, sus modalidades de enseñanza y las exigencias por parte de los estudiantes y padres. En Costa Rica, las academias e institutos privados que brindan programas de educación abierta, cursos de preparación académica y carreras técnicas son importantes académicamente en la formación de jóvenes y adultos que buscan completar o mejorar su educación formal. Sin embargo, muchas de estas instituciones a veces desarrollan sus servicios sin contar con información concreta sobre la satisfacción que tienen los clientes actuales respecto a los servicios solicitados.

La Academia Generaciones de Éxito, que se ubica en San Pedro de Montes de Oca, ofrece diversos servicios educativos dirigidos a poblaciones con necesidades académicas específicas en Costa Rica como el programa EDAD (Educación Diversificada a Distancia), bachillerato por madurez, cursos de naturalización y carreras técnicas. A pesar de su reconocimiento en el ámbito educativo, la academia no posee estudios formales que le permitan conocer en concreto quiénes son sus clientes meta con sus características sociodemográficas y de comportamiento, ni tampoco saben cómo ellos valoran sus servicios brindados. A causa de la ausencia de esta información, se limita la toma de decisiones administrativas y mercadológicas basadas en datos tangibles, lo que puede afectar la capacidad de la institución para mejorar la experiencia de sus clientes y responder de manera óptima a las expectativas del mercado meta.

Desde la perspectiva de la Administración de Empresas, la investigación de mercados aplicada al sector servicios se ha consolidado como una herramienta fundamental para comprender la satisfacción de los clientes y su percepción sobre los servicios recibidos. A través de este tipo de estudios, las organizaciones pueden recopilar información directa de sus clientes actuales, permitiéndoles conocer cómo valoran aspectos relacionados con la calidad del servicio, la atención recibida, la experiencia general y las oportunidades de mejora dentro de la empresa.

La aplicación de instrumentos como encuestas facilita la obtención de datos estructurados sobre la percepción del cliente, mientras que el uso de técnicas cualitativas complementa dicha información al profundizar en las experiencias y opiniones de los usuarios. Los resultados derivados de estos procesos de investigación aportan insumos relevantes para la toma de decisiones

estratégicas, ya que permiten a las empresas fortalecer su relación con los clientes, mejorar su competitividad en el mercado y optimizar la experiencia del servicio ofrecido.

Ahora, si bien los estudios anteriormente mencionados aportan evidencia relevante sobre la importancia de conocer y analizar la satisfacción del cliente en empresas de servicios, estos se centran en sectores distintos al educativo y no abordan la realidad de las academias privadas que ofrecen programas de educación abierta y acompañamiento académico en Costa Rica. Esta ausencia de investigaciones específicas abrió una oportunidad que fue aprovechada en el presente estudio para generar información actualizada sobre este segmento del sector educativo. De esta manera, la investigación contribuye con datos valiosos tanto para la Academia Generaciones de Éxito como para futuras investigaciones en el ámbito de la administración de servicios educativos.

El propósito de esta investigación es conocer la satisfacción de los estudiantes actuales de la Academia Generaciones de Éxito durante el primer semestre del año 2026, a partir de su percepción sobre los servicios educativos recibidos. Para lograrlo, se desarrolló una investigación de mercados con enfoque mixto y alcance descriptivo, que permitió recopilar información sociodemográfica, de comportamiento y percepción, con el fin de apoyar la toma de decisiones estratégicas orientadas a la mejora de la calidad del servicio educativo ofrecido por la academia.

Además de la encuesta aplicada a los estudiantes, esta investigación integró un focus group (grupo focal) para profundizar en las experiencias, sugerencias y percepciones cualitativas que no pueden ser captadas únicamente mediante preguntas cerradas. Asimismo, el benchmarking se incorpora como una herramienta complementaria para contextualizar los resultados de satisfacción obtenidos y contrastar la propuesta de valor de la Academia Generaciones de Éxito con respecto a sus principales competidores directos e indirectos. De esta manera, fue posible identificar cómo aspectos como la oferta académica, los precios, las modalidades y las estrategias de valor influyen en la satisfacción de los estudiantes, permitiendo reconocer brechas, fortalezas y oportunidades de mejora dentro del entorno competitivo del sector de educación abierta en Costa Rica.

Este proyecto de graduación cumple con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) N° 4 de la agenda 2030: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje, específicamente con las metas 4.3, 4.4, 4.5 y 4.7 que establecen, según la página web oficial del Tecnológico de Costa Rica (TEC) (s.f.), que:

4.3. De aquí a 2030, asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria.

4.4. De aquí a 2030, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.

4.5. De aquí a 2030, eliminar las disparidades de género en la educación y asegurar el acceso igualitario a todos los niveles de la enseñanza y la formación profesional para las personas vulnerables, incluidas las personas con discapacidad, los pueblos indígenas y los niños en situaciones de vulnerabilidad.

4.7. De aquí a 2030, asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible.

La investigación aporta directamente al ODS 4 al generar información que permite mejorar la calidad de los servicios educativos brindados por la Academia Generaciones de Éxito, comprender las necesidades de los estudiantes jóvenes y adultos, reducir barreras de acceso identificadas en este tipo de poblaciones y fortalecer la gestión institucional mediante datos sobre satisfacción del servicio y el entorno competitivo.

Capítulo I. Planteamiento del Problema

1.1. Marco Referencial

La información de la empresa a continuación para los antecedentes de la empresa fue brindada por la directora y dueña de la Academia Generaciones de Éxito, Kristell Echeverría Pradella, por medio de una entrevista cara a cara.

1.1.1. Antecedentes de la empresa

La fundadora y propietaria tuvo experiencias trabajando en diferentes centros educativos privados, semiprivados y públicos. Además, empezó a trabajar en diferentes institutos de educación abierta, allí descubrió esta modalidad y decidió formar su propio centro educativo.

De la experiencia de educación privada, la directora aprendió que la relación que existe entre profesor-estudiante es más dirigida al concepto de alumno-cliente, los padres de familia generalmente pagan cuantiosas sumas de dinero para que sus hijos tengan la mejor calidad educativa, sin embargo esto no se logra porque los mejores profesores prefieren trabajar para el MEP porque los colegios privados aunque sean de renombre no dan las garantías laborales ni dan salarios superiores a la educación pública. Hay que tener a los padres de familia y estudiantes contentos para lograr conservar el puesto de trabajo. En los colegios semiprivados la oportunidad que vio ahí fue que uno como profesor es una pieza fácilmente reemplazable del sistema, lo que vale la pena es tratar de desarrollar un centro educativo privado. Echeverría tuvo la experiencia de lo que es tratar directamente con tener como superiores a un cuerpo religioso de monjas.

La directora, Kristell Echeverría, comentó que los colegios subvencionados que son lo mismo que semiprivados, aunque operan administrativamente diferente, el estado les paga toda la planilla de profesores y los religiosos deben asumir el costo del personal administrativo y operativo de limpieza, y mantener las instalaciones. Esto le da la oportunidad a este tipo de colegios de que el estudiante pague mucho menos que un privado, pero tener una calidad educativa superior a la mayoría de los colegios públicos. Esos colegios son sumamente organizados, sin embargo son fuertemente estrictos con su personal, hasta el punto de que traspasan la línea profesional y llegan

a entrar en lo personal del cuerpo docente. Igualmente, si los profesores no están de acuerdo con la normativa del colegio, presiden de sus servicios.

En los colegios públicos diurnos tienen un número excesivo de estudiantes por grupo y a muy pocos de ellos los motiva realmente el progresar en el estudio. En los sectores urbano-marginales, presentan un desinterés por el desempeño escolar, por lo que son muy pocos los estudiantes que realmente aprovechan la oportunidad y salen adelante, según Echeverría, y que existen colegios públicos en zonas que más seguras en la que la realidad cambia, por ejemplo, los colegios de San Pedro en Montes de Oca, Escazú, Santa Ana, o bien los colegios rurales tienen un mayor número de estudiantes que logran concluir exitosamente su bachillerato.

La directora afirma que hay muchas modalidades, los colegios públicos nocturnos tienen personas jóvenes y adultas, que muchas veces desean recuperar el tiempo perdido y su disciplina y constancia, crean ambientes más propicios para generar un proceso de enseñanza-aprendizaje más exitoso. Lo mismo sucede con los privados de libertad, contrario a lo que piensa el imaginario colectivo, estas personas muchas veces están deseosas de aprender y es más fácil tratar con temas de disciplina en el aula. El sistema público de cierta forma tiene problemas estructurales y metodológicos tan serios, que hace que miles de jóvenes deserten de las aulas y, por lo tanto, se vuelvan potenciales clientes de los diferentes institutos.

La mayoría de los centros privados de educación abierta no velan por la calidad educativa. Es decir, no tienen un interés real porque el estudiante progrese académicamente, se van por el lucro. Muchos de estos lugares, incluso se aprovechan del desconocimiento que tienen los padres y estudiantes sobre el sistema, y los engañan con el fin de hacerlos repetir materias de manera innecesaria, según la señora Kristell.

El programa de Naturalización, según Echeverría, es el más específico y diferente al ser enfocado hacia personas extranjeras que deben realizar 2 pruebas, una de español y otra de estudios sociales para tener el requisito de la naturalización. Se trata del único examen con reconocimiento constitucional, por lo que no es posible privar a los estudiantes de su derecho a realizarlo. En cambio, los demás programas se establecen mediante decretos y no por ley, lo que implica que dichos programas pueden ser modificados o eliminados por el Ministerio de Educación competente, por el lado de Naturalización sólo que exista una reforma constitucional que disponga lo contrario.

Según la entrevista sostenida con Echeverría, la Academia Generaciones de Éxito al tener ética y no hacer este tipo de tácticas comerciales, ha generado una red de clientes que confían en el personal y por ende se ha generado una recomendación de boca de boca que ha durado años, de esta manera se sigue creciendo con una base sólida de clientes.

En palabras de la directora Kristell, el nombre “Academia Generaciones de Éxito” fue elegido por Echeverría pensando en que no hubiera otro nombre en el registro de la propiedad o nombre similar. “Generaciones” fue porque en los diferentes anuarios de colegios llevan el título “Generación 20XX” y eso se ve como el paso de diferentes épocas de graduados, para “Éxito” se le eligió por su propósito de que pasen sus estudiantes y terminen título en mano, siendo un “éxito” al lograr pasar esas etapas de las vidas educativas de los estudiantes.

La Academia Generaciones de Éxito queda en San Pedro, Montes de Oca, en el barrio Francisco Peralta que es de la Casa Italia 300 metros sur.

La institución no posee página web, pero sí tiene redes sociales como en Facebook e Instagram en las que publican los cursos que están en matrícula abierta y promociones de las temporadas, como por ejemplo con el *Black Friday*.

Según lo expuesto por Echeverría, en el año 2009 salió el estudiante con mejor nota por Bachillerato por Madurez de todo San José, y la directora fue nombrada presidenta de ANIPEA (Asociación Nacional de Institutos Privados). Gracias a ello hubo un aumento en las matrículas por la calidad y buena imagen, ya que se generó una fama en donde muchas personas creen que si vienen a Academia Generaciones de Éxito van a pasar sus materias y lograr graduarse.

De acuerdo con la directora, durante la pandemia se paralizó el sistema de educación abierta por lo que tuvieron que sobrevivir en el año 2020 con los mismos estudiantes que se matricularon desde febrero hasta diciembre, por lo que no tuvieron nuevos estudiantes a mediados de año o después del mes de febrero. A causa de ello, todo el personal administrativo y docente tuvieron que recibir menor cantidad de dinero en sus salarios en comparación a los años anteriores.

En palabras de Echeverría, tuvieron que evolucionar a la virtualidad. Todo el personal tuvo que aprender a usar plataformas como Zoom y Google Meets. Esto trajo como consecuencia, la atracción de un público nuevo como lo es: jóvenes de la Asociación de Surf de Cóbano. Se tuvo

que invertir en trípodes y celulares inteligentes, así como el desarrollo de clases sincrónicas en donde se cuenta con público presencial y virtual a la vez, y otras clases 100% en línea.

Según lo comentado por Echeverría, ahora mismo está expandiendo su mercado para el título en Técnico Superior de Archivística y se piensa abrir un nuevo técnico de Bodegas e Inventario en Logística. Muy probablemente se tratará de abrir una Universidad Privada con cuatro carreras que es el mínimo que pide el CONESUP.

Como explicó la directora, el técnico en archivística se seleccionó porque era un océano azul. La Universidad Técnica Nacional (UTN) daba este técnico, pero antes de la pandemia decidieron cerrarlo. La directora conocía de primera mano a los profesores que impartían los cursos en la UTN, por lo tanto, ellos fueron quienes diseñaron la malla curricular comenzando las clases.

Siguiendo la entrevista con Echeverría, mencionó que el técnico en Bodegas e Inventarios surgió después de mucho tiempo de investigar otro mercado sin saturación. La academia ha tratado de crear convenios con empresas y por ello se les ha realizado la pregunta abiertamente acerca de cuál es el técnico que ellos sienten que sería útil para sus empresas, pero las personas normalmente carecen de ello. De allí surgió la idea de abrir el técnico en Bodegas e Inventarios al casi nadie impartirlo y las empresas necesitan personal especializado en dicha área.

Según lo señalado por la directora, la demanda en archivística ha sido alta, precisamente porque es un océano azul y han creado cierta fama a nivel del gremio de archivistas a nivel nacional puesto que se han extendido por las 7 provincias por medio de la virtualidad. A nivel país, existe una ley que obliga que todas las instituciones del estado deban tener un departamento de archivística, y no existen suficientes profesionales en el área, sobre todo a nivel técnico. En cuanto a Bodegas e Inventarios es la primera vez que se abrirá el técnico en mayo de 2026.

El logo y escudo actual de la Academia Generaciones de Éxito se presenta en la siguiente figura 1:

Figura 1

Logo de la Academia Generaciones de Éxito



1.1.2. Descripción del Servicio

La Academia Generaciones de Éxito brinda servicios educativos con clases ya sea presenciales o en línea, cursos intensivos que van desde un mes hasta medio año.

Dan clases sobre las materias de español, estudios sociales, biología, cívica, inglés y matemáticas con el estilo de educación abierta en el que no es escolarizada el cual no exige una asistencia regular del estudiante a la academia, el estudiante es autónomo y tiene acompañamiento del docente durante las clases. También dan técnicos en Archivística para personas adultas, y cuando se aproximan los exámenes de admisión de las universidades públicas, abren cursos tanto de comprensión de lectura como de matemáticas especializados en los exámenes de admisión.

La academia cuenta con exámenes reales que han tenido estudiantes anteriores y la academia los reutiliza para hacer simulacros reales para que lleguen los actuales estudiantes de educación abierta de Naturalización, Bachillerato por Madurez, Tercer Ciclo y EDAD con seguridad al examen.

Tercer Ciclo: Es un programa para ganar séptimo, octavo y noveno año de colegio, en total son 6 materias por cada nivel, entonces 18 materias en total. Si un estudiante en el colegio aprobó algunas materias estas se reconocen en educación abierta y retoma el estudio a partir de las materias que no aprobó, si un estudiante de séptimo ganó 2 materias, puede ir adelantándolas en octavo

mientras hace las de séptimo que le faltó. Se llevan a cabo los exámenes de Tercer Ciclo dos veces al año, generalmente en mayo y en octubre. El servicio se brinda tanto presencial como virtual, pero si son menores de edad se recomienda que los estudiantes lleguen de manera presencial para mayor concentración durante las clases, pero perfectamente pueden tomar las clases virtualmente, sobre todo si se encuentran en zonas alejadas de San José.

Programa EDAD: Es la opción ideal para jóvenes y adultos que desean ganar décimo y undécimo año en un formato accesible, se les da en cualquier materia que se solicita por el MEP que son cívica, estudios sociales, inglés, matemáticas, ciencias y español. Estos exámenes pasan a mediados y finales de año, entonces para el examen de décimo se capacitan desde enero y así llevar el examen a mediados de año, y por el lado de undécimo, se capacitan desde mediados de año hasta noviembre para realizar sus exámenes correspondientes. Este servicio se brinda de manera virtual como presencial, aunque tanto la profesora de matemáticas como la directora aconsejan que para matemáticas se curse presencial por el nivel de concentración que se debe darle a esa materia.

Bachillerato por Madurez: Diseñado para quienes desean finalizar su educación secundaria sin importar su edad. Cubre igualmente todas las materias anteriormente mencionadas, dura 4 meses si llevan bloque completo y lo cursan mayores de 18 años.

Curso de Naturalización: El curso se enfoca en los contenidos evaluados en la prueba de naturalización que son estudios sociales y español. Los cursos de naturalización duran 3 meses. Va dirigido a extranjeros que desean convertirse en costarricenses.

Técnico en Archivista: Los técnicos en archivística son requeridos en instituciones públicas, empresas privadas, municipalidades, hospitales, escuelas y bancos. Se les brinda un certificado al acabar el curso para que lo muestren a la hora de solicitar trabajo. Dura 1 año el técnico en modalidad virtual. En archivística no hay un número límite.

1.1.3. Misión

Ser un centro educativo que se compromete con la formación académica y humanista, para el logro de metas para el bien de la sociedad actual.

1.1.4. Visión

Proyectar acciones de fortalecimiento de los diferentes aprendizajes por medio de la construcción de conocimientos entre profesores y estudiantes, para el logro del éxito académico.

1.1.5. Valores

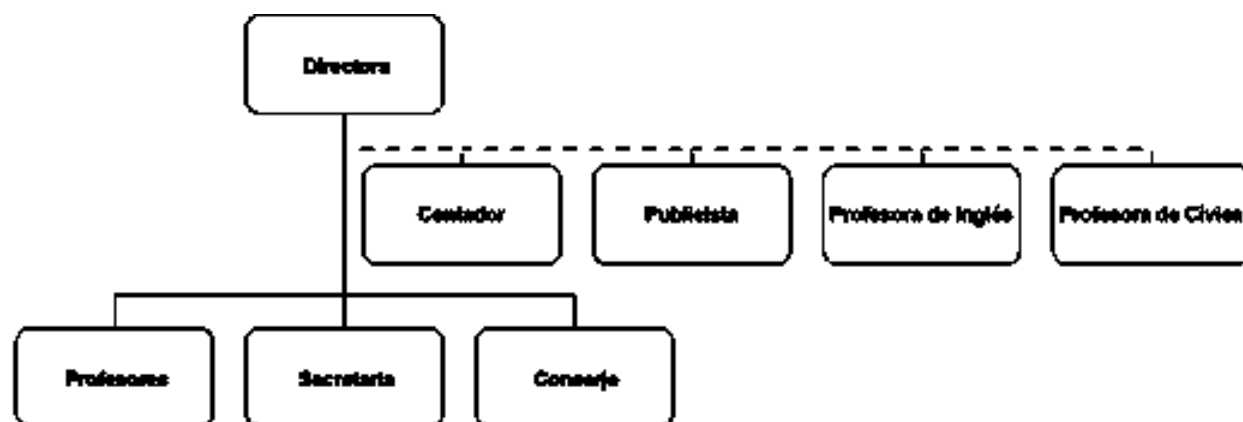
Entrega, Constancia, Esfuerzo, Paciencia, Amor, Honestidad.

1.1.6. Organigrama

A continuación, se presenta el organigrama de la Academia Generaciones de Éxito actualizado.

Figura 2

Organigrama de Academia Generaciones de Éxito



1.1.7. Sector Económico

La academia brinda servicios enfocados a la educación de las personas, por lo que su clasificación sería del sector económico terciario.

Según el Clasificador de Actividades Económicas de Costa Rica 2023 publicado por el INEC, la actividad económica de la Academia Generaciones de Éxito se clasifica en la Sección Q,

correspondiente a “Educación”, donde se agrupan las actividades relacionadas con servicios educativos formales y no formales prestados por instituciones privadas y públicas en el país.

1.1.8. Área en que se va a Desarrollar el Estudio

El área en la que se desarrollará el estudio corresponde a los servicios educativos de educación abierta que conforman la oferta académica principal de la Academia Generaciones de Éxito, que incluye los cursos de preparación para el Programa EDAD (décimo y undécimo año educativo de colegio), Tercer Ciclo (séptimo, octavo y noveno año educativo de colegio), el Bachillerato por Madurez y Naturalización. El estudio se centrará en la percepción de los clientes que utilizan estos servicios, con el fin de evaluar su satisfacción, hábitos de uso y características sociodemográficas durante el primer semestre del 2026. Además, el proyecto incorporará la realización de un *focus group* para profundizar en las experiencias, opiniones y sugerencias de los estudiantes; la ejecución de un estudio de benchmarking con los principales competidores del sector para analizar el entorno competitivo.

1.2. Servicios Sujetos a Estudio

- **Tercer Ciclo:** Comprende las materias de séptimo, octavo y noveno año educativo, impartidas bajo la modalidad de educación abierta para personas que necesitan concluir la educación general básica. Abarca las materias de español, ciencias (biología comúnmente), inglés, estudios sociales, cívica y matemáticas. Las distintas tablas de especificaciones de las materias en las que brinda la academia, que bien vendrían siendo el plan de estudios o malla curricular, se encuentra en el apartado de Anexos.
- **Programa EDAD:** Incluye los cursos de preparación para décimo y undécimo año, dirigidos a jóvenes y adultos que requieren completar su ciclo diversificado mediante la modalidad de educación abierta. Abarca las materias de español, ciencias (biología comúnmente), inglés, estudios sociales, cívica y matemáticas. Las varias tablas de especificaciones de las materias en las que brinda la Academia Generaciones de Éxito se encuentran en el apartado de Anexos.

- **Bachillerato por Madurez:** Programa dirigido a personas mayores de 18 años que buscan completar la educación secundaria mediante preparación intensiva para las pruebas oficiales. Abarca las materias de español, ciencias (biología comúnmente), inglés, estudios sociales, cívica y matemáticas. Sus tablas de especificaciones se encuentran en el apartado de Anexos.
- **Curso de Naturalización:** Curso orientado a preparar a personas extranjeras en los contenidos de estudios sociales y español evaluados en el examen de naturalización del Gobierno de Costa Rica. Las tablas de especificaciones están en los Anexos del estudio.

1.2. Antecedentes del Estudio

La Academia Generaciones de Éxito no cuenta con estudios previos orientados a conocer la satisfacción de sus clientes ni a evaluar el entorno competitivo en el que se desarrolla. En este sentido, la presente investigación constituye el primer estudio formal que aborda ambos aspectos, aportando información relevante para la institución.

1.3. Justificación del Estudio

A partir de los resultados obtenidos del estudio, la gerencia podrá analizar la información generada y utilizar esta investigación como insumo para la toma de decisiones estratégicas, permitiendo diseñar e implementar estrategias orientadas a la atracción de clientes.

La directora, al conocer la percepción del cliente a través del análisis de los resultados, podrá utilizar esta información como un insumo para la generación de estrategias orientadas a conectar con su público meta; además, esta información puede complementarse con el análisis del entorno competitivo obtenido mediante el benchmarking, lo que permite una comprensión más integral para la toma de decisiones.

El estudio puede usarse como un gratificante valor teórico para otras instituciones académicas, para que estas tengan una idea sobre lo que sus estudiantes pueden estar esperando, sus expectativas y necesidades con datos recientes sobre satisfacción.

A nivel metodológico, la investigación usará un enfoque mixto de tipo descriptivo, porque se busca analizar la satisfacción de los clientes actuales por medio de datos medibles y característicos que se recopilarán usando la encuesta como técnica de recolección de información para así obtener datos directos de los clientes de forma rápida y organizada. De instrumento se utilizará un cuestionario con preguntas cerradas, semiabiertas y abiertas tener mayor comprensión durante el análisis estadístico de las variables y cuando se comparen los resultados.

Además, la relevancia de esta investigación aumenta al considerar el contexto nacional de la educación para jóvenes y adultos. De acuerdo con un reportaje de Cordero Parra (2026), “72% de los estudiantes excluidos en 2025 eran de programas de educación para jóvenes y adultos”, lo que evidencia la alta vulnerabilidad de esta población y la necesidad de que las instituciones que ofrecen educación abierta comprendan mejor quiénes son sus estudiantes y cuáles son las condiciones que enfrentan. En el mismo artículo una estudiante menciona “A veces ni pases tenía, y nunca me dieron una beca... al final me desmotivé con las notas”, lo que refuerza la importancia de conocer la satisfacción que tienen al final del servicio, sus limitaciones económicas, motivaciones y características sociodemográficas para asegurar que las academias adapten sus servicios a las realidades de sus usuarios.

El análisis del entorno nacional también muestra que esta problemática no es responsabilidad individual, sino que también en el sistema, cosa que también se había mencionado en los antecedentes de la empresa. Como se menciona en ese mismo reportaje, la exclusión educativa representa “un fallo estructural del sistema” y una “gravísima expresión de exclusión y abandono estatal”. En consecuencia, conocer la satisfacción del cliente de la Academia Generaciones de Éxito se vuelve un insumo de gran valor para ofrecer experiencias educativas estables, sostenidas y ajustadas a las necesidades reales de una población con alto riesgo de abandono.

Aunado a esto, la academia requiere comprender cómo se posiciona frente a su competencia, ya que el sector de educación abierta presenta una oferta creciente de institutos privados y alternativas que pueden influir en las decisiones de matrícula. Por ello, un estudio de benchmarking permite identificar fortalezas, debilidades, precios, modalidades, estrategias de comunicación y servicios diferenciadores ofrecidos por los competidores directos e indirectos. Adicionalmente, este análisis permitirá comparar la oferta académica, las modalidades de servicio

y las estrategias competitivas del mercado, proporcionando elementos de referencia para interpretar los resultados de satisfacción del cliente. De esta manera, ambos enfoques se complementan, sirviendo como base para que la academia tome decisiones estratégicas informadas y diseñe acciones de mejora en su servicio educativo.

1.4. Planteo del Problema

Academia Generaciones de Éxito busca saber la satisfacción que sus servicios le dan a sus clientes actuales. A su vez, conocer el benchmarking para evaluar su competencia, por lo que la pregunta de investigación sería la siguiente:

¿Cuál es la satisfacción del servicio de los clientes actuales de los Programas de Educación Abierta, impartidos por la Academia Generaciones de Éxito y cuáles oportunidades de mejora pueden identificarse a partir del análisis comparativo con sus principales competidores, al I semestre 2026?

1.5. Objetivos del Estudio

1.5.1. Objetivo General

Conocer la satisfacción del servicio brindado en los Programas de Educación Abierta, impartidos por la Academia Generaciones de Éxito e identificar oportunidades de fortalecimiento institucional mediante un análisis comparativo de sus principales competidores, al I semestre 2026.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar la satisfacción del servicio recibido por los clientes actuales de los Programas de Educación Abierta de la Academia Generaciones de Éxito durante el primer semestre de 2026, con el fin de detectar oportunidades de mejora en el servicio brindado.

- Reconocer las percepciones, experiencias y valoraciones de los clientes actuales en relación con la satisfacción del servicio educativo recibido en los Programas de Educación Abierta de la Academia Generaciones de Éxito durante el primer semestre de 2026, con el propósito de comprender los factores que influyen en su satisfacción y expectativas.
- Analizar las características de los 5 principales competidores directos e indirectos de la Academia Generaciones de Éxito, con el fin de comprender su oferta, estrategias y posicionamiento en el mercado y generar insumos que complementen la interpretación de los resultados de satisfacción del cliente, durante el primer semestre del 2026.

1.6. Alcances y Limitaciones del Proyecto

1.6.1. Alcance

Esta investigación se realizará con los clientes actuales de la Academia Generaciones de Éxito en San Pedro, Montes de Oca, en el barrio Francisco Peralta, durante el primer semestre del 2026, con el propósito de conocer su percepción de la satisfacción con los servicios educativos ofrecidos. Debido a que el estudio se desarrollará bajo un enfoque mixto, se utilizarán encuestas como técnicas cuantitativas y un *focus group* como técnica cualitativa, para profundizar en las percepciones, experiencias y sugerencias de los estudiantes.

Al ser una investigación de tipo descriptivo, el análisis se centrará en caracterizar los resultados obtenidos a partir de los instrumentos aplicados, sin establecer relaciones causales entre variables. Asimismo, el estudio incluirá un benchmarking orientado al análisis del entorno competitivo, el cual no busca medir la satisfacción del cliente, sino complementar la investigación mediante la comparación de la oferta, estrategias y características de los competidores, aportando elementos de referencia para una mejor interpretación de los resultados obtenidos en la medición de la satisfacción.

1.6.2. Limitaciones

En este apartado se presentarán las posibles dificultades en la práctica que limitarán el trabajo de la investigadora en el proceso de aplicar los instrumentos.

Se presentarán los resultados de un sondeo del mercado potencial debido a que una investigación formal del mercado potencial requiere de recursos económicos y tiempo que, por la naturaleza del proyecto, estaban limitados para la investigadora.

Se tuvieron que hacer gastos por parte de la investigadora para dar incentivos en los *focus group* de III Ciclo, EDAD, y Bachillerato por madurez con dar pizza y galletas al final de cada sesión, dado que se hicieron en horarios de finalización de clase, merienda o almuerzo.

Al caer la Semana Santa, en fechas de clases, toda la semana estuvo feriado y atrasó la ejecución de la herramienta, otro aspecto que dificultó su ejecución, fueron las clases extra de matemáticas hacia los estudiantes de bachillerato por madurez debido a que próximamente fueron sus exámenes, por lo que no se podían perder o interrumpir esas clases. Asimismo, no se pudo realizar el *focus group* al grupo de Naturalización debido a las fechas en las que se llevaría a cabo.

Posibles dificultades para acceder a la totalidad de la población estudiantil objetivo debido a la baja disposición de los estudiantes para responder encuestas y estar en el *focus group*, lo que podría afectar la representatividad de los datos recolectados.

Existe poco acceso a la comunicación con la gerencia por la difícil por la agenda que manejan al dar clases y hacer trámites administrativos.

No existe un estudio previo de satisfacción de los clientes existentes en esta academia y área, para la extracción de información; por lo que se genera la necesidad de conocer estas opiniones, para esto se propone realizar un sondeo de la percepción del cliente para extraer información fundamental.

Para el benchmarking se tenían 6 opciones de empresas similares a la Academia Generaciones de Éxito, pero no se obtuvo respuesta de una de ellas.

Al momento de realizar el análisis del *focus group* del grupo de EDAD, se identificó que parte de la grabación había sido cortada, lo que provocó la pérdida de información relevante.

Capítulo II. Revisión de la Literatura

2.1. Investigación de mercados

De acuerdo con McDaniel & Gates (2016) “la investigación de mercados es la planeación, recolección y análisis de datos relevantes para la toma de decisiones de marketing y la comunicación de los resultados de este análisis a la dirección”.

Kotler & Armstrong (2020), explica que la investigación de mercados se compone de cuatro pasos, que son “definición del problema y objetivos de la investigación, desarrollo del plan de investigación, aplicación del plan de investigación y la interpretación e informe de los hallazgos”.

Los diferentes tipos de investigación que hay, son las siguientes:

2.1.1. Investigación Exploratoria

“se refiere a “la investigación de mercados que busca recabar información preliminar que ayuda a definir problemas y sugerir hipótesis”. (Kotler & Armstrong, 2020).

2.1.2. Investigación Descriptiva

“Consiste en describir fenómenos o situaciones de marketing o los mercados, así como el potencial de mercado de un producto o las características demográficas y actitudes de los consumidores”. (Kotler & Armstrong, 2020).

2.1.3. Investigación Causal

“Busca someter a prueba las hipótesis acerca de relaciones de causa y efecto”. (Kotler & Armstrong, 2020).

2.1.4. Investigación Observacional

Es la que implica observar y escuchar a las personas ya que tiene la capacidad de generar retroalimentación de manera tan natural, que no se alcanza con métodos de investigación más estructurados y formales. (Kotler & Armstrong, 2020).

2.1.5. Investigación por Encuesta

Según Mc Daniel & Gates (2016), Dentro de la investigación preliminar, podría tomar la forma de sondeos, estudios piloto, encuesta de experiencia o grupos de enfoque. Es generalmente apropiada para reunir información descriptiva, por ejemplo, actitudes, preferencias o comportamientos de compra. Su ventaja es que funciona para obtener diferentes tipos de información y se adapta a cualquier situación.

2.1.6. Investigación Experimental

“Los experimentos implican seleccionar grupos similares de sujetos y aplicarles distintos tratamientos controlando los factores relacionados y observando las diferencias en las respuestas de los grupos”. (Kotler & Armstrong, 2020).

“Puesto que los experimentos son adecuados para probar las relaciones de causa y efecto, los investigadores los utilizan con bastante frecuencia en los programas de marketing”, menciona Ferrel & Hartline (2018).

Los datos secundarios se obtienen por ejemplo de bases de datos de la empresa, que se convierte por lo general en una buena fuente de referencia inicial. Así también, se puede contar con fuentes de información externa, como bases de datos comerciales y motores de búsqueda en internet. (McDaniel & Gates, 2016).

2.1.7. Investigación Cuantitativa

Merino, Pintado, Sánchez, Grande & Estévez (2010), afirman que “la investigación cuantitativa utiliza información que describa hechos cuantificables mediante técnicas más

estructurados que las cualitativas. Para el análisis de los datos se aplican procedimientos estadísticos. Comúnmente los resultados son extrapolables (generalizables) a la población en estudio.”

La investigación cuantitativa es un método que emplea herramientas de análisis matemático y estadístico para describir, explicar y predecir fenómenos a través de datos numéricos (Investigación Cuantitativa - Qualtrics, 2023).

2.1.7.1. Objetivos de los métodos cuantitativos

Este tipo de investigación permite recopilar datos objetivos y cuantificables. La obtención de valores numéricos facilita la medición de la frecuencia de un fenómeno y el análisis de condiciones reales. Para ello, se recopila información de un gran número de personas, lo que permite reunir una amplia cantidad de datos (Investigación Cuantitativa - Qualtrics, 2023).

A través de la investigación cuantitativa, los investigadores pueden obtener conocimientos sobre hechos empíricos, estableciendo relaciones entre causas y efectos. En un inicio, este método ofrece resultados numéricos basados en muestras. Sin embargo, mediante la extrapolación, estos hallazgos pueden aplicarse a poblaciones más amplias, proporcionando así una visión más generalizada del fenómeno estudiado (Investigación Cuantitativa - Qualtrics, 2023).

2.1.8. Investigación Cualitativa

La investigación cualitativa no se pueden hacer análisis estadísticos porque la información proviene de grupos reducidos. Su objetivo es conocer y comprender el comportamiento del objeto de estudio. Generalmente es utilizada durante las primeras fases. Las técnicas de recolección de datos más utilizadas son: la entrevista en profundidad, las técnicas creativas, las técnicas proyectivas, la observación, entre otras. (Pintado, Sánchez, Grande Esteban y Estévez, 2010)

2.2. Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador, Hernández Sampieri et ál (1996).

Las encuestas permiten evaluar factores como:

- Reconocimiento de marca
- Satisfacción de los estudiantes
- Comparación con otras instituciones (J et al., 2003).

2.3. Grupo Focal

El grupo focal o *focus group*, según Galea (2022) hace referencia a una técnica cualitativa compuestas por un grupo de personas para investigación y exploración de aspectos de suma importancia para la resolución de problemas o definición de objetivos de un proyecto determinado.

La técnica se utiliza para conseguir información para detectar problemas, mediante sesiones grupales con varias personas (de 6 a 8) en las que se observa la reacción del público ante un tema, lo que permite obtener la opinión del consumidor acerca de un producto o servicio.

Para la implementación del grupo focal, se realizan preguntas abiertas, con el fin de propiciar un debate ameno para que las opiniones de los participantes sean las más sinceras posibles y posteriormente tomar acciones con base en la retroalimentación generada en la actividad.

Según Kotler & Armstrong (2021), Entrevista personal que consiste en invitar a un pequeño grupo de personas a reunirse, durante algunas horas, con un entrevistador capacitado para hablar acerca de un producto, un servicio o una organización. El entrevistador “enfoca” la discusión grupal en temas relevantes.

2.4. Satisfacción del Cliente

De acuerdo con la propuesta de IONOS (2023), se puede considerar una definición básica de satisfacción como: “La satisfacción se da siempre que se cumple una expectativa y si las expectativas se sobrepasan, la satisfacción será aún mayor. Pero si las esperanzas y deseos se quedan sin cumplir, en la vida profesional o privada, se siente insatisfacción”.

En una relación comercial, la satisfacción del cliente debe ser una prioridad, según Kotler y Armstrong (2020) debido a que: “los clientes satisfechos compran de nuevo y cuentan a otros sus buenas experiencias. Los clientes insatisfechos con frecuencia recurren a los competidores y desacreditan el producto ante los demás”.

Para Kotler y Armstrong (2020), “la satisfacción del cliente depende del desempeño percibido del producto en relación con las expectativas del comprador. Si el producto no cubre las expectativas, el cliente se sentirá insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas, el comprador se sentirá satisfecho. Si el desempeño excede las expectativas, se sentirá muy satisfecho o incluso encantado”.

Por eso IONOS (2023) explica que es crucial que las compañías mantengan la satisfacción del cliente, porque con ello puede obtener una serie de beneficios tales como: lealtad del cliente hacia la empresa, fidelidad, escasa sensibilidad a los cambios de precio y disposición a recomendar.

También en IONOS (2023) se expresa que un cliente disgustado le puede traer consecuencias negativas al negocio, como perder una segunda compra, generar reclamaciones, distanciamiento y compartir su mala experiencia con otros (propaganda negativa).

Las empresas pueden medir la satisfacción del cliente por medio de encuestas. Zendesk (2023), indica que “una excelente manera de descubrir que tan contentos están los clientes es a través de encuestas de satisfacción”, las cuales son un método para obtener *feedback* de los consumidores con el fin de que la empresa pueda identificar expectativas y saber si se están cumpliendo.

2.5. Servicio al Cliente

Parte importante de la operación de una empresa es su servicio al cliente. Con base en Marketing Directo (2024), servicio al cliente “se refiere a todas las acciones implementadas para los clientes actuales, antes, durante y después de la compra, considerando la prioridad que asigna la organización al responder preguntas, resolver problemas y escuchar comentarios”.

2.6. Benchmarking

El término Benchmarking no tiene una traducción aceptada en español, sin embargo, en el contexto de Administración de empresas se puede entender como “el proceso de determinar el rendimiento de una unidad de negocios y organización en comparación con otras unidades y organizaciones. Las medidas de rendimiento empresarial suelen abarcar calidad, el tiempo y el costo de productos, servicios y procesos empresariales. El benchmarking de rendimiento puede proporcionar información de cómo le va a una empresa en comparación con las mejores prácticas de la industria, tanto a lo largo del tiempo como en un periodo específico” (Bermbach, Wittern, & Tai, 2017).

2.6.1. Competencia

Desde la óptica de la demanda, los competidores se definen por las alternativas que los clientes perciben (Smith et al. citado en Vera & Díaz, 2012). La competencia directa incluye empresas que ofrecen procedimientos similares al mismo segmento; la competencia indirecta abarca servicios alternativos que satisfacen las mismas necesidades y que pueden atraer parte del público objetivo.

Es aquella empresa ajena que ofrece el mismo o similar valor al mercado meta de interés. Esto quiere decir que su actividad comercial compite directamente con la de otras empresas. (MEIC, 2019).

2.7. Posicionamiento Competitivo

Coca (2007) define el posicionamiento competitivo como uno de los pilares fundamentales de la estrategia empresarial, señalando que posicionar no implica una acción sobre el producto en sí, sino sobre la mente de los clientes y por consiguiente en la mayor captación de estos en el mercado competitivo.

En este sentido, el posicionamiento se refiere al lugar que ocupa en la mente del consumidor una marca, producto o servicio, determinado por las percepciones y atributos que los usuarios asocian con estos. De manera general, el término se vincula con cualquier elemento que pueda colocarse de forma más favorable en comparación con lo existente en el mercado.

2.8. Conceptos de Apoyo

2.8.1. Factores que Influyen en la Percepción de Marca

Entre los factores clave están:

- La calidad del servicio
- La publicidad y la experiencia del cliente
- Prestigio académico
- Calidad de los programas educativos
- Infraestructura y recursos tecnológicos (Tia-May, 2024).

2.8.2. Métodos para evaluar la percepción de marca

2.8.2.1. Métodos cualitativos y cuantitativos

Las investigaciones sobre percepción de marca utilizan dos enfoques principales:

- Cualitativos: Entrevistas, *focus groups* y análisis de contenido.
- Cuantitativos: Encuestas y análisis de datos estadísticos. (Tia-May, 2024)

2.8.3. Océano Azul y Océano Rojo

Mauborgne et al. (2005) menciona que, tratar de superar a la competencia con el fin de obtener una porción de un mercado existente es un “océano rojo”, mientras que un “océano azul” es lo mejor al ser un mercado inexplorado que nadie ha tocado y que tiene el potencial de crecer.

2.8.4. Medios de Contacto

Se refiere a describir la forma de establecer contacto con la persona individual o grupo de personas que se les va a aplicar alguna forma de encuesta, ya sea por correo convencional, teléfono, entrevista personal o en línea (medios móviles, redes sociales, sitios web). (Kotler & Armstrong, 2020).

2.8.5. Plan de Muestreo

Consiste en la forma de conseguir una muestra, que es un segmento de la población que se selecciona en la investigación de mercados para que represente a toda la población. Para obtener la muestra se deben responder una serie de preguntas: ¿Quién es la unidad de muestra?, ¿Cuál es el tamaño de la muestra?, ¿Qué procedimiento de muestreo de necesita? De esto se deriva si las muestras van a ser probabilísticas o no probabilísticas, dependiendo de los costos y beneficios en la investigación. (Kotler & Armstrong, 2020)

2.8.6. Instrumentos de Investigación

Se divide principalmente en cuestionarios y en instrumentos mecánicos. Los cuestionarios se pueden suministrar de cualquier forma, de personas en persona, por teléfono, correo electrónico o por otros medios digitales. Puede presentarse con preguntas abiertas o cerradas, y diferentes formas de preguntas. Los instrumentos mecánicos se refieren a dispositivos mecánicos que sirven para monitorear el comportamiento del consumidor. (Kotler & Armstrong, 2020)

2.8.7. Aplicación del plan de investigación

Corresponde a la ejecución del plan de investigación de mercados por el investigador de la empresa o por firmas externas. En cualquier caso, es imprescindible asegurarse que el plan se lleve de forma adecuada y cumpliendo el itinerario establecido, para procesar y analizar la información reunida a tiempo. (Kotler & Armstrong, 2020).

2.8.8. Interpretación e informe de los hallazgos

De acuerdo con McDaniel & Gates (2016) después de reunir la información y terminar el análisis de datos, el investigador debe preparar el informe y comunicar las conclusiones y recomendaciones a la gerencia.

2.8.9. Tipos de Datos

2.8.9.1. Datos Primarios

Según Malhotra (2020, p. 94), “datos originados por un investigador con el propósito específico de abordar el problema en cuestión. La recolección de estos datos su puede ser costosa y consumir tiempo.”

2.8.9.2. Datos Secundarios

Malhotra (2020, p. 94) los define como los “datos que ya se recolectaron con propósitos distintos al problema en cuestión. Estos datos pueden localizarse rápidamente y sin costo.”

2.8.10. Recolección de Datos

“Involucra el uso de algún tipo de fuerza de campo, la cual puede operar en el campo (personal en casa, intercepción en centro comercial, entrevista personal asistida por computadora y observación) o desde una oficina (encuestas por teléfono, correo, panel de correo, correo electrónico, internet y dispositivo móvil).” (Malhotra, N. K., 2020, p.392)

2.8.11. Estrategias de Mercado

2.8.11.1. Promesa de marca

“La promesa de marca es un pacto que hace la empresa con su consumidor, que constituye la base de la relación entre ambos. Es un concepto fundamental para que la audiencia se conecte con la marca, pues es lo que hace que el usuario se acerque a ella, es algo que permanece inmutable, aunque se modifiquen el contexto o las situaciones. Por lo tanto, comunicarla correctamente es un factor decisivo” (Brand Inteligente, 2020)

2.8.11.2. Propuesta de valor

“La propuesta de valor es la idea o la perspectiva que tiene un cliente acerca de lo que va a recibir de la empresa” (Tomas, 2023). Expresado de otra forma: “la propuesta de valor es la promesa de valor por entregar a un cliente cuando paga por un producto o servicio” (Gallardo, 2022).

2.8.11.3. Diferenciación

Para Kotler (2020), la diferenciación implica distinguir realmente la oferta de mercado de la empresa con la finalidad de crear un valor superior para el cliente.

La diferenciación es clave en cualquier estrategia de promoción. Kotler y Armstrong (2017) afirman que es crucial destacar lo que hace único al producto para posicionarlo favorablemente en la mente del consumidor. Martínez García et al. (2021) sugieren que las campañas promocionales deben enfocarse en los elementos que diferencian al producto de la competencia, asegurando que estos sean claramente comunicados al mercado objetivo.

2.8.11.4. Estrategias de diferenciación

“La esencia de una estrategia de diferenciación es ofrecer atributos únicos del producto que una amplia variedad de compradores considere atractivos y por los que vale la pena pagar más”. (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland III, 2022).

2.9. Conceptos Técnicos del Estudio

2.9.1. Pymes

Según (Westreicher, 2015), “Pyme es el acrónimo utilizado a la hora de hablar de pequeñas y medianas empresas. Estas, generalmente suelen contar con un bajo número de trabajadores y de un volumen de negocio e ingresos moderados en comparación con grandes corporaciones industriales o mercantiles”. En la página de (MEIC, 2021), se refuerza este concepto indicando que cuando se habla de PYME, se entiende por micro, pequeñas y medianas empresas, es toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de recursos humanos, los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica. Además, (MEIC, 2021), se indica que las empresas se clasifican según actividad empresarial como industriales, comerciales y de servicios, utilizando la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU).

Para acceder a los beneficios que otorga la ley a las PYMES, estas deben adquirir la condición o certificación PYME que extiende el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), accediendo a (SIEC) Sistema de Información Empresarial Costarricense. (MEIC 2021).

2.9.2. Ministerio de Educación Pública (MEP)

Según su página web oficial, el Ministerio de Educación Pública de Costa Rica (MEP) (s. f.), es el ministerio del gobierno de Costa Rica encargado de ejecutar el desarrollo y la consolidación de un sistema educativo que permita el acceso de toda la población a una educación

de calidad, centrada en el desarrollo integral de las personas y en la promoción de una sociedad costarricense integrada por las oportunidades y la equidad social.

2.9.3. Educación Abierta

Al pedirle a Chat GPT la definición de educación abierta, generó el siguiente texto: La educación abierta se entiende como un enfoque educativo que busca facilitar el acceso al aprendizaje sin restricciones significativas, promoviendo la equidad y la inclusión. Se caracteriza por el uso de recursos educativos abiertos (REA), metodologías flexibles y entornos accesibles que permiten a las personas aprender de forma autónoma, adaptando los contenidos a sus necesidades y contextos. Este modelo fomenta la democratización del conocimiento, al permitir la libre utilización, adaptación y distribución de materiales educativos, integrando tanto modalidades presenciales como virtuales para ampliar las oportunidades de formación a lo largo de la vida. (Open IA, 2026)

2.9.3.1. Tercer Ciclo (III Ciclo)

Según el MEP (s.f.), el programa de III Ciclo está dirigido a jóvenes y adultos que por razones varias, no pudieron concluir la Educación General Básica. La aprobación de este ciclo, permite al estudiante continuar estudios en cualquier otro programa o modalidad que conduce al Bachillerato. El estudiante debe tener 14 años como edad mínima para el ingreso al programa además de tener aprobados el I y II Ciclo (sexto grado de escolaridad) de la Educación General Básica. Su plan de estudio está estructurado en tres grupos o niveles: Séptimo, Octavo y Noveno. Cada nivel está compuesto por seis materias: Español, Ciencias, Formación Ciudadana, Inglés, Matemáticas y Estudios Sociales.

2.9.3.2. Educación Diversificada a Distancia (EDAD)

A como dice el MEP en su página web oficial (s.f.), es un programa de educación abierta dirigido a los jóvenes y adultos que concluyeron el noveno año de la Educación General Básica y que por diversas circunstancias no han podido concluir sus estudios secundarios. Se pretende,

mediante la educación una metodología innovadora, contribuir a que las personas puedan realizar sus estudios en condiciones de flexibilidad de acuerdo con sus condiciones particulares.

El programa de Educación Diversificada a Distancia (EDAD), afirma el MEP (s.f.), que está dirigido a:

- Jóvenes y adultos que por diversas circunstancias no han podido realizar la educación diversificada y el bachillerato.
- Estudiantes rezagados de la educación formal (colegios), para optar por el título de Bachiller en la Educación Media.

En cuanto a las pruebas de EDAD, los contenidos de la prueba 1 versan sobre los temas de décimo año de colegio y los contenidos de la prueba 2, sobre los de undécimo año. La aprobación de la prueba 1 en una asignatura será requisito para la matrícula de la prueba 2 en esa asignatura. El postulante obtiene la promoción del décimo año, con la aprobación de la totalidad de las pruebas 1, así mismo, el postulante obtiene la promoción del undécimo año con la aprobación de todas las pruebas 2. Si el postulante ganó materias en décimo año de colegio se le reconoce en el Programa de Educación Diversificada a Distancia y viceversa. (MEP, s.f.)

2.9.3.3. Bachillerato por Madurez Suficiente

Según el MEP (s.f.), el programa de Bachillerato por Madurez Suficiente se orientó a los siguientes objetivos:

- Ofrecer a la población adulta del país la adquisición de créditos educativos equivalentes al sistema formal, por medio de la presentación de exámenes por suficiencia.
- Determinar proyectos de Bachillerato por Madurez como medio de apoyo a las actividades de autoformación.
- Estimular en el adulto el deseo de superación mediante el estudio independiente.
- Propiciar la superación moral, cultural, social y económica de los adultos postulantes al bachillerato.

Para los años novena [...] se estableció la edad mínima de 18 años cumplidos para optar por este programa, con excepción de los egresados del ciclo diversificado que pueden ser menores de edad. (MEP, s.f.)

2.9.3.4. Naturalización

En la página web oficial del MEP (s.f.) menciona que en base en la Ley de Opciones y Naturalizaciones en su artículo 11, “Podrán naturalizarse en la República, todo extranjero que reúna los siguientes requisitos y que así lo acredite ante el Registro Civil”. Para ello la persona deberá ser mayor de edad e indicar su correspondiente nacionalidad. Aparte de cumplir ciertos requisitos como lo son:

- Ser de buena conducta y haber estado domiciliado en Costa Rica durante los plazos establecidos en el artículo 14 de la Constitución Política, para cada grupo de nacionalidades.
- Tener profesión u oficio, así como rentas, bienes u otros ingresos conocidos, los cuales le brinden los medios suficientes para atender sus obligaciones y las de su familia, si la tuviera.
- No haber sido juzgado durante su permanencia en el país por delitos dolosos ni ser reincidente en delitos culposos ni haber sido condenado por contravenciones repetidas.
- Saber hablar, escribir, leer el idioma español y, además, poseer conocimientos sobre la historia de Costa Rica y sus valores.

El MEP (s.f.) también recalca que con el fin de probar lo dispuesto en el artículo 11 inciso 6, el Ministerio Educación Pública debe elaborar y aplicar las pruebas de Idioma Español e Historia y Valores de Costa Rica. Una vez que el interesado apruebe dichas asignaturas se le certificará el cumplimiento de este requisito.

2.9.4. Organización No Gubernamental (ONG)

Según Delgado (2010), las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) se derivan como organizaciones sociales que se asumen como eslabones entre los individuos, los sujetos, los

ciudadanos y las instituciones. [...] Se caracterizan por su sentido social, independencia del ámbito gubernamental, ausencia de finalidad lucrativa y promoción de sus objetivos a través de diferentes estrategias como proyectos de desarrollo, asistencia humanitaria, sensibilización, educación y presión política.

Delgado (2010) menciona que las ONG son organizaciones privadas que persiguen actividades para aliviar el sufrimiento, promover los intereses de los pobres, proteger el medio ambiente, brindar servicios sociales básicos o realizar actividades de desarrollo de la comunidad. (Ortega, 1994, como se citó en Delgado, 2010)

2.9.5. Gran Área Metropolitana (GAM)

Para Baldares (2012), la Gran Área Metropolitana (GAM) está constituida por cuatro áreas metropolitanas: San José, Heredia, Cartago y Alajuela, comprendidas por 31 municipios. Están distribuidas así:

- Área Metropolitana de San José, con trece municipios: San José, Escazú, Desamparados, Aserri, Mora, Goicoechea, Santa Ana, Alajuelita, Vásquez de Coronado, Tibás, Moravia, Montes de Oca y Curridabat.
- Área Metropolitana de Heredia, con nueve municipios: Heredia, Barva, Santo Domingo, Santa Bárbara, San Rafael, San Isidro, Belén, Flores y San Pablo.
- Área Metropolitana de Cartago, con seis municipios: Cartago, Paraíso, La Unión, Alvarado, Oreamuno y El Guarco.
- Área Metropolitana de Alajuela, con tres municipios: Alajuela, Atenas y Poás.

2.9.6. Modalidades

2.9.6.1. Modalidad Presencial

La Universidad Estatal a Distancia (UNED) (2021), describió que la modalidad presencial consiste en el que las personas docentes y estudiantes coinciden en un mismo espacio físico y tiempo.

2.9.6.2. Modalidad Virtual

Es una modalidad que, en el contexto de la educación a distancia, se refiere a las asignaturas o cursos que se ofertan en un entorno digital para desarrollar el proceso de enseñanza-aprendizaje. (UNED, 2021)

2.9.6.3. Modalidad Híbrida

Es una combinación de las modalidades anteriores (presencial y virtual, a distancia sin servicios en línea y virtual). Exige planificar de manera estratégica y reflexiva la elección de las actividades, los tiempos y espacios (físicos o virtuales) en los cuales se llevará a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje. (Vaughan et al., 2023, como se citó en UNED, 2021)

2.9.7. Sinpe Móvil

Según el Banco Central de Costa Rica (BCCR) (s.f.) indica que Sinpe Móvil es un servicio dirigido al segmento de pagos minoristas (para pequeñas cantidades), que permite a los usuarios del Sistema Financiero Nacional realizar transferencias electrónicas de efectivo a cuentas vinculadas a teléfonos móviles desde cualquier canal de banca electrónica (Banca SMS, Banca Web Móvil, Banca App, Banca en Línea o Red de Cajeros Automáticos). Tipos de transacciones que se pueden realizar:

- *Afiliación:* permite a los clientes utilizar el servicio en sus teléfonos móviles.
- *Pago móvil:* permite realizar una transferencia desde un número de teléfono móvil afiliado al servicio, ya sea que la cuenta del destinatario esté en la misma entidad financiera que la cuenta del cliente o en otra entidad que ofrezca el servicio a sus clientes.
- *Consulta de saldo:* muestra el saldo de la cuenta vinculada al número de teléfono móvil.
- *Consultas de transacciones:* muestra los últimos movimientos de fondos en la cuenta vinculada al número de teléfono móvil.
- *Cancelación:* desactiva el uso del servicio.

Es un sistema de transferencias de dinero a cuentas vinculadas a números telefónicos móviles. Te permite transferir hasta 100.000 colones de manera gratuita, así como recibir dinero en tu cuenta asociada al servicio, todo desde tu celular. (BAC Credomatic, s.f.)

Capítulo III. Metodología

Se utilizó la herramienta de inteligencia artificial Microsoft Copilot como apoyo exclusivo en la corrección gramatical y mejora de estilo en algunos fragmentos del documento. Todas las ideas, análisis y conclusiones son de elaboración propia, y los datos recopilados provienen de los estudios realizados por la investigadora.

3.1. Enfoque de la Investigación

La presente investigación se desarrollará bajo un enfoque mixto, debido a que combina métodos cuantitativos y cualitativos con el propósito de obtener una visión integral sobre su nivel de satisfacción.

Desde el enfoque cuantitativo, se recopilará y analizará información medible mediante una única encuesta estructurada aplicada a los clientes actuales de la Academia Generaciones de Éxito. Esta encuesta incluirá preguntas cerradas orientadas a identificar la satisfacción con los servicios educativos ofrecidos. El uso de un solo instrumento permitirá integrar ambas dimensiones y facilitar un análisis estadístico consistente de los datos recolectados.

Por su parte, el enfoque cualitativo permitirá profundizar en las percepciones, experiencias, motivaciones y sugerencias de los estudiantes mediante preguntas abiertas dentro de la misma encuesta y mediante la realización de un *focus group*. Las respuestas cualitativas serán analizadas mediante procesos sistemáticos de categorización y codificación temática.

3.2. Diseño de la Investigación

El diseño de la presente investigación será no experimental, ya que no se manipularán deliberadamente las variables involucradas, sino que se observarán tal y como se presentan en la realidad. El propósito es analizar las percepciones, características y experiencias de los estudiantes y colaboradores sin intervenir en el entorno educativo de la Academia Generaciones de Éxito. También es un diseño transversal, ya que la información se recolectará únicamente durante el primer semestre del 2026, sin realizar un seguimiento continuo.

Asimismo, el estudio será de alcance descriptivo, dado que busca describir la satisfacción con los servicios educativos, identificar percepciones profundas sobre la experiencia académica a través de un *focus group* mediante la participación de los estudiantes actuales de la institución. Dentro de este mismo alcance descriptivo, también se desarrollará un benchmarking para describir las principales características del entorno competitivo comparando a la academia con otros actores del sector.

3.3. Unidad de Análisis

La presente investigación contempla dos unidades de análisis:

- 1) Clientes actuales de los Programas de Educación Abierta de la Academia Generaciones de Éxito.
- 2) Competidores directos e indirectos del sector de educación abierta seleccionados para el estudio de benchmarking.

3.3.1. Población de Estudio

Esta se compone de dos grupos:

- **Clientes:** Todos los clientes actuales de los Programas de Educación Abierta de Tercer Ciclo, EDAD, Bachillerato por Madurez y Naturalización, impartidos por la Academia Generaciones de Éxito durante el primer semestre de 2026.
- **Competidores:** Las empresas del entorno competitivo directo e indirecto que operan en el sector de educación abierta, determinadas por la Gerencia de la Academia Generaciones de Éxito para efectos del estudio de benchmarking.

3.3.2. Muestra

La muestra de estudio se divide en dos grupos según la unidad de análisis:

- **Clientes:** Debido a las características de la población y su tamaño limitado, se decide realizar un censo, considerando el 100% de los clientes actuales de los Programas de Educación Abierta de la Academia Generaciones de Éxito matriculados durante el primer semestre de 2026, correspondiente a un total de 108 estudiantes.
- **Competidores:** Se seleccionan de manera no probabilística por criterio los 5 principales competidores directos e indirectos de la Academia Generaciones de Éxito, definidos por la Gerencia, para el desarrollo del estudio de benchmarking.

3.4. Estrategia de Muestreo

La investigación utilizará un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a las limitaciones de tiempo y recursos disponibles para la ejecución del estudio, así como a la facilidad de acceso a los participantes.

La selección de los participantes se realizará considerando la disponibilidad y voluntariedad de los estudiantes matriculados durante el primer semestre del 2026 en los programas de Educación Abierta como EDAD, Bachillerato por Madurez, Tercer Ciclo y Naturalización. La participación estará sujeta a que los estudiantes acepten completar la encuesta distribuida por la institución, lo que permite obtener información cuantitativa relacionada con la satisfacción del cliente actual.

Este mismo criterio de accesibilidad y conveniencia se aplicará para la selección de estudiantes participantes en el *focus group*, su enfoque facilita obtener información relevante de manera eficiente, asegurando la participación de personas directamente involucradas en los servicios sujetos a estudio.

Por su parte, para el estudio de benchmarking, se utilizará un muestreo no probabilístico por criterio, en el cual se seleccionan los principales competidores directos e indirectos definidos por la Gerencia de la Academia Generaciones de Éxito, con base en su relevancia dentro del sector y su relación con los servicios educativos analizados. La recolección de información se realizará mediante la técnica de observación directa, a través de interacciones con los competidores por

medio de llamadas telefónicas y mensajes de WhatsApp, bajo el rol de cliente potencial interesado en los servicios de Bachillerato por Madurez.

3.5. Variables de la Investigación

En esta parte hay aspectos importantes para tratar en la investigación, estas variables son las de la siguiente tabla con su definición conceptual y operacional salidas desde los objetivos específicos.

Tabla 1
Definición de las Variables de la Investigación

Objetivos	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional
Identificar la satisfacción del servicio recibido por los clientes actuales de los Programas de Educación Abierta de la Academia Generaciones de Éxito durante el primer semestre de 2026, con el fin de detectar oportunidades de mejora en el servicio brindado.	Satisfacción del Cliente	Depende del desempeño percibido del producto en relación con las expectativas del comprador. Si el producto no cubre las expectativas, el cliente se sentirá insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas, el comprador se sentirá satisfecho. Si el desempeño excede las expectativas, se sentirá muy	Encuesta de satisfacción del cliente y grupo focal.
Reconocer las percepciones, experiencias y valoraciones de los clientes actuales en relación con la		satisfecho o incluso encantado. (Kotler & Armstrong, Marketing, 2020).	

satisfacción del servicio educativo recibido en los Programas de Educación Abierta de la Academia Generaciones de Éxito durante el primer semestre de 2026, con el propósito de comprender los factores que influyen en su satisfacción y expectativas.

Investigar a los 5 principales competidores directos e indirectos de la Academia Generaciones de Éxito desarrollado mediante un estudio de benchmarking durante el primer semestre de 2026.	Competencia directa e indirecta (benchmarking)	Competencia directa: todos los establecimientos que ofrecen un producto igual o similar al propio y cuyo cliente objetivo es igual. Competencia indirecta: todos los establecimientos que ofrecen productos destinados a satisfacer la misma necesidad con precios similares y están ubicados en la misma zona. (CAIXABANKLAB, 2020).	Observación por llamadas y comunicación en modo incognito tanto por teléfonos fijos de los locales como por el WhatsApp empresarial.
---	--	---	--

Capítulo IV. Análisis de Resultados

En este capítulo estará recopilada toda la información en base a las implementaciones de los instrumentos diseñados el presente proyecto como lo son la investigación de los competidores por medio de benchmarking y la encuesta y *focus group* enfocado a la satisfacción del cliente.

4.1. Estudio Satisfacción del Cliente

4.1.1. Resultados Encuesta

Los datos que se mostrarán en este segmento se obtuvieron por medio de la aplicación de un sondeo a los clientes actuales de la Academia Generaciones de Éxito del primer semestre de 2026 que matricularon los servicios de III Ciclo, EDAD, Bachillerato por Madurez y Naturalización. La encuesta para el sondeo de satisfacción de clientes está en el Apéndice A.

Al aplicar la encuesta al censo de la población se obtuvieron 102 respuestas del total de 108 estudiantes, su porcentaje de medida de desempeño sería un 94.44%, mostrando un alto desempeño y valor de información para esta investigación.

Se realizó el análisis de los datos recopilados para cada sección con los cuadros y gráficos correspondientes con las frecuencias absolutas y relativas.

4.1.1.1. Perfil del Cliente

Edad

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Edad* en la Tabla 3 y la Figura 3 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 2

Academia Generaciones de Éxito, edad del cliente – marzo 2026

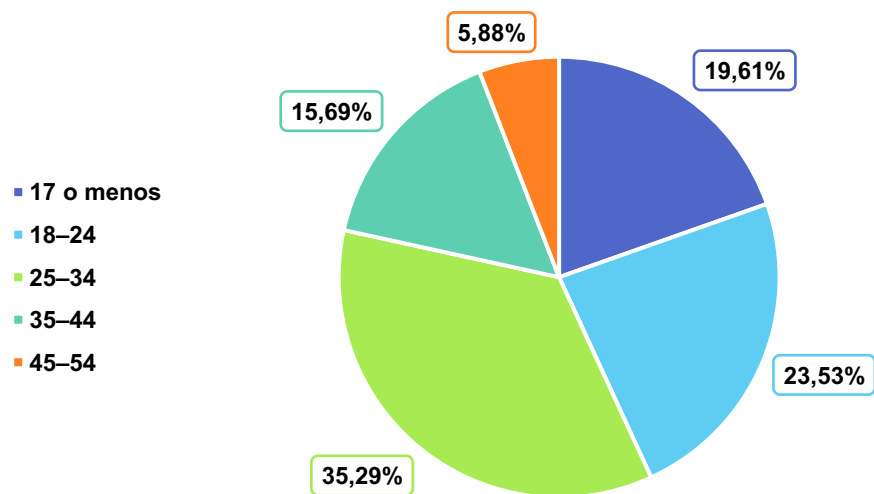
Edad del cliente de la Academia Generaciones de Éxito	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
17 o menos	20	19,61%
18–24	24	23,53%
25–34	36	35,29%
35–44	16	15,69%
45–54	6	5,88%
55 o más	0	0%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 3.*

Con base en la tabla 3, al preguntarles a los clientes sobre sus edades, se obtuvo que los clientes que tienen un rango de edad entre los 17 años o menos son un 19,61% (20 estudiantes), de 18 a 24 años un 23,53% (24 estudiantes), entre 25 a 34 años un 35,29% (36 estudiantes), de 35 a 44 años un 15,69% (16 estudiantes), los clientes entre 45 a 54 años son un 5,88% (6 estudiantes) y no hay clientes mayores a 55 años.

Figura 3

Academia Generaciones de Éxito, edad del cliente – marzo 2026



Fuente: *Tabla 3.*

Interpretación

Dados los resultados obtenidos para la variable *Edad*, se observó que la mayoría de los clientes están entre el rango de edad adulta entre los 25 a 34 años, sin embargo, su población se centra más en los jóvenes de igual o menores de 24 años que aún deben pasar los años de colegio, por eso hay pocas personas adultas mayores.

Género

Se dan las respuestas de acuerdo con la variable *Género* en la Tabla 4 y la Figura 4 para una mejor presentación de los resultados.

Tabla 3

Academia Generaciones de Éxito, género del cliente – marzo 2026

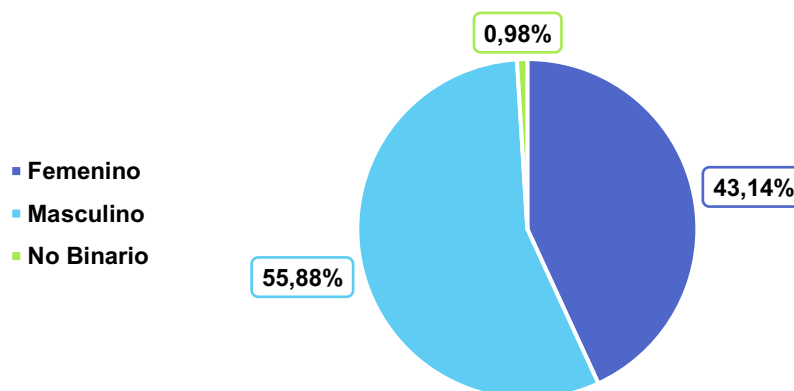
Género del cliente de la Academia Generaciones de Éxito	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Femenino	44	43,14%
Masculino	57	55,88%
No binario	1	0,98%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 4.*

Con base en la tabla 4, al preguntarles a los clientes sobre sus géneros, se obtuvo que los clientes que son de género femenino son un 43,14% (44 estudiantes), de género masculino un 55,88% (57 estudiantes) y personas no binarias es de un 0,98% (1 estudiante).

Figura 4

Academia Generaciones de Éxito, género del cliente – marzo 2026



Fuente: *Tabla 4.*

Interpretación

Por medio de los resultados obtenidos para la variable *Género*, se observó que su distribución fue en partes casi equitativas entre femenino y masculino.

Nivel Educativo

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Nivel Educativo* en la Tabla 5 y la Figura 5 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 4

Academia Generaciones de Éxito, nivel educativo del cliente – marzo 2026

Nivel Académico del cliente de la Academia Generaciones de Éxito	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Secundaria incompleta	96	94,12%
Universidad incompleta	2	1,96%
Otro ¹	4	3,92%
TOTAL	102	100%

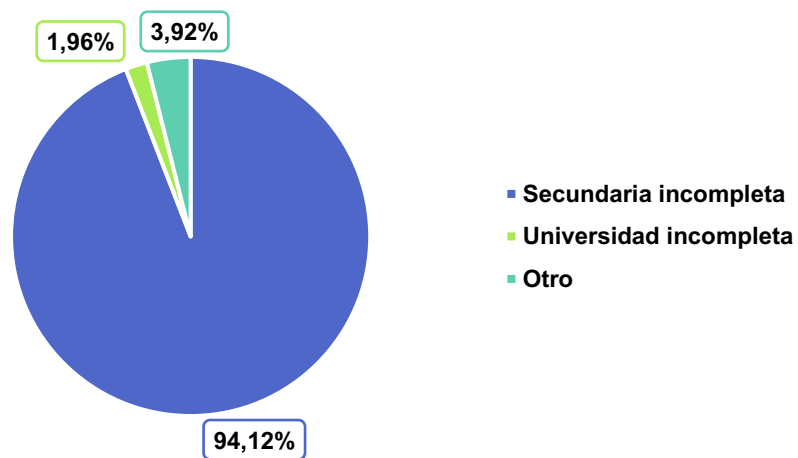
Nota: 1/ Se mencionó como otros factores: Primaria completa, Secundaria completa, Técnico incompleto, Técnico, Universitario y Posgrado. Ver apéndice No. 1.

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 5.*

Con respecto a la tabla 5, al preguntarles a los clientes sobre su nivel educativo, se obtuvo que los clientes que tienen secundaria incompleta son un 94,12% (96 estudiantes), quienes tienen universidad incompleta un 1,96% (2 estudiantes) y quienes están entre otros niveles educativos son 3,92% (4 estudiantes).

Figura 5

Academia Generaciones de Éxito, nivel educativo del cliente – marzo 2026



Fuente: *Tabla 5.*

Interpretación

Según los datos obtenidos para la variable *Nivel Educativo*, la mayoría de los clientes no han terminado la secundaria, lo cual hace sentido al pensar que sus servicios de educación abierta al ser III Ciclo, EDAD y Bachillerato por madurez son servicios en los que se requieren estar actualmente graduados de los años escolares y estar cursando los años de secundaria.

Vivienda

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Vivienda* en la Tabla 6 y la Figura 6 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 5

Academia Generaciones de Éxito, vivienda del cliente – marzo 2026

Lugar de Residencia del cliente de la Academia Generaciones de Éxito	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
San José	80	78,43%
Cartago	14	13,73%
Heredia	3	2,94%
Otro ¹	5	4,90%
TOTAL	102	100%

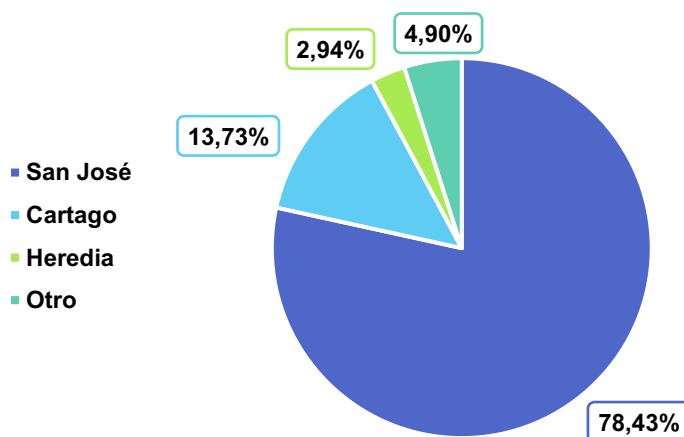
Nota: 1/ Se mencionó como otros factores: Alajuela, Puntarenas, Guanacaste, Limón y Otro país. Ver apéndice No. 1.

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 6.*

Observando la tabla 6, al preguntarles a los clientes sobre en qué zona residen, se obtuvo que los clientes que viven en la provincia de San José son un 78,43% (80 estudiantes), los que viven en la provincia de Cartago un 13,73% (14 estudiantes), los estudiantes que actualmente viven en la provincia de Heredia son 2,94% (3 estudiantes) y los que viven en alguna otra provincia o país son un 4,90% (5 estudiantes).

Figura 6

Academia Generaciones de Éxito, vivienda del cliente – marzo 2026



Fuente: *Tabla 6.*

Interpretación

Según los datos obtenidos para la variable *Vivienda*, la mayoría de los clientes residen en la provincia de San José, zona en la cual también se ubica la Academia Generaciones de Éxito, tomando en cuenta los otros porcentajes, se puede interpretar que la mayoría de sus estudiantes se ubican en la GAM.

Servicio Matriculado

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Servicio Matriculado* en la Tabla 7 y la Figura 7 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 6

Academia Generaciones de Éxito, servicio matriculado del cliente – marzo 2026

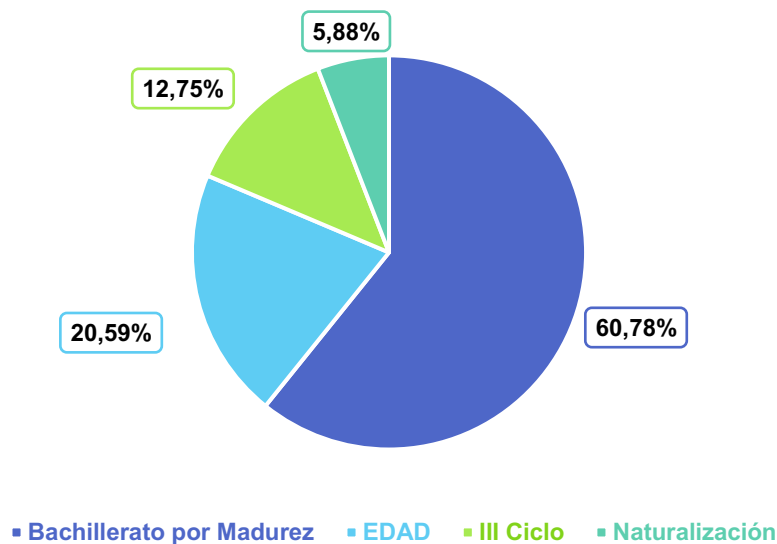
Servicio Matriculado del cliente de la Academia Generaciones de Éxito	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Bachillerato por Madurez	62	60,78%
EDAD	21	20,59%
III Ciclo	13	12,75%
Naturalización	6	5,88%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 7.*

Observando la tabla 7, al preguntarles a los clientes sobre en qué servicio están matriculados, se obtuvo que los estudiantes matriculados en bachillerato por madurez son un 60,78% (62 estudiantes), los de EDAD un 20,59% (21 estudiantes), quienes reciben el servicio de III Ciclo son un 12,75% (13 estudiantes) y los estudiantes de naturalización un 5,88% (6 estudiantes).

Figura 7

Academia Generaciones de Éxito, servicio matriculado del cliente – marzo 2026



Fuente: *Tabla 7.*

Interpretación

Según los datos obtenidos para la variable *Servicio Matriculado*, la mayoría de los clientes matricularon el servicio de bachillerato por madurez, también tomar en cuenta que la siguiente gran parte de sus estudiantes están matriculados por medio de EDAD, seguido por III Ciclo. El servicio de Naturalización es el de menor cantidad de estudiantes matriculados.

Modalidad

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Modalidad* en la Tabla 8 y la Figura 8 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 7

Academia Generaciones de Éxito, modalidad del cliente – marzo 2026

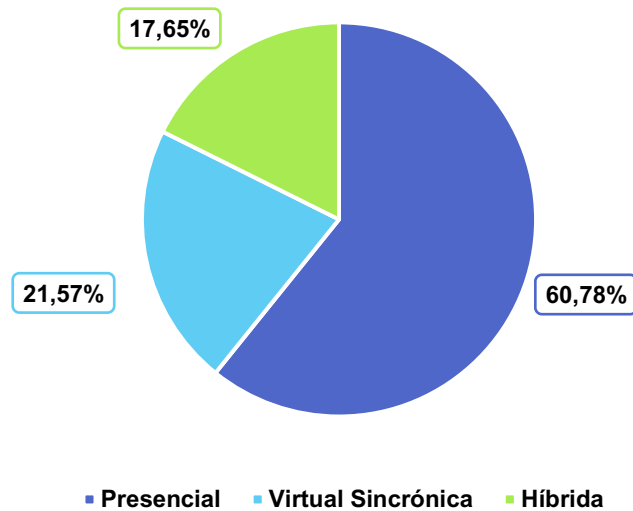
Modalidad del cliente de la Academia Generaciones de Éxito	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Presencial	62	60,78%
Virtual sincrónica	22	21,57%
Híbrida	18	17,65%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 8.*

Observando la tabla 8, al preguntarles a los clientes sobre en cuál es la modalidad en la que reciben las clases, se obtuvo que en modalidad presencial son un 60,78% (62 estudiantes), en modalidad virtual sincrónica se tiene un 21,57% (22 estudiantes) y quienes reciben las clases en modalidad híbrida un 17,65% (18 estudiantes).

Figura 8

Academia Generaciones de Éxito, modalidad del cliente – marzo 2026



Fuente: *Tabla 8.*

Interpretación

Según los datos obtenidos para la variable *Modalidad*, la mayoría de los clientes reciben sus lecciones de manera presencial en el local de la academia, aunque gran parte de sus clientes también reciben las clases de manera virtual o híbrida.

Ocupación

Se dan las respuestas de acuerdo con la variable *Ocupación* en la Tabla 9 y la Figura 9 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 8

Academia Generaciones de Éxito, ocupación del cliente – marzo 2026

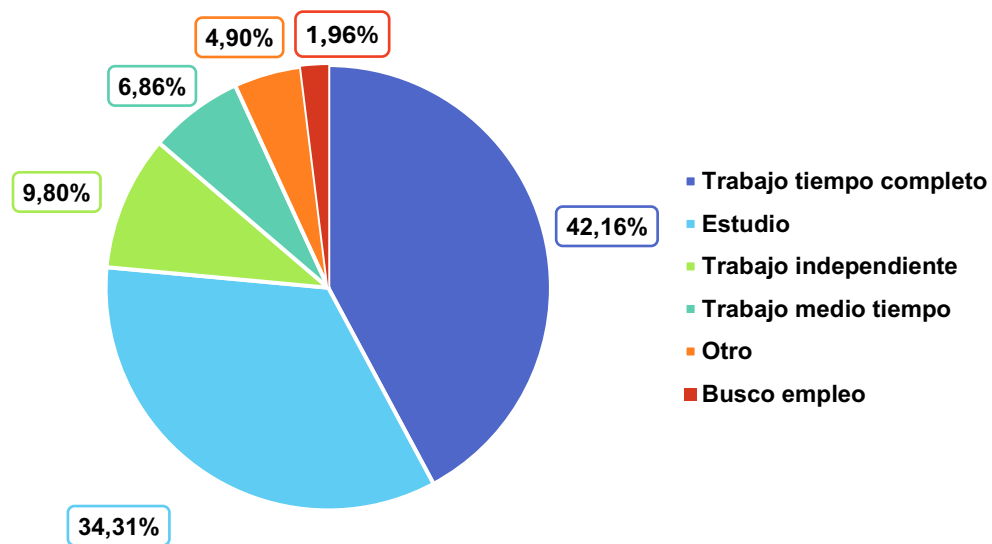
Ocupación del cliente de la Academia Generaciones de Éxito	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Trabajo tiempo completo	43	42,16%
Estudio	35	34,31%
Trabajo independiente	10	9,80%
Trabajo medio tiempo	7	6,86%
Busco empleo	2	1,96%
Otro	5	4,90%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 9.*

En base a la tabla 9, al preguntarles a los clientes sobre en cuál es la situación ocupacional están actualmente, se muestra que los clientes que trabajan tiempo completo son un 42,16% (43 estudiantes), los que solamente estudian son un 34,31% (35 estudiantes), quienes trabajan como personas independientes son un 9,80% (10 estudiantes), los que trabajan medio tiempo un 6,86% (7 estudiantes), actualmente quienes buscan un empleo son 1,96% (2 estudiantes) y quienes tienen alguna otra circunstancia son 4,90% (5 estudiantes).

Figura 9

Academia Generaciones de Éxito, ocupación del cliente – marzo 2026



Fuente: *Tabla 9.*

Interpretación

Observando los datos obtenidos para la variable *Ocupación*, en su mayor parte los clientes trabajan tiempo completo y otra gran parte de ellos sólo estudian.

Industria

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Industria* en la Tabla 10 y la Figura 10 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 9

Academia Generaciones de Éxito, industria laboral del cliente – marzo 2026

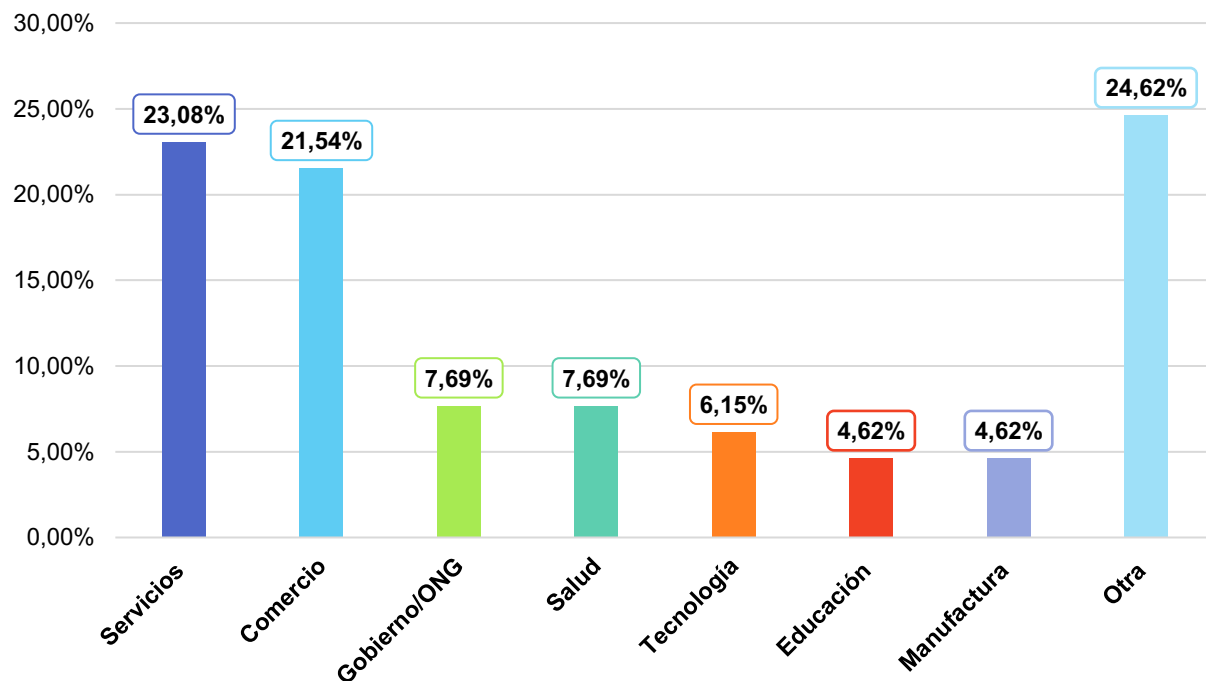
Industria Laboral del cliente de la Academia Generaciones de Éxito	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Servicios	15	23,08%
Comercio	14	21,54%
Gobierno/ONG	5	7,69%
Salud	5	7,69%
Tecnología	4	6,15%
Educación	3	4,62%
Manufactura	3	4,62%
Otra	16	24,62%
TOTAL	65	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 10.*

En base a la tabla 10, al preguntarles a los clientes que trabajan sobre en cuál es la industria en la que su ocupación es parte, las personas en que su ocupación se encuentra en el área de servicios son un 23,08% (15 estudiantes), trabajan en el área de comercio son un 21,54% (14 estudiantes), quienes trabajan en el gobierno o en una ONG un 7,69% (5 estudiantes), los que son del área de salud un 7,69% (5 estudiantes), del sector de tecnología son 6,15% (4 estudiantes), las personas en las que su ocupación se centra en educación son 4,62% (3 estudiantes), aquellos que trabajan en sectores de manufactura es un 4,62% (3 estudiantes) y quienes son de algún otro sector son un 24,62% (16 estudiantes).

Figura 10

Academia Generaciones de Éxito, industria laboral del cliente – marzo 2026



Fuente: *Tabla 10.*

Interpretación

Observando los datos obtenidos para la variable *Industria*, hubo industrias en las cuales se tuvieron partes equitativas entre los que su ocupación es de otro sector, servicios y comercio, la cuales son la mayoría.

Ingresos

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Ingresos* en la Tabla 11 y la Figura 11 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 10

Academia Generaciones de Éxito, ingresos mensuales del cliente – marzo 2026

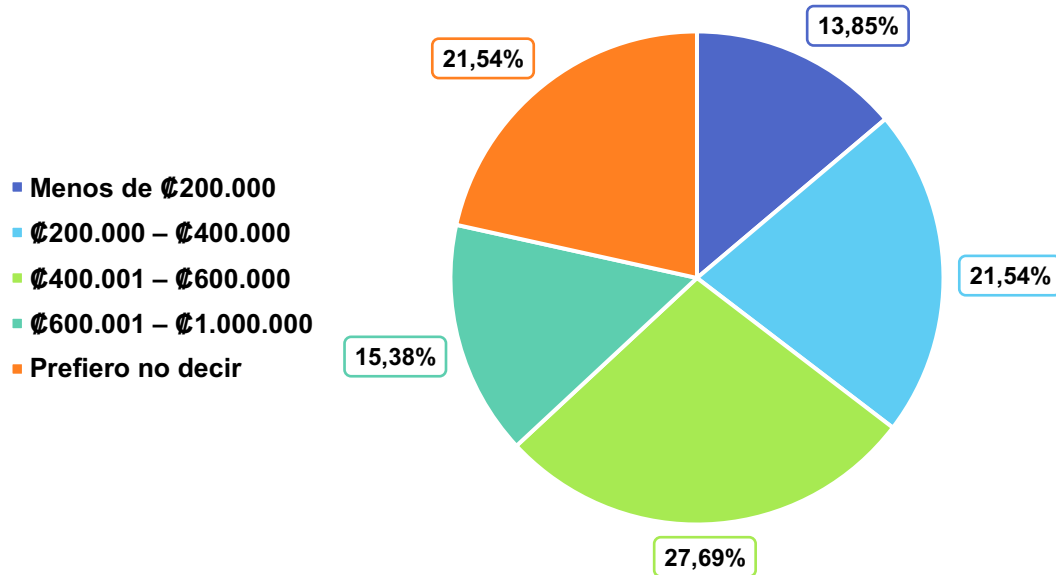
Ingresos Mensuales del cliente de la Academia Generaciones de Éxito	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Menos de ₡200.000	9	13,85%
₡200.000 – ₡400.000	14	21,54%
₡400.001 – ₡600.000	18	27,69%
₡600.001 – ₡1.000.000	10	15,38%
Más de ₡1.000.000	0	0%
Prefiero no decir	14	21,54%
TOTAL	65	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 11.*

En base a la tabla 11, al preguntarles a los clientes que trabajan sobre en cuál es el rango de los ingresos mensuales que reciben, los estudiantes que reciben menos de ₡200.000 son un 13,85% (9 estudiantes), los que reciben entre ₡200.000 a ₡400.000 son un 21,54% (14 estudiantes), quienes tiene ingresos entre los ₡400.000 a ₡600.000 son 27,69% (18 estudiantes), los que reciben de ₡600.000 a ₡1.000.000 son un 15,38% (10 estudiantes), ninguna persona recibe más de ₡1.000.000 al haber 0% (0 estudiantes) y un 21,54% (14 estudiantes) prefirieron no decir cuántos colones ganaban mensualmente.

Figura 11

Academia Generaciones de Éxito, ingresos mensuales del cliente – marzo 2026



Fuente: *Tabla 11.*

Interpretación

Observando los datos obtenidos para la variable *Ingresos*, se tuvieron partes equitativas con los rangos de entre \$200.000 – \$400.000 y \$400.001 – \$600.000, así como entre \$600.001 – \$1.000.000 y menos de \$200.000. Ningún estudiante gana de más de \$1.000.000, y varios prefirieron no decir sus ingresos mensuales. La mayoría recae en que los estudiantes ganan entre \$400.001 – \$600.000.

4.1.1.2. Servicio Académico

Calidad Académica

Se dan las respuestas de acuerdo con la variable *Calidad Académica* en la Tabla 12 y la Figura 12 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 11

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la calidad académica – marzo 2026

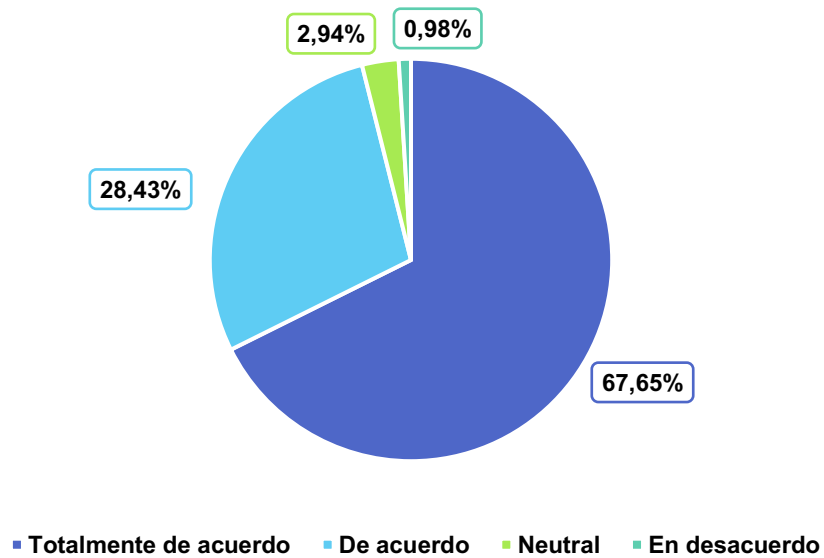
Grado de acuerdo sobre la calidad académica	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	69	67,65%
De acuerdo	29	28,43%
Neutral	3	2,94%
En desacuerdo	1	0,98%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 12.*

En base a la tabla 12, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si la calidad académica del programa que cursa es alta, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 67,65% (69 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 28,43% (29 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 2,94% (3 estudiantes) y quienes están en desacuerdo son un 0,98% (1 estudiante) con que la calidad académica del programa es de alta calidad.

Figura 12

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la calidad académica – marzo 2026



Fuente: *Tabla 12.*

Interpretación

Viendo los datos obtenidos para la variable *Calidad Académica*, se observó que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que la calidad académica es de alta, siendo este un punto positivo para el análisis.

Plan de Estudios

Se dan las respuestas de acuerdo con la variable *Plan de Estudios* en la Tabla 13 y la Figura 13 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 12

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el plan de estudios – marzo 2026

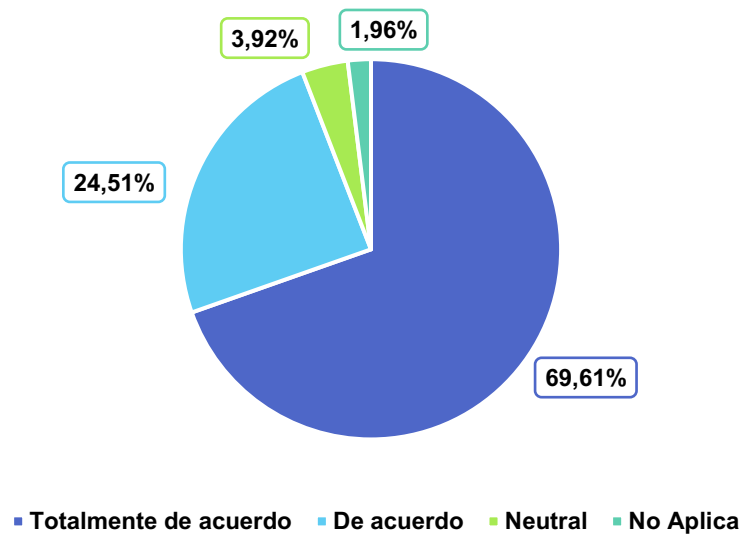
Grado de acuerdo sobre la relevancia y actualización del plan de estudios	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	71	69,61%
De acuerdo	25	24,51%
Neutral	4	3,92%
No Aplica	2	1,96%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 13.*

En base a la tabla 13, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si el contenido del plan de estudios es actualizado y relevante, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 69,61% (71 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 24,51% (25 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 3,92% (4 estudiantes) y para quienes no aplica esta pregunta son un 1,96% (2 estudiantes) con que el plan de estudios es actualizado y relevante.

Figura 13

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el plan de estudios – marzo 2026



Fuente: *Tabla 13.*

Interpretación

Viendo los datos obtenidos para la variable *Plan de Estudios*, se observó que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que el contenido del plan de estudios es actualizado y relevante, siendo su percepción positiva para el análisis.

Expectativas

Se dan las respuestas de acuerdo con la variable *Expectativas* en la Tabla 14 y la Figura 14 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 13

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las expectativas – marzo 2026

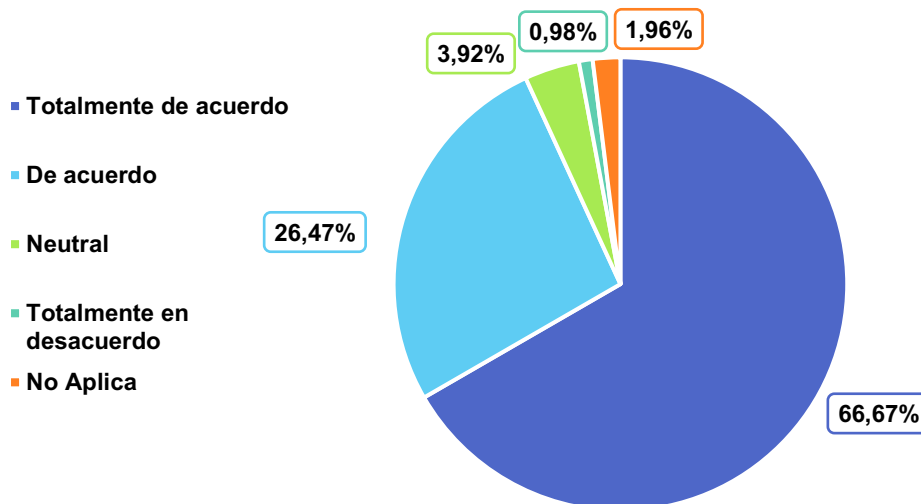
Grado de acuerdo sobre el cumplimiento de las expectativas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	68	66,67%
De acuerdo	27	26,47%
Neutral	4	3,92%
Totalmente en desacuerdo	1	0,98%
No Aplica	2	1,96%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 14.*

En base a la tabla 14, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si el programa cumple con las expectativas que tenía antes de matricularse, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 66,67% (68 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 26,47% (27 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 3,92% (4 estudiantes), quienes están totalmente en desacuerdo son un 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica es un 1,96% (2 estudiantes).

Figura 14

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las expectativas – marzo 2026



Fuente: *Tabla 14.*

Interpretación

Viendo los datos obtenidos para la variable *Expectativas*, se observó que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que el programa cumple con las expectativas que tenían antes de matricularse, siendo una percepción positiva para el análisis.

Calidad de los Materiales

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Calidad de los Materiales* en la Tabla 15 y la Figura 15 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 14

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la calidad de los materiales – marzo 2026

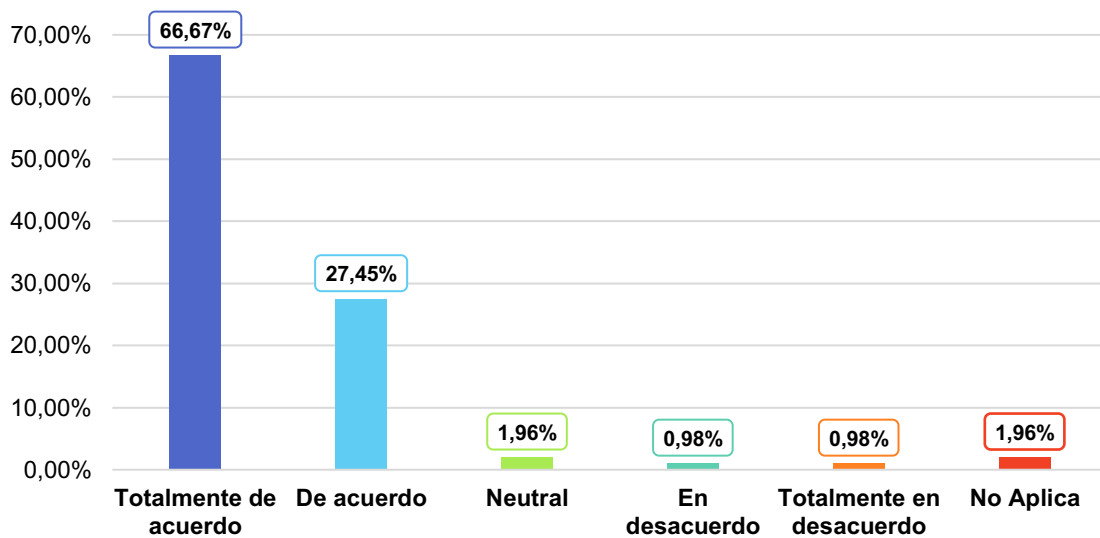
Grado de acuerdo sobre la calidad de los materiales	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	68	66,67%
De acuerdo	28	27,45%
Neutral	2	1,96%
En desacuerdo	1	0,98%
Totalmente en desacuerdo	1	0,98%
No Aplica	2	1,96%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 15.*

En base a la tabla 15, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si los materiales de estudio son de buena calidad educativa, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 66,67% (68 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 27,45% (28 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 1,96% (2 estudiantes), los que están en desacuerdo son un 0,98% (1 estudiante), quienes están totalmente en desacuerdo son un 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica es un 1,96% (2 estudiantes).

Figura 15

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la calidad de los materiales – marzo 2026



Fuente: *Tabla 15.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Calidad de los Materiales*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que los materiales de estudio son de buena calidad educativa, siendo una percepción positiva para el análisis.

Modalidad Adaptada

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Modalidad Adaptada* en la Tabla 16 y la Figura 16 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 15

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la adaptación de su modalidad – marzo 2026

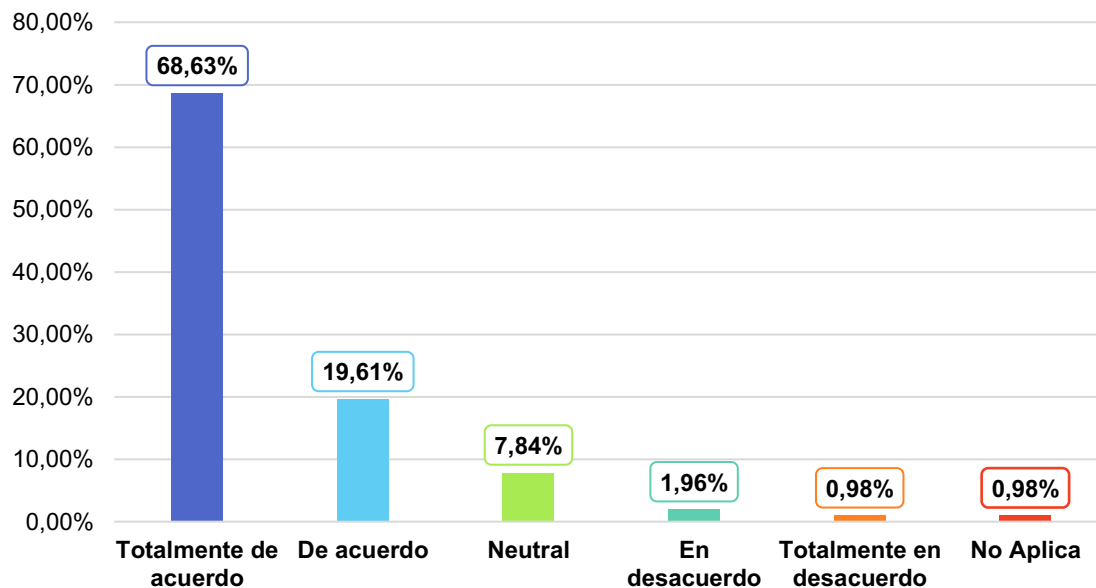
Grado de acuerdo sobre la adaptación de las modalidades	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	70	68,63%
De acuerdo	20	19,61%
Neutral	8	7,84%
En desacuerdo	1	0,98%
Totalmente en desacuerdo	1	0,98%
No Aplica	2	1,96%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 16.*

En base a la tabla 16, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si la modalidad de las clases se adapta a sus necesidades, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 68,63% (70 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 19,61% (20 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 7,84% (8 estudiantes), los que están en desacuerdo son un 0,98% (1 estudiante), quienes están totalmente en desacuerdo son un 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica es un 1,96% (2 estudiantes).

Figura 16

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la adaptación de su modalidad – marzo 2026



Fuente: *Tabla 16.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Modalidad Adaptada*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que la modalidad de las clases se adapta a sus necesidades, siendo un resultado positivo para el análisis.

Horario

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Horario* en la Tabla 17 y la Figura 17 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 16

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre los horarios – marzo 2026

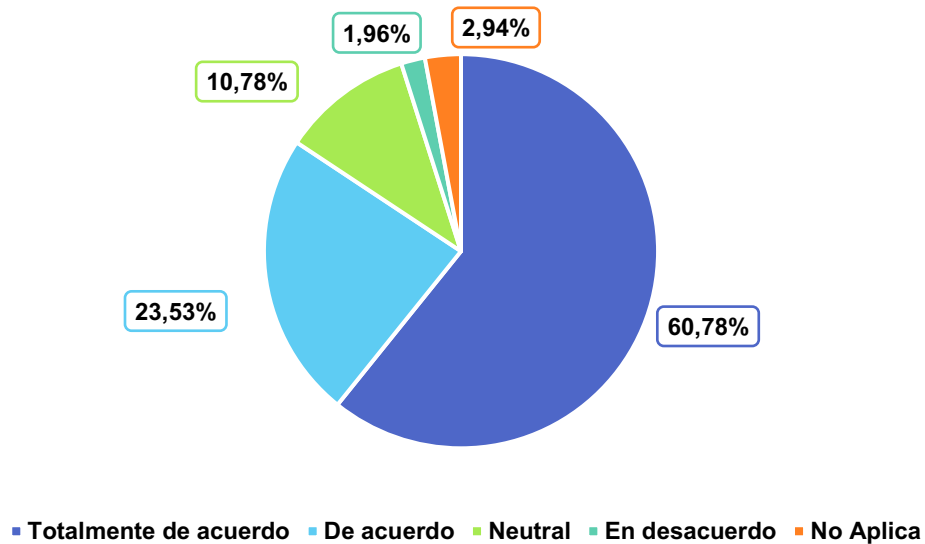
Grado de acuerdo sobre la conveniencia de los horarios	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	62	60,78%
De acuerdo	24	23,53%
Neutral	11	10,78%
En desacuerdo	2	1,96%
No Aplica	3	2,94%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 17.*

De acuerdo con la tabla 17, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si los horarios ofrecidos les resultan convenientes, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 60,78% (62 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 23,53% (24 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 10,78% (11 estudiantes), los que están en desacuerdo son un 1,96% (2 estudiantes) y para quienes no aplica es un 2,94% (3 estudiantes).

Figura 17

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre los horarios – marzo 2026



Fuente: *Tabla 17.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Horario*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que los horarios ofrecidos les resultan convenientes, siendo un resultado positivo para el análisis. Cabe resaltar que un poco más del 10% de los clientes tienen una opinión neutral al respecto.

Puntualidad

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Puntualidad* en la Tabla 18 y la Figura 18 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 17

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la puntualidad – marzo 2026

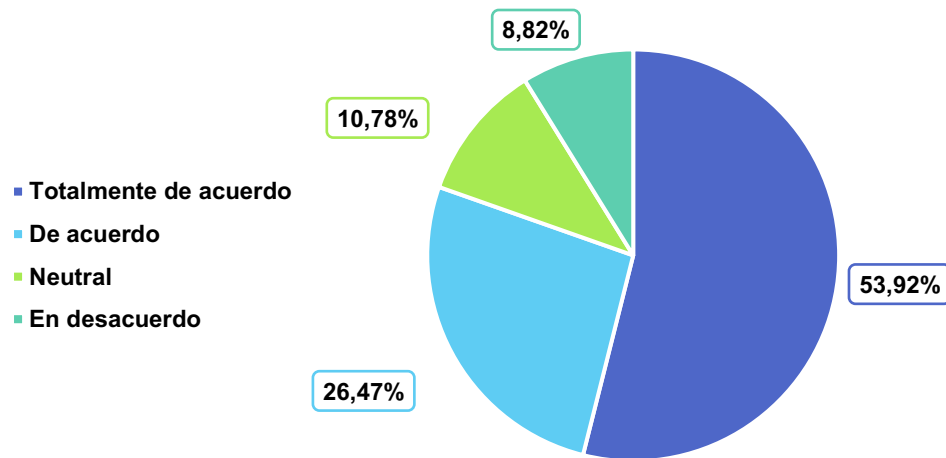
Grado de acuerdo sobre la puntualidad de las lecciones	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	55	53,92%
De acuerdo	27	26,47%
Neutral	11	10,78%
En desacuerdo	9	8,82%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 18.*

De acuerdo con la tabla 18, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si las lecciones inician y finalizan puntualmente, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 53,92% (55 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 26,47% (27 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 10,78% (11 estudiantes) y los que están en desacuerdo son un 8,82% (9 estudiantes).

Figura 18

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la puntualidad – marzo 2026



Fuente: *Tabla 18.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Puntualidad*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que las lecciones inician y finalizan puntualmente, siendo una percepción importante y positiva para el análisis. Cabe resaltar que un poco más del 10% de los clientes tienen una opinión neutral al respecto.

4.1.1.3. Servicio Administrativo

Atención al Matricular

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Atención al Matricular* en la Tabla 19 y la Figura 19 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 18

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la atención al matricular – marzo 2026

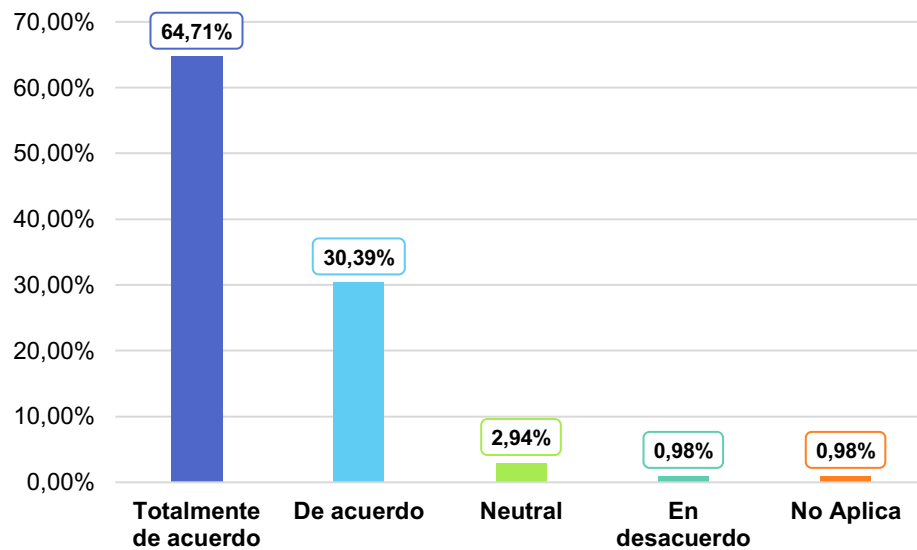
Grado de acuerdo sobre la eficiencia de la atención recibida durante el proceso de matrícula	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	66	64,71%
De acuerdo	31	30,39%
Neutral	3	2,94%
En desacuerdo	1	0,98%
No Aplica	1	0,98%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 19.*

De acuerdo con la tabla 19, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si la atención recibida durante el proceso de matrícula es eficiente, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 64,71% (66 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 30,39% (31 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 2,94% (3 estudiantes), quienes están en desacuerdo son 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica son un 0,98% (1 estudiante).

Figura 19

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la atención al matricular – marzo 2026



Fuente: *Tabla 19.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Atención al Matricular*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que la atención recibida durante el proceso de matrícula es eficiente, siendo una percepción positiva para el análisis.

Comunicación

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Comunicación* en la Tabla 20 y la Figura 20 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 19

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la comunicación – marzo 2026

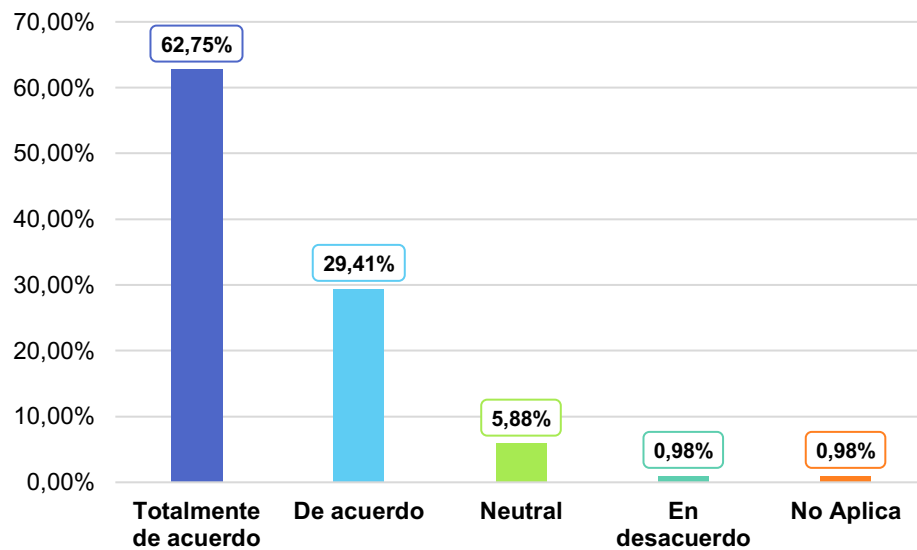
Grado de acuerdo sobre la claridad de la comunicación de la academia	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	64	62,75%
De acuerdo	30	29,41%
Neutral	6	5,88%
En desacuerdo	1	0,98%
No Aplica	1	0,98%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 20.*

De acuerdo con la tabla 20, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si la comunicación de la academia es clara y oportuna, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 62,75% (64 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 29,41% (30 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 5,88% (6 estudiantes), quienes están en desacuerdo son 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica son un 0,98% (1 estudiante).

Figura 20

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la comunicación – marzo 2026



Fuente: *Tabla 20.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Comunicación*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que la comunicación de la academia es clara y oportuna, siendo una percepción positiva para el análisis.

Servicio al Cliente

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Servicio al Cliente* en la Tabla 21 y la Figura 21 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 20

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el servicio al cliente – marzo 2026

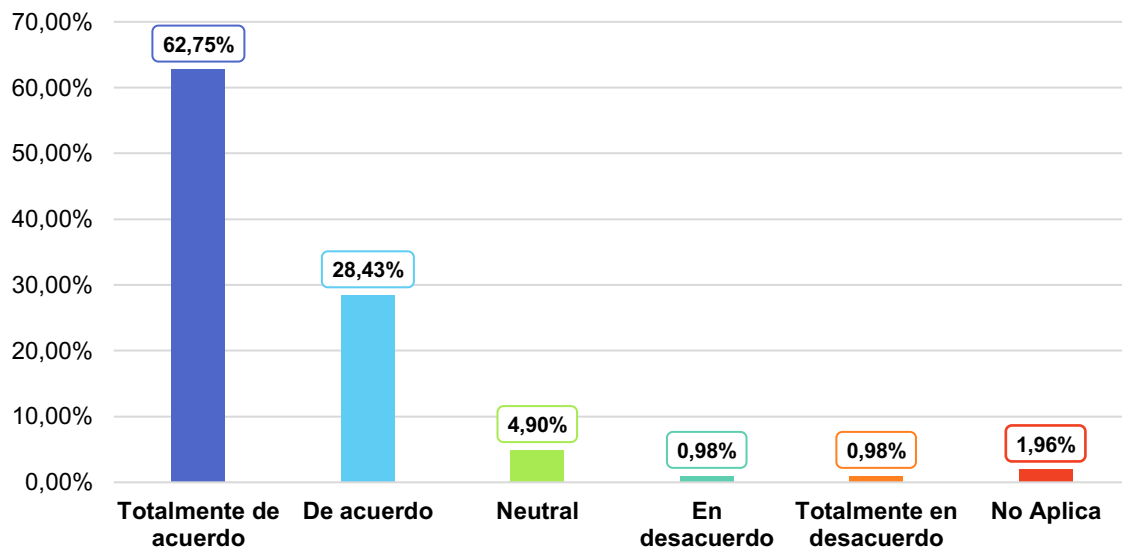
Grado de acuerdo sobre la amabilidad del personal de servicio al resolver consultas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	64	62,75%
De acuerdo	29	28,43%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	4,90%
En desacuerdo	1	0,98%
Totalmente en desacuerdo	1	0,98%
No Aplica	2	1,96%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 21.*

De acuerdo con la tabla 21, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si el personal de servicio al cliente resuelve sus consultas con amabilidad y eficacia, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 62,75% (64 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 29,41% (30 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 5,88% (6 estudiantes), quienes están en desacuerdo son 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica son un 0,98% (1 estudiante).

Figura 21

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el servicio al cliente – marzo 2026



Fuente: *Tabla 21.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Servicio al Cliente*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que el personal de servicio al cliente resuelve sus consultas con amabilidad y eficacia, siendo positivo para el análisis.

Precio - Valor

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Precio-Valor* en la Tabla 22 y la Figura 22 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 21

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el precio-valor – marzo 2026

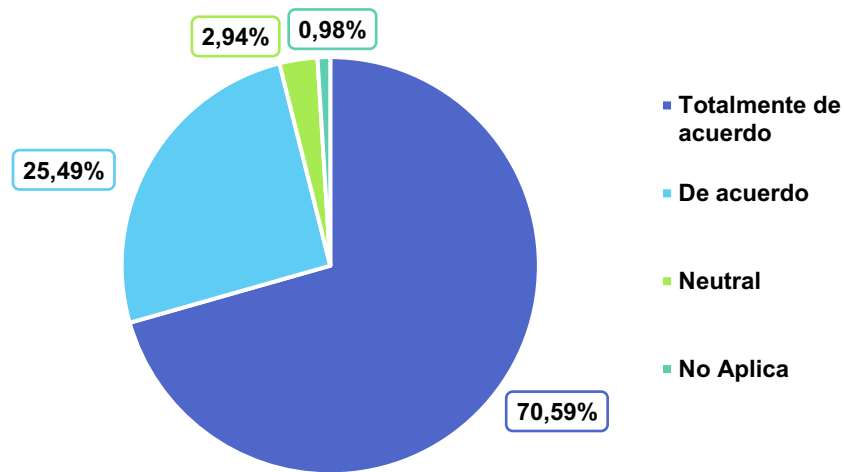
Grado de acuerdo sobre al precio-valor del servicio	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	72	70,59%
De acuerdo	26	25,49%
Neutral	3	2,94%
No Aplica	1	0,98%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 22.*

De acuerdo con la tabla 22, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si el precio que pago corresponde al valor que recibo del servicio educativo, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 70,59% (72 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 25,49% (26 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 2,94% (3 estudiantes) y para quienes no aplica son un 0,98% (1 estudiante).

Figura 22

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el precio-valor – marzo 2026



Fuente: *Tabla 22.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Precio-Valor*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que el precio que pago corresponde al valor que recibo del servicio educativo, siendo realmente positivo para el análisis.

Accesibilidad del Precio

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Accesibilidad del Precio* en la Tabla 23 y la Figura 23 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 22

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la accesibilidad del precio – marzo 2026

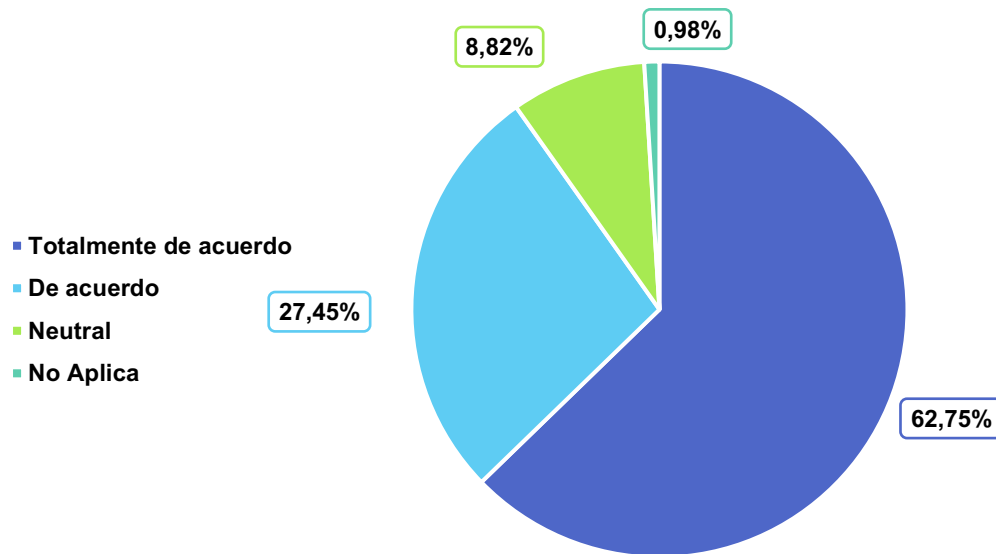
Grado de acuerdo la accesibilidad del precio	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	64	62,75%
De acuerdo	28	27,45%
Neutral	9	8,82%
No Aplica	1	0,98%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 23.*

De acuerdo con la tabla 23, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si el precio que pago me parece accesible, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 70,59% (72 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 25,49% (26 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 2,94% (3 estudiantes) y para quienes no aplica son un 0,98% (1 estudiante).

Figura 23

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la accesibilidad del precio – marzo 2026



Fuente: *Tabla 23.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Accesibilidad del Precio*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que el precio que pago me parece accesible, siendo realmente positivo para el análisis.

Confianza

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Confianza* en la Tabla 24 y la Figura 24 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 23

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la confianza – marzo 2026

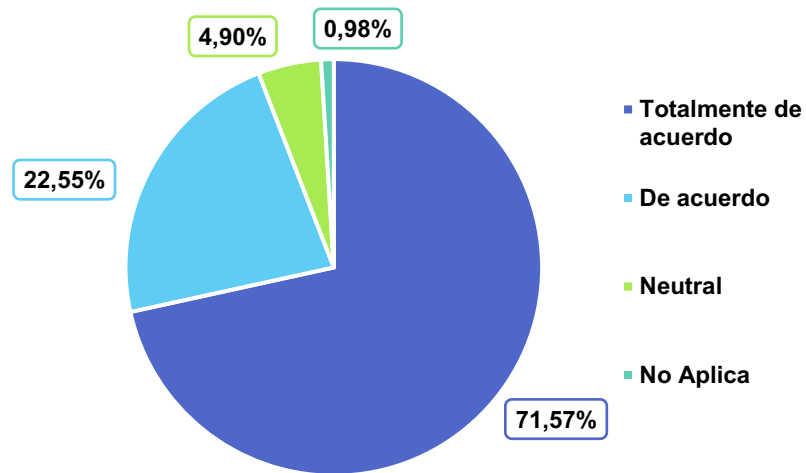
Grado de acuerdo sobre la confianza a la academia	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	73	71,57%
De acuerdo	23	22,55%
Neutral	5	4,90%
No Aplica	1	0,98%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 24.*

De acuerdo con la tabla 24, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si confía en la seriedad y respaldo institucional de la academia, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 71,57% (73 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 22,55% (23 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 4,90% (5 estudiantes) y para quienes no aplica son un 0,98% (1 estudiante).

Figura 24

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la confianza – marzo 2026



Fuente: *Tabla 24.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Confianza*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que, si confía en la seriedad y respaldo institucional de la academia, siendo realmente positivo para el análisis.

Recomendación

Se dan las respuestas de acuerdo con la variable *Recomendación* en la Tabla 25 y la Figura 25 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 24

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la recomendación – marzo 2026

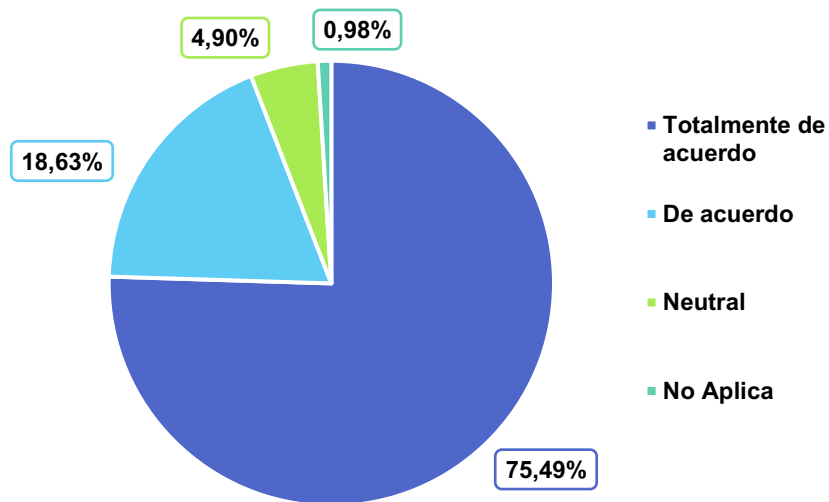
Grado de acuerdo sobre la recomendación a familiares o amistades	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	77	75,49%
De acuerdo	19	18,63%
Neutral	5	4,90%
No Aplica	1	0,98%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 25.*

Con respecto a la tabla 25, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si recomendaría la academia a familiares o amistades, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 75,49% (77 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 18,63% (19 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 4,90% (5 estudiantes) y para quienes no aplica son un 0,98% (1 estudiante).

Figura 25

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la recomendación – marzo 2026



Fuente: *Tabla 25.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Recomendación*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con recomendar la Academia Generaciones de Éxito a familiares o amistades, siendo un aspecto favorable para el análisis.

4.1.1.4. Instalaciones Físicas

Parqueo

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Parqueo* en la Tabla 26 y la Figura 26 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 25

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el parqueo – marzo 2026

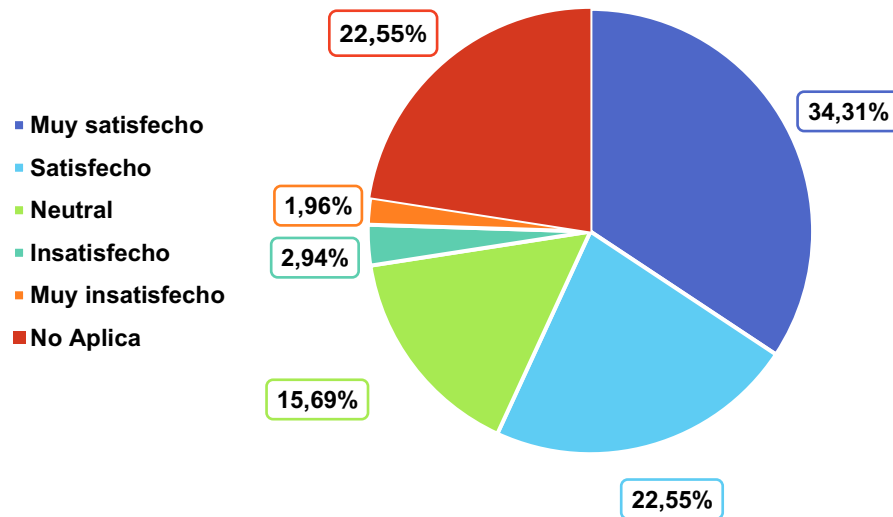
Nivel de satisfacción del cliente con la disponibilidad y ubicación del parqueo	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	35	34,31%
Satisfecho	23	22,55%
Neutral	16	15,69%
Insatisfecho	3	2,94%
Muy insatisfecho	2	1,96%
No Aplica	23	22,55%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 26.*

De acuerdo con la tabla 26, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto a la disponibilidad y ubicación del parqueo, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 34,31% (35 estudiantes), quienes están satisfechos son un 22,55% (23 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 15,69% (16 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 2,94% (3 estudiantes), los que están muy insatisfechos es un 1,96% (2 estudiantes) y para quienes no aplica son un 22,55% (23 estudiantes).

Figura 26

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el parqueo – marzo 2026



Fuente: *Tabla 26.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Parqueo*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos o satisfechos con la disponibilidad y ubicación del parqueo, aunque cabe resaltar que gran parte de los estudiantes se mantienen neutrales o no aplican a esta variable, puede ser debido a que algunos no tengan transporte o los dejen y recojan de la academia.

Limpieza y Estado

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Limpieza y Estado* en la Tabla 27 y la Figura 27 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 26

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la limpieza y estado general de las instalaciones – marzo 2026

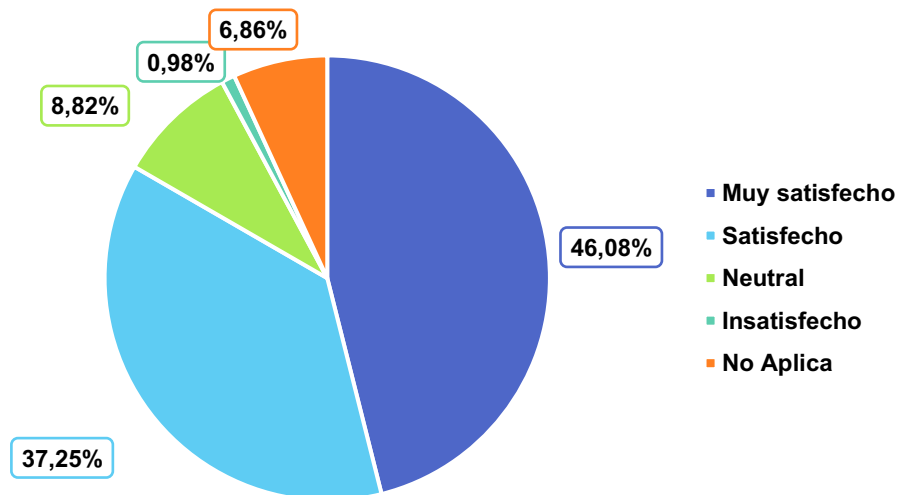
Nivel de satisfacción del cliente con la limpieza y estado general de las instalaciones	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	47	46,08%
Satisfecho	38	37,25%
Neutral	9	8,82%
Insatisfecho	1	0,98%
No Aplica	7	6,86%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 27.*

De acuerdo con la tabla 27, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto a la limpieza y el estado general de las instalaciones, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 46,08% (47 estudiantes), quienes están satisfechos son un 37,25% (38 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 8,82% (9 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica son un 6,86% (7 estudiantes).

Figura 27

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la limpieza y estado general de las instalaciones – marzo 2026



Fuente: *Tabla 27.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Limpieza y Estado*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos o satisfechos con la limpieza y el estado general de las instalaciones, lo cual demuestra un punto positivo para el análisis.

Espacio Físico

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Espacio Físico* en la Tabla 28 y la Figura 28 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 27

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el espacio de las aulas – marzo 2026

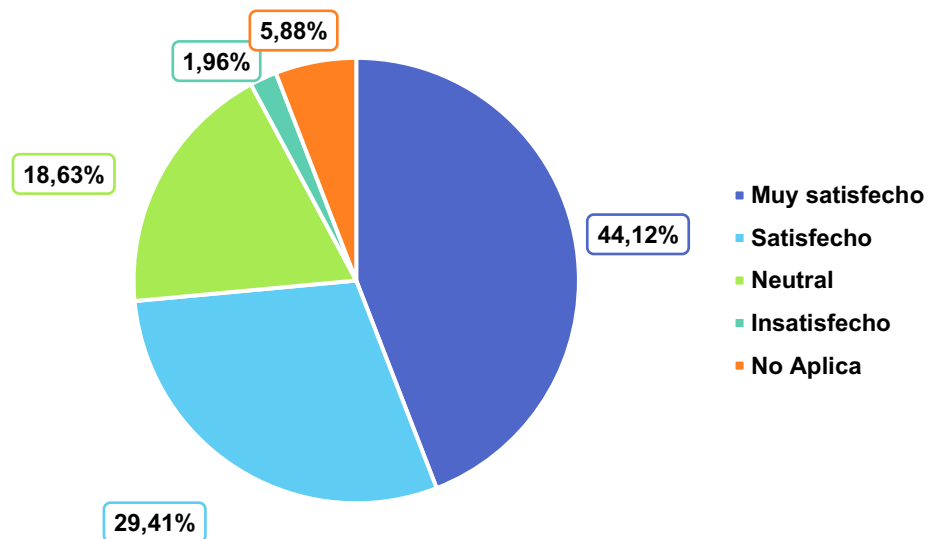
Nivel de satisfacción del cliente con el espacio de las aulas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	45	44,12%
Satisfecho	30	29,41%
Neutral	19	18,63%
Insatisfecho	2	1,96%
No Aplica	6	5,88%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 28.*

De acuerdo con la tabla 28, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto a el espacio de las aulas, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 44,12% (45 estudiantes), quienes están satisfechos son un 29,41% (30 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 18,63% (19 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 1,96% (2 estudiante) y para quienes no aplica son un 5,88% (6 estudiantes).

Figura 28

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el espacio de las aulas – marzo 2026



Fuente: *Tabla 28.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Espacio Físico*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos, pero se da también una parte de las opiniones muy alta de satisfechos y neutrales con el espacio de las aulas, lo cual muestra un aspecto relevante para tomar en cuenta en el análisis.

Ventilación

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Ventilación* en la Tabla 29 y la Figura 29 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 28

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la ventilación de las aulas – marzo 2026

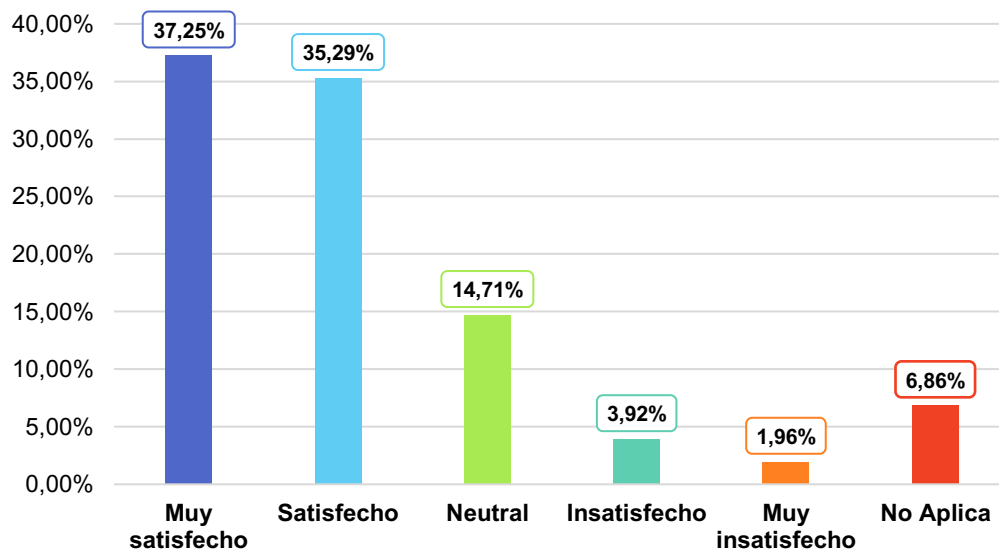
Nivel de satisfacción del cliente con la ventilación de las aulas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	38	37,25%
Satisfecho	36	35,29%
Neutral	15	14,71%
Insatisfecho	4	3,92%
Muy insatisfecho	2	1,96%
No Aplica	7	6,86%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 29.*

De acuerdo con la tabla 29, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto a la ventilación de las aulas, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 37,25% (38 estudiantes), quienes están satisfechos son un 35,29% (36 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 14,71% (15 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 3,92% (4 estudiantes), los que se sienten muy insatisfechos son un 1,96% (2 estudiante) y para quienes no aplica son un 6,86% (7 estudiantes).

Figura 29

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la ventilación de las aulas – marzo 2026



Fuente: *Tabla 29.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Ventilación*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos, pero se da también una parte de las opiniones muy alta de neutrales con la ventilación de las aulas, lo cual muestra un aspecto importante para tomar en cuenta en el análisis.

Iluminación

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Iluminación* en la Tabla 30 y la Figura 30 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 29

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la iluminación de las aulas – marzo 2026

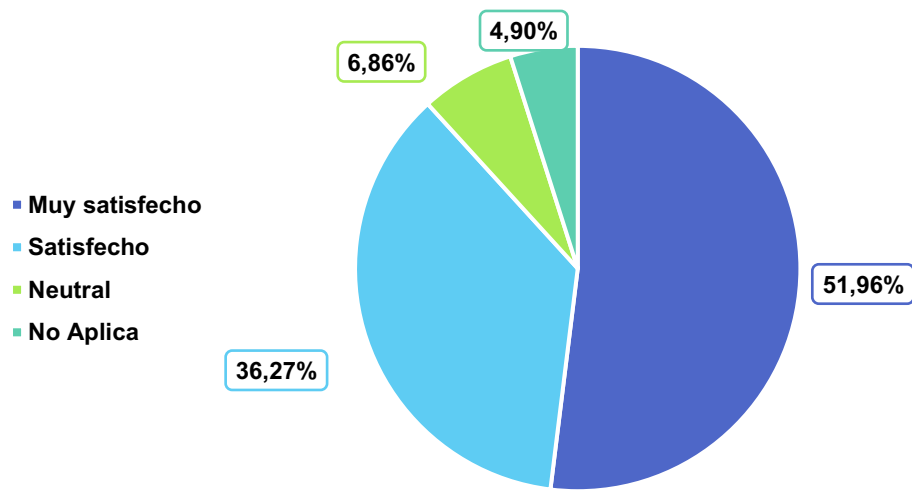
Nivel de satisfacción del cliente con la iluminación de las aulas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	53	51,96%
Satisfecho	37	36,27%
Neutral	7	6,86%
No Aplica	5	4,90%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 30.*

Con base a la tabla 30, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto a la iluminación de las aulas, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 51,96% (53 estudiantes), quienes están satisfechos son un 36,27% (37 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 6,86% (7 estudiantes) y para quienes no aplica son un 4,90% (5 estudiantes).

Figura 30

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la iluminación de las aulas – marzo 2026



Fuente: *Tabla 30.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Iluminación*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos con la iluminación de las aulas, lo cual representa un punto positivo para el análisis.

Suelo

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Suelo* en la Tabla 31 y la Figura 31 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 30

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el suelo de las aulas – marzo 2026

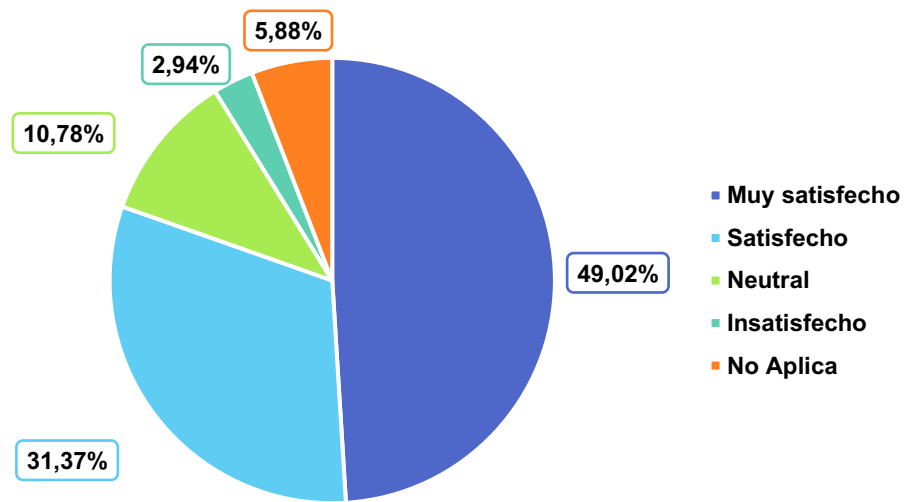
Nivel de satisfacción del cliente con el estado del suelo de las aulas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	50	49,02%
Satisfecho	32	31,37%
Neutral	11	10,78%
Insatisfecho	3	2,94%
No Aplica	6	5,88%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 31.*

De acuerdo con la tabla 31, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto al suelo de las aulas, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 49,02% (50 estudiantes), quienes están satisfechos son un 31,37% (32 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 10,78% (11 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 2,94% (3 estudiantes) y para quienes no aplica son un 5,88% (6 estudiantes).

Figura 31

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el suelo de las aulas – marzo 2026



Fuente: *Tabla 31.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Suelo*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos con el suelo de las aulas, siendo un aspecto positivo para el análisis. Cabe resaltar que un poco más del 10% de los clientes tienen una opinión neutral al respecto.

Paredes

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Paredes* en la Tabla 32 y la Figura 32 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 31

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las paredes de las aulas – marzo 2026

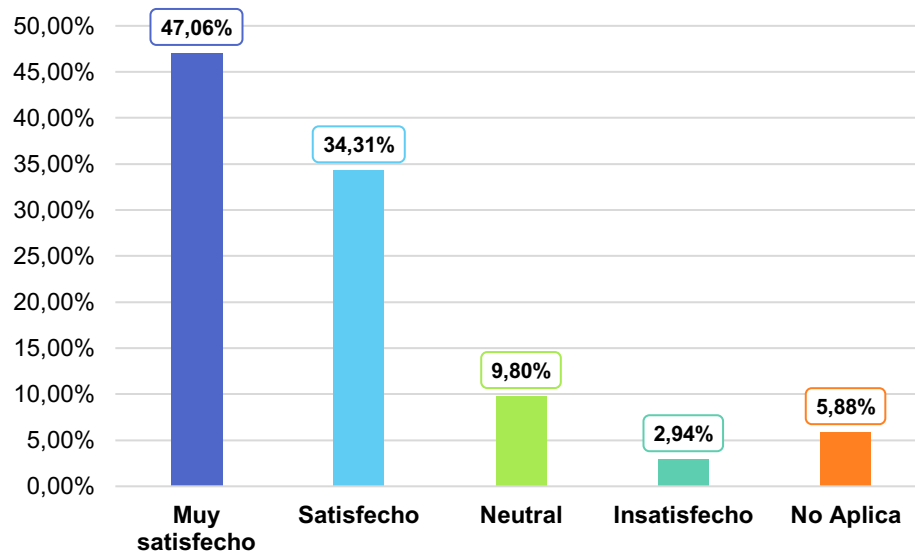
Nivel de satisfacción del cliente con el estado de las paredes de las aulas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	48	47,06%
Satisfecho	35	34,31%
Neutral	10	9,80%
Insatisfecho	3	2,94%
No Aplica	6	5,88%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 32.*

De acuerdo con la tabla 32, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto a las paredes de las aulas, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 47,06% (48 estudiantes), quienes están satisfechos son un 34,31% (35 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 9,80% (10 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 2,94% (3 estudiantes) y para quienes no aplica son un 5,88% (6 estudiantes).

Figura 32

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las paredes de las aulas – marzo 2026



Fuente: *Tabla 32.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Paredes*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos con las paredes de las aulas, siendo un aspecto positivo para el análisis.

Entorno Físico

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Entorno Físico* en la Tabla 33 y la Figura 33 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 32

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el entorno físico de las aulas – marzo 2026

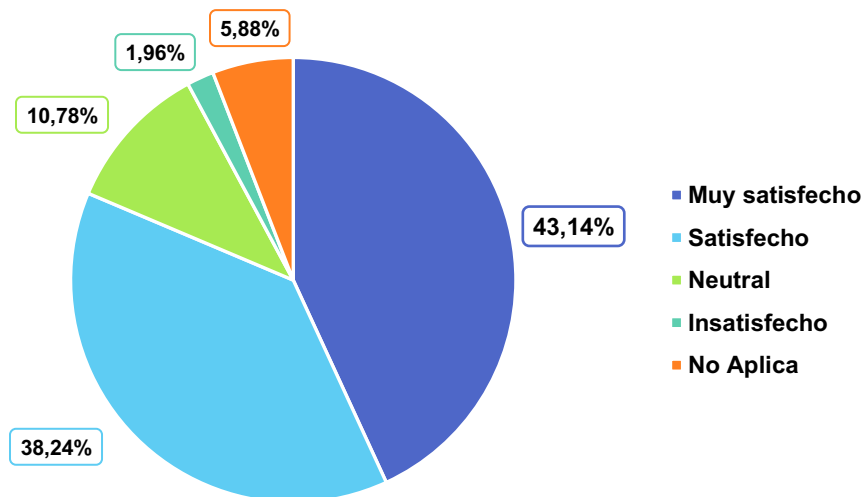
Nivel de satisfacción del cliente con el entorno físico de las aulas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	44	43,14%
Satisfecho	39	38,24%
Neutral	11	10,78%
Insatisfecho	2	1,96%
No Aplica	6	5,88%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 33.*

De acuerdo con la tabla 33, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto al entorno físico de las aulas, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 43,14% (44 estudiantes), quienes están satisfechos son un 38,24% (39 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 10,78% (11 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 1,96% (2 estudiantes) y para quienes no aplica son un 5,88% (6 estudiantes).

Figura 33

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el entorno físico de las aulas – marzo 2026



Fuente: *Tabla 33.*

Interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos para la variable *Entorno Físico*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos con el entorno físico de las aulas, siendo un punto positivo para el análisis. Cabe resaltar que un poco más del 10% de los clientes tienen una opinión neutral al respecto.

4.1.1.5. Mobiliario y Equipamiento

Pupitres

Se dan las respuestas de acuerdo con la variable *Pupitres* en la Tabla 34 y la Figura 34 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 33

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre los pupitres de las aulas – marzo 2026

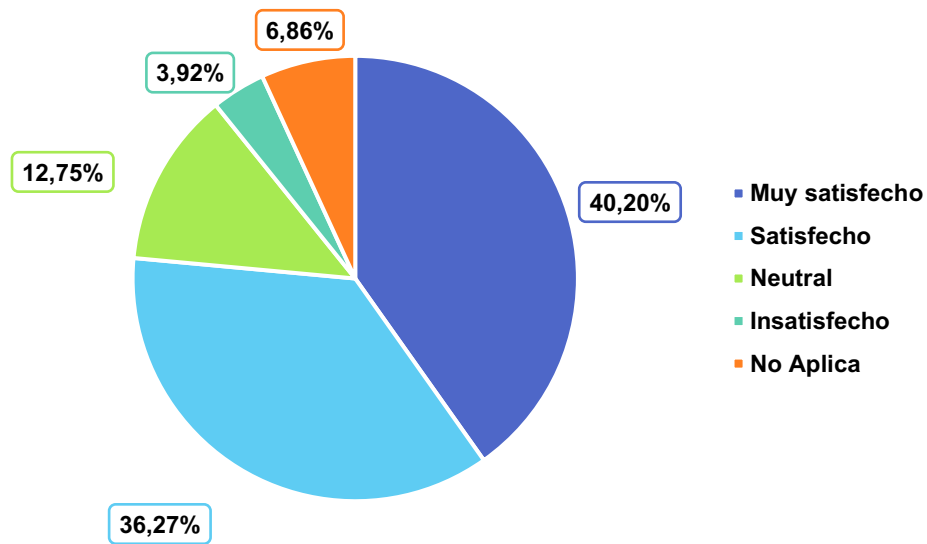
Nivel de satisfacción del cliente con los pupitres de las aulas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	41	40,20%
Satisfecho	37	36,27%
Neutral	13	12,75%
Insatisfecho	4	3,92%
No Aplica	7	6,86%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 34.*

De acuerdo con la tabla 34, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto a los pupitres de las aulas, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 40,20% (41 estudiantes), quienes están satisfechos son un 36,27% (37 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 12,75% (13 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 3,92% (4 estudiantes) y para quienes no aplica son un 6,86% (7 estudiantes).

Figura 34

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre los pupitres de las aulas – marzo 2026



Fuente: *Tabla 34.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Pupitres*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos con los pupitres de las aulas, sin embargo, la opinión neutral también es lo suficientemente alta como para tomarlo en cuenta en el análisis.

Visibilidad a las Pizarras

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Visibilidad a las Pizarras* en la Tabla 35 y la Figura 35 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 34

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la visibilidad a las pizarras – marzo 2026

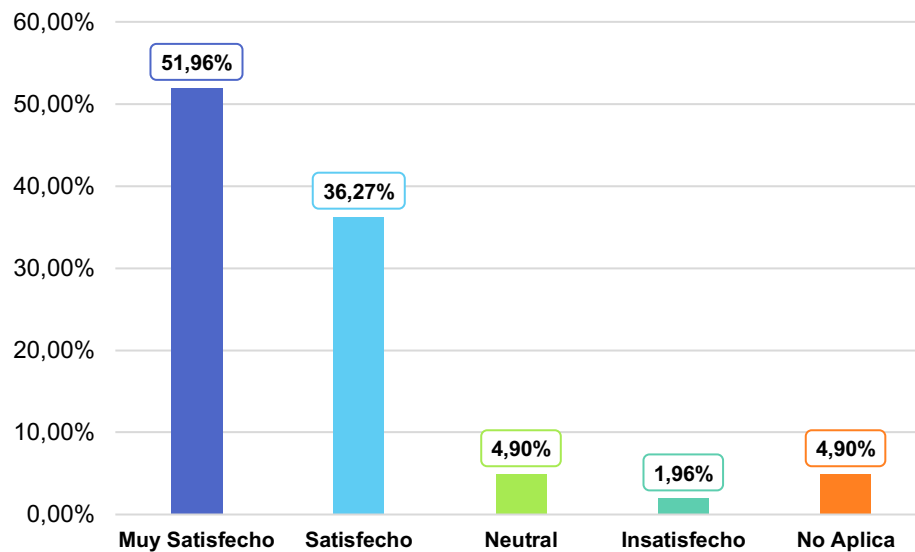
Nivel de satisfacción del cliente con la visibilidad de las pizarras en las aulas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	53	51,96%
Satisfecho	37	36,27%
Neutral	5	4,90%
Insatisfecho	2	1,96%
No Aplica	5	4,90%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 35.*

De acuerdo con la tabla 35, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto a la visibilidad de las pizarras acrílicas utilizadas en las clases, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 51,96% (53 estudiantes), quienes están satisfechos son un 36,27% (37 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 4,90% (5 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 1,96% (2 estudiantes) y para quienes no aplica son un 4,90% (5 estudiantes).

Figura 35

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la visibilidad a las pizarras – marzo 2026



Fuente: *Tabla 35.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Visibilidad a las Pizarras*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos con la visibilidad de las pizarras acrílicas utilizadas en las clases, siendo un aspecto positivo para el análisis.

Proyector

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Proyector* en la Tabla 36 y la Figura 36 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 35

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el proyector – marzo 2026

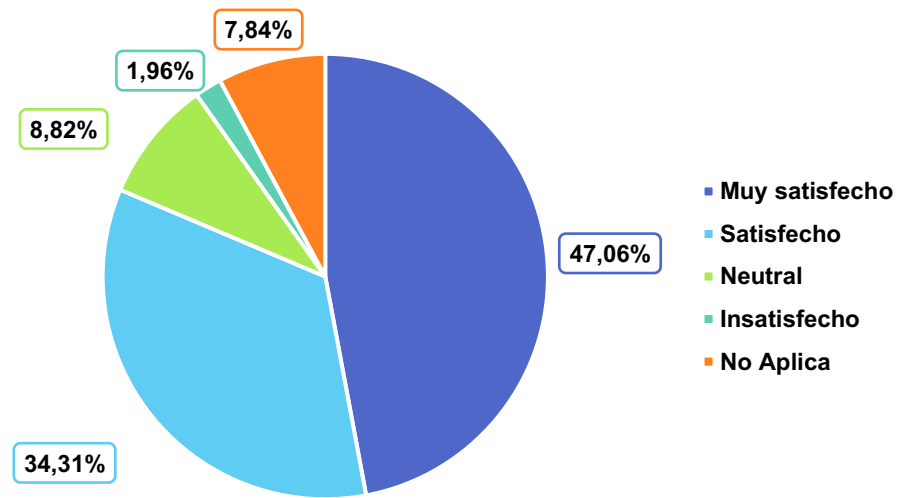
Nivel de satisfacción del cliente con el funcionamiento del proyector en las aulas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	48	47,06%
Satisfecho	35	34,31%
Neutral	9	8,82%
Insatisfecho	2	1,96%
No Aplica	8	7,84%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 36.*

En base con la tabla 36, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto al funcionamiento del proyector de las aulas, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 47,06% (48 estudiantes), quienes están satisfechos son un 34,31% (35 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 8,82% (9 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 1,96% (2 estudiantes) y para quienes no aplica son un 7,84% (8 estudiantes).

Figura 36

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el proyector – marzo 2026



Fuente: *Tabla 36.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Proyector*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos con el funcionamiento del proyector de las aulas, siendo un aspecto positivo para el análisis.

Computadora Docente

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Computadora Docente* en la Tabla 37 y la Figura 37 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 36

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la computadora docente – marzo 2026

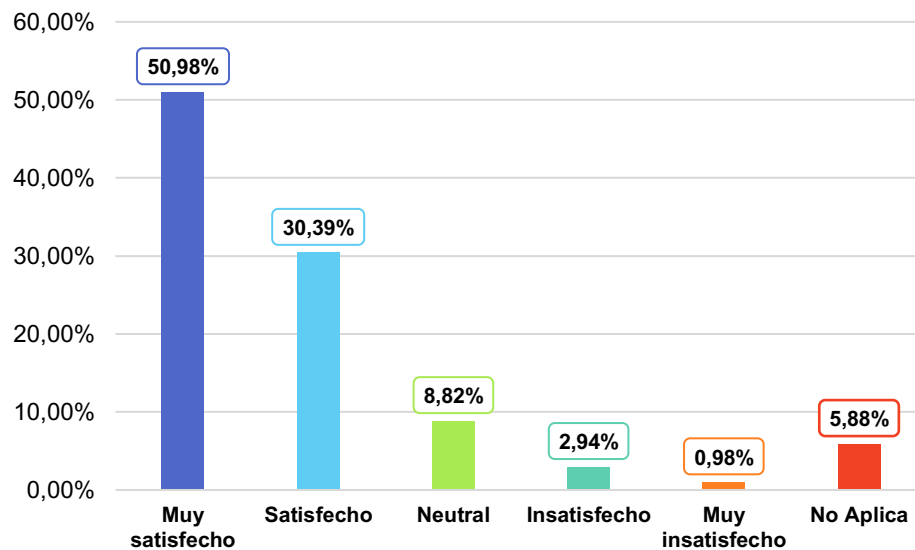
Nivel de satisfacción del cliente con la computadora utilizada por el profesor para impartir las lecciones	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	52	50,98%
Satisfecho	31	30,39%
Neutral	9	8,82%
Insatisfecho	3	2,94%
Muy insatisfecho	1	0,98%
No Aplica	6	5,88%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 37.*

En base con la tabla 37, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto a la computadora utilizada por el profesor para impartir las lecciones, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 50,98% (52 estudiantes), quienes están satisfechos son un 30,39% (31 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 8,82% (9 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 2,94% (3 estudiantes), los que están muy insatisfechos son un 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica son un 5,88% (6 estudiantes).

Figura 37

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la computadora docente – marzo 2026



Fuente: *Tabla 37.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Computadora Docente*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos con el funcionamiento de la computadora utilizada por el profesor para impartir las lecciones, siendo un aspecto positivo para el análisis.

Conexión a Internet

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Conexión a Internet* en la Tabla 38 y la Figura 38 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 37

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la conexión a internet – marzo 2026

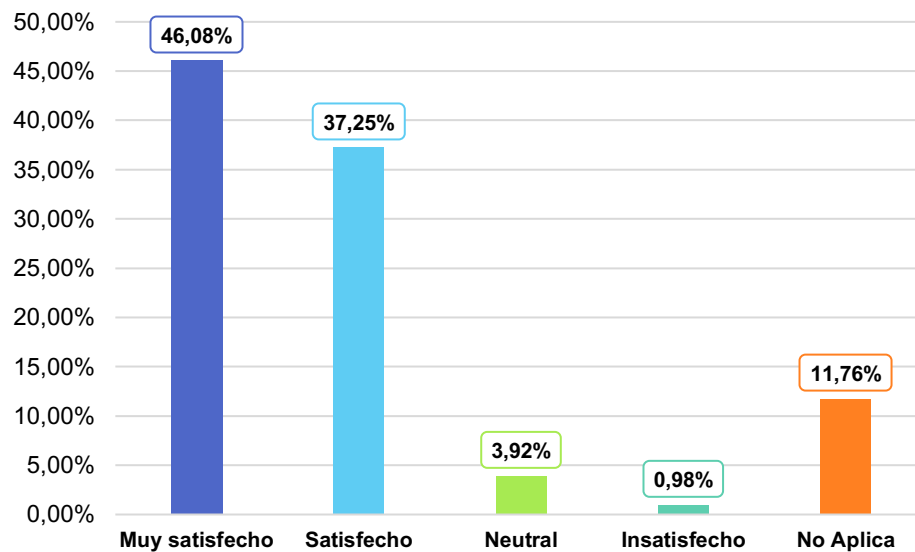
Nivel de satisfacción del cliente con la conexión a internet del celular de la academia para las clases virtuales	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	47	46,08%
Satisfecho	38	37,25%
Neutral	4	3,92%
Insatisfecho	1	0,98%
No Aplica	12	11,76%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 38.*

En base con la tabla 38, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto a la conexión a internet del celular de la academia para las clases virtuales, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 46,08% (47 estudiantes), quienes están satisfechos son un 37,25% (38 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 3,92% (4 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica son un 11,76% (12 estudiantes).

Figura 38

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la conexión a internet – marzo 2026



Fuente: *Tabla 38.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Conexión a Internet*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos con la conexión a internet del celular de la academia para las clases virtuales, siendo un aspecto positivo para el análisis.

Cantidad de Tomacorrientes

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Cantidad de Tomacorrientes* en la Tabla 39 y la Figura 39 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 38

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la cantidad de tomacorrientes – marzo 2026

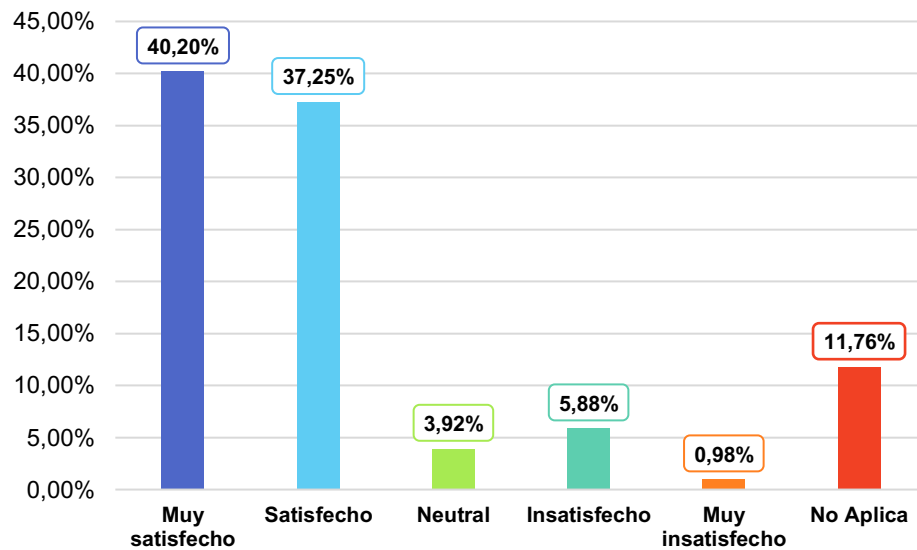
Nivel de satisfacción del cliente con la cantidad de tomacorrientes disponibles en las aulas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	41	40,20%
Satisfecho	38	37,25%
Neutral	4	3,92%
Insatisfecho	6	5,88%
Muy insatisfecho	1	0,98%
No Aplica	12	11,76%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 39.*

En base con la tabla 39, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto a la cantidad de tomacorrientes disponibles en las aulas, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 40,20% (41 estudiantes), quienes están satisfechos son un 37,25% (38 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 3,92% (4 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 5,88% (6 estudiante), los muy insatisfechos es un 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica son un 11,76% (12 estudiantes).

Figura 39

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la cantidad de tomacorrientes – marzo 2026



Fuente: *Tabla 39.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Cantidad de Tomacorrientes*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos con la cantidad de tomacorrientes disponibles en las aulas, siendo un punto positivo para el análisis.

Funcionalidad de los Tomacorrientes

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Funcionalidad de Tomacorrientes* en la Tabla 40 y la Figura 40 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 39

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la funcionalidad de tomacorrientes – marzo 2026

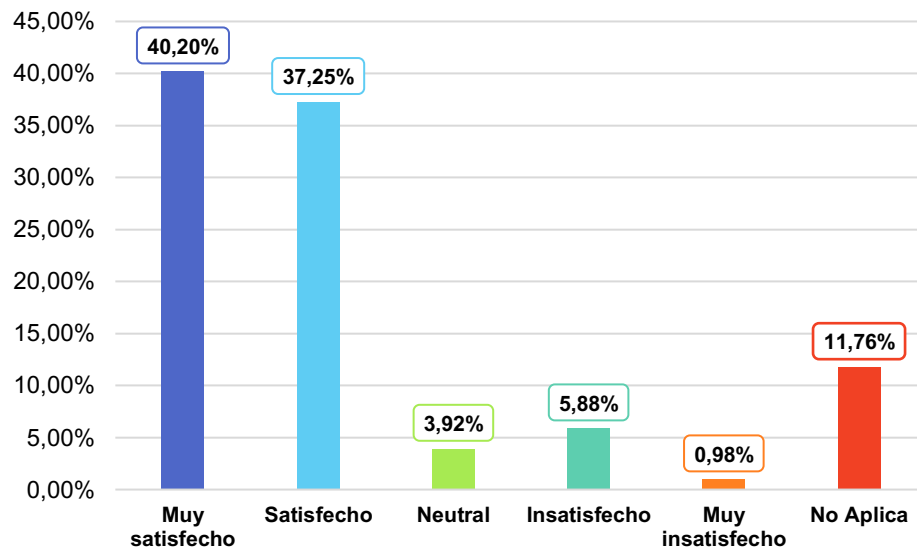
Nivel de satisfacción del cliente con la funcionalidad de los tomacorrientes disponibles en las aulas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	42	41,18%
Satisfecho	37	36,27%
Neutral	6	5,88%
Insatisfecho	2	1,96%
Muy insatisfecho	1	0,98%
No Aplica	14	13,73%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 40.*

En base con la tabla 40, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto a la funcionalidad de tomacorrientes disponibles en las aulas, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 41,18% (42 estudiantes), quienes están satisfechos son un 36,27% (37 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 5,88% (6 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 1,96% (2 estudiante), los muy insatisfechos es un 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica son un 13,73% (14 estudiantes).

Figura 40

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la funcionalidad de tomacorrientes – marzo 2026



Fuente: *Tabla 40.*

Interpretación

Basándonos en los datos obtenidos para la variable *Funcionalidad de Tomacorrientes*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos con la funcionalidad de tomacorrientes disponibles en las aulas, siendo un aspecto positivo para el análisis.

4.1.1.6. Ambiente de Aprendizaje

Control de Ruido

Se dan las respuestas de acuerdo con la variable *Control de Ruido* en la Tabla 41 y la Figura 41 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 40

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el control del ruido externo – marzo 2026

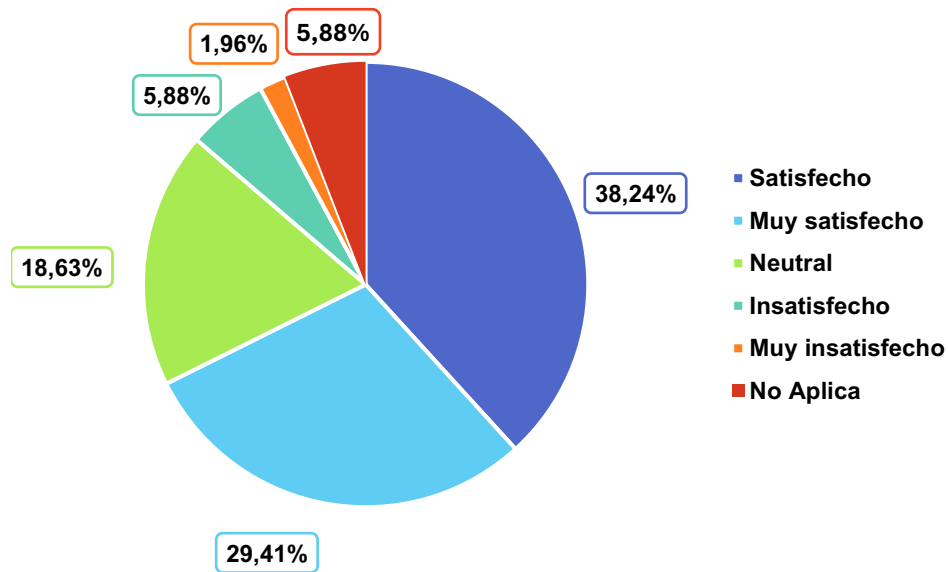
Nivel de satisfacción del cliente con el control del ruido externo en las aulas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	30	29,41%
Satisfecho	39	38,24%
Neutral	19	18,63%
Insatisfecho	6	5,88%
Muy insatisfecho	2	1,96%
No Aplica	6	5,88%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 41.*

En base con la tabla 41, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto al control del ruido externo (sonidos de la calle u otros), se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 29,41% (30 estudiantes), quienes están satisfechos son un 38,24% (39 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 18,63% (19 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 5,88% (6 estudiante), los muy insatisfechos es un 1,96% (2 estudiantes) y para quienes no aplica son un 5,88% (6 estudiantes).

Figura 41

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el control del ruido externo – marzo 2026



Fuente: *Tabla 41.*

Interpretación

Basándonos en los datos obtenidos para la variable *Control de Ruido*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos con el control del ruido externo (sonidos de la calle u otros), sin embargo, a comparación del resto de variables, en esta en específico hubo mayor insatisfacción, siendo un aspecto importante por resaltar para el análisis.

Distractores

Se dan las respuestas de acuerdo con la variable *Distractores* en la Tabla 42 y la Figura 42 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 41

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la ausencia de distractores – marzo 2026

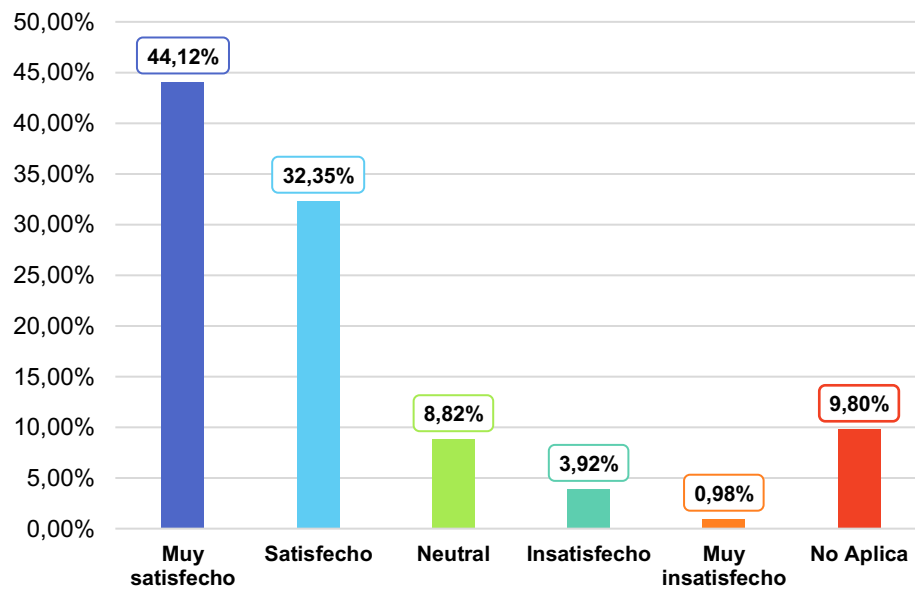
Nivel de satisfacción del cliente con la ausencia de distractores dentro del aula durante las lecciones	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	45	44,12%
Satisfecho	33	32,35%
Neutral	9	8,82%
Insatisfecho	4	3,92%
Muy insatisfecho	1	0,98%
No Aplica	10	9,80%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 4 2.*

En base con la tabla 42, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto a la ausencia de distractores dentro del aula durante las lecciones, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 44,12% (45 estudiantes), quienes están satisfechos son un 32,35% (33 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 8,82% (9 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 3,92% (4 estudiantes), los muy insatisfechos es un 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica son un 9,80% (10 estudiantes).

Figura 42

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la ausencia de distractores – marzo 2026



Fuente: *Tabla 42.*

Interpretación

Basándonos en los datos obtenidos para la variable *Distractores*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos con la ausencia de distractores dentro del aula durante las lecciones, siendo un punto positivo por resaltar para el análisis.

Ambiente

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Ambiente* en la Tabla 43 y la Figura 43 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 42

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el ambiente general – marzo 2026

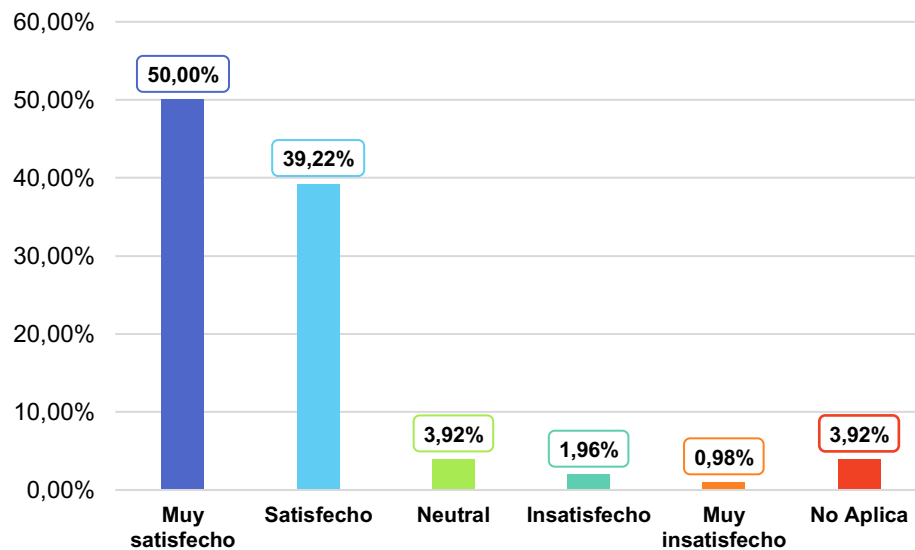
Nivel de satisfacción del cliente con el ambiente general del aula para el proceso de enseñanza–aprendizaje	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Muy satisfecho	51	50,00%
Satisfecho	40	39,22%
Ni satisfecho ni insatisfecho	4	3,92%
Insatisfecho	2	1,96%
Muy insatisfecho	1	0,98%
No Aplica	4	3,92%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 43.*

En base con la tabla 43, al preguntarles a los clientes el nivel de satisfacción respecto al ambiente general del aula para el proceso de enseñanza–aprendizaje, se obtuvo que los clientes que están muy satisfechos son un 50,00% (51 estudiantes), quienes están satisfechos son un 39,22% (40 estudiantes), los que están ni satisfechos ni insatisfechos son 3,92% (4 estudiantes), las personas que están insatisfechas son un 1,96% (2 estudiantes), los muy insatisfechos es un 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica son un 3,92% (4 estudiantes).

Figura 43

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el ambiente general – marzo 2026



Fuente: *Tabla 43.*

Interpretación

Basándonos en los datos obtenidos para la variable *Ambiente*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están muy satisfechos y satisfechos con el ambiente general del aula para el proceso de enseñanza–aprendizaje, siendo un punto positivo por resaltar para el análisis.

4.1.1.7. Lecciones y Profesorado

Dominio de Temas

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Dominio de Temas* en la Tabla 44 y la Figura 44 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 43

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el dominio de temas del profesorado – marzo 2026

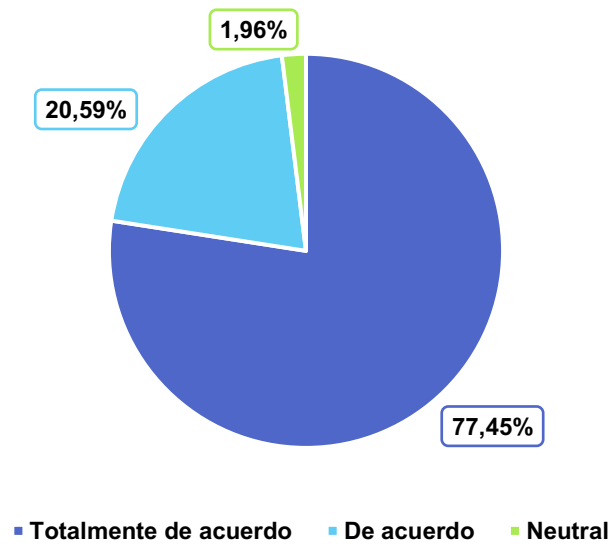
Grado de acuerdo sobre el dominio de los profesores con la materia	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	79	77,45%
De acuerdo	21	20,59%
Neutral	2	1,96%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 44.*

En base a la tabla 44, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si los profesores demuestran dominio de los temas que imparten, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 77,45% (79 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 20,59% (21 estudiantes) y los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 1,96% (2 estudiantes).

Figura 44

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre el dominio de temas del profesorado – marzo 2026



Fuente: *Tabla 44.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Dominio de Temas*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que los profesores demuestran dominio de los temas que imparten, siendo una percepción bastante positiva para el análisis.

Explicaciones

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Explicaciones* en la Tabla 45 y la Figura 45 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 44

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las explicaciones del profesorado – marzo 2026

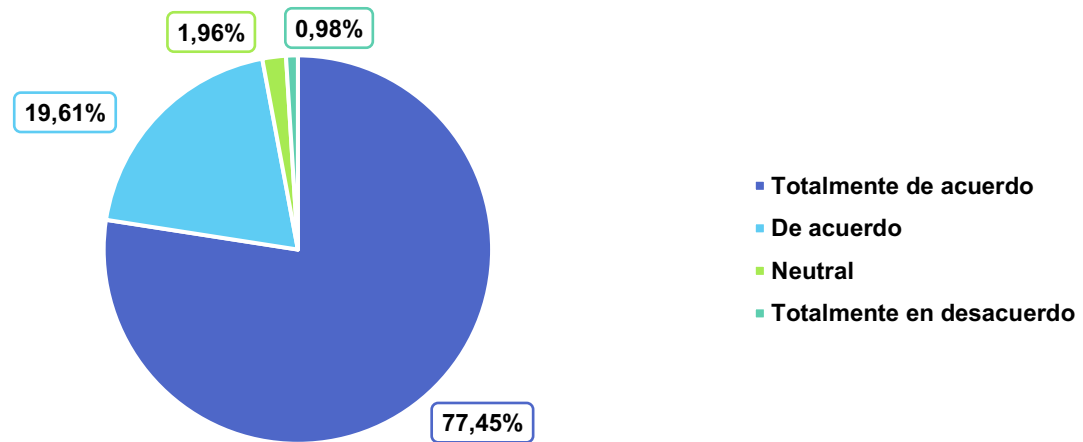
Grado de acuerdo sobre la claridad de la explicación de los contenidos	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	79	77,45%
De acuerdo	20	19,61%
Neutral	2	1,96%
Totalmente en desacuerdo	1	0,98%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 4 5.*

En base a la tabla 45, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si los profesores explican los contenidos de forma clara y comprensible, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 77,45% (79 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 19,61% (20 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 1,96% (2 estudiantes), y quienes están totalmente en desacuerdo son un 0,98% (1 estudiante).

Figura 45

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las explicaciones del profesorado – marzo 2026



Fuente: *Tabla 45.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Explicaciones*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que los profesores explican los contenidos de forma clara y comprensible, siendo una percepción muy positiva para el análisis.

Dinamicidad

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Dinamicidad* en la Tabla 46 y la Figura 46 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 45

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la dinamicidad – marzo 2026

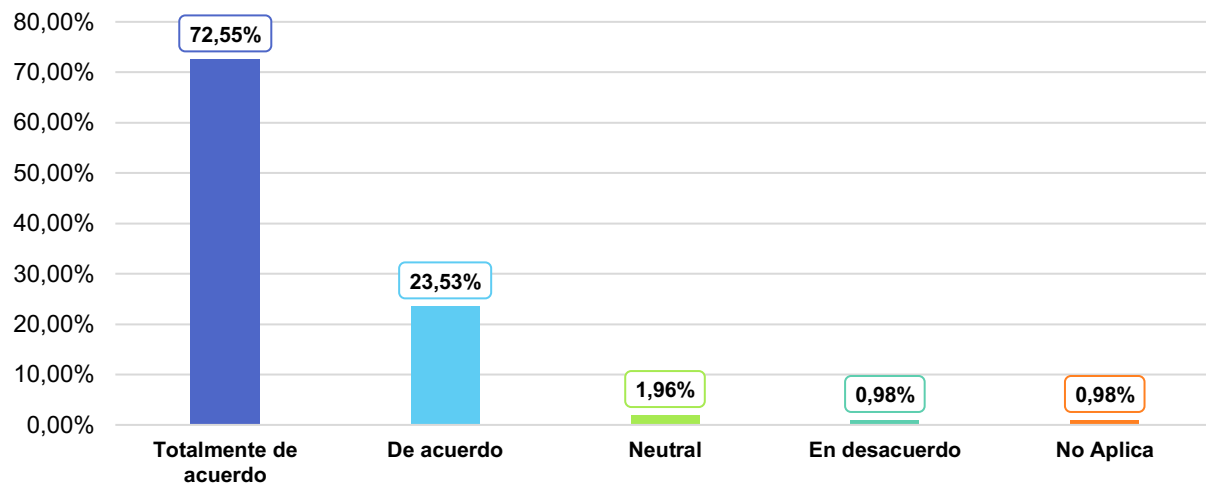
Grado de acuerdo sobre la dinamicidad de las lecciones	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	74	72,55%
De acuerdo	24	23,53%
Neutral	2	1,96%
En desacuerdo	1	0,98%
No Aplica	1	0,98%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 46.*

En base a la tabla 46, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si las lecciones son dinámicas y facilitan el aprendizaje, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 72,55% (74 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 23,53% (24 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 1,96% (2 estudiantes), los que están en desacuerdo son un 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica es un 0,98% (1 estudiante).

Figura 46

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la dinamicidad – marzo 2026



Fuente: *Tabla 46.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Dinamicidad*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que las lecciones son dinámicas y facilitan el aprendizaje, siendo una percepción positiva para el análisis.

Ejemplos Prácticos

Se dan las respuestas de acuerdo con la variable *Ejemplos Prácticos* en la Tabla 47 y la Figura 47 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 46

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre los ejemplos prácticos – marzo 2026

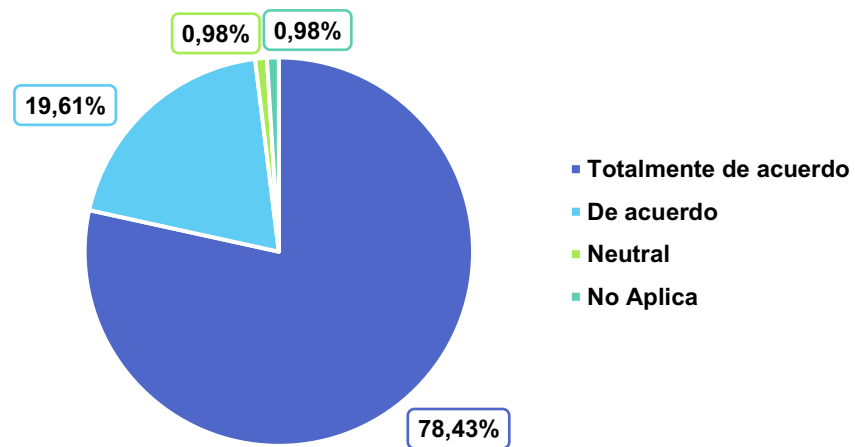
Grado de acuerdo sobre el apoyo de los ejemplos prácticos a la comprensión a la materia	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	80	78,43%
De acuerdo	20	19,61%
Neutral	1	0,98%
No Aplica	1	0,98%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 47.*

En base a la tabla 47, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si el profesorado utiliza ejemplos prácticos que apoyan la comprensión de la materia, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 78,43% (80 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 19,61% (20 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica es un 0,98% (1 estudiante).

Figura 47

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre los ejemplos prácticos – marzo 2026



Fuente: *Tabla 47.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Ejemplos Prácticos*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que el profesorado utiliza ejemplos prácticos que apoyan la comprensión de la materia, siendo una percepción positiva para el análisis.

Participación y Respeto

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Participación y Respeto* en la Tabla 48 y la Figura 48 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 47

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la participación y respeto – marzo 2026

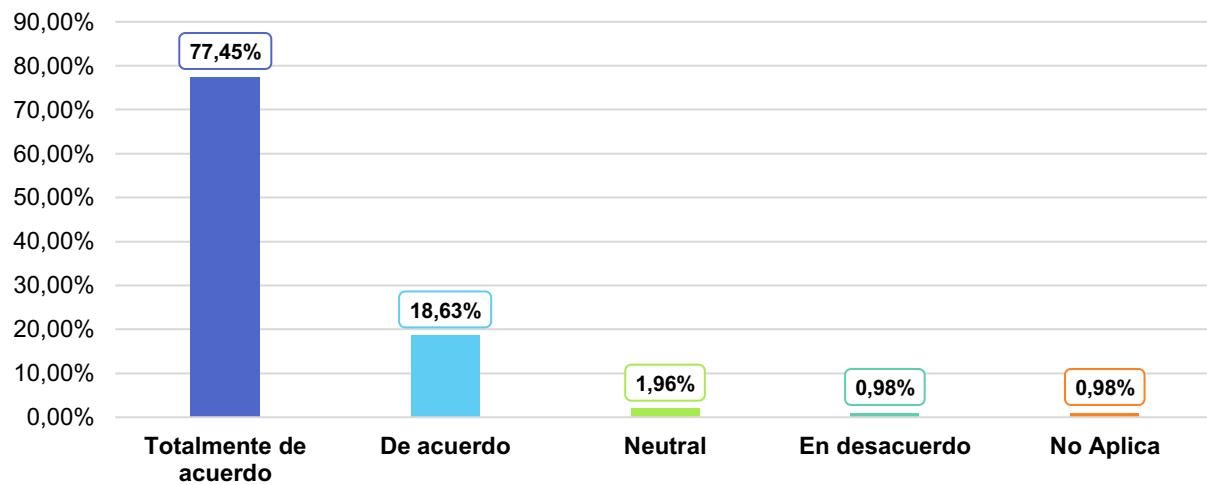
Grado de acuerdo sobre el fomento de la participación y el respeto en clase	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	79	77,45%
De acuerdo	19	18,63%
Neutral	2	1,96%
En desacuerdo	1	0,98%
No Aplica	1	0,98%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 48.*

En base a la tabla 48, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si el profesorado fomenta la participación y el respeto en clase, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 77,45% (79 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 18,63% (19 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 1,96% (2 estudiantes), los que están en desacuerdo son un 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica es un 0,98% (1 estudiante).

Figura 48

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la participación y respeto – marzo 2026



Fuente: *Tabla 48.*

Interpretación

Observando a los datos obtenidos para la variable *Participación y Respeto*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que el profesorado fomenta la participación y el respeto en clase, siendo una percepción positiva para el análisis.

Resolver Dudas

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Resolver Dudas* en la Tabla 49 y la Figura 49 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 48

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre resolver dudas – marzo 2026

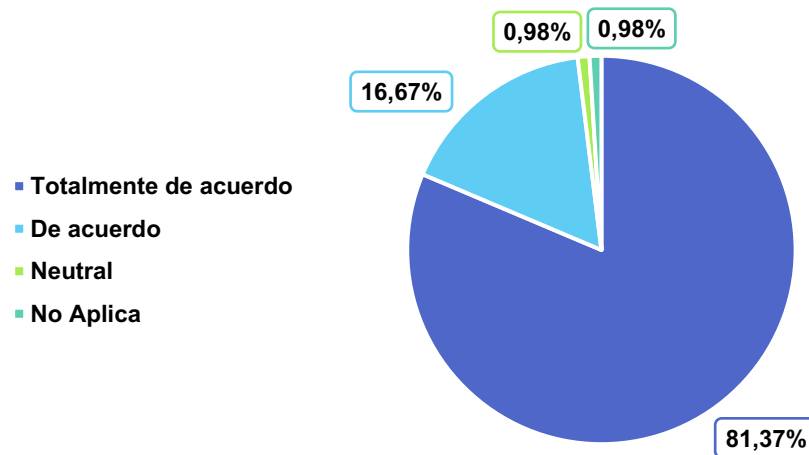
Grado de acuerdo sobre la disposición de los profesores para resolver dudas dentro y fuera del aula	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	83	81,37%
De acuerdo	17	16,67%
Neutral	1	0,98%
No Aplica	1	0,98%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 49.*

De acuerdo con la tabla 49, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si el profesorado muestra disposición para resolver dudas dentro y fuera del aula, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 81,37% (83 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 16,67% (17 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica es un 0,98% (1 estudiante).

Figura 49

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre resolver dudas – marzo 2026



Fuente: *Tabla 49.*

Interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos para la variable *Resolver Dudas*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que el profesorado muestra disposición para resolver dudas dentro y fuera del aula, siendo una percepción positiva para el análisis.

Metodología

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Metodología* en la Tabla 50 y la Figura 50 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 49

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la metodología – marzo 2026

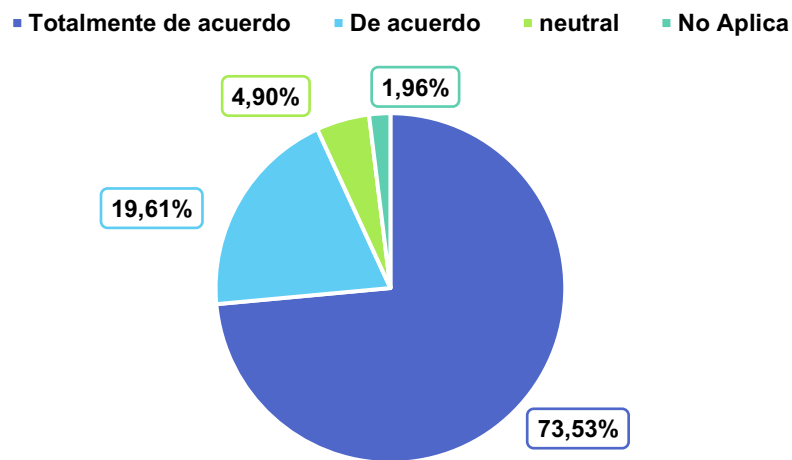
Grado de acuerdo sobre la adaptación de la metodología utilizada en las lecciones	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	75	73,53%
De acuerdo	20	19,61%
Neutral	5	4,90%
No Aplica	2	1,96%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 50.*

De acuerdo con la tabla 50, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si la metodología utilizada en las lecciones se adapta a sus necesidades de aprendizaje, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 73,53% (75 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 19,61% (20 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 4,90% (5 estudiantes) y para quienes no aplica es un 1,96% (2 estudiantes).

Figura 50

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la metodología – marzo 2026



Fuente: *Tabla 50.*

Interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos para la variable *Metodología*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que la metodología utilizada en las lecciones se adapta a sus necesidades de aprendizaje, siendo una percepción positiva para el análisis.

Evaluaciones

Se muestran las respuestas de acuerdo con la variable *Evaluaciones* en la Tabla 51 y la Figura 51 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 50

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las evaluaciones – marzo 2026

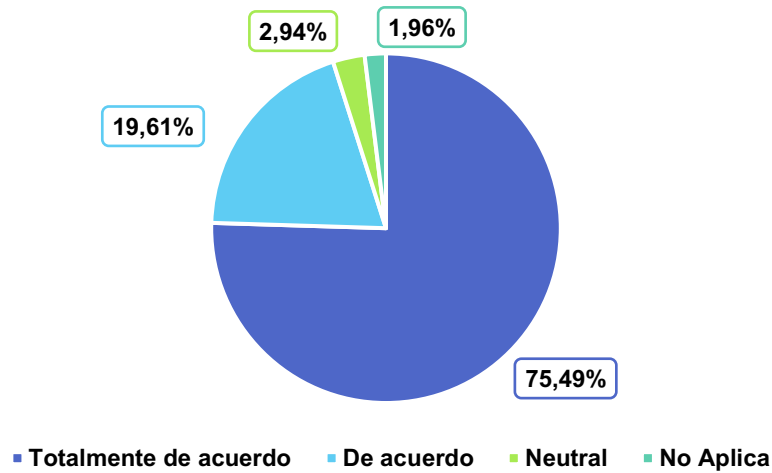
Grado de acuerdo sobre el reflejo de lo aprendido en clases en las evaluaciones	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	77	75,49%
De acuerdo	20	19,61%
Neutral	3	2,94%
No Aplica	2	1,96%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 51.*

De acuerdo con la tabla 51, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si considera que las evaluaciones aplicadas reflejan adecuadamente lo aprendido en clase, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 75,49% (77 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 19,61% (20 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo son 2,94% (3 estudiantes) y para quienes no aplica es un 1,96% (2 estudiantes).

Figura 51

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las evaluaciones – marzo 2026



Fuente: *Tabla 51.*

Interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos para la variable *Evaluaciones*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que sí consideran que las evaluaciones aplicadas reflejan adecuadamente lo aprendido en clase, siendo una percepción positiva para el análisis.

Prácticas

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Prácticas* en la Tabla 52 y la Figura 52 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 51

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las prácticas – marzo 2026

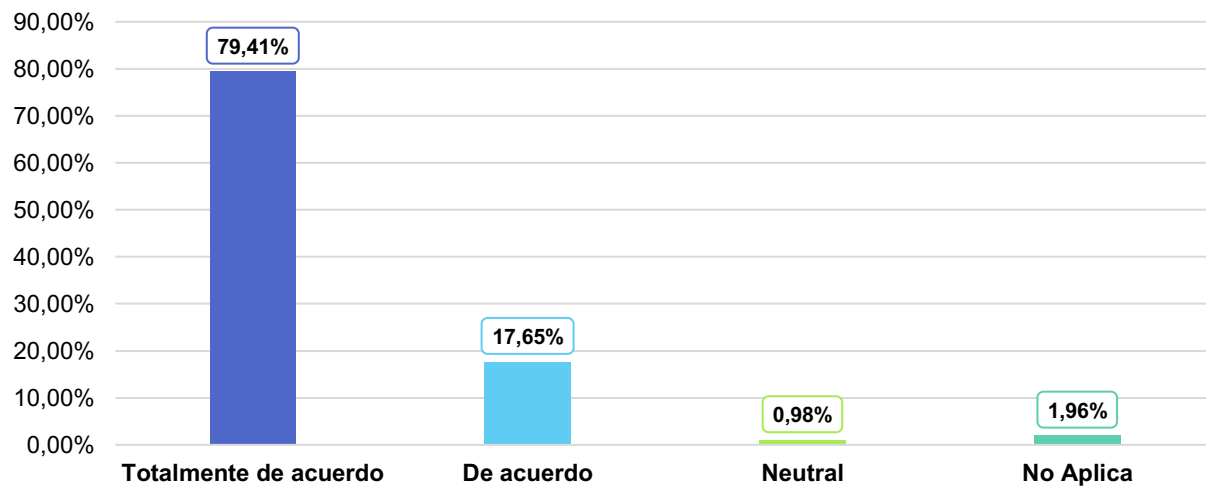
Grado de acuerdo sobre la realización de prácticas realistas	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	81	79,41%
De acuerdo	18	17,65%
Neutral	1	0,98%
No Aplica	2	1,96%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 52.*

De acuerdo con la tabla 52, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si la academia realiza prácticas realistas a lo que sale en los exámenes, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 79,41% (81 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 17,65% (18 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo es 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica es un 1,96% (2 estudiantes).

Figura 52

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las prácticas – marzo 2026



Fuente: *Tabla 52.*

Interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos para la variable *Prácticas*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que la academia realiza prácticas realistas a lo que sale en los exámenes, siendo una percepción positiva para el análisis.

Calidad de Lecciones

Se describen las respuestas de acuerdo con la variable *Satisfacción de las Lecciones* en la Tabla 53 y la Figura 53 la cual presenta los resultados de manera gráfica.

Tabla 52

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre las lecciones – marzo 2026

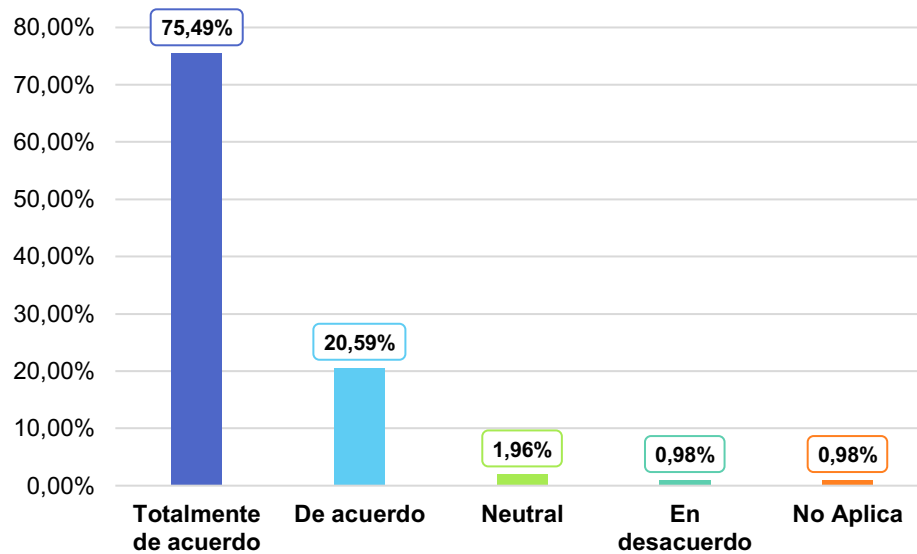
Grado de acuerdo con la satisfacción de la calidad de las lecciones	Número de Opiniones	
	Absoluto	Relativo (%)
Totalmente de acuerdo	77	75,49%
De acuerdo	21	20,59%
Neutral	2	1,96%
En desacuerdo	1	0,98%
No Aplica	1	0,98%
TOTAL	102	100%

Fuente: *Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito. Ver figura 53.*

De acuerdo con la tabla 53, al preguntarles a los clientes el grado de acuerdo respecto a si están satisfechos con la calidad general de las lecciones recibidas, se obtuvo que los clientes que están totalmente de acuerdo son un 75,49% (77 estudiantes), quienes están de acuerdo son un 20,59% (21 estudiantes), los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo es 1,96% (2 estudiantes), la persona que están en desacuerdo es un 0,98% (1 estudiante) y para quienes no aplica es un 0,98% (1 estudiante).

Figura 53

Academia Generaciones de Éxito, opinión de los clientes sobre la satisfacción de las lecciones – marzo 2026



Fuente: *Tabla 53.*

Interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos para la variable *Lecciones*, se mostró que la mayoría de los estudiantes están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que la academia realiza prácticas realistas a lo que sale en los exámenes, siendo un aspecto positivo para el análisis.

4.2. Resultados Focus Group de EDAD

4.2.1. Motivaciones para matricularse y expectativas iniciales

En relación con las motivaciones para matricularse en el programa EDAD de la Academia Generaciones de Éxito, se evidencia que una parte importante de los estudiantes no tomó la decisión de forma completamente autónoma, sino influenciada principalmente por figuras parentales. Varios participantes indicaron explícitamente que fueron sus padres quienes los incentivaron a matricularse, lo que sugiere un proceso de decisión parcialmente externo.

Adicionalmente, se identifican motivaciones funcionales y orientadas a resultados, destacando principalmente el deseo de finalizar los estudios de secundaria en menor tiempo (“sacar el cole rápido”) y avanzar hacia metas futuras como el ingreso a la universidad. En menor medida, algunos estudiantes mencionan situaciones personales específicas, como expulsión de instituciones anteriores o la búsqueda de una alternativa ante falta de interés en el sistema tradicional.

En cuanto a las expectativas iniciales, los participantes coincidieron en que esperaban una experiencia académica más sencilla, más rápida y menos demandante emocionalmente que el colegio tradicional. También se observa una expectativa clara de encontrar un ambiente más tranquilo y menos conflictivo, lo cual evidencia que el componente emocional y social es un factor relevante en la decisión de matrícula.

4.2.2. Calidad académica y cumplimiento de expectativas

Los estudiantes perciben de manera altamente positiva la calidad académica del programa. Se destaca que las explicaciones docentes son claras, accesibles y adaptadas al ritmo de aprendizaje de los estudiantes. Un elemento recurrente es la posibilidad de realizar consultas y recibir explicaciones reiteradas hasta lograr la comprensión, lo cual genera una percepción de acompañamiento personalizado.

En cuanto al cumplimiento de expectativas, la mayoría de los participantes considera que el programa no solo cumple, sino que en varios casos supera lo esperado. Como principales evidencias se mencionan:

- Mejora en el rendimiento académico (mejores notas).
- Mayor facilidad para comprender contenidos previamente difíciles.
- Cumplimiento del objetivo de avanzar más rápido en el sistema educativo.
- Percepción de un ambiente más tranquilo y menos estresante.

Asimismo, se identifica un cambio en la percepción del aprendizaje, donde los estudiantes reconocen que, aunque el programa puede ser exigente, resulta más efectivo debido a su enfoque práctico y dirigido a los contenidos evaluados oficialmente.

4.2.3. Docencia y metodología

La metodología utilizada por la academia es valorada como uno de los principales factores diferenciadores del servicio porque los estudiantes destacan que el enfoque está claramente orientado a los contenidos relevantes para aprobar los exámenes, eliminando elementos considerados innecesarios del sistema tradicional.

En sí, el acompañamiento docente es percibido como constante y cercano, destacando la disposición de los profesores para explicar, reforzar y guiar el proceso de aprendizaje. Se dan a resaltar especialmente el uso de prácticas basadas en exámenes reales, las repeticiones constantes de contenidos importantes de la materia, aplicación de simulacros de exámenes, y la retroalimentación posterior a evaluaciones.

Entre las prácticas docentes más efectivas, los estudiantes identifican principalmente la resolución de exámenes de años anteriores, los simulacros y revisión de errores, las clases intensivas previas a evaluaciones, y las explicaciones claras por parte del profesorado.

4.2.4. Materiales y plataformas

Los materiales académicos son valorados de forma positiva, especialmente por su pertinencia y alineación con los contenidos evaluados. Los estudiantes destacan que las guías, prácticas y simulacros son útiles y directamente aplicables a los exámenes.

Un aspecto a tomar en cuenta es la percepción de valor agregado, ya que los participantes mencionan que los materiales no representan un costo adicional significativo, pero no sustituyen la enseñanza de modalidad presencial.

En cuanto a los recursos digitales, se identifican percepciones mezcladas, ya que mencionan que los materiales son claros, resumidos y útiles como complemento, aunque su acceso es tardío con algunos recursos como PDFs y hay dependencia de la explicación docente para comprender completamente los contenidos.

4.2.5. Modalidad de estudio y adecuación personal

La modalidad presencial es percibida como la más efectiva por la totalidad de los participantes. Se considera que esta modalidad facilita la concentración, reduce distracciones y mejora el compromiso con el estudio.

Los estudiantes opinan que la modalidad virtual presenta mayores riesgos de distracción y menor aprovechamiento, especialmente en perfiles con baja disciplina autónoma, lo que evidencia que el programa EDAD requiere estructuras más guiadas.

Por otro lado, se destaca positivamente la flexibilidad institucional en la adaptación de horarios según necesidades individuales, lo cual es percibido como un valor diferenciador importante del servicio.

4.2.6. Horarios y puntualidad

Los horarios son valorados como accesibles y flexibles, permitiendo a los estudiantes tener sus estudios sin tener que sacrificar otras actividades como cursos adicionales o responsabilidades personales.

Aunque no se identifican críticas directas sobre la puntualidad, se infiere una percepción adecuada del manejo del tiempo en las lecciones, sin menciones negativas relevantes.

4.2.7. Servicio al cliente y comunicación institucional

Si bien no se profundiza extensamente en esta variable, se pueden inferir percepciones positivas a partir de las opiniones generales de los participantes, especialmente en términos de cercanía y atención personalizada. La interacción directa con el personal docente y administrativo parece generar una experiencia percibida como accesible, clara y confiable.

4.2.8. Confianza y respaldo institucional

La confianza en la academia se construye principalmente a partir de la experiencia directa en el aula con elementos como la calidad de la enseñanza, el compromiso docente y los resultados académicos que refuerzan la percepción de seriedad institucional. Además, la recomendación de *boca a boca*, mencionada por algunos estudiantes, también influye en la construcción de confianza desde el inicio.

4.2.9. Accesibilidad, infraestructura y ambiente

El ambiente es percibido como un factor altamente positivo, destacándose como más tranquilo y menos tóxico que el colegio tradicional, teniendo un peso significativo en la satisfacción general del estudiante.

No se identifican críticas relevantes en cuanto a la infraestructura, lo que sugiere que cumple adecuadamente con las expectativas de los estudiantes.

4.2.10. Relación precio–valor y promociones

Los estudiantes perciben una relación precio–valor favorable, principalmente debido a la calidad de los materiales, la ausencia de costos adicionales significativos y los resultados obtenidos de los avances académicos y mejora de notas.

Algunos sugieren descuentos por pago anual, combos de cursos o promociones ocasionales, aunque en general se muestran satisfechos con las condiciones actuales, mostrando que la percepción del servicio es que ofrece un alto valor en comparación con el costo.

4.2.11. Posicionamiento y recomendación

Los participantes muestran una alta disposición a recomendar la academia, basada en la rapidez para completar estudios, el ambiente más tranquilo y ameno, la metodología efectiva, y la calidad docente.

El posicionamiento percibido se centra en ser una opción más eficiente, práctica y enfocada en resultados frente al sistema educativo tradicional.

4.2.12. Barreras para continuar y necesidades de mejora

Principalmente factores externos más que fallas del programa, como:

- Economía
- Clases únicamente virtuales y no más presenciales
- Situaciones familiares graves
- Desmotivación personal

En cuanto a las mejoras más mencionadas son ventilación, control del orden en clase por parte del profesorado hacia los estudiantes que estén distrayendo e interrumpiendo las clases y evitar la llegada de personas ajenas a la institución en sesiones virtuales.

4.3. Resultados Focus Group de Bachillerato por Madurez

4.3.1. Motivaciones para matricularse y expectativas iniciales

En el caso de los estudiantes del programa de Bachillerato por Madurez, se observa una diferencia importante respecto al grupo EDAD: las motivaciones están más vinculadas a decisiones personales y necesidades de superación individual, más que a la influencia directa de los padres.

Los participantes manifiestan principalmente el interés por retomar o finalizar una meta académica pendiente, lo cual evidencia un perfil más consciente del valor del bachillerato como

requisito para oportunidades laborales o educativas futuras. Asimismo, se identifican motivaciones relacionadas con la optimización del tiempo, buscando una alternativa más flexible y directa que el sistema tradicional.

En cuanto a las expectativas iniciales, los estudiantes esperaban un proceso más exigente pero también más enfocado, donde el aprendizaje estuviera orientado directamente a aprobar los exámenes oficiales. Además, algunos participantes anticipaban la necesidad de mayor disciplina personal, al tratarse de una modalidad que implica responsabilidad individual en el estudio.

4.3.2. Calidad académica y cumplimiento de expectativas

La percepción sobre la calidad académica es altamente positiva. Los estudiantes consideran que las clases son claras, estructuradas y orientadas a los contenidos realmente evaluados, lo que genera una sensación de eficiencia en el aprendizaje.

A diferencia de EDAD, en este grupo se valora especialmente que la enseñanza no sólo sea clara, sino también estratégica, es decir, enfocada en cómo abordar los exámenes y maximizar el rendimiento.

En cuanto al cumplimiento de expectativas, los participantes coinciden en que el programa responde adecuadamente a lo que esperaban, destacando como evidencias la mayor claridad en los contenidos que anteriormente no comprendían, la sensación de avance real hacia la obtención del título, mejores resultados en prácticas y simulacros y una mayor confianza para enfrentar los exámenes oficiales.

4.3.3. Docencia y metodología

La metodología es percibida como uno de los principales pilares del programa, ya que los estudiantes destacan que el enfoque está claramente dirigido a la preparación para aprobar los exámenes, lo cual se alinea con sus objetivos.

El acompañamiento docente es valorado como cercano y constante, especialmente en la aclaración de dudas y refuerzo de contenidos complejos. Se resaltó que les resulta muy

satisfactorio el que las explicaciones sean claras y repetitivas cuando es necesario, la resolución de ejercicios y simulacros de examen y la retroalimentación posterior a estos ejercicios y simulacros para identificar errores.

Entre las prácticas docentes más efectivas para los estudiantes de bachillerato por madurez están:

- Uso de exámenes de años anteriores.
- Enfoque en patrones de evaluación.
- Estrategias para resolver preguntas de forma eficiente.
- Clases intensivas previas a las pruebas.

4.3.4. Materiales y plataformas

Los materiales son valorados como pertinentes, suficientes y alineados con los contenidos evaluados. Los estudiantes destacan que las guías y prácticas están directamente relacionadas con los exámenes, los simulacros permiten medir el nivel de preparación y el contenido es claro y enfocado en lo importante, por lo que se percibe un alto nivel de utilidad en los materiales físicos.

En cuanto a los recursos digitales, se identifican percepciones positivas como que son útiles como complemento al aprendizaje presencial y facilitan el repaso de contenidos, aunque no sustituyen la explicación docente.

Al igual que en EDAD, se evidencia que el valor principal del aprendizaje sigue estando en la interacción directa con el docente.

4.3.5. Modalidad de estudio y adecuación personal

Las modalidades de estudio son percibida como adecuada, especialmente por la flexibilidad que ofrece. Sin embargo, al tratarse de estudiantes con mayor autonomía, se observa una mayor capacidad de adaptación a diferentes modalidades.

Aun así, la modalidad presencial sigue siendo la preferida, ya que permite una mayor concentración, el tener interacción directa con el docente y la resolución inmediata de dudas.

La modalidad virtual es vista como una alternativa útil, pero con limitaciones en términos de disciplina y aprovechamiento, dependiendo del perfil del estudiante.

En general, la flexibilidad en horarios y modalidades es valorada como un factor crucial para este segmento, dado que algunos estudiantes deben compatibilizar sus estudios con trabajo u otras responsabilidades personales.

4.3.6. Horarios y puntualidad

Los horarios son percibidos como adecuados y accesibles, ya que los estudiantes valoran la posibilidad de elegir horarios que se ajusten a sus necesidades personales, y no se identifican quejas relevantes sobre la puntualidad, aunque se mencionan varias veces la llegada tardía de los profesores, a pesar de ello, los estudiantes no lo ven como algo malo en general, lo que sugiere una percepción positiva en cuanto al cumplimiento de ver los temas de las materias en los tiempos establecidos.

4.3.7. Servicio al cliente y comunicación institucional

La percepción del servicio es positiva, destacando la accesibilidad y disposición del personal para atender consultas y brindar información. También, la comunicación institucional es considerada clara y oportuna, facilitando procesos como matrícula, seguimiento académico y resolución de dudas.

4.3.8. Confianza y respaldo institucional

La confianza en la institución que tienen los estudiantes de bachillerato por madurez se fundamenta principalmente en la calidad de la enseñanza, la preparación efectiva para los exámenes y la experiencia positiva dentro del programa. La preparación y compromiso del profesorado, la constante preocupación por el progreso del estudiante y el ambiente serio pero cercano generan una alta confianza.

Adicionalmente, el cumplimiento de resultados esperados como la aprobación de los exámenes y el avance académico refuerza la percepción hacia el respaldo institucional, así como las recomendaciones de terceros también juega un papel relevante en la construcción de la confianza inicial.

Algunos estudiantes sugieren mejores protocolos en el manejo de documentos sensibles como lo son las cédulas y las adecuaciones, aunque en general se sienten confiados.

4.3.9. Accesibilidad, infraestructura y ambiente

El ambiente es percibido como adecuado y funcional para el aprendizaje. Los estudiantes valoran especialmente un entorno más enfocado y menos distractor que el sistema tradicional, aunque se sugieren clases más interactivas para quienes se distraen con facilidad.

Las aulas están en buen estado general, aunque persisten oportunidades de mejora en ventilación y mobiliario.

En términos de accesibilidad, la ubicación y facilidad de asistencia parecen ser adecuadas para los participantes.

4.3.10. Relación precio–valor y promociones

La relación precio–valor es percibida como positiva, porque los estudiantes consideran que el costo del servicio es coherente con los beneficios recibidos, especialmente en términos de preparación efectiva para los exámenes, la calidad de la enseñanza y los materiales incluidos.

Para algunos, el valor percibido aumenta debido a la posibilidad de alcanzar un objetivo académico en menor tiempo.

A pesar de que el precio es considerado justo, sugieren datáfono, promociones por cursos combinados y descuentos ocasionales.

4.3.11. Posicionamiento y recomendación

Los estudiantes muestran una alta disposición a recomendar la academia por la efectividad del programa, la claridad al explicar los temas, el enfoque en los resultados (que, si usted tuvo algo malo, se vuelve a ver el tema hasta que lo aprenda), y la flexibilidad del servicio.

El posicionamiento percibido se orienta hacia una institución que ofrece una solución eficiente, práctica y accesible para completar el bachillerato.

La atención personalizada, el foco real en el aprendizaje y aprobación, el ambiente maduro y la baja presencia de conflictos sociales es en lo que los estudiantes sienten que la Academia Generaciones de Éxito se destaca más frente a otras alternativas.

4.3.12. Barreras para continuar y necesidades de mejora

Se identifican algunas posibles barreras asociadas principalmente a factores personales como la falta de disciplina o constancia, la dificultad para equilibrar estudio y otras responsabilidades, así como la dependencia de la modalidad presencial en algunos casos.

Algo a recalcar, es que prácticamente no hubo ningún factor interno de la academia que fuese a dificultar el que los estudiantes siguieran recibiendo las clases y cursos, sólo situaciones externas extremas o haber aprobado ya los exámenes oficiales.

En cuanto a mejoras, se infiere la necesidad de un viaje de graduación al final del curso, así como mejoras menores como pupitres más cómodos (pupitres de cajón rectangulares), más tomacorrientes y pequeños ajustes de horario.

4.4. Resultados Focus Group de III Ciclo

4.4.1. Motivaciones para matricularse y expectativas iniciales

En el caso de los estudiantes del programa de III Ciclo, las motivaciones para matricularse se caracterizan por una combinación de factores externos e internos. Por un lado, se identifica la influencia de los padres o encargados en la toma de decisión; sin embargo, a diferencia de EDAD,

también se evidencia una intención más clara de regularizar el proceso educativo desde etapas tempranas.

Los estudiantes manifiestan motivaciones orientadas a ponerse al día académicamente al haber repetido uno o más años en el colegio, mejorar su rendimiento o adaptarse a un sistema educativo diferente al tradicional. Asimismo, se identifican casos donde el cambio responde a experiencias negativas previas en colegios formales, lo que impulsa la búsqueda de un entorno más favorable.

En cuanto a las expectativas iniciales, los participantes esperaban un proceso de aprendizaje más claro, ordenado y con mayor acompañamiento, así como un ambiente menos conflictivo.

4.4.2. Calidad académica y cumplimiento de expectativas

La calidad académica es valorada de manera positiva por los estudiantes de III Ciclo. Se destaca principalmente la claridad en las explicaciones y la disposición del docente para apoyar el proceso de aprendizaje. Los estudiantes perciben que los contenidos son explicados por los profesores de forma comprensible y paciente, lo que facilita la asimilación de temas que anteriormente resultaban difíciles.

En cuanto al cumplimiento de expectativas, los estudiantes consideran que el programa cumple con lo esperado, mencionan que las evidencias de ello son la mejora en la comprensión de los contenidos, una mayor facilidad para seguir el ritmo de estudio, el incremento en la confianza académica y una mejor adaptación a un entorno más favorable para aprender.

4.4.3. Docencia y metodología

La metodología es percibida como adecuada para el nivel educativo de III Ciclo. Los estudiantes valoran especialmente que las clases sean dinámicas, claras y con ejemplos prácticos. El acompañamiento docente adquiere un papel fundamental, porque los estudiantes de III Ciclo requieren mayor guía en comparación con los otros programas. Los aspectos que mencionaron con satisfacción fueron las explicaciones detalladas y adaptadas al ritmo del estudiante, la repetición

de contenidos cuando es necesario, los espacios para realizar consultas y el seguimiento cercano por parte del docente, y las prácticas más efectivas que estos realizan son los ejercicios en clase, las prácticas constantes, las explicaciones paso a paso y la resolución de dudas en tiempo real.

A diferencia de Bachillerato por Madurez, en este segmento la metodología no se percibe únicamente como preparación para exámenes, sino como un proceso de construcción progresiva del aprendizaje, sobre todo tomando en cuenta que son personas menores de edad.

4.4.4. Materiales y plataformas

Los materiales son valorados positivamente, principalmente por su claridad y facilidad de comprensión. Los estudiantes perciben que las guías y prácticas están bien estructuradas y son útiles para reforzar lo visto en clase y permiten practicar de manera constante.

En cuanto a los recursos digitales, se observa un uso más limitado en comparación con otros segmentos, ya que a pesar de que las plataformas utilizadas, principalmente WhatsApp y Zoom o Google Meets, se consideran fáciles de usar y funcionales, algunos mencionan que la información puede perderse en los grupos. No obstante, cuando se utilizan, son percibidos como claros, accesibles, útiles como apoyo al contenido presencial y complementarios a la explicación del docente, aunque el aprendizaje para III Ciclo sigue dependiendo en gran medida de la interacción directa con los profesores en el aula.

4.4.5. Modalidad de estudio y adecuación personal

La modalidad presencial es claramente la más valorada por los estudiantes de III Ciclo. Se considera fundamental debido a que hay mayor facilidad de concentración, supervisión constante e interacción directa con el docente. La modalidad virtual es percibida como menos efectiva, principalmente por la dificultad para mantener la atención y el compromiso.

4.4.6. Horarios y puntualidad

Los horarios son percibidos como adecuados y funcionales para los estudiantes. No se identifican inconvenientes relevantes, lo que sugiere que la oferta horaria responde correctamente a sus necesidades al ser percibidos como cómodos y flexibles, permitiendo asistir en horas donde los estudiantes se sienten más activos y con menos cansancio.

En cuanto a la puntualidad, se señala como área de mejora la impuntualidad en inicios y cierres, así como la falta de aviso previo cuando no hay clases, aunque no se percibe como un problema grave.

4.4.7. Servicio al cliente y comunicación institucional

La percepción del servicio es positiva, destacando la cercanía y accesibilidad del personal. Los estudiantes se sienten atendidos y acompañados durante su proceso académico.

La comunicación institucional se percibe como clara y suficiente, facilitando la comprensión de procesos y el seguimiento de las actividades académicas, con respuestas el mismo día, aunque en algunos casos no de manera inmediata.

4.4.8. Confianza y respaldo institucional

La confianza en la academia se construye principalmente a partir del trato recibido y la experiencia dentro del aula. Elementos como la paciencia docente, la claridad en la enseñanza y el ambiente generan una percepción de seguridad en el proceso educativo.

La mayoría considera que no se requieren cambios, ya que se sienten cómodos y confiados con la academia tal como funciona actualmente.

4.4.9. Accesibilidad, infraestructura y ambiente

El ambiente es uno de los aspectos más valorados por los estudiantes de III Ciclo porque lo perciben como un espacio más tranquilo que el colegio tradicional, más seguro emocionalmente, y óptimo para el aprendizaje.

Este factor tiene un impacto significativo en la satisfacción general, ya que muchos estudiantes provienen de contextos donde el ambiente educativo anterior no era favorable.

Algunos estudiantes de III Ciclo sugieren más tiempo de descanso entre clases, mayor motivación e incentivos, mientras otros consideran que asistir y participar depende principalmente del compromiso del estudiante.

4.4.10. Relación precio–valor y promociones

La relación precio–valor es percibida como positiva y justa, principalmente por el acompañamiento recibido y la calidad de la enseñanza, aunque un participante considera el precio alto, reconoce que vale la pena.

Los estudiantes consideran que el servicio ofrece un valor adecuado en función de la atención personalizada, la mejora en el aprendizaje y el ambiente educativo.

Aunque en concreto estos estudiantes, al ser menores de edad, no siempre tiene control directo sobre la inversión al depender de sus padres, la percepción general es favorable.

4.4.11. Posicionamiento y recomendación

Los estudiantes muestran disposición a recomendar la academia como una opción cómoda, comprensiva, con buen ambiente y apoyo constante, especialmente para quienes buscan salir del esquema tradicional del colegio.

El posicionamiento percibido se orienta hacia una institución que ofrece un espacio más accesible, comprensivo y efectivo para aprender, en comparación con el sistema tradicional. Lo que diferencia a la Academia Generaciones de Éxito del resto de alternativas es la atención

personalizada, la paciencia del profesorado, el ambiente menos estresante y el interés genuino por el aprendizaje del estudiante.

4.4.12. Barreras para continuar y necesidades de mejora

Las principales barreras identificadas están asociadas a factores propios del perfil del estudiante, tales como:

- Tráficos vehiculares en los alrededores.
- Cambios en el horario.
- Compromisos familiares.

En sí, no se identifican barreras graves relacionadas con la academia directamente.

Unas mejoras menores para la experiencia de los estudiantes de III Ciclo sería tener más variedad de productos en la soda (se hizo énfasis en productos salados), mejor ventilación, pupitres en mejor estado y mayor puntualidad.

4.5. Análisis del Sondeo y los Focus Groups

En este apartado se analizarán y compararán los resultados cualitativos y cuantitativos de las diferentes herramientas utilizadas para medir la satisfacción de los clientes actuales de la Academia Generaciones de Éxito, el sondeo y el *focus group*.

4.5.1. Perfil del Cliente

Edad

En general, la Academia Generaciones de Éxito tiene gente joven siendo al brindar servicios enfocados normalmente a menores de edad o recién llegados a su adultez.

Género

El género de los estudiantes de la Academia Generaciones de Éxito es de casi partes iguales, se intuye entonces a partir de este aspecto que el instituto brinda sus servicios de manera equitativa sin importar el género de la persona.

Nivel Académico

La mayor parte de los estudiantes de la Academia Generaciones de Éxito no ha completado la educación secundaria, lo cual resulta coherente si se considera que los servicios de educación abierta que brinda la institución como III Ciclo, EDAD y Bachillerato por Madurez, que están dirigidos precisamente a personas que aún no han finalizado sus estudios de secundaria y se encuentran en proceso de cursarlos.

Vivienda

La Academia al brindar clases tanto en modalidad presencial como modalidad virtual, logra atraer a personas de todo el país, mayormente a personas residentes de la provincia de San José al

su local ubicarse en San Pedro, el cantón donde se ubica una de las universidades más prestigiosas y demandadas del país como lo es la Universidad de Costa Rica (UCR) y vecino del cantón central de San José donde se encuentra la sede de otra universidad altamente demandada como lo es el Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC), también hay varias universidades privadas a los alrededores, pudiendo causar atracción a los jóvenes por querer cursar sus años de secundaria en un local cercano a su futura elección universitaria, ya sea para familiarizarse con las rutas, realizar trámites de admisión universitaria al quedar cerca o adaptarse al entorno donde planean continuar sus estudios.

Servicio Matriculado

Más de la mitad de sus estudiantes al estar matriculados el servicio de Bachillerato por madurez seguidos por EDAD, la diferencia de estos dos servicios es que con Bachillerato por madurez los estudiantes pueden llevarlo siendo mayores de edad, sin embargo, EDAD es para aquellos menores de edad que aún están cursando los años de secundaria. Los de III Ciclo son estudiantes comúnmente de menor edad en la academia, los padres se encargan de matricularlos y elegir la institución académica por ellos. Los de naturalización son mayores de edad de otros países queriendo volverse costarricenses adquiriendo la residencia.

La academia atrae más a quienes desean lograr culminar sus estudios de secundaria por medio de EDAD o Bachillerato por madurez, también puede ser debido a que, con el método de EDAD, se puede cursar décimo y undécimo año de colegio en un año, así si el estudiante en el pasado repitió o se quedó en el colegio, puede recuperarlo. Para los de bachillerato por madurez sería a las personas mayores de edad que necesitan ganar el título de bachiller en educación media, pueden tener pensado el querer entrar a la universidad y optar por mejores oportunidades laborales.

Modalidad

Mayoría de las personas reciben clases en modalidad presencial debido a que los estudiantes se concentran y aprender más presencial que virtualmente, pues es una forma más efectiva y hay una supervisión constante del profesorado hacia el estudiante para evitar

distracciones, se puede interactuar directamente con el docente para resolver dudas inmediatamente.

Por el lado de la virtualidad, los clientes lejos de la ubicación de la academia se sienten más aliviados de que exista dicha modalidad para recibir las clases, pero sienten que la modalidad virtual exige mayor concentración al no estar en un entorno adecuado como lo es un aula de clases, requiere mayor compromiso y bastante disciplina por parte del estudiante.

Por estar razones, los estudiantes optan más por la presencialidad que por la virtualidad, pero cuando se les dificulta el estar yendo a ciertas lecciones, ya sea por horarios o lejanía, deciden llevar las lecciones en modalidad híbrida, haciendo que efectivamente, vayan a las clases de manera presencial, pero si tienen alguna limitación puedan recibir la clase de manera virtual, y esto los estudiantes lo aprecian bastante por la flexibilidad creando así una alternativa útil para ellos en caso de necesitarlo, volviendo esta limitación en oportunidad.

Ocupación

Debido a la falta de un título en bachillerato en educación media, varios de los estudiantes únicamente estudian, mientras que otros aparte del estudio trabajan tiempo completo. Se desconoce el hecho por el cual trabajan, si es para pagar los estudios, apoyar económicamente en sus hogares o para comprar gustos personales, sin embargo, según la información recibida del *focus group*, al ser los horarios flexibles no hay problemas para llegar a recibir las clases, demostrando que indistintamente si los estudiantes trabajan o no, pueden recibir las clases de óptima manera.

Industria

De los estudiantes de la academia trabajando actualmente, varios de ellos trabajan en empresas privadas, ya sea de servicios, comercio, salud o alguna otra industria laboral. Son mercados muy distintos y variados, por lo que se intuye que la Academia Generaciones de Éxito puede dar sus lecciones a personas sea cual sea de la industria laboral de la que provengan.

Ingresos

De los estudiantes laborando actualmente, la mayoría reciben pocos ingresos, lo cual debe ser debido a que no han obtenido su grado de bachillerato en educación media para optar por un mejor puesto laboral y mayor estabilidad económica en un futuro.

4.5.2. Satisfacción con el servicio académico y la modalidad

Calidad Académica

El grado de satisfacción de los clientes con la calidad académica fue muy alto, esto respaldado tanto por el sondeo como por el *focus group*, ya que los estudiantes mencionan las explicaciones claras y detalladas a temas que antes les solían ser difíciles de los profesores, las explicaciones repetitivas y pacientes por si no se logra entender un tema en primera instancia, los temas que se enseñan a los estudiantes están orientados a los contenidos que se evalúan por los exámenes oficiales, se aborda el cómo mejorar el rendimiento académico y la paciencia y disposición de los docentes en el proceso de aprendizaje.

Plan de Estudios

De acuerdo con el sondeo y al *focus group*, el plan de estudios tiene un alto grado de satisfacción al ser los temas de este acorde a los que se evalúan en los exámenes oficiales del MEP, por lo que no se ve material extra o innecesario, sólo el justo.

Expectativas

Tanto por el lado del sondeo como por el del *focus group* los clientes se sienten altamente satisfechos con las expectativas del programa, ha superado lo esperado. Ya que realmente se ven temas relevantes, han mejorado su rendimiento académico, comprenden con mayor facilidad contenidos que previamente les resultaban difíciles, avanzan más rápido que en el sistema tradicional, el ambiente de la institución trae confianza para ganar sus títulos, tienen mejores

resultados en las prácticas de examen, es tranquilo y menos estresante que el colegio tradicional, lo cual les sirve para que el entorno se vuelva favorable para el aprendizaje.

Calidad de Materiales

La calidad de los materiales de estudio tienen un alto grado de satisfacción por el lado del sondeo y del *focus group*, puesto que los estudiantes sienten que las prácticas y simulacros, al ser basados en los temas y preguntas de los exámenes hacen que sean realmente útiles y no representan un gran costo adicional, al que como vimos en el análisis del benchmarking, cada folleto de exámenes cuesta ₡3 000 a excepción del de matemáticas que tiene un costo de ₡5 000, esto sin perder la calidad de las prácticas, por lo que tranquiliza y satisface más económicamente a los clientes.

Modalidad Adaptada

En esta sección del análisis al sondeo y *focus group*, calza con el análisis de la modalidad, mostrando que los estudiantes se sienten satisfechos con la modalidad de las clases recibidas al adaptarse a sus necesidades como la supervisión constante y mayor concentración del lado presencial, que es la modalidad que la mayoría de los estudiantes llevan. La modalidad que elijan los estudiantes es para que la adapten a sus horarios y no deban sacrificar alguna de sus otras actividades personales.

Horarios

Con relación a los horarios de clases ofrecidos la mayoría de los estudiantes están altamente satisfechos tanto por el lado del sondeo como por el del *focus group*, donde se expresó reiteradas veces que los horarios son accesibles, flexibles y adecuados, por lo que no se tiene que sacrificar otras actividades o responsabilidades personales y al ellos tener mayor libertad de elección de los horarios al haber a diferentes horas, pueden elegir la más cómoda y las horas en las que se sienten más activos y con menor cansancio.

Puntualidad

Con respecto a la puntualidad del tiempo de las lecciones se muestra que los estudiantes en su mayoría expresan una alta satisfacción en el sondeo y *focus group* que las clases inician y terminan a la hora establecida, no obstante, se tienen altos niveles de neutralidad y del insatisfacción, esto se investigó más a fondo en el *focus group* y se descubrió que varias veces los profesores suelen llegar tarde o a veces no se les comunica que ese día no habrán clases, aunque se logra cumplir con los tiempos establecidos para ver los temas.

4.5.3. Satisfacción con el servicio administrativo, precios e imagen institucional

Atención al matricular

La atención al matricular en el sondeo y *focus group* es altamente satisfactorio para los estudiantes de la Academia Generaciones de Éxito, en la conversación se supo que la academia da atención personalizada y se siente la cercanía.

Comunicación

Por el lado del aspecto de la comunicación de la academia es clara, accesible, suficiente, oportuna y confiable facilitando la comprensión de los procesos, según lo que se mencionó en el *focus group*, por lo que se intuye que no solamente están altamente satisfechos los estudiantes de la academia en el sondeo, sino también en el *focus group*.

Servicio al Cliente

Los clientes se sienten altamente satisfechos de acuerdo al servicio al cliente en el sondeo y en el *focus group*, en este último se mencionó que se percibe como accesible, con disposición de brindar la información solicitada y dado por esto sentían la cercanía y acompañamiento del servicio.

Precio-Valor

En base al sondeo se muestra que más del 70% de los estudiantes están muy satisfechos con respecto a la relación precio-valor, y en la investigación del *focus group* se percibió esto también, principalmente por la calidad de los materiales y de la enseñanza, los resultados de las notas obtenidas en las calificaciones, la preparación para los exámenes y el acompañamiento de la institución con el estudiante, considerando que el costo es coherente con el valor que da la academia.

Accesibilidad del precio

Con referencia a la satisfacción de los estudiantes respecto a si el precio que pagan les parece accesible los resultados del sondeo mostraron que la mayoría de los clientes se siente muy satisfechos con este aspecto. Por ejemplo, a como se analizó en el *focus group*, tanto por el lado del pago de materias como por los materiales adicionales se tiene un buen prospecto con el costo monetario que tiene la Academia Generaciones de Éxito al no ser costos significativos para los estudiantes.

Confianza Institucional

De acuerdo con el sondeo, los clientes tienen una alta satisfacción con la confianza que les transmite la academia en la seriedad y respaldo institucional, en el *focus group* se explica que dicha confianza se construye por medio de los resultado académicos, la calidad de la enseñanza, el compromiso del profesorado al progreso del estudiante, el buen trato y paciencia docente, el ambiente tranquilo y poco controlador comparado con el sistema educativo tradicional del colegio, y la recomendación de terceros antiguos estudiantes de la Academia Generacional de Éxito.

El único comentario negativo, el cual es preocupante, es el uso de hojas recicladas utilizadas para prácticas, hojas las cuales traen información sensible sobre anteriores estudiantes como cédulas o solicitudes de adecuación, por lo que se sugiere implementar mejores protocolos para los documentos con información privada de los estudiantes, pues genera desconfianza entre

los estudiantes al pensar que los documentos de ellos podrían ser los siguientes en manos de desconocidos.

Recomendación

También se tomó en cuenta evaluar el nivel de satisfacción de los clientes para saber si recomendarían a la Academia Generaciones de Éxito a familiares o amistades, y según el sondeo hay una alta satisfacción, por lo que se intuye que efectivamente recomendarían la academia.

En el *focus group* se comprobó la satisfacción, ya que los clientes recomendarían el instituto por ser una opción más centralizada en temas y rápida que el sistema educativo tradicional, las metodologías implementadas, la calidad de los profesores al ser comprensivos y claros al explicar la materia, el ambiente ameno, flexible, y se sienten respaldados y apoyados constantemente por la academia.

4.5.4. Sobre las instalaciones físicas de la academia

Parqueo

En cuanto al parqueo de la Academia Generaciones de Éxito, se observó que la mayoría de las personas están altamente satisfechas según el sondeo, aunque se denota que un gran porcentaje de la opinión neutral, por lo que se recomienda darle atención al ser más de un 15% de los estudiantes. Existen otros clientes los cuales no aplican a este segmento, por lo que podría sugerir que vienen caminando hacia el instituto o reciben clases virtuales. En cuanto al *focus group*, no hubo comentarios respecto al parqueo.

Limpieza y Estado

El nivel de satisfacción de las instalaciones respecto a la limpieza y su estado general salió siendo en su mayoría muy satisfactorio en el sondeo y durante el *focus group* se comentó que efectivamente la academia tiene un buen estado en comparación con los colegios públicos en los

que sí suelen tener este tipo de problemas y la limpieza general está bien, por lo que se tiene una perspectiva positiva al respecto.

Espacio Físico

Seguidamente, se analizó el nivel de satisfacción del espacio físico de las aulas para recibir las lecciones, según el sondeo en general es bastante alto, y revisando el *focus group* se halló una leve mención de que se sienten más libres, con menos presión, como si entrase más aire que en los colegios tradicionales. No obstante, hay un descontento por las aulas pequeñas al ser más calientes que el aula grande, en el análisis de la ventilación se detallará más al respecto.

Iluminación

Con respecto al nivel de satisfacción de la iluminación en las aulas se observó un alto nivel tomando en cuenta las respuestas del sondeo. Por el lado del *focus group*, no se hizo mención sobre la iluminación, por lo que se intuye que los estudiantes no tienen descontento alguno.

Ventilación

Otra variable discutida fue el nivel de satisfacción con la ventilación de las aulas de la Academia Generaciones de Éxito, en el que el sondeo muestra que fue alto. Sin embargo, la opinión neutral tuvo una gran parte dentro de los estudiantes, siendo un 15% de ellos los cuales no sienten ni satisfacción ni insatisfacción. En el *focus group* se demostró que los estudiantes tienen descontentos por la ventilación en las clases, ya que hace clima caluroso y no pasa mucho viento por las clases, y los ventiladores están mal colocados o hacen falta en las aulas, por lo que es importante el tomar medidas para solventar este problema, algunos estudiantes sugieren la adquisición de aire acondicionado o que el viento de los ventiladores les llegue a dar más directamente.

Suelo

Para la variable del estado del suelo de las aulas se obtuvo un muy alto nivel de satisfacción por parte del sondeo, y el *focus group* no tuvo problemas con el suelo de la academia tampoco. Cabe destacar que más del 10% de los estudiantes tuvieron una opinión neutral al respecto, por lo que se sugiere tomarlo en consideración.

Paredes

Al estado de las paredes se obtuvo un alto grado de satisfacción en su mayoría en el sondeo, aunque en el *focus group* se observó un descontento debido a que hay paredes rayadas como en el baño de la academia, pero no resulta algo grave para los clientes.

Entorno Físico

Se evaluó el entorno físico, el cual muestra un alto nivel de satisfacción con los datos dados por el sondeo, el *focus group* no muestra cambios en esta percepción. Importante destacar que más del 10% de los estudiantes tuvieron una opinión neutral al respecto, por lo que se sugiere tomarlo en consideración.

4.5.5. Sobre el mobiliario y el equipamiento de la academia

Pupitres

Con relación a la variable de los pupitres en las aulas, su nivel de satisfacción según el sondeo es alto, aunque hay opiniones de neutralidad a las que los estudiantes en el *focus group* despejan un poco las dudas, ya que mencionan que se deberían tener mejores pupitres, idealmente los pupitres de cajón rectangulares al ser más espaciosos y que se deberían desechar algunos de los viejos que están rayados o rotos, a como también solicitan asientos más cómodos.

Visibilidad de las Pizarras

En base a la variable para el nivel de satisfacción del cliente se trata de la visibilidad de las pizarras en las aulas, los estudiantes demuestran que tienen un alto nivel de satisfacción en el sondeo, mientras que en el *focus group* no se hace mención de que los profesores para las clases virtuales de ser necesario acercan el celular para así que lo vean más de cerca.

Durante la estancia de la investigadora en la academia, se ha observado que más de una vez los profesores escriben más grande las letras en las pizarras para la comodidad del estudiante. Se sugiere a la academia seguir con esas estrategias para las clases pequeñas, y para el aula grande cambiar de posición la pizarra.

Equipos

Siguiendo con otros aspectos a evaluar, los proyectores de las clases dan un alto nivel de satisfacción entre los estudiantes del sondeo, al este tener los materiales como presentaciones y prácticas hace que las clases se vuelvan más rápidas al profesor no tener que escribir en la pizarra, y los colores a modo de observación por parte de la investigadora se ven claramente. En el *focus group* se comentó que, a la hora de proyectar, los profesores agrandan las presentaciones para ver más de cerca si el estudiante lo pide para así copiar la información en sus cuadernos o dispositivos cómodamente.

La mayoría de los clientes se sienten altamente satisfechos con los computadores para impartir lecciones según el sondeo, al utilizar las computadoras como herramientas para las clases en modalidad virtual, es importante que no se pegue la computadora a la hora de mostrar los materiales digitales. Por parte del *focus group*, no se logró obtener información relevante que enriquezca la variable.

Internet

La mayoría de los estudiantes para la variable de conexión a internet se sienten altamente satisfechos según el sondeo, y en el *focus group* se menciona que el internet tiene una conexión

estable la mayoría de los casos, porque rara vez falla, pero no afecta significativamente las clases virtuales.

Cantidad de Tomacorrientes

Observando los datos del sondeo para la cantidad de tomacorrientes, se mostró que la mayoría de los estudiantes se sienten muy satisfechos, aunque por el lado del *focus group* se demostró que realmente hay un descontento debido a que les gustaría más cantidad de tomacorrientes en las aulas para poner a cargar sus dispositivos electrónicos, se recomienda optar por comprar regletas con múltiples tomacorrientes.

Funcionalidad de los Tomacorrientes

En base a la variable de funcionalidad de los tomacorrientes, en el sondeo se tuvo una alta satisfacción al respecto, igualmente en el *focus group*, en el que no se hicieron menciones negativas en sí de la funcionalidad, si no a como se vio anteriormente, fue por la cantidad.

4.5.6. Sobre el ambiente de aprendizaje

Control de Ruido

En cuanto a la variable del control del ruido, se descubre que la mayoría de los clientes de la Academia Generaciones de Éxito se encuentran altamente satisfechos con el control del ruido de las clases, aunque hay más estudiantes que se sienten neutrales al respecto que en otras variables, entre los comentarios que se obtuvieron del *focus group* se enfatiza que es incómodo intentar recibir clases cuando los profesores no paran a los estudiantes que no hacen silencio para recibir plácidamente las lecciones debido a que no se toman las medidas correctivas necesarias, por lo que se recomienda tomar mayores medidas disciplinarias en esta instancia, pues es insatisfactorio.

Distractores

En siguiente lugar se obtuvo un nivel de satisfacción muy alto con la ausencia de distractores en las clases según el sondeo. Sin embargo, según lo comentado en el *focus group*, a como anteriormente se explicó, los compañeros hablan durante las lecciones y los docentes no actúan al respecto a cómo se desearía, virtualmente es mucho más fácil distraerse o no hacer las actividades que solicita el profesor, los profesores, sobre todo se menciona reiteradas veces a la directora, que están al pendiente si están usando el celular. Se debería pedir al estudiante el uso de las cámaras prendidas durante las clases para vigilar que los estudiantes estén poniendo atención.

Ambiente

De acuerdo con el sondeo, se obtuvo un altísimo nivel de satisfacción en el ambiente general del aula para el proceso de enseñanza y aprendizaje, lo cual se refuerza con el *focus group* debido a los comentarios positivos como cuando mencionan que es más tranquilo que en los colegios tradicionales, es un entorno más enfocado y menos distractor, un lugar seguro emocional y físicamente, y bueno para aprendizaje del día a día al no tratar a sus estudiantes como si fueran ingenuos. Cabe mencionar que hay compañeros que faltan el respeto al interrumpir las clases, lo cual genera tensión.

4.5.7. Satisfacción con las lecciones y el profesorado

Dominio del Profesor

Según el sondeo esta es de las variables con mayor nivel de satisfacción del estudio, pues abarca un 98% de los encuestados con esa percepción. Por el lado del *focus group*, los estudiantes piensan que los docentes demuestran un excelente dominio de los temas de las materias que imparten al explicarlos claramente y al tener más de quince años enseñando en la academia, desbordando sus conocimientos, reafirmando los datos del sondeo.

Claridad al Explicar

Con respecto a la información recibida del sondeo, se muestra una alta satisfacción en base a las explicaciones del profesorado siendo claras y comprensibles, dado que, a como se mencionó en el *focus group*, repiten la materia cuantas veces el estudiante lo necesite hasta entenderlo, hacen que los temas enseñados como difíciles se vuelvan fáciles, se adaptan a cada estudiante, y los profesores se sientan a la par de uno para explicarles de ser necesario. Ambas herramientas muestran el alto nivel de satisfacción, de los más altos según el sondeo.

Dinamismo

Seguidamente, se analizó el nivel de satisfacción respecto la dinamicidad y facilidad de aprender en las lecciones, por lo que según el sondeo varios estudiantes están altamente satisfechos, y en el *focus group* se había dicho que es muy fácil aprender temas que o no se acordaban o les eran difíciles en el colegio, sobre todo al únicamente ver los temas que realmente aparecerán en los exámenes oficiales y no materia de relleno o complementario, y las clases intensivas, a pesar de no ser agradables en general por el peso mental y académico, resultan bastante efectivas según los estudiantes.

Ejemplos Prácticos

En términos de nivel de satisfacción sobre el uso de ejemplos prácticos para apoyar la comprensión de la materia es muy alta en la percepción de los encuestados. Para el *focus group* se observó que los estudiantes concuerdan con esta forma de verlo, ya que se usan continuamente en las clases con exámenes oficiales pasados del MEP.

Resolver Dudas

En base a la variable sobre resolver dudas se obtuvo por parte del sondeo un alto nivel de satisfacción, y en el *focus group* se tuvieron opiniones igual de favorecedoras, pues mencionan que se sienten sin miedo a hacer cualquier pregunta relacionada a la materia y les explican la

materia hasta que la aprendan, y después de clases se toman el tiempo de quedarse con el estudiante para darle las respuestas de las prácticas y simulacros de exámenes. También mencionan que pueden realizar consultas por WhatsApp y los profesores se las aclararán, hasta a altas horas de la noche y comúnmente tienen un tiempo de respuesta rápido. Esta es de las mejores variables evaluadas hasta ahora en cuanto a nivel de satisfacción.

Metodología

Se tiene que la metodología utilizada en las lecciones de la Academia Generaciones de Éxito posee un altísimo nivel de satisfacción a como se mostró en los resultados del sondeo. En cuanto al *focus group*, se destaca que está enfocado al estudiante, siendo una atención personalizada por parte de la academia hacia su cliente, orientado a los contenidos que se evaluarán en los exámenes oficiales y aprobarlos, y los de III Ciclo aprecian el tener más guía al tener menor edad y es más fácil que se distraigan durante las clases, las explicaciones detalladas, las repeticiones y la adaptabilidad hacia ellos hace que se sientan satisfechos, tanto por ellos como por el resto de grupos.

Evaluaciones

También se evaluó la percepción de los estudiantes con las evaluaciones que se aplican en la academia y se tuvo un alto nivel de satisfacción, por lo que se consideran adecuadas a lo enseñado en las lecciones según el sondeo.

Por parte del *focus group* también se tiene un alto nivel de satisfacción, ya que son exámenes pasados del MEP con los mismos temas y con los simulacros de examen simulan el momento del día en que vayan a hacer los exámenes oficiales en tiempo y entorno, por lo que el día del exámenes se sienten confiados y sin muchos nervios, los estudiantes hasta llegan a memorizarse preguntas, luego de realizar los exámenes de práctica los docentes se sientan al lado a resolver las preguntas con ellos, si tienen alguna respuesta incorrecta no se les regaña, se les explica con respeto y paciencia el por qué la otra opción era la respuesta correcta, y si varios en la clase no acertaron preguntas de cierto tema, se les vuelve a explicar en la misma clase o la

siguiente, a como también se ha observado en el tiempo de la investigación. Se sugiere seguir con estos métodos a la hora de realizar las evaluaciones a los estudiantes, ya que son efectivas y muy satisfactorias para ellos.

Prácticas

Otro aspecto estudiado fue el nivel de satisfacción con las prácticas, se obtuvo en el sondeo que los clientes se encuentran altamente satisfechos, percepción que el *focus group* también estuvo de acuerdo debido a los ejercicios en clase que a su vez se explican paso a paso y se resuelven las dudas en el momento, y se realizan constantemente revisando los errores y cómo mejora el rendimiento del estudiante, las que más favorecen a los alumnos son las mencionadas en el punto anterior, las prácticas de exámenes, los cuales se tienen a varios de estos en folletos de exámenes. A la vista de los resultados obtenidos, se considera conveniente dar continuidad a las prácticas actualmente desarrolladas, manteniendo el enfoque de trabajo adoptado hasta el momento.

Calidad de Lecciones

Finalmente, se evalúa la variable de la calidad de las lecciones, la cual demuestra un nivel de satisfacción excelentemente alto en el sondeo, siendo de los más altos en la investigación, en el *focus group*, a como se ha visto en las demás variables relacionado a la sección académica, los estudiantes tienen opiniones realmente positivas al respecto, como por ejemplo que es una excelente experiencia, las explicaciones claras y mejor que el sistema tradicional de enseñanza.

4.6. Estudio Benchmarking

Para la selección de los competidores para realizar el análisis comparativo del estudio de benchmarking, se le preguntó a la directora de la Academia Generaciones de Éxito cuáles eran los 5 principales a su criterio, de los cuales ella dio 6 nombres de otras academias e institutos en la GAM que dan servicios parecidos a los de la academia, la lista de estos institutos fueron Convexa 2.0, Educación con Propósito (EP), Instituto Pedagógico y Tecnológico (IPT), Academia Breca, Instituto Educativo Juventus, Instituto Benedicto XVI, siendo este último descartado al no lograr comunicación alguna en el tiempo de la investigación.

Se investigaron las redes sociales y páginas web de los competidores, así como mensajes vía WhatsApp y llamadas telefónicas a las oficinas de los institutos encubiertas, haciéndose la investigadora pasar por una estudiante mayor de edad queriendo matricular bloque completo de materias que serían 6 materias en total, matemáticas, español, inglés, ciencias (ya sea biología, física o química), estudios sociales, y cívica en el servicio de bachillerato por madurez. Este servicio en concreto se decidió al ser la mayoría de los estudiantes de la Academia Generaciones de Éxito.

Seguidamente se presentan los resultados de las observaciones que se hicieron de cada instituto, más las 10 opiniones más recientes en Google.

4.6.1. Convexa 2.0

Identificación y Presencia

Dirección: 50 metros oeste del Parque Morazán, San José.

Años de trayectoria: 23 años

Horario de atención

- Lunes a sábado: 9 am–7 pm
- Domingo 9:30 am–3 pm

Redes Sociales

- WhatsApp: +506 6077 6508
- Instagram: [@convexa2punto0](#) con 1.440 seguidores.
- Facebook: [Convexa 2.0](#) con 125mil seguidores.
- Página Web: <https://www.convexa2punto0.com/>

Calificaciones en Facebook

En Google no salieron opiniones de la academia Convexa 2.0, por lo que se optó por tomar las recomendaciones de su página de Facebook.



Opiniones de Facebook

Investigando más a fondo, se encontró con un grupo de Facebook de bachillerato por madurez en el que hay una [publicación](#), del 18 de abril de 2024, preguntando por las experiencias de las personas en esa misma academia:

Publicación de Participante anónimo



Bachillerato por madurez – grupo informativo · Unirte

Participante anónimo · 18 de abril de 2024 · 41

Que tan bueno es el instituto convexa cuénteme sus experiencias?? Yo debo inglés y matemática hace años y no los logro pasar he echo 3 o 4 veces cada examen y nada que los paso



3



37



Más pertinentes ▾



Laura AJ

Es excelente, yo estoy llevando matemáticas y no tengo queja con el método utilizado por el profesor, dejan bastante práctica para dominar con éxito las fórmulas, yo no tengo queja

2 años

Me gusta

Responder

Compartir



Vane Otárola

A mí me parece muy caro y no todos los profesores son bueno 🙄

2 años

Me gusta

Responder

Compartir

Ver las 2 respuestas



Marii Ramirez

Excelente la profesora Misdry de matemáticas la mejor, tiene mucha paciencia y explica excelente!!

2 años

Me gusta

Responder

Compartir



Lafith Castrillo

Para matemáticas se lo recomiendo al 101%, pero le recomiendo que matricule con el profe David meza. Definitivamente es el mejor profe que hay...siempre y cuando uno también ponga de su parte

2 años

Me gusta

Responder

Compartir



Ro Jes

Para mí Convexa 2.0 es el mejor instituto es súper completo el curso ,obvio hay que ponerle el profe David es buenísimo lo soca a uno demasiado 🙌🙌 el mejor sin duda !

2 años

Me gusta

Responder

Compartir

176

 **Yolanda González**
Es una excelente academia ,los profesores son muy buenos,depende de cada estudiante cuánto se esfuerza en terminar todos los quiz y resolver la plataforma, puede tener el mejor profesor pero si no hay una entrega del estudiante no habría un buen resultado .
2 años · Me gusta · Responder · Compartir

 **Karla D. Nuñez**
El mejor. Y para matemáticas El Profe David Meza definitivamente. 1000% recomendado.
2 años · Me gusta · Responder · Compartir

 **Mar Hakim**
Convexa 2.0 9%recomendados mate el **Profe David Meza** e inglés el profe Darío rojas. Los profesores son muy buenos explicando la materia y la plataforma es muy completa, solo es cuestión de compromiso de cada estudiante, no pretender que con una lección una vez a la semana ya vas a pasar el examen.
2 años · Me gusta · Responder · Compartir

 **Lisette Montenegro Ramirez**
El profe Alejandro es muy bueno en matemáticas, y también tiene una academia y da las otras materias
2 años · Me gusta · Responder · Compartir

 **Ríos M Mayita**
Buenos días solo puedo decir que es un excelente instituto comprometido con cada estudiante desde el día que ud matrícula hasta que finaliza el curso, claro sin dejar un lado la parte que le corresponde a uno como estudiantes es un 50/50
2 años · Me gusta · Responder · Compartir

 **Angie Madriz**
Tengo una amiga que gano el bachillerato con ellos. Y también he visto que la metodología que usan para Matemáticas es muy buena. Todo es cuestión de probar y tener disciplina y ponerte con esto de bachillerato. He visto buenos comentarios y gente ya bachiller con esa académica.
2 años · Me gusta · Responder · Compartir

También en el perfil de Facebook de Convexa 2.0 se buscaron los 10 comentarios más recientes:

 **Ro Jes** · recomendada **Convexa 2.0**
2 de julio de 2025 ·  · ...
la mejor academia si realmente quierés sacar tu bachillerato,muy buena preparación y metodología los recomiendo 100%
  

 **Andres José Camacho Boza**  recomienda **Convexa 2.0** ...
22 de septiembre de 2024 · 

Excelente profesores acá lleve matemáticas de bachillerato y me fue super bien.

 **Line Delgado**  recomienda **Convexa 2.0** ...
21 de abril de 2024 · 

Dan muy buena preparación ★★★★★

 **Daniela Acosta**  recomienda **Convexa 2.0** ...
30 de julio de 2023 · 

Después de intentar pasar bachillerato en matemáticas durante 4 años, el instituto convexa 2.0, estude solo 1 mes antes para el examen, con el mejor Profe David Meza. Lo recomiendo 100%.

 **Anthony Calderon**  recomienda **Convexa 2.0** ...
17 de noviembre de 2021 · 

Excelente academia el día de hoy soy bachiller gran profesionalismo, sus profesores personas que se preocupan para porque uno salga adelante gracias familia convexa que sigan creciendo

 2  1   

 **Greivin Mauricio Arias Guzman**  recomienda **Convexa 2.0** ...
17 de noviembre de 2021 · 

La mejor academia, con los mejores profesores

 1  1  

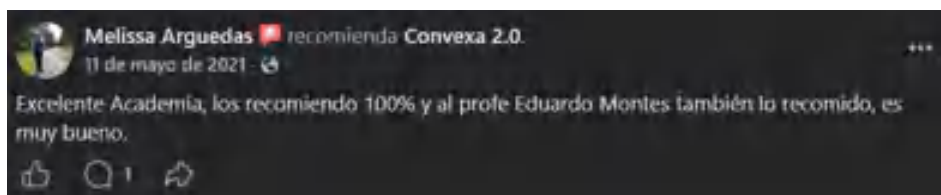
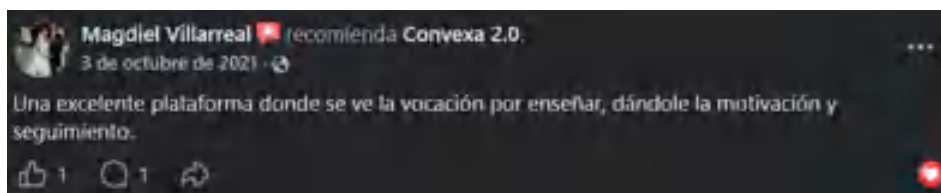
 **Joselyn Melendez Villalobos**  recomienda **Convexa 2.0** ...
17 de noviembre de 2021 · 

no tengo palabras para agradecer a esta excelente academia por apoyarme y llevarme de la mano en este proceso.
les cuento que matriculé las 6 materias y las pasé todas, gracias a convexa y al profe David meza soy bachiller.
solo les puedo decir: chiquillos no tengan miedo, esta va a ser una de las mejores inversiones de su vida, no lo piensen que una mejor academia no van a encontrar.

 **Andreina Barahona**  recomienda **Convexa 2.0** ...
14 de noviembre de 2021 · 

Súper agradecida con la academia, cada examen que presento lo gano, sin duda los mejores!

 1  1  



Oferta y Precio

Servicios Ofrecidos: III Ciclo, Bachillerato por Madurez y EDAD.

Precios

- Matrícula ₡15 000.
- Pago en Cuotas: 3 cuotas de ₡26 000 (cada materia) para un total de ₡78 000.
- Pago de Contado: ₡60 060 (cada materia).

Promociones o Paquetes

- Cursos complementarios de Servicio al Cliente y Excel para Principiantes
- Se puede pagar de contado
- Más barato al pagar antes de inicio de clases

Requisitos de Ingreso: Estar graduado de noveno año de colegio y captura de pantalla del pago debido.

Metodología y Valor Agregado

Modalidad: Virtual y Presencial

Horarios de las Clases:

- Biología: jueves 5pm - 7pm
- Cívica: miércoles 8:30am - 10:30am
- Español: miércoles 5pm - 7pm
- Matemáticas: sábado 8am - 10am o lunes 5pm - 7pm
- Sociales: miércoles 10:45am - 12:45pm
- Inglés: No lo compartieron.

Material Didáctico: Libro físico de ¢6 000.

Propuesta de valor a palabras de la empresa:

- Excelentes profesores.
- La mejor plataforma a nivel nacional.
- Seguimiento previo a la clase en vivo y posterior a la clase.
- Garantía de aprobación (o si no te devolvemos la totalidad del dinero)

Uso de plataformas tecnológicas: Zoom, Página de pagos, Plataforma Exclusiva de Convexa, y WhatsApp.

Servicio al Cliente

Tiempo de respuesta al primer mensaje: 37 minutos del número publicado y 5 minutos del número interno.

Calidad del seguimiento: El contacto fue por vía WhatsApp, respondían las preguntas con respuestas rápidas y claras.

Facilidad de pago: La academia tiene su [propia plataforma de pagos](#) con tarjeta, se puede pagar ya sea con tarjeta de crédito o débito.

4.6.2. Educación con Propósito

Identificación y Presencia

Dirección: Según Google, antes se ubicaban 75 metros norte del Hotel Balmoral, Av. 1 10104, San José, El Carmen. Durante la investigación, se les preguntó dónde se ubicaban, y dijeron que actualmente no hay un lugar físico para las clases, sólo están las oficinas dispersas por el país.



Años de trayectoria: 18 años

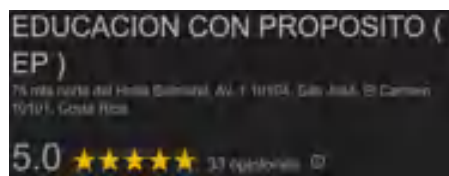
Horario de atención

- Lunes a Viernes: 9am - 6pm
- Sábados: 9am - 3pm
- Domingos está cerrado

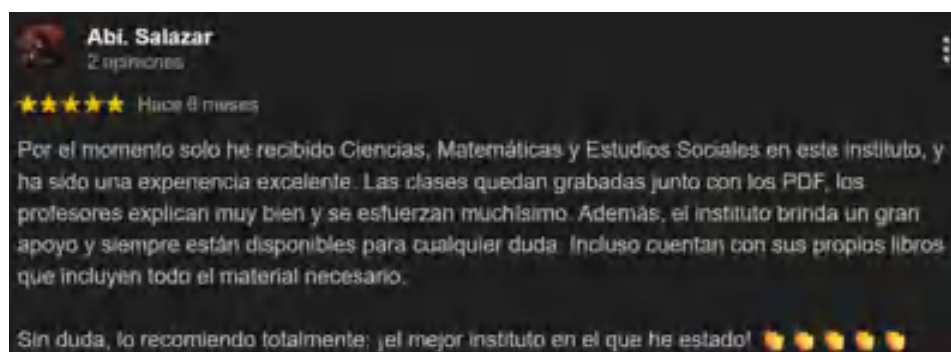
Redes Sociales

- WhatsApp: +506 8582 3700
- Instagram: [@educacionconpropositoep](#) con 1.074 seguidores
- Facebook: [EDUCACIÓN CON PROPÓSITO \(EP \)](#) con 62mil seguidores

Calificaciones en Google



Opiniones de Google



 **Katherine**
2 opiniones

★★★★★ Hace 6 meses

Gracias a educación con propósito por ayudarme a ganar matemáticas agradezco profundamente a la profe evy que nos enseño con todo el empeño y amor que la caracteriza son una bendición.

 **María Sánchez**

★★★★★ Hace 6 meses

 **Liseth Moya Solano**

★★★★★ Hace 10 meses

 **Arelys Espino**
1 opinión

★★★★★ Hace 10 meses

Excelente. profe Evy Chávez.
Educación con Propósito super Recomendado.

 **Mariana Mora**
1 opinión

★★★★★ Hace 10 meses

Excelente instituto lo recomiendo ❤️

 **Loriana Gonzalez Aguilar**

★★★★★ Hace 10 meses

 **Tatiana Rivera**
1 opinión

★★★★★ Editado Hace 10 meses

Todos los profesores de ese Instituto son muy buenos super recomendados les recomiendo 🔥

 **KT KT**
1 opinión

★★★★★ Hace 10 meses

Excelente

 **J BR**
1 opinión

★★★★★ Hace un año

Estoy encantado y satisfecho de haber estudiado con ellos. Gracias a las excelentes explicaciones y la paciencia de la profesora Evy he podido salir adelante con matemáticas para ya convertirme en bachiller. Me siento muy contento. Recomendando muchísimo estudiar con ellos.

Oferta y Precio

Servicios Ofrecidos: III Ciclo, EDAD, Bachillerato por Madurez y Naturalización.

Precios

Matrícula a ₡7 000

Precios de las materias:

- Matemáticas: ₡66 000
- Biología: ₡61 000
- Español: ₡58 000
- Estudios Sociales: ₡58 000
- Cívica: ₡58 000
- Inglés: ₡58 000

Total: ₡366 000

Promociones o Paquetes

- Se puede pagar por 5 cuotas mensuales.
- Antes del inicio de clases es gratis la matrícula.
- Bloque completo un descuento hasta de 40%.
- La garantía cubre un 50% del curso si no gana los exámenes.

Requisitos de Ingreso: Título de noveno año de colegio, cédula del estudiante por ambos lados en un documento, foto pasaporte, comprobante de pago.

Metodología y Valor Agregado

Modalidad: Virtual

Horarios de las Clases:

- Estudios Sociales: lunes 8:00pm – 9:45pm
- Español: martes 6:30pm – 8:00pm

- Biología: martes 8:00pm – 9:45pm
- Matemáticas: miércoles 6:30pm – 9:30pm
- Inglés: jueves 6:30pm – 8:00pm
- Cívica: jueves 8:00pm – 9:30pm

Material Didáctico: La plataforma digital tiene todos los materiales incluidos sin costo adicional. Son los folletos adicionales que sí se compran, vienen siendo folletos extra de los que de por sí ya el instituto brinda.

Propuesta de valor en palabras de la empresa:

- Flexibilidad.
- Ganar exámenes si se van a todas las clases.
- La garantía cubre un 50% del curso si no gana los exámenes.
- No rellenan con materia que no saldrán en los exámenes.
- Grabación de las clases.

Uso de plataformas tecnológicas: Zoom y Google Workspace.

Servicio al Cliente

Tiempo de respuesta al primer mensaje: Se tardó más de 1 hora esperando respuesta vía WhatsApp, por lo que se tuvo que llamar por teléfono y respondieron a la primera llamada.

Calidad del seguimiento: Brindaron toda la información solicitada sin problema.

Facilidad de pago: Depósito, Transferencia y/o Sinpe Móvil.

4.6.3. Instituto Educativo Juventus

Identificación y Presencia

Dirección: San Pedro de Montes de Oca, Barrio Roosevelt.

Años de trayectoria: 34 años

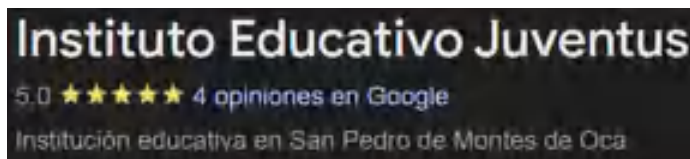
Horario de atención

- Lunes a jueves - 8am a 5pm
- Viernes - 8am a 3pm
- Sábado y domingo están cerrados

Redes Sociales

- WhatsApp: +506 8871 4552
- Instagram: [@institutojuventus](#) con 95 seguidores.
- Facebook: [Instituto Educativo Juventus](#) con 6.859 seguidores.

Calificaciones en Google



Opiniones de Google

No se encontraron más allá de 4 opiniones en Google, y en su Facebook no hay una sección de opiniones activas.





Oferta y Precio

Servicios Ofrecidos: III Ciclo, Bachillerato por madurez, EDAD, y Naturalización.

Precios

- Matrícula es ₡2 000 por materia.
- Cada materia cuesta ₡12 000.

Promociones o Paquetes: Al matricular el bloque completo se deja a cada materia en ₡10 000.

Requisitos de Ingreso: Ser mayor de edad y tener el título de noveno año de colegio.

Metodología y Valor Agregado

Modalidad: Virtual y Presencial

Horarios de las Clases

- Lunes: Matemáticas de 6:30 pm a 8:30 pm
- Martes:
 - Biología de 6:30 pm a 8:30 pm
 - Cívica de 3:00 pm a 5:00 pm
- Miércoles: Sociales de 6:00 pm a 8:00 pm
- Jueves: Español de 6:00 pm a 8:00 pm
- Viernes:
 - Inglés de 4:30 pm a 5:30 pm
 - Matemáticas de 6:30 pm a 8:30 pm

Material Didáctico: Los libros digitales valen ¢5 000, impresos son ¢10 000.

Propuesta de valor en palabras de la empresa: Nuestra trayectoria de 34 años graduando estudiantes, nos distinguimos por la calidad y calidez en el profesorado.

Uso de plataformas tecnológicas: Zoom.

Servicio al Cliente

Tiempo de respuesta al primer mensaje: Después de la primera hora de espera, se decidió llamar por teléfono, no hubo respuesta, así que más de 2 horas y media después del primer mensaje hubo respuesta por WhatsApp al escribir nuevamente.

Calidad del seguimiento: Se tuvo que volver a escribir para obtener respuesta.

Facilidad de pago: Sinpe Móvil, efectivo, tarjeta y/o depósito.

4.6.4. Instituto Pedagógico y Tecnológico (IPT)

Identificación y Presencia

Dirección: Del Banco Nacional 100 m sur y 25 m oeste, San Pedro, Provincia de San José.

Años de trayectoria: 32 años

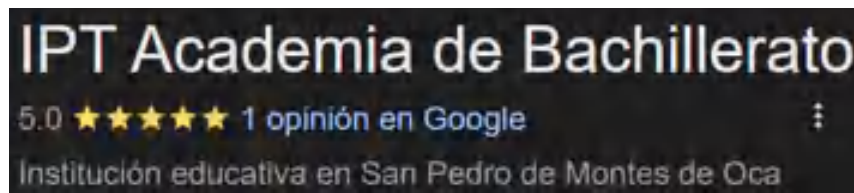
Horario de atención

- Lunes y viernes: 8am a 5pm.
- Martes a jueves: 8am a 8pm.
- Sábado: 8am a 12md
- Domingo están cerrados.

Redes Sociales

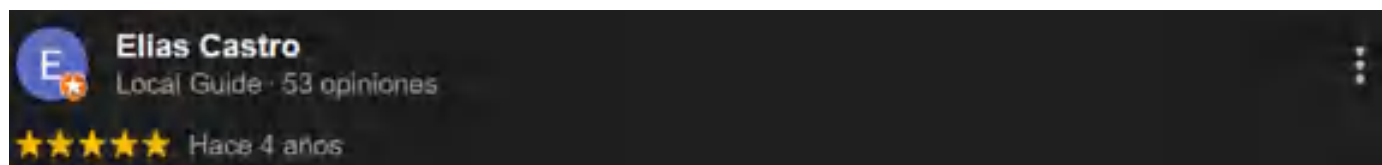
- WhatsApp: +506 8598 3252
- Facebook: [IPT ACADEMIA DE BACHILLERATO](#) con 34mil seguidores.

Calificaciones en Google



Opiniones de Google

Sólo se encontró 1 opinión en línea.



Oferta y Precio

Servicios Ofrecidos: III Ciclo y Bachillerato por Madurez

Precios

- ₡15 000 cada materia (6 materias) = ₡90 000
- Matrícula gratis

Promociones o Paquetes

- Matrícula gratis
- Pago de contado
- Mes de Abril tiene un 20% de descuento

Requisitos de Ingreso: Título de noveno año de colegio.

Metodología y Valor Agregado

Modalidad: Presencial, Virtual e Híbrida.

Horarios de las Clases:

- Matemática
 - Miércoles de 7:00 pm a 8:30 pm
 - Viernes de 9:00 am a 10:30 am
 - Sábado de 12:00 md a 1:30 pm
- Biología
 - Martes de 9:00 am a 9:45 am
 - Jueves de 7:00 pm a 7:45 pm
- Estudios Sociales
 - Martes de 9:45 am a 10:30 am
 - Jueves de 7:45 pm a 8:15 pm
- Cívica
 - Martes de 10:30 am a 11:15 am
 - Jueves de 8:15 pm a 8:45 pm

- Español
 - Jueves de 3:00 pm a 4:00 pm
 - Martes de 7:00 pm a 7:45 pm
- Inglés
 - Jueves de 4:00 pm a 5:00 pm
 - Martes de 7:45 pm a 8:30 pm

Material Didáctico: Libro impreso incluido en el precio.

Propuesta de valor a palabras de la empresa: Los 32 años de experiencia al educar a sus alumnos.

Uso de plataformas tecnológicas: Google Classroom y Zoom.

Servicio al Cliente

Tiempo de respuesta al primer mensaje: 5 minutos.

Calidad del seguimiento: Respondieron a todo lo solicitado.

Facilidad de pago: Efectivo, Tarjeta y Sinpe Móvil.

4.6.5. Academia Breca

Identificación y Presencia

Dirección: 225 metros norte de los Tribunales de Justicia, Cartago, Cartago, Costa Rica.

Años de trayectoria: 16 años.

Horario de atención

- Lunes a sábado – 8am a 9pm
- Domingo están cerrados.

Redes Sociales

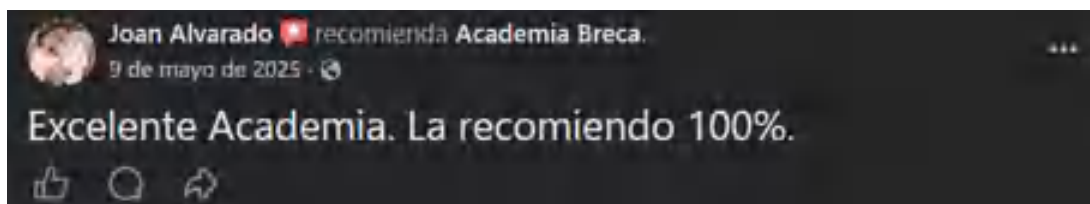
- WhatsApp: +506 8645 7035
- Instagram: [@academiabreca](#) con 669 seguidores
- Facebook: [Academia Breca](#) con 14mil seguidores.

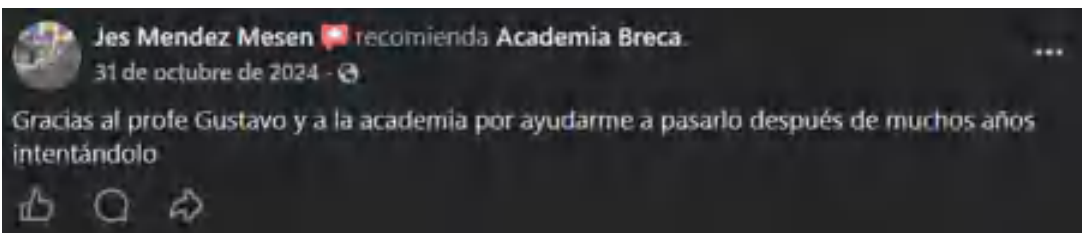
Calificaciones en Facebook

No había opiniones en Google sobre la Academia Breca, por lo que se optó nuevamente por investigar la calificación y opiniones en la página de Facebook.



Opiniones de Google





 **Daniela Solis**  recomienda **Academia Breca**.
13 de mayo de 2021 ·  ...

Súper recomendado, los mejores!

 1   

 **Mary Paz GB**  recomienda **Academia Breca**.
6 de mayo de 2021 ·  ...

El profesor Gustavo y todo el personal son personas excepcionales y de verdad se interesan por que el estudiante.

 **Juanki Vi Ru**  recomienda **Academia Breca**.
23 de febrero de 2021 ·  ...

una academia altamente profesional con profesionales de calidad

 **Angelly Umaña**  recomienda **Academia Breca**.
3 de noviembre de 2020 ·  ...

Gracias a la Academia Breca por todo su profesionalismo, atención, paciencia y dedicación al enseñar, totalmente recomendado 🙏🙏

 **Cindy Duarte**  recomienda **Academia Breca**.
3 de noviembre de 2020 ·  ...

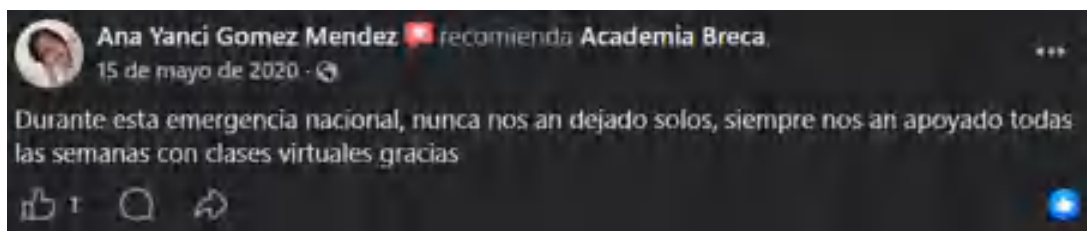
Gracias Academia Breca por todo su profesionalismo y calidad humana durante esta pandemia ,totalmente recomendados !! [#bachiller](#)

 **Jose Navarro**  recomienda **Academia Breca**.
18 de mayo de 2020 ·  ...

Atención al cliente al 100%
Excelentes profesores y excelentes seres humanos. Servicio de calidad. Super recomendados.

 1   



Oferta y Precio

Servicios Ofrecidos: III Ciclo, Bachillerato por Madurez y Naturalización.

Precios

- Matrícula ¢6 000, se paga una sola vez.
- Matemáticas se paga mensualmente ¢16 000.
- Cualquier otra materia cuesta mensualmente ¢11 000.

Promociones o Paquetes: Al llevar el bloque completo (6 materias) no se paga matricula y te regalan una materia gratis.

Requisitos de Ingreso: Título de noveno año de colegio y mayor de edad.

Metodología y Valor Agregado

Modalidad: Presencial

Horarios de las Clases:

- Matemáticas
 - Lunes: 8am a 10:30am
 - Lunes: 6:15pm a 8:45pm
 - Miércoles: 8am a 10:30am
 - Miércoles: 6:15pm a 8:45pm
- Estudios Sociales
 - Lunes: 8am a 10:30am
 - Lunes: 6:30pm a 9pm

- Cívica
 - Lunes: 10:40am a 12md
 - Lunes: 5pm a 6:20pm
- Biología
 - Martes: 8am a 10am
 - Martes: 6pm a 8pm
- Español
 - Jueves: 6pm a 8pm
 - Viernes: 8am a 10am
- Inglés
 - Viernes: 10:10am a 12:10md
 - Viernes: 6pm a 8pm

Material Didáctico: Son 2 folletos de matemáticas, el primer folleto es sobre la teoría que cuesta ₡6 000, y el segundo folleto es de prácticas que cuesta ₡7 500.

Propuesta de valor en palabras de la empresa: Responsabilidad y la promoción de los alumnos ganan las materias.

Uso de plataformas tecnológicas: No tienen al ser clases presenciales.

Servicio al Cliente

Tiempo de respuesta al primer mensaje: Se tardó más de 1 hora sin respuesta por el WhatsApp, por lo que se tuvo que llamar y contestaron rápidamente.

Calidad del seguimiento: Al llamar no se tuvieron problemas con brindar la información, y al colgar compartieron la información sobre los horarios al escribirles nuevamente, ya que se había quedado en que mandaría los distintos horarios vía WhatsApp.

Facilidad de pago: Efectivo, Sinpe Móvil, Tarjeta y/o Transferencia.

4.7. Análisis del Benchmarking

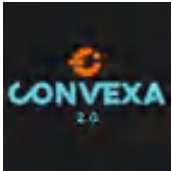
Después de la recopilación de los datos presentados anteriormente a través de la observación en las redes sociales y llamadas incógnitas a los distintos institutos de educación abierta de la GAM, a continuación, se muestra la comparación de estas empresas con la Academia Generaciones de Éxito por medio de la tabla 2 para observar resumidamente sus similitudes y diferencias.

Favor tomar en consideración los siguientes acrónimos:

- L: Lunes
- K: Martes
- M: Miércoles
- J: Jueves
- V: Viernes
- S: Sábado
- D: Domingo
- BxM: Bachillerato por Madurez
- Est Soc: Estudios Sociales
- h: Hora(s)
- min: Minuto(s)

Tabla 53

Cuadro comparativo entre institutos de educación abierta en la GAM

Criterios	Academia Generaciones de Éxito	Convexa 2.0	Educación con Propósito	Instituto Educativo Juventus	Instituto Pedagógico y Tecnológico (IPT)	Academia Breca
Logotipo						
Dirección	San Pedro, Montes de Oca, de Casa Italia 300 metros sur	50 metros oeste del Parque Morazán, San José	Sin local	San Pedro de Montes de Oca, Barrio Roosevelt	Del Banco Nacional 100 metros sur y 25 metros oeste, San Pedro, San José	225 metros norte de los Tribunales de Justicia, Cartago, Cartago
Años de trayectoria	16 años	23 años	18 años	34 años	32 años	16 años
Horario de atención	• L-S: de 7am a 10pm • D: Cerrados	• L-S: 9 am a 7pm • D 9:30am a 3pm	• L-V: 9am - 6pm • S: 9am - 3pm • D: Cerrados	• L-J: 8am - 5pm • V: 8am - 3pm • S y D: Cerrados	• L y V: 8am - 5pm • K-J: 8am - 8pm • S: 8am - 12md • D: Cerrados	• L-S: 8am - 9pm • D: Cerrados

Redes sociales	☒ WhatsApp	☒ WhatsApp	☒ WhatsApp	☒ WhatsApp	☒ WhatsApp	☒ WhatsApp
	☒ Instagram	☒ Instagram	☒ Instagram	☒ Instagram	☒ Instagram	☒ Instagram
	☒ Facebook	☒ Facebook	☒ Facebook	☒ Facebook	☒ Facebook	☒ Facebook
	☒ Página Web	☒ Página Web	☒ Página Web	☒ Página Web	☒ Página Web	☒ Página Web
Calificaciones						
Google / Facebook		5 	4.5 	5 	5 	5 
Opiniones Google / Facebook		Se menciona el gran compromiso con el éxito de sus estudiantes y que tienen muy buenos profesores	Hablan muy bien sobre los profesores de matemáticas	Opinan muy bien sobre la profesora de matemáticas	Generalmente a los clientes de este instituto tuvieron una experiencia satisfactoria	No hubo comentarios entre las opiniones
Servicios ofrecidos	☒ III Ciclo	☒ III Ciclo	☒ III Ciclo	☒ III Ciclo	☒ III Ciclo	☒ III Ciclo
	☒ BxM	☒ BxM	☒ BxM	☒ BxM	☒ BxM	☒ BxM
	☒ EDAD	☒ EDAD	☒ EDAD	☒ EDAD	☒ EDAD	☒ EDAD
	☒ Naturalización	☒ Naturalización	☒ Naturalización	☒ Naturalización	☒ Naturalización	☒ Naturalización
Precios		• Matrícula ₡5,000 - ₡10,000 de pago único	• Matrícula ₡15,000	• Matrícula ₡7,000	• Matrícula ₡2,000 por materia	• Matrícula de pago único ₡6,000
		• 1 materia ₡25,000	• 3 cuotas cada materia ₡26,000	• Precio de las materias varía entre los ₡58,000 - ₡66,000	• Cada Materia ₡12,000	• Matemáticas pago mensual ₡16,000
		• 2 materias ₡35,000	• Contado cada materia ₡60,060			• Otras materias la mensualidad ₡11,000
		• 3 materias ₡45,000				
		• 4 materias ₡55,000				
		• 5 materias ₡65,000				
		• 6 materias ₡75,000				

Promociones / Paquetes	• Black Friday • Matrícula gratis dependiendo las circunstancias del estudiante	• Cursos complementarios • Pagar de contado • Más barato antes del inicio de clases	• Se puede pagar por 5 cuotas mensuales • Antes del inicio de clases es gratis la matrícula • Bloque completo un descuento hasta de 40% • La garantía cubre un 50% del curso si no gana los exámenes	• Bloque completo = Cada materia a ₡10,000	• Matrícula gratis • Pago de contado • Abril 20% de descuento	• Bloque completo no paga matricula + 1 materia gratis
	• 9° año • Comprobante del pago • Rellenar el contrato digital	• 9° año • Captura de pantalla del pago	• Título 9° año • Cédula del estudiante por ambos lados en un documento • Foto pasaporte • Comprobante de pago	• Mayor de edad • Título 9° año	• Título 9° año	• Mayor de edad • Título 9° año
Modalidad	☒ Presencial	☒ Presencial	☒ Presencial	☒ Presencial	☒ Presencial	☒ Presencial
	☒ Virtual	☒ Virtual	☒ Virtual	☒ Virtual	☒ Virtual	☒ Virtual
	☒ Híbrido	☒ Híbrido	☒ Híbrido	☒ Híbrido	☒ Híbrido	☒ Híbrido

Horarios de clases	• Biología: L y J 8am - 10am, K y M 6pm - 8pm • Español: L y K 10am - 12md, L 6pm - 8pm, L 8pm - 10pm • Est Soc: K y M 8am - 10am, J y V 8pm - 10pm • Inglés: K 8pm - 10pm, M 10am - 12md • Cívica: M 8pm - 10pm, V 8am - 10am • Matemáticas: J y V 10am - 12md, J y V 6pm - 8pm	• Biología: J 5pm - 7pm • Cívica: M 8:30am - 10:30am • Español: M 5pm - 7pm • Matemáticas: S 8am - 10am y L 5pm - 7pm • Est Soc: M 10:45am - 12:45pm • Inglés: No Compartido	• Est Soc: L 8pm – 9:45pm • Español: K 6:30pm – 8pm • Biología: K 8pm – 9:45pm • Matemáticas: M 6:30pm – 9:30pm • Inglés: J 6:30pm – 8pm • Cívica: J 8pm – 9:30pm	• Matemáticas: L y V 6:30pm - 8:30pm • Biología: K 6:30pm - 8:30pm • Cívica: K 3pm - 5pm • Est Soc: M 6pm - 8pm • Español: J 6pm - 8pm • Inglés: V 4:30pm - 5:30pm	○ Matemáticas: M 7pm a 8:30pm, V 9am a 10:30am y S 12md a 1:30pm ○ Biología: K 9am a 9:45am y J 7pm a 7:45pm ○ Est Soc: K 9:45am a 10:30am y J 7:45pm a 8:15pm ○ Cívica: K 10:30am a 11:15am y J 8:15pm a 8:45pm ○ Español: J 3pm a 4pm y K 7pm a 7:45pm ○ Inglés: J 4pm a 5pm y K 7:45pm a 8:30pm	• Matemáticas: L 8am a 10:30am y 6:15pm a 8:45pm, M 8am a 10:30am y 6:15pm a 8:45pm • Est Soc: L 8am a 10:30am y 6:30pm a 9pm • Cívica: L 10:40am a 12md y 5pm a 6:20pm • Biología: K 8am a 10am y 6pm a 8pm • Español: J 6pm a 8pm y V 8am a 10am • Inglés: V 10:10am a 12:10pm y 6pm a 8pm
Material didáctico	Prácticas, resúmenes y folletos de práctica con exámenes reales a ₡5,000 el de matemáticas y a ₡2,500 el resto.	Libro físico de ₡6,000	Plataforma virtual con los materiales sin costo adicional Folletos adicionales se pagan	Libros digitales cuestan ₡5,000, impresos son ₡10,000	Libro impreso incluido	Folletos de Matemáticas: Teoría ₡6,000, Prácticas ₡7,500.

Propuesta de valor (según empresa)	Formación académica y humanista enfocada en el éxito del estudiante.	Excelentes profesores	Flexibilidad	Nuestra trayectoria de 34 años graduando estudiantes, nos distinguimos por la calidad y calidez en el profesorado.	Los 32 años de experiencia al educar a sus alumnos	Responsabilidad y promoción de los alumnos ganan las materias.
		La mejor plataforma nacional	Ganar exámenes si se van a todas las clases			
		Seguimiento pre y post clases	Garantía cubre un 50% del curso			
		Garantía de aprobación	Sin materia irrelevante			
			Grabación de las clases			
Uso de plataformas tecnológicas	Zoom, Google Meet	Zoom, Página de Pagos y Página Web	Zoom y Google Workspace	Zoom	Google Classroom y Zoom	No tienen
Tiempo de respuesta al primer mensaje	1h	37 min del primer número telefónico y 5 min del segundo número telefónico	Tardó 1h, por llamada responden al instante.	Entre 1h y 2h y 30min, cuesta que contesten el teléfono	5 min	1h sin respuesta, al llamar contestan de inmediato
Calidad del seguimiento	Siempre responden a las preguntas y de manera clara	El contacto fue por vía WhatsApp, respondían las preguntas con respuestas rápidas y claras.	Brindaron toda la información solicitada sin problema.	Se tuvo que volver a escribir para obtener respuesta	Respondieron a todo lo solicitado	Brindaron la información solicitada telefónicamente y cumplieron con el envío de horarios por WhatsApp

Facilidad de pago	☒ Efectivo	☐ Efectivo	☐ Efectivo	☒ Efectivo	☒ Efectivo	☒ Efectivo
	☒ Sinpe Móvil	☐ Sinpe Móvil	☒ Sinpe Móvil	☒ Sinpe Móvil	☒ Sinpe Móvil	☒ Sinpe Móvil
	☒ Transferencia	☐ Transferencia	☒ Transferencia	☐ Transferencia	☐ Transferencia	☒ Transferencia
	☐ Depósito	☐ Depósito	☒ Depósito	☒ Depósito	☐ Depósito	☐ Depósito
	☐ Tarjeta	☐ Tarjeta	☒ Tarjeta	☒ Tarjeta	☒ Tarjeta	☒ Tarjeta
	☐ Plataforma de Pagos	☒ Plataforma de Pagos	☐ Plataforma de Pagos	☐ Plataforma de Pagos	☐ Plataforma de Pagos	☐ Plataforma de Pagos

4.7.1. Identificación y Presencia

4.7.1.1. Logotipo

En primer caso, los logotipos de las instituciones deben de reflejar normalmente a la institución, en la mitad de los casos, los logotipos son simples o minimalistas sin simbolismos, como en el caso de la Academia Convexa 2.0, Instituto Educativo Juventus y el Instituto Pedagógico y Tecnológico. Mientras que, por el lado de la Academia Generaciones de Éxito, Educación con Propósito y la Academia Breca sus logotipos resaltan por tener figuraciones y alegorías visuales a la importancia que le dan a la educación.

4.7.1.2. Dirección

Con respecto a la ubicación de cada local, se da a entender que cada institución reside dentro del GAM, con excepción de Educación con Propósito que no tiene local fijo desde hace un tiempo. La gran mayoría reside en zonas dentro de la capital del país, sin embargo, la Academia Breca es la única ubicada en la provincia de Cartago en el centro. Esto muestra que la competencia directa de la Academia Generaciones de Éxito se ubica dentro el GAM mayoritariamente, no únicamente en su provincia o cantón.

4.7.1.3. Años de trayectoria

A partir de la información recopilada, se observa que todos los institutos analizados cuentan con más de 15 años de operación, lo cual evidencia su trayectoria y permanencia en el mercado. Este resultado sugiere que dichas instituciones han logrado consolidarse en un entorno competitivo, así como acumular experiencia significativa a lo largo del tiempo.

4.7.1.4. Horario de atención

El horario de atención al cliente es normalmente en horas de la mañana y tarde entre semana más los sábados, solamente Convexa atiende los domingos, y este junto con el Instituto Pedagógico y Tecnológico, Academia Generaciones de Éxito y la Academia Breca atienden en horario

nocturno. Este comportamiento podría estar asociado a la modalidad de los servicios brindados, particularmente la impartición de clases en horario nocturno, lo cual facilita a los estudiantes realizar consultas administrativas, pagos o gestiones adicionales antes o después de sus lecciones.

4.7.1.5. Redes sociales

Para las redes sociales las instituciones utilizan Facebook, Instagram y WhatsApp, las primeras dos de estas es la que usan para normalmente publicitar los distintos servicios y promociones, la tercera es cuando el cliente les contacta para solicitar la información al respecto. Cabe resaltar que únicamente Convexa tiene página web activa, que normalmente se utiliza como un Campus Virtual, mientras que el resto de las instituciones no tienen, por lo que la Academia Generaciones de Éxito podría optar por la creación de una página y campus virtual para volverlo un diferenciador.

4.7.1.6. Calificaciones Google / Facebook

Todas las instituciones tienen muy buenas calificaciones tanto de Google como de Facebook, teniendo más de 4.5 estrellas, y la mayoría tiene 5 estrellas. Esto refleja que los estudiantes de todas las academias llegan y salen satisfechos con el servicio que les fue brindado.

4.7.1.7. Opiniones Google / Facebook

Por medio de la revisión de opiniones en plataformas como Google y Facebook, se observa que la mayoría de los comentarios destacan positivamente el servicio del profesorado, especialmente en cuanto a la claridad en la explicación de los temas. Este resultado evidencia el esfuerzo de las instituciones por brindar un servicio educativo satisfactorio que favorezca la comprensión de los contenidos por parte de los estudiantes. Cabe señalar que no se encontraron opiniones disponibles para el Instituto Pedagógico y Tecnológico.

4.7.2. Oferta y Precio

4.7.2.1. Servicios ofrecidos

Cada uno de ellos institutos investigados tiene de servicios los de III Ciclo y Bachillerato por Madurez, la mayoría da curso de Naturalización, mientras que la Academia Breca y el Instituto Pedagógico y Tecnológico no brindan el servicio de EDAD, este último instituto y Convexa son los que tampoco ofrecen Naturalización. Al haber menos institutos dando servicios de Naturalización y EDAD, la Academia Generaciones de Éxito podría aprovechar esta oportunidad para buscar más posibles clientes que encajen con el perfil de cada servicio.

4.7.2.2. Precios

Para el análisis de los precios, se tomó en cuenta la información recopilada para averiguar los precios de contado o por 4 meses de un bloque completo de 6 materias (a excepción del inglés de Convexa). De mayor a menor, se obtuvo que Educación con Propósito sería el del precio más alto con 336 000 colones, seguido del Instituto de Pedagógico y Tecnológico con 360 000 colones, el tercero sería el Instituto Educativo Juventus con 336 000 colones, luego Convexa obtiene 315 300 colones, la Academia Generaciones de Éxito con 305 000 colones y en último lugar es la Academia Breca con 290 000 colones. Estas sumatorias se hicieron en Excel y no incluyen promociones o paquetes especiales.

La Academia Generaciones de Éxito tiene un precio bastante accesible, aun más si contamos con que a veces se le den becas a los estudiantes para no pagar la matrícula.

4.7.2.3. Promociones / Paquetes

De acuerdo con la información recabada, algunos de los institutos brindan matrícula gratis o descuentos semanas antes del periodo de clases y también si se paga de contado el costo total se reduce para el cliente, sin embargo, cabe recalcar que cada organización varía en esta categoría.

Por decir algunos ejemplos; la Academia Generaciones de Éxito dependiendo de las posibilidades económicas del estudiante reduce o elimina el costo de la matrícula. Convexa brinda cursos complementarios de Excel y Servicio al Cliente. Educación con Propósito tiene una garantía

en la que si el estudiante no aprueba los exámenes oficiales del MEP se le devuelve un 50% de lo pagado. En el Instituto Educativo Juventus si el cliente compra el bloque completo hace que en vez de cada materia costar 12 000 colones, cuesten 10 000 colones. Por el lado del Instituto Pedagógico y Tecnológico tiene matrícula gratis y en abril un descuento del 20% para Bachillerato por Madurez. Por último, la Academia Breca al pagar por el bloque completo hace que no se deba pagar la matrícula y dan una materia gratis.

La promoción de la Academia Generaciones de Éxito se alinea bien con su propuesta de valor y en las opiniones que tienen los clientes del compromiso que tienen con el éxito de sus estudiantes, y puede tomar estos ejemplos para implementarlos en un futuro.

4.7.2.4. Requisitos de ingreso

Todas las academias piden el título de noveno año de colegio para poder matricularse en clases de Bachillerato por Madurez, y aunque algunos no lo mencionaron, también se necesita que para el momento de realizar los exámenes oficiales del MEP el estudiante debe haber cumplido los 18 años como mínimo.

Convexa pide una captura de pantalla del pago como comprobante, aspecto que también lo pide Educación con propósito más la cédula de identidad del estudiante por ambos lados en un documento y una foto tamaño pasaporte. La Academia Generaciones de Éxito también solicita el comprobante de pago, que es importante para la contabilidad de la empresa, y aparte se debe rellenar el contrato digital en el que se deben subir imágenes de la cédula del estudiante por el frente y por detrás.

4.7.3. Metodología y Valor Agregado

4.7.3.1. Modalidad

La modalidad de los institutos en su mayoría tiene tanto clases presenciales como virtuales, aún tienen sus excepciones como la Academia Breca en la que sus clases son únicamente presenciales, Educación con Propósito tiene clases exclusivamente virtuales, y solamente la Academia Generaciones de Éxito y el Instituto Pedagógico y Tecnológico aparte de las modalidades presenciales y virtuales, tienen modalidad híbrida.

Esto demuestra que la Academia Generaciones de Éxito se adapta y complementa con lo que el estudiante necesite en sus modalidades, sea que en matemáticas necesite clases presenciales para prestar mayor atención y para las clases de español prefiera tomar las clases desde su casa.

4.7.3.2. Horarios de clases

En base a los horarios de las clases para bachillerato por madurez de los institutos, se muestra que Academia Generaciones de Éxito, Instituto Pedagógico y Tecnológico junto con la Academia Breca son los que mayor variedad de horarios tienen, mientras que el Instituto Educativo Juventus, Educación con Propósito y Convexa poseen horarios bastante limitados.

Educación con Propósito da sus clases de bachillerato por madurez en horarios nocturnos, horario que también tiene el Instituto Educativo Juventus más uno que otro horario por horarios durante la tarde que se aproximan a un horario nocturno.

Sin embargo, el horario de clases al cual se le nota con mayores limitaciones y poca flexibilidad es el de Convexa, al ser este con la mitad de sus clases de unas materias por la noche y otras materias por la mañana, tomando en cuenta que el mercado meta de los estudiantes de Bachillerato por madurez son mayores de edad, probablemente algunos ya estén trabajando y no puedan llevar bloque completo debido a esta razón, porque o llevan unas materias o llevan las otras, debido a que la mitad de estas chocarán posiblemente con el horario laboral de los clientes, sea este un horario diurno o nocturno.

Los horarios de clases de la Academia Generaciones de Éxito, la Academia Breca y del Instituto Pedagógico y Tecnológico son los más flexibles y variados de todos, ya que tienen horarios para cada materia tanto por el día como por la noche o tarde-noche en diferentes días de la semana.

La mayoría de los institutos dan al menos un horario distinto más para las clases de matemáticas, esto puede ser debido a que la mayoría de las personas necesitan llevar esta materia para obtener sus grados de bachillerato de colegio, por lo que hay más demanda en esta materia que en la otras.

4.7.3.3. Material didáctico

Todas las academias brindan material didáctico, no obstante, la mayoría no incluye el pago de estos materiales que normalmente son folletos de prácticas o exámenes. Educación con propósito sería el único que da los materiales de manera digital sin costo adicional, aunque de igual manera brinda folletos de pago adicional.

La Academia Generaciones de Éxito hace resúmenes y prácticas impresas o digitales sin costo adicional, aunque por los folletos de exámenes deben pagar ₡2 500 por cada folleto de las diferentes materias y por el de matemáticas son ₡5 000 al ser el folleto con mayor cantidad de páginas, cabe destacar que sus precios son más accesible comparado con el resto de los institutos, esto sin perder la calidad y apoyo educativo que la academia brinda a sus estudiantes.

4.7.3.4. Propuesta de valor

Según las empresas sus propuestas de valor se basan, mayormente, en que están enfocados y garantizan que sus estudiantes aprueban definitivamente los exámenes oficiales. También Convexa y el Instituto Educativo Juventus recalcan la calidad y excelencia de sus profesores, que recordando las opiniones de Google y Facebook se puede confirmar esas afirmaciones.

4.7.3.5. Uso de plataformas tecnológicas

La plataforma tecnológica que más usan las academias es Zoom, la aplicación para realizar las clases virtuales, con excepción de la Academia Breca, que no tiene clases virtuales y no usan plataformas tecnológicas.

Se muestra que Google brinda herramientas variadas y económicas para los institutos, por ejemplo, la Academia Generaciones de Éxito utiliza aparte de Zoom, la plataforma de Google Meets para clases virtuales, Educación con propósito guarda sus documentos en Google Workspace, y el Instituto Pedagógico y Tecnológico usa Google Classroom para guardar y organizar tareas y exámenes, sólo Convexa tiene su propia página web y plataforma de pagos.

4.7.4. Servicio al Cliente

4.7.4.1. Tiempo de respuesta al primer mensaje

La mayoría de los institutos tardan en responder de 1 hora a más, o no responden los mensajes de WhatsApp, por lo que se deberá llamar para obtener información. Convexa y el Instituto Pedagógico y Tecnológico son los únicos que responden a mayor brevedad, teniendo un tiempo de respuesta entre los 5 a 40 minutos.

Se debe tomar de ejemplo estos últimos dos institutos anteriormente mencionados para optimizar el tiempo de respuesta hacia los clientes, y si no es posible contratar un trabajador para el servicio al cliente, se recomendaría modificar el *WhatsApp Business* para generar respuestas automáticas, sin embargo, que si necesitan ayuda de un ser humano que un mensaje muestre que en un tiempo una persona llegará a responderle la duda o pregunta.

4.7.4.2. Calidad del seguimiento

En todas las academias respondieron de manera clara y directa la información solicitada, en su mayoría daban respuestas rápidas y detalladas, en algunas se debía volver a escribir para obtener una información en la que se quedaron pendientes a brindar, como en el caso de la Academia Breca o del Instituto Educativo Juventus para los horarios de las clases.

4.7.4.3. Facilidad de pago

Con respecto a las facilidades de pago se descubrió que todos los institutos utilizan Sinpe Móvil para cobrar, aunque también en su mayoría aceptan efectivo y tarjeta. Este último método de pago no lo tiene actualmente la Academia Generaciones de Éxito al no tener un datáfono. Próximamente cuando se muestre la información de los *focus group*, hubo una mención a que sería útil el que la academia tenga un datáfono para realizar pagos a la academia. Los métodos como transferencia, depósitos o plataformas de pago son la minoría quienes lo usan para cobrar.

4.8. Oportunidades de Fortalecimiento identificadas mediante el Benchmarking

4.8.1. Ampliar la estrategia de promociones

El análisis comparativo evidenció que varios competidores implementan promociones más variadas y visibles, como descuentos por bloque completo, matrícula gratuita, beneficios por pago anticipado y ofertas estacionales. En este sentido, la Academia Generaciones de Éxito podría fortalecer sus estrategias promocionales mediante campañas más frecuentes y diferenciadas, con el fin de aumentar el atractivo de su oferta académica y mejorar su competitividad. Asimismo, una comunicación más activa de estas promociones en redes sociales y medios digitales podría contribuir a captar nuevos estudiantes y fomentar la fidelización de los actuales.

4.8.2. Incorporar más facilidades de pago

Se identificó que algunos competidores brindan una mayor diversidad de opciones de pago, incluyendo pagos con tarjeta, plataformas digitales y sistemas de pago en línea. Por ello, la academia tiene la oportunidad de ampliar sus métodos de cobro mediante la incorporación de datáfonos, pagos electrónicos y otras herramientas digitales que faciliten el proceso de matrícula. Esto permitiría mejorar la experiencia del cliente, reducir barreras de compra y adaptarse a las preferencias actuales de los consumidores.

4.8.3. Fortalecer la oferta de materiales digitales

El benchmarking mostró que varias instituciones complementan su propuesta educativa mediante campus virtuales, materiales digitales interactivos, grabaciones de clases y recursos accesibles en línea. Aunque la academia cuenta con materiales de apoyo, existe una oportunidad para desarrollar una oferta digital más robusta que facilite el aprendizaje autónomo y refuerce la experiencia académica de los estudiantes. Esto también permitiría responder mejor a las necesidades de quienes estudian bajo modalidades virtuales e híbridas.

4.8.4. Innovar en elementos de valor agregado

Los competidores analizados implementan diferentes estrategias de diferenciación orientadas a generar mayor valor percibido para los estudiantes, como garantías de aprobación, grabación de lecciones, beneficios adicionales y acompañamiento especializado. En este contexto, la Academia Generaciones de Éxito podría reforzar su propuesta de valor mediante servicios complementarios que destaquen aún más su atención personalizada, la flexibilidad de horarios y el seguimiento académico. Estas acciones contribuirían a fortalecer su posicionamiento y diferenciarla dentro del mercado de educación abierta.

Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

Se aplicó un sondeo a los estudiantes actuales en el que se descubrió sus niveles de satisfacción de acuerdo con las variables de calidad académica, plan de estudios, expectativas, calidad de los materiales, modalidad adaptada, horario, puntualidad, atención al matricular, comunicación, servicio al cliente, precio-valor, accesibilidad del precio, confianza, recomendación, parqueo, limpieza y estado, espacio físico, ventilación, iluminación, suelo, paredes, entorno físico, pupitres, visibilidad a las pizarras, proyector, computadora docente, conexión a internet, cantidad de tomacorrientes, funcionalidad de los tomacorrientes, control de ruido, distractores, ambiente, dominio de temas, explicaciones, dinamicidad, ejemplos prácticos, participación y respeto, resolver dudas, metodología, evaluaciones, prácticas y calidad de las lecciones respecto a la Academia Generaciones de Éxito. A partir de estos resultados se identifican oportunidades de mejora en distintos componentes del servicio educativo que repercuten en la experiencia del cliente, lo cual permite orientar futuras acciones hacia el fortalecimiento de aquellos aspectos que presentan menor valoración, con el fin de aumentar el nivel de satisfacción general.

De mano con el sondeo realizado anteriormente, se implementó un *focus group* en el que se identificaron los puntos de mejora, debilidades y fortalezas expresados por los estudiantes que participaron en la aplicación de la herramienta, mostrando sus experiencias, percepciones y valoraciones. Gracias a las percepciones se logra comprender que los factores que influyen en la satisfacción y expectativas de los clientes están relacionados principalmente con la calidad del servicio académico, la atención recibida y las condiciones del entorno educativo, los cuales inciden directamente en la valoración general del servicio por parte de los estudiantes.

Gracias al estudio del benchmarking se pudieron analizar los aspectos importantes de los diferentes institutos de la GAM como competencia directa. Por medio de mensajes de texto y llamadas incógnitas se identificaron variables que los institutos han seguido para competir en el mercado del sector de educación abierta. Por medio de este análisis se generan insumos que

permiten comprender el entorno competitivo en el que opera la Academia Generaciones de Éxito, facilitando la interpretación de los resultados de satisfacción del cliente y la identificación de oportunidades de mejora en su propuesta de valor frente a la competencia.

5.2. Recomendaciones

Se sugiere hacer el sondeo de satisfacción del cliente cada finalización de un periodo lectivo de los distintos grupos de educación abierta de la academia, con el fin de comparar los resultados futuros con los obtenidos en la presente investigación.

Se considera necesario realizar un *focus group* anualmente de manera presencial con estudiantes voluntarios, para examinar si las opiniones de los estudiantes respecto a las variables estudiadas de la presente investigación para averiguar si la academia aumenta o disminuye el nivel de satisfacción de los clientes para entonces.

Se recomienda a la gerencia realizar un benchmarking cada semestre por medio de llamadas y mensajes de manera incógnita, idealmente entre el mismo periodo de tiempo en el que fueron investigados durante este proyecto, teniendo como finalidad el estar actualizado con los cambios en las estrategias que se implementan en las academias. Entre lo ideal, que no solamente se realice enfocado hacia el servicio de bachillerato por madurez, si no también hacia los otros servicios de educación abierta (EDAD, III Ciclo y Naturalización).

Se sugiere continuar fortaleciendo las ventajas competitivas actuales de la academia, tales como la calidad académica, la atención personalizada y la flexibilidad de horarios, ya que estos elementos fueron altamente valorados por los estudiantes y constituyen factores clave para su satisfacción y permanencia.

Se considera pertinente realizar mejoras en la infraestructura física, específicamente en la ventilación de las aulas y la renovación de pupitres, con el fin de aumentar la comodidad de los estudiantes y favorecer un entorno de aprendizaje más adecuado.

Por otra parte, se recomienda fortalecer la planificación de horarios y la comunicación de cambios para reducir retrasos en las lecciones, asegurando una mejor organización del servicio y una experiencia más eficiente para los estudiantes.

En relación con el ambiente en el aula, se propone aplicar normas más estrictas para el control del ruido y la conducta, con el propósito de minimizar distractores y mejorar la concentración durante el desarrollo de las clases.

Se recomienda desarrollar la presencia online de la academia mediante la creación de una página web que incluya un campus virtual, así como el fortalecimiento del contenido digital, con el fin de mejorar la captación de clientes y facilitar el acceso a la información institucional.

De igual forma se sugiere comunicar de manera más efectiva el valor de la academia en redes sociales y en el proceso de atención al cliente, destacando aspectos como precios, atención personalizada, resultados obtenidos y flexibilidad de horarios, para diferenciarse frente a la competencia.

Se considera pertinente ampliar las facilidades de pago, incorporando opciones como pago con tarjeta, depósitos y plataformas digitales, con el objetivo de mejorar la accesibilidad del servicio y adaptarse a las necesidades de los estudiantes.

En relación con la puntualidad, aunque los resultados evidenciaron una percepción mayoritariamente positiva, se identificaron atrasos ocasionales en el inicio de las lecciones, lo cual representa una oportunidad de mejora. Por lo anterior, se recomienda implementar un sistema de control y evaluación de la puntualidad docente, que incluya el registro de horarios, su incorporación como indicador en la evaluación del desempeño y la recolección periódica de retroalimentación estudiantil. Por esto, se sugiere fortalecer los protocolos de comunicación institucional para informar oportunamente a los estudiantes sobre posibles atrasos o cambios en las lecciones.

Por otra parte, en cuanto al servicio al cliente, se recomienda incorporar herramientas de inteligencia artificial que permitan optimizar la atención brindada por la academia. En este sentido, se propone la implementación de un chat-bot integrado en WhatsApp Business, el cual permita responder preguntas frecuentes relacionadas con los horarios, precios, procesos de matrícula y el valor agregado de la academia para así brindar atención continua a las personas, así como a automatizar la gestión de consultas recurrentes.

Conviene implementar el uso de inteligencia artificial permitiría analizar las interacciones con los estudiantes para identificar preguntas frecuentes y mejorar la comunicación institucional.

También se sugiere utilizar estas herramientas para el envío automatizado de recordatorios sobre fechas importantes, como matrículas, pagos y evaluaciones, con el fin de mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

Cronograma

Tabla 54

Cronograma del TFG - I SEM 2026 - Academia Generaciones de Éxito

Cronograma del TFG - I SEM 2026 - Academia Generaciones de Éxito																			
Tarea	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S Santa	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18-19
	16 - 22 feb	23 feb - 1 mar	2 - 8 mar	9 - 15 mar	16 - 22 mar	23 - 29 mar	30 mar - 5 abr	6 - 12 abr	13 - 19 abr	20 - 26 abr	27 abr - 3 may	4 - 10 may	11 - 17 may	18 - 24 may	25 - 31 may	1 - 7 jun	8 - 14 jun	15 - 21 jun	22 - 30 jun
Reunión Tripartita																			
Capítulo I. Planteamiento del Problema																			
Capítulo II. Revisión Literaria																			
Capítulo III. Metodología de la Investigación																			
Formulario Minuta																			
Formulario de Aceptación de la Persona Estudiante																			
Carta de No Confidencialidad																			
Ficha del Estudiante																			
2da Reunión de Seguimiento con la Coordinación de TFG																			
Entrega del I AVANCE a Tutor																			
Entrega del I AVANCE y aval del Tutor																			
Capítulo III. Concluir la Metodología																			
Capítulo IV. Diagnóstico de la Situación Actual y Análisis de Resultados																			
Entrega del II AVANCE a Tutor																			
Entrega del II AVANCE y aval del Tutor																			
Capítulo V. Propuesta																			
3era Reunión de Seguimiento con la Coordinación de TFG																			
Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones																			
Entrega del Formulario General de las Estadísticas del Proceso																			
Entrega del III AVANCE a Tutor																			
Entrega del III AVANCE y aval del Tutor																			
TFG Completo																			
Formulario de aval del Tutor para el TFG																			
Bitácora de Reuniones y Comunicaciones TFG																			
Contactar al Tribunal Evaluador																			
Fin de la Estadía en la Organización																			
Atender Observaciones del Tribunal Evaluador																			
Entrega del TFG Final																			
Entrega del Libro Memoria																			
Entrega de los ODS																			
Defensas Orales																			

Referencias

- BAC Credomatic. (s.f.). *SINPE Móvil*. <https://www.baccredomatic.com/es-cr/personas/landing/sinpe-movil>
- Bachillerato por madurez - grupo informativo. (18 de abril 2024). Publicación de Participante anónimo. Facebook. <https://www.facebook.com/share/p/1FK6NCcK1t/>
- Baldares, T. M. (2012). Plan regional urbano de la Gran Area Metropolitana de Costa Rica: avances y desafíos. Cuadernos de vivienda y urbanismo, 5(9). <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cvyu/article/download/5390/4426>
- Banco Central de Costa Rica [BCCR]. (s.f.). *Sinpe Móvil*. <https://www.bccr.fi.cr/en/payments-system/services-for-individuals/sinpe-m%C3%B3vil>
- Bermbach, D., Wittern, E., & Tai, S. (2017). Cloud Service Benchmarking. Gewebestrasse, Switzerland: Springer International Publishing. doi:10.1007/978-3-319-55483-9_1
- Botey, P. (2022, febrero 23). Las 4 P del marketing: qué son, cuáles, para qué sirven y ejemplos. Retrieved from INBOUNDCYCLE: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>
- Brand Inteligente. (2020, mayo 28). Promesa de marca: Retrieved from Branding: <https://brand-inteligente.com/branding/branding-promesa-de-marca/>
- CAIXABANKLAB. (2020, enero 13). Las características y competencia de un restaurante. Retrieved from <https://www.caixabanklab.com/elbullifoundation/es/las-caracteristicas-y-competencia-de-un-restaurante/#>
- Castillo Morocho, S., Meléndez Espinoza, M., Figueroa Pico, S., & Cerezo Leal, B. (2024). Evaluación de la calidad de atención y satisfacción de los usuarios afiliados de una clínica de heridas de la ciudad de Guayaquil 2023. Pro Sciences: Revista De Producción, Ciencias E Investigación, 8(52), 85–94. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol8iss52.2024pp85-94>

- Chiavenato, I. (2019). *Administración de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones* (10 ed.). Mexico: McGraw-Hill Interamericana Education.
- Coca Carasila, M. (2007). Importancia Y Concepto Del Posicionamiento Una Breve Revisión Teórica. *Perspectivas*, (20), 105-114.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942331007>
- Cordero Parra, M. (2026, 25 de febrero). 72% de los estudiantes excluidos en 2025 eran de programas de educación para jóvenes y adultos. *Semanario Universidad*.
<https://semanariouniversidad.com/pais/72-de-los-estudiantes-excluidos-en-2025-eran-de-programas-de-educacion-para-jovenes-y-adultos/>
- Cueva Luza, T., Jara Cordova, O., Arias Gonzales, J., Flores Limo, F. A., & Balmaceda Flores, C. A. (2023). *Métodos mixtos de investigación para principiantes*. Perú: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú.
- Delgado, R. A. E. (2010). Las ONG como organizaciones sociales y agentes de transformación de la realidad: desarrollo histórico, evolución y clasificación. *Diálogos de saberes: investigaciones y ciencias sociales*, (32), 121-131.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3295702>
- FasterCapital. (2022, diciembre 12). La importancia del análisis de datos en la investigación de mercados. Retrieved from <https://fastercapital.com/es/contenido/La-importancia-del-analisis-de-datos-en-la-investigacion-de-mercados.html>
- Ferrel, O. C., & Hartline, M. D. (2018). *Estrategia de marketing* (6 ed.). Mexico: Cengage Learning Editores.
- Galea, I. (2022, febrero 17). Focus group: que es, características, tipos, ejemplos y pasos para hacer grupos focales online y presenciales. Retrieved from <https://www.cinconoticias.com/focus-group/>
- Gallardo, R. (2022, marzo 25). Que es la propuesta de valor. Retrieved from <https://aprendamosmarketing.com/la-propuesta-de-valor/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1996). *Metodología de la investigación* (1ª ed.). Editorial McGraw-Hill Interamericana.

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2024). Clasificador de actividades económicas de Costa Rica 2023 (CAECR 2023). https://admin.sen.inec.cr/sites/default/files/2024-05/RECT-NORM-CPUE-2023A_ClasificacionCAECR.pdf
- Investigación cuantitativa - Qualtrics. (2023, 26 octubre). Qualtrics. <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/investigacion-cuantitativa/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20es%20un%20m%C3%A9todo%20de%20investigaci%C3%B3n%20que%20utiliza,predecir%20fen%C3%B3menos%20mediante%20datos%20num%C3%A9ricos>
- IONOS Cloud S.L.U. (2023, setiembre 12). Satisfacción del cliente: indicador estratégico. Retrieved from <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/que-es-la-satisfaccion-del-cliente/>
- J, C. A., Labrador, R., Jr, & J, D. C. (2003, 15 mayo). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). Atención Primaria. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Kotler, P., Armstrong, G. (2017). Marketing. Pearson Educación. <https://www-ebooks7-24-com.ezproxy.itcr.ac.cr/?il=4426>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). Marketing. Mexico: Pearson Educación.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2021). Fundamentos de Marketing. Pearson Educación. <https://ebooks724.tec.elogim.com:443/?il=16954>
- Lamb, C. W., Hair, J. F., McDaniel, C. (2019). MKTG: marketing. Cengage Learning. <https://www-ebooks7-24-com.ezproxy.itcr.ac.cr/?il=9266>
- Merino Sáenz, María de Jesús; Pintado Blanco, Teresa; Sánchez Herrera, Joaquín; Grande Esteban, Ildefonso, Estévez Muñoz, Macarena (2011). Introducción a la investigación de mercados. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Marketing Directo. (2024). Líderes en noticias de marketing, publicidad y marcas. Retrieved from Servicio al cliente: <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/servicios-al-cliente>

- Malhotra, N. K. (2020). Investigación de mercados. Pearson Educación.
<https://ebooks724.tec.elogim.com/?il=10289>
- Martínez García, A., Ruiz Moya, C., Escrivá Monzó, J. (2021). Marketing en la actividad comercial. McGraw-Hill Interamericana. <https://www-ebooks7-24-com.ezproxy.itcr.ac.cr/?il=16573>
- Mauborgne, R. A., & Kim, W. C. (2005). La estrategia del océano azul. Harvard Deusto business review, (131), 22-31. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/3374/337428495009.pdf>
- McDaniel, C., & Gates, R. (2016). Investigación de mercados (10 ed.). Mexico: Cengage Learning.
- MEIC. (2019). Manual para las personas emprendedoras en Costa Rica. https://www.meic.go.cr/wp-content/uploads/2024/12/Manual_PersonasEmprendedorasCR300519.pdf
- MEIC. (2021). PYMES Costa Rica. <https://www.pyme.go.cr/cuadro5.php?id=1#:~:text=Se%20entiende%20por%20peque%C3%B1as%20y,agropecuarias%20que%20desarrollen%20actividades%20de>
- MEP. (s.f.). Acerca del MEP. Ministerio de Educación Pública. <https://www.mep.go.cr/acerca-del-mep>
- MEP. (s.f.). Bachillerato Por Madurez Suficiente. Dirección de Gestión y Evaluación de la Calidad – DGEC. <https://dgec.mep.go.cr/bachillerato-por-madurez-suficiente/>
- MEP. (s.f.). Educación Diversificada a Distancia. Dirección de Gestión y Evaluación de la Calidad – DGEC. <https://dgec.mep.go.cr/educacion-diversificada-a-distancia/>
- MEP. (s.f.). III Ciclo. Dirección de Gestión y Evaluación de la Calidad – DGEC. <https://dgec.mep.go.cr/iii-ciclo/>
- MEP. (s.f.). Naturalización. Dirección de Gestión y Evaluación de la Calidad – DGEC. <https://dgec.mep.go.cr/naturalizacion/>

- OpenAI. (2026). Definición de Educación abierta. ChatGPT (versión del 23 de marzo de 2026) [Modelo de lenguaje de gran tamaño]. <https://chat.openai.com/chat>
- Organización de las Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Tecnológico de Costa Rica. (s.f.). Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje. <https://www.tec.ac.cr/objetivo-4-garantizar-educacion-inclusiva-equitativa-calidad-promover-oportunidades-aprendizaje>
- Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J., & Strickland III, A. (2022). Administración estratégica conceptos y casos (23 ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Tia-May. (2024, 29 noviembre). What influences brand perception and what can you do to help? - Milk & Tweed. Milk & Tweed. https://milkandtweed-com.translate.goog/blog/what-influences-brand-perception-and-what-can-you-do-to-help/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=sge#:~:text=Factores%20que%20influyen%20en%20la,aspire%20a%20prosperar%20y%20crecer.
- Tomas, D. (2023, julio 3). ¿Qué es una propuesta de valor en marketing? Retrieved from <https://www.cyberclick.es/que-es/propuesta-valor-marketing>
- Toudert, D., & Rábago, N. L. B. (2015). La evaluación calidad-precio en la triangulación entre satisfacción, recomendación y lealtad del visitante internacional terrestre a Baja California, México. Cuadernos de Turismo, (36), 367-387. <https://doi.org/10.6018/turismo.36.231051>
- Universidad Estatal a Distancia (UNED). (2021). Criterios para el diseño y oferta de asignaturas y cursos en línea. Multimedia UNED. <https://doi.org/10.22458/YGUP8272>
- Vera Martínez, J., & Díaz Ruiz, R. (2012). ¿Qué es un competidor directo? Estudio para corroborar la percepción de competencia directa con base en tres factores. Contaduría y administración, 57(1), 149-184. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422012000100008&script=sci_arttext
- Westreicher, G., (2015). Pyme - Pequeña y mediana empresa | Economipedia. [online] Economipedia. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/pyme.html>

Zendesk. (2023, diciembre 21). La satisfacción del cliente: la única guía. Retrieved from <https://www.zendesk.com.mx/blog/satisfaccion-cliente/>

Apéndice

1. Encuesta para el sondeo de satisfacción de clientes

Figura 54

Encuesta para los clientes actuales de la Academia Generaciones de Éxito

Encuesta de Satisfacción del Cliente de la Academia Generaciones de Éxito

Estimado(a) estudiante de la Academia Generaciones de Éxito:
Se le agradece su disposición para completar la siguiente encuesta, la cual tiene como objetivo conocer la satisfacción con los servicios educativos recibidos.

La encuesta es completamente anónima; no se solicita información personal ni datos que permitan identificarla.

La información recolectada será utilizada únicamente con fines académicos, como parte del Trabajo Final de Graduación de la carrera de Administración de Empresas, correspondiente al I Semestre 2023, para el Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR).

Un resultado con muy buenos y contribuirá a la mejora continua de los servicios de la academia.

* Obligatoria

A. Perfil del Cliente

Tenga la siguiente edad: *

☐ 17 o menos

☐ 18-24

☐ 25-34

☐ 35-44

☐ 45-54

☐ 55 o más

Me identifico con el siguiente género: *

☐ Femenino

☐ Masculino

☐ No binario

☐ Prefiero no decir

Cuento con el siguiente nivel educativo alcanzado. *

- ☐ Primaria completa
- ☐ Secundaria incompleta
- ☐ Secundaria completa
- ☐ Técnico incompleto
- ☐ Técnico
- ☐ Universidad incompleta
- ☐ Universitario
- ☐ Posgrado

Resido en la siguiente zona. *

- ☐ San José
- ☐ Alajuela
- ☐ Cartago
- ☐ Heredia
- ☐ Guanacaste
- ☐ Puntarenas
- ☐ Limón
- ☐ Otro país

8

Trabajo en la siguiente industria. *

- ☐ Comercio
- ☐ Manufactura
- ☐ Servicios
- ☐ Tecnología
- ☐ Salud
- ☐ Educación
- ☐ Gobierno/ONG
- ☐ Otra

9

Mis ingresos mensuales personales se ubican en el siguiente rango. *

- ☐ Menos de ₡200.000
- ☐ ₡200.000 – ₡400.000
- ☐ ₡400.001 – ₡600.000
- ☐ ₡600.001 – ₡1.000.000
- ☐ Más de ₡1.000.000
- ☐ Prefiero no decir

B. Satisfacción del Cliente

10

B1. Satisfacción con el servicio académico y la modalidad

Califique su acuerdo de cada uno de los aspectos utilizando una escala de 1 a 5, donde **1** es **"Totalmente en Desacuerdo"** y **5** es **"Totalmente de acuerdo"**. Utilice la alternativa **"No Aplica"** cuando la razón dada no aplique a su caso.

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	No Aplica
La calidad académica del programa que curso es alta.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
El contenido del plan de estudios es actualizado y relevante.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
El programa cumple con las expectativas que tenía antes de matricularme.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Los materiales de estudio son de buena calidad educativa.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
La modalidad de clases se adapta a mis necesidades.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Los horarios ofrecidos me resultan convenientes.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Las lecciones inician y finalizan puntualmente.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

B2. Satisfacción con el servicio administrativo, precios e imagen institucional

Califique su acuerdo de cada uno de los aspectos utilizando una escala de 1 a 5, donde **1** es **"Totalmente en Desacuerdo"** y **5** es **"Totalmente de acuerdo"**. Utilice la alternativa **"No Aplica"** cuando la razón dada no aplique a su caso.

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	No Aplica
La atención recibida durante el proceso de matrícula es eficiente.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
La comunicación de la academia es clara y oportuna.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
El personal de servicio al cliente resuelve mis consultas con amabilidad y eficacia.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
El precio que pago corresponde al valor que recibo del servicio educativo.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
El precio que pago me parece accesible.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Confío en la seriedad y respaldo institucional de la academia.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Recomendaría esta academia a familiares o amistades.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

B3. Sobre las instalaciones físicas de la academia

Califique su acuerdo de cada uno de los aspectos utilizando una escala de 1 a 5, donde 1 es "Muy insatisfecho" y 5 es "Muy satisfecho". Utilice la alternativa "No Aplica" cuando la razón dada no aplique a su caso. *

	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	No Aplica
Disponibilidad y ubicación del parqueo	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Limpieza y el estado general de las instalaciones	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Espacio de las aulas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ventilación de las aulas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Iluminación de las aulas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Estado del suelo de las aulas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Estado de las paredes de las aulas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Entorno físico de las aulas	☐	☐	☐	☐	☐	☐

B4. Sobre el mobiliario y el equipamiento de la academia

Califique su acuerdo de cada uno de los aspectos utilizando una escala de 1 a 5, donde **1** es "**Muy insatisfecho**" y **5** es "**Muy satisfecho**". Utilice la alternativa "**No Aplica**" cuando la razón dada no aplique a su caso.⁴

	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	No Aplica
Pupitres de las clases	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Visibilidad de las pizarras acrílicas utilizadas en las clases	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Funcionamiento del proyector de las aulas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Computadora utilizada por el profesor para impartir las lecciones	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Conexión a internet del celular de la academia para las clases virtuales	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Estado del suelo de las aulas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Cantidad tomacorrientes disponibles en las aulas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Funcionalidad de los tomacorrientes disponibles en las aulas	☐	☐	☐	☐	☐	☐

B5. Sobre el ambiente de aprendizaje

Califique su acuerdo de cada uno de los aspectos utilizando una escala de 1 a 5, donde **1** es "**Muy insatisfecho**" y **5** es "**Muy satisfecho**". Utilice la alternativa "**No Aplica**" cuando la razón dada no aplique a su caso. *

	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	No Aplica
Control del ruido externo (sonidos de la calle u otros)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ausencia de distractores dentro del aula durante las lecciones	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ambiente general del aula para el proceso de enseñanza-aprendizaje	☐	☐	☐	☐	☐	☐

B6. Satisfacción con las lecciones y el profesorado

Califique su acuerdo de cada uno de los aspectos utilizando una escala de 1 a 5, donde 1 es "Totalmente en Desacuerdo" y 5 es "Totalmente de acuerdo". Utilice la alternativa "No Aplica" cuando la razón dada no aplique a su caso.

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	No Aplica
El profesor(a) demuestra dominio de los temas que imparte.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
El profesor(a) explica los contenidos de forma clara y comprensible.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Las lecciones son dinámicas y facilitan el aprendizaje.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
El profesor(a) utiliza ejemplos prácticos que apoyan la comprensión de la materia.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
El profesor(a) fomenta la participación y el respeto en clase.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
El profesor(a) muestra disposición para resolver dudas dentro y fuera del aula.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
La metodología utilizada en las lecciones se adapta a mis necesidades de aprendizaje.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Considero que las evaluaciones aplicadas reflejan adecuadamente lo aprendido en clase.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
La academia realiza prácticas realistas a lo que sale en los exámenes.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	No Aplica
Estoy satisfecho(a) con la calidad general de las lecciones recibidas.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

C. Agradecimientos



¡Muchas gracias por su tiempo al completar esta encuesta! 🌟

Este contenido no está creado ni respaldado por Microsoft. Los datos que envíe se enviarán al propietario del formulario.

 Microsoft Forms

Nota: Encuesta aplicada en la plataforma de [Microsoft Forms](#).

2. Guía para el desarrollo del Grupo Focal

Figura 55

Guía del Grupo Focal en base a los clientes actuales de la Academia Generaciones de Éxito

Guía para el Desarrollo del Focus Group TFG – Acadomía Generaciones de Éxito

Esta guía operativa está diseñada específicamente para el Trabajo Final de Graduación (I Semestre 2020) entocade en los Programas de Educación Abierta de la Academia Generaciones de Éxito. Incluye orientaciones prácticas para moderación, consentimiento, guión temático y pautas de análisis tomando como base el anteproyecto y adaptando la estructura de una guía de referencia similar a un estudio previo.

A. Identificación y logística del grupo focal

Nombre del(os) moderador(es): _____

Fecha de realización de grupo focal: ____/____/2020 Hora: _____

Lugar/Medialidad: Aula / Sala virtual (Zoom/Meet) _____

Nombre de la institución: Academia Generaciones de Éxito

Servicios en los que participarán los asistentes: Tercer Ciclo / EDAD / Bachillerato por Madurez / Naturalización

Número de personas participante: 4 – 8 (sugerido) Hombres ____ Mujeres ____ Total ____

temas de dialogo del grupo focal (orden sugerido)

- 1) Motivaciones para matricularse y expectativas iniciales
- 2) Calidad académica y cumplimiento de expectativas
- 3) Decencia y metodología (claridad, acompañamiento, retroalimentación)
- 4) Materiales y plataformas (accesibilidad, pertinencia, recursos digitales)
- 5) Modalidad de estudio (presencial/virtual/Mixta) y adecuación personal
- 6) Horarios y puntualidad
- 7) Servicio al cliente y comunicación institucional
- 8) Certianza y respaldo institucional
- 9) Accesibilidad, infraestructura y ambiente (aulas/entorno virtual)

- 10) Relación precio–valor y promociones
- 11) Posicionamiento y recomendación (NPS cualitativo)
- 12) Barreras para continuar y necesidades de mejora (riesgo de deserción)

B. Apertura del moderador y consentimiento

1. **Presentación breve del moderador, del objetivo del estudio y dinámica del encuentro** (60–90 seg).
2. **Solicitar autorización para grabar audio y/o video con fines exclusivos de análisis académico; aclarar confidencialidad y anonimato.**
3. **Explicar reglas básicas:** respeto, turnos de palabra, no interrumpir opiniones válidas, no hay respuestas correctas o incorrectas.
4. **Indicar duración estimada: 50–75 minutos, con pausa breve si es necesario.**
5. **Recolectar consentimiento informado (formato físico o digital) antes de iniciar.**

C. Guion de preguntas para participantes

Nota: Utilizar preguntas abiertas, de sondas y de profundización. El moderador puede reordenar según fluidez, manteniendo cobertura temática completa.

Introducción de calentamiento

- ¿Qué los motivó a matricularse en la Academia Generaciones de Éxito y en el servicio que actualmente cursan (Tercer Ciclo, EDAD, Bachillerato por Madurez o Naturalización)?
- Pensando en el momento de matrícula ¿qué expectativas tenían sobre el curso y la experiencia académica?

Calidad académica y cumplimiento de expectativas

- ¿Cómo describen la calidad de las clases y la claridad para explicar los temas evaluados oficialmente?
- ¿En qué medida sienten que el programa está cumpliendo lo que esperaban al inicio? ¿Qué evidencias lo muestran?

Docencia y metodología

- ¿Qué tan útil ha sido la metodología y el acompañamiento docente (explicaciones, ejemplos, práctica, simulacros)?

- ¿Qué prácticas docentes les han funcionado mejor para aprender y enseñar?

Materiales y plataformas

- ¿Cómo valoran la calidad y pertinencia de los materiales (guías, presentaciones, simulacros, bancos de preguntas)?
- Si han usado plataformas o recursos digitales, ¿qué tan fáciles de usar y confiables les resultan?

Modalidad de estudio

- ¿Qué tan bien se adapta la modalidad (presencial, virtual sincrónica/asincrónica, híbrida) a sus necesidades?
- ¿Qué mejoras proponen para la experiencia en la modalidad que cursan?

Horarios y puntualidad

- ¿Qué tan convenientes son los horarios ofrecidos para su rutina?
- ¿Cómo ha sido su experiencia con el inicio y cierre puntual de las lecciones?

Servicio al cliente y comunicación

- ¿Cómo describen la atención recibida al solicitar información, matricularse o resolver dudas?
- ¿Qué tan clara y oportuna ha sido la comunicación institucional (WhatsApp, correo, llamada, plataforma)?

Confianza y respaldo Institucional

- ¿Qué elementos de la academia les transmiten seriedad y confianza (trayectoria, docentes, preparación para pruebas, ética)?
- ¿Qué acciones aumentarían su confianza en la institución?

Accesibilidad, infraestructura y ambiente

- Para clases presenciales: ¿Cómo valoran el acceso a la sede, la seguridad de la zona y el estado de las aulas? Para clases virtuales: ¿Cómo valoran la estabilidad de conexión, audio/vídeo y apoyo técnico?
- ¿Qué ajustes facilitarían su asistencia y participación?

Relación precio–valor

- ¿Cómo perciben la relación entre el costo del servicio y el valor recibido (calidad, resultados, acompañamiento)?
- ¿Qué promociones o facilidades de pago serían más útiles para ustedes?

Posicionamiento y recomendación

- Si un amigo les pide consejo, ¿qué le diría sobre la Academia Generaciones de Éxito?
- ¿Qué aspectos creen que diferencian a esta academia frente a otras alternativas?

Barreras para continuar y mejoras

- ¿Qué factores podrían dificultar que continúen o finalicen el curso (tiempo, economía, transporte, tecnología)?
- Si pudieran cambiar una sola cosa para mejorar su experiencia, ¿cual sería y por qué?

Cierre

- En una palabra, o frase corta, ¿cómo describen su experiencia general en la academia hasta hoy?
- ¿Desearían agregar alguna recomendación final para la dirección académica?

Agradecimientos

- ¡Muchas gracias por su tiempo y opiniones!

D. Roles del equipo y materiales necesarios

- **Moderador(a):** guía la discusión, asegura cobertura de temas, gestiona tiempos.
- **Asistente/Observador(a):** registra notas, tiempos, dinámica del grupo y citas textuales.
- **Soporte técnico (si virtual):** verificación de audio, video grabación y respaldos.
- **Materiales:** Formularios de consentimiento, lista de asistencia, guion impreso, hojas y lapiceros, reloj/temporizador, grabadora o plataforma de reunión, extensiones, agua y rótulos de nombre (si presencial).

E. Reglas de convivencia y consideraciones éticas

- Confidencialidad y anonimato: no se publicarán nombres ni datos identificables.
- Participación voluntaria y derecho a retirarse en cualquier momento sin consecuencias.
- Uso exclusivo académico de las grabaciones y notas.
- Ambiente de respeto; se fomenta la diversidad de opiniones.

F. Estructura y tiempos sugeridos (60–75 min)

- 1) Bienvenida y consentimiento (5 min)
- 2) Calentamiento y expectativas (8–10 min)
- 3) Bloque académico (calidad, docencia, materiales) (15–18 min)
- 4) Experiencia de servicio (modalidad, horarios, servicio al cliente, comunicación) (12–15 min)
- 5) Confianza, accesibilidad a infraestructura (8–10 min)
- 6) Precio–valor y recomendación (8–10 min)
- 7) Barreras y mejoras + cierre (8–10 min)

G. Plantillas operativas

1) Lista de asistencia:

Código participante	Servicio cursado	Contacto (opcional)	Firma de asistencia
P01			
P02			
P03			
P04			
P05			
P06			
P07			
P08			

2) Matriz de observación del asistente:

Tema	Citas textuales	Fumos de acuerdo	Puntos de desacuerdo	Ideas de mejora
Calidad académica				
Docencia				
Metodologías				
Modalidad				
Horarios				
Servicio al cliente				
Comunicación				
Confianza				
Accesibilidad/Infraestructura				
Precio-valor				
Recomendación				
Barreras				

3) Perfil de participantes (para análisis)

Código	Edad	Ocupación	Servicio	Modalidad	Provincia
P01					
P02					
P03					
P04					
P05					
P06					
P07					
P08					

H. Sugerencia de análisis cualitativo

1) Transcripción y anclaje de audios.

2) Codificación temática por categorías del guion (axial y abierta).

3) Matrices de coincidencias (acuerdos/desacuerdos) y extracción de citas representativas.

4) Triangulación con resultados de la encuesta cuantitativa (Likert/NFS) y con el benchmarking.

5) Elaboración de hallazgos: oportunidades de mejora y riesgos de deserción.

3. Transcripciones de los Grupos Focales

En esta parte están las transcripciones de los *focus group* realizados a los estudiantes actuales de la Academia Generaciones de Éxito del primer semestre 2026 de los grupos de EDAD, III Ciclo y Bachillerato por madurez.

3.1. Focus Group de EDAD

Nombre de la moderadora: Nicole Sandoval Rodríguez

Fecha	Hora	Modalidad
27/3/2026	10:30am	Presencial

Servicios en los que participan los participantes: EDAD

Número de personas participantes:

Hombres	Mujeres	Total
4	3	7

Tabla 55

Lista de asistencia del Focus Group de EDAD

Código participante	Servicio cursado	Contacto (opcional)	Firma de asistencia
P01 – Mujer	EDAD	-	
P02 – Hombre	EDAD	-	
P03 – Mujer	EDAD	-	
P04 – Mujer	EDAD	-	
P05 – Hombre	EDAD	-	
P06 – Hombre	EDAD	-	
P07 – Hombre	EDAD	-	

Tabla 56*Matriz de Observación del Focus Group de EDAD*

Tema	Citas textuales	Puntos de acuerdo	Puntos de desacuerdo	Ideas de mejora
Calidad académica	“La calidad de aprendizaje acá me parece muy buena”	Buena explicación, aprendizaje efectivo	No se mencionan desacuerdos relevantes	Mantener nivel académico
Docencia	“Los profes explican hasta que uno entiende”	Paciencia, acompañamiento cercano	—	Seguir reforzando atención individual
Materiales	“Las prácticas con exámenes viejos ayudan mucho”	Simulacros reales, útiles y claros	Algunos dependen mucho del profe	Más material digital autónomo
Modalidad	“Presencial uno se concentra más”	Presencial mejor que virtual	Virtual menos efectiva	Mejor control en clases virtuales
Horarios	“Los horarios se ajustan bien”	Flexibilidad compatible con rutina	—	Más opciones nocturnas
Servicio al cliente	“Siempre responden a las dudas”	Atención cercana y rápida	—	Mantener rapidez

Comunicación	“Kris siempre responde”	Comunicación clara y directa	A veces exceso de mensajes por WhatsApp	Centralizar avisos
Confianza	“Aquí se nota que sí quieren que uno pase”	Confianza por resultados	—	Reforzar testimonios
Accesibilidad / Infraestructura	“El ambiente es tranquilo”	Seguridad y orden	Ventilación mejorable	Mejorar ventilación
Precio–valor	“Me parece más bien barato”	Precio accesible vs valor	—	Combos o promociones
Recomendación	“Yo sí lo recomendaría”	Alta recomendación	—	Estrategia de referidos
Barreras	“A veces la economía”	Factores externos	Virtualidad	Descuentos o becas parciales

Tabla 57

Perfil de participante del Focus Group de EDAD

Código	Edad	Ocupación	Servicio	Modalidad	Provincia
P01	18	Estudiante	EDAD	Presencial	San José
P02	19	Estudiante	EDAD	Presencial	San José
P03	15	Trabaja y estudia	EDAD	Presencial	San José
P04	16	Estudiante	EDAD	Presencial	San José
P05	17	Estudiante	EDAD	Presencial	Cartago
P06	17	Estudiante	EDAD	Presencial	San José

3.1.1. Transcripción del Focus Group de EDAD

Moderadora: Buenos días a todos y todas. Primero que todo, muchas gracias por acompañarnos y por sacar el tiempo para participar en este espacio.

Mi nombre es Nicole Sandoval, soy estudiante del Tecnológico de Costa Rica y actualmente estoy realizando aquí mi Trabajo Final de Graduación. Como parte de este proyecto, estamos llevando a cabo una investigación sobre la Academia Generaciones de Éxito y la experiencia que han tenido los estudiantes en sus distintos programas.

Ustedes fueron invitados porque son estudiantes activos y su opinión es muy importante. A lo largo de esta sesión les estaré realizando una serie de preguntas para conocer qué piensan del servicio, qué les gusta, qué los motiva a estudiar aquí y qué aspectos consideran que podrían mejorar.

No hay respuestas correctas ni incorrectas; toda opinión es válida. Les pido por favor que respondan con total honestidad y transparencia, ya que esta información se utilizará únicamente con fines académicos.

Antes de iniciar, les recuerdo algunas reglas básicas: por favor no colocar celulares sobre las mesas, no usar audífonos, respetar las opiniones de sus compañeros, no interrumpir mientras alguien esté hablando y esperar su turno de palabra.

Ya habiendo dicho esto, comencemos con la primera pregunta, ¿qué los motivó a matricularse en la academia Generaciones de Éxito y el servicio que cursan actualmente?

P01: Mi mamá.

P02: Porque no tenía nada que hacer en el año.

P03: Ir a la U rápido.

P04: Ir al cole rápido y mi mamá.

P05: Sacar el cole rápido.

P06: Más que todo mi papá.

P07: Que me expulsaron.

Moderadora: Por lo que veo, a la mayoría los incentivaron sus padres. La siguiente pregunta sería: Pensando en el momento en el que se matricularon, ¿qué expectativas tenían sobre el curso y la experiencia académica?

P01: Que iba a aprender más que en un colegio.

P02: Pues lo mismo, se aprende más fácil y aparte mis expectativas no eran así como que tan altas, era como lo mismo que yo tenía pensado, de que iba a ser más tranquilo.

P03: La verdad es que mi expectativa iba a ser que venía solo a estudiar, sacar las cosas rápido y ya.

P04: Mi expectativa era aprender más rápido, pero aprender todo, digamos, todo bien, rápido y que iba a ser una experiencia más tranquila, como un descanso del ambiente tóxico del colegio.

P05: Diay, tenía las expectativas de que iba a ser un ambiente bonito, eh, y poder sacar el cole rápido.

P06: Yo tenía expectativa de que iba a entrar a un lugar donde el método de estudio iba a ser diferente, más difícil, porque es más difícil, este, pero eso yo lo, lo sabía desde antes, porque yo llegué aquí recomendado.

P07: Mis expectativas eran nada más que me dejaran de joder con los horarios y pasar y ya.

Moderadora: Ahora, la siguiente pregunta es: ¿cómo describir la calidad de las clases y la claridad para explicar los temas evaluados oficialmente?

P01: Me parece muy bien y explica bien, muy claro.

P02: Ah, muy buena la verdad, es bastante tranquila, muy fácil de aprender y aparte es algo más suave que tal vez como lo intenta hacer en el colegio, que lo intenta explicar de maneras más diferentes y más complicadas.

P03: La verdad, la calidad de aprendizaje acá en el instituto me parece muy buena. Siento que dicen las cosas muy claras y uno puede hacer cualquier pregunta y todo, y te explican cuántas veces usted necesita hasta que entienda y te dan como una atención personalizada.

P04: Yo siento que las profesoras y el profe de ciencias explican de una manera muy bien, muy buena y tienen mucha paciencia. Digamos, si uno necesita que vuelvan a explicar o a repetir, lo hacen bien, digamos, como de buena manera. Y todo es muy bonito, sí.

P05: Diay, yo opino que es una buena experiencia, los profesores son muy atentos.

P06: Este, para mí los métodos que hay aquí en el instituto son métodos muy buenos, métodos en los que los profesores se enfocan en que usted aprenda, en que usted realice los ejercicios y la dedicación que tiene Kristel, como los demás profesores, a tratar de que nosotros aprendamos es muy diferente a la que uno recibe en un colegio normal.

P07: Diay, no, yo creo que sí es muy buena, o sea, sí es una educación de calidad porque se enfoca en lo importante. En lugar de obviamente como en un colegio normal, que hay que perder el tiempo para llenar todo el año. Entonces yo creo que sí está muy bueno.

Moderadora: Bueno. Ahora, la siguiente pregunta es: ¿En qué medida sienten que el programa está cumpliendo con lo que esperaban al inicio? ¿Qué evidencias lo demuestran? O sea, den ejemplos de qué es lo que demuestra eso.

P01: ¿Puede repetir, por fa?

Altavoz 4

Bueno. ¿En qué medida sienten que el programa, o sea, el programa se refiere a en sí edad, ¿verdad? En nuestros casos. Este, ¿cómo sienten que el programa acá en mi academia está cumpliendo lo que esperaban al inicio, las expectativas y eso? Este, ¿qué cosas son que lo demuestran, que realmente están cumpliendo las expectativas?

P01: En realidad, en sí, sí se saca el cole más rápido. En una mitad saca décimo y en otra mitad saca undécimo.

P02: Ehm, siento que tengo una esperanza muy alta de que pueda aprender más fácil temas que habitualmente no me acordaba ni de décimo, ni tampoco ni de quinto. Y fue muy fácil haberlos aprendido, porque en el cole tal vez, o porque no prestaba atención, o porque había más distractores, o porque la educación tal vez no era la adecuada, pues no era como que temas más fáciles de aprender. En cambio, aquí es diferente.

P03: Yo siento que sí, se sacan las cosas más rápido. No se siente tan pesado como un colegio, tiene su cierta dificultad, pero yo siento que el avance está en uno mismo, en lo que uno quiere hacer, digamos, si uno está dispuesto de verdad a sacar buenas notas o no, porque la verdad es que en el instituto siento que explican muy bien y dicen las cosas muy claras y por más que le

cuestan, tienes un cierto acompañamiento como para no poder hacerlo. Entonces, digamos, yo siento que ya es cada quien. Yo siento que sí, sí se cumple todo, mis expectativas sí se cumplen.

P04: Las notas. Yo siento que con las notas del año pasado, pues no eran las mejores, pero definitivamente fueron mejores que en el colegio. Ehm, y sí, el ambiente es muchísimo más tranquilo que en un colegio, que es también algo que yo ocupaba.

P05: Diay, yo siento que todo, porque los exámenes que ponen que, que digamos que son exámenes pasados, diay, siento que es mejor estudiar con eso a estudiar con una práctica que ponga, que ponga cualquier persona. Digamos que es mejor estudiar con los exámenes viejos.

P06: Para mí, realmente las expectativas, eran totalmente verdad. Es un curso más complicado, es un curso diferente en muchos aspectos, tanto como con las personas que uno, pues lo lleva, tanto como le enseñan a uno y la manera en que le enseñan a uno es diferente a la del colegio, en el sentido de que es más complicado porque vos tenés que aprender todo, porque hay que aprenderlo, pero es más fácil en el sentido de que a vos te preparan para algo y no nada más, como escuché antes, te daban una práctica y después en el examen te ponían algo totalmente diferente.

P07: Mis expectativas se cumplieron dignamente, principalmente porque me di cuenta que sí me daban ganas de venir aquí y para que yo tenga ganas de venir aquí significa que sí están las varas bien. Entonces creo que con eso está bien. Y además que mis notas el año pasado, que es lo único que tengo evidencia, sí me fue bastante bien. Entonces, creo que sí, que sí se cumplieron mis expectativas.

Moderadora: Bueno. Ahora, ¿qué tan útil ha sido la metodología y el acompañamiento docente? Explicaciones, ejemplos, prácticas, simulacros.

P01: Las prácticas son muy buenas y cuando uno no sabe algo, se lo explican muy bien para entender.

P02: Pues la verdad, yo siento que todo está bien, todo está very good, no me puedo quedar de nada. Siento que todo está igual, very good.

P03: Sí, todo está very good, a como dice mi compañero. La verdad, yo siento que sí se hace bien todo, digamos, las prácticas y las explicaciones son muy buenas y hay calidad.

P04: Yo siento que todo está excelente porque, como dijeron antes, este, son prácticas que vienen de exámenes pasados, entonces uno hasta se puede memorizar las preguntas y cosas así. También, o sea, explican todo muy basado en lo que nos va a venir. En realidad, no es más, es, o sea, no es más que eso, es muy eso, muy enfocado en lo que ocupamos.

P05: Diay, siento que todo muy bien.

P06: Realmente, la metodología que hay en el instituto es muy buena porque se enfocan directamente en lo que tenemos que ver. No hay cosas innecesarias como la hay en el colegio. Este, la manera en que enseñan todos los profesores muy buena, no hay ninguno que sea la

excepción. Y las prácticas, los cuestionarios y todo hace la diferencia en la manera en que uno aprende.

P07: Yo creo que ha sido la verdad bastante buena, se nota que las prácticas están diseñadas para como va a ser el examen. No se siente como una metodología que el punto es pensar que la gente quiera aprender, sino que se siente como algo que quiere que la gente pase, que es a mi opinión más útil. Entonces yo creo que sí está muy bueno y además Kristel sí explica muy bien y todo, y sí lo ayudó a uno mucho cuando uno estaba mal.

Moderadora: La siguiente pregunta es: ¿Qué prácticas docentes les han funcionado mejor para aprender y aprobar?

P01: Las prácticas con los exámenes viejos.

P02: Eh, también las prácticas con los exámenes, repasar cada semana los mismos temas hasta pulirlos bien o aprenderlos y tal vez terminar de estudiar en casa.

P03: Que después de un simulacro de examen, una ve las cosas que tiene malas y vuelven a explicar el tema.

P04: A mí me gusta muchísimo cuando ya se acerca el examen, el intensivo. Siento que es increíble. O sea, no es lo más feliz que me haga, pero es lo más efectivo en realidad.

P05: Yo siento que las practicas con solicitudes viejos y diay, ver los mismos temas varias veces, como cinco, dijo Kristel, que vimos los mismos temas, entonces yo siento que con eso.

P06: Este, para mí las prácticas que más me han servido de parte de los docentes ha sido la constancia, el que uno siempre está recibiendo los mismos temas y enfocado en las mismas preguntas, las mismas claves y la misma manera de resolver el examen es lo más efectivo.

P07: A mí lo que más me ha servido es que Kristel siempre explica y todo, porque digamos, a mí no me sirve tanto ver la materia escrita, pero el hecho de que Kristel sí explique todo y lo explique bien, lo explique claro, todo eso es lo que más me ha servido. Y también, digamos, los exámenes me han servido mucho para, díay, ir evaluando qué tan bien voy en ciertos temas.

Moderadora: Okey, ahora, ¿cómo valoran la calidad y pertinencia de los materiales, las guías, presentaciones, los simulacros, los bancos de preguntas que pueden hacer?

P01: Lo que imprimen se ve muy claro ya veces lo ponen a color para que uno vea más.

P02: Pues yo siento que se tiene que valorar, valorar bastante, porque a nosotros no se nos cobra nada. No se nos cobra nada por copias, no, no se nos cobra casi mucho por materiales o al menos por lo mínimo para prepararnos para exámenes y es buena calidad. No me quejo, está very good.

P03: La verdad, yo siento que todo lo que nos dan, digamos, como prácticas son buen material para el aprendizaje. Siento que cada práctica, cada cosa tiene su peso en volverlo a profundizar y todo. Siento que es muy importante y de muy buena calidad.

P04: A mí me parece muy cierto. Estaba pensando un día de estos, de hecho, que lo que dijo él (refiriéndose al P02), que diay, eso hay que valorarlo porque no se cobra. Y son prácticas muy buenas porque, diay, por lo mismo, porque vienen de exámenes, son muy útiles.

P05: Diay, yo siento que dan buenos materiales, lo que pasa es que se me pierden mucho los folletos.

P06: Realmente el material es muy pertinente, o sea, viene al caso, está previsto que el material sea de cosas importantes, de cosas que nos sirven. La gran mayoría, y si no es que todos los profesores, el material que dan es muy, muy efectivo y de muy buena calidad.

P07: Diay, no, yo creo que el material, diay, es prácticamente perfecto. Digamos, yo no podría pedir más porque sirve mucho y sí tiene como muchas prácticas, así. Por ejemplo, amigo, que es como lo que más a mí me importa hacer práctica, sí he notado que el material es muy bueno y que sí ayuda mucho para entender todo bien y todo.

Moderadora: Okey, la siguiente pregunta es: si han usado plataformas o recursos digitales, ¿qué tan fácil es usar y confiable le, les resulta para la hora de estudiar y avanzar en la carrera?

P01: Las presentaciones las mandan por PDF antes de hacer el examen y se ve muy claro.

P02: No los usó. Pensaba utilizarlos para los días que no iba a venir, pero diay, pues muy bueno, la verdad. O sea, la mayoría de los materiales virtuales, pues son bastante fáciles de usar, son fáciles de comprender y aparte easy peasy. O sea, me refiero de que no es algo tan complejo.

P03: Las presentaciones no se mandan directamente a nosotros hasta que ya estemos muy cerca del examen. Por ejemplo, todavía no nos mandan los PDF, tiene que ser como prácticamente cerca del examen.

P04: Los PDFs que usa Kris para explicarme parecen muy buenos y muy resumidos y así con todo lo que necesito. O sea, para que ella explique, digamos, los PDFs y Kris, ese conjunto, esa mezcla son lo mejor. Y pues que yo sepa, a mí nunca me han como dado los PDFs para que yo estudie sola. A mi hermano sí, pero mi hermano salió hace mucho tiempo de aquí, entonces yo no podría decir como que eso me ha servido para estudiar por mi cuenta.

P06: Para mí los materiales didácticos que da Kris o que ella crea, este, a eso nos referimos con cualquier cosa digital o herramienta que ella nos da son de buena calidad y son muy buenos en el sentido de que como hemos repetido antes, ella se enfoca en los temas que, en los temas importantes y no en otras cosas.

P07: Para mí los materiales digitales sí están buenos porque están resumidos y todo. Yo diría que lo único es que muchas veces, tal vez, va a faltar información importante que se da en las clases.

Pero si es como para estudiar sí que no es tan bueno, pero si es como un complemento o un apoyo a las clases sí son ideales.

P05: No, no, no he usado nada.

Moderadora: Okey, ahora la siguiente pregunta es: ¿Qué tan bien se adapta la modalidad de ustedes, ya sea presencial, virtual, sincrónica, híbrida, lo que sea, a sus necesidades?

P02: ¿Qué es "sincrónica"?

Moderadora: Virtual sincrónica es como cuando alguien está en vivo, por así decirlo. Entonces, nuevamente la pregunta: ¿qué tan bien se adapta la modalidad de ustedes, es decir, en este caso presencial, y si han estado virtual también digan sobre virtual, este, a sus necesidades?

P01: Para mí se adapta más la modalidad presencial.

P02: Pues siento que cualquier tipo de modalidad se puede adaptar depende de la persona y depende de su objetivo y las ganas que tenga de estudiar. A mi parecer, la presencial es lo mejor porque se aprende más fácil.

P03: Sólo he estado presencial. Yo siento que para mí funciona mejor presencial porque de manera virtual hay más posibilidad de distracciones o de simplemente no hacer nada. Aquí por lo menos si uno se duerme o uno no hace nada, Kris está encima de uno, pero virtualmente a uno deben e estarlo despertando. Bueno, especialmente por mí, que me duermo.

P04: Yo he estado en presencial y virtual cuando faltó, pero obviamente presencial es mejor porque como que hay menos distractores tal vez y es más fácil concentración así.

P05: Diay, yo solo he estado presencial y yo siento que presencial es mejor porque, bueno, en mi caso si yo me quedo virtual, yo no, no, no hago nada. Digamos, por lo menos sí escucho y así, ¿me entiende? Pero virtual no, digamos, yo dejaría la clase ahí y me pongo a hacer otra cosa más importante tal vez.

P06: Para mí, este, la accesibilidad de los horarios, este, es muy buena en el sentido de que a mí una vez me tocó tener que venir por la mañana porque yo tenía que llevar cursos de inglés y de computación en la tarde, entonces no podía venir y Kristel me adaptó un horario para que yo, o sea, se adaptó a mis, para que usted me entienda. Entonces, no importa si uno tiene que venir en la mañana, en la tarde o en la noche, porque siempre hay una accesibilidad de horarios de todos los profesores.

P07: La modalidad se adapta perfecta, porque yo no podría hacer nada en mi casa. Además, que Kristel, si uno falta, también le da la oportunidad de conectarse virtual, que eso es también una gran ventaja, porque así tampoco es como que pierdo por completa la materia.

Moderadora: Y bueno, la siguiente pregunta: ¿Qué mejoras proponen para la experiencia en la modalidad que cursan?

P01: Ninguna mejora, todo está perfecto.

P02: Siento que tener más tomacorrientes estaría a cachete, eh, mejor ventilación en las aulas, más a cachete y... Yo digo que, yo digo que me quejo de los asientos, pero pueden haber mejores, pero está a cachete.

P03: Diay, presencial yo siento que- no, la verdad, yo siento que todo está bien. Bueno, lo de los tomacorrientes está muy buena la idea. Y lo de los ventiladores o algo así que dé más airecito, tal vez, también.

P04: Mejor ventilación puede ser.

P05: Mejor ventilación, aunque el ventilador está prendido. Eh, siento que puede mejorar los alumnos. Bueno, en lo personal a mí no me gustan estos pupitres, a mí me gustan los de gaveta cuadrados. Entonces, mejorar eso. Y de ahí nada más.

P06: Para mí, realmente una de las maneras de mejorar, valga la redundancia, la manera en que uno aprende aquí de manera presencial es tomar medidas correctivas para las personas que no hacen silencio, porque realmente es muy incómodo cuando uno está intentando recibir clases y no puede. De hecho, la vez pasada me comentó una muchacha que es imposible recibir clases porque no toman las medidas correctivas necesarias para uno, para que uno pueda concentrarse y tener una educación. A pesar de que no me quejo, porque muchas veces ellos toman las maneras de enseñarle a uno por separado, de igual manera es incómodo el uno tener que pasar por esa situación, tener que referirse a eso de los profesores.

P07: Sí, la verdad que siento que aquí con todo el tema, bueno, comparto la opinión del compañero. Aquí es, es un poco blando todo el tema de los correctivos. Yo siento que hay que tomar acciones más fuertes y severas contra las personas que irrespetan el ambiente educativo y que meten personas a las clases (refiriéndose a las sesiones de las clases virtuales) y todo eso. Eso es una falta de respeto total.

Moderadora: Bueno. La siguiente pregunta sería, este: ¿Qué tan convenientes son los horarios ofrecidos para su rutina?

P01: Son muy accesibles, la verdad.

P02: Eeeh, siento que están bien, la verdad, el tener una hora de descanso está super acachete. Me puedo levantar como hasta las ocho, vengo aquí como a las nueve y algo, o a veces las clases empiezan un toquecito tarde. Entonces, me siento feliz por mi horario, porque mi horario siento que no tan matado, la verdad.

P03: Diay, la verdad es que a mí, yo soy una persona muy dormilona y no me gusta entrar a las ocho, pero diay, ¿qué me queda? Diay, lo importante es aprender. Pero me gusta salir a las doce, eso sí.

P04: Yo no tengo quejas con el horario tampoco. O sea, también duermo mucho y me encanta dormir ya veces llego tarde por eso. Pero no, el horario está bien, normal, equis.

P05: Diay, siento que es un horario normal, diay, de ocho a doce está, está bien.

P06: Realmente es un horario que se adapta mucho porque, digamos, uno en el colegio iba de siete a cuatro, de siete a cinco. Entonces uno perdía todo el día y no tenía posibilidad de hacer otras cosas. En cambio, acá, este, hay accesibilidad para la gente que trabaja, para los que tienen cosas que hacer en la noche o incluso si usted no puede venir porque está muy largo, pues hay accesibilidad de horarios para que se conecte a distintas horas. Entonces los horarios son eficientes.

P07: Diay, yo creo que los horarios se adaptan más o menos, porque a mí no me gusta levantarme temprano. Siento que los horarios sí están bien y que los horarios son óptimos para la mayoría de personas, más teniendo en cuenta que mucha gente aquí trabaja y tienen una vida importante. Entonces, sí tienen que hacer cosas en el día. Entonces, creo que en eso sí es, sí es verdad que sí es muy útil para ese tipo de personas. En mi caso, a mí no me gusta, pero sí, lo veo bien.

Moderadora: Siguiendo pregunta: ¿Cómo ha sido su experiencia con el inicio y cierre puntual de las lecciones?

P01: Inicia muy bien y finaliza a la hora que es. Eso me encanta.

P02: Me siento a gusto por la hora que se inicia, también la hora que se termina y... y ya, no me queda.

P03: Soy de las que vienen a las siete y media y solo estoy yo, y son las ocho y diez y todavía sigo yo, y son las ocho y media y todavía sigo yo. Entonces, digamos, siento que inicia tarde y termina temprano. Yo nunca llego tarde, prácticamente.

P04: Mmm, bonita, normal, bien.

P05: Yo, yo en lo personal no sé porque nunca he llegado a las ocho (8am).

P06: Realmente es una de las cosas de las que me quejo de aquí, porque los inicios no son puntuales, pero los finales sí. Pero al fin y al cabo, vale recalcar que aunque no se inicia puntualmente, se ve la materia necesaria para aprender de manera adecuada.

P07: Yo creo que eso es la única queja que yo tendría, porque di, obviamente nunca se va a empezar a las ocho y, bueno, o sea, yo nunca me quedo hasta las doce, doce, pero al principio, que sí me quedaba, nunca terminaba a las doce puntuales. Entonces yo creo que eso sería mi única queja, que eso y también el cambio de lecciones, por ejemplo, no se realiza a las diez, que debería ser, siempre es a las diez y quince o a las nueve y cincuenta, pero nunca se hace, digamos, a las diez en punto. Entonces, creo que eso es lo único que, que tiene malo, en realidad.

Moderadora: Ahora, la siguiente pregunta es: ¿cómo se describe la atención recibida al solicitar información, matricular o resolver dudas?

P01: Es muy buena y Cintia da la información excelente.

P02: La verdad, cuando yo entré tenía muchas dudas, pero literalmente me las resolvieron al instante, fue muy fácil de comprender y aparte fue más a gusto que tal vez el ingresar a otro colegio o ir a un nocturno o a otro lugar.

P03: La verdad, cuando yo vine por primera vez me hicieron, me iban a hacer hasta una explicación total de cómo era el programa, qué se iba a hacer y todo, digamos. Entonces, yo siento que sí se resolvieron todas las dudas, me llevé una buena atención respecto a mi caso, digamos, o lo que yo quería y ya. Y me explicaron bien las cosas.

P04: Con la matrícula no me acuerdo bien, pero digamos, si yo tengo una duda, si yo ocupo ayuda o algo así, normalmente yo molesto más a Kris, y Kris es una persona muy ocupada, pero, pero Kris es increíble, yo amo demasiado a Kris.

P05: Siento que muy bien, ayudan también virtualmente y así.

[Se perdió parte de la grabación]

Moderadora: La pregunta es: ¿Qué elementos de la academia les transmiten seriedad y confianza? Seguimos con el participante cinco.

P05: Yo siento que la responsabilidad de Kris, digamos que, bueno, la seriedad y con la seguridad que me dice que voy a pasar si pongo atención, diay, no sé, aunque, aunque yo no estudie y sea un vago, ella me dice que, que voy a pasar si vengo aquí y pongo atención.

P06: Para mí lo que más transmite seguridad y confianza es la experiencia de los profesores que tienen más de quince, veinte años de estar dando en esta misma academia, este, la metodología que usan, como le enseñan a uno y ver los resultados de los demás estudiantes anteriores a uno. En las generaciones pasadas, la gran mayoría, si venían a lo que tenían que venir la mayoría pasaron.

P07: A mí me da seguridad y que Kris ya ha trabajado un montón en toda esta vara. Entonces, cuando ella da clases, se nota que ya sabe. Y en general, el ambiente es muy serio, digamos, aquí no hay nadie, di, muy tonto. Entonces, yo creo que eso sí está muy bueno, todo eso.

Moderadora: Bueno. Lo siguiente es: ¿qué acciones aumentarían su confianza aquí en el instituto?

P01: Todo es perfecto y los profesores tienen excelente experiencia.

P02: Yo también opino lo mismo. Siento que ya aquí los profesores le dan suficiente confianza para poder hacer cada cosa, tal vez algún ejercicio, prácticas de examen o hasta incluso para responder en clase. Solamente es de como quitarse la vergüenza y, y estar más participando en clases.

P03: Así como estamos, estamos bien, la verdad. Me siento cómodo acá y la verdad es que me he adaptado muy bien.

P04: Yo confío muchísimo en el insti. Di, tendría que ser invitar a una persona que yo sepa que, o sea, que no va a pasar y, y que pase. O sea, que yo sienta como que es la persona más estúpida del mundo y que Kris lo haga pasar. O sea, yo no sé, me caso con Kris.

P05: Diay que estoy seguro que, que los requisitos son, son los que hicieron, los que hicieron pasado. Entonces, di, creo que eso.

P06: Para mí no hay nada que pueda aumentar más la confianza que uno puede poner en los profesores, oiga, en el instituto como tal, porque desde que Kris va y se sienta ya en el colegio, donde uno está haciendo el examen, hasta en media clase, que si Kris lo ve a uno muy perdido en el teléfono o viendo una pared, pues sabiendo que uno no está entendiendo, se sienta con uno y le explica, y así con los que los tenga que hacer, las veces que lo tenga que hacer. Entonces, no hay nada que aumente más la confianza.

P07: Principalmente, la única acción que yo tomaría es las personas que entran aquí, porque la verdad que hay mucha falta de respeto con ciertos compañeros y eso sí que no, sí que no.

Moderadora: Bien, ahora, para clases presenciales: ¿cómo valoran el acceso a la sede, la seguridad de la zona y el estado de las aulas?

P01: Es muy seguro y el estado está muy bien.

P02: Eh, siento que todo está bien, me siento en confianza, me siento con seguridad. Las clases, pues, no son las más bonitas, pero me siento cómodo, que es lo importante. Y... y ya.

P03: Eh, la verdad, yo siento que en ubicación, digamos, es muy buena. Digamos, hay un guarda de seguridad, hay parque cerca, un par de pintas. Es un lugar que se ve seguro, que se ve que hay seguridad, que yo puedo ir perfectamente a la pulpe (pulpería) sabiendo que no me va a pasar nada. Y el estado de las aulas, particularmente ahí, sólo me quejo de la ventilación, especialmente en las aulas pequeñas. Cuando es irónico, porque el aula grande sí es fría.

P04: Este, el estado de las aulas es bueno, lo único sería como, como las paredes que están rayadas o la puerta del baño o los pupitres, nada que ver. Pero eso no es culpa de Kris. La zona es bonita, no es peligroso, no, no me siento mal, puedo estar tranquila.

P05: Diay, yo siento que ahí es muy seguro, diay, no sé, mmm, no, no, no ando así como a la defensiva de que me asalten o algo así.

P06: Este, en primer lugar, este, lo, la condición de las aulas es buena, no está deteriorada como en un colegio público que se está cayendo. Este, la seguridad es buena, este, aquí a usted le restringen el acceso si no es estudiante o profesor del instituto. O sea, usted no puede entrar si es cualquier persona, tiene que esperar a que alguien lo atienda. La seguridad alrededor es buena, relativamente, porque uno sube un poquito y ya lo asaltan. O sea, lo agarra un piedrero ahí y se lo funden, pero, este, la seguridad es buena, dentro del instituto y a sus alrededores.

P07: La verdad que es un ambiente relativamente seguro. Yo me siento más inseguro dentro de la institución que fuera de la institución. Eso va, eso va a hablar de la seguridad, ¿me entiende? Pero yo creo que sí, que está bien.

Moderadora: ¿Qué ajustes facilitarían su asistencia y participación? ¿Qué ajustes facilitarían su asistencia y participación?

P01: Di, no, para mí no, no es difícil venir acá y participar.

P02: Ah, no, bueno, solamente es que soy muy vago ya veces me da mucha pereza muchas cosas, yo siempre he sido así. Entonces, yo siento que es más que todo motivación de uno para poder venir más a clases o el participar en clases, también el quitarse la vergüenza y el miedo de que si está mal, pues que lo vayan a corregir, porque eso en verdad no está mal y que lo corrijan es algo correcto, porque pues le quita la idea que tenía incorrecta.

P03: Di, la verdad, yo siempre vengo y participo. Entonces, di, no tengo ningún ajuste, porque, di, participar más le quitaría campo a los compañeros.

P04: Yo siento que eso depende de cada quien, como participar o venir. Porque digamos, una forma que yo podría venir más o llegar más temprano, es dormir mejor en la noche anterior o como buscar factores. Pero nada más. No siento que no hay algo que Kris podría hacer para que... o sea, no hay más, no hay algo que Kris pueda hacer más. Kris lo hace todo... Bueno, quizás que contrate un autobús específico para el instituto.

P05: Yo siento que yo tengo la facilidad, yo no, no tengo ninguna queja con eso.

P06: Para mí sería más fácil vivir aquí, porque no tendría que caminar o que venirme en autobús, pero realmente no hay algo que Kris pueda hacer. O sea, Kris no tiene en sus manos hacer algo que le facilite más a uno el venir o el participar, porque realmente si usted no participa es prácticamente que mentira, porque Kristel lo obliga. Entonces, eso es algo que Kris no controla el venir y el participar, pues ella prácticamente lo obliga a uno.

P07: Yo creo que aquí para fomentar que uno venga y que participe, que le den un premio. Eso sería muy útil. Que me den una estrellita, ¿me entiende? Así en la frente como a los chamacos. Entonces así yo sí voy a tener ganas de venir.

P02: Disculpe, Nicole. Yo me tengo que ir yendo, porque es algo urgente. Tengo que ir a ver rápidamente a mi novia para darle algo.

Moderadora: Vale, está bien. Chao, mucho gusto. Bueno, si quieren nos podemos tomar cinco minutos y luego retomamos.

[Después de la salida del participante 2 y el descanso de 5 minutos]

Moderadora: Seguimos con el focus group de los estudiantes de EDAD. La siguiente pregunta es: ¿cómo perciben la relación entre el costo del servicio y el valor recibido? O sea, la calidad, los resultados, el acompañamiento. O sea, eh, viene siendo la relación precio-valor.

P01: ¿Cómo?

Moderadora: Les doy un ejemplo: "Okey, tengo un juguito. Este juguito cuesta 500 colones y me refresca. ¿Vale la pena por el precio que tiene?" ¿Mejor?

P01: Sí, muchas gracias... Diay, el precio del instituto es muy accesible y sí cumple todo lo por el precio.

P03: La verdad es que el instituto para mí es una maravilla, porque digamos, el precio, bueno, comparado a mi colegio anterior, se pagaba mucho, exactamente como trescientos y algo, y era muy mala calidad. Eh, ahí sufrí mucho [ríe] y digamos, acá en el instituto tiene un buen precio y, y es muy buena atención y todo para, para lo que es, digamos. Entonces, sí es un buen precio. Es más, para mi opinión, demasiado accesible.

P04: Me parece que más bien está barato. O sea, para todo lo que hace Kristel y todo lo que se preocupa y todo el tiempo que piensa en nosotras.

P05: Diay, a mí me parece un precio, di, razonable, la verdad. Normal. Normal, ni caro ni barato, lo justo.

P06: Para mí no es ni muy caro ni muy accesible, porque realmente hay institutos que cobran, veinte mil colones toda la materia de las seis materias, pero realmente no son tan efectivos como lo son estos. Hay institutos en los que te enseñan virtualmente nada más y no tenés otras opciones de horarios, son los horarios que ellos dicen y, y nada más o cosas así. Entonces es accesible en el sentido de que vos pagás, este, esa cantidad y eso te cubre muchas cosas, como el material que le da Kris, como, este, e incluso los días que Kris da extras, porque antes de

exámenes ella da fines de semana, regala horas, este, ella hace muchas cosas que no vienen incluidas en el precio.

P07: Yo creo que la relación calidad-precio es completamente positiva, digamos. Yo creo que sí está muy bien lo que uno paga y todo. Digamos, siento que tal vez el precio no es el más accesible para la gran mayoría de personas, pero digamos, sí hay que tener en cuenta que este no es un servicio para nada, para nada mediocre, ni careciente, ni nada. Digamos, este servicio es bastante bueno. Entonces, tal vez para mi gusto puede ser un poco caro, pero si se pone en perspectiva por todo lo que uno, digamos, todas las cosas que uno aprende y todo, sí está muy bien.

Moderadora: La siguiente pregunta es: ¿qué promociones o facilidades del pago serían más útiles para ustedes?

P01: Me parece muy bien la facilidad.

P03: Tal vez hacer un combo de promoción que la hora esta de la UCR y ese curso, más otro que haga una promoción, algo así, para las personas que tengan más cursos, digamos.

P04: Siento que está bien así a como está.

P06: Para mí, este, la manera en que uno tiene la accesibilidad para pagar, ya sea por vía transferencia, efectivo, SIMPE, no deja que le paguemos en oro, pero hay muchas facilidades para pagar. Uno puede pagar de cualquier método y realmente en el término en el ámbito de las promociones, diay, este, yo siento que no hay más promoción que dar seis materias, este, cuatro, cinco horas al día, incluso a veces ella cuando hace intensivos los hace de ocho de la mañana a seis de la tarde, ocho de la noche o hasta, hasta cuando uno se quiera quedar. Entonces, para mí lo del, el precio y la manera de pagarlos está bien.

P05: una promoción que puede ser, eh, útil para KrisTel y para, para uno sería como, no sé, tal vez si uno paga la mensualidad de todo el año junto, así entrando, que le regalen uno o dos meses o diay no sé.

P07: ¿La pregunta cuál es, profe?

Moderadora: ¿Qué promociones o facilidades de pago serán más útiles para ustedes?

P07: Diay no, yo creo que, que todo está bien, la verdad, como se paga y todo. Diay yo no tengo ningún problema, diay yo creo que sí, que está bien.

Moderadora: La siguiente pregunta es: si un amigo les pide un consejo, ¿qué le dirían sobre aquí el instituto, sobre la academia?

P01: Que son muy buenos y los profesores tienen demasiada experiencia.

P03: Eh, la verdad, yo lo he recomendado y todo, digamos, al instituto, me parece que es muy bueno, muy accesible, muy buena calidad. La verdad es que uno aprende mucho, uno saca las cosas bien. Eh, como le digo, me gusta que haya una, una atención personalizada. Como dije el compañero, a veces Kristel se sienta con uno, si uno no entiende, Kristel pasa encima u-- de uno, o sea, se preocupa y de verdad está preocupada porque nosotros cumplimos lo que queremos. Y cumplamos todos, pues.

P04: Le diría que pasa porque pasa, o sea, no hay manera, a no ser de que sea muy estúpido, no hay manera de que se queda.

P05: Diay, yo le diría que se meta y que lo intento rápido y que saca el cole más.

P06: Bueno, yo ya lo he recomendado, ya he dado consejos sobre el instituto ya amigos míos que en algún momento estuvieron en el cole conmigo, que salieron de estudiar y realmente les ha parecido que es una buena opción, porque uno saca un año en cinco meses de clases, tres de reglamento. Entonces, le aconsejaría que se metiera aquí porque es una buena opción para avanzar en sus estudios más rápido y de manera más eficiente.

P07: Yo se los recomendaría. Bueno, de hecho, yo ya recomendó el instituto varias veces. Entonces, diay no, y yo creo que sí, que es una, diay que, que sí es bueno, sí es muy recomendable. Más que nada porque la experiencia es bastante más cómoda que todos los otros métodos de estudio y sí está muy bien, la verdad.

Moderadora: Siguiente pregunta: ¿qué aspectos creen que diferencian a esta academia frente a otras?

P04: ¿Otras?

Moderadora: Frente a otras alternativas.

P01: ¿Cómo qué?

P03: ¿Qué es la diferencia?

Moderadora: ¿Qué aspectos creen que diferencian esta academia en comparación con otras?

P01: Que de verdad se preocupan porque uno pasa los exámenes.

P03: Que haya una atención personalizada.

P04: Que Kristel se preocupa mucho porque uno pasa.

P05: Que haya una atención personalizada.

P06: La forma en que uno recibe las clases y, y ya.

P07: Diay, el elemento más diferenciador es que legalmente aquí no importa aprender, importa pasar, que eso es más útil.

Moderador: Bueno. Ahora, ¿qué factores podrían dificultar que continúe o finalice el curso? Tiempo, economía, transporte, tecnología, etcétera.

P01: Para mí no hay ninguna dificultad para yo poder pasar.

P03: Diay, para mí tampoco. Algún factor que me impide podría ser ya algo más familiar o personal.

P04: Eh, lo mismo, tendría que ser una muerte o una enfermedad.

P05: Diay, creo que nada.

Moderador: ¿Nada?

P05: Pues la pereza.

P06: Bueno, hay varias, este, pero una de ellas, eh, ya sea caer en bancarrota, morir, enfermarme o, este, o simplemente como le pasó a mi tata (papá) aquí mismo, que me manden un comprobante falso y que no me hayan matriculado los exámenes. [risas]

P07: Diay, no, creo que hay suficientes herramientas y oportunidades y ventajas que da el instituto como para que uno al final pase definitivamente.

Moderadora: Veamos la siguiente pregunta es: si pudiera cambiar una sola cosa para mejorar su experiencia, ¿cuál sería y por qué?

P01: Para mí nada que cambiar.

P03: Para mí tampoco. Nada que cambiar.

P04: Eh, la ventilación.

P05: Que no se metan a las clases (se refiere a que no se metan a las clases virtuales personas ajenas a la institución).

P06: Para mí realmente no hay nada que cambiar.

P07: Para mí, diay, la, las clases están bien. Yo creo que diay, no hay nada malo. Yo no veo nada malo.

Moderadora: Bueno. Ahora, en una palabra o frase corta, ¿cómo describe su experiencia en general en la academia hasta ahora?

P01: Muy buena. Desde que estoy en séptimo siempre ha sido excelente.

P03: Para mí, díay, en lo que lleva el año, muy buena la calidad.

P04: Feliz.

P05: Diay, buena.

P06: Excelente.

P07: Historia de mi vida.

Moderadora: Está bien. Ahora, ¿quieres agregar alguna recomendación final para la dirección académica? Es decir, para Kris.

P04: ¿Una recomendación para Kristel?

P01: Ninguna, ella es muy excelente en lo que da.

P03: La verdad es que no tengo ninguna queja y ninguna sugerencia, en verdad no he tenido ningún problema.

P04: Ir de vacaciones todo el grupo de edad juntos, este, a la playa con ella, obviamente, ella es lo más importante. Y Kris, te amo demasiado.

P05: Diay yo, sí, sí, yo eso, armar un buen paseo, un buen tour.

P06: Para mí Kris es una excelente profesora, excelente persona y no le agregaría nada. Para mí, la manera en que ella me ha enseñado es excelente.

P07: Diay no, yo, opciones para todo tipo de personas. Por ejemplo, yo que soy judío, yo necesito que se me permita todo el tema de las festividades y demás, y eso sí se me complica mucho.

Moderadora: Bueno, muchas gracias a los participantes de este focus group, ya ahora si lo desean pueden retirarse o si tienen preguntas o dudas, pueden hacerlas.

[Nadie tuvo preguntas ni dudas, entonces se finalizó la grabación]

3.2. Focus Group de III Ciclo

Nombre de la moderadora: Nicole Sandoval Rodríguez

Fecha 9/4/2026	Hora 5:20pm	Modalidad Presencial
--------------------------	-----------------------	--------------------------------

Servicios en los que participan los participantes: Tercer Ciclo

Número de personas participantes:

Hombres 2	Mujeres 2	Total 4
---------------------	---------------------	-------------------

Tabla 58

Lista de asistencia del Focus Group de III Ciclo

Código participante	Servicio cursado	Contacto (opcional)	Firma de asistencia
P01 - Mujer	Tercer Ciclo	-	
P02 - Hombre	Tercer Ciclo	-	
P03 - Mujer	Tercer Ciclo	-	
P04 - Hombre	Tercer Ciclo	-	

Tabla 59

Matriz de Observación del Focus Group de III Ciclo

Tema	Citas textuales	Puntos de acuerdo	Puntos de desacuerdo	Ideas de mejora
Calidad académica	“Aquí explican mejor que en el cole”	Mejora en comprensión	—	Clases más dinámicas
Docencia	“El profe tiene paciencia”	Apoyo constante	—	Juegos educativos

Materiales	“Los folletos ayudan bastante”	Claros y útiles	—	Más material visual
Modalidad	“Presencial es mejor”	Menos distracciones	Virtual poco efectiva	Reducir modalidad virtual
Horarios	“Son cómodos”	Flexibilidad	A veces tarda en empezar	Mejor puntualidad
Servicio al cliente	“Siempre están pendientes”	Cercanía	—	Mantener seguimiento
Comunicación	“Todo lo avisaban”	Información suficiente	—	Avisos con más tiempo
Confianza	“Aquí es más tranquilo”	Ambiente seguro	—	Refuerzo motivacional
Accesibilidad / Infraestructura	“Las aulas están bien”	Espacios adecuados	Ventilación	Mejorar clima aulas
Precio–valor	“Está bien por todo lo que dan”	Precio justo	—	Descuento por bloque
Recomendación	“Yo sí lo recomiendo”	Alta recomendación	—	Programa de referidos
Barreras	“El tráfico”	Factores externos	—	Clases virtuales grabadas

Tabla 60

Perfil de participantes del Focus Group de III Ciclo

Código	Edad	Ocupación	Servicio	Modalidad	Provincia
P01	16	Estudiante	III Ciclo	Presencial	San José
P02	16	Estudiante	III Ciclo	Presencial	San José
P03	15	Estudiante	III Ciclo	Presencial	San José
P04	17	Estudiante	III Ciclo	Presencial	San José

3.2.1. Transcripción del Focus Group de III Ciclo

Moderadora:

Buenas tardes a todos y todas. Primero que todo, muchas gracias por acompañarnos y por sacar el tiempo para participar en este espacio.

Mi nombre es Nicole Sandoval, soy estudiante del Tecnológico de Costa Rica y actualmente estoy realizando aquí mi Trabajo Final de Graduación. Como parte de este proyecto, estamos llevando a cabo una investigación sobre la Academia Generaciones de Éxito y la experiencia que han tenido los estudiantes en sus distintos programas.

Ustedes fueron invitados porque son estudiantes activos y su opinión es muy importante. A lo largo de esta sesión les estaré realizando una serie de preguntas para conocer qué piensan del servicio, qué les gusta, qué los motiva a estudiar aquí y qué aspectos consideran que podrían mejorar.

No hay respuestas correctas ni incorrectas; toda opinión es válida. Les pido por favor que respondan con total honestidad y transparencia, ya que esta información se utilizará únicamente con fines académicos.

Antes de iniciar, les recuerdo algunas reglas básicas: por favor no colocar celulares sobre las mesas, no usar audífonos, respetar las opiniones de sus compañeros, no interrumpir mientras alguien esté hablando y esperar su turno de palabra.

La primera pregunta sería: ¿qué los motivó a matricularse en la academia Generaciones de Éxito y en el servicio que actualmente cursan?

P01: Fue porque me quedé dos veces y me iban a metro a otro cole, pero le recomendaron este a una amiga de mi mamá. Entonces, ya me matricularon en este.

P02: A mí también fue que me quedé, y una compañera de trabajo de mi mamá le recomendó el lugar. Entonces, mi mamá vino aquí y me matriculó.

P03: Bueno, yo-- los que optaron fueron mis padres y mi hermano. Bueno, básicamente que mi hermano está aquí, entonces me tuvieron a mí también acá.

P04: Eh, me quedé dos veces y busqué dónde me podía meter y me metí acá.

Moderadora: Entonces, la siguiente pregunta es: pensando en el momento de matricular aquí: ¿qué expectativas tenían sobre la experiencia académica? O sea, ¿qué expectativas tenían en sí de la academia?

P01: Pensé que, que no me iba a ayudar tanto, así, pero ya después sí, me ayudó a entender varias cosas y bueno.

P02: Yo sí tenía bastante expectativa que me ayudaran aquí para aprender más de lo que en el colegio. [ríe]

P03: Que eran más relajados.

P04: Eh, la verdad, yo no tenía expectativas. Si era bueno o no di-- me iba a metro, pero ya me ha ayudado bastante, la verdad. Es un buen programa.

Moderadora: Ahora, ¿cómo describir la calidad de las clases y la claridad para explicar los temas evaluados?

Orador 2

P01: Bien, la verdad, se aprende un montón. En una semana aprendí un montón. Entonces, yo digo que, que sí que ayuda mucho.

P02: Aquí los profesores explican mejor, realmente se entiende más y si a usted le cuesta algo, ellos le ayudan bastante.

P03: Aquí se explica muy bien, la materia está bien y, eh, aquí se aprende mucho. Eso es lo que me gusta más.

P04: La verdad, me parece muy buena las explicaciones, cómo hablan, cómo se expresan, cómo ayudan a entender bastante bien. Y nada, son muy bueno.

Moderador: ¿Y de qué modo ayuda a entender bastante bien?

P04: En el modo que si le tienen que explicar a usted más detallado, más tiempo, quedarse con usted, darle respuestas, cosas así. O sea, tiene una gran variedad de herramientas para poder enseñarnos de la verdad.

Moderadora: Ahora, ¿en qué medida sienten que el programa está cumpliendo lo que esperaban al inicio? ¿Qué evidencia lo demuestra? O sea, como qué cosas demuestran en sí, este, cómo está cumpliendo el programa. O sea, cómo están cumpliendo los profes y Kristel con ustedes.

P01: Para mí, la evidencia sería que uno aprende bien.

P02: Realmente sí, sí está cumpliendo porque había cosas que yo no entendía y aquí realmente sí la sentí uno mejor y todo.

P03: Que aquí los profesores explican muy bien sus materias, hacen muy bien sus trabajos. Eh, si tienes dudas, ellos con mucho gusto te lo responden y así.

P04: El año de experiencia que tengo aquí, digamos, ese ha sido un año en el que se demuestra que he podido avanzar en el estudio, que tengo un buen desarrollo estudiantil, digamos, académico. Entonces, sí es una buena muestra que me ha ayudado.

Moderadora: Perfecto. Ahora, ¿qué tan útil ha sido la metodología y el acompañamiento docente con las explicaciones, los ejemplos, las prácticas, los simulacros que les ponen a ustedes? ¿Qué tan útil ha sido?

P01: Muy útil, la verdad.

Moderadora: ¿En qué sentido?

P01: Útil en el sentido de que siempre están como, digamos, a la par de uno preguntándole si necesita algo, si le explica o así. Entonces, lo apoya mucho a uno. Emocional tanto como académico.

P02: Realmente ha sido muy útil y los profesores ayudan muy bien. O sea, si a usted le cuesta algún tema, algo, ellos se lo van a explicar y se lo van a explicar hasta que usted entienda y, y va, van a buscar formas fáciles de explicárselas.

P03: Dan mucha ayuda, son muy buenos en su trabajo y explican muy bien su materia. Con las prácticas sirven de mucha ayuda, porque después usted con esas prácticas puede estudiar.

Orador 1

P04: Diay, la verdad, muy buena. El acompañamiento es bastante bueno. A uno lo pueden ayudar bastante. Si usted quiere, puede ser más allegado a un profesor y le puede ayudar más. Si usted ya va saliendo del colegio, le puede dar una ayuda, una visualización más grande de cómo puede ser, qué puede tomar, qué universidad. Y diay, para mí lo más importante son las clases. Eso ahí es como el punto referente a todo. Ahí es donde a uno le explican bien, uno entiende bien, uno practica, hace preguntas. Entonces, para mí eso es lo importante.

Moderadora: Bueno. Ahora, ¿qué prácticas docentes les han funcionado mejor para aprender y aprobar? Prácticas docentes viene siendo como con las prácticas o si el estar repitiendo las mismas cosas varias veces, que si las presentaciones, que si, este, no sé, que usan colores los

profes, puede ser inclusivo, que se yo, o sea, ¿qué les ha servido básicamente? ¿Qué prácticas les han funcionado a ustedes para aprender?

P01: Ay, no sé. Cuando uno le pide ayuda, van y, y buscan la manera de qué re-practique le queda mejor a su estilo de aprendizaje. Entonces, se adaptan a cada estudiante para ayudarlos.

P02: Eh, una de las prácticas que tienen aquí los profesores es que dan muchas prácticas o repasan a la materia y entonces a uno no se le olvida la materia, entonces uno siempre la tiene en mente.

P03: Que hacen prácticas también y fichas es lo más útil que puedes hacer y estudiar con las fechas, porque trae toda la materia y eso tiene que estudiar y así.

P04: Las clases.

Moderadora: ¿Y qué es lo que más le ayuda a usted como a meter la materia ahí en la cabeza de las clases?

P04: Para mí es nada más poner atención, copiar y diay, usted va poco a poco ya se le va quedando.

Moderador: Pero eso lo podría hacer en el colegio. ¿Cuál es la diferencia aquí?

P04: Una diferencia, diay, como un poco más de espacio, más... uno no está como tan encerrado en el colegio, aquí es como un poco más libre, son más liberales. No están tan encima de uno. Uno puede estar como menos estresado, entonces, diay, lo siento que mejor.

Moderadora: Bueno. Ahora, ¿cómo valoran la calidad y pertinencia de los materiales? O sea, las guías, las presentaciones, los simulacros que vienen siendo como los simulacros de exámenes y así.

P01: Bien, digo que la calidad es muy buena. O sea, es: no hay quejas de eso, es todo lo bueno, digamos.

P02: Realmente son muy buenas porque ayudan mucho al, a la presenta-- a aprender.

P03: Las hojas de las prácticas están bien, los papeles están bien hechos y así. Aunque no importa que sean reciclados, ahí uno puede practicar.

P04: Los simulacros, las prácticas, todo eso me parece bastante completo, bastante lleno de cosas muy realistas que pueden salir en el examen de verdad. Entonces, excelente.

Moderadora: Si han usado plataformas o recursos digitales, ¿qué tan fácil es de usar y confiable les resultados?

P01: En WhatsApp es muy fácil de usar porque, digamos, ya tiene la materia y entonces usted nada más es de repasarla o escribirla y no pierde nada.

P02: Bueno, yo nunca he tenido clases virtuales, pero yo he visto y realmente sí se ve bien que las aplicaciones, las plataformas que usan los profesores sirven bien y ayudan bastante. El WhatsApp siento que se pueden a llegar a perder las cosas a veces.

P03: No, que-- yo sí una vez estuve en clase online y no, pos está bien, pasa bien el link, la clase se escucha bien. El profesor hace todo lo posible para que usted vea la pizarra y así usted pueda copiar cómodamente y así. Y las videollamadas, están bien, ahí se escucha todo y así.

Moderadora: ¿Y WhatsApp?

P03: Normalmente es el grupo de WhatsApp de matemáticas en el que a veces cuando piden fotos de las prácticas hechas se mandan por el grupo también.

Moderadora: Y ¿le resulta fácil identificar cuál foto es cuál?

P03: Sí.

P04: Diay, no, me parezco bastante bien. Las aplicaciones que se usan son, di, bastante cotidianas, entonces uno, diay, puede saber usarlas. Eh, las clases me parecen bastante bien. A uno entiende, uno escucha, los profesores a uno no lo dejan ahí de lleno, digamos, a uno le preguntan, le dicen que cómo va y todo. Entonces me parece bastante bien. Para una persona que no pueda venir es bastante completo, sí.

Moderadora: Ahora, ¿qué tan bien se adapta la modalidad suya, si presencial, virtual, en este caso sería presencial, a sus necesidades. O sea, ¿cómo se adapta la presencialidad a sus necesidades?

P01: Bueno, yo digo que se adapta más a mis necesidades porque yo soy una persona que se distrae mucho. Entonces, aquí en presencial no me distraigo tanto porque Krisel siempre está así encima de uno, preguntándole, ya sea ayudándole. Entonces, siento que uno no se distrae tanto.

P02: Realmente sí se adapta a mis necesidades, porque yo soy a veces que me distraigo mucho, pero como Kris está ahí, entonces como que yo pongo más atención porque sé que no puedo distraerme.

P03: Yo también me distraigo mucho y pues me pierdo algunas cosas y así, pero en presencial es muy útil, porque ahí usted pasa a ver fichas o no sé, a tener las, las prácticas y todo completo en el cuarto.

Moderadora: ¿Y no usa el celular?

P03: Muchas veces. [risas]

P04: Sí me regulan con el celular y de estar pendiente en cosas importantes más que nada.

Moderadora: A ver, ¿qué mejoras proponen para la experiencia en la modalidad que cursan? Es decir, ustedes vienen aquí presencial, entonces, ¿qué mejoras proponen ustedes que Kris debería implementar en presencial? Kris o el profesor con el que usted recibe. ¿Qué mejoras son las que deben implementarse?

P01: No, yo siento que nada, siento que todo, todo está bien. Oh mar, no se necesita nada. Y yo digo que todo está completo.

P02: Bueno, realmente todo está bien, solo que hay una cosa: los aires acondicionados, porque a veces se pone muy caliente aquí. Ahorita ya está bien, pero hay días que sí ayudaría eso.

P03: Los ventiladores, los pupitres, que algunos están rayados y unos que están rotos también.

P04: Eh, no, nada. La verdad es bastante bien, es cómodo.

Moderadora: Bueno. Ahora, ¿qué tan convenientes son los horarios ofrecidos para sus rutinas?

P01: No, a mí me queda perfecto, porque siento que... que aparte que es la hora en la que más o menos las horas en las que estoy libre. Entonces, a mí me queda súper perfecto, la verdad, ese horario.

P02: Realmente sí se acomoda muy bien a mi rutina, porque-- y más en las, en las tardes me sirve más, porque como que uno anda más activo, en vez de la mañana que anda como dormido.

P03: Los horarios están bien, de las horas y así, porque uno, pues, llega a, a estudiar. Sí.

Moderadora: ¿Por qué está bien para usted?

P03: Mmm, porque me queda muy cómodo.

Moderadora: Cómodo, ¿por qué?

P03: Porque se puede estudiar más en el horario en el que se le conviene a usted.

P04: Eh, y no, la verdad, mi horario me parece bastante bien. Es un horario bastante acomodado. Yo ya me acomodé a él, entonces, di bien. En la mañana es lindo venir, pero no, no, no, es mejor la tarde, pero diay sí.

Moderadora: Vale, perfecto. ¿Cómo ha sido su experiencia con el inicio y el cierre puntual de las lecciones?

P01: No siempre es puntual. A veces duran más de, de quince, diez minutos. [ríe] Entonces, sí, no es puntual, pero no, no está mal, digo yo.

P02: Bueno, realmente no es puntual, porque hay días que sí se tardan mucho en el inicio ya veces en el final.

Altavoz 4

Oye, ¿cómo era la pregunta? Eso.

Orador 1

El inicio y cierre puntual de las lecciones. Básicamente, cómo es su experiencia respecto a ello.

P03: Bien en general. Esa es su experiencia, que inician tarde o terminan tarde. Oh mar, que inician-

P04: Eh, no, la verdad, yo tengo varios puntos que dar y diay sí, la verdad es, es un poco problema, porque a veces tal vez ni dicen que no va a haber clase, entonces uno puede venir y eso es malo, pero la verdad no me parece bastante mal, pero sí hay algunas veces que se pueden pasar bastante. Y perdón, Nicole, la verdad me tengo que ir.

Moderadora: No hay problema, muchas gracias por su tiempo.

P04: Bueno, participante cuatro, fuera.

[El participante 4 se tuvo que salir del focus group]

Moderadora: Okey, ¿cómo se describe la atención recibida al solicitar información, matricular o resolver dudas?

P01: No, súper bien, porque ellas (Kristel y la secretaria) siempre están para usted y lo que ocupa. Entonces, yo digo que no podría estar mejor, porque ellas siempre están ahí ayudándole, explicándole, no importa las veces, entonces está bien.

P02: Realmente bien, porque siempre están ahí para ayudar y, y para dar información.

P03: Mmm, muy bien, explican muy bien. Ahí uno entiende y pues usted puede, eh, preguntar muchas veces y te lo explican bien, o sea, tienen mucha paciencia, entonces. Ajá.

Moderadora: ¿A la hora de matricular también?

P03: Sí.

Moderadora: Bueno. ¿Qué tan clara y adecuada ha sido la comunicación institucional? Por WhatsApp, correo, llamada, alguna otra plataforma.

P01: La verdad, bien con la atención, porque siempre, o sea, no responden al instante, pero sí responden el mismo día y no tantas horas, digamos, de diferencia. Entonces, siempre están ahí.

P02: Realmente bien, o sea, le contestan y la ayuda si tiene usted alguna duda.

Moderadora: Bueno. Este, ¿siempre ha sido apropiado?

P03: Mmm, muy bien, este, ahí uno entiende bien. Está muy bien explicado, aunque Kristel se tarda un poquito, pero ya sí.

Moderadora: Está bien. ¿Qué elementos de la academia le transmiten seriedad y confianza?

P01: Yo siento que el entorno, no tanto de los profesores y profesoras, sino como de los compañeros, digamos. Porque no sé, siento que los compañeros siento que cada quien está en lo suyo, entonces no es mucha distracción ni problema y los profesores aparte de que le dan el espacio a uno, ellos comprenden cómo usted necesita llevar sus cosas. Entonces, muy bien.

P02: Los profesores a la hora de enseñar son muy serios, o sea, no se distraen por cualquier cosa, así. Y los compañeros realmente... caen bien y cada uno está en su mundo.

P03: Las pruebas. Ahí usted resuelve lo que te cuesta y así. Y los compañeros que también, le ponen ganas, ellos me transmiten confianza.

Moderadora: Este, ¿qué acciones aumentarían la confianza en la institución? O sea, ¿qué cosas podría hacer aquí Kristel para ganarse más la confianza de ustedes?

P01: Yo, en mi caso, siento que no, no falta nada, porque Kristel, bueno y no solo Kristel, todos en sí, están ahí viendo cómo hace para ayudar más y como que entra en confianza con, con la persona, digamos, porque ellos lo comprenden. Entonces, sí da confianza.

P02: Diay, no sé, desde que uno conoce a Kristel le genera confianza y uno llega a empatizar.

P03: Eh... Digo que nada.

Moderadora: ¿Nada?

P03: No.

Moderadora: ¿Nada de nada?

P03: No, no, todo está bien.

Moderadora: Bueno. ¿Cómo valoran el acceso aquí? O sea, el, el llegar aquí, este, ya sea la ruta, el camino, lo que quieran, la seguridad de la zona y el estado de las aulas.

P01: No, yo siento que en mi caso, o sea, no me, no se me dificulta la, la distancia, sí es un poquito largo, pero más que todo es por las presas, digo yo, entonces me hace llegar muy tarde, entonces eso se me dificulta. Y en lo seguro, siento que es algo muy seguro y muy tranquilo, una zona muy tranquila, muy segura.

Moderadora: Mmmm. ¿Y el estado de las aulas?

P01: El estado de las aulas, bien. O sea, no le falta nada, tiene todo lo necesario, diría yo. Entonces, no falta nada.

P02: Eh, de la ubicación realmente está muy bien porque tiene muchas calles para llegar. Lo único es que hay muchas presas en las tardes y realmente sí, el lugar aquí es seguro, no se ve nada como pintillas. Y las aulas están muy bien, realmente.

P03: Para llegar aquí en la academia sí me queda bien, o sea, me queda perfecto. Por el estado de las aulas no.

Moderadora: ¿El estado de las aulas no?

P03: No, no siento que el estado de las aulas esté bien, por los pupitres y la ventilación sobre todo.

Moderador: Vale. ¿Y la seguridad?

P03: La seguridad está muy excelente.

Moderadora: ¿Les parece bien que Kristel tenga ahí el portón con el botón y todo eso?

Todos los Participantes: Sí.

Moderadora: De acuerdo.

P02: Realmente esas aulas están bien comparadas con las de colegio público.

Moderadora: ¿Qué ajustes facilitarían su asistencia y participación? O sea, ¿qué los harían venir más y participar más?

P01: Siento que no se necesita nada. Si uno quiere aprender así, no va a necesitar... Es de lo que quiere en su vida. Si uno quiere, si uno se quiere empeñar más a aprender o a venir seguido, entonces no necesita nada. Entonces, no, yo digo que está bien porque lo cumple, o sea, cumple como tiene que ser. Entonces, es en sí de la persona si quiere estudiar o no, si quiere aprender.

P02: Realmente que, que, que entre las clases haya un poquito más de descanso, porque a veces comenzaban las clases muy seguidas. Entonces es como que uno queda como muy cansado de la otra clase y, y ese cambio de materia así de repente, como que a veces cuesta un poco iniciarse en la materia.

P03: Que los profesores están con el apoyo de los estudiantes y así, y que nos estén apoyando en lo que estudian, así, y que logren pasar. Que nos motiven más.

Moderadora: A ver, ¿saben lo que es calidad-costo? ¿No? Okey, tipo, yo me compro esta botella, ¿verdad? Y ya se me ha caído varias veces. Es decir, es muy buena calidad porque aun así existe. [risas] Entonces, ¿cuánto pago por esta botella? Digamos, por ejemplo, mil quinientos. ¿Valió la pena pagar mil quinientos por esta botella? A ver, imagínense que la botella es el insti y los mil quinientos es la matrícula, [risas] ¿okey? Entonces, ¿cómo perciben esa relación, este, entre el costo del servicio, es decir, el costo del insti, ¿verdad? Lo que pagan por la matrícula en sí del insti y el valor recibido. Es decir, la calidad que le dan a usted, los resultados, acompañamiento. O sea, ¿cómo es esa relación?

P01: Superbién, yo digo que perfecto, porque aparte de que es muy buena enseñanza, los profesores están ahí para usted y cada vez que usted ocupa, ya sean un montón de veces que le repitan, ellos le repiten y buscan un problema adecuado para usted para que lo entienda. También la ayuda con los dos años en uno, si uno lo ocupa. Las prácticas de examen ayudan un montón. Cada vez que usted no entiende, la ayuda. Entonces, yo digo que, o sea, para el precio que tiene está súper bien, súper asequible.

P02: Bueno, realmente sí vale pagar, bueno, vale la pena pagar mlo que vale, porque los profesores ayudan mucho, el ambiente aquí con todos es realmente bien, o sea, si uno se siente cómodo.

P03: No, está mal, eh, está caro, está caro.

Moderadora: ¿Está caro?

P03: Sí.

Moderadora: ¿Lo considera caro para lo que le dan básicamente?

P03: Eh, bueno, es que de lo que ofrecen del estudio sí está bien, pero los precios están como muy altos, sí.

Moderadora: Okey. Ahora, eh, ¿qué promociones o facilidades de pago serán más útiles para ustedes?

P01: No, la verdad, yo siento que así está bien, porque como le dije ahorita, o sea, enseñan mucho y para lo que cuesta. Y, o sea, está magnífica, la verdad, y por los dos años, así. Entonces, excelente, la verdad.

P02: No, realmente no, porque, o sea, o sea, el servicio realmente está bien, o sea, con el precio y todo.

P03: No sé, una oferta está bien, porque usted puede pagar menos y listo, sí.

Moderadora: ¿Qué promoción le gustaría que tuviera?

P03: Black Friday en el que se pagué un 15% menos en las materias.

Moderadora: Si un amigo, le pide un consejo a ustedes, ¿qué le dirían sobre la academia Generaciones de Éxito?

P01: Eh, no, yo diría, yo le diría que, que superbién, si ella se quiere, si ella quiere aprender más o él quiere aprender más, eh, ser más libre, no sentirse tan presionado y ser más comprendido, yo le diría que aquí está superbién.

P02: Que si realmente tiene la oportunidad de venir aquí, que la aproveche, porque, o sea, aquí es muy cómodo con los profesores, o sea, ayudan mucho y le explican de más si usted lo necesita. Entonces, si él tiene la oportunidad de venir, que la aproveche.

P03: Diría que si se quiere mover de colegio, de que se pase aquí, porque dan oportunidades y usted puede aprender mucho y los profesores son buena onda, explican bien y, y pero sí, eso sí, tienes que pagar mucho, así que, pero vale la pena.

Moderadora: Entonces, eh, ¿qué aspectos creen que diferencian a esta academia frente a otras alternativas? Es decir, no solamente entre academias, también entre colegios, entre tutorías que le pueda dar, no sé, un vecino, por ese estilo. O sea, ¿qué cosas diferencian aquí frente a otras alternativas?

P01: Bueno. Yo siento que aquí es más libre, o sea, entra más aire, eh, o sea, uno se siente libre, no se siente presionado ni agobiado. Y también siento que, o sea, los profesores no importan las veces que usted le pregunte y que no entienda, ellos se los van a explicar. En cambio, en cole dicen lo mismo, pero obviamente sí se molestan y no le dicen a uno que no estudia, que ponga atención solo por preguntarle. Entonces, ya como a la segunda vez se molestan. Y siento que, que aquí, o sea, entienden mucho a cada estudiante. Entonces, se empeñan demasiado en ver qué es mejor para ellos, ver cómo se sienten, y en colegio no es lo mismo.

P02: Eh, una diferencia que se nota mucho de los colegios aquí es que en los colegios hay profesores que a veces se nota como que no quieren dar clases, como que no les importan los estudiantes. Mientras aquí sí, aquí hasta que usted entienda, lo van a dejar. Hasta que entienda el cien por ciento de la materia.

P03: Los profesores en otros colegios, ya sean en públicos, sí no tienes tiempo de preguntarles y así, porque tienen que atender a más estudiantes. Pero aquí los profesores se toman su tiempo de cada estudiante, ya que no tienen que atender a muchos, solamente a pocos, cosa que funciona bien. Sí.

Moderadora: ¿Qué factores podrían dificultar que continúe o finalicen el curso, es decir, aquí su tiempo en el insti, ya sea tiempo, económicamente, transporte, tecnología?

P01: Mmm, la verdad, yo siento que nada, nada más, o sea, algo que se me complicaría si fuera el caso sería cambio de horario, que lo pusieran en la mañana, pero como no, entonces no hay ningún problema.

P02: Eh, realmente el cambio de horario, como yo practico deportes a veces en la, en la mañana o en la tarde, entonces se me dificultaría mucho porque tendría que sacrificar uno por el cambio de horario.

P03: El cambio de horario es lo que se me complicaría mucho, ya que estaría-- bueno, depende de cómo lo cambien, ya que sí se complicaría por mi hermano, ya que está en la universidad y él básicamente entra temprano o tarde.

Moderadora: Okey, pero ¿por qué su hermano le dificultaría en ese caso a usted?

P03: Es un viaje largo, ya que queda en Heredia, así.

Moderadora: Ah, entonces por él tener que irse, si está allá, no pueden dejarlo ustedes y así.

P03: O sea, sí, pero sí tardaría mucho.

Moderadora: ¿Y si aumentasen un poco el precio, seguiría? Ya que anteriormente había mencionado que el precio está algo caro.

P03: Aun así si seguiría, sí.

Moderadora: Okey. A ver, a ver, si podría cambiar una sola cosa para mejorar su experiencia aquí en el insti, ¿cuál sería y por qué?

P01: No, creo que mmm haya más cosas en la soda, más repostería o así. Mayor variedad en cosas saladas.

P02: Realmente nada. Tal vez un poco la soda, que haya más variedad.

Moderadora: ¿Más variedad de cosas en la soda?

P02: Sí.

Moderadora: Bueno, ¿los precios de la soda están bien?

P02: Sí.

P03: Yo pienso lo mismo, lo de la soda. Me gustaría que la soda tuviera más cosas.

Moderadora: De acuerdo, en una palabra o una, o frase corta, este, ¿cómo describe su experiencia en general en la academia hasta hoy?

P01: Mmm, excelente.

P02: Perfecta.

P03: Bien.

Moderadora: Okey, okey. Ahora, ¿desea agregar alguna recomendación final para la dirección académica? Eso es para Kris. [risas]

P01: No, la verdad, yo siento que nada. Que no más use con la mirada, nada más. [risas]

P02: Que, que no lleguen tarde, por favor, a las clases.

P03: Diay no, lo mismo, que no llegue tarde y que le baje un poco los precios y nada más.

Moderadora: Perfecto, muchísimas gracias. Y última cosa, muchas gracias por su tiempo y opiniones.

[Fin de la grabación y del Focus Group]

3.3. Focus Group de Bachillerato por Madurez

Nombre de la moderadora: Nicole Sandoval Rodríguez

Fecha	Hora	Modalidad
10/4/2026	12md	Presencial

Servicios en los que participan los participantes: Bachillerato por Madurez

Número de personas participantes:

Hombres	Mujeres	Total
3	2	5

Tabla 61

Lista de asistencia del Focus Group de Bachillerato por Madurez

Código participante	Servicio cursado	Contacto (opcional)	Firma de asistencia
P01 – Hombre	Bachillerato por madurez	-	
P02 – Mujer	Bachillerato por madurez	-	
P03 – Hombre	Bachillerato por madurez	-	
P04 – Mujer	Bachillerato por madurez	-	
P05 – Hombre	Bachillerato por madurez	-	

Tabla 62*Matriz de Observación del Focus Group de Bachillerato por Madurez*

Tema	Citas textuales	Puntos de acuerdo	Puntos de desacuerdo	Ideas de mejora
Calidad académica	“Cumplió con lo que yo esperaba”	Contenido claro y enfocado	—	Mantener estructura
Docencia	“Lo preparan a uno para el examen”	Metodología estratégica	—	Más ejercicios de refuerzo
Materiales	“Van directo a lo que sale”	Material alineado al MEP	Poco uso autónomo	Versión digital interactiva
Modalidad	“Prefiero presencial”	Presencial más efectiva	Virtual limitada	Híbrido mejor estructurado
Horarios	“Se acomoda para los que trabajan”	Horarios compatibles	—	Más horarios nocturnos
Servicio al cliente	“Siempre ayudan con el proceso”	Atención eficiente	—	Agilizar trámites
Comunicación	“Explican bien todo”	Información clara	Documentos algo lentos	Protocolo administrativo
Confianza	“Uno siente respaldo”	Confianza en resultados	—	Más seguimiento post-examen
Accesibilidad / Infraestructura	“El lugar es funcional”	Cumple lo necesario	Ventilación y pupitres	Mejorar mobiliario

Precio–valor	“Vale lo que uno paga”	Relación positiva	Algunos lo ven alto	Datáfono y promos
Recomendación	“Sí lo recomiendo”	Alta intención	—	Beneficios por recomendar
Barreras	“La disciplina personal”	Barreras personales	—	Charlas de motivación

Tabla 63

Perfil de participantes del Focus Group de Bachillerato por Madurez

Código	Edad	Ocupación	Servicio	Modalidad	Provincia
P01	18	Estudiante	Bachillerato por madurez	Presencial	San José
P02	19	Estudiante	Bachillerato por madurez	Bimodal / Híbrida	Cartago
P03	20	Estudiante	Bachillerato por madurez	Presencial	San José
P04	18	Estudiante	Bachillerato por madurez	Presencial	San José
P05	19	Estudiante	Bachillerato por madurez	Presencial	San José

3.3.1. Transcripción del Focus Group de Bachillerato por Madurez

Moderadora:

Buenas tardes a todos y todas. Primero que todo, muchas gracias por acompañarnos y por sacar el tiempo para participar en este espacio.

Mi nombre es Nicole Sandoval, soy estudiante del Tecnológico de Costa Rica y actualmente estoy realizando aquí mi Trabajo Final de Graduación. Como parte de este proyecto, estamos llevando a cabo una investigación sobre la Academia Generaciones de Éxito y la experiencia que han tenido los estudiantes en sus distintos programas.

Ustedes fueron invitados porque son estudiantes activos y su opinión es muy importante. A lo largo de esta sesión les estaré realizando una serie de preguntas para conocer qué piensan del servicio, qué les gusta, qué los motiva a estudiar aquí y qué aspectos consideran que podrían mejorar.

No hay respuestas correctas ni incorrectas; toda opinión es válida. Les pido por favor que respondan con total honestidad y transparencia, ya que esta información se utilizará únicamente con fines académicos.

Antes de iniciar, les recuerdo algunas reglas básicas: por favor no colocar celulares sobre las mesas, no usar audífonos, respetar las opiniones de sus compañeros, no interrumpir mientras alguien esté hablando y esperar su turno de palabra.

Bueno, entonces la primera pregunta sería, ¿qué los motivó a matricularse aquí en la academia y en el servicio que cursan actualmente, es decir, bachillerato por madurez?

P01: Por tener mayoría de edad en el colegio y se me resultaba más fácil.

P02: Yo me matriculé porque no me aplicaban los estudios del extranjero a Costa Rica y bachillerato por madurez por mi edad.

P03: Yo apliqué porque me atrasé un poco y bachillerato promotores era como lo más rápido que podía hacer.

P04: Yo apliqué porque me quedé en el colegio y ya soy mayor de edad, entonces de ahí tenía que salir ya para la universidad del otro año.

Moderadora: Bueno. Ahora, pensando en el momento de matricular, ¿qué expectativas tenían sobre el curso y la experiencia académica?

P01: Pensé que era un colegio grande, no tan grande, pero la verdad la experiencia es bonita, cómoda, más con los horarios.

P02: Mmmm, pues yo sí pensaba que era como lo mismo, que uno tenía clases, tenía compañeros y me gusta mucho los profesores, que son muy pacientes y muy cariñosas.

P03: Eh, mis expectativas eran altas, ya que tenía familiares que estudiaban aquí, más o menos me decían cómo todo estaba. Y sí, sí cumplieron con las expectativas. La verdad, los profesores son muy buenos y los estudiantes ponen atención y todo, y de ahí cada quien con su espacio.

P04: La verdad, yo pensaba que iba a ser más diferente, digamos, que iba a ser, no sé, un ambiente como muy serio, de que iban a haber personas mayores, pero más mayores, digamos, ya de cuarenta o así, pero digamos, no, una que otra persona mayor a veces viene, digamos, pero como que me siento cómodo con compañeros, con, con profesores y digamos, no cambia mucho respecto a un colegio, solo el hecho de que digamos, de aquí las cosas se toman como con más valores.

Moderadora: Ahora, ¿cómo describir la calidad de las clases y la claridad para explicar los temas evaluados?

P01: La verdad, no tengo tanto que decir, pero muy bien, la verdad, explican bien. Eh, no hay falta, si se, si tiene que preguntar, le dicen de todo, lo dejan que resuelva, pero para mí está bien.

P02: Siento que los temas se abordan bien. A veces sí tal vez se olvida de algún tema, pero cuando uno no lo entiende, pues la profe recuerda que no lo explicó y lo explica. Entonces, en realidad no, no termina siendo un problema al día del examen. Tal vez un impedimento para, para la práctica, pero para el examen no.

P03: Eh, la verdad, todo excelente. Los profesores se toman el tiempo a uno de explicarle. A ellos no les importa si uno se equivoca diez, quince veces, siempre se toman el tiempo de explicarle la misma pregunta si sea necesario. Entonces, es excelente porque uno evacua dudas.

P04: La verdad es que yo esperaba menos, como digo, yo, yo, yo no esperaba mucho, yo no esperaba que fuera como bonito o como que tan solo que los profesores se interesaran en uno, pero diay, al final sí, yo veo que los profesores, tanto Kris como la profesora Mari, se interesan porque uno aprenda y lo jalen a uno. Entonces, y, o sea, la forma de explicarles de ellas es muy buena, se, se les entiende todo, eh, tienen como un seguimiento con cada persona, una atención especial.

Moderadora: Se nos acaba de incorporar el participante cinco. [Le explica las normas] ¿Cómo describir la calidad de las clases y la claridad para explicar los temas evaluados?

P05: Siento que la claridad es muy buena, la verdad. Siento que la claridad es muy buena, se explican muy bien los temas, aparte de que son muy repetitivos y hacen que sea una manera divertida de aprender y memorizar.

Moderadora: ¿En qué medida siente que el programa está cumpliendo con lo que esperaban al inicio? ¿Qué evidencias lo demuestran?

P01: De muchas formas, porque hay cosas que no había aprendido en un colegio normal, eh, muchas cosas que no sabía, digamos, de cada materia y se siente bonito, la verdad, de aprender más y muy bien.

P02: Yo también siento que ha habido un gran cambio desde que llegué hasta ahora, eh, tanto como, como, como persona y también en notas. Como por ejemplo, muchas cosas que yo no dominaba para nada y que me costaban bastante, pues ahora las domino y más bien me gustan.

P03: Bueno, en notas y aprendizaje. Yo hice EDAD en noviembre del año pasado y gracias a Dios pasé cinco exámenes, lo que quiere decir que sí logré aprender bastante y sí me desarrollé bastante. Y ahorita, ahorita que estoy con bachillerato por una hora es en matemáticas y siento que estoy aprendiendo bastante porque me estoy desenvolviendo bien a la hora de responder las, las preguntas. Entonces, se nota que sí, sí he ayudado.

P04: Eh, yo siento que sí me ha ayudado mucho porque sí ha cumplido mis expectativas y me ha ayudado, porque cada vez que hago un examen, digamos, el primer examen que hice, digamos, obviamente no fue la mejor nota, ¿verdad? Y uno ve su progreso constantemente. Pasé de tener, qué sé yo, un 72, allá tener 90s, 81, 88, y ya eso lo motiva a uno.

P05: La verdad, no esperaba que el aprendizaje fuera muy bueno y súper instantáneo. Eh, la verdad, cuando yo vine aquí, no me recordaba la mayoría de las cosas que había visto en el colegio. Cuando las estaba viendo aquí, fueron muy fáciles de aprender. Aparte de que si uno le pone ganas, pues podría sacar muchas cosas mejores, aparte de mejores notas.

Moderadora: Ahora, ¿qué tan útil ha sido la metodología y acompañamiento docente?

P01: La verdad es que bastante bien he aprendido, eh, más con la enseñanza de las profes, bueno, con la profe de mate, que explica súper bien. Eh, son de-- mejor se me da y las explicaciones y trabajos que deja son muy buenos, la verdad. Se aprende, se aprende bastante.

P02: Para mí ha sido un éxito, eh, con el tema de las profesoras y también con el tema de prácticas, exámenes, ya que hacemos prácticas con exámenes anteriores. Entonces, al llegar uno al día del examen, como le dijeron cuando uno entró, pues se le quita más los nervios y se siente más confiado, ya que eso fue lo que hizo por un bastante largo tiempo en la academia. Y las profesoras también son muy excelentes, explican bien y si usted no entiende algo, tratan de buscarle una respuesta para que usted lo entienda a base cómo usted lo entiende.

P03: Vuelvo y repito, siempre súper bien. Los profesores le ayudan a uno en lo que sea. Ya sea que uno tenga quince dudas, ellos se toman el tiempo uno de ayudar, ¿verdad? Y explicarle la mejor manera para que uno se pueda desenvolver. Entonces, siempre termina siendo bien.

P04: Eh, yo he visto que los profesores están muy comprometidos en ayudarnos a cada uno, digamos, y que realmente aprendemos, porque digamos, mucha gente hace un examen, digamos, solo es pasar el examen y listo. Hasta copiando pueden, pero no, aquí uno se esfuerza, uno trata de hacer las cosas y los profesores lo motivan.

P05: Siento que la atención es bastante buena, porque yo al principio cuando estaba perdido, Cristian me veía o la profesora de mate también me veía y me... de una vez me ofrecían atención y la ayuda de que: "¿Quiere que le explique este tema que no entiende?" Y era totalmente inmediato. Aparte, el aprendizaje muy fácil. Sí.

Moderadora: ¿Qué prácticas docentes les han funcionado para aprender y aprobar? O sea, qué acciones hace el docente básicamente para que ustedes aprendan mejor.

P01: Eh, diría que si la tengo mala, ella me lo repite y me hace otra, otra, otra ecuación o la profe Kris me dice repítala, repítala. Y creo que eso sería yo-- lo mejor que podría ser para todos los demás y nada más.

P02: Yo también pienso que a las profes al ayudar con tal vez una misma pregunta las veces que uno ocupe eso ayuda mucho, ya que entonces va fallando menos esa pregunta, como por ejemplo en Matemáticas. Si uno falla una misma pregunta muchas veces la profe en todas las veces le pregunta sin refutarle de que y le ha explicado y también la profe Kris hace lo mismo. Y si un, si ella ve que uno de verdad que no está entendiendo, pues le ayuda poco a poco a explicar el tema.

P03: Algo súper bien que las profes hacen es que si cinco o seis compañeros estamos fallando la misma pregunta, ella se pone de pie y va hacia la pizarra y nos explica a todos al mismo tiempo y todos evacuamos dudas al mismo tiempo. No sé, quizás el otro compañero opina algo y el otro y la profe siempre nos ayuda a resolverlo.

P04: Los folletos y lo mismo que dijeron mis compañeros. Prácticamente, el, la restitución de dudas tiene una técnica muy buena que es, digamos, si cada persona que tenga una mala, o sea, digamos, si usted tuvo un noventa, pero el otro compañero tiene un sesenta y dos, diay no importa, digamos, o sea, uno evacua todas las dudas, incluso uno termina de cosas que tal vez uno las tuvo buenas, pero no terminaron tan claras. Entonces, digamos, uno termina de resolver dudas y todo porque lo vuelven a explicar.

P05: Eh, yo siento que la atención es bastante buena porque, eh, la paciencia que, la paciencia que todo, que todas las profesoras tienen es súper increíble. Krisel tiene una paciencia súper increíble para repetir las cosas, aguantarse hasta incluso la gente que ni siquiera puede poner atención o gente que, digamos, no le está prestando atención al tema, puede volver a repetirlo una y otra y otra vez hasta que todo el mundo lo pueda entender. Eso es supremamente bueno.

Moderadora: Bueno, ¿cómo valoran la calidad y pertinencia de los materiales, las guías, presentaciones, los simulacros, este, las prácticas en sí?

P01: Diay diría que la materia es más variada. Diría que se aprende más, pero no sabría qué decir.

P02: Yo digo que aquí se aplica mucho el término que es muy famoso, que dicen que la práctica hace al maestro. Aquí tratamos de hacer las mayores prácticas posibles para que entonces uno comience a dominar el tema haciendo prácticas. E igualmente la presentación siempre son muy buenas y muy completas.

P03: A la hora de proporcionar los materiales siempre comenzamos con prácticas, ya sean de todos los temas, ¿verdad? Y ya después comenzamos con los exámenes. Y es súper bien porque obviamente lo mismo que vemos en las prácticas es lo mismo que vemos en los exámenes y como constantemente lo estamos repitiendo, de igual manera constantemente estamos aprendiendo.

P04: La verdad, uno, bueno, tenían dos opciones: exigirlo imprimir uno o que acá se los imprimieran. Y la verdad, pensé que nos iban a dar así hojas, a lo todo lo cha cha cha. O sea, tal vez solo hojas de grapas y listo. No, no, no, no pensé que lo fuera a poner hasta como con resorte y todo así bien ordenado, ¿no? Hasta bonito se ve y todo, digamos, con colores.

P05: Pues yo siento que la calidad es buena. La verdad, hay que valorar mucho el sacrificio que hacen por nosotros, digamos, de sacar el tiempo para sacar los folletos, las copias. También que muchas cosas tal vez salen muy caras, pero a nosotros nos cobran un poco más barato o a un precio accesible. Entonces, siento que todo es bueno y hay más que todo agradecer por, por lo que nos dan.

Moderadora: Bueno. Si han usado plataformas o recursos digitales, ¿qué tan fácil es usar y confiable para resolver?

P01: La verdad es que bastante bien, porque he hecho varios, varios con Kris. La verdad explica bien y se ve de, del tema que se está hablando, se ve bien. Algunos mensajes, eh, a veces no llegan, pero llegan, eh, y es buena calidad, la verdad.

P02: Siento que en las reuniones de Zoom son bastante buenas. Si uno no logra ver porque la pantalla está muy cerca o muy lejos, las profesoras de inmediato lo, lo corren y tratan de hacerlo lo mejor posible. Entonces eso no llega a ser un problema luego. Eh, luego, si uno tiene preguntas, ellas siempre están en toda la disposición de responder las preguntas por WhatsApp, si fuera cosa estar en la casa y no, tienen mucha disposición.

P03: Vuelvo a retomar uno de los ejemplos anteriores: cuando la profe resuelve los problemas en la pizarra, ella se toma el tiempo de tomarle foto y enviarlos por WhatsApp. Y así uno puede estar viéndolo constantemente y decir: "Puña, esto era así y esto era asá".

P04: Eeeh, la verdad es que sí, sí le facilita a uno la manera de estudiar, que manden las fotos. Por ejemplo, maestra Mari siempre, por ejemplo, yo casi no copio [ríe] porque me da pereza o así. Entonces, digamos, tengo a la mano las cosas porque las tengo en foto, porque profesora Mari, eh, las manda o profesora Kris a veces, digamos, o si borró algo nos deja tomarle foto al

PDF y así, digamos. Entonces, eh, siempre, digamos, no hay problema por eso. O digamos, si a veces uno no quiere copiar, lo jalen a una que copia. Yo era una de las que me quedaba dormida, entonces, me despertaba y me ponía al frente a resolver una ecuación para que se despierte, me decía. [ríe]

P05: Pues yo nunca he usado Zoom, pero los materiales que se mandan por WhatsApp son bastante buenos, aparte de que los mandan instantáneamente y la mayoría de las cosas que se hacen en la pizarra están tomadas en foto, aparte que se mandan. Se podría estudiar más fácilmente y de una manera más accesible para, digamos, si yo estuviera en casa, si pierdo la materia o si quiero ponerme al día, pues podría tener ese medio para poder estar al día.

Moderadora: Bueno. Ahora, ¿qué tan bien se adapta la modalidad, decir presencial en sus casos o si han tenido, este, virtual y así bimodal? Este, ¿qué tan bien se adapta su modalidad a sus necesidades?

P01: Siento que hay veces que sí se puede adaptar, pero otras que no, porque hay varios compromisos y uno solo aporta con, con el horario. Entonces, sí sería bueno que anticiparan en horarios u horas para, para más materias, pero estaría bien.

P02: Yo estoy bimodal y la profesora, digamos, si yo quisiera venir los días que yo vengo virtual, que yo vengo de lunes a miércoles virtual, si yo quisiera venir presencial, pues yo totalmente puedo. No es como que ella me dice que esos días yo los puedo nada más virtual. Entonces, en realidad me parece muy flexible, ya que yo logro elegir cuáles días puedo venir presencial y cuáles días puedo quedarme virtual.

P03: Bueno, yo vengo siempre presencial y la verdad con el tema de los horarios lo veo súper bien. Aparte de eso, que bueno, uno tiene ciertas horas y los profesores le dicen a uno que uno tiene la opción de quedarse más horas si uno así lo prefiere, ¿verdad? Entonces siempre termina siendo bien porque uno termina aprendiendo más.

P04: Yo soy solo presencial y la verdad es que estoy cómoda, solo que yo preferiría entrar más tarde. [ríe]

P05: Pues la verdad, siento que la modalidad se adapta bastante bien, la verdad. Desde que tengo como que este horario siento que las cosas son un poco más tranquilas. Yo soy una persona que me lo tomo todo a la tranquila o a veces muy relajada, o sea, como que nada me apresura y siento que todo está muy cómodo, la verdad. Aparte de que me sobra tiempo en la tarde o tengo tiempo en la mañana para hacer algunas cosas.

Moderadora: Bueno. La siguiente pregunta es: ¿Qué mejoras proponen para la experiencia en la modalidad que cursan?

P01: No tengo ninguna.

P02: Tal vez ser un poco más, más, como más seguro en el tema de, de virtual, ya que hemos tenido bastantes problemas con el tema de que se meten, bueno, de que compañeros compartan el link a grupos anónimos y pues mucha gente se mete a la clase, pues a acabarla. Entonces, eso sí hace que pues tal vez uno se demore más porque la profe tenga que parar la clase o ese tipo de problemillas. Entonces tal vez sí pediría tal vez un poco más de seguridad, pero aparte de eso todo bien.

P03: No, no. Sí, no, no tengo ninguna, la verdad, todo se súper.

P04: Poner más tomas corrientes.

P05: Yo digo que necesitamos mejores campos, mejores asientos, o sea, unos asientos un poquito más espaciosos, más, no cómodos, sino espaciosos.

Moderadora: Espaciosos, ¿en qué sentido?

Altavoz 8

Espacioso, algo más grande, pupitres de cajón rectangulares, y más tomas corrientes.

Moderadora: Ahora, la siguiente pregunta es: ¿Qué tan convenientes son los horarios ofrecidos para su rutina?

P01: La verdad es que bastante bien en la mañana, porque en la tarde tal vez salga un imprevisto o algo. Siento que sería mejor, pero estaría bien.

P02: Yo siento que la verdad son bastante flexibles, ya que si usted no puede en el día porque trabaja en el día, pues también está el de noche o viceversa. Si usted no puede en la noche porque trabaja de noche, puede estar de día. Entonces, siento que le permiten venir a diferentes horarios para que usted, pues, no pierda la materia.

P03: En el caso mío, no tengo ningún problema. Bueno, solo vengo a estudiar, entonces sí, sí me da tiempo de hacer lo, lo que quieras, pues.

P04: Diay la verdad. Yo no, yo no quiero entrar a las ocho, porque tengo mucho sueño. Pero, pero digamos que en general bien. Solo que no quiero entrar a las ocho. [ríe] Tal vez a las nueve, más cómodo. Dormir un ratito más.

P05: Pues yo siento que el horario es bastante cómodo, aparte muy bueno porque puedo dormir. Puedo llegar un poquito más tarde porque las clases empiezan un poquito más después y siento que salgo muy temprano. Aparte, no hago casi nada en la tarde, aparte de ver tele en la noche, pero todo es más cómodo.

Moderadora: Bien, la siguiente pregunta sería: ¿Cómo ha sido su experiencia con el inicio y cierre puntual de las clases?

P01: Eh, sí, la verdad es que sí, sí finalizan a tiempo.

P02: Yo siento que tal vez el problema que puede tener esta academia es eso, porque, pues se supone que uno empieza en la mañana a las ocho y pues uno va empezando a las diez y media. [ríe] Entonces, la verdad yo no me quejo, porque diay, entonces uno puede tener un poco más de tiempo para preparar y todo, pero si fuera así como muy estructurado, entonces sí, sí sería un problema. Y en cuando uno finaliza, sí creo que finalizamos a tiempo. A veces nos pasamos tal vez diez minutos, quince minutos, pero es por el bien de uno, tal vez como revisándole una práctica, entonces no es como que, no es como lo que la profe no le haya dado tiempo. Nada más sería el tema de inicio de clases.

P03: Eh, vuelvo y repito, no, no tengo ninguna queja, porque a la hora que la clase termina, prácticamente uno es el que escoge si uno se quiere ir o no, ¿verdad? Porque los profesores siempre se quedan dando clases. Bueno, la profe Mari creo que se queda como hasta las ocho de la noche, no sé, más o menos, y comienza desde las ocho de la mañana. Entonces, vean todo el tiempo es súper, súper, súper, ¿verdad? Entonces, vuelvo y repito, uno es el que decide irse.

P04: Diay, en mi caso, las clases inician por ahí a las ocho y media. Entramos a las ocho, pero cabe aclarar que digamos a veces incluso han habido momentos donde son las ocho y media y solo hay dos personas. Hay momentos donde solo hay dos personas y son las ocho y media y el resto venían a las nueve o a veces. Digamos, uno, uno perdía tiempo, digamos, a veces. O hay veces que sí ya llegamos más temprano o así, digamos. Hay mucho cambio en ese sentido, porque uno depende también de lo que las otras personas a la hora que las otras personas quieran venir. Pero la clase sí termina puntualmente. Una que otra vez sí se ha atrasado un poquito más, pero por lo menos compensa el tiempo perdido.

P05: Pues yo siento que las clases inician bien, también finalizan bien. Pues a veces no puede ser como que del todo puntual. También, como habían dicho antes, usted decide si quiere quedarse un poquito más para recibir clases o si quiere jalar de una vez o un poquito más antes. Y es más que todo decisión de uno, depende qué es lo que quiera hacer con, con el tiempo o cómo le ponga las ganas en las clases y ya.

Moderadora: La siguiente gran pregunta, ¿cómo describe la atención recibida al solicitar información, matricular o resolver dudas?

P01: La verdad es que sí he preguntado varias cosas y sí me han respondido al momento. La verdad es que bien, no he tenido ningún problema.

P02: Siento que la mayoría de veces está bien. Hay algunas veces que sí, pues, eh, bueno, de parte de Kris todo bien, ella siempre responde los mensajes y, y lo antes posible. Eh, de parte de la secretaria tal vez ahí, eh, pondría un poquito más como de ayuda hacia nosotros, ya que sí, pues han dejado varias veces sin responder, pero luego de cuando ya, cuando uno ya le pregunta a la profe Kris, ella le logra responder, entonces es como un cincuenta, cincuenta.

P03: Yo la verdad no he tenido ningún problema. Bueno, la secretaria siempre está ahí constantemente mandándole mensajes a uno, ya sea que uno tiene que pagar unas copias, unos

libros, eh, para las matrículas, ella siempre está ahí: "Recuerden las matrículas, recuerden que es tal fecha, recuerden..." Entonces sí, lo veo superbién.

P04: La verdad con lo que es administrativo, realmente Kris siempre responde, digamos: "Kris, yo le puedo escribir a las doce de la noche que ella está ahí" [ríe] Da miedo, pero sí. [ríe] A las doce sigue despierta. Ay, yo no sé cómo hace, pero, pero yo siento que sí, tal vez es más fácil presencialmente llegar y decir: "Cinthia, eh, ¿me puedes explicar esto y esto?" Y ella te lo explica y te dice: "Tenés que mandar esto y esto", el resto es pura hablada. [ríe] Entonces, la vez pasada también era algo de una matrícula, yo no había entendido, yo llegué a decir: "Sin, eh, ¿qué es esto? Que no sé qué", y me dijo: "Tiene que mandar estas tres cosas y listo". Sí, sí. Entonces, digamos, presencialmente es más rápido, digamos, virtualmente igual hay una buena atención y responden rápido, pero, yo siento que es mejor presencial. Igual Kris siempre está atenta a cualquier duda y todo.

P05: Pues también confirmo eso de que Kris a veces está despierta a las doce de la noche y también me sorprende. Eh, bueno, yo no, porque yo siempre estoy despierto tal vez a esa hora, pero a mí también me sorprende eso. Eh, la atención es bastante buena. Si se tiene alguna duda o tiene problemas con algo, Chris o las demás compañeras pueden ayudarlos con facilidad, además de responderles al instante y brindarles buena información.

Moderadora: En general, gente, ¿no les molesta si Kris les escriba así tipo horas tardes y así, en general? Todos: No.

Moderadora: Ahora, este, ¿qué tan clara y apropiada ha sido la comunicación institucional? Comunicación institucional, Kris, sin ti igualmente. O sea, por correo, llamada, etcétera. O sea, ¿qué tan clara y adecuada ha sido?

P01: Eh, eh, no tengo nada que decir.

P02: No tengo nada que decir.

P03: No hay quejas.

P04: No, no hay ninguna queja tampoco.

P05: Por la presión social yo tampoco tengo quejas, mentira.

Moderadora: Eh, ahora, ¿qué elementos de la academia les transmiten seriedad y confianza?

P01: No tengo nada que decir.

P02: Yo siento que tal vez dique hay muchas pizarras. Eh, si se acaba un piloto tratan de conseguir lo más rápido posible para poder brindarnos ese, como ese apoyo. Además, siento que las profesoras están bastante preparadas, no es como que consiguieron así el primero de la

esquina. Y se ve que además de estar preparadas, saben lo que hacen, bueno, y tienen como talento para explicar. Entonces, además de tener conocimiento, pues tienen una muy buena forma de explicar.

P03: La seriedad con la que los profesores le quieren ayudar a uno no, no es solo como estudie y ya, sino que ellos realmente sí lo quieren ver a uno graduado. Entonces esa seriedad lo, lo compromete a uno a también ponerse serio, ¿verdad? Porque le dan ganas, más ganas a uno de esforzarse, ver que otra persona lo quiere ayudar.

P04: Yo pienso lo mismo, que digamos la seriedad de Kris, digamos de que yo siento que Kris, Kris es una persona que yo le tengo mucha confianza y que cuando he tenido problemas, cuando me han pasado cosas, yo digo: "Kris, es que me está pasando tal y tal cosa, no sé qué y todo", digamos. Entonces, aparte de ser una profesora, es una amiga también, digamos.

P05: Pues todo, todo es serio, todo, todo es confianza. Digamos, cuando estamos con Kristel, la mayoría de veces es como el aula callada y solamente escuchando a Kris explicando, explicando, explicando. Todo eso es como muy serio, muy seguro, pues todo es bonito. Aparte, se, se rápido aprende porque Kris de una vez da materia y día y día y da. Y si es necesario repetir, pues repite sin problema.

Moderadora: Siguiendo pregunta: ¿qué acciones aumentarían su confianza en la institución?

P01: No tengo nada que decir.

P02: Eeeh, la verdad no tengo mucho que decir. Tal vez nada más sería [ríe] que no use-- [ríe] que no usen como reciclaje, pues copias de cédulas de estudiantes, ya que eso pueden ser fácilmente falsificados si una persona quisiera. Entonces, tal vez tener como esa información más privada y si una copia salió mal, pues si tiene sus, sus credenciales, pues botarla en vez de usarla en exámenes.

P03: Am, no, no tengo nada que decir.

P04: La verdad, eso que dijo Tamara tiene mucha razón, ya que tratar con cédulas es un tema delicado y digamos, esas mismas cédulas yo me las llevo a mi casa, prácticamente. Tengo una copia, digamos, de esa cédula y se puede usar para muchas cosas. Puedo poner el nombre de esa persona, digamos. O sea, no digo que sea el caso, pero digamos que eso del tema de cédulas sí es un tema delicado. Y otra cosa, yo entiendo lo de las adecuaciones, digamos, pero tal vez que la firma sí sea de uno, porque yo sé que, digamos, ahí firman y hacen todo el papeleo hecho si uno solo lo manda. Pero digamos, también es falso porque tiene un sello de psicopedagoga que digamos que es falso. Uno sabe que es falso porque digamos, a mí no me han hecho ningún examen, digamos. Yo entiendo que es para las adecuaciones, pero, eh, tal vez como que sea que decirles a los papás digamos bien lo que se les va a poner en, en la carta, digamos, y que uno lo firme. Porque digamos, cuando a mí me dieron esos papeles, ya tenían la firma. A mí no me

importa, digamos, pero o sea, después como que mi tío se dio cuenta, mi papá también, ya ellos sí les pareció como, como feo, digamos, pero sí como crítica constructiva.

P05: No, la verdad, yo no tengo opinión.

Moderadora: Okey, entonces, ¿cómo valoran el acceso a la sede la seguridad de la zona y el estado de las aulas?

P01: Eh, por el estado de las aulas, me parece que bien. No, no hay faltas ni pupitres rotos. Por la seguridad siento que es muy cómodo, la verdad, muy callado.

P02: Yo siento que las presas, pues siempre va a ser un problema en cualquier lugar, pero ya eso es problema de Costa Rica. Luego, en el tema de las aulas siento que está bastante bien. Cuando metí a este curso, los pupitres estaban un poco dañados, pero ya se cambiaron todos y pues se compraron nuevos. Y la seguridad, pues yo creo que, que está bastante bien y además, eh, si se queda muy tarde, pues Cris se asegura de que usted llegue con seguridad a su casa.

Moderadora: Participante 2, usted atiende a clases de manera bimodal, nos podría decir entonces, ¿cómo valora la estabilidad de conexión a un WIFI, audio, vídeo y apoyo técnico?

P02: Di, pues yo siento que es bastante bien. La verdad muy pocas veces se ha ido como el Internet y nada más como que se corta, no es como que se va totalmente la clase. Entonces eso la verdad no es un problema. Eh, no, la verdad bastante bien, se ve bien. E igual si usted no logra ver, las profesoras están con toda la disposición para ayudarle.

Moderadora: Volveré a repetir la pregunta para el resto de participantes que están de manera presencial. ¿Cómo valora el acceso a la sede, la seguridad de la zona y el estado de las aulas?

P03: Ah, sobre la ubicación donde está la academia siento que es muy accesible. Uno puede venir de cualquier lado. Con base a la seguridad, veo que está en un lugar tranquilo. La verdad, nunca me ha pasado nada. Me he ido caminando por acá y todo y, y todo ha estado súper cool. Y dentro de las instalaciones, bueno, todo bien con las aulas y todo. Buenas pizarras, buenos pupitres, el piso súper cool, todo bien.

P04: Sí, la verdad, el estado de las aulas es bueno, digamos. O sea, que yo sepa, aquí no es como una escuela pública, que los baños son horribles. Sí hay algunas puertas rayadas y todo, digamos, pero normal. Es limpio, bueno y todo, digamos. Y, y solo que hay una allí-- bueno, este tipo de aulas, bueno, esta no tanto, por ejemplo, la otra ha sido muy caliente. Pero en general la estructura y todo está muy bien. Aunque sí es importante poner un espejo en el baño. [risas] Que eso sí me cuesta mucho.

P05: Pues el estado de las aulas es bueno, la verdad no tengo ninguna queja, solamente que a veces está, está raro algunas puertas, están curiosas, pero después de eso todo está bien. Solamente me gustaría tal vez como mejores campos más, más grandes por comodidad, tal vez, porque ahorita me duele el trasero, pero equis. Y aparte la seguridad, la seguridad es bastante

bonita, el lugar es bastante bonito. Me gusta mucho Los Yoses, más bien hubiera sido uno de los lugares donde me hubiera gustado vivir. Aparte todo es accesible, es cercano y ya.

Moderadora: Bueno. Ahora, ¿qué ajustes facilitarían su asistencia y participación? ¿Qué cosas deberías hacer Kris o los profesores para facilitar que usted asista a las clases y participe más?

P01: Eh, [risas] diría que no tengo nada que decir.

P02: A mí la verdad no me cuesta poner atención y el tema de participar tampoco. Tal vez a otros compañeros tal vez se distraen mucho, entonces hacer tal vez la clase más interactiva, como tal vez juegos, pero educativos. Eh, sí, como más interactivo para los otros compañeros.

P03: La verdad, como uno se toma el tiempo de ir donde la profesora y evacuar la, la duda uno mismo, siento que no hay ningún problema, ¿verdad? Bueno, la interacción con la profe Kris, como ella se toma el tiempo de, de hacer un circulito con los compañeros y, y decir: "Bueno, la pregunta treinta y dos, pa pa pa, pa pa pa", ¿verdad? Y cada quien, no sé, si el compañero tiene una mala, él comparte su idea y por qué. Siento que eso está bien. Entonces, hasta cierto punto no tengo ninguna queja.

P04: Eh, la verdad, yo soy una persona que se distrae mucho, pero me gusta tener la libertad de que Kris me deje levantarme y todo cuando me pongo interactivo. Tal vez uno dice que tal vez no se hacen cosas interactivas, digamos, ya más como interactivas, porque, digamos, yo siento que aquí hay mucha gente adulta, digamos, entonces no están para jueguitos, tal vez. A mí me encantaría, en lo personal, yo sería feliz porque yo soy muy loca, digamos, ya la gente acá me conoce que yo soy la que distrae a todo el mundo.

P05: No, no hay ningún ajuste que pueda agregar. La verdad, todo está bien. Solamente es decisión de uno si quiere participar o no. La verdad, el participar es bastante bueno, porque aparte de que tal vez usted podría estar equivocado, podría resolverle la duda y volver a, a repetir el tema.

Moderadora: Vale, eh, siguiente pregunta. ¿Saben lo que es la relación calidad-precio? Les explico. Este, tipo, no sé, tengo... este lapicero. Este lapicero, este, tiene bastante tinta, me sirve mucho y pagué quinientos colones por este lapicero, digamos. No sé, por ese precio. Eh, me sirve bastante este lapicero, es de buena calidad, este, no se me acaba rápido la tinta, si lo dejo así no se me seca. Vale la pena el precio, a eso me refiero. Entonces, imagínense que el lapicero es el instituto y los quinientos colones es lo que ustedes pagan por las clases. Entonces, la pregunta es: ¿cómo percibe la relación entre el costo del servicio y el valor recibido? O sea, calidad-precio, es lo mismo.

P01: La verdad es que bien, porque digamos, hay clases extras que da la profe y la verdad es que eso es un, un boom para, digamos, para los que pueden aprovecharlo y nada más.

P02: Yo siento que eso de parte de la academia es excelente, ya que como dijo el compañero, si uno quiere estar en todas las clases posibles que este instituto da, pues usted lo puede hacer sin tener que pagar algo extra o incluso, cuando uno paga, pues le incluye de lunes a viernes y la profe Kris, como se preocupa por nosotros por pasar y también la profe Mari, que ellos de verdad quieren que uno y pues sea bachiller, entonces ofrecen clases de fin de semana a ningún costo adicional. Entonces, siento que la verdad sí está muy completa. Las cosas que dan, como los folletos, son de muy buena calidad. Entonces, siento que en esa parte están excelentes.

P03: Eh, hasta cierto punto pensó que es muy barato con el compromiso que tienen los profesores, la verdad, que son unos profesores de muy buena calidad y ellos nos ayudan bastante. Entonces, el precio termina siendo muy accesible para el compromiso que tienen los profesores, ¿verdad? Vuelvo y repito, eh, la profesora de Matemáticas se queda de ocho a ocho. Entonces, ese compromiso para ese precio es súper accesible.

P04: Diay, la verdad, para, para lo que es, para contando también la calidad de profesores y de personas que hay en ese instituto, la seguridad y la atención personalizada que no se ve en ningún instituto, que digamos que de verdad se ve el interés en uno, en que uno pase, en que de verdad hay una cierta preocupación como profesor y todo, y profesora, digamos, la verdad es que el precio sí lo vale. No, yo siento que no es tan caro, digamos, pero que sí, sí lo vale.

P05: La verdad, yo siento que la calidad es bastante buena por el precio, pues a final de cuentas es un sacrificio lo que tienen los profesores de estar repitiéndonos las cosas, sacando tiempo para darnos la atención de ellos y podemos entender mejor un tema que tal vez estamos perdidos. Aparte de los materiales, de cómo están las aulas, del tratamiento, etcétera, etcétera, etcétera.

Moderadora: Bueno. Ahora, ¿qué promociones o facilidades de pago serán más útiles para ustedes?

P01: No tengo nada que decir, no siento que necesiten ofertas.

P02: Yo siento que, pues, la academia para mí es bastante barata por, con lo que viene incluido. Tal vez sí me gustaría que tuvieran un datáfono, que si yo tengo entendido, antes lo tenían, pero por impuestos y todo eso, que se ponían muy caros, pues lo quitaron. Pero siento que sería algo mucho más cómodo de tener ya para pagar. Uno no, no siempre tiene efectivo y tal vez no, no tiene una mano para hacer SINPE. Entonces, con un TAP tal vez sería más, más fácil.

P03: Ah, bueno, en mi caso, vuelvo y repito, eh, lo que se paga para la calidad de profesores es muy poco. Entonces, no-- más, más promoción o un precio más accesible no haber podido que el que hay, la verdad.

P04: Diay, la verdad, yo siento que con el precio todo bien. Y tal vez, tal vez hacer ciertas promociones como que las personas que llevan dos cursos, digamos, o algo así, como el curso de una UCR y TEC, tal vez hacer una promoción dentro de eso o algo así.

P05: Pues siento que el precio está bastante bien. Si hacen una promoción, que por favor me avisen. Pero pues yo siento que todo es accesible, la verdad. Yo siento que tal vez debería hacer como un viernes de pizza, tal vez. Pero ya después de ahí todo está cachete.

Moderadora: Bueno. Ya casi acabamos. Si un amigo les pide consejo, ¿qué les dirían sobre la academia?

P01: La verdad es que sería la mejor opción, depende, depende de las opciones que tengan ellos, pero la recomendaría, la verdad, porque es mucho mejor, venta más rápido y la verdad es que la academia tiene un buen plan de estudio, la verdad, y muy bueno.

P02: Pues sí. [risas] Pues yo siento que la verdad, si alguna persona me preguntaría que si yo recomiendo esa academia, totalmente como dijo el compañero, siento que para la calidad que uno recibe de educación, tanto de los profesores, por lo que se paga es muy poco y viene muy completo. Entonces, sí, le doy un diez de diez, la verdad. Muy agradecida y también con ese hecho de que los profesores lo quieren ver a uno de verdad pasar y si uno pasa, pues ellos se sienten realmente felices. Entonces, más que una relación profesor-estudiante, que es más como estructurado, es más como un amigo.

P03: Siempre, siempre recomendaría la, la academia, la verdad. Vuelvo y repito, la calidad es superbuena, el precio es demasiado accesible. Entonces, siempre, siempre la recomendaría.

P04: Yo también. Yo la verdad decía: es una academia muy buena y también la recomendaría.

P05: La verdad, ya le he recomendado la academia a muchos amigos, porque todo el aprendizaje es bueno, es muy accesible, aparte es un lugar muy bonito, seguro. Habría más, más interés entre otros lugares, digamos, otras personas de otros lugares que puedan venir aquí, sea algo más fácil para sacar quinto año o que están estancados o por alguna razón.

Moderadora: Bueno. ¿Qué aspectos creen que diferencian a esta academia frente a otras alternativas? Otras alternativas pueden ser otras academias, institutos, colegio, estudiar solos, etcétera.

P01: Diría que esta sería la mejor porque se enfoca más en uno y no en solo copien, copien y ahí los dejo tirados. Esto sería mejor porque, digamos, la profe Kris se sienta con uno y le explica más los temas. Aparte, son pocas horas a un colegio normal y el tiempo también es muy, muy importante.

P02: Yo, pues no tengo, eh, experiencia en otros institutos, pero comparando esto con estudiar solo, siento que estudiar aquí es mil veces mejor, ya que si usted no entiende algo, bueno, los profesores siempre le van a ayudar a explicarle cincuenta millones de veces si es necesario, sin juzgarlo, sin hacerlo sentir tonto. Em, y más bien, si usted no entiende, más bien lo tratan de

motivar y decirle que usted puede. Entonces, siento que el apoyo siempre está ahí y eso es algo muy importante.

P03: Comparado a un colegio, el orden en el instituto es excelente. La verdad, a lo que viví en ciertos colegios, las materias no se llevan, ¿cómo explicarlo? No se ven por completo. Quizás solo se ven hasta cierto punto. En cambio, aquí en el instituto sí lo abarcamos todo, todo, todo, absolutamente todo para que no quede ninguna duda. Entonces, eso es lo que diferencia al instituto de un colegio.

P04: Que digamos, no hay tanto problema, digamos, por el hecho de, de amistades. Aquí la gente no se impone en cosas de si usted está enojado, que no sé qué, que no sé cuánto, digamos, usted se traga, digamos, las cosas y no, no hace que sea parte del ambiente, digamos. O sea, que cualquier problema que pase aquí se puede resolver. Digamos, no hay eso de que no me hable porque usted es amiga de aquel o algo así, digamos, como pasa en los colegios, que hay tanto problema así de grupitos, aquí es como más tranquilo en ese sentido.

P05: Pues yo siento que la verdad es más calidad, porque en colegios es como que hay más distractores, hay compas que nada que ver. Todo es más serio, es más tranquilo, es directo a lo que va, que sería solamente aprender materia y no como a que se presta para otras cosas, como no sé, tal vez escaparse de alguna materia o no venir porque da pereza. La verdad es que el horario es bastante bueno para estar diciendo como que faltar. Las clases son bastante rápidas, aparte el tiempo se pasa rapidísimo y no es bastante pesado.

Moderadora: Bueno. ¿Qué factores podrían dificultar que continúen o finalicen el curso? Es decir, ¿qué cosas podrían dificultarles o ya de por sí les dificultan a ustedes el estar viniendo acá y recibir las clases o tener la virtual, que podrían hasta hacerlos dejar de venir acá, básicamente? Tipo, este, el tiempo, eh, sus economías, el transporte, la tecnología, ¿qué les podría dificultar?

P01: No tengo ninguna.

P02: Yo tampoco tengo ninguna.

P03: La verdad, lo único que podría hacer que deje el curso, es que pasar los exámenes. Nada más, nada más. No tengo nada más que decir.

P04: No, digamos, algún factor así ya saliéndose, ya es como notas nada más, que yo me queda, ya ahí me salgo de acá. [risas] O sea, si me quedo en alguna, me salgo de un colegio. Aunque no quiera.

P05: Pues no, no tengo nada de qué como opinar. Yo siento que no dejaría el curso por nada. Es bastante fácil poder intentar pasar aquí, además de aprender. Y yo siento que también los profesores le dan oportunidades a los estudiantes muchas veces, si fuera el caso que se quedaran bastantes veces.

Moderadora: Bueno. Si pudieras cambiar una sola cosa para mejorar tu experiencia, ¿cuál sería y por qué?

P01: Yo creo que para mí todo está bien por el momento.

P02: Siento que la verdad todo está muy bien. O sea, tal vez así poniéndose muy selectiva, em, de que los pupitres sean como los cafés, que son grandes, espaciosos, que tienen lugar para poner... Ajá. Pero es algo muy, así muy, muy pequeño, siente la verdad.

P03: La verdad, yo no tengo ninguna. Todo súper bien, muy bonito.

P04: Yo diría mi horario, pero me van a funar. [risas]

P05: Los pupitres, porque necesitan ser más espaciosos, más tomacorrientes para cargar el teléfono o lo que sea, eh, viernes de pizza y, y ya nada más. Y que Kris se tomó un descanso porque trabaja mucho.

Moderadora: Okey, últimas dos preguntitas. En una palabra o frase corta, ¿cómo describe su experiencia en general en la academia hasta ahora? Palabra o frase corta.

P01: Mucho mejor aprendizaje.

P02: Diría que buena experiencia.

P03: Satisfactorio.

P04: Demasiado bien.

P05: Muy buena.

Moderadora: Ya para la última pregunta, ¿deseas agregar alguna recomendación final para la dirección académica?

P01: Que se tome aunque sea unas vacaciones, un descanso, un día de relajo, que aunque sea un sabadito o un sábado que descanse y no tenga clases y nada más.

P02: Sí, yo también le doy esa misma recomendación a Kris, porque siento que todos la queremos mucho y que obviamente necesita pues su descanso y también tal vez no estrese hace tanto por nosotros. Eso se, se valora la verdad muchísimo, porque entonces se nota más cariño, más importancia hacia el estudiante, pero tal vez que no se estrese tanto por unas cosas tan pequeñitas, porque pues eso le puede pasar la factura y no queremos que le pase nada.

P03: Y un viajecito, paseíto relajante, creo que le vendría bien.

P04: No, sí está, está muy buena esa idea, la de un paseíto relajante. Y nada más. Yo creo que ya he criticado mucho. [risas] Pero amo este instituto.

P05: Ya dije una vez, lo vuelvo a decir, un descansito para Kris, trabaja bastante, aunque sea ahí unas vacaciones, o sea, ahí en la playa o lo que sea, lo que a ella le guste, un tecito, un cafecito y todo relax, que disfrute del frío, del calor, lo que a ella le guste, etcétera. Un descansito para Kris.

Moderadora: Bueno, muchas gracias. Eso sería todo. Les agradezco su tiempo y opiniones.

[Fin de la grabación]

Anexos

1. Tablas de Especificaciones

1.1. III Ciclo

[Estudios Sociales 02-2026](#)

[Ciencias 02-2026](#)

[Inglés 02-2026](#)

[Formación Ciudadana 02-2026](#)

[Matemáticas 02-2026](#)

[Español 02-2026](#)

1.2. Educación Diversificada a Distancia

1.2.1. Prueba 1

[Estudios Sociales 02-2026](#)

[Biología 02-2026](#)

[Inglés 02-2026](#)

[Educación Cívica 02-2026](#)

[Matemáticas 02-2026](#)

[Español 02-2026](#)

1.2.2. Prueba 2

[Estudios Sociales 02-2026](#)

[Biología 02-2026](#)

[Inglés 02-2026](#)

[Educación Cívica 02-2026](#)

[Matemáticas 02-2026](#)

[Español 02-2026](#)

1.3. Bachillerato por Madurez Suficiente

[Estudios Sociales 02-2026](#)

[Biología 02-2026](#)

[Inglés 02-2026](#)

[Educación Cívica 02-2026](#)

[Matemáticas 02-2026](#)

[Español 02-2026](#)

1.4. Naturalización

[Español 02-2026](#)

[Historia y Valores de Costa Rica 02-2026](#)