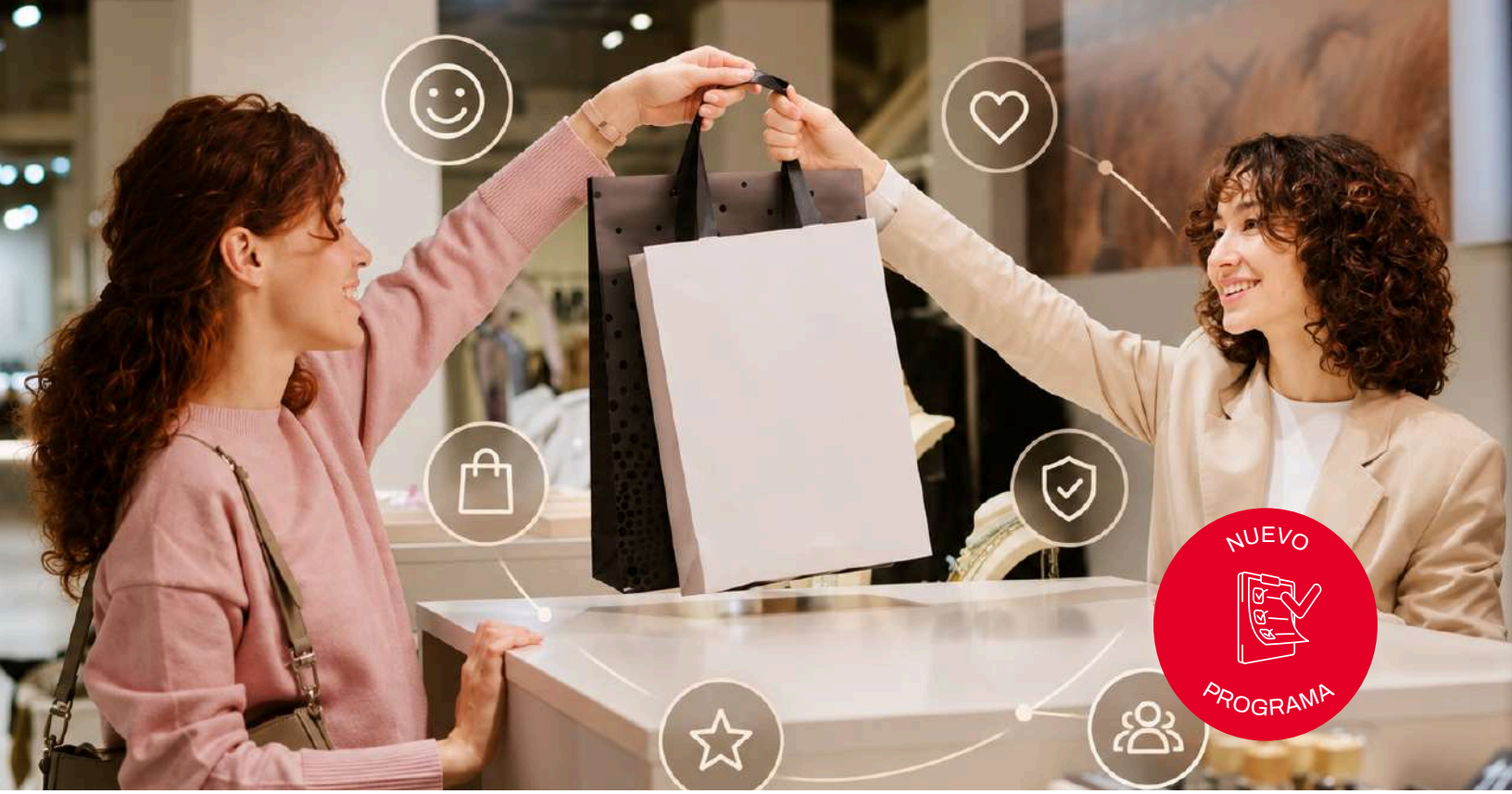


Modalidad Online Sincrónica

Postgrado Internacional en Customer Experience Management

Impartido por ISEADE Business School, El Salvador en alianza con la Universidad de Anáhuac, México.

Con catedráticos expertos de El Salvador y México

ISEADE BUSINESS SCHOOL FEPADE

Universidad Anáhuac México

Descripción General del Programa

El Postgrado Internacional en Experiencia del Cliente y Transformación del Servicio ha sido diseñado para responder a la creciente necesidad de organizaciones que buscan diferenciarse a través de la experiencia del cliente.

En un entorno altamente competitivo y digitalizado, el postgrado prepara a gerentes, directores y mandos medios para liderar estrategias que integren servicio omnicanal, cultura centrada en el cliente e inteligencia artificial.

La metodología del programa combina aprendizaje práctico y aplicado, con entregables concretos en cada módulo: desde mapas de madurez y manuales de interacción, hasta dashboards de métricas y modelos de gobernanza Customer Experience (CX). Se implementan herramientas como Customer Journey Mapping, Service Blueprinting, VoC, IA aplicada y Futures Design, garantizando que los participantes no solo comprendan los conceptos, sino que los apliquen directamente en sus empresas.

Dirigido a:

- Gerentes, directores, jefaturas y coordinadores de servicio al cliente, ventas, marketing, canales digitales, sucursales.
- Profesionales con responsabilidad sobre clientes internos o externos.
- Mandos medios que lideran equipos de atención, ventas, soporte o postventa.

Objetivo General:

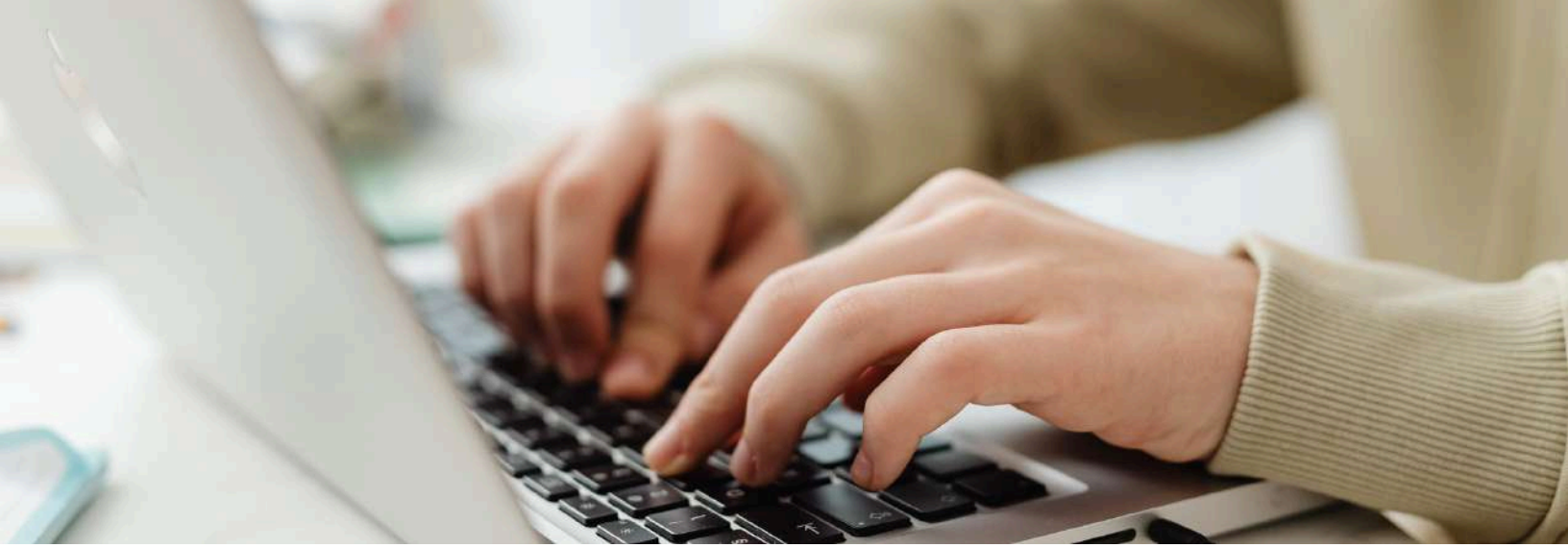
Desarrollar líderes capaces de diseñar, implementar y medir estrategias de Customer Experience, integrando servicio omnicanal, cultura centrada en el cliente e inteligencia artificial.

Competencias por fortalecer

- Diagnosticar la madurez de CX en la empresa y definir arquetipos de clientes salvadoreños.
- Diseñar protocolos de atención presencial y digital con estándares de calidad medibles.
- Gestionar la experiencia del cliente en canales digitales con segmentación y personalización.
- Aplicar metodologías de UX Research y Service Blueprinting para rediseñar servicios.
- Implementar métricas y dashboards de CX con integración de IA y VoC.
- Liderar equipos hacia una cultura centrada en el cliente con prácticas de gobernanza CX.

Metodología del programa

La metodología se fundamenta en un **enfoque aplicado y experiencial,** donde cada módulo combina teoría especializada con prácticas directas en entornos reales de servicio.
Los participantes trabajan, mediante aprendizaje activo y colaborativo, con herramientas como Customer Journey Mapping, Service Blueprinting, VoC e IA aplicada a CX, generando entregables concretos que pueden implementar en sus organizaciones.



Modalidad online sincrónico:

Clases sincrónicas en línea vía Microsoft Teams, con acceso a tu cuenta institucional

Requisito de asistencia a clases: 75% por módulo

Fecha de inicio

22 DE OCTUBRE DE 2026

Meses a ser impartido

OCTUBRE 2026 A MAYO 2027

Duración 9 meses

92 HORAS

Graduación presencial y cóctel en julio de 2027

(Sujeto a cambios por motivos de fuerza mayor)

REQUISITOS DE INGRESO:

- Título universitario de pregrado de cualquier rama.

RECONOCIMIENTOS:

- Diploma físico de ISEADE Business School
- E-Diploma de ISEADE Business School, protegido con tecnología blockchain mediante un Código Seguro de Verificación (CSV)
- Diploma digital emitido por la Universidad Anáhuac, México

• Entrega de notas impresas el día de graduación.
• Entrega de notas digitales en caso la graduación sea online.

Módulo 1: Estrategia Customer Experience y Conocimiento del Cliente Salvadoreño

Fechas de clases:
Octubre: 22,28, 29
Noviembre: 3, 4, 5 y 6

Horario:

22, 28 y 29 de Oct. y 3 de Nov.
(6:30 a 9:00 p.m. Hora de El Salvador)

4, 5 y 6 de Nov.
(6:30 p.m. a 8:30 p.m. Hora El Salvador)

Objetivo:

Diagnosticar la madurez de CX en la empresa, definir arquetipos de clientes salvadoreños y formular una promesa de servicio adaptada al contexto local.

Principales temas a abordar:

- Qué es Customer Experience (CX) vs. servicio al cliente vs. Customer Success.
- Diferencias entre ofrecer una buena atención y gestionar CX
- **Modelo de madurez CX:** diagnóstico aplicado a la empresa del participante.
- Buyer persona y arquetipos de clientes salvadoreños.
- Promesa de servicio y propuesta de valor CX
- Panorama sectorial de la Experiencia del Cliente en El Salvador

Gerardo Machuca / El Salvador

CEO de Marketing Plus y creador del TCX Contest, con más de 20 años de experiencia en Customer Experience, Consumer Insights y Marketing Intelligence. Ha asesorado a más de 100 marcas en sectores como banca, telecomunicaciones y retail, diseñando estrategias de fidelización y aplicando IA en marketing y experiencia del cliente. Además, es profesor en ISEADE Business School y la ESI School of Management, especializado en investigación de mercados y comportamiento del consumidor.

Su formación incluye un MBA en ISEADE Business School, una Maestría en Marketing Research (ESIC Business School, España) y certificaciones en Customer Journey Mapping (IZO) y IA aplicada a CX (CX Latam Institute). Reconocido como docente destacado en 2020, ha sido referente regional en la integración de inteligencia de datos y experiencia de cliente como ventaja competitiva.

Módulo 2: Diseño de Interacciones Memorables

Fechas de clases:
Noviembre: 26
Diciembre: 1,2,3,8,9,10 y 15

Horario:
6:30 p.m. – 8:30 p.m.
(Hora El Salvador).

Objetivo:

Diseñar protocolos de atención presencial y digital, aplicar técnicas de comunicación efectiva y ejecutar estrategias de recuperación del servicio ante quejas y reclamos.

Principales temas a abordar:

- **El momento de verdad presencial:** primeros 7 segundos, saludo, contacto visual, postura.
- Escucha activa y empatía aplicada.
- Comunicación verbal y no verbal en el servicio.
- Protocolos de servicio en sucursal, recepción y punto de venta.
- **Anatomía de una queja:** qué necesita el cliente ante una experiencia insatisfactoria.
- Técnicas de desescalamiento y manejo emocional.
- **Modelo de recuperación del servicio:** reconocer, disculparse, resolver, compensar, aprender.
- Gestión de reclamos en redes sociales y reseñas públicas.

Carolina de Tobar / El Salvador

Facilitadora y consultora empresarial con más de 35 años de experiencia en formación y acompañamiento a profesionales de multinacionales, grandes y medianas empresas. Catedrática en programas internacionales de coaching, PNL y marketing en instituciones como ISEADE Business School y la Universidad Dr. José Matías Delgado.

Cuenta con estudios de posgrado en Dirección Estratégica de Servicio al Cliente (Service Quality Institute, USA e ISEADE), Innovación orientada al mercado (Universidad de Leipzig, Alemania e ISEADE), además de su título en Mercadotecnia. Posee certificaciones internacionales en gamificación con IA, coaching (IAC), PNL y neurosemántica, educación experiencial y conducción de grupos.

Módulo 3: Experiencia digital centrada en el cliente

Fechas de clases:
Enero 5,6, 7, 12, 13, 14, 19 y 20

Horario:
6:30 pm a 8:30 pm
(Hora El Salvador).

Objetivo:

Gestionar la experiencia del cliente en canales digitales, segmentar y personalizar interacciones en entornos digitales.

Principales temas a abordar:

- Dirección estratégica de la experiencia digital del cliente.
- Segmentación por comportamiento y personalización
- Operación de canales digitales
- WhatsApp Business como sistema operativo del negocio
- Comercio conversacional y notificaciones transaccionales.
- Autoservicio y reducción de contactos
- Agentes de IA en atención al cliente
- Diseño del escalamiento a humano
- IA de apoyo al equipo de servicio, la que el cliente no ve
- La experiencia antes del canal

Hans Hatch / México

Es fundador de Soy Marketing, revista digital especializada, y profesor en el Tecnológico de Monterrey, donde imparte cursos de inteligencia de mercado, marketing digital y creatividad. Conferencista internacional sobre branding personal, comercio electrónico y marketing experiencial. Además, ha sido vicepresidente de relaciones públicas en la Asociación Nacional de la Publicidad.

Docente, consultor y estratega digital. Posee un MBA en Alta Dirección por la Universidad Anáhuac, estudios en Publicidad y Propaganda en la Universidade Regional de Blumenau (Brasil) y certificaciones en Social Media Marketing (UC San Diego), Data Science y Análisis Predictivo (Tecnológico de Monterrey) y Data Storytelling.

Módulo 4: UX y diseño estratégico de servicios

Fechas de clases:
Febrero: 9, 10, 11, 16, 17 18, 23 y 24

Horario:
6:30 p.m. – 8:30 p.m. (Hora El Salvador).

Objetivo:

Aplicar metodologías de UX Research y Service Blueprinting, construir mapas de experiencia del cliente y prototipar soluciones innovadoras para rediseñar servicios.

Principales temas a abordar:

- Investigacion de la experiecia del usuario y análisis de contexto.
- **Customer Journey Map:** construcción de touchpoints antes/durante/después de la compra.
- **Service Blueprint:** backstage, frontstage, línea de visibilidad, puntos de fallo.
- **Futures Design:** anticipación de escenarios futuros.
- **Momentos “wow” y momentos de dolor:** cómo identificarlos y transformarlos.

Roberto Juárez / El Salvador

Cofundador de LERO Studio, con más de una década de experiencia en proyectos de diseño en El Salvador y Estados Unidos. Ha sido reconocido en escenarios internacionales como Designboom Milan y ICFF NYCxDesign, donde expuso junto a diseñadores emergentes de diversos países.

Diseñador industrial y de producto de la Universidad Don Bosco, donde se graduó Cum Laude en 2014 y fue presidente de la Asociación de Estudiantes de Diseño Industrial y de Productos.

Cuenta con certificaciones y participación en foros internacionales sobre innovación, sostenibilidad y competitividad, además de talleres especializados en diseño sostenible y mosaico en vidrio.

Módulo 5: Experiencia del cliente basado en datos

Fechas de clases:
Marzo: 16, 17,18, 30, 31;
Abril: 1

Horario:
6:30 pm a 8:30 pm
(Hora El Salvador).

Objetivo:

Implementar métricas y dashboards de CX, integrar programas de Voz del Cliente y utilizar inteligencia artificial para predecir comportamientos y mejorar la satisfacción.

Principales temas a abordar:

- Voz del Cliente (VoC) y Social Listening para comprender conversaciones, percepciones y tendencias en canales digitales.
- Integración de encuestas, entrevistas, tickets, reseñas y datos de comportamiento para generar insights.
- **Uso de los indicadores:** Net Promoter Score (recomendación), Customer Satisfaction Score (satisfacción) y Customer Effort Score (esfuerzo).
- Diseño de programas VoC y selección de tecnologías de escucha, análisis y automatización.
- Aplicación de IA y datos sintéticos para anticipar comportamientos y simular escenarios de experiencia.

César Morán / México

Fundador y presidente del capítulo de la American Marketing Association en Ciudad de México, lo que refuerza su liderazgo en el ámbito académico y empresarial.

Consultor senior de marketing digital, desarrollo de estrategias de crecimiento y proyectos de atención al cliente, con un enfoque en la integración de data y herramientas digitales para mejorar la experiencia del consumidor.

Docente en EGADE Business School del Tecnológico de Monterrey, donde imparte cursos relacionados con marketing, innovación y gestión estratégica. Cuenta con certificaciones en Inteligencia Artificial aplicada al marketing, Data Driven Customer Engagement, Affiliate Marketing, Personal Branding y Podcasting.

Módulo 6: Liderazgo, Cultura y Gobierno Customer Experience

Fechas de clases:
Abril: 22 27, 28 y 29;
Mayo: 4,5, 6 y 11

Horario:
6:30 p.m. – 8:30 p.m.
(Hora El Salvador).

Objetivo:

Liderar equipos hacia una cultura centrada en el cliente, definir métricas y roles de gobernanza CX, y fortalecer la experiencia del empleado como habilitador de la transformación cultural.

Principales temas a abordar:

- **Liderazgo para la Gobernanza CX:** visión compartida, definición de métricas, accountability, roles, funciones y prácticas.
- **Rituales de servicio:** buenas prácticas organizacionales.
- Coaching para equipos de servicio.
- **Employee Experience como habilitador de CX:** bienestar, reconocimiento y motivación.

Matilde Samperio / México

Líder en consultoría de capacitación y desarrollo organizacional, con especialización en Accountability, Coaching, Mentoring, ventas consultivas, excelencia en el servicio, habilidades de presentación, inteligencia emocional y liderazgo.

Ha trabajado en la facilitación de eventos de aprendizaje orientados a la transformación cultural de organizaciones, integrando metodologías innovadoras para fortalecer la experiencia del cliente y la efectividad de equipos de trabajo. Además, ejerce como cuentacuentos profesional en ámbitos corporativos, infantiles y públicos, aportando un enfoque creativo y narrativo a la formación.

Posee una Maestría en Psicoterapia Gestalt por el Instituto de Terapia Gestalt de Occidente y una Licenciatura en Economía por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM).

Calendario de clases

A continuación, encontrarás el **calendario completo del postgrado.**

Las fechas correspondientes a las clases están señalizadas en **color amarillo** para una mejor visualización de los módulos.

Octubre

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Noviembre

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Diciembre

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Enero (2027)

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Febrero (2027)

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

Marzo (2027)

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Abril (2027)

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Mayo (2027)

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Beneficios de descuento

Inversión:

9 cuotas mensuales de $145.00

Inversión total:

$1,305.00

Descuentos especiales:

- Descuento del 10% en todas las cuotas para graduados de Maestría o Postgrados de ISEADE Business School.
- Descuento del 10% al realizar pago de contado.

Descuentos empresariales:

- Descuento del 6% en todas las cuotas al inscribirse dos o cinco colaboradores de una misma empresa.
- Descuento del 10% en todas las cuotas al inscribirse seis a más colaboradores de una misma empresa.

Tasa 0%:

- Puede realizar el pago a tasa 0% interés.
- 12 cuotas plazo con tarjeta de crédito emitida en El Salvador de BAC Credomatic, Cuscatlán, Davivienda Agrícola o Promerica.
- 24 cuotas plazo con tarjeta de crédito emitida en El Salvador Banco Promérica y Agrícola.

*IMPORTANTE:
Los descuentos son excluyentes entre sí y NO son combinables con tasa 0% interés.

Proceso de admisión

¿Te interesa este programa?

Ingresa aquí

01 Iniciar su proceso de inscripción llenando el formulario de solicitud

02 Enviar su documentación en formato digital:
- DUI (revés y derecho)
- Título Universitario
- NIT (únicamente para persona jurídica)
- Fotografía

03 Completar su usuario online y cancelar la primera cuota del programa

CONTÁCTANOS

E-mail: malvarado@iseade.edu.sv
PBX: +(503) 2212-1700
Whatsapp: 7025-3743/ 7340-6337/ 7971-9877