

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**ESCUELA DE POSGRADO**



**Desarrollo de una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del  
Instituto de educación superior tecnológico privado, Chiclayo 2022**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR**

Karim Gianella Ramírez Requejo

**ASESOR**

Angel Eduardo Llatas Rivas

<https://orcid.org/0000-0002-1452-808X>

**Chiclayo, 2023**

**Desarrollo de una propuesta de valor a partir del mercado  
objetivo del Instituto de educación superior tecnológico privado,  
Chiclayo 2022**

**PRESENTADA POR**

Karim Gianella Ramírez Requejo

A la Escuela de Posgrado de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo para  
optar el grado académico de

Maestro en Administración y Dirección de Empresas

**APROBADA POR**

Pedro Jesús Cuyate Reque

**PRESIDENTE**

Katherine Carbajal Cornejo

**SECRETARIO**

Angel Eduardo Llatas Rivas

**VOCAL**

## **Dedicatoria**

Dedico esta investigación a todos los profesionales que luchan arduamente por ser mejores cada día, especialmente a los colaboradores de la empresa donde trabajé durante cinco años, ya que en ella descubrí la vocación para dirigir y administrar una organización.

## **Agradecimiento**

Agradezco infinitamente a Dios, por sus bendiciones; a mi familia, especialmente a mi amada madre Maura Herlinda Requejo de Ramírez ,amado esposo Henry Ronald Aldana Bravo ,porque han sido la piedra angular en el desarrollo del presente trabajo de investigación y a mis amados hijos Orlando y Santiago, por comprender cuando mamá se sentaba a trabajar en sus sueños.

# Desarrollo de una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del Instituto de educación superior tecnológico privado, Chiclayo 2022

## INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>10%</b>	<b>9%</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>tesis.usat.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>renati.sunedu.gob.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Universidad Alas Peruanas</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>cdn.www.gob.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>martin.click</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>

9	<a href="http://www.zid.tugraz.at">www.zid.tugraz.at</a> Fuente de Internet	<1 %
10	<a href="https://e94e433f-8891-4ff5-a356-732dec2898b7.filesusr.com">e94e433f-8891-4ff5-a356-732dec2898b7.filesusr.com</a> Fuente de Internet	<1 %
11	<a href="http://repositorio.ucsg.edu.ec">repositorio.ucsg.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
12	<a href="http://blog.nuthost.com">blog.nuthost.com</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Fuente de Internet	<1 %
14	<a href="http://repositorioacademico.upc.edu.pe">repositorioacademico.upc.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
15	<a href="http://rraae.cedia.edu.ec">rraae.cedia.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
16	<a href="http://tesis.pucp.edu.pe">tesis.pucp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
17	<a href="http://www.emerald.com">www.emerald.com</a> Fuente de Internet	<1 %
18	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
19	<a href="http://www.fmath.um.es">www.fmath.um.es</a> Fuente de Internet	<1 %

20	<b>www.seeci.net</b> Fuente de Internet	<1 %
21	<b>www.web.facpya.uanl.mx</b> Fuente de Internet	<1 %
22	<b>"Proceedings of the International Conference on Information Technology &amp; Systems (ICITS 2018)", Springer Nature, 2018</b> Publicación	<1 %
23	<b>revistas.upb.edu.co</b> Fuente de Internet	<1 %
24	<b>"HCI International 2021 - Late Breaking Papers: Cognition, Inclusion, Learning, and Culture", Springer Science and Business Media LLC, 2021</b> Publicación	<1 %
25	<b>moam.info</b> Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1 words

Excluir bibliografía

Activo

## Índice

Resumen .....	8
Abstract .....	9
Introducción.....	10
Materiales y métodos.....	17
Resultados y discusión .....	18
Conclusiones .....	25
Recomendaciones .....	26
Referencias .....	27
Anexos.....	29

## Resumen

El objetivo de la presente investigación fue desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado, Chiclayo 2022. La metodología aplicada fue de tipo transversal, enfoque cualitativo, nivel aplicado y diseño fenomenológico. Además se utilizó la metodología del design thinking para conocer la experiencia del usuario y la entrevista a profundidad abierta, la cual fue aplicada a 6 estudiantes de los últimos períodos académicos y a expertos en el nivel superior tecnológico, hasta la saturación. Los resultados mostraron que el modelo de negocio de la organización necesitaba actualizarse especialmente en el módulo de segmento de clientes, propuesta de valor, actividades y asociaciones claves, así como en la estructura de costos e ingresos. Se concluye que la propuesta de valor se diseñó considerando las necesidades e intereses de los clientes, los cuales estuvieron enfocados en la mejora de los procesos académicos, administrativos y comerciales de la empresa en estudio.

Palabras clave: Propuesta de valor, canvas, design thinking, mercado objetivo.



### **Abstract**

The objective of this research was to develop a value proposition from the target market of the Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado, Chiclayo 2022. The methodology that was applied was of a transversal type, qualitative approach, applied level and phenomenological design. In addition, the design thinking methodology was used to know the user experience and the open depth interview, which was applied to 6 students from the last academic periods and to experts in the higher technological level, until saturation. The results showed that the business model of the organization needed to be updated especially in the module of customer segment, value proposition, key activities and associations, as well as in the cost and revenue structure. It is concluded that the value proposition was designed considering the needs and interests of the clients, which were focused on improving the academic, administrative, and commercial processes of the company under study.

Keywords: Canvas, design thinking, target market, value proposition.

## Introducción

A nivel mundial, particularmente en Europa y Estados Unidos, los modelos de negocio representan un vaivén de decisiones en torno a sus propuestas de valor, ya que de esta manera se ha comprobado su continuidad en el tiempo.

Según Osterwalder y Pigneur (2011) es conocido que, en Europa muchas empresas han fracasado debido a la gestión tradicional de sus gobiernos, sobre todo porque no se ha prestado especial atención al nexo que debe existir entre los elementos que les generan valor. Por su parte Estados Unidos, ha venido innovando al respecto, implementando metodologías ágiles para desarrollar modelos de negocio bien estructurados y sobre todo pensados en el cliente.

Steinbeck (2017) señala que el ámbito empresarial se ha visto involucrado en cambios continuos, entre ellos se puede evidenciar el uso de modelos de negocio innovadores y creativos centrados en la persona. Tal es el caso de una de las organizaciones más innovadoras del mundo IDEO, cuyo éxito se ha debido a la aplicación de un método llamado Design Thinking (DT).

Osterwalder y Pigneur (2011) señalan que un modelo de negocio en general, explica cuatro cosas: qué producto o servicio venderá una empresa, cómo pretende comercializarlo, a qué tipo de gastos se enfrentará y cómo espera obtener beneficios.

De acuerdo con Arias (2020) “las organizaciones se enfrentan a mercados competitivos y globalizados, así como a constantes cambios ambientales que a menudo requieren una reestructuración organizativa de los modelos de negocio para impulsar el desempeño”(p.163). Por su parte Osterwalder y Pigneur (2011) consideran que los componentes de los modelos de negocio son vitales para ayudar a los empresarios a comprender los elementos centrales del negocio: crear, entregar y capturar valor.

Ontaneda y Quiroga (2020) señalan que en el Perú existen muchos modelos de negocio exitosos. En el rubro gastronómico tenemos por ejemplo al grupo Gastón Acurio, ya que si bien se han esforzado por implementar productos nuevos, su innovación más resaltante es en su modelo de negocio.

No obstante existen en la región Lambayeque, modelos de negocio tradicionales, que no generan valor para sus clientes, tal es el caso del Instituto Tecnológico Privado de

Chiclayo, en donde se observa una creciente deserción estudiantil, baja rentabilidad, incumplimiento en el pago de obligaciones económicas con los proveedores, falta de reinversión, procesos de enseñanza poco eficientes, entre otros.

Es por ello que se pretende dar respuesta a la siguiente interrogante: ¿Cuál es la propuesta de valor para el IEST Privado, Chiclayo, 2022? Para ello el presente estudio cualitativo, se planteó como objetivo general desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022 y para alcanzarlo se trazaron como objetivos específicos, identificar la propuesta de valor emocional e identificar la propuesta de valor racional, del IEST Privado, Chiclayo 2022.

## **Revisión de literatura**

### *Antecedentes*

Pinedo y Saher (2021) realizaron un estudio cuyo propósito fue lograr la validación de un modelo de negocio con Design Thinking. La investigación fue exploratoria y se entrevistó a 45 minimarkets de Chiclayo ubicados en una zona estratégica. En los resultados se aprecia que las interrogantes planteadas a la muestra, estuvieron basadas en los módulos concernientes al modelo de negocio. A partir de estos resultados se concluye que se logró alcanzar el objetivo general de la investigación.

Stabile (2020) realizó una investigación cuyo propósito fue presentar un modelo de negocio que sirviera como guía desde su fase inicial hasta el proceso de innovación continua, a través de metodologías como Design Thinking, Lean y Agile, complementarias entre sí. Se utilizó un diseño exploratorio. La información fue recogida vía guía de entrevista. Entre las conclusiones se halló que se requiere un nuevo modelo de negocio cuyo centro sea el cliente, generador de innovación constante mediante uso de tecnologías y metodologías que proporcionen respuestas ágiles, para que los usuarios puedan validarlas.

Castillo et ál. (2014) realizaron una investigación descriptiva, de diseño exploratorio, respecto a la metodología y herramientas a utilizar para aplicar el pensamiento de diseño. Además se revisaron diferentes herramientas que, de acuerdo a sus características y aplicación, pueden total o parcialmente utilizarse en el desarrollo del DT en el rubro empresarial chileno. Los resultados han posibilitado identificar las características y limitaciones de los mecanismos a utilizar en el proceso de la metodología de pensamiento de diseño. Entre las conclusiones se halló que el

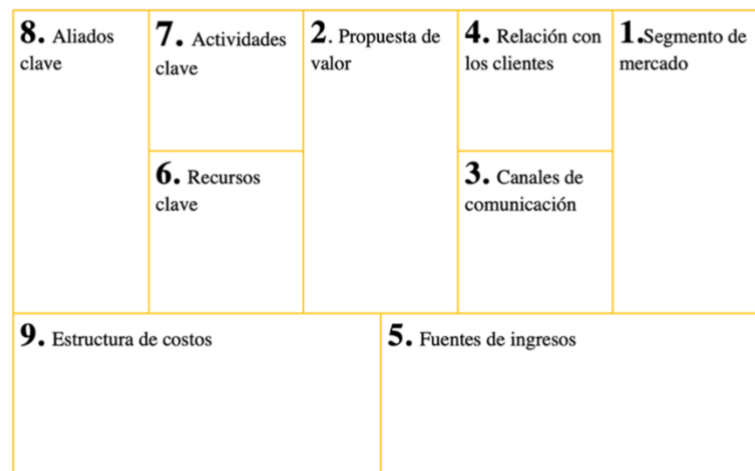
DT es un proceso que proporciona un abanico de herramientas enfocadas en el cliente. Pero debe considerarse que, se trata de un proceso interactivo, y deben establecerse límites en su aplicación.

### *Bases teóricas Modelo de negocio*

Según Osterwalder y Pigneur (2015), el modelo de negocio es un recurso modular, cuyo propósito es recoger información apropiada para la creación, ofrecimiento y captación de valor, que conlleven a la adquisición de recursos económicos. Consideran nueve módulos elementales:

**Figura 1.**

Adaptado del *Lienzo de modelo de negocio*



*Nota:* Adaptado del *Lienzo de modelo de negocio*, de Osterwalder & Pigneur, 2011, *Generación de Modelos de Negocios*.

### *Segmento de mercado*

Lo más relevante e importante en cualquier modelo de negocio, son los clientes, porque no existe empresa que pueda subsistir en el tiempo si no cuenta con clientes. Es por ello que se deben agrupar según sus necesidades, comportamientos y características afines, para obtener una satisfacción creciente, probablemente. De esta manera se identifican diferentes segmentos de mercado : grandes o pequeños.

### *Propuesta de valor*

Es la causa, que conlleva a que los clientes prefieran a una empresa de otra; su propósito es hallar la solución a un problema y lograr la satisfacción de alguna necesidad del usuario.

### *Canales de comunicación*

Ayudan a generar medios de comunicación entre la empresa y diversos segmentos de mercado, logrando proporcionar la propuesta de valor.

### *Relación con los clientes*

Hay que determinar qué tipo de nexo buscan generar las empresas con cada segmento de mercado. El contacto directo que pueda existir, ha de ser personal o automatizada, y debe verse reflejada en la experiencia global del cliente.

### *Fuentes de ingresos*

Responden a los recursos económicos que se pueden adquirir, identificando los valores, que podrían estar dispuestos a pagar los potenciales clientes. Previa elección, la empresa puede optar por indefinidas fuentes de ingreso.

### *Recursos clave*

Posibilitan que las organizaciones se enfoquen en generar y ofertar una innovadora propuesta de valor. Además propician el contacto directo con los clientes, lo cual conlleva a producir ingresos.

### *Actividades clave*

Son de gran importancia y con las que una empresa, que desea ser exitosa, debe iniciar, al igual que el módulo anterior conllevan a crear y repotenciar la propuesta de valor. Estas actividades claves se renuevan en función al enfoque de modelo de negocio.

### *Aliados clave*

Asociarse y generar alianzas y/o convenios apuntando a diversos motivos, dará como resultado la optimización del modelo de negocio.

### *Estructura de costos*

En este módulo se detallan gastos que se realizan al desarrollar un determinado modelo de negocio.

### *Design Thinking*

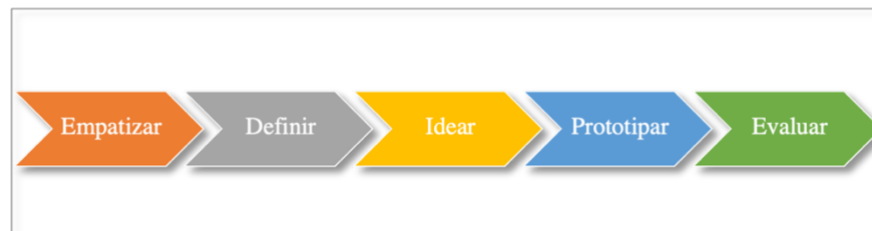
La innovación resulta ser el eje transversal en el rubro empresarial, pero no debe centrarse persistentemente en el mercado, sino que es igual de relevante tomar ventaja en razón de la competencia. Por tal motivo el Design Thinking (DT) deviene en importante, ya que es una metodología que coloca en el centro a la práctica de la innovación en la empresa, buscando la creación de servicios o productos que llenen las expectativas de los usuarios.

De acuerdo con (Brown, 2013, citado en Pinedo *et al*, 2021), el Design Thinking, se orienta hacia la sensibilidad del diseñador y a su perspectiva para resolver problemas relacionados a las exigencias de los usuarios; de modo que las posibles soluciones sean tecnológicamente factibles y comercialmente viables.

Las fases que propone Design Thinking han cambiado constantemente, ello debido al enfoque que tenga a bien darle cada autor. En la presente investigación se tomarán en cuenta 5 fases que Tim Brown denomina como etapas principales:

Figura 2.

#### *Pasos elementales del Design Thinking*



*Nota: Adaptado de Pasos elementales del Design Thinking, de Plattner, 2012, Mini guía: una introducción al Design Thinking.*

### *Empatizar*

Esta etapa es primordial, ya que tiene como objetivo colocarse en el lugar del cliente. Resulta vital, detenerse a observar cómo se

comportan las personas, para poder identificar sus necesidades e insatisfacción.

Según Plattner (2012), este es el cimiento, sobre el cual descansa el DT, ya que se centra en la comprensión de las usuarios de la organización, considera preponderante observar a las personas, a quienes metodológicamente se les denomina adoptantes tempranos, y el contexto en los que se piense desarrollar la investigación.

#### *Definir*

Aquí se esquematiza la información recopilada de las personas, con la finalidad de dar soluciones probables e innovadoras a lo observado. Se deben tomar en cuenta tres aspectos de vital importancia: “Who”, “Needs” e “Insight”

Para Plattner (2012) esta fase consiste en concentrarse en el diseño, definiendo o redefiniendo los conceptos del proyecto. Este se debe adecuar a lo que se recibió por parte del usuario y del contexto. En esta etapa se plantea crear un “Point of View”, mismo que se utilizará como guía para dedicarse específicamente a un usuario.

#### *Idear*

Aquí se apunta a la creación y evaluación de conceptos que den alternativas de solución al problema. Resulta necesario dar a conocer las ideas mediante mecanismos visuales como gráficos, figuras, bosquejos, Etc. El brainstorming es un recurso sustancial para ser utilizado, ya que saca provecho de la forma de pensar colectiva del equipo, construyendo ideas novedosas orientadas a la problemática identificada en el público objetivo.

Plattner (2012) señala que se deben delinear los conceptos y materiales para el diseño del prototipo, así como soluciones basadas en la innovación, de esta manera se generarán diversas ideas, que posteriormente permitirán elegir la mejor solución al problema.

#### *Prototipar*

Implica desarrollar el producto a través de esquemas, bosquejos, entre otros. Experimentar, resulta ser el eje transversal del proceso creativo, y el prototipo es el medio más útil para llevar a cabo

la venta y socialización del proyecto. Materializar rápidamente las ideas, permitirá evaluar, re- definir y elegir la mejor. Este proceso es cíclico y constante, y da pie a poder pulir la idea hasta obtener el prototipo de solución que busca el consumidor.

Para Plattner (2012), el prototipo viene a ser el uso de elementos que otorguen datos a través de gráficos u objetos, y así aproximarnos a la solución final, permitiendo la experimentación de nuestros usuarios.

### *Evaluar*

El Design Thinking, en su etapa final, después de la socialización del prototipo con nuestros futuros clientes, ejecuta la evaluación de la información, la reacción y vivencias de las personas durante la interacción con el bosquejo del producto. Esta fase busca, constatar si el producto o servicio expuesto reúne las características que satisfagan las necesidades e intereses del usuario, ya que es el único momento que nos permite cambiar la solución, como el prototipo y reestructurar aspectos que no fueron considerados, de tal forma que ofrezcamos un producto o servicio a disposición de quien lo desee consumir y así fortalecer la interrelación entre ambas partes.

Según Plattner (2012) evaluar implica recoger la información que se obtuvo de los usuarios, tras haber desarrollado la retroalimentación respecto a los prototipos creados. En esta etapa se busca también empatizar con las personas, perfilando soluciones que posteriormente se tendrán que testear considerando el contexto de cada usuario.



## **Materiales y métodos**

La presente investigación es cualitativa, porque se analizó profundamente el mercado objetivo del IEST Privado de Chiclayo. Es además de nivel aplicado, ya que se desarrolló en un caso específico y de diseño fenomenológico ya que no se conoció la necesidad más sentida del mercado objetivo de dicha institución educativa.

Para ser claros y propiciar un clima de comprensión en los participantes frente a sus experiencias cotidianas, respecto al servicio educativo recibido, el método que se utilizó involucró:

Determinar mediante la inducción códigos, categorías y temas reveladores (Hernández et ál., 2014).

Hipotetizar afirmaciones provenientes de la entrevista en profundidad (Erickson, 1986, citado en Hernández, et ál, 2014).

Analizar las narraciones de las experiencias de los participantes, hasta la saturación y de expertos, que permitan conceptualizar la propuesta de valor a través de una matriz de resultados.

Cada uno de los estudiantes que conformaron la muestra, participaron en una entrevista en profundidad de una hora a hora y media de duración, asimismo los directivos y expertos, donde se plantearon preguntas abiertas relacionadas a la gestión institucional, académica y programa de estudios, infraestructura física, equipamiento y recursos educativos, personal directivo, jerárquico y docente, previsión económica y financiera y servicios educacionales complementarios.

Cabe precisar que para recolectar los datos, se solicitó a la empresa, la emisión de una carta de autorización para tener acceso a sus instalaciones para la aplicación del instrumento a sus estudiantes, así como la presentación del plan de devolución de resultados. El instrumento fue aplicado hasta la saturación, a los estudiantes, directivos y experto en las instalaciones proporcionadas por la gerencia. Previo a la aplicación, se presentó el formato de consentimiento informado a los entrevistados, mismo que fue firmado debidamente.

Posteriormente, los resultados fueron transcritos en formato word y luego procesados a través de Microsoft Excel.

## Resultados y discusión

Para la obtención de los resultados, se analizó el modelo de negocio tradicional del Instituto superior tecnológico privado, Chiclayo 2022, considerando los nueve módulos del lienzo Canvas, donde se identificó que su segmento de clientes son los estudiantes que han terminado 5to de secundaria. Como propuesta de valor, ofrece formar cocineros especialistas en cocina regional, peruana e internacional. En cuanto a la relación con los clientes, se comunican con ellos de manera directa y a través de diferentes redes sociales, como Facebook, Whatsapp, Instagram y Tik tok, las cuales además sirven como canales de venta, para la captación de estudiantes que ingresan al primer período académico.

Para generar sus ingresos, realizan dos procesos de admisión, cuyas matrículas son programadas según el calendario administrativo del instituto, asimismo las pensiones fraccionadas hasta en cinco cuotas. Un ingreso económico importante es también, la recaudación de los cursos cortos y talleres modulares, cuyos costos son cancelados en su mayoría en una sola cuota, y se aperturan dos o tres veces al mes.

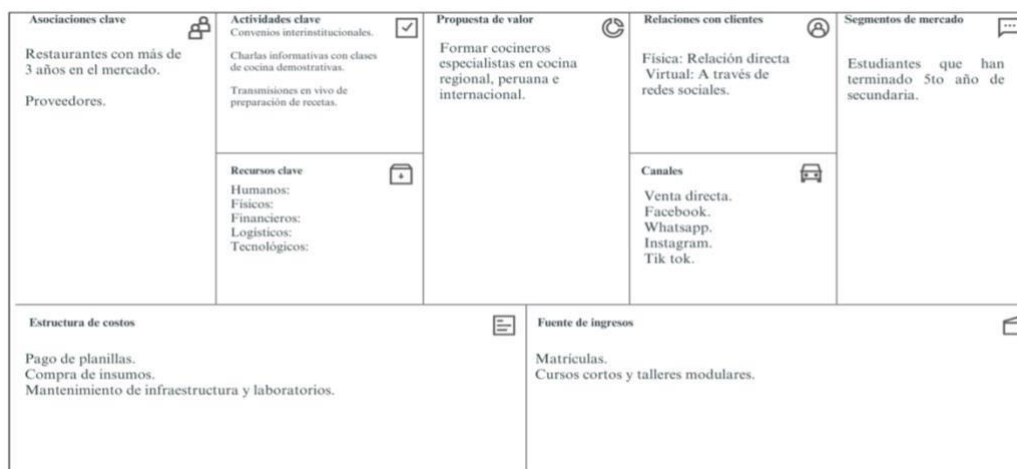
Los recursos claves con los que trabajan son humanos, físicos, financieros, logísticos y tecnológicos. Las actividades clave que realizan se basan en la celebración de convenios interinstitucionales, charlas informativas con clases de cocina demostrativas, transmisiones en vivo de preparación de recetas. El itinerario formativo que se imparte en el programa de estudios, exige desarrollar experiencias formativas en situaciones reales de trabajo, por lo que, las asociaciones clave con restaurantes de la región, permiten que los estudiantes del primer, segundo y tercer año de la carrera, lleven a cabo sus prácticas profesionales y de esta manera perfeccionar sus técnicas culinarias así como competencias gastronómicas.

Una asociación clave también es la que existe con los proveedores de alimentos, ya que para el desarrollo de las clases prácticas de cocina, se estandarizan las recetas y se requieren de insumos de calidad. Los costos que asume el IEST Privado, Chiclayo 2022 son el pago de planillas, compra de insumos, mantenimiento de infraestructura y laboratorios.

La figura 3, que a continuación se presenta, resume el modelo de negocios tradicional con el que cuenta la empresa en estudio:

Figura 3.

Modelo de negocio tradicional del Instituto superior tecnológico privado Chiclayo



Nota: Adaptado del Lienzo del modelo de negocio, de Osterwalder & Pigneur, Generación de modelos de negocios.

La presente investigación planteó como objetivo general desarrollar una propuesta de valor a partir de su mercado objetivo. A continuación se presenta el mapa de empatía de los estudiantes que fueron entrevistados, para tal finalidad:

Figura 4.

Mapa de empatía de los estudiantes entrevistados



Nota: Elaboración propia.

La información que a continuación se presenta, se basa en la entrevista a profundidad que se aplicó a los estudiantes del IV, V y VI período académico.

Para el logro del primer objetivo específico, se indagó en la subcategoría propuesta de valor emocional incidiendo en el factor gestión institucional donde se obtuvo como resultado que los seis estudiantes entrevistados concuerdan con que la organización institucional es muy buena, debido a la buena comunicación, trato adecuado, afinidad con todos sus miembros y gestión académica adecuada, lo cual permite que se preparen para poder trabajar en otros restaurantes. Sin embargo consideran que *“hay aspectos que deben mejorarse”* : la entrega de insumos para las clases de cocina, el acceso al aula virtual, los horarios, estrategias de marketing en las redes sociales y el tiempo de espera para obtener respuesta a una solicitud.

Respecto a la gestión académica y programa de estudios, se aprecia que los seis estudiantes entrevistados coinciden en que el programa de estudios les permitirá insertarse en el campo laboral, aportando nuevos conocimientos y/o tendencias basadas en la aplicación de técnicas culinarias. Asimismo se aprecia que dos de ellos valoran la trayectoria de los chefs instructores, puesto que manifestaron: *“los conocimientos impartidos, tienen una buena base relacionada a los conocimientos previos de los instructores, quienes brindan información muy bien fundamentada, concisa y precisa”*, aspecto que fue reforzado por otro entrevistado quien señaló que *“los chefs, se preocupan mucho porque el estudiantado adquiera nuevos conocimientos y estén preparados para el mundo laboral, donde se requieren cocineros creativos y que maximicen sus ideas”*. Otro entrevistado considera además, que se cuenta con un programa de estudios completo, ya que se brindan conocimientos en cocina regional, peruana e internacional, lo cual hace que se tenga una gran diferencia con otros institutos. Se evidencia que solamente un entrevistado considera que los idiomas no le son de gran ayuda, ya que a futuro no piensa trabajar en el extranjero.

La información obtenida, respecto a la infraestructura, equipamiento y recursos educativos, fue calificada como muy buena. Ello según lo manifestado por un entrevistado : *“han sabido aprovechar, distribuir y ambientar el sitio en donde está el Instituto, tanto las aulas como los talleres, cuidando hasta los mínimos detalles”*. Lo cual fue apoyado por otro entrevistado, quien manifestó: *“después de la pandemia los talleres han sido mejor equipados, con utensilios suficientes para todos los estudiantes”*. No obstante, se incide en el mejoramiento de accesibilidad al aula virtual, ya que en ocasiones solamente se admiten a 100 participantes, asimismo se sugiere reactivar el patio de comidas para evitar salir a

comprar fuera del instituto, renovar los proyectores, sistema de audio en las aulas e iluminación y ventilación de algunas aulas del tercer y séptimo piso.

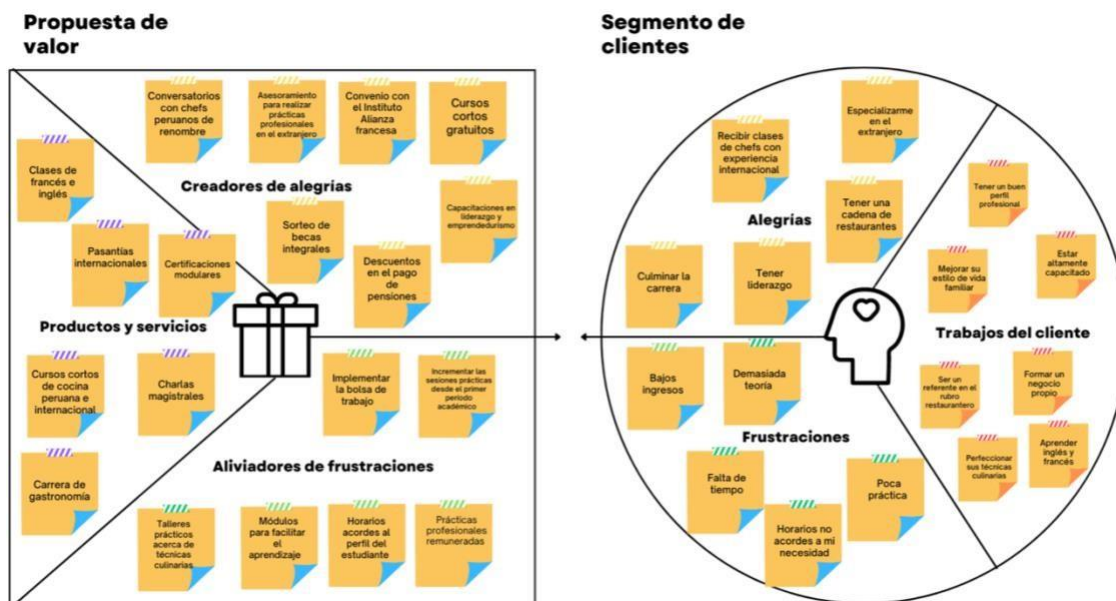
Cuando fueron consultados respecto a su experiencia con el personal directivo, jerárquico y docente, se pudo evidenciar que en su mayoría resaltan el buen trato, confianza, dedicación, comprensión, amabilidad y empatía que reciben de cada uno, con algunas excepciones por parte de la secretaria y coordinadora académica que ocasionalmente no han brindado una buena atención, sintiendo que este trato es injusto. Finalmente se planteó una pregunta orientada a los servicios educacionales complementarios, las respuestas coinciden en que los colaboradores encargados de estas áreas, se encuentran bien capacitados y generan confianza, sin embargo se deben mejorar los horarios de atención, ya que estos deben coincidir con las horas de clase de todos los turnos, esto último avalado por lo manifestado por un entrevistado: *“deberían mejorarse sus horarios de atención, para de esta manera tener mayor acceso y poder ser atendidos oportunamente”*.

Previa interpretación de los datos obtenidos, se procedió con el diseño del perfil del cliente y propuesta de valor, respectivamente, incidiendo en las alegrías las cuales fueron culminar la carrera, tener liderazgo, recibir clases de chefs con experiencia internacional, especializarse en el extranjero y tener una cadena de restaurantes. Respecto a los trabajos del cliente se mencionó tener un buen perfil profesional, mejorar su estilo de vida familiar, estar altamente capacitado, formar un negocio propio, ser un referente en el rubro restaurantero, aprender inglés y francés y perfeccionar sus técnicas culinarias. Como frustraciones se señalaron bajos ingresos, demasiada teoría, falta de tiempo, poca práctica, horarios no acordes a su necesidad. Como creadores de alegrías se indicaron conversatorios con chefs peruanos de renombre, asesoramiento para realizar prácticas profesionales en el extranjero, convenio con el instituto de la Alianza francesa, cursos cortos gratuitos, capacitaciones en liderazgo y emprendimiento, descuentos en el pago de pensiones y sorteo de becas integrales.

En aliviadores de frustraciones se consideraron implementar la bolsa de trabajo, incrementar las sesiones prácticas desde el primer período académico, prácticas profesionales remuneradas, horarios acordes al perfil del estudiante, módulos para facilitar el aprendizaje y talleres prácticos acerca de técnicas culinarias.

Respecto a productos y servicios se tomaron en cuenta clases de francés e inglés, pasantías internacionales, certificaciones modulares, cursos cortos de cocina peruana e internacional, charlas magistrales y carrera de gastronomía.

Figura 5.

*Lienzo de la propuesta de valor*

Nota: Adaptado del Lienzo del modelo de negocio, de Osterwalder & Pigneur, Generación de modelos de negocios.

Luego se procedió con el rediseño del modelo de negocio, en el cual se puede evidenciar que el segmento de clientes está representado por personas que han culminado el 5to año de secundaria y cuentan con un poder adquisitivo medio. A diferencia del modelo de negocio tradicional, se actualizó este módulo, especificando el nivel económico del cliente, ya que de esta manera se facilita la identificación de este. Se observa también una modificación en la propuesta de valor, ya que la plasmada en un inicio, tiene una connotación a manera de misión. Y para fines del presente estudio debemos alinearla en concordancia con los intereses y necesidades del mercado objetivo, es por ello que se replanteó indicando que el cliente podrá acceder a una formación acorde a los estándares internacionales de cocina revalorizando los insumos de la región.

Como canales de comunicación, fueron considerados los directos, ya que se atiende en la sede institucional así como a través de los canales virtuales ( redes sociales). De esta manera se pudo identificar que las relaciones con los clientes se ejecutan de manera física y virtual. Respecto a las fuentes de ingreso, no se observaron muchas variaciones, puesto que el pago de matrículas y pensiones, así como los pagos que se realizan por los programas de actualización, cursos cortos y talleres modulares, resultan ser los ingresos más relevantes. En el modelo de negocio tradicional se visualizó que los recursos clave eran insuficientes, por lo

que se ha incidido en modificar este módulo , en lo humano se ha considerado a los chefs instructores, personal administrativo, comercial y académico, en lo físico a la sede institucional tomando en cuenta que posee nueve pisos, laboratorios de cocina, aulas y el centro de producción, en lo financiero se consideró promociones, facilidades de pago, becas, etc., en los recursos logísticos entre los más importantes se señalaron a la mini van y almacén de insumos, dentro de los recursos tecnológicos se ha especificado el aula virtual, página web y correo corporativo, ya que son recursos de gran importancia porque permiten que el servicio educativo sea más efectivo.

Las actividades clave tomadas en cuenta son los convenios interinstitucionales con restaurantes nacionales e internacionales, charlas informativas con clases de cocina demostrativas, transmisiones en vivo de preparación de recetas, clases de inglés y francés, charlas magistrales con chefs internacionales. Como aliados clave se incluyeron a restaurantes con más de 3 años en el mercado, chefs con trayectoria profesional a nivel internacional, restaurantes con estrellas michelin y soles repsol, proveedores de insumos de buena calidad e institutos de idioma inglés y francés. A diferencia del lienzo anterior, en la estructura de costos se tomó en cuenta el pago de planillas, pago de impuesto a la renta, pago de servicios, compra de insumos, mantenimiento de infraestructura y laboratorios así como la capacitación a colaboradores.

En la figura 6 se podrá apreciar el modelo de negocio propuesto, descrito en los párrafos precedentes:

Figura 6.

*Modelo de negocio propuesto para el Instituto superior tecnológico privado Chiclayo*

<p><b>Asociaciones clave</b> </p> <p>Restaurantes con más de 3 años en el mercado.</p> <p>Chefs con trayectoria profesional a nivel internacional.</p> <p>Restaurantes con estrellas Michelin y soles Repsol.</p> <p>Proveedores de insumos de buena calidad.</p> <p>Institutos que impartan idioma inglés y francés.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Convenios interinstitucionales con restaurantes nacionales e internacionales. Charlas informativas con clases de cocina demostrativas. Transmisiones en vivo de preparación de recetas. Capacitaciones en liderazgo y emprendedurismo. Clases de inglés y francés. Charlas magistrales con chefs internacionales. Actualización y revisión curricular.</p> <p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Humanos: chefs instructores, personal administrativo, comercial y académico. Físicos: sede institucional, laboratorios, aulas, centro de producción. Financieros: Promociones, facilidades de pago, descuentos, becas. Logísticos: Mini van, almacén de insumos. Tecnológicos: Aula virtual, página web, correo corporativo.</p>	<p><b>Propuesta de valor</b> </p> <p>Acceso a una formación acorde a los estándares internacionales de cocina revalorizando los insumos de la región.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Física: De manera directa. Virtual: a través de redes sociales.</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>Venta directa. Facebook. Whatsapp. Instagram. Tik tok.</p>	<p><b>Segmentos de mercado</b> </p> <p>Personas que han concluido 5to año de secundaria con poder adquisitivo de nivel medio.</p>
<p><b>Estructura de costos</b> </p> <p>Pago de planillas.</p> <p>Pago de impuesto a la renta.</p> <p>Pago de servicios.</p> <p>Compra de insumos.</p> <p>Mantenimiento de infraestructura y laboratorios.</p> <p>Capacitación a colaboradores.</p>		<p><b>Fuente de ingresos</b> </p> <p>Pago de matrículas y pensiones de enseñanza.</p> <p>Programas de actualización.</p> <p>Cursos cortos y talleres modulares.</p>		

*Nota: Adaptado del Lienzo del modelo de negocio, de Osterwalder & Pigneur, Generación de modelos de negocios.*



## Conclusiones

1. Se desarrolló la propuesta de valor a partir del mercado objetivo del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado, basada en el Lienzo Canvas propuesto por Osterwalder y Pigneur, desarrollado en nueve módulos.
2. Se identificó la propuesta de valor emocional lográndose conocer cómo es y cuáles son los valores que representan a la organización en estudio, para promover su posicionamiento en el mercado.
3. Se identificó la propuesta de valor racional, considerando las necesidades e intereses de los clientes, y de esta manera conocer los beneficios del servicio que se ofrece.

## Recomendaciones

Se sugiere continuar implementando la presente propuesta siguiendo la metodología aplicada en la recolección de datos, para un mayor involucramiento del cliente a partir de sus experiencias, necesidades e intereses.

Se recomienda considerar las etapas del DT en investigaciones cualitativas, ya que permite conocer a profundidad la experiencia del cliente.

Se sugiere potenciar el acceso al aula virtual, mediante la adquisición de un sistema de gestión del aprendizaje que brinde un soporte técnico más especializado, para que de esta manera se fortalezca el servicio educativo.

Se recomienda actualizar constantemente el modelo de negocio de la organización, especialmente en los módulos de segmento de clientes, propuesta de valor, actividades y asociaciones claves, así como en la estructura de costos e ingresos.

Se recomienda implementar programas de capacitación dirigido a los colaboradores en el que se aborden temas relacionados con la atención al cliente, para que se logre mejorar en este aspecto y así generar más valor a la empresa.

## Referencias

- Castillo, M., Álvarez, A. & Cabana, R. (2014). Design thinking: cómo guiar a estudiantes, emprendedores y empresarios en su aplicación. *Ingeniería Industrial* 35(3) 301-311.  
<https://web.p.ebscohost.com/ehost/results?vid=1&sid=993c07c6-9bad-4dbf-b13d73814394cebf%40redis&bquery=Design+thinking%3a+como+guiar+a+estudiantes%2c+emprendedores+y+empresarios+en+su+aplicaci%c3%b3n&bdata=JmRiPWE5aCZkYj1uZGgmZGI9YnRoJmRiPXVmaCZkYj1paWgmZGI9ZWhoJmRiPWVpaCZkYj16YmgmZGI9a2hoJmRiPWhqaCZkYj1obGgmZGI9bGloJmRiPWY1aCZkYj1sdGgmZGI9bmZoJmRiPWJ3aCZkYj1zaWgmZGI9czNoJmRiPWVudCZkYj0yMmgmZGI9c2VyJmRiPW5sZWJrJmRiPWU4NzFzd3cmZGI9ZTg2NHN3dyZkbGkwPU5MjmRsdjA9WSZkbGQwPW5sZWJrJmxhbm9ZXMmdHlwZT0wJnNIYXJjaE1vZGU9U3RhbmRhcmQmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl>
- Gonzales, C. & Martínez, J. (2014). Gerencia Estratégica E Innovación Empresarial: Referentes Conceptuales. *Revista Dimensión empresarial* 12 (9), 112.  
<https://www.proquest.com/openview/2bd57c817d6dc7e54f926cb147d4a7d3/1?pqorigsite=gscholar&cbl=4801096>
- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). México, D.F.: McGrawHill.
- Oliveros, A., Velásquez, S., Hurtado, M. & Pérez, J. (2016). Reflexiones sobre el impacto del pensamiento de diseño en procesos de formación e investigación en diseño. *Revista Iconofacto* 12(18), 29.  
<https://web.p.ebscohost.com/ehost/results?vid=1&sid=097ff131-601a-4e90-a2aeaf5c95e84032%40redis&bquery=Reflexiones+sobre+el+impacto+del+pensamiento+de+dise%c3%b1o+en+procesos+de+formaci%c3%b3n+e+investigaci%c3%b3n+e+n+dise%c3%b1o&bdata=JmRiPWE5aCZkYj1uZGgmZGI9YnRoJmRiPXVmaCZkYj1paWgmZGI9ZWhoJmRiPWVpaCZkYj16YmgmZGI9a2hoJmRiPWhqaCZkYj1obGgmZGI9bGloJmRiPWY1aCZkYj1sdGgmZGI9bmZoJmRiPWJ3aCZkYj1zaWgmZGI9czNoJmRiPWVudCZkYj0yMmgmZGI9c2VyJmRiPW5sZWJrJmRiPWU4NzFzd3cmZGI9ZTg2NHN3dyZkbGkwPU5MjmRsdjA9WSZkbGQwPW5sZWJrJmxhbm9ZXMmdHlwZT0wJnNIYXJjaE1vZGU9U3RhbmRhcmQmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl>

- Ontaneda, E. y Quiroga, G. (2020), Gaston Acurio: innovación de modelo de negocio y creación de una marca gastronómica peruana. *Emerald Publishing Limited 10 (1)*.  
<https://doi.org/10.1108/EEMCS-12-2018-0267>
- Osterwalder A., & Pigneur, Y. (2011) *Generación de modelos de negocios*. Deusto. ISBN: 9788423427994. Recuperado de:  
<http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>
- Pinedo, M. G. & Saher, N. M. (2021). *Propuesta de modelo de negocio para los minimarkets basado en design thinking en Chiclayo periodo 2017-2018* (Tesis de licenciatura, Universidad Santo Toribio de Mogrovejo). Repositorio institucional Usat.  
<http://hdl.handle.net/20.500.12423/4010>
- Plattner, H. (2012). *Mini guía: una introducción al Design Thinking + bootcamp bootleg*. California: d.school de la Universidad de Stanford.
- Stabile, L. (2020). Innovación de modelo de negocio: centralidad en el cliente y agilidad. *Palermo Business 21*, 103-139. <http://usat.lookproxy.com/scholarlyjournals/innovación-de-modelo-negocio-centralidad-en-el/docview/2467634192/se2?accountid=37610>
- Steinbeck, R. (2011). El design thinking como estrategia de creatividad en la distancia. *Revista Científica de Educomunicación 19(37)*, 27-35.  
<http://usat.lookproxy.com/scholarly-journals/el-design-thinking-como-estrategia-decreatividad/docview/1095796685/se-2>

## Anexos

Anexo N° 1 :*Matriz de consistencia*

<b>Problema de investigación</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variable</b>
es la propuesta de valor para el Instituto Tecnológico Privado, Educación Superior Chiclayo, 2022?	Desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del Instituto Tecnológico Privado, Educación Superior Chiclayo, 2022.	¿Cuál es la propuesta de valor para el Instituto Tecnológico Privado, Educación Superior Chiclayo, 2022?	Propuesta de valor emocional
	<b>Objetivos Específicos</b>		<b>Categoría</b> <b>Sub categorías</b>
	Identificar la propuesta de valor emocional del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado, Chiclayo 2022.	Propuesta de valor	Propuesta de valor racional
	Identificar la propuesta de valor racional, del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado, Chiclayo 2022.		
<b>Diseño y tipo de Investigación</b>	<b>Actores clave</b>	<b>Procedimiento y procesamiento de datos</b>	
Enfoque: Cualitativo Nivel: Aplicado Diseño: Fenomenológico Tipo: Corte transversal	Estudiantes directivos y expertos. Luego las procesadas a través de Microsoft	Se llevarán a cabo entrevistas en profundidad hasta la saturación, previa firma de consentimiento informado de los actores clave, grabaciones, serán transcritas en formato word, para finalmente ser excel.	

## Anexo N° 2: Carta de aceptación



**Para:** Dra. Beatriz Ortega Pauca.

**Directora de Escuela de Post Grado Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.**

**De:** José Martí Fernández Carranza.

**Gerente general del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado “Cumbre”.**

**Asunto:** Solicitud recibida para aplicación de tesis.

---

**CONSTANCIA**

El señor José Martí Fernández Carranza identificado con D.N.I N° 16699753, gerente general del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado “Cumbre”, con R.U.C N° 20480076789;

**HACE CONSTAR**

Que el IEST Privado Cumbre, declara que toda la información brindada, está autorizada por la representada, para la recolección de datos en el Proyecto de tesis titulado:

**“Desarrollo de una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del Instituto de educación superior tecnológico privado, Chiclayo 2022”**, elaborado por la Sra. Karim Gianella Ramírez Requejo, identificada con D.N.I N° 44172040.

Se extiende la presente, para los fines que se estimen convenientes



José Martí Fernández Carranza  
GERENTE GENERAL IESTP  
CUMBRE

*Lunes, 18 de julio del 2022.*

<b>ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD PARA DIRECTIVOS Y EXPERTOS</b>		
<b>TESIS: Desarrollo de una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del Instituto de educación superior tecnológico privado, Chiclayo 2022</b>		
<b>Presentación: Reciba un cordial saludo. Solicitamos su colaboración a fin de recolectar los datos requeridos para la presente investigación. Agradecemos anticipadamente su gentil participación.</b>		
Instrucciones: Conteste con veracidad las preguntas que le mencionará el entrevistador.		
<b>Categorías</b>	<b>Sub categorías</b>	<b>Guía de entrevista</b>
<b>Gestión institucional</b>	Gestión estratégica y estructura organizacional Gestión de procesos de régimen académico Información académica y transparencia	¿Cuál es la importancia de contar con un proyecto educativo institucional alineado con la propuesta pedagógica, los fines de la educación superior y marco normativo vigente?  ¿Cuál es la importancia de tener una gestión institucional orientada a los procesos?
<b>Gestión académica y programa de estudios</b>	Gestión pedagógica del programa de estudios  Pertinencia del programa de estudios	¿Considera que el Programa de estudios ofertado, responde a las necesidades del sector productivo? ¿Qué decisiones debemos tomar para alcanzar un alto grado de pertinencia?  ¿Cuál es la importancia de tener una gestión institucional orientada a los resultados que exigen los grupos de interés llamados stakeholders?
<b>Infraestructura física, equipamiento y recursos educativos</b>	Disponibilidad de infraestructura Disponibilidad de ambientes y recursos para el aprendizaje Disponibilidad de recursos bibliográficos Disponibilidad de servicios básicos, telefonía fija e internet	¿De qué manera influye la infraestructura, servicios, equipos y recursos educativos en nuestra propuesta de valor? ¿Qué período de tiempo considera ideal para renovar?  ¿Cuál es la necesidad de que respondan tecnológicamente a las necesidades de producción, creación e investigación para el proceso de enseñanza aprendizaje?
<b>Personal directivo jerárquico y docente</b>	Personal directivo y jerárquico idóneo Personal docente idóneo y suficiente	¿Cuál cree usted, es el perfil profesional idóneo para un directivo, jerárquico y docente? ¿Cuál es su opinión al respecto?  ¿Considera importante tomar en cuenta un perfil basado en la producción y

<p><b>Previsión económica y financiera</b></p>	<p>Disponibilidad de recursos económicos y financieros</p>	<p>¿ De qué manera se puede garantizar la sostenibilidad en el tiempo de la empresa? ¿Qué acciones considera Ud. pueden garantizar la continuidad, mejora y aseguramiento de la calidad del servicio educativo?</p>
<p><b>Servicios educativos complementarios</b></p>	<p>Servicio médico, social y psicopedagógico. Mecanismos de intermediación laboral.</p>	<p>¿Los servicios educacionales complementarios, brindados por nuestra institución aportan valor a nuestra propuesta educativa? ¿por qué? ¿Qué estrategias podemos utilizar para insertar a nuestros egresados en el mundo laboral? ¿Qué competencias transversales valoran más los grupos de interés para el desempeño laboral? ¿Emprendimiento, pensamiento crítico, investigación, responsabilidad social? ¿Otros?</p>



<b>ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD PARA ESTUDIANTES</b>		
<b>TESIS: Desarrollo de una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del Instituto de educación superior tecnológico privado, Chiclayo 2022</b>		
<b>Presentación: Reciba un cordial saludo. Solicitamos su colaboración a fin de recolectar los datos requeridos para la presente investigación. Agradecemos anticipadamente su gentil participación.</b>		
Instrucciones: Conteste con veracidad las preguntas que le mencionará el entrevistador.		
<b>Categorías</b>	<b>Sub categorías</b>	<b>Guía de entrevista</b>
<b>Gestión institucional</b>	Gestión estratégica y estructura organizacional. Gestión de procesos de régimen académico. Información académica y transparencia.	¿Qué opinión le merece la gestión organizacional que realiza nuestra institución?
<b>Gestión académica y programa de estudios</b>	Gestión pedagógica del programa de estudios.  Pertinencia del programa de estudios.	¿Considera que el Programa de estudios responde a los requerimientos del mundo laboral? ¿por qué?
<b>Infraestructura física, equipamiento y recursos educativos</b>	Disponibilidad de infraestructura. Disponibilidad de ambientes y recursos para el aprendizaje. Disponibilidad de recursos bibliográficos. Disponibilidad de servicios básicos, telefonía fija e internet.	¿Qué opina respecto a la infraestructura, equipos y recursos educativos de nuestra institución? ¿Considera que son concordante al servicio que ofrecemos? ¿En qué aspectos podríamos mejorar?
<b>Personal directivo jerárquico y docente</b>	Personal directivo y jerárquico idóneo. Personal docente idóneo y suficiente.	¿Podría describir cuál ha sido su experiencia con los colaboradores de las áreas directivas, jerárquicas y docente?
<b>Servicios educativos complementarios</b>	Servicio médico, social y psicopedagógico. Mecanismos de intermediación laboral.	¿Los servicios educativos complementarios, brindados por nuestra institución han atendido oportunamente sus necesidades? Narre sus experiencias.

Anexo N° 5 : *Consentimientos informados*Consentimiento informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es dar a los participantes de esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participante.

La presente investigación es conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo, maestrante de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. La meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder a una entrevista a profundidad de 12 preguntas. Esto tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las respuestas, las pruebas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en ella. Igualmente, puede retirarse de la investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacérselo saber a la investigadora o de no responderlas.

De tener preguntas sobre su participación en este estudio, puede contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com). Desde ya le agradecemos su participación.

-----  
 Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo. He sido informado(a) de que la meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022. Me han indicado también que tendré que responder una entrevista a profundidad de 12 preguntas, lo cual tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos.

Reconozco que la información que yo brinde en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre la investigación en cualquier momento y que puedo retirarme de la misma cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. Entiendo que puedo pedir información sobre los resultados de esta investigación cuando ésta haya concluido. Para esto, puedo contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)

Yordan Bravo P. Soto  
 Nombre del Participante

  
 Firma

20-10-2022  
 Fecha

### Consentimiento informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es dar a los participantes de esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participante.

La presente investigación es conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo, maestrante de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. La meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder a una entrevista a profundidad de 12 preguntas. Esto tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las respuestas, las pruebas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en ella. Igualmente, puede retirarse de la investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacérselo saber a la investigadora o de no responderlas.

De tener preguntas sobre su participación en este estudio, puede contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com). Desde ya le agradecemos su participación.

---

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo. He sido informado(a) de que la meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022. Me han indicado también que tendré que responder una entrevista a profundidad de 12 preguntas, lo cual tomaré aproximadamente de 60 a 90 minutos.

Reconozco que la información que yo brinde en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre la investigación en cualquier momento y que puedo retirarme de la misma cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que puedo pedir información sobre los resultados de esta investigación cuando ésta haya concluido. Para esto, puedo contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com).

CAROL ANGELES OTAZA

Nombre del Participante

  
Firma

09/11/2022

Fecha

### Consentimiento informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es dar a los participantes de esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participante.

La presente investigación es conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo, maestrante de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. La meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder a una entrevista a profundidad de 12 preguntas. Esto tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las respuestas, las pruebas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en ella. Igualmente, puede retirarse de la investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacérselo saber a la investigadora o de no responderlas.

De tener preguntas sobre su participación en este estudio, puede contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)  
Desde ya le agradecemos su participación.

-----  
Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo. He sido informado(a) de que la meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022  
Me han indicado también que tendré que responder una entrevista a profundidad de 12 preguntas, lo cual tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos.

Reconozco que la información que yo brinde en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre la investigación en cualquier momento y que puedo retirarme de la misma cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que puedo pedir información sobre los resultados de esta investigación cuando ésta haya concluido. Para esto, puedo contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)

Sindy Pazos R.  
Nombre del Participante

[Firma]  
Firma

27/10/22  
Fecha

### Consentimiento informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es dar a los participantes de esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participante.

La presente investigación es conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo, maestrante de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. La meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder a una entrevista a profundidad de 12 preguntas. Esto tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las respuestas, las pruebas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en ella. Igualmente, puede retirarse de la investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacérselo saber a la investigadora o de no responderlas.

De tener preguntas sobre su participación en este estudio, puede contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)  
Desde ya le agradecemos su participación.

---

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo. He sido informado(a) de que la meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022

Me han indicado también que tendré que responder una entrevista a profundidad de 12 preguntas, lo cual tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos.

Reconozco que la información que yo brinde en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre la investigación en cualquier momento y que puedo retirarme de la misma cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que puedo pedir información sobre los resultados de esta investigación cuando ésta haya concluido. Para esto, puedo contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)

Max Anderson Claro Megallón

Nombre del Participante

79610674

Firma

03/11/22

Fecha

### Consentimiento informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es dar a los participantes de esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participante.

La presente investigación es conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo, maestrante de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. La meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder a una entrevista a profundidad de 12 preguntas. Esto tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las respuestas, las pruebas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en ella. Igualmente, puede retirarse de la investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacérselo saber a la investigadora o de no responderlas.

De tener preguntas sobre su participación en este estudio, puede contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)  
Desde ya le agradecemos su participación.

---

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo. He sido informado(a) de que la meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022  
Me han indicado también que tendré que responder una entrevista a profundidad de 12 preguntas, lo cual tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos.

Reconozco que la información que yo brinde en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre la investigación en cualquier momento y que puedo retirarme de la misma cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que puedo pedir información sobre los resultados de esta investigación cuando ésta haya concluido. Para esto, puedo contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)

  
Nombre del Participante

  
Firma

25 -10 -22 .  
Fecha

### Consentimiento informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es dar a los participantes de esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participante.

La presente investigación es conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo, maestrante de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. La meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder a una entrevista a profundidad de 12 preguntas. Esto tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las respuestas, las pruebas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en ella. Igualmente, puede retirarse de la investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacérselo saber a la investigadora o de no responderlas.

De tener preguntas sobre su participación en este estudio, puede contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)  
Desde ya le agradecemos su participación.

---

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo. He sido informado(a) de que la meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022  
Me han indicado también que tendré que responder una entrevista a profundidad de 12 preguntas, lo cual tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos.

Reconozco que la información que yo brinde en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre la investigación en cualquier momento y que puedo retirarme de la misma cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.  
Entiendo que puedo pedir información sobre los resultados de esta investigación cuando ésta haya concluido. Para esto, puedo contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)

*Mel Salazar Lully Champies.*

Nombre del Participante

*[Firma]*

Firma

*25-10-2022.*

Fecha

### Consentimiento informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es dar a los participantes de esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participante.

La presente investigación es conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo, maestrante de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. La meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder a una entrevista a profundidad de 12 preguntas. Esto tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las respuestas, las pruebas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en ella. Igualmente, puede retirarse de la investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacérselo saber a la investigadora o de no responderlas.

De tener preguntas sobre su participación en este estudio, puede contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)  
Desde ya le agradecemos su participación.

---

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo. He sido informado(a) de que la meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022  
Me han indicado también que tendré que responder una entrevista a profundidad de 12 preguntas, lo cual tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos.

Reconozco que la información que yo brinde en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre la investigación en cualquier momento y que puedo retirarme de la misma cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que puedo pedir información sobre los resultados de esta investigación cuando ésta haya concluido. Para esto, puedo contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)

*Lois Jhamir Baldem Prezado*

Nombre del Participante

*J. Bolívar P.*

Firma

*03/11/2022*

Fecha



### Consentimiento informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es dar a los participantes de esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participante.

La presente investigación es conducida por Karim Gianella Ramirez Requejo, maestrante de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. La meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder a una entrevista a profundidad de 12 preguntas. Esto tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las respuestas, las pruebas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en ella. Igualmente, puede retirarse de la investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacerse saber a la investigadora o de no responderlas.

De tener preguntas sobre su participación en este estudio, puede contactar a Karim Gianella Ramirez Requejo al correo [rmirezrequejok@gmail.com](mailto:rmirezrequejok@gmail.com)  
Desde ya le agradecemos su participación.

---

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Karim Gianella Ramirez Requejo. He sido informado(a) de que la meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022  
Me han indicado también que tendré que responder una entrevista a profundidad de 12 preguntas, lo cual tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos.

Reconozco que la información que yo brinde en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre la investigación en cualquier momento y que puedo retirarme de la misma cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.  
Entiendo que puedo pedir información sobre los resultados de esta investigación cuando ésta haya concluido. Para esto, puedo contactar a Karim Gianella Ramirez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)

José Santos Valdivia Santoral

Nombre del Participante

  
Firma

03 / 11 / 2022

Fecha



### Consentimiento informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es dar a los participantes de esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participante.

La presente investigación es conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo, maestrante de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. La meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder a una entrevista a profundidad de 12 preguntas. Esto tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las respuestas, las pruebas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en ella. Igualmente, puede retirarse de la investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacérselo saber a la investigadora o de no responderlas.

De tener preguntas sobre su participación en este estudio, puede contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)  
Desde ya le agradecemos su participación.

---

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo. He sido informado(a) de que la meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022  
Me han indicado también que tendré que responder una entrevista a profundidad de 12 preguntas, lo cual tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos.

Reconozco que la información que yo brinde en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre la investigación en cualquier momento y que puedo retirarme de la misma cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que puedo pedir información sobre los resultados de esta investigación cuando ésta haya concluido. Para esto, puedo contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)

Isabella Cosentino  
Nombre del Participante

Isabella Cosentino  
Firma

19/10/2022  
Fecha

### Consentimiento informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es dar a los participantes de esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participante.

La presente investigación es conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo, maestrante de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. La meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder a una entrevista a profundidad de 12 preguntas. Esto tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las respuestas, las pruebas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en ella. Igualmente, puede retirarse de la investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacérselo saber a la investigadora o de no responderlas.

De tener preguntas sobre su participación en este estudio, puede contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)  
Desde ya le agradecemos su participación.

---

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo. He sido informado(a) de que la meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022. Me han indicado también que tendré que responder una entrevista a profundidad de 12 preguntas, lo cual tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos.

Reconozco que la información que yo brinde en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre la investigación en cualquier momento y que puedo retirarme de la misma cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que puedo pedir información sobre los resultados de esta investigación cuando ésta haya concluido. Para esto, puedo contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)

Gilda Yulay Durand  
Nombre del Participante

[Firma]  
Firma

20/10/2022  
Fecha

### Consentimiento informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es dar a los participantes de esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participante.

La presente investigación es conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo, maestrante de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. La meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder a una entrevista a profundidad de 12 preguntas. Esto tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las respuestas, las pruebas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en ella. Igualmente, puede retirarse de la investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacérselo saber a la investigadora o de no responderlas.

De tener preguntas sobre su participación en este estudio, puede contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)  
Desde ya le agradecemos su participación.

-----  
Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Karim Gianella Ramírez Requejo. He sido informado(a) de que la meta de este estudio es desarrollar una propuesta de valor a partir del mercado objetivo del IEST Privado, Chiclayo 2022  
Me han indicado también que tendré que responder una entrevista a profundidad de 12 preguntas, lo cual tomará aproximadamente de 60 a 90 minutos.

Reconozco que la información que yo brinde en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre la investigación en cualquier momento y que puedo retirarme de la misma cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mí persona.

Entiendo que puedo pedir información sobre los resultados de esta investigación cuando ésta haya concluido. Para esto, puedo contactar a Karim Gianella Ramírez Requejo al correo [ramirezrequejok@gmail.com](mailto:ramirezrequejok@gmail.com)

Jakob Santos Lopez Villanueva  
Nombre del Participante

[Firma]  
Firma

19/10/2022  
Fecha