
ESTUDIO DE PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE CX

VERSIÓN 2025

 **ESTUDIOS** CHILE – PERÚ – ECUADOR - COLOMBIA
CES • UAI • LATAM



¿Quiénes colaboraron en este estudio?

Activa Perú

Advance Consultora y MarketWatch de Ecuador

Gremio Colombiano de la Experiencia de Colombia



La implementación integral y sistemática de la gestión de CX es lo que permitirá alcanzar resultados superiores y sostenibles en la experiencia y lealtad de nuestros clientes





PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO

Este estudio busca **proporcionar una visión integral** del estado actual de la gestión de CX en cuatro países de Sudamérica, ofreciendo valiosas perspectivas para empresas, profesionales y académicos interesados en mejorar la experiencia del cliente en la región.

El estudio se basa en una **encuesta a 303 profesionales** que desempeñan cargos relacionados con la gestión de CX en diferentes empresas **de Chile, Perú, Ecuador y Colombia**.

La investigación aborda **diversos aspectos clave de la gestión de CX**, incluyendo el compromiso estratégico, la voz del cliente, la gestión de canales de atención, el alineamiento del personal, el diseño de experiencias, la gestión de reclamos y el desarrollo tecnológico.



METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

TIPO DE ESTUDIO

Cuantitativo.

MÉTODO

Encuesta web.

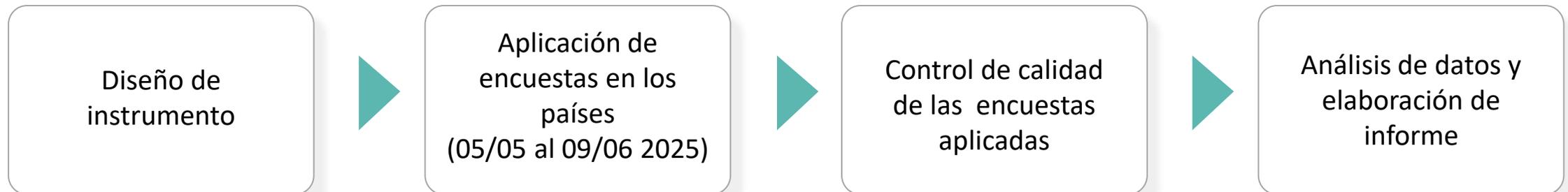
GRUPO OBJETIVO

Profesionales que se desempeñan en cargos relacionados con la gestión de CX en sus respectivas empresas.

MUESTRA

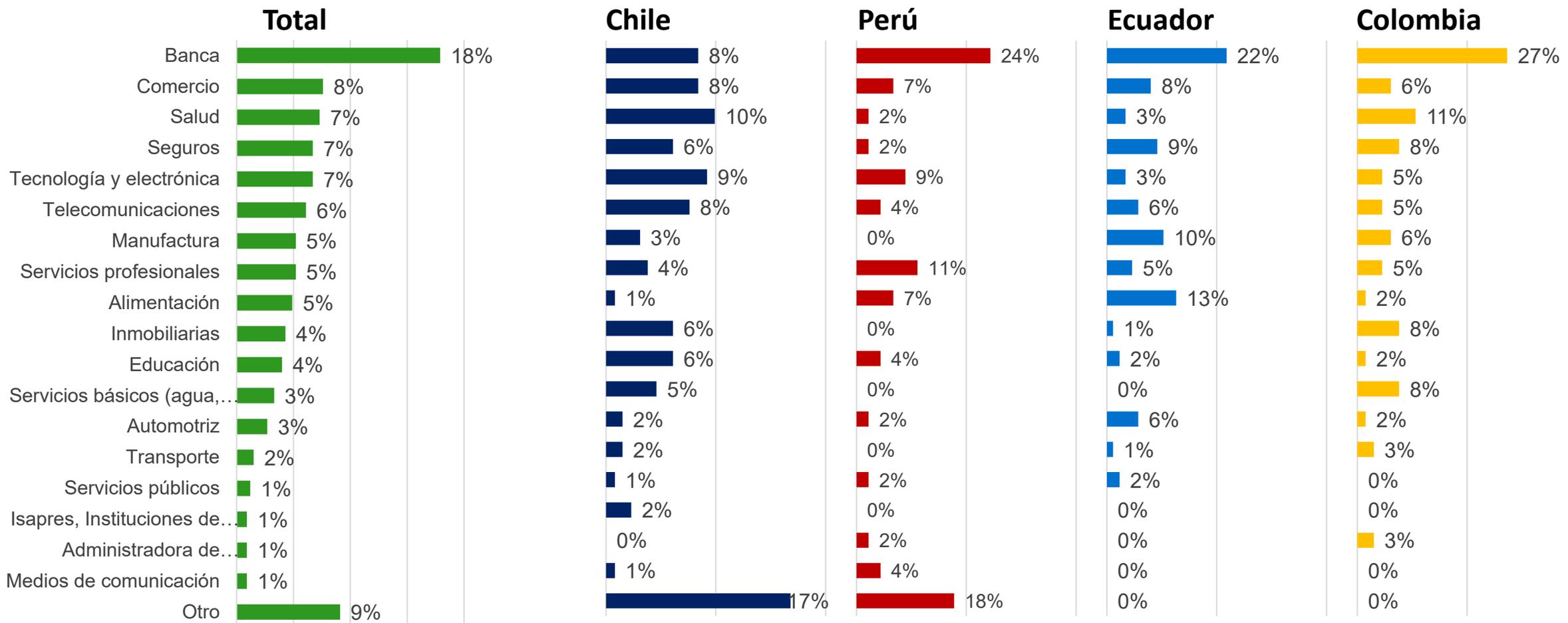
303 profesionales en total (Chile 91, Perú 45, Ecuador 87 y Colombia 80).

PROCESO DE REALIZACIÓN DEL ESTUDIO



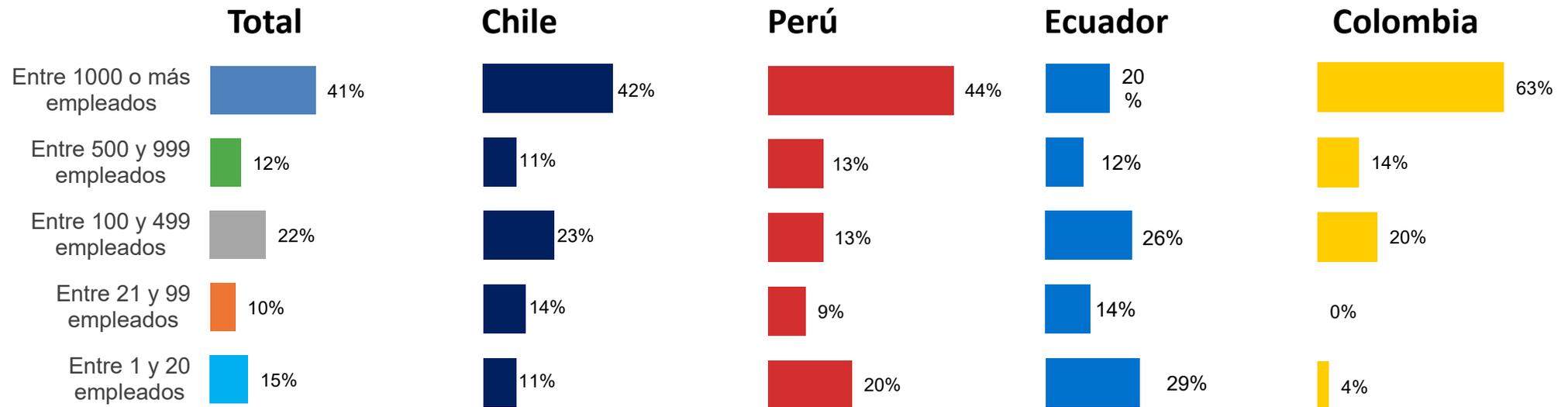
DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

¿A cuáles de los siguientes sectores pertenece tu empresa?



DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

¿Cuántas personas aproximadamente trabajan en total en tu empresa?



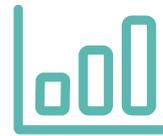
Se Evalúan **9 Ámbitos** de la Gestión de CX de las Empresas de cada País



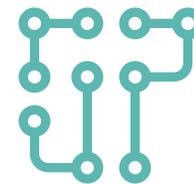
Compromiso estratégico



Sistemas de voz de clientes



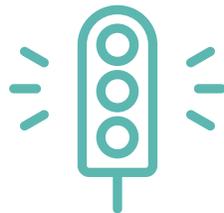
Métricas y analítica



Diseño de experiencias



Canales y omnicanalidad



Gestión de problemas



Habilitación de clientes

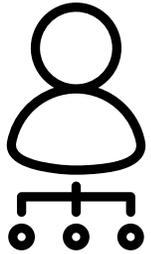


Cultura y capital humano



Gestión de tecnología

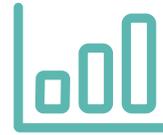
Analizaremos 5 Ámbitos Clave de la Gestión de CX



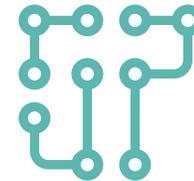
Compromiso estratégico



Sistemas de voz de clientes



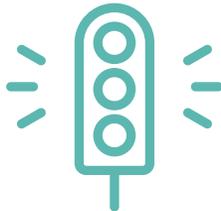
Métricas y analítica



Diseño de experiencias



Canales y omnicanalidad



Gestión de problemas



Habilitación de clientes



Cultura y capital humano



Gestión de tecnología

Compromiso Estratégico con CX



Prácticas para el compromiso estratégico

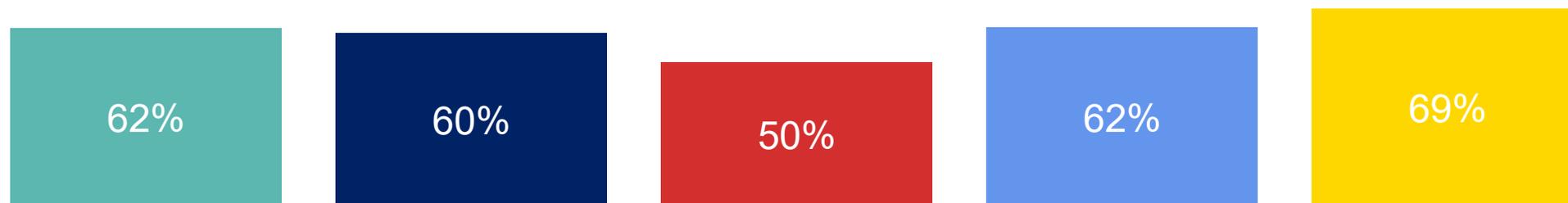
Por países, % bastante + mucho

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

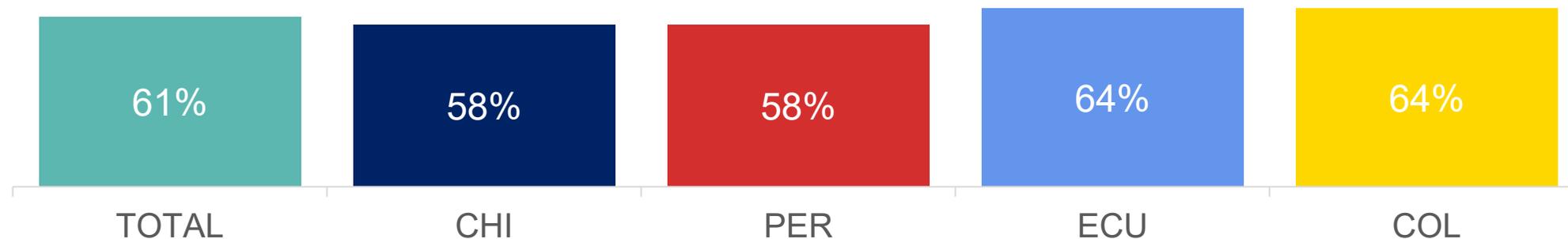
➤ Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

➤ Base: 303 casos

La experiencia de clientes está integrada en las definiciones y planes estratégicos de la empresa



Existe una definición clara y conocida en toda la organización de cuál es la experiencia que se desea que vivan los clientes



Prácticas para el compromiso estratégico

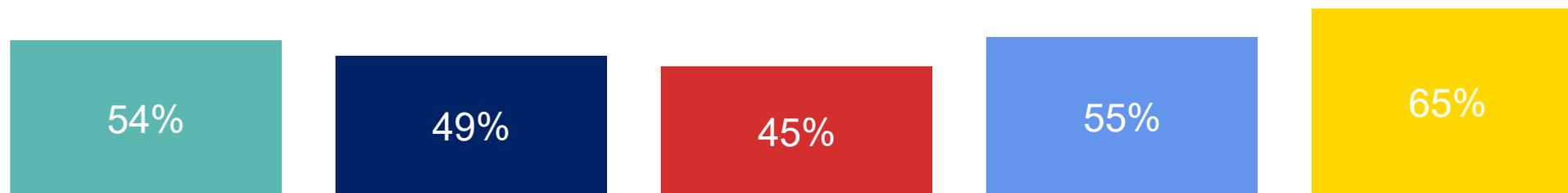
Por países, % bastante + mucho

¿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: 303 casos

Existe una estructura de gobernanza clara y efectiva de la gestión de la experiencia de clientes



La organización cuenta con planes operativos concretos para mejorar la experiencia de clientes



Prácticas para el compromiso estratégico

Por países, % bastante + mucho

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

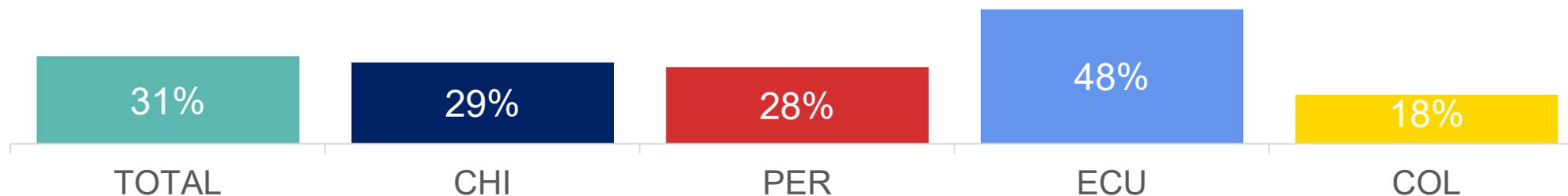
➤ Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

➤ Base: 303 casos

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 para el compromiso estratégico

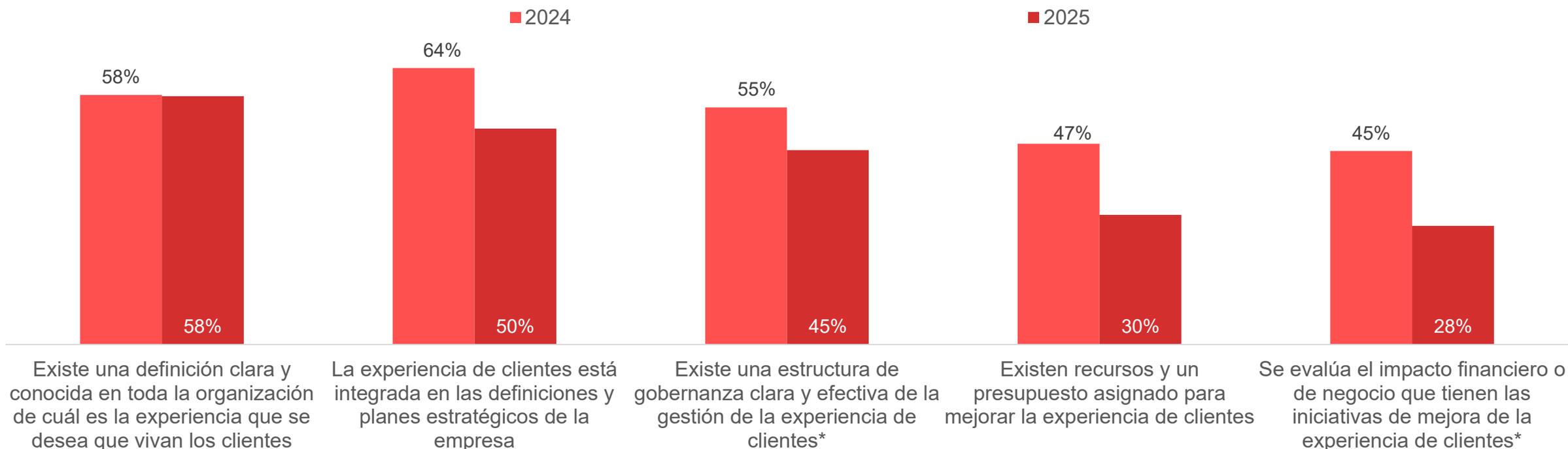
Evolutivo Perú

¿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: 45 casos

% bastante + mucho





Sistemas de Voz de los Clientes

Métodos de escucha de los clientes

Todos los países

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

Respuesta múltiple

Base: 303 casos



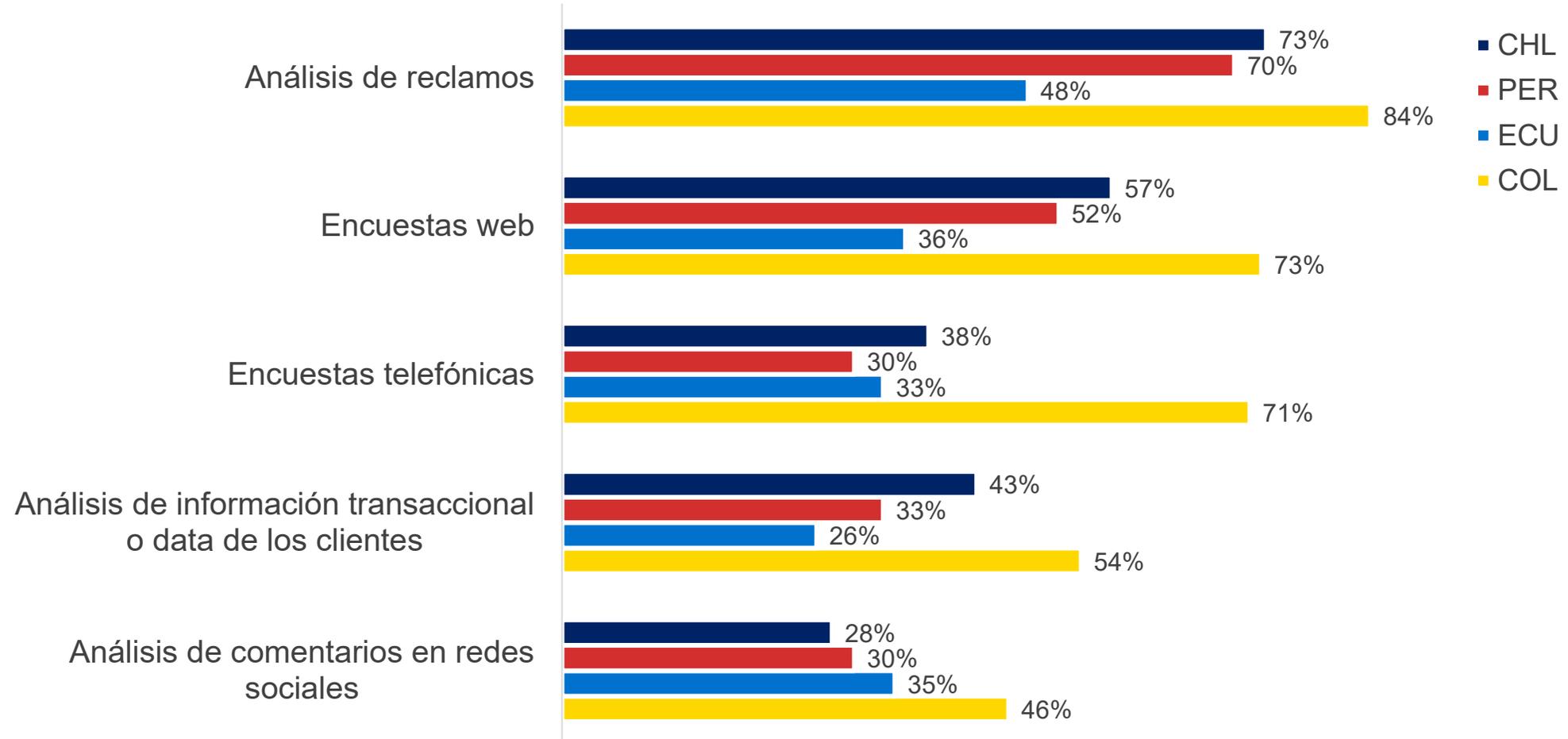
Métodos de escucha de los clientes

Por países

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

Respuesta múltiple

Base: 303 casos



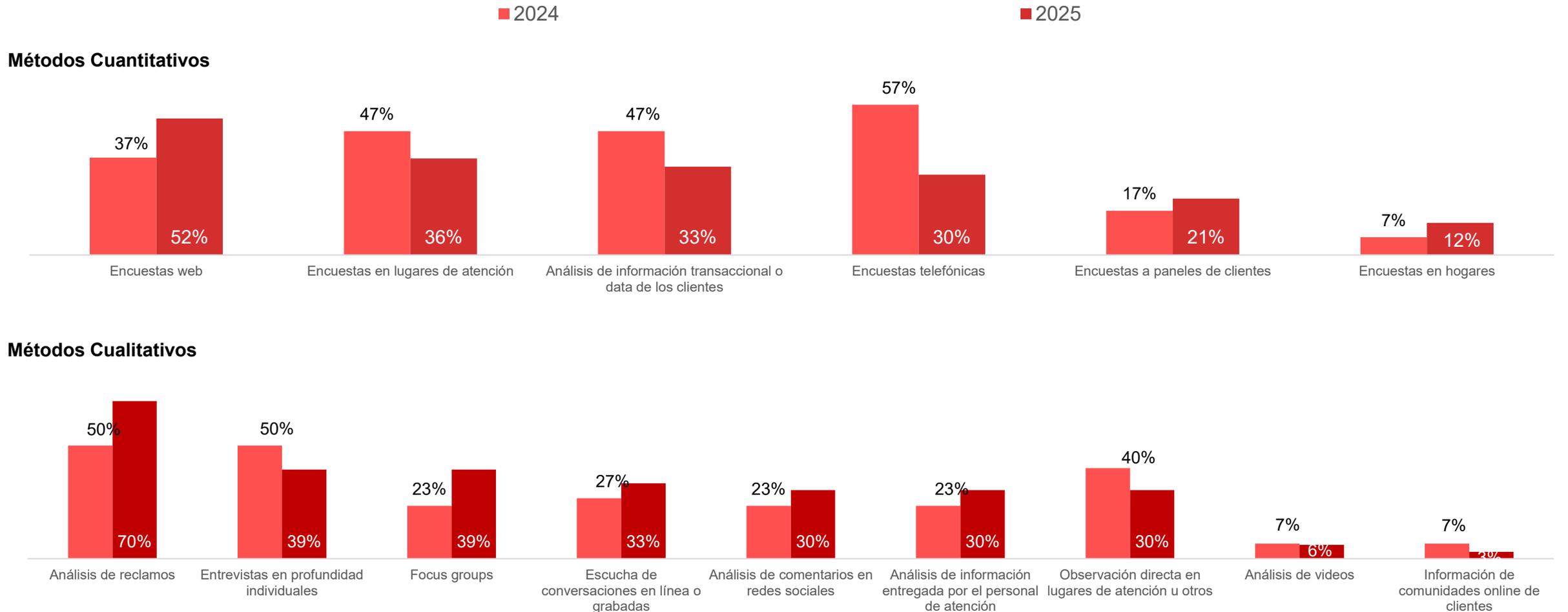
Métodos de escucha de los clientes

Evolutivo Perú

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

Respuesta múltiple

Base: 107 casos



Prácticas de voz de los clientes

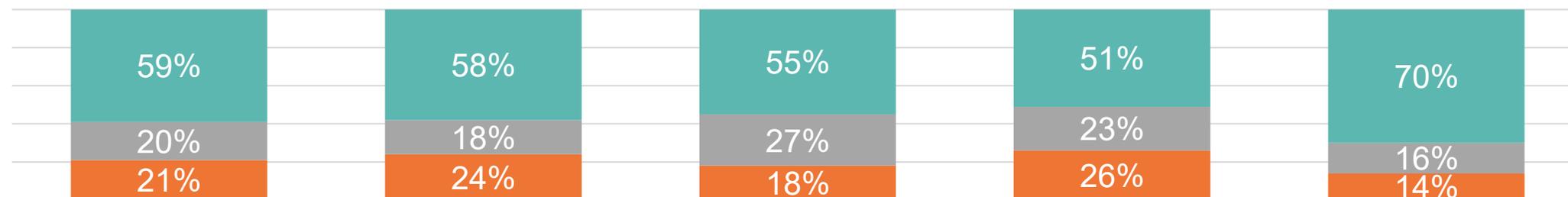
Por países

¿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?

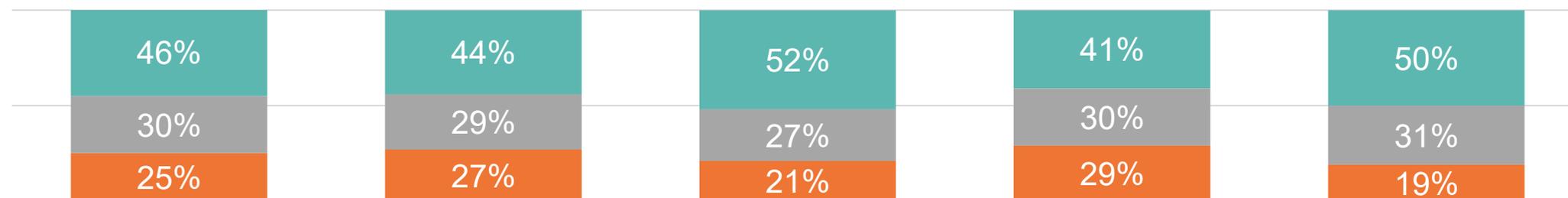
Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

Base: 303 casos

Se realizan sistemáticamente investigaciones cuantitativas de clientes



Se realizan sistemáticamente investigaciones cualitativas de clientes



TOTAL

CHL

PER

ECU

COL

■ Poco o Nada ■ Algo ■ Bastante o Mucho

Gestión de Canales y Omnicanalidad



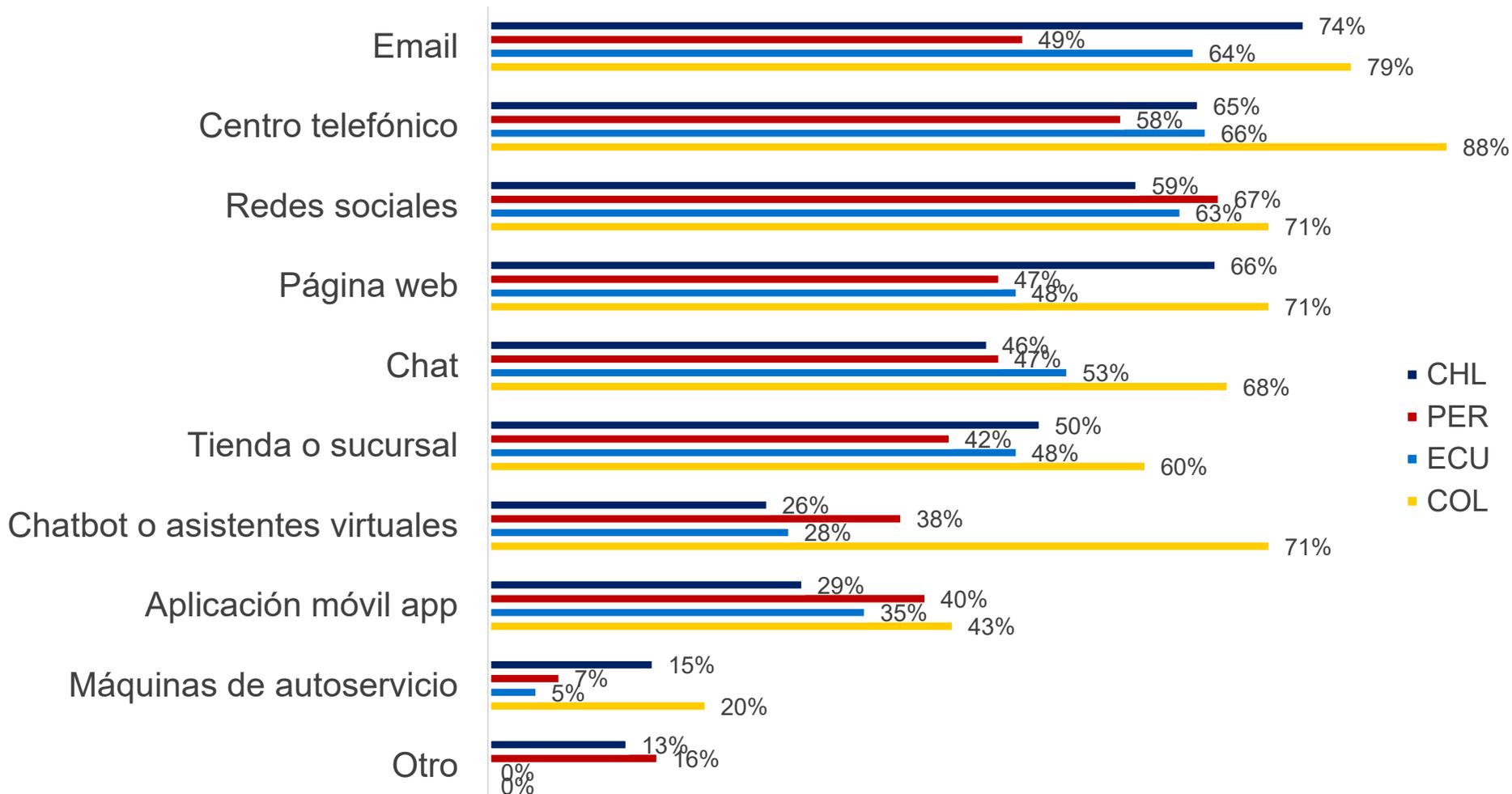
Canales de atención más utilizados por clientes

Todos los países

¿Cuáles de los siguientes canales de atención utilizan los clientes para contactarse con tu empresa?

Respuesta múltiple

Base: 303 casos



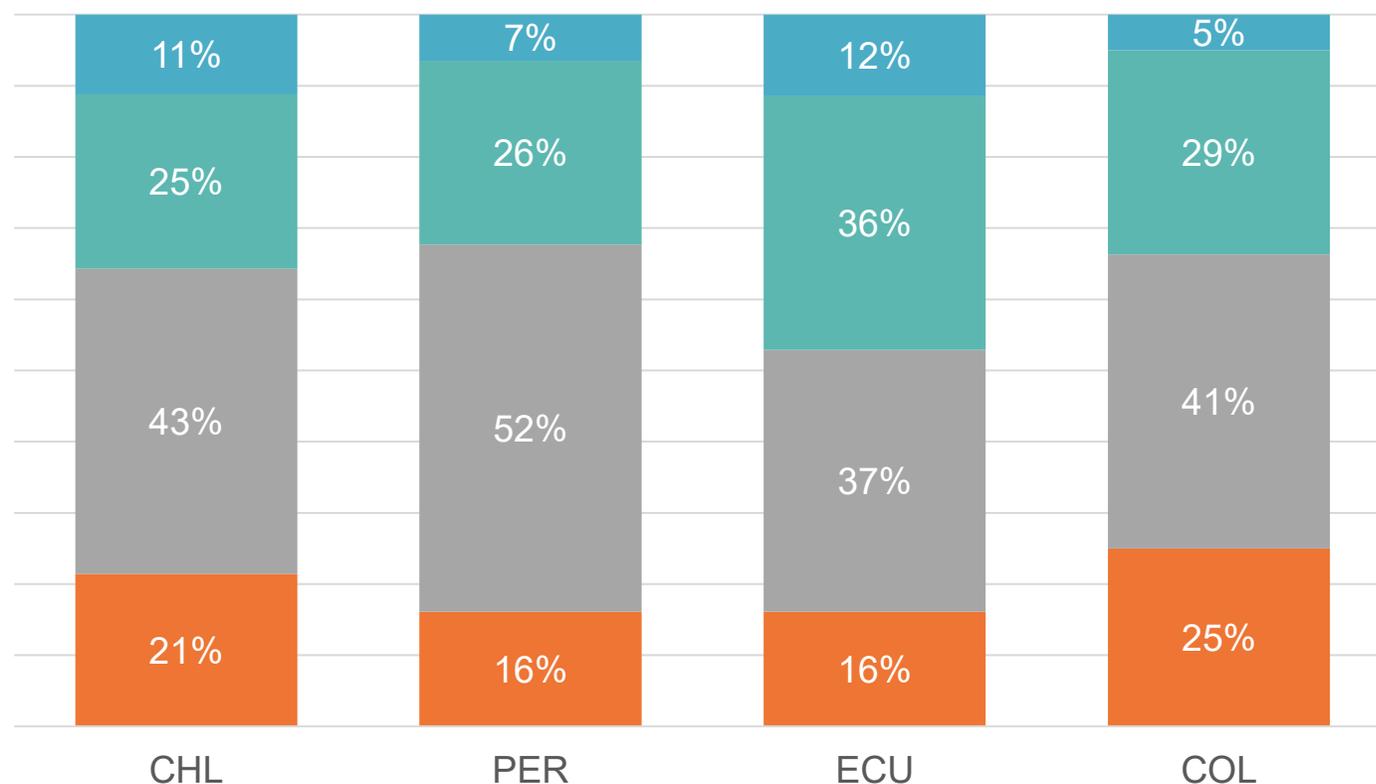
Nivel de integración de canales de atención

Por países

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

Respuesta única

Base: 303 casos



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

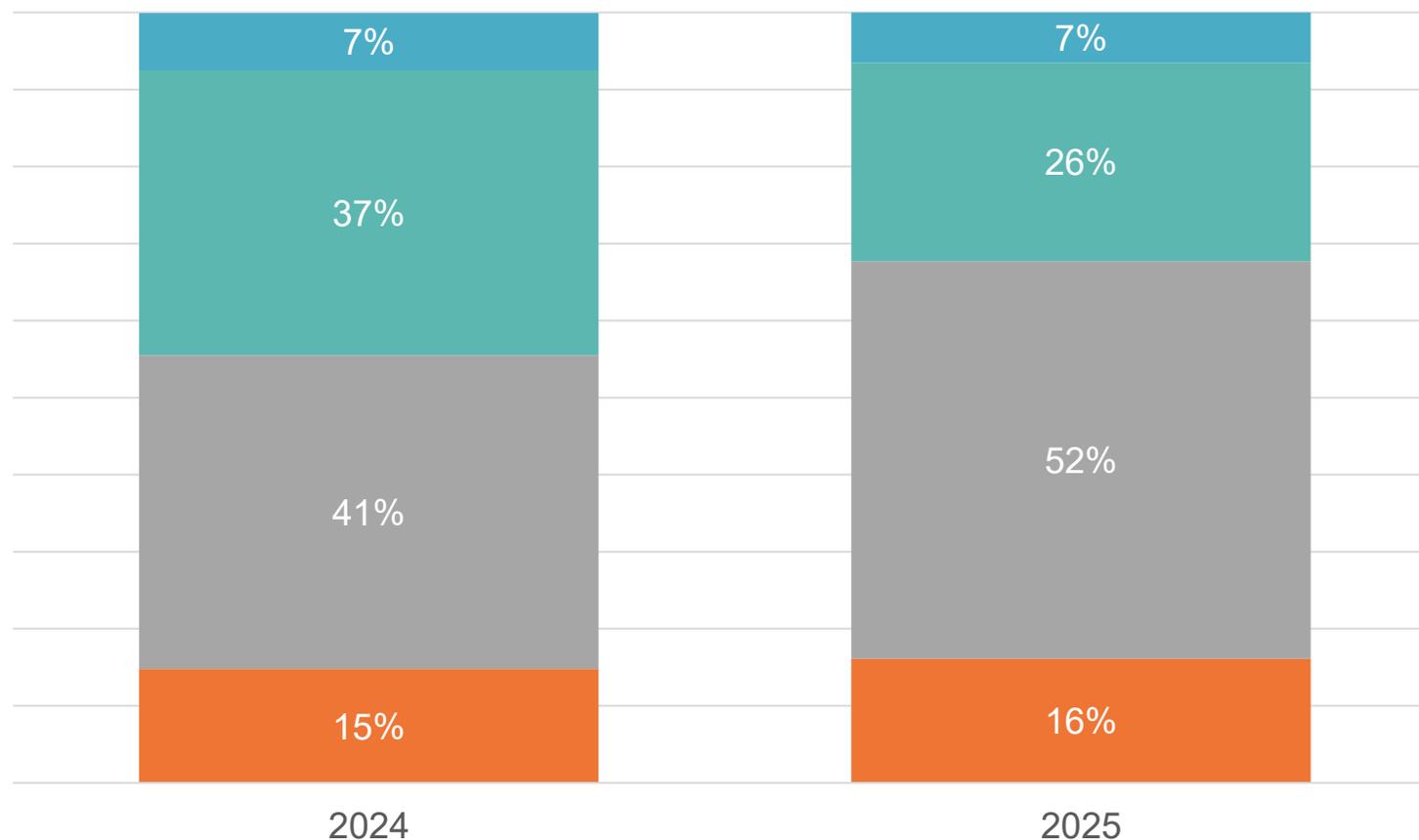
Nivel de integración de canales de atención

Evolutivo Perú

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

Respuesta única

Base: 45 casos



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



Gestión de Cultura y Capital Humano

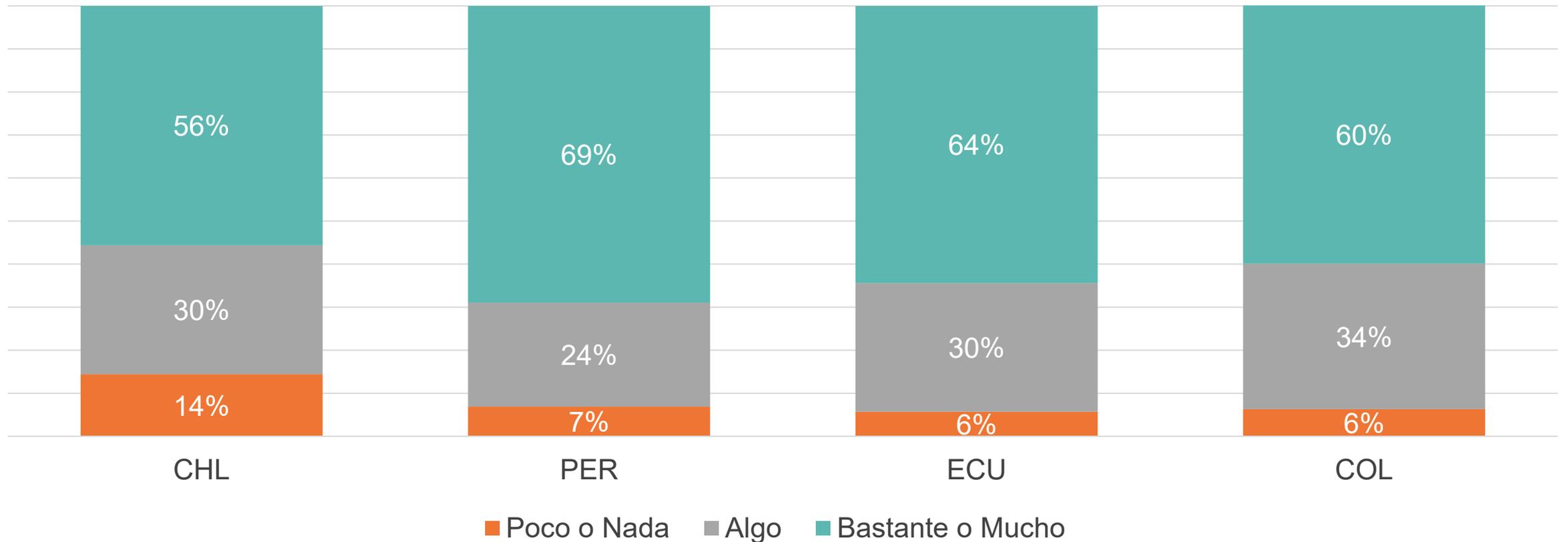
Evaluación de la cultura de servicio

Por países

¿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"

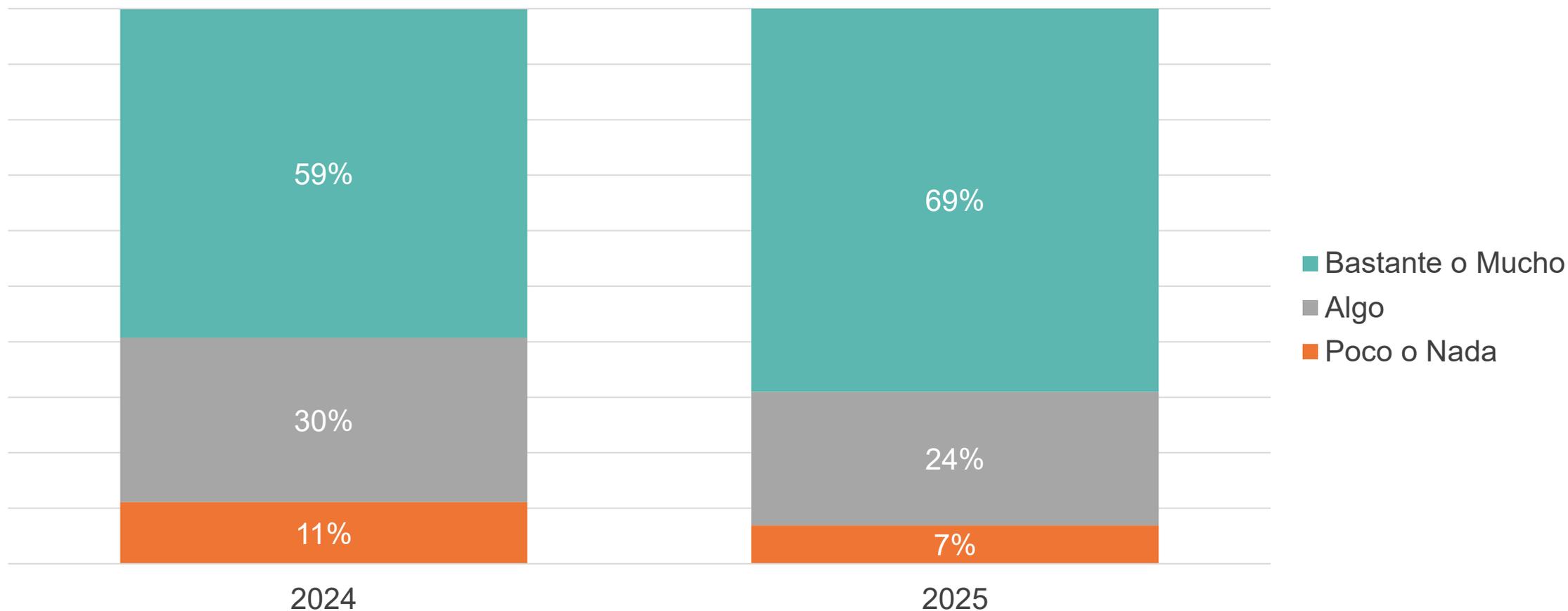
Base: 303 casos



Evaluación de la cultura de servicio

Evolutivo Perú

¿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: 45 casos



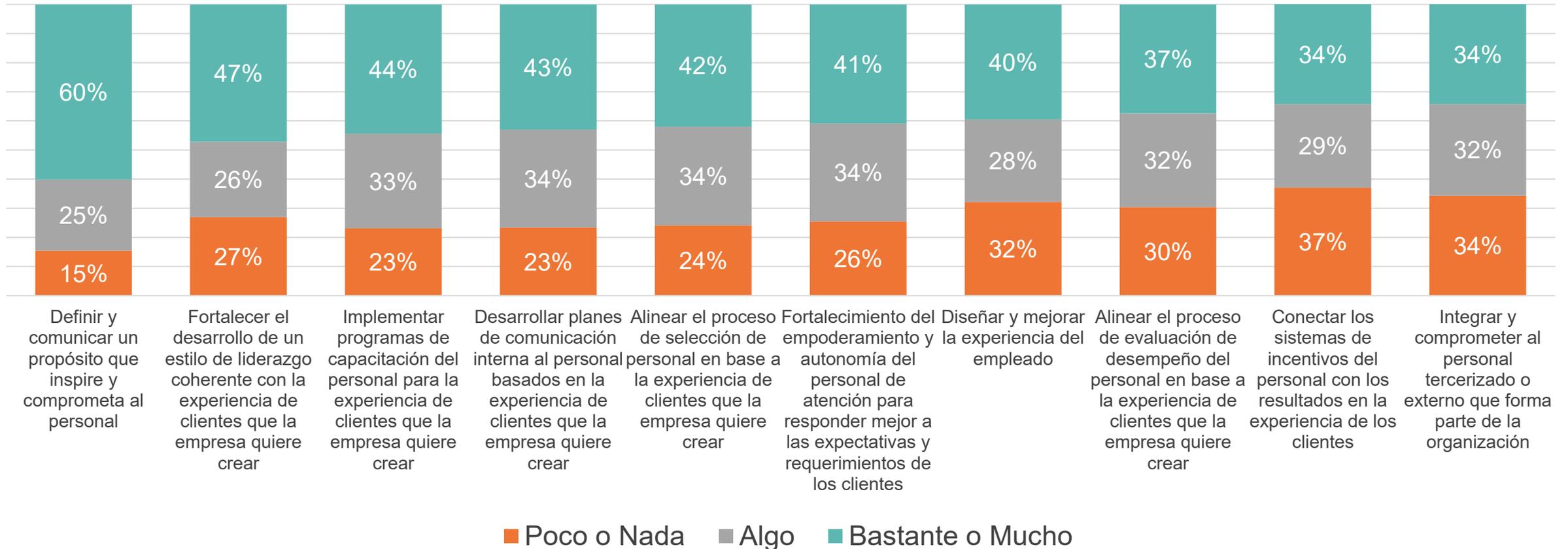
Prácticas de alineamiento del personal

Todos los países

¿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: 303 casos



Prácticas de alineamiento del personal

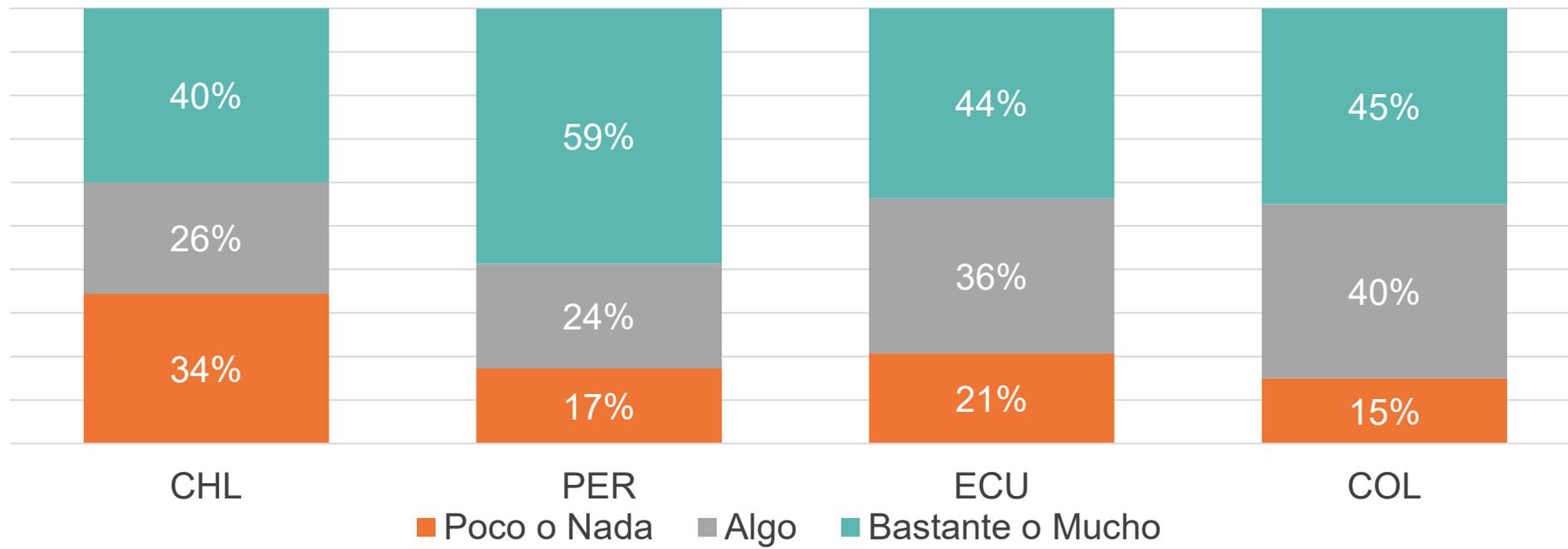
Por países

¿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: 303 casos

Implementar programas de capacitación del personal para la experiencia de clientes que la empresa quiere crear



Prácticas de alineamiento del personal

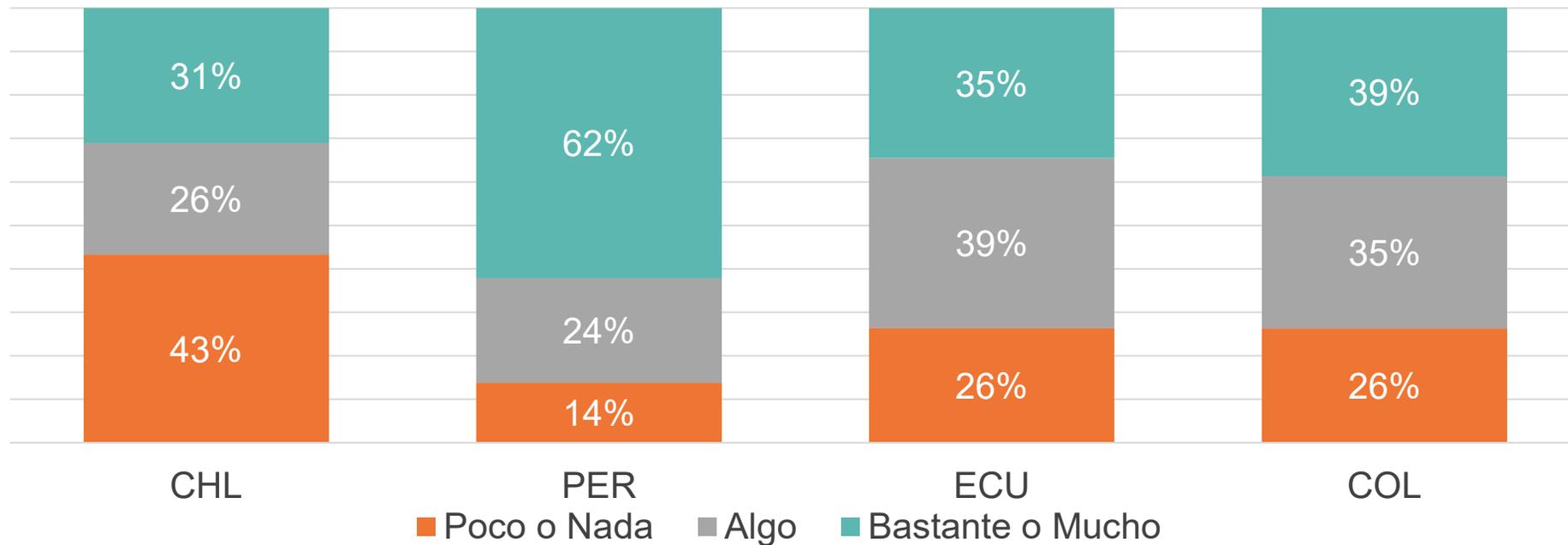
Por países

¿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: 303 casos

Alinear el proceso de evaluación de desempeño del personal en base a la experiencia de clientes que la empresa quiere crear



Prácticas de alineamiento del personal

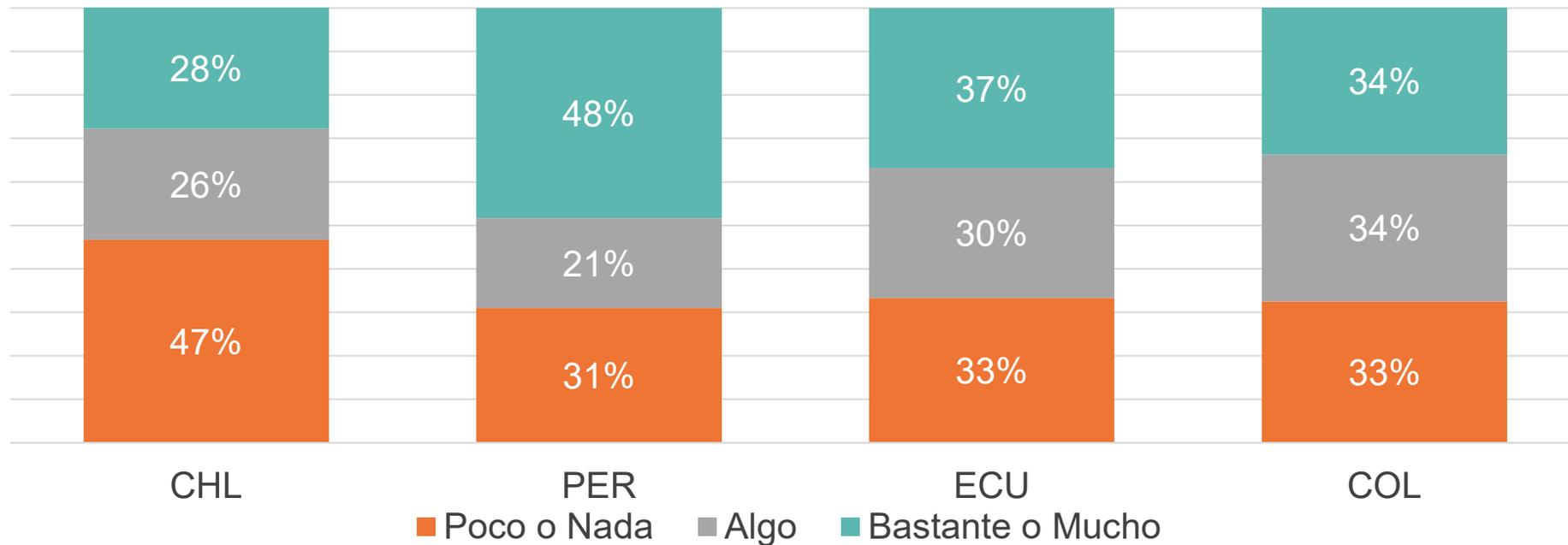
Por países

¿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: 303 casos

Conectar los sistemas de incentivos del personal con los resultados en la experiencia de los clientes



Prácticas de alineamiento del personal

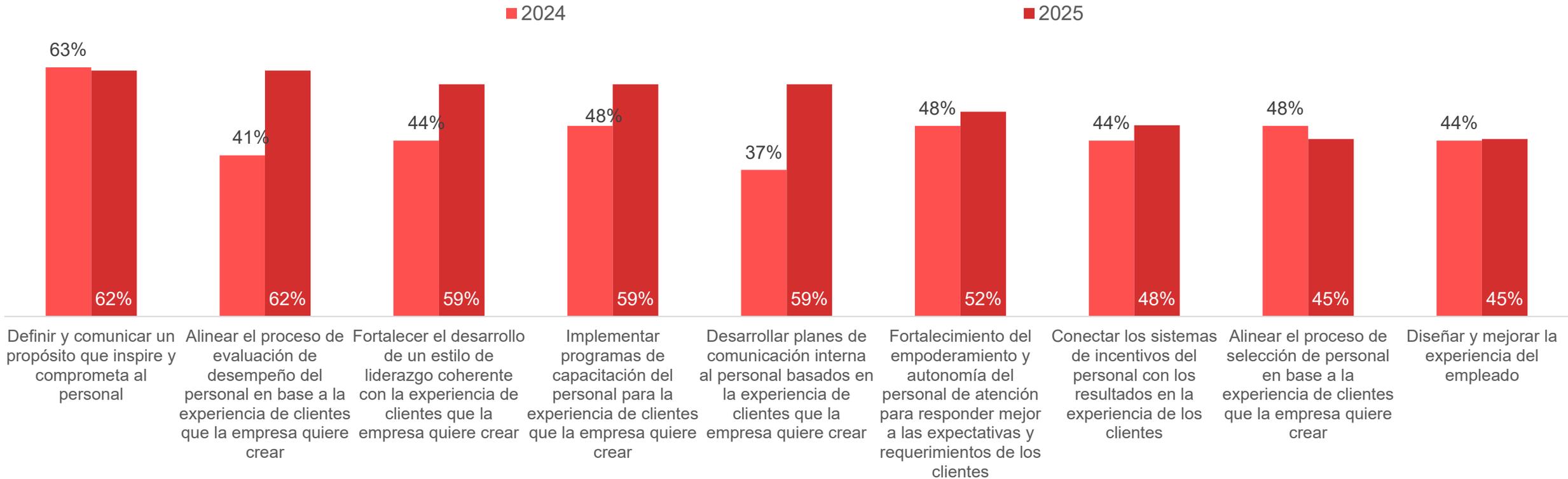
Evolutivo Perú

¿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: 45 casos

% bastante + mucho



Gestión de Tecnología



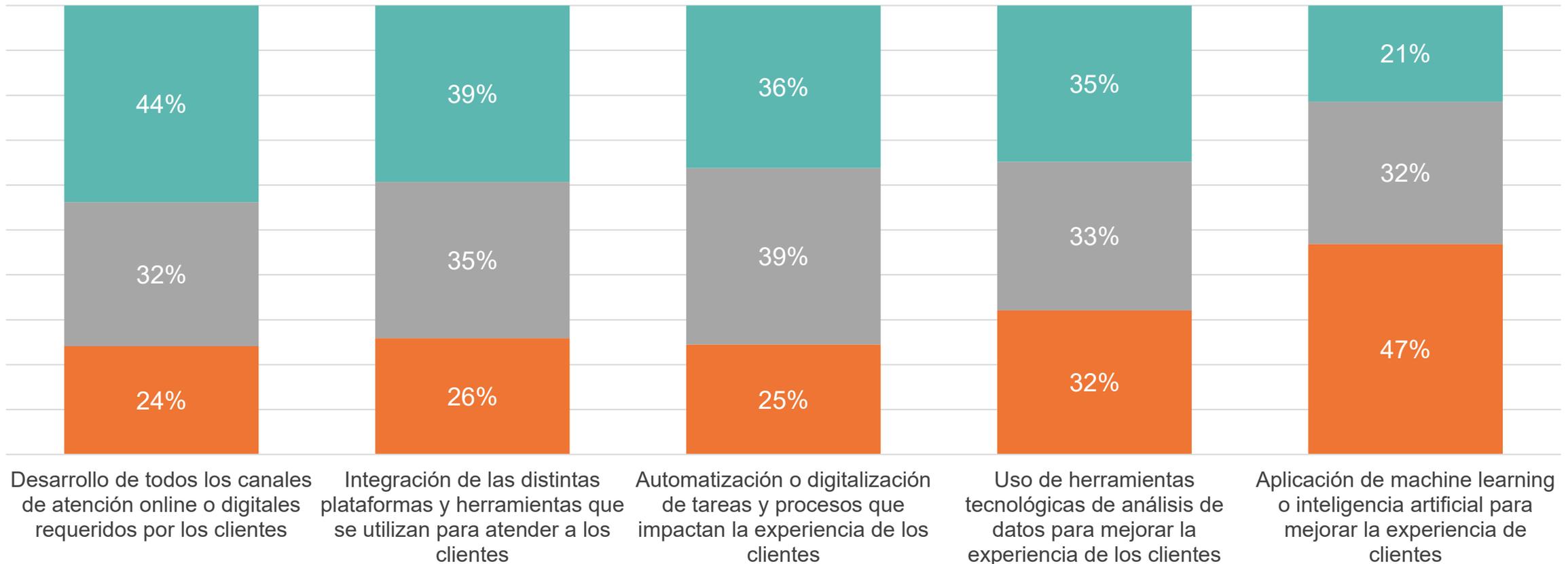
Desarrollo tecnológico para CX

Todos los países

¿En qué medida existen en tu empresa las siguientes condiciones o recursos tecnológicos al servicio de la experiencia de clientes?

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

Base: 303 casos



Desarrollo tecnológico para CX

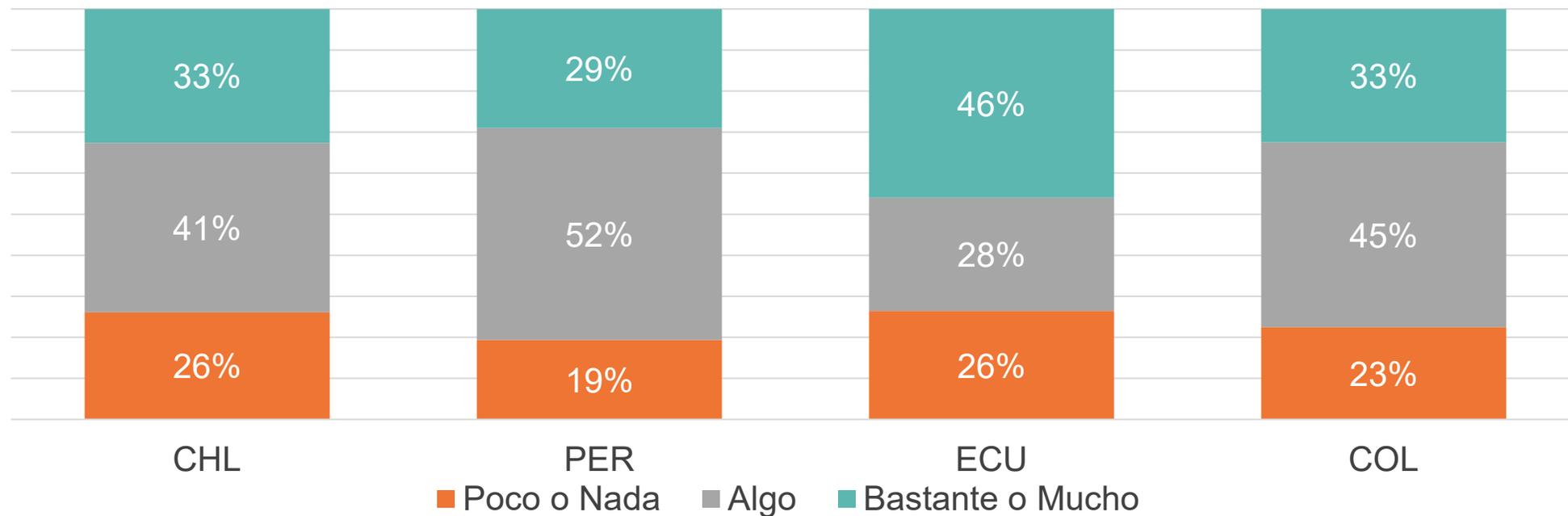
Por países

¿En qué medida existen en tu empresa las siguientes condiciones o recursos tecnológicos al servicio de la experiencia de clientes?

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

Base: 303 casos

Automatización o digitalización de tareas y procesos que impactan la experiencia de los clientes



Desarrollo tecnológico para CX

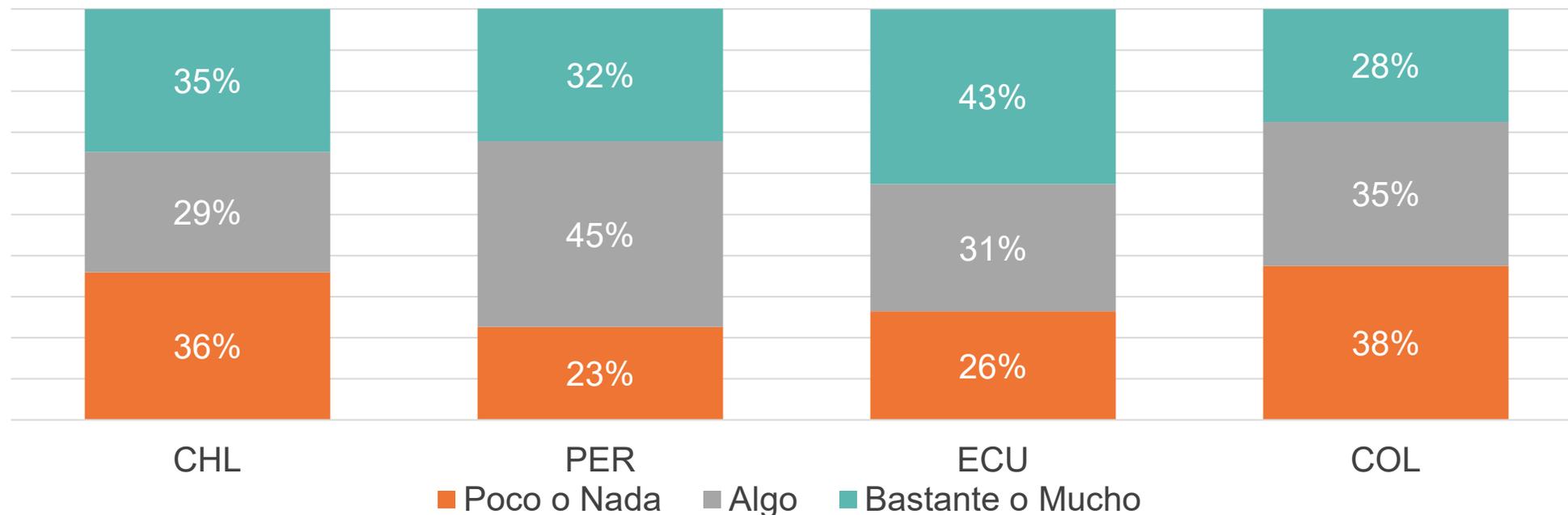
Por países

¿En qué medida existen en tu empresa las siguientes condiciones o recursos tecnológicos al servicio de la experiencia de clientes?

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

Base: 303 casos

Uso de herramientas tecnológicas de análisis de datos para mejorar la experiencia de los clientes



Desarrollo tecnológico para CX

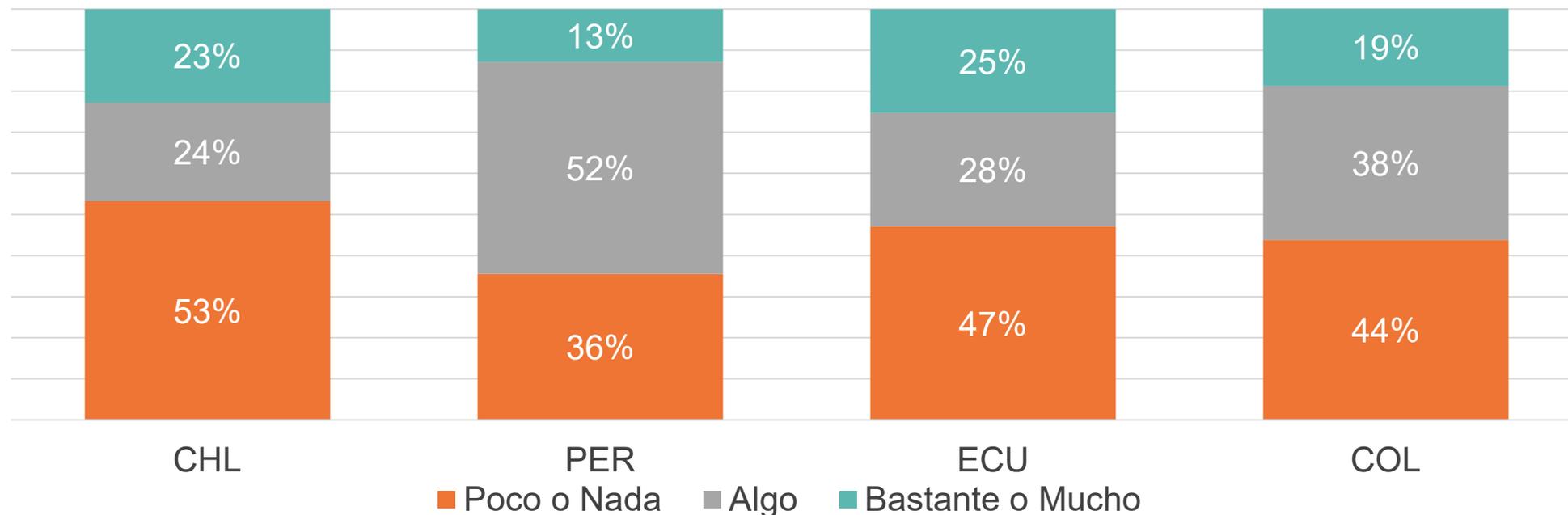
Por países

¿En qué medida existen en tu empresa las siguientes condiciones o recursos tecnológicos al servicio de la experiencia de clientes?

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

Base: 303 casos

Aplicación de machine learning o inteligencia artificial para mejorar la experiencia de clientes



Integración de AI en procesos de CX

Todos los países

¿En cuáles de los siguientes procesos relacionados con la experiencia de clientes (CX) se ha integrado la inteligencia artificial IA en tu empresa?

Respuesta múltiple

Base: 303 casos



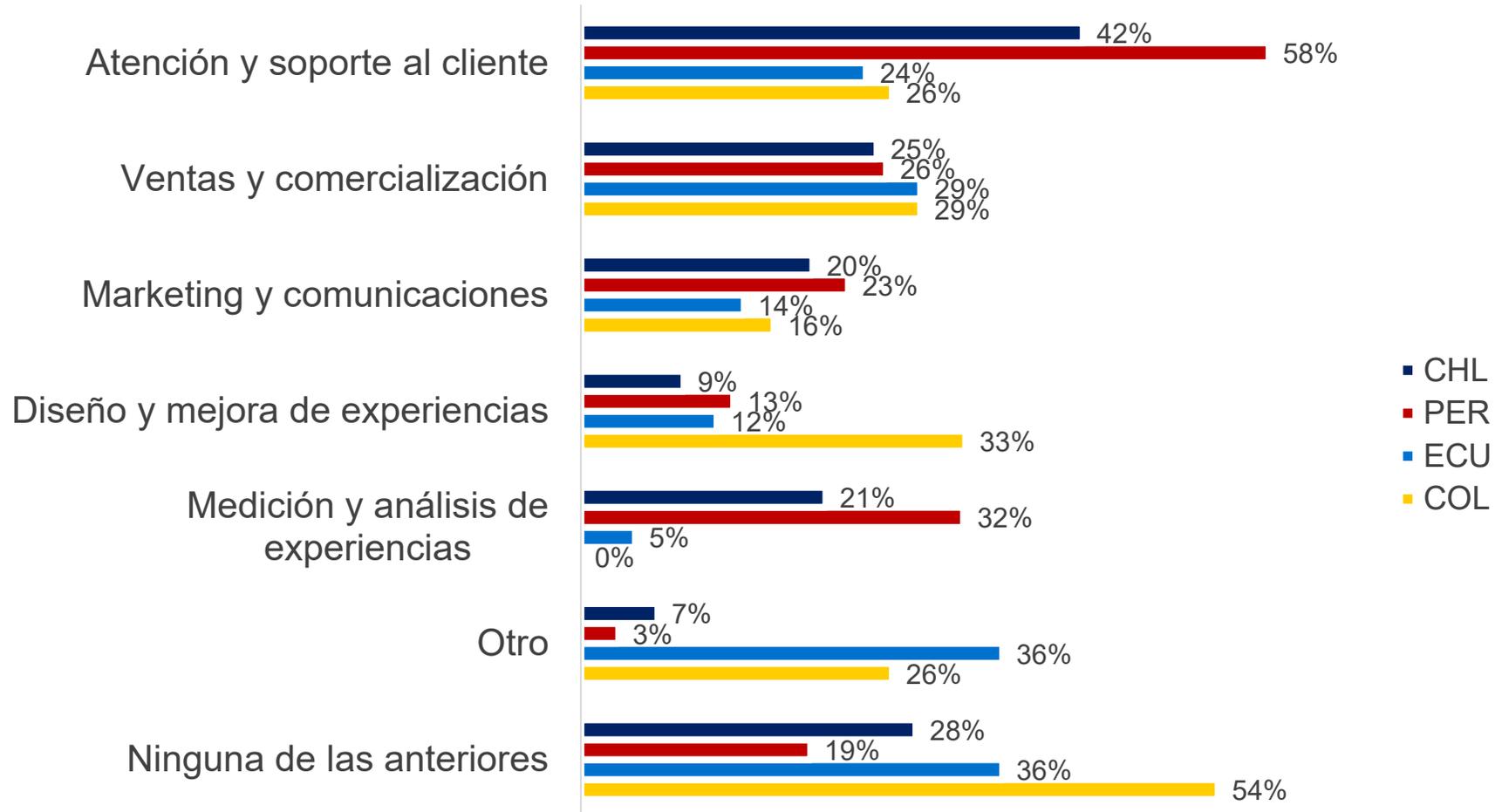
Integración de AI en procesos de CX

Todos los países

¿En cuáles de los siguientes procesos relacionados con la experiencia de clientes (CX) se ha integrado la inteligencia artificial IA en tu empresa?

Respuesta múltiple

Base: 303 casos





Impulsores y Barreras de CX

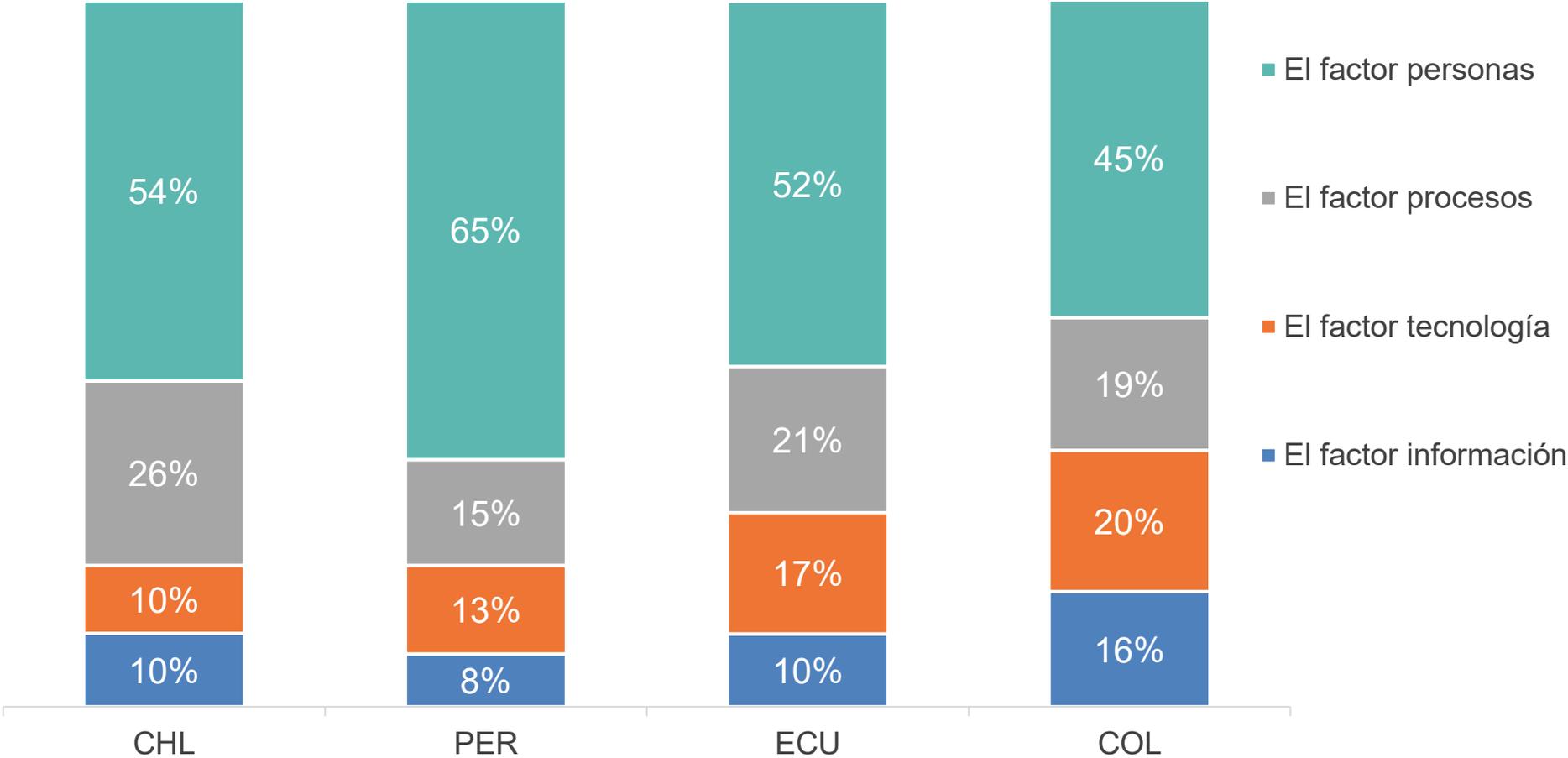
¿Cuáles de los siguientes ámbitos de gestión interna consideras es el más importante para lograr una mejor experiencia de clientes?

Respuesta única

Base: 303 casos

Factores de gestión clave

Por países



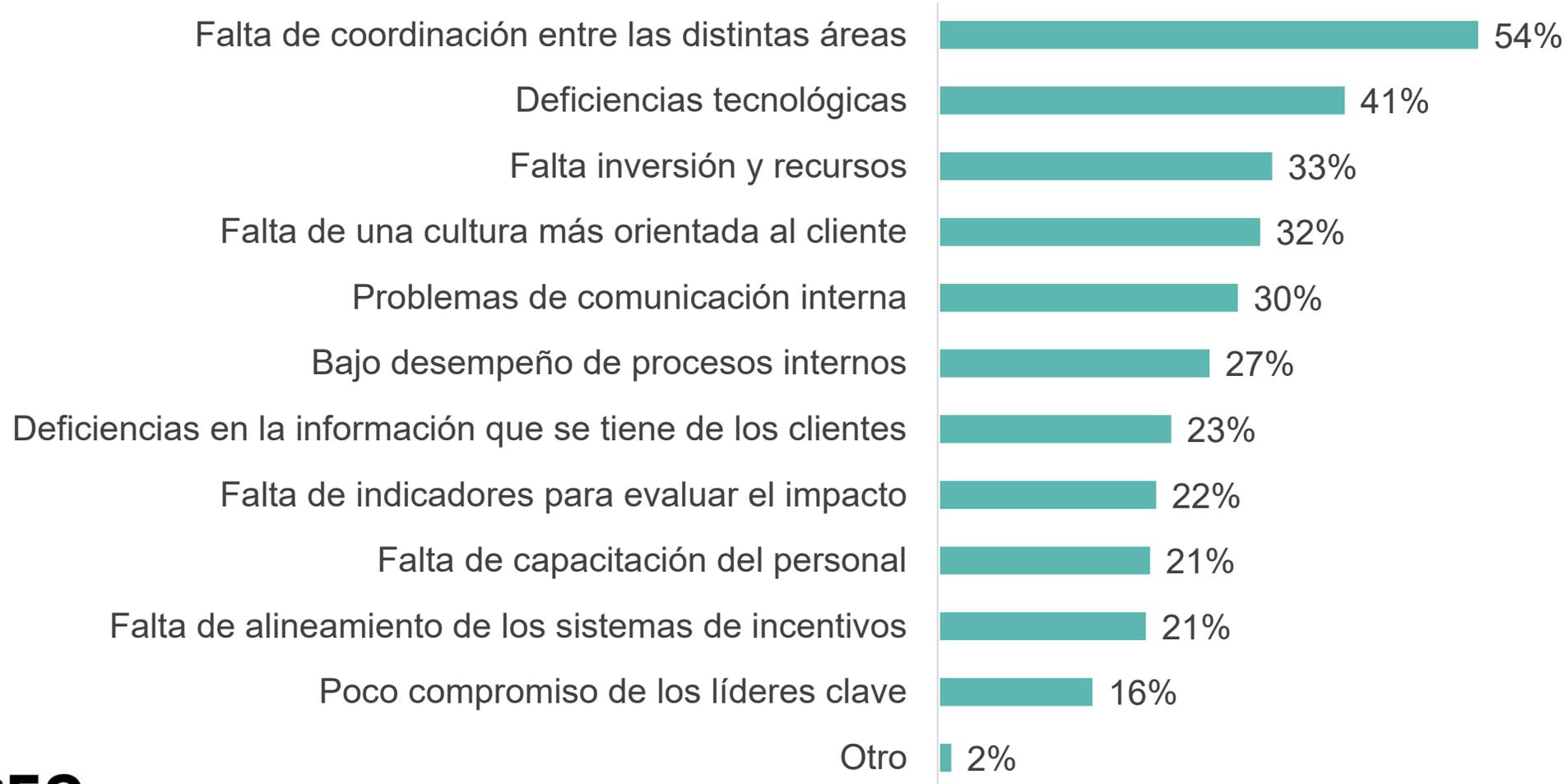
Barreras para la gestión de CX

Todos los países

¿Cuáles crees son los principales obstáculos que existen en tu empresa para desarrollar la gestión y mejora de la experiencia de los clientes?

Respuesta múltiple

Base: 303 casos



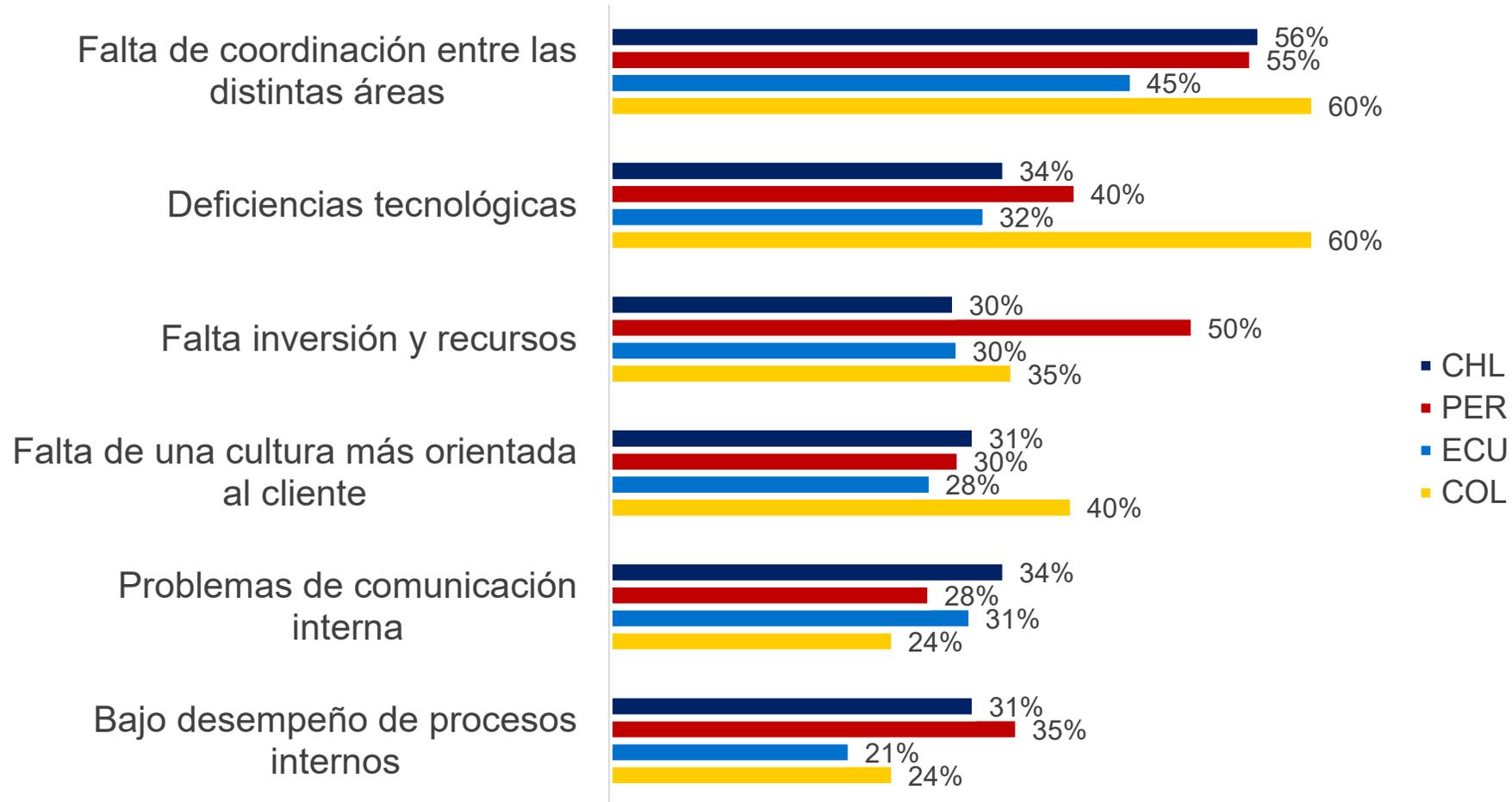
Barreras para la gestión de CX

Por países

¿Cuáles crees son los principales obstáculos que existen en tu empresa para desarrollar la gestión y mejora de la experiencia de los clientes?

Respuesta múltiple

Base: 303 casos



Fortalezas en ámbitos de gestión de CX

Perú

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

Respuesta múltiple

Base: 45 casos



Resumen y Conclusiones



El estudio revela un patrón regional de desarrollo de la madurez de CX

Caracterizado por una **alta conciencia estratégica y cultura de orientación a los clientes, combinadas con brechas tecnológicas y operativas críticas:**

FORTALEZAS DE LA REGIÓN	DEBILIDADES DE LA REGIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Conciencia estratégica madura: 95% reconoce importancia de CX y 62% la integra en planes estratégicos• Gestión reactiva de problemas: 76% ofrece canales accesible y 65% posee políticas estructuradas• Cultura de servicio desarrollada: 61% con orientación al cliente declarada• Sistemas estructurados de escucha: 59% realizando investigaciones cuantitativas sistemáticas de clientes	<ul style="list-style-type: none">• Déficit de desarrollo tecnológico: Solo 39% tiene integración de plataformas de atención y 21% aplica IA/ML para CX• Habilitación limitada de clientes: Solo 32% invierte significativamente en educar a los clientes• Baja medición de impacto financiero: Solo 31% evalúa ROI de iniciativas CX• Fragmentación omnicanal: Mucha oferta de canales de atención, pero sólo 9% logra integración total

Las debilidades podrían ser expresión de ciertos paradigmas en la gestión de CX

*Las debilidades regionales no son sólo deficiencias técnicas sino **manifestaciones de paradigmas específicos que han guiado las decisiones de gestión de CX:***

DEBILIDADES DE LA REGIÓN	CREENCIAS SUBYACENTES
<ul style="list-style-type: none">• <i>Déficit de desarrollo tecnológico</i>	<i>"El valor está en las personas, no en las máquinas"</i>
<ul style="list-style-type: none">• <i>Habilitación limitada de clientes</i>	<i>"Un cliente muy empoderado es un riesgo"</i>
<ul style="list-style-type: none">• <i>Baja medición de impacto financiero</i>	<i>"Si los clientes están satisfechos, los resultados llegarán"</i>
<ul style="list-style-type: none">• <i>Fragmentación omnicanal</i>	<i>"La especialización de canales genera la excelencia"</i>

Las empresas peruanas muestran algunas diferencias respecto del patrón regional de madurez de CX

Las empresas peruanas consolidan la fortaleza regional en cultura a través de una gestión de personas más valorada y alineada, mientras acentúa la debilidad en adopción tecnológica para CX:

¿EN QUÉ ÁMBITOS LAS EMPRESAS PERUANAS AMPLIFICAN LAS FORTALEZAS REGIONALES?	¿EN QUÉ ÁMBITOS LAS EMPRESAS PERUANAS AMPLIFICAN LAS DEBILIDADES REGIONALES?
<p><i>Integración superior de la gestión de personas para CX</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>69% de cultura de servicio vs. 59% Región</i>• <i>62% alinea con CX evaluación de desempeño vs. 37% Región y 59% capacita en CX vs. 47% Región</i>• <i>65% identifica factor personas como prioritario vs. 53% Región</i>	<p><i>Se extrema la falta de alineamiento tecnológico con CX</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>13% de uso de IA/ML para CX vs. 21% Región</i>• <i>29% automatización de procesos de CX vs. 36% Región</i>• <i>32% uso de herramientas tecnológicas para análisis de información vs. 35% Región</i>

El desafío de madurez de CX de las empresas peruanas

¿Cómo convertimos nuestras fortalezas en cultura y gestión de personas en plataformas organizacionales para activar una mayor transformación tecnológica con foco en CX?