



[MADUREZ DE CX]

Creando las bases para una empresa orientada a la experiencia del cliente

La madurez de CX se define como el grado en que una empresa implementa condiciones, procesos y prácticas esenciales para comprender, administrar, medir y mejorar la experiencia de sus clientes. Expresa la robustez en la gestión con la que una empresa enfrenta el desafío de fortalecer su orientación a la experiencia de clientes.

Por: Patricio Polizzi R., director de Estudios Centro de Experiencias y Servicios UAI.

La madurez de CX es un aspecto fundamental para las empresas que buscan satisfacer y fidelizar a sus clientes mediante la entrega de experiencias de valor de manera consistente, eficaz y sostenible.

Importancia de la Madurez en la Gestión de CX

La madurez de CX de una empresa es crucial porque:

- **Impulsa la orientación de CX:** Una alta madurez de CX asegura que toda la organización esté alineada en torno a la importancia de la experiencia del cliente.
- **Mejora la eficacia y sinergias de las iniciativas de CX:** La integración de mejores prácticas en la gestión de CX potencia la sinergia de las

distintas iniciativas de CX que se estén desarrollando en la empresa.

- **Fortalece la sostenibilidad de resultados de CX:** Una madurez de CX garantiza que los resultados positivos en la experiencia del cliente se mantengan a lo largo del tiempo. Altos niveles de madurez de CX sientan las bases para que la empresa provea valor y experiencias significativas a los clientes, sustentado en un sistema integral y robusto de gestión y mejora continua de CX.

Modelo de Evaluación de Madurez de CX del CES UAI

El Centro de Experiencias y Servicios de la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez (CES UAI) ha desarrollado un modelo integral

para evaluar la madurez de CX a través de 12 dimensiones clave, agrupadas en tres grandes categorías:

Dimensiones de Enfoque en el Cliente

- **Compromiso:** Se evalúa cómo la empresa integra la experiencia del cliente en la estrategia, metas y estructura de la organización.
- **Conocimiento:** Se evalúa cómo la empresa genera y utiliza información sobre sus clientes, el mercado y el entorno.
- **Mediciones:** Se evalúa cómo la empresa mide y monitorea la experiencia de los clientes con sus productos, servicios y canales de atención.
- **Impacto:** Se evalúa cómo la empresa mide integralmente y gestiona el impacto de sus iniciativas de CX.

DIMENSIONES DEL MODELO DE MADUREZ DE CX DEL CES UAI

| Dimensiones de enfoque en el cliente | Dimensiones de capacidades internas | Dimensiones de creación de valor |
|--------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| Compromiso | Procesos | Recuperación |
| Conocimiento | Tecnología | Habilitación |
| Mediciones | Personas | Omnicanalidad |
| Impacto | Proveedores | Diseño |

Dimensiones de Capacidades Internas

- **Procesos:** Se evalúa cómo la empresa gestiona y alinea los procesos internos de mayor impacto en CX.
- **Tecnología:** Se evalúa cómo la empresa desarrolla y utiliza la tecnología para mejorar en CX.
- **Personas:** Se evalúa cómo la empresa alinea la cultura y la gestión del talento para mejorar en CX.
- **Proveedores:** Se evalúa cómo la empresa gestiona las relaciones con proveedores de mayor impacto en CX.

Dimensiones de Creación de Valor

- **Recuperación:** Se evalúa cómo la empresa gestiona los problemas y reclamos de los clientes.
- **Habilitación:** Se evalúa cómo la empresa informa, educa y empodera a sus clientes.
- **Omnicanalidad:** Se evalúa cómo la empresa gestiona e integra la experiencia del cliente en sus canales de interacción.
- **Diseño:** Se evalúa cómo la empresa diseña, mejora e innova en las experiencias de los clientes. Este modelo fue desarrollado mediante un trabajo colaborativo con gerentes y subgerentes de CX de importantes empresas del país pertenecientes a los más diversos rubros. El modelo de madurez de CX del CES UAI ofrece varias ventajas que lo hacen particularmente valioso para las empresas:
- **Enfoque integral:** El modelo abarca de manera exhaustiva los diversos aspectos que componen la madurez de CX de una empresa, lo que permite obtener una evalua-

ción integral del estado del arte de la gestión de CX, sin dejar de lado aspectos críticos.

- **Aplicación práctica:** El modelo está diseñado para ser implementado de manera efectiva en contextos empresariales reales, proporcionando criterios concretos para evaluar cada dimensión y definir oportunidades de mejoras concretas.

- **Basado en mejores prácticas:** El modelo se ha desarrollado a partir de la observación y análisis de empresas líderes en CX, incorporando aprendizajes y estrategias probadas en el mundo real.

- **Certificación del proceso:** La evaluación de madurez de CX del CES UAI incorpora la entrega de un sello de certificación, que opera como una validación externa del compromiso y nivel de gestión de la organización en CX, brindando credibilidad y diferenciación en el mercado al ser otorgado por una institución de prestigio.

Estas ventajas hacen que el modelo de madurez de CX del CES UAI

sea una herramienta esencial para empresas que buscan no solo evaluar su estado actual en CX, sino también emprender un camino claro hacia la orientación a la experiencia del cliente.

Beneficios de Evaluar la Madurez de CX

Evaluar la madurez de CX proporciona numerosos beneficios para una empresa:

- **Diagnóstico integral:** Permite obtener un análisis detallado de la situación actual en todas las dimensiones relevantes de la gestión de CX.

- **Identificación de oportunidades:** Ayuda a reconocer áreas específicas donde se pueden realizar mejoras significativas.

- **Planificación de acciones:** Facilita

la elaboración de planes de acción concretos para fortalecer la madurez de CX de la empresa.

- **Mejora continua:** Promueve la adopción de mejores prácticas y el avance continuo en la gestión de la experiencia del cliente.

La evaluación de la madurez de la gestión de CX es una herramienta esencial para impulsar la implementación concreta de condiciones, procesos, estructuras y prácticas que son esenciales para administrar y mejorar de manera eficaz y sostenible la experiencia de los clientes. Los buenos resultados en CX son una buena noticia, pero el desafío es lograr que vayan acompañados de niveles crecientes de madurez de la gestión de CX que garanticen su sostenibilidad en el tiempo.

“Altos niveles de madurez de CX sientan las bases para que la empresa provea valor y experiencias significativas a los clientes, sustentado en un sistema integral y robusto de gestión y mejora continua de CX”.

**PATRICIO POLIZZI R., DIRECTOR DE ESTUDIOS
CENTRO DE EXPERIENCIAS Y SERVICIOS UAI.**



“La evaluación de la madurez de la gestión de CX es una herramienta esencial para impulsar la implementación concreta de condiciones, procesos, estructuras y prácticas que son esenciales para administrar y mejorar de manera eficaz y sostenible la experiencia de los clientes”.