



centro de  
experiencias  
y servicios UAI

6TA VERSIÓN

# ESTUDIO DE PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE CX

AGOSTO 2022





# Descripción del estudio



# OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1. Evaluar el nivel de desarrollo de la gestión de CX en las empresas del país.
2. Determinar la presencia de prácticas clave de gestión de CX en las empresas del país.
3. Identificar los principales desafíos en la gestión de CX en las empresas del país.

# METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

<b>Tipo de estudio</b>	Cuantitativo.
<b>Método</b>	Encuesta web.
<b>Grupo objetivo</b>	Profesionales que se desempeñan en cargos relacionados con la gestión de CX de sus empresas.
<b>Muestra</b>	106 profesionales en total.

## Proceso de realización del estudio



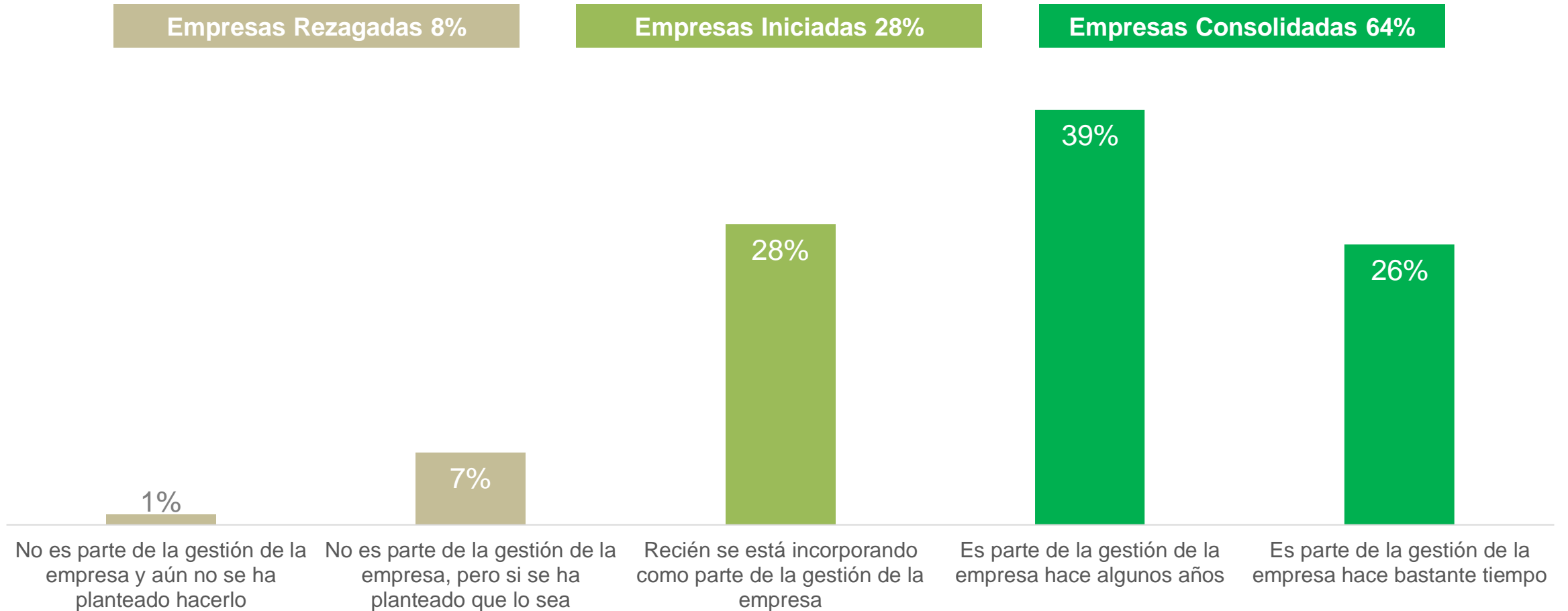
# Relevancia de la gestión de la experiencia de clientes

# Nivel de desarrollo de la gestión de CX en la empresa

¿En qué grado la experiencia de los clientes es parte de la gestión que se realiza en tu empresa?

Respuesta única

Base: 106 casos

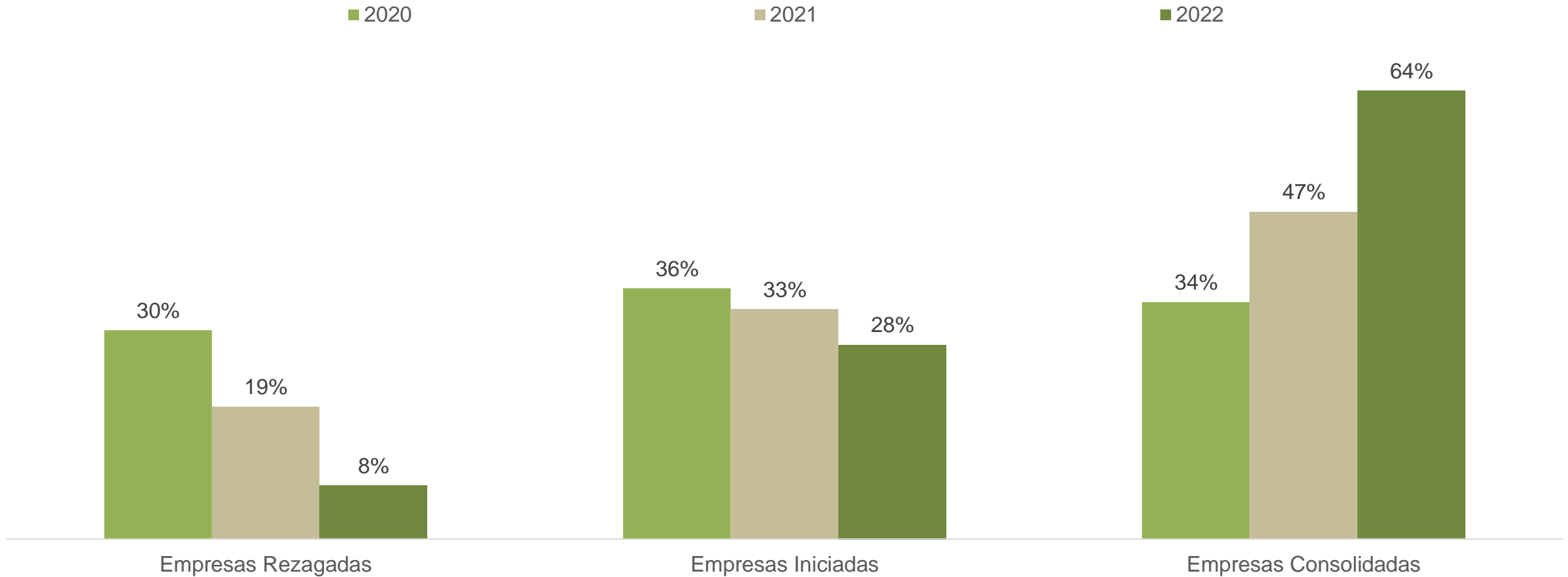


# Nivel de desarrollo de la gestión de CX en la empresa

¿En qué grado la experiencia de los clientes es parte de la gestión que se realiza en tu empresa?

Respuesta única

Base: 106 casos

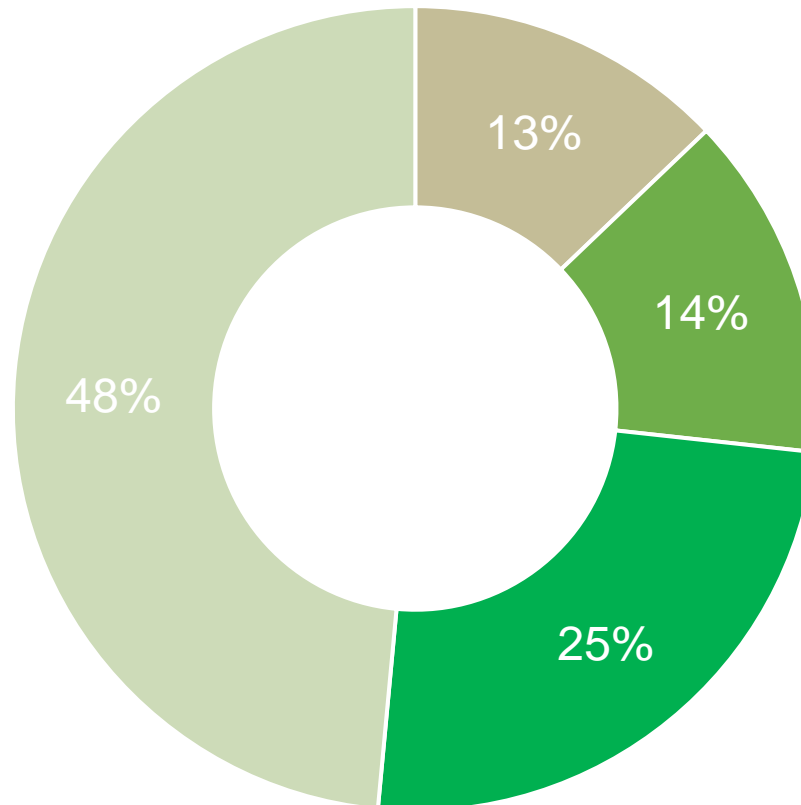


# Factores de gestión clave para mejorar la experiencia de los clientes

¿Cuáles de los siguientes ámbitos de gestión interna consideras es el más importante para lograr una mejor experiencia de clientes?

Respuesta única

Base: 106 casos



- El factor información
- El factor tecnología
- El factor procesos
- El factor personas

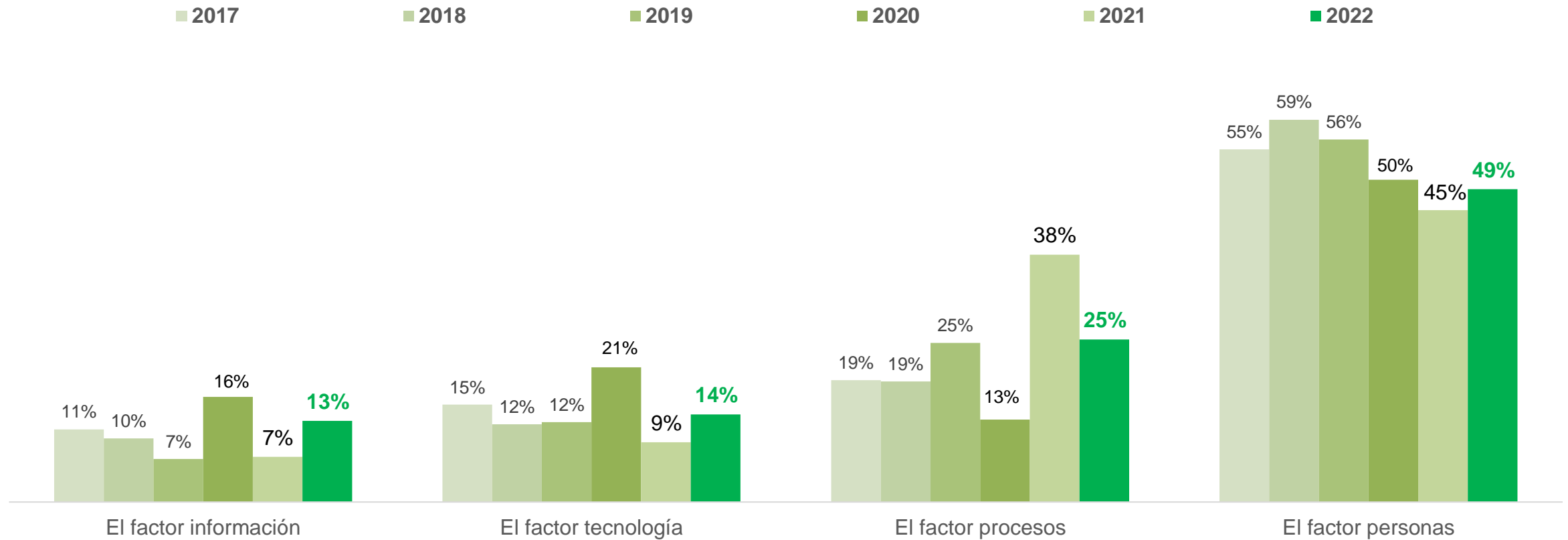


# Factores de gestión clave para mejorar la experiencia de los clientes

¿Cuáles de los siguientes ámbitos de gestión interna consideras es el más importante para lograr una mejor experiencia de clientes?

Respuesta única

Base: Encuestas correspondientes a cada medición



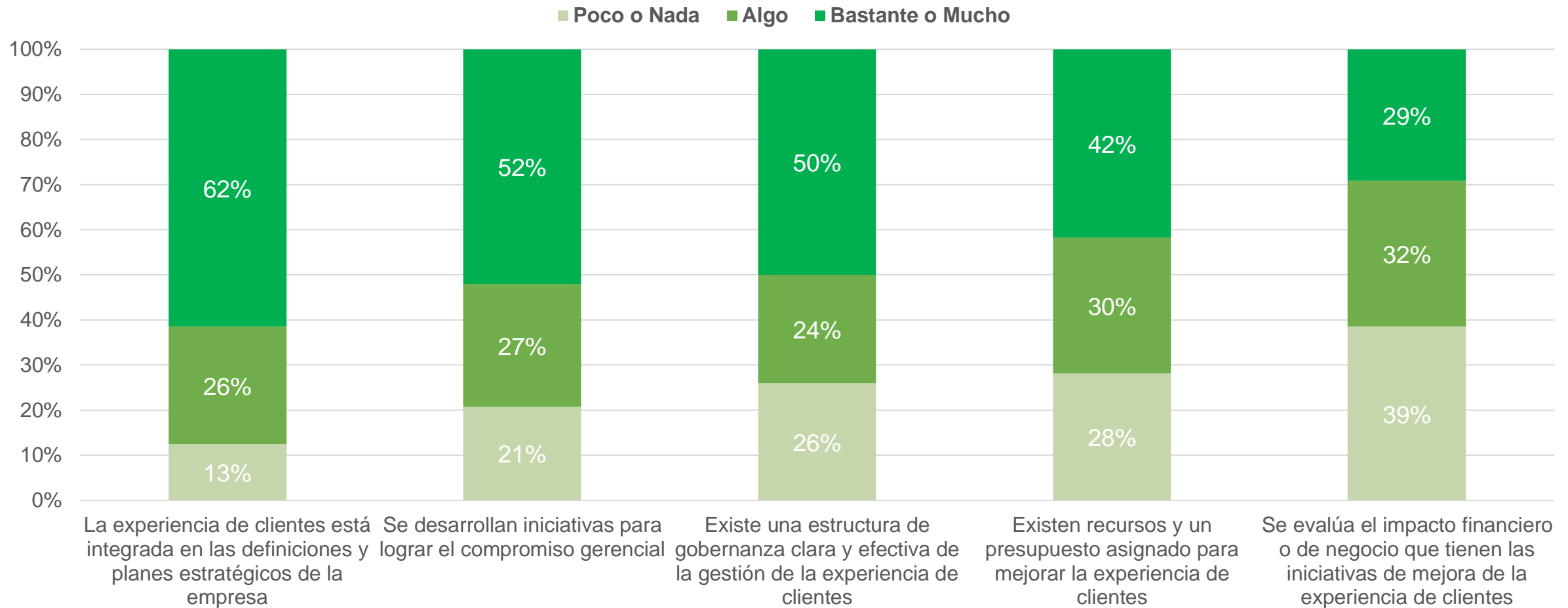
# Prácticas de gestión del compromiso corporativo

# Prácticas para el compromiso corporativo con la gestión de CX

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para lograr el compromiso estratégico con la experiencia de clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: 106 casos



# Prácticas para el compromiso corporativo con la gestión de CX

- ¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para lograr el compromiso estratégico con la experiencia de clientes?
- Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"
- Base: 106 casos

% Bastante + Mucho

- La experiencia de clientes está integrada en las definiciones y planes estratégicos de la empresa
- Se desarrollan iniciativas para lograr el compromiso gerencial
- Existe una estructura de gobernanza clara y efectiva de la gestión de la experiencia de clientes
- Existen recursos y un presupuesto asignado para mejorar la experiencia de clientes
- Se evalúa el impacto financiero o de negocio que tienen las iniciativas de mejora de la experiencia de clientes



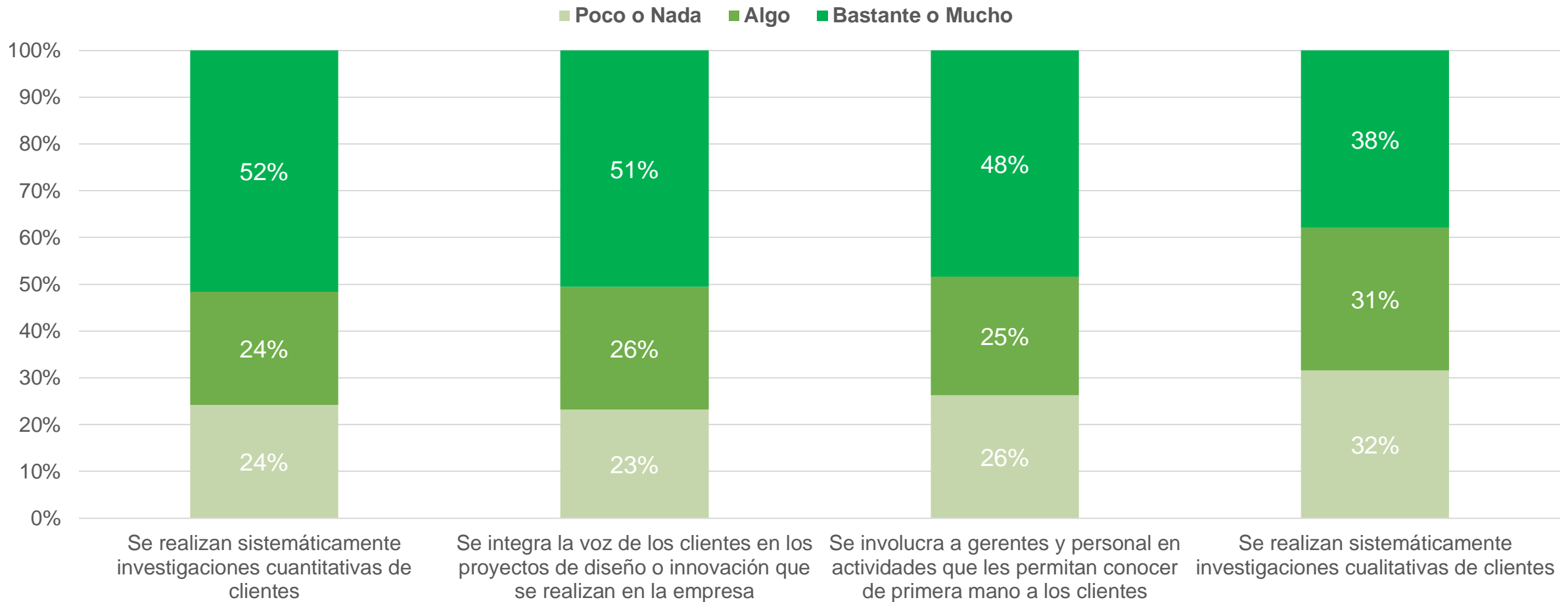
# Prácticas de gestión de la voz de los clientes

# Prácticas para incorporar la voz de los clientes en la gestión de la empresa

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para incorporar la voz de los clientes a la gestión de la empresa?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: 106 casos



# Métodos para comprender y obtener retroalimentación de los clientes

¿A través de cuáles de los siguientes mecanismos tu empresa obtiene sistemáticamente comprensión y retroalimentación de sus clientes?

Respuesta múltiple

Base: 106 casos

% Respuestas múltiples

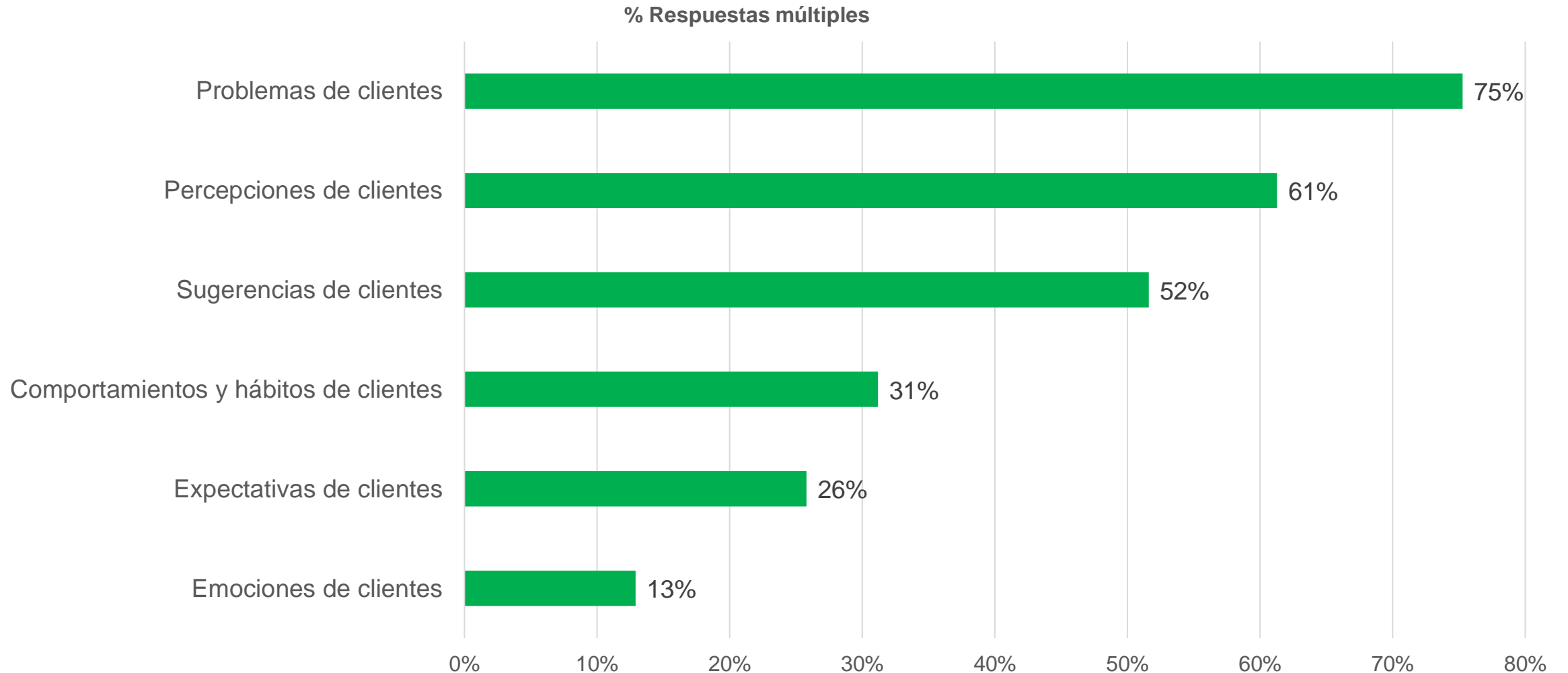


# Tipo de información que se obtiene de los clientes

¿Cuál de los siguientes tipos de información de los clientes se obtiene sistemáticamente en tu empresa?

Respuesta múltiple

Base: 106 casos



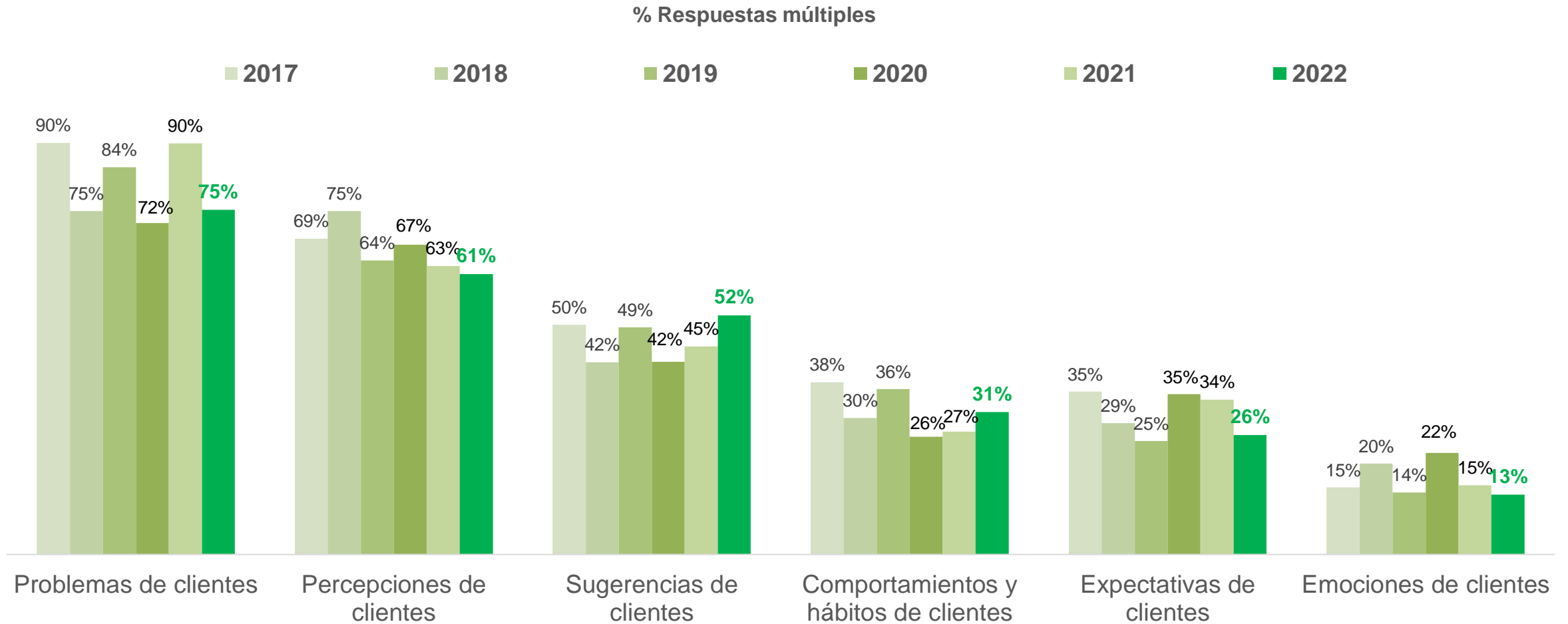


# Tipo de información que se obtiene de los clientes

¿Cuál de los siguientes tipos de información de los clientes se obtiene sistemáticamente en tu empresa?

Respuesta múltiple

Base: 106 casos

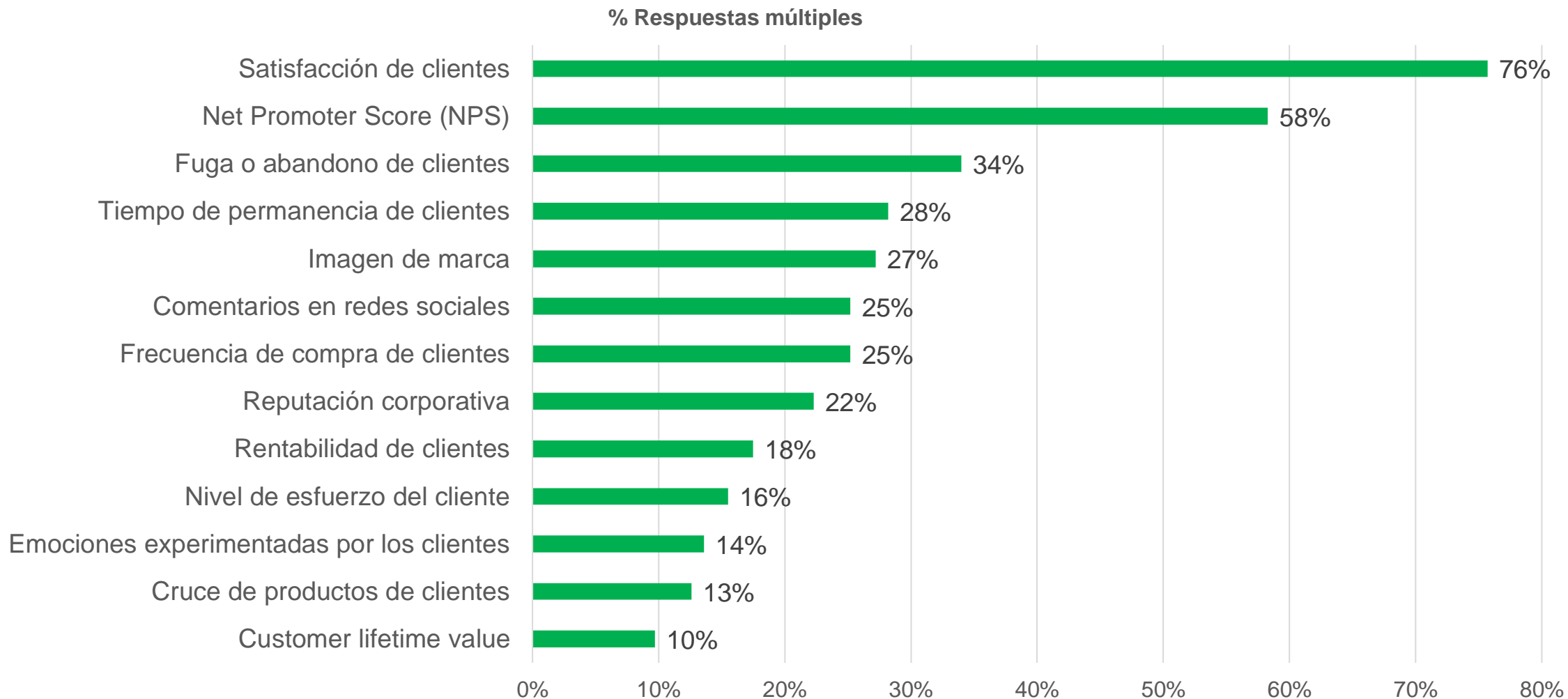


# Indicadores utilizados para evaluar la experiencia de clientes

¿Cuáles de los siguientes tipos de indicadores se utilizan sistemáticamente en tu empresa para evaluar la experiencia de los clientes?

Respuesta múltiple

Base: 106 casos



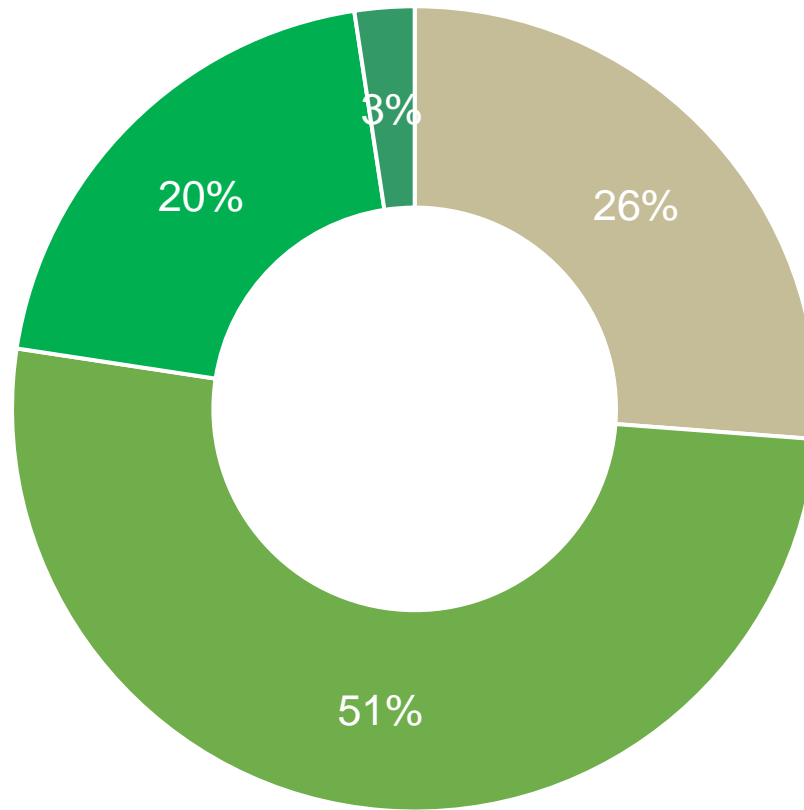
# Prácticas de gestión de canales de atención

# Nivel de integración de los distintos canales de atención de clientes

¿Cuál dirías es el nivel de integración que existe entre los distintos canales de atención de clientes de tu empresa?

Respuesta única

Base: 106 casos



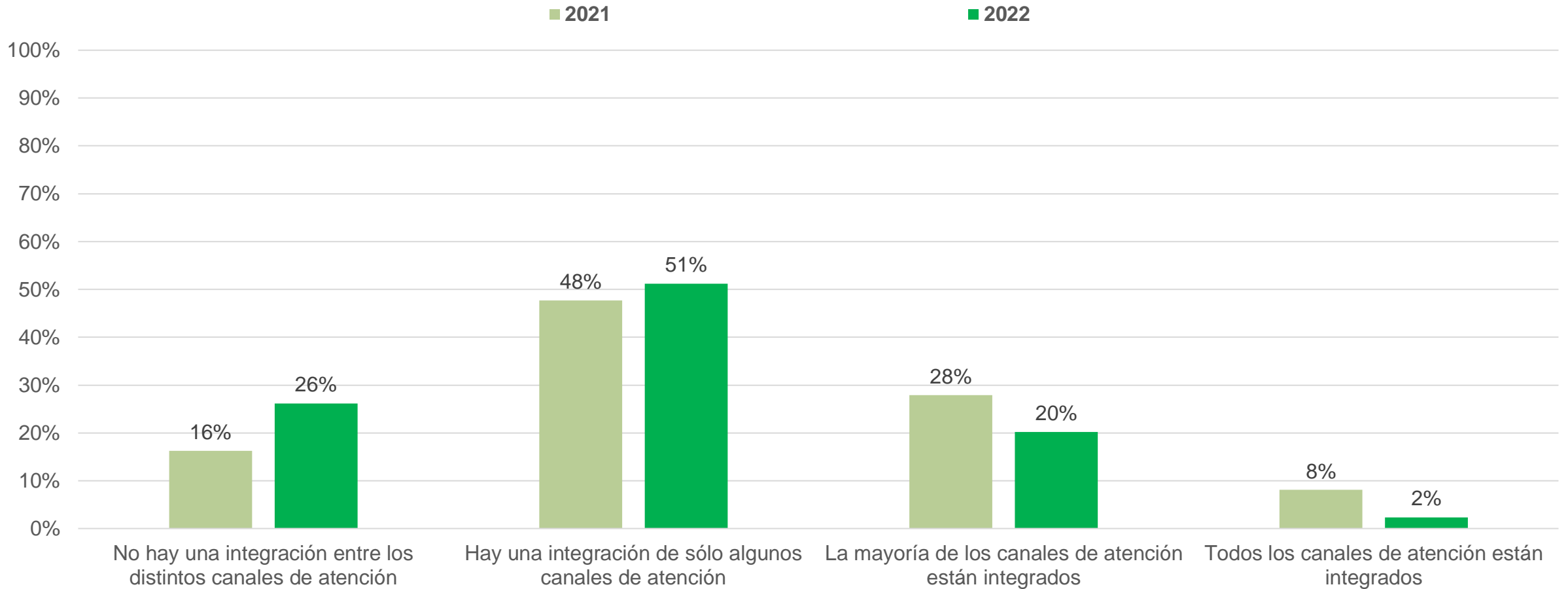
- No hay una integración entre los distintos canales de atención
- Hay una integración de sólo algunos canales de atención
- La mayoría de los canales de atención están integrados
- Todos los canales de atención están integrados

# Nivel de integración de los distintos canales de atención de clientes

¿Cuál dirías es el nivel de integración que existe entre los distintos canales de atención de clientes de tu empresa?

Respuesta única

Base: Encuestas correspondientes a cada medición



# Prácticas de gestión del alineamiento del personal

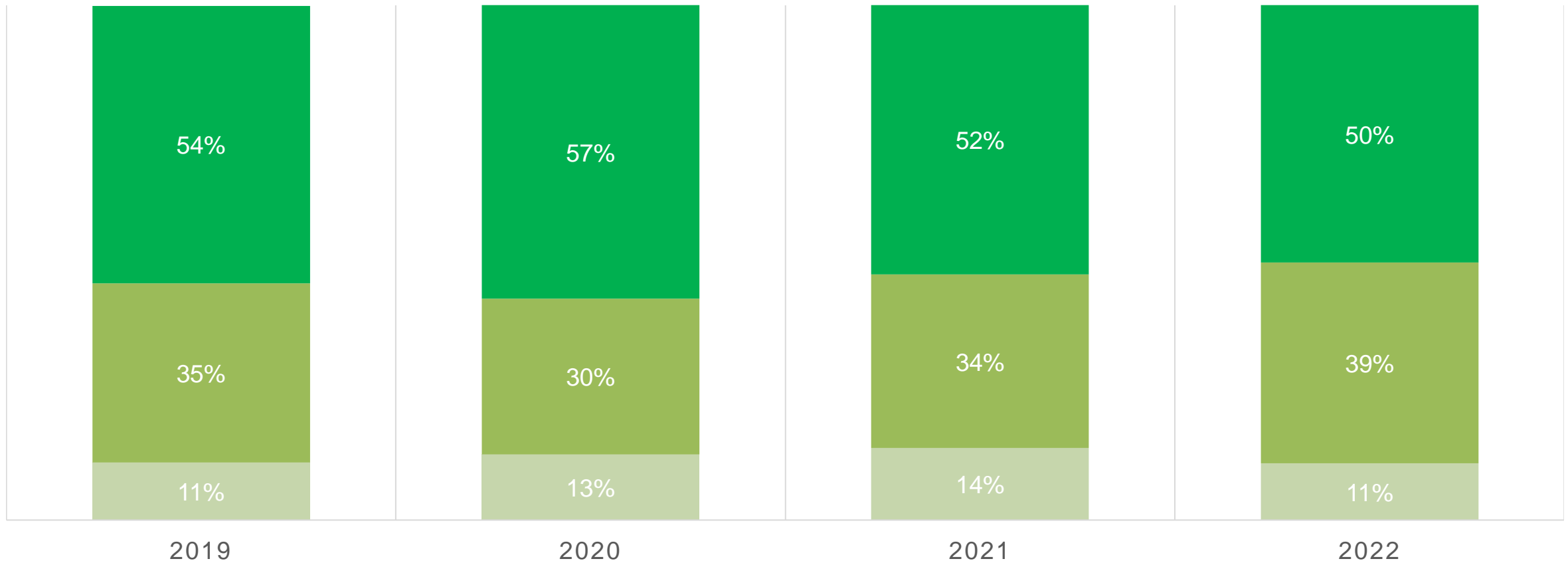
# Evaluación de la cultura de servicio en la empresa

¿En qué medida consideras que existe en tu empresa una cultura de servicio o de orientación al cliente?

Escales de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: Encuestas correspondientes a cada medición

Poco o Nada Algo Bastante o Mucho

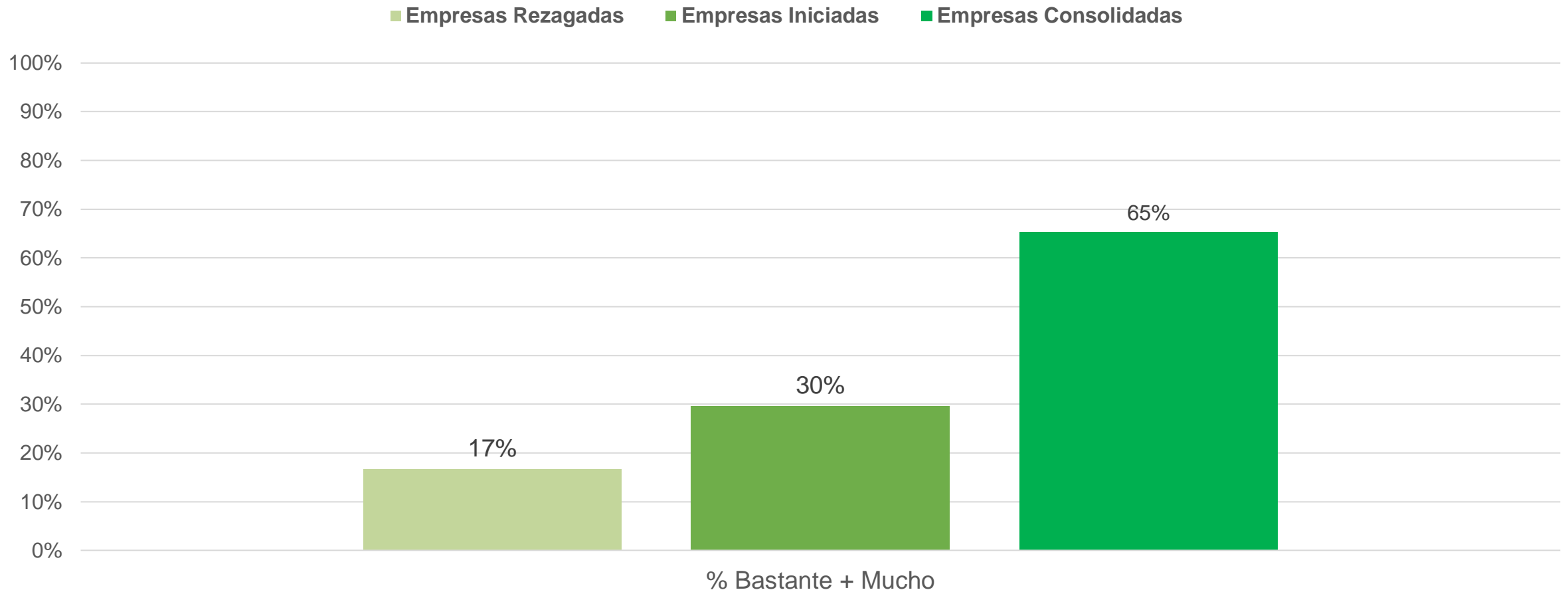


# Evaluación de la cultura de servicio en la empresa

¿En qué medida consideras que existe en tu empresa una cultura de servicio o de orientación al cliente?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: 106 casos



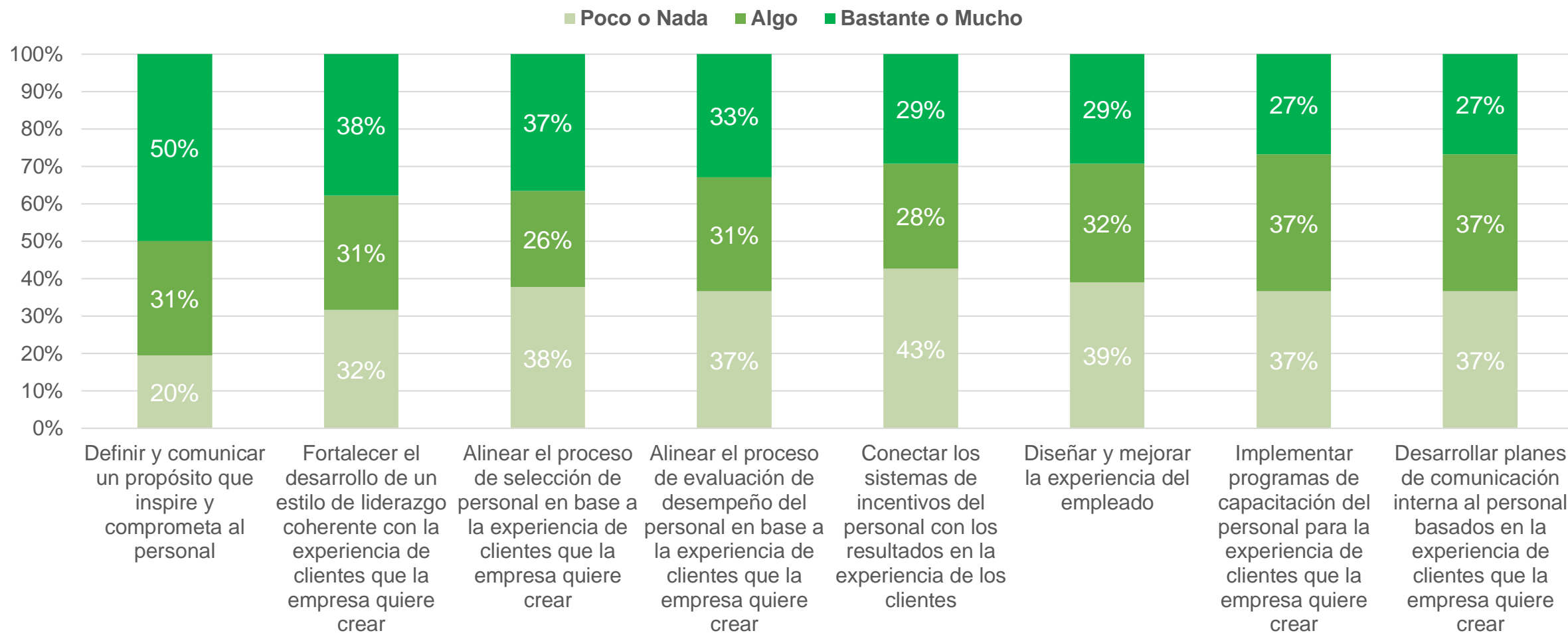


# Prácticas para el alineamiento del personal con la experiencia de clientes

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para fortalecer el alineamiento del personal con la experiencia de clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: 106 casos



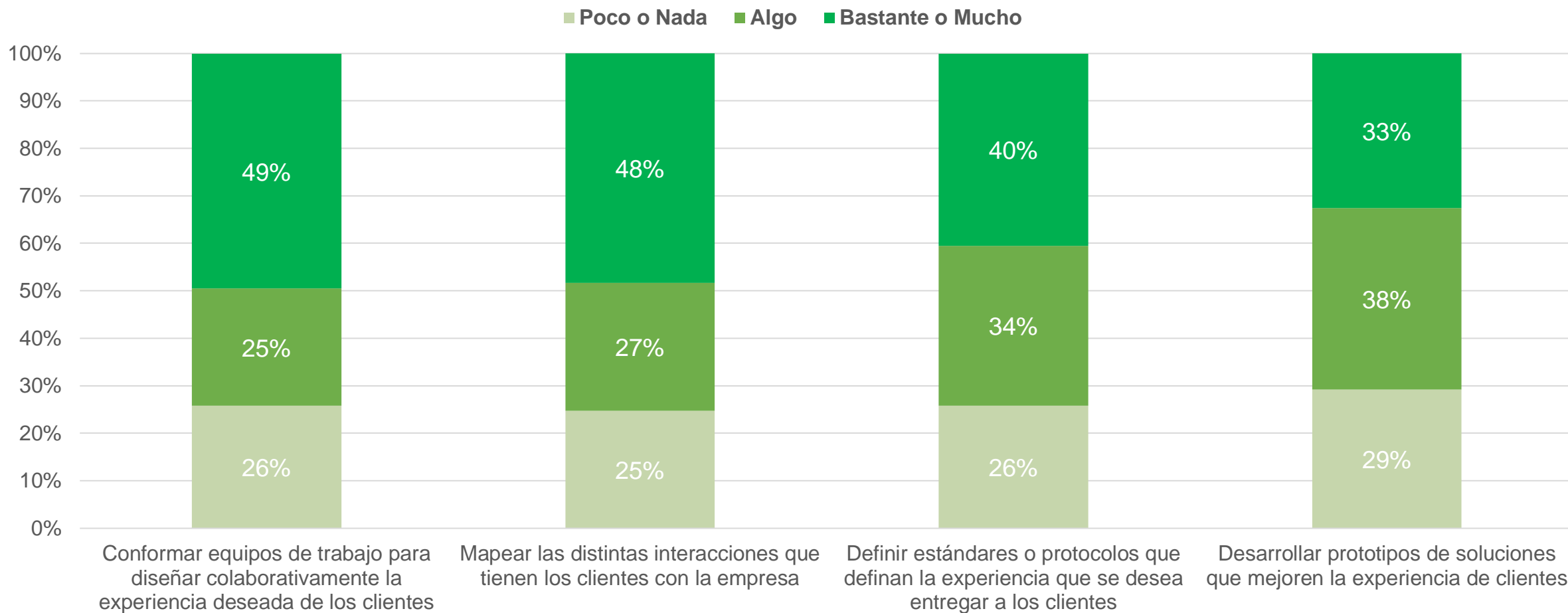
# Prácticas de gestión del diseño de experiencia

# Prácticas de diseño de la experiencia de los clientes

¿En qué grado en tu empresa se están aplicando las siguientes prácticas para diseñar o rediseñar la experiencia de los clientes?

Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: 106 casos



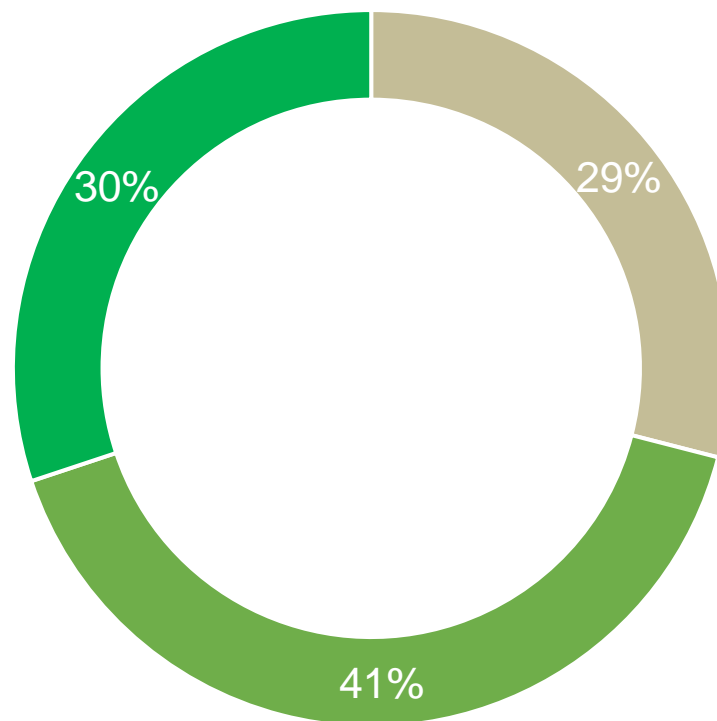
# Prácticas de habilitación y gestión de reclamos

# Nivel de inversión en educación de los clientes

¿Cuánto consideras que tu empresa invierte en educar a sus clientes para que usen adecuadamente y aprovechen al máximo los productos o servicios que se les ofrece?

Respuesta única

Base: 106 casos



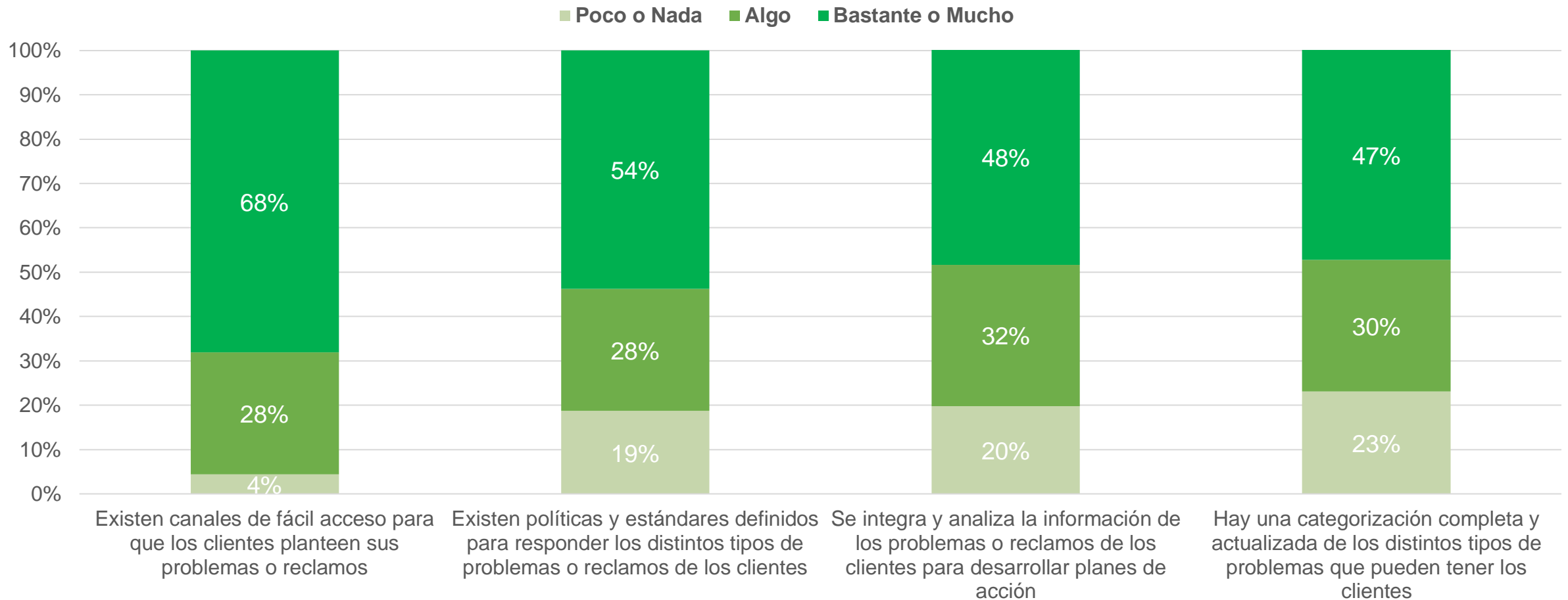
■ Poco o Nada ■ Algo ■ Bastante o Mucho

# Prácticas de gestión de problemas o reclamos de clientes

➤ Respecto de la gestión que se hace de los problemas o reclamos de los clientes, ¿En qué grado en tu empresa...?

➤ Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

➤ Base: 106 casos



# Evaluación general de la gestión de CX

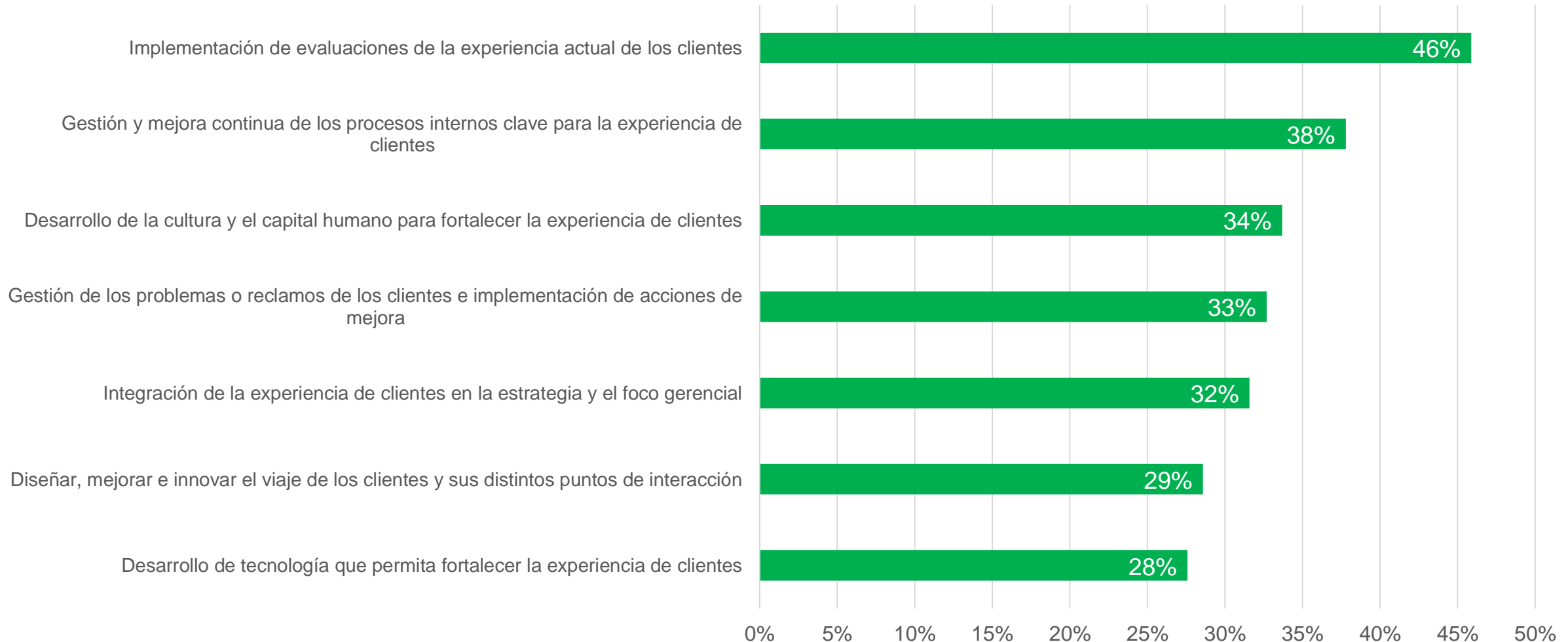
# Evaluación de ámbitos de madurez en la gestión de CX

¿En cuáles de los siguientes ámbitos de la gestión de experiencia de clientes consideras que lo hace mejor tu empresa?

Respuesta múltiple; máximo 3 opciones

Base: 106 casos

% de menciones, ámbitos de gestión MÁS desarrollados





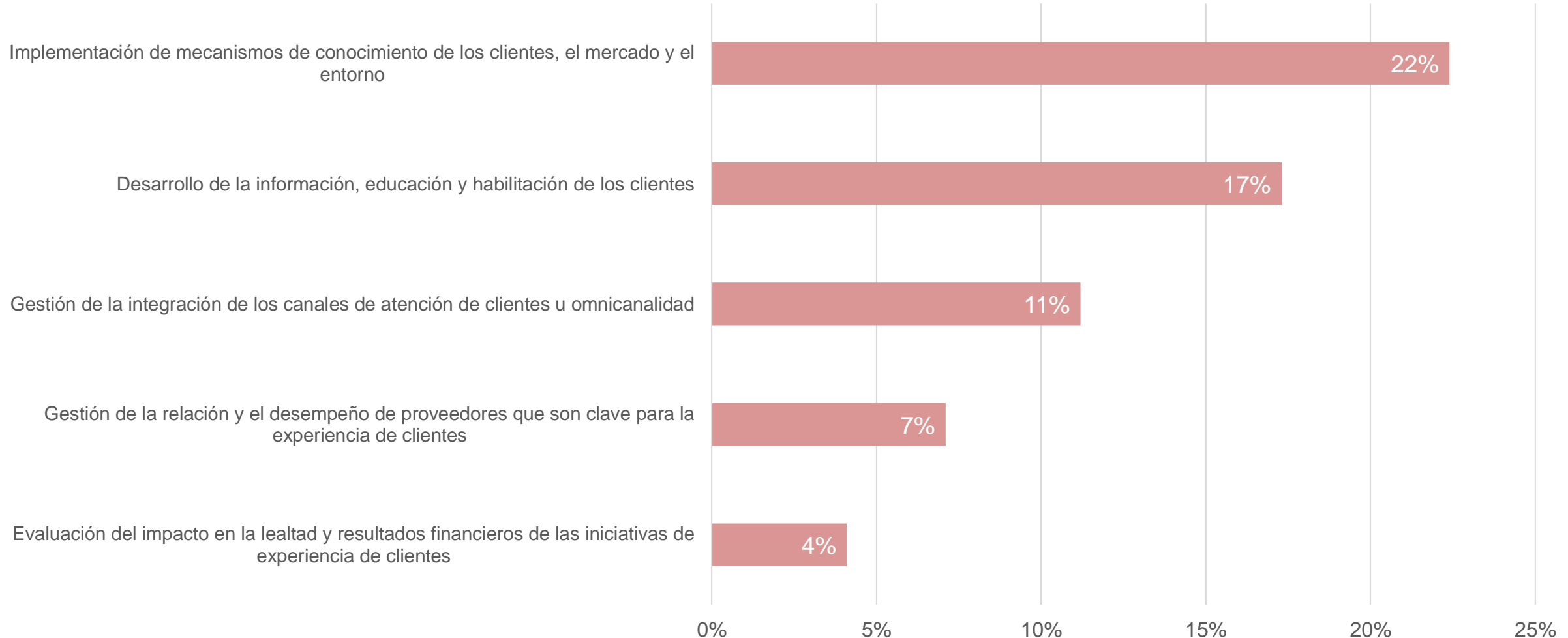
# Evaluación de ámbitos de madurez en la gestión de CX

¿En cuáles de los siguientes ámbitos de la gestión de experiencia de clientes consideras que lo hace mejor tu empresa?

Respuesta múltiple; máximo 3 opciones

Base: 106 casos

% de menciones, ámbitos de gestión MENOS desarrollados



# Algunas conclusiones

# ESTADO GENERAL DE LA GESTIÓN DE CX EN LAS EMPRESAS

- Las empresas avanzan progresivamente en la integración de la gestión de CX, pero sigue pendiente aún la implementación de prácticas clave de CX.
- Se aprecia un mayor foco de las empresas por desarrollar el compromiso estratégico, implementar mediciones y fortalecer la sensibilización de los colaboradores.
- Si bien el factor más determinante para el desarrollo de la gestión de CX sigue siendo el factor personas, es uno de los ámbitos con prácticas menos implementadas.

# PRINCIPALES FORTALEZAS Y DEBILIDADES EN LA GESTIÓN DE CX DE LAS EMPRESAS

Integración en la estrategia.



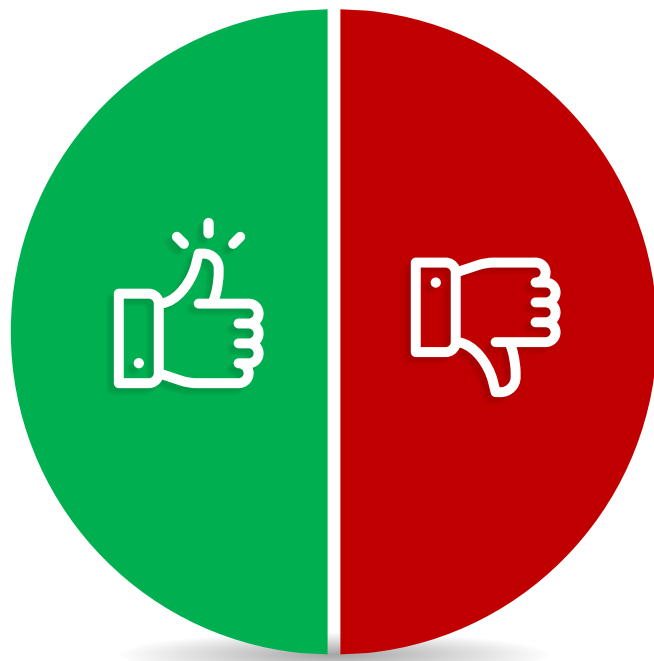
Métodos cuantitativos de voz de clientes.



Canales y políticas para la atención de reclamos.



Sensibilización de colaboradores.



Evaluación del impacto financiero.



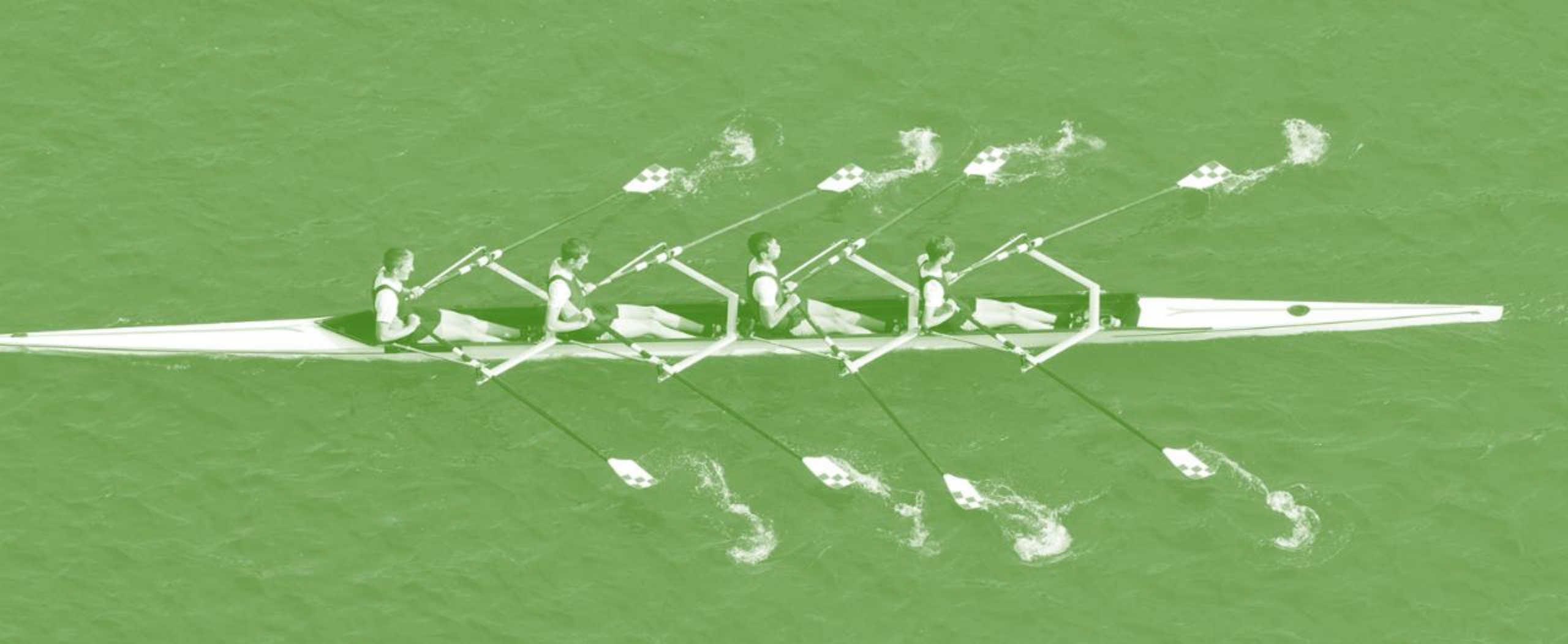
Comprensión cualitativa y emocional de clientes.



Integración total de la experiencia de canales.



Educación y habilitación de clientes.



**“Una visión sin una buena ejecución es sólo una ilusión”  
Thomas Alva Edison**



ces

centro de  
experiencias  
y servicios UAI

ÁREA DE INVESTIGACIONES CES UAI

Agosto 2022