

3^{RA EDICIÓN} CX INDEX[®]

Activa | CES

ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

ces
UAI • LATAM

 **UAI**
UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ



#Quiénes nos acompañan hoy





activasite.com



ACTIVA

Hilario Chong Shing
Gerente Customer Experience
ACTIVA PERÚ



activasite.com



Claudio López Moreno
Director ejecutivo del Centro de Experiencias y Servicios CES
CES UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ





activasite.com



Patricio Polizzi
Director de Investigaciones del Centro de Experiencias y Servicios
CES UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

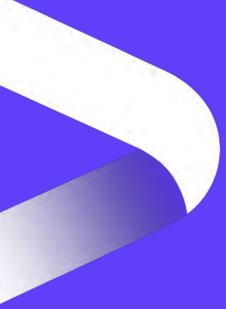


activasite.com



Lucia Barrantes del Rio
Chief Client Officer
YAPE





activasite.com



ACTIVA

Rodrigo de La Riva
Socio y Gerente Customer Experience
ACTIVA CHILE



activa.com



ACTIVA

Jorge Benito
Country Manager
ACTIVA PERU

#Una iniciativa de:

ACTIVA

ces
UAI • LATAM

LO QUE HACEMOS EN EL CES

FORMACIÓN

Diplomado, cursos, workshops
y certificaciones en formato
abierto e in company

INVESTIGACIÓN

Estudios e investigación
aplicada

EXTENSIÓN

Webinars abiertos y cerrados
Congreso Internacional Anual

ASESORÍA

Consultoría, desarrollo de
proyectos y mediciones

Nuestro propósito:

Co crear experiencias significativas al servicio de las personas



ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION

La experiencia del cliente en Perú:

¿Quiénes son los líderes de CX en la era digital?

- 3° Edición -



Algunos datos del estudio de prácticas de CX...

Métodos de conocimiento de los clientes

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

Respuesta múltiple

Base: 112 casos



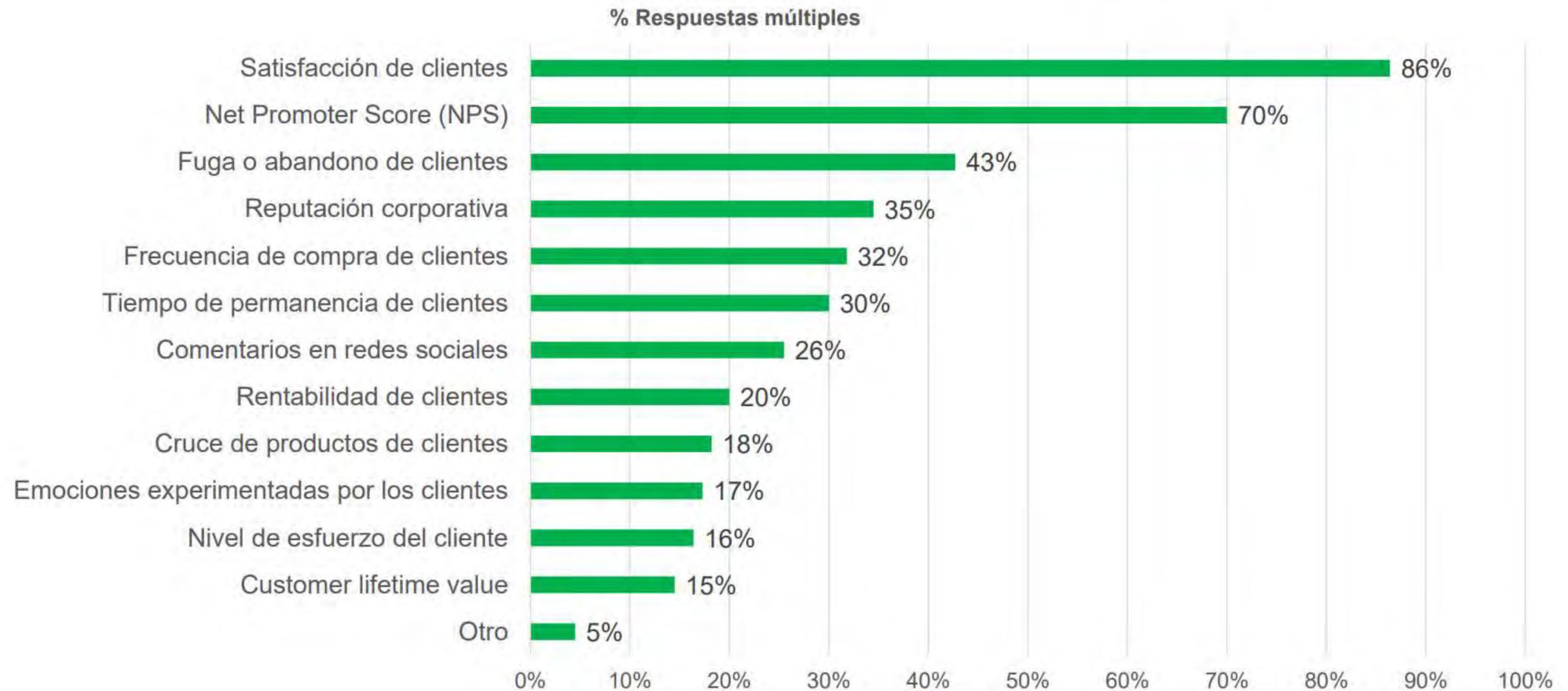
Algunos datos del estudio de prácticas de CX...

Indicadores de 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: 112 casos



NPS

(Dimensión Actitudinal)

CSAT

(Dimensión de Juicio Evaluativo)

SOW

(Dimensión Comportamental)



- **NPS:** En una escala del 0 al 10, donde 0 es Definitivamente no recomendaría, y 10 es Definitivamente sí recomendaría, ¿Qué tan probable es que recomiende a un familiar o amigo a (MARCA)?
- **CSAT:** En general, ¿cuán satisfecho está usted con (MARCA)?
- **SOW:** Pensando en todas las compras/pagos/usuarios que suele realizar en (CATEGORÍA), ¿cuál de las siguientes alternativas describiría mejor la situación de sus compras/pagos/usuarios respecto a... (MARCA)?

METODOLOGÍA

Diseño de investigación

Diseño cuantitativo – concluyente sobre la base de entrevistas online asistidas por computador (CAWI).

Población en estudio

Hombres y mujeres entre 18 a 65 años residentes de Lima y Ciudades de interior del país, usuarios/clientes de las (20) categorías de servicios evaluadas: farmacias, supermercados, tiendas por departamento, bancos, telefonía móvil, internet & telefonía hogar, tiendas de conveniencia, tiendas de mejoramiento del hogar, servicio de energía eléctrica, aplicaciones de movilidad, aplicaciones de delivery, AFPs, estaciones de servicio, aerolíneas, aplicaciones de pagos y transferencias, clínicas privadas, seguros, microfinancieras / cajas municipales, transporte turístico terrestre y centros comerciales.

Se realizó un total de 8900 evaluaciones, con la siguiente distribución:

	Frecuencias
SEXO	
Hombre	50%
Mujer	50%
ÁMBITO	
LIMA	50%
OTROS DEPARTAMENTOS	50%

	Frecuencias
EDAD	
18-30	30%
31-40	25%
41-50	20%
51-65	25%
NSE	
A	5%
B	20%
C	40%
D	35%

Diseño Muestral

Margen de error

El margen de Error Muestral es de +/- 2.3% a nivel total muestra, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.

Fecha de campo

Agosto / Septiembre 2023

Ranking – CXI INDEX (ACTIVA / CES): Las 20 industrias evaluadas



Farmacias



Internet & telefonía hogar



Aplicaciones de delivery



Tiendas por departamento



Tiendas de conveniencia



AFPs



Banca



Mejoramiento del hogar



Estaciones de servicio



Telefonía móvil



Servicio de energía eléctrica



Aplicaciones de movilidad



Supermercados



Aplicaciones de pagos y transferencias



Aerolíneas



Clínicas privadas



Microfinancieras / cajas municipales



Seguros



Transporte turístico terrestre



Centros comerciales

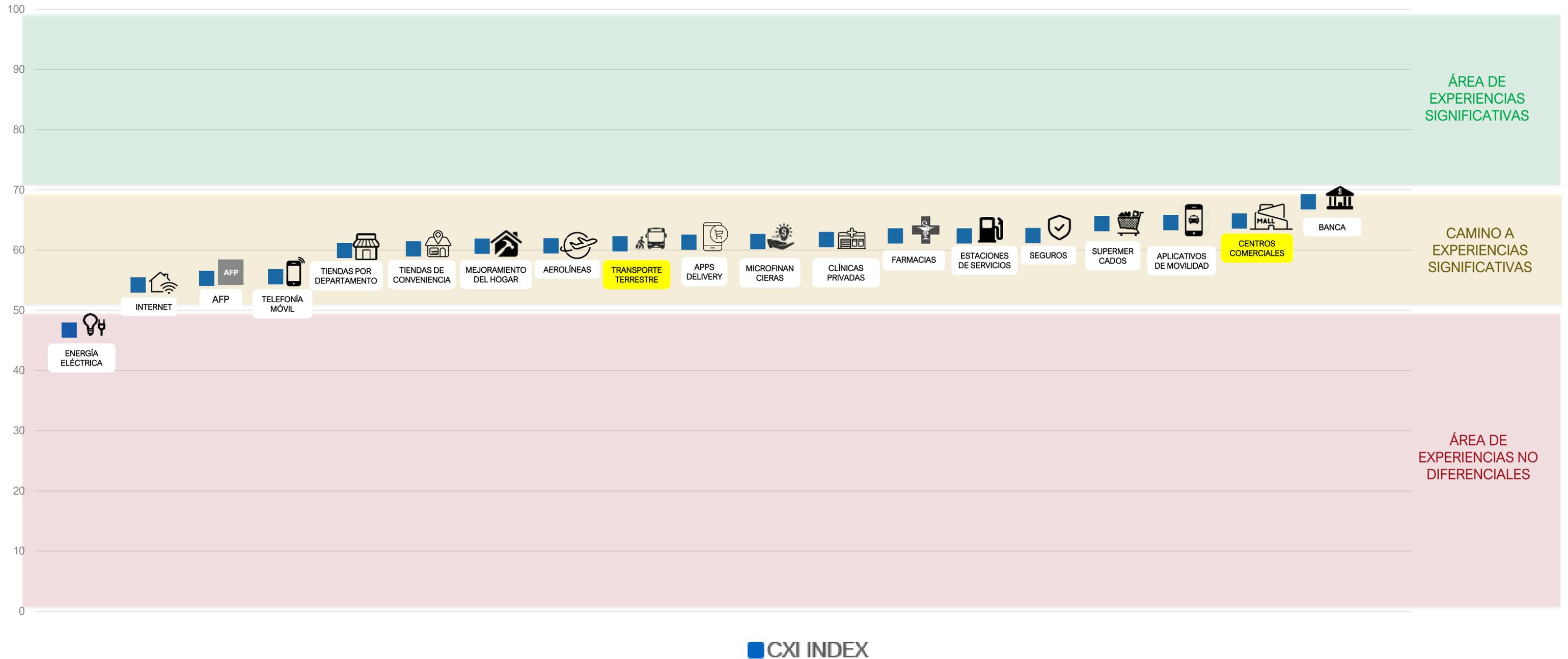
Ranking – CXI INDEX (ACTIVA / CES): Evolución del CXI - Total Perú



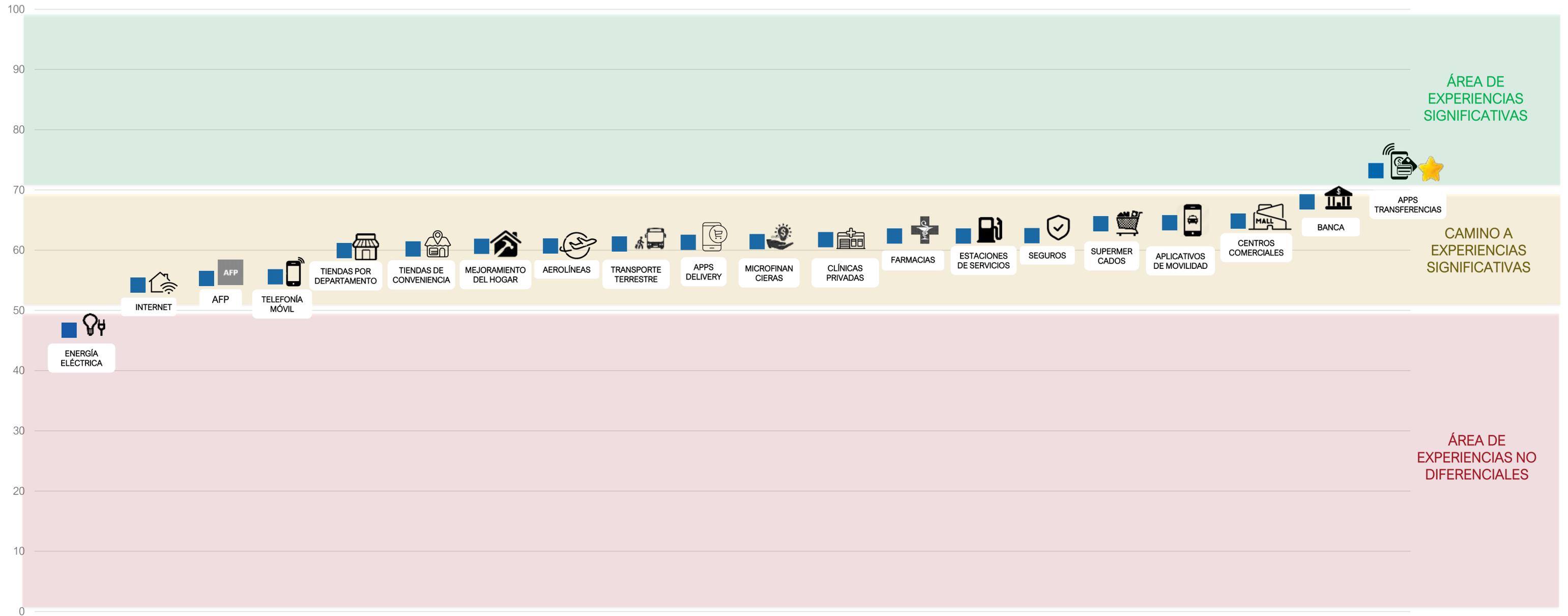
Ranking CXI INDEX (ACTIVA / CES): Resultados globales: 20 industrias



Ranking CXI INDEX (ACTIVA / CES): Resultados globales: 20 industrias

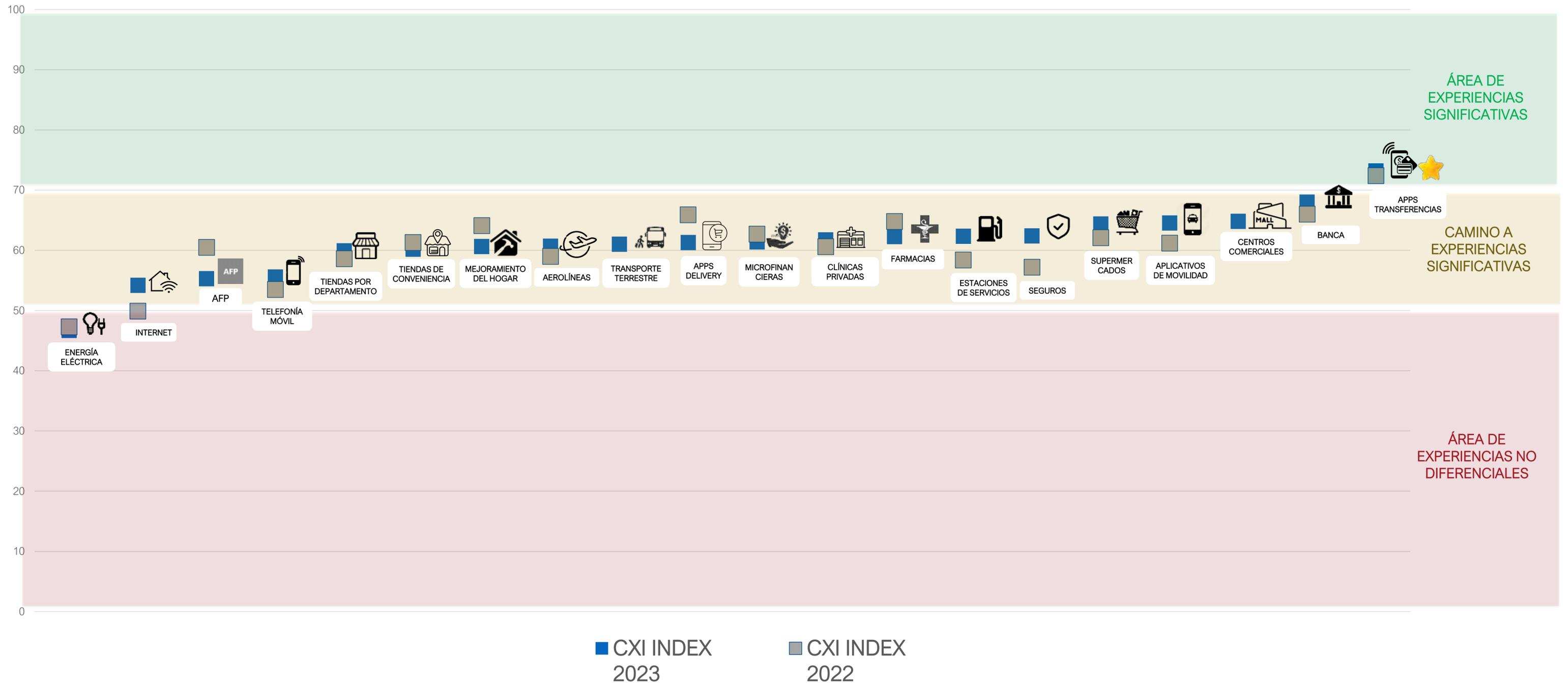


Ranking CXI INDEX (ACTIVA / CES): Resultados globales: 20 industrias

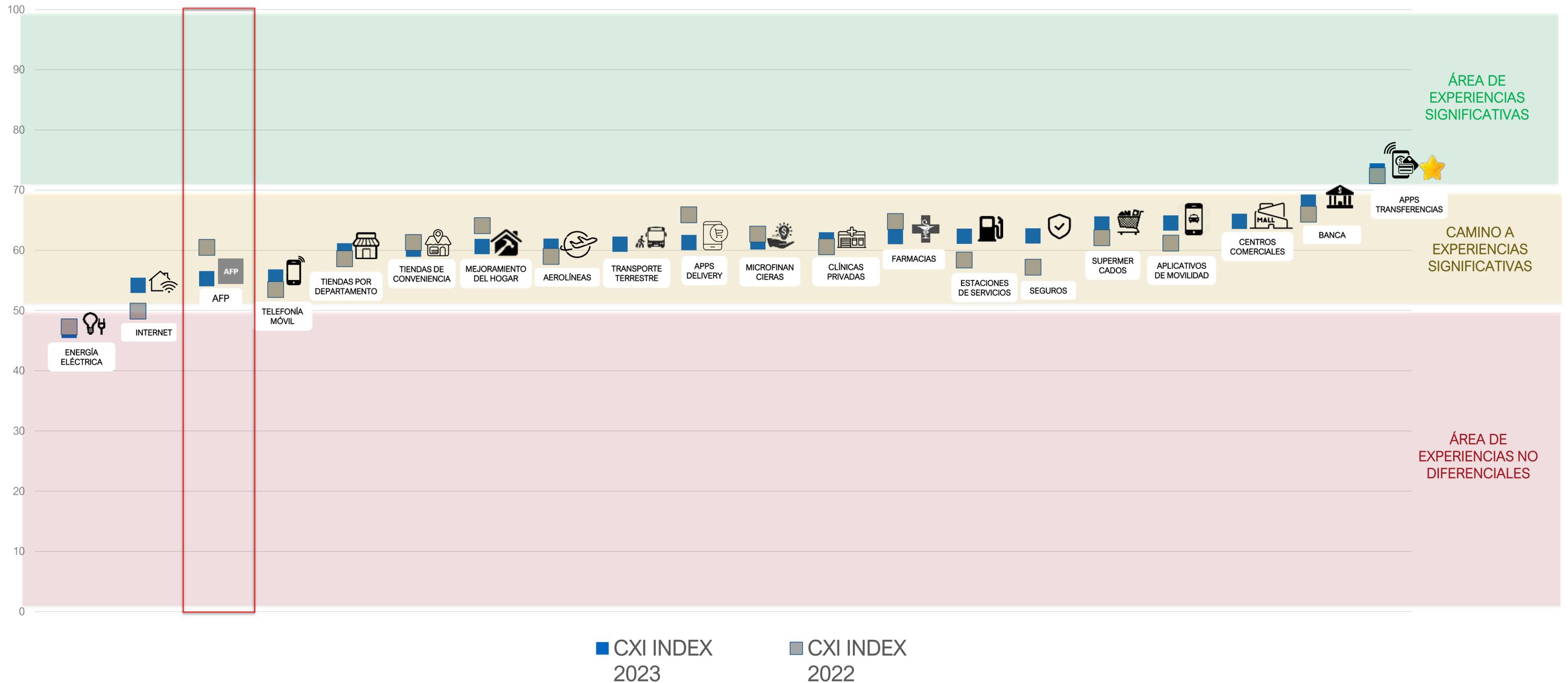


CXI INDEX

Ranking CXI INDEX (ACTIVA / CES): Resultados globales: 20 industrias



Ranking CXI INDEX (ACTIVA / CES): Resultados globales: 20 industrias



El contexto de la categoría

¿A qué puede deberse la disminución en el CXI Index?

- Según la medición de Pulso Ciudadano (2023) realizada por Activa Research, para el 85.3% de los peruanos sus ingresos mensuales no les alcanzan o les alcanza “lo justo” para cubrir los gastos del mes.
- Ello, en conjunto al constante incremento en los precios de los insumos básicos, así como desastres naturales en distintas zonas del Perú ha generado que **más personas deseen tener acceso a fuentes de dinero complementarias, siendo el fondo de AFP una de ellas.**
- Si bien hay opiniones divididas, una parte de la población estaría de acuerdo con estas medidas; al existir cierta desconfianza por parte de ellos respecto al manejo de sus fondos.



ese ministro cuida sus intereses de esos grandes que trabajan con nuestro aportes y que venga a decir que vamos a quedar desprotegidos eso es una falacia mas grande que nuestro mar. nosotros los trabajadores sabemos como funciona la economia en estos tiempos hemos aprendido religiosamente por muchos años para que otros se beneficien por politicos que cuidan tambien sus intereses de estos mercenarios del dinero ajeno nj

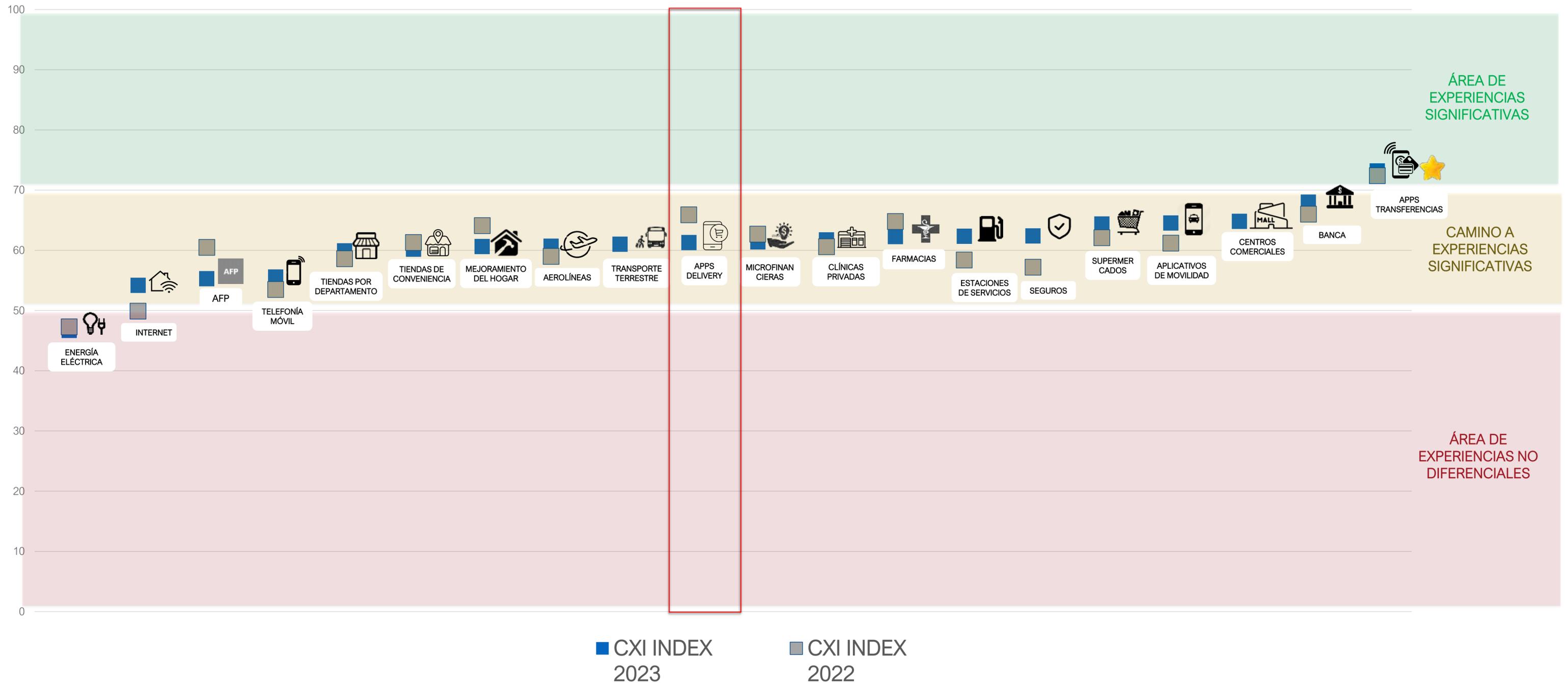
Pero q le duele a ese ministro si la. Plata es de uno mismo
Como el se llenan los bolsillos de plata ganan buen sueldo comen bien q les importa la gente así q devuelvan. La afp si o. Si la gente lo pide los dueños de ese dinero

Acaba su gestión y directo va a ocupar uno de los cargos en la afp o la sbs fijo

- Ante esta situación, hay un conjunto de medidas que están siendo debatidas en el congreso para que la gente pueda tener acceso a una parte estos fondos.



Ranking CXI INDEX (ACTIVA / CES): Resultados globales: 20 industrias



¿A qué puede deberse la disminución en el índice de experiencia?

- En los últimos meses, ha habido denuncias como los cobros ocultos y cuestionamientos sobre las condiciones laborales sobre los motorizados de una de las marcas principales de la categoría, lo cual pudo haber afectado en la reducción de las puntuaciones.



Aplicativos de Delivery

El Economista

Perú: multan a Rappi por cobros ocultos a clientes

Rappi fue sancionado en Perú por el Indecopi en primera instancia por, de manera "coercitiva", agregar una propina de manera automática al...

3 ago 2023



no pidas en rappi, te robarán el dinero que tanto te costó ganar. cuando faltan productos o son incorrectos, se niegan a corregirlos. cuando pedimos un cartón de cigarrillos x20 por paquete enviaron un cartón x10 por paquete un producto \$50000COP menos y aunque subí fotos de esto se niegan a hacerlo bien

Me gusta Responder 14 sem



Autor

Rappi

Justin, hola. Te invitamos a revisar el mensaje que te dejamos en tu inbox.

Me gusta Responder 14 sem

Parece fraude, ya Rappi es otra compañía. Ya eliminé mi suscripción prime y hoy la de mi esposa. Nadie responde, no me entregaron completa mi orden por lo que no entregué el código. Sin embargo rappi la puso como entregada unilateralmente. Eso es fraude

Me gusta Responder 14 sem

Perú Retail

Repartidores de Rappi en Perú exigen mejores condiciones laborales: ¿Qué respondió la empresa?

Olas naranjas de motorizados se han avistado en lo que va de la semana por las calles de Lima. Los repartidores Rappi se alzaron en protesta...

18 mar 2023



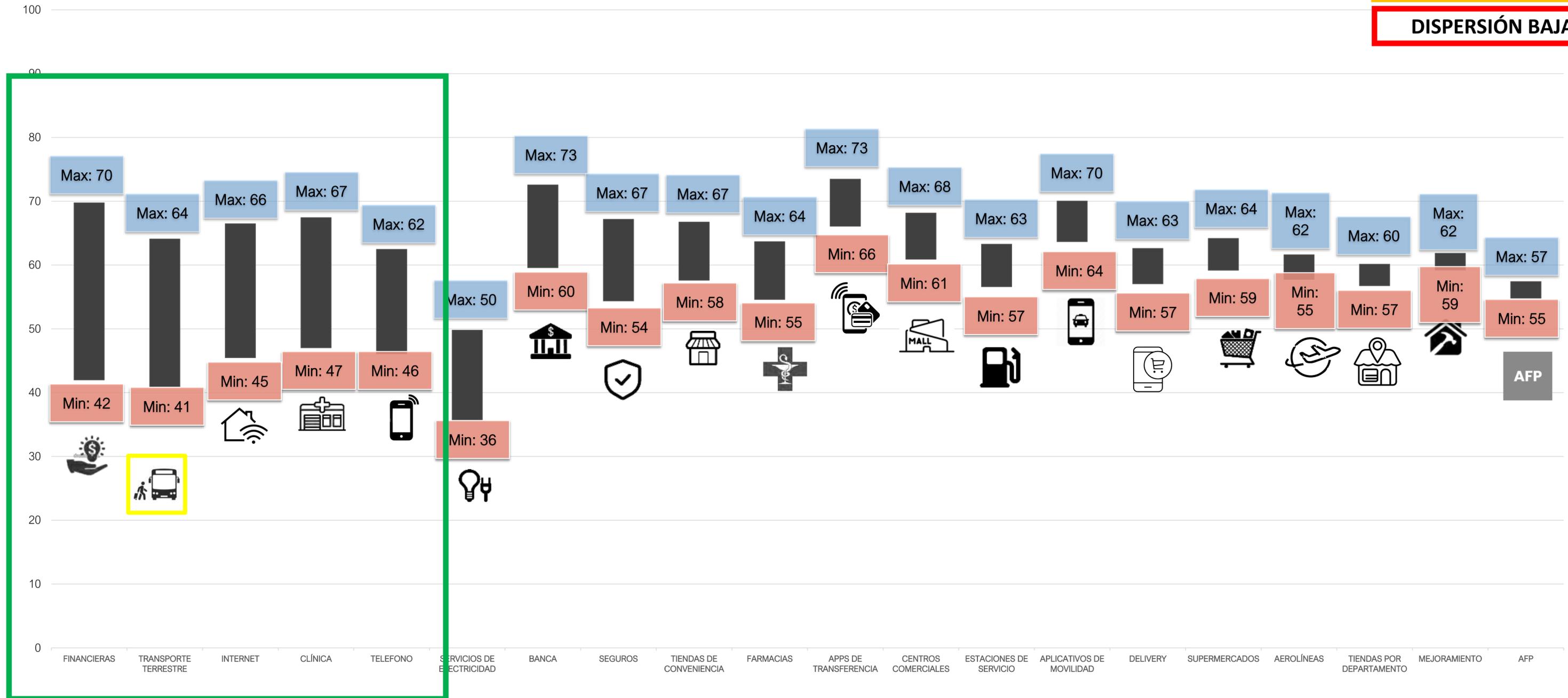
Nivel de dispersión CXI INDEX:

Resultados globales: 20 industrias (máximo y mínimos)

DISPERSIÓN ALTA

DISPERSIÓN MEDIA

DISPERSIÓN BAJA



Máximo Mínimo



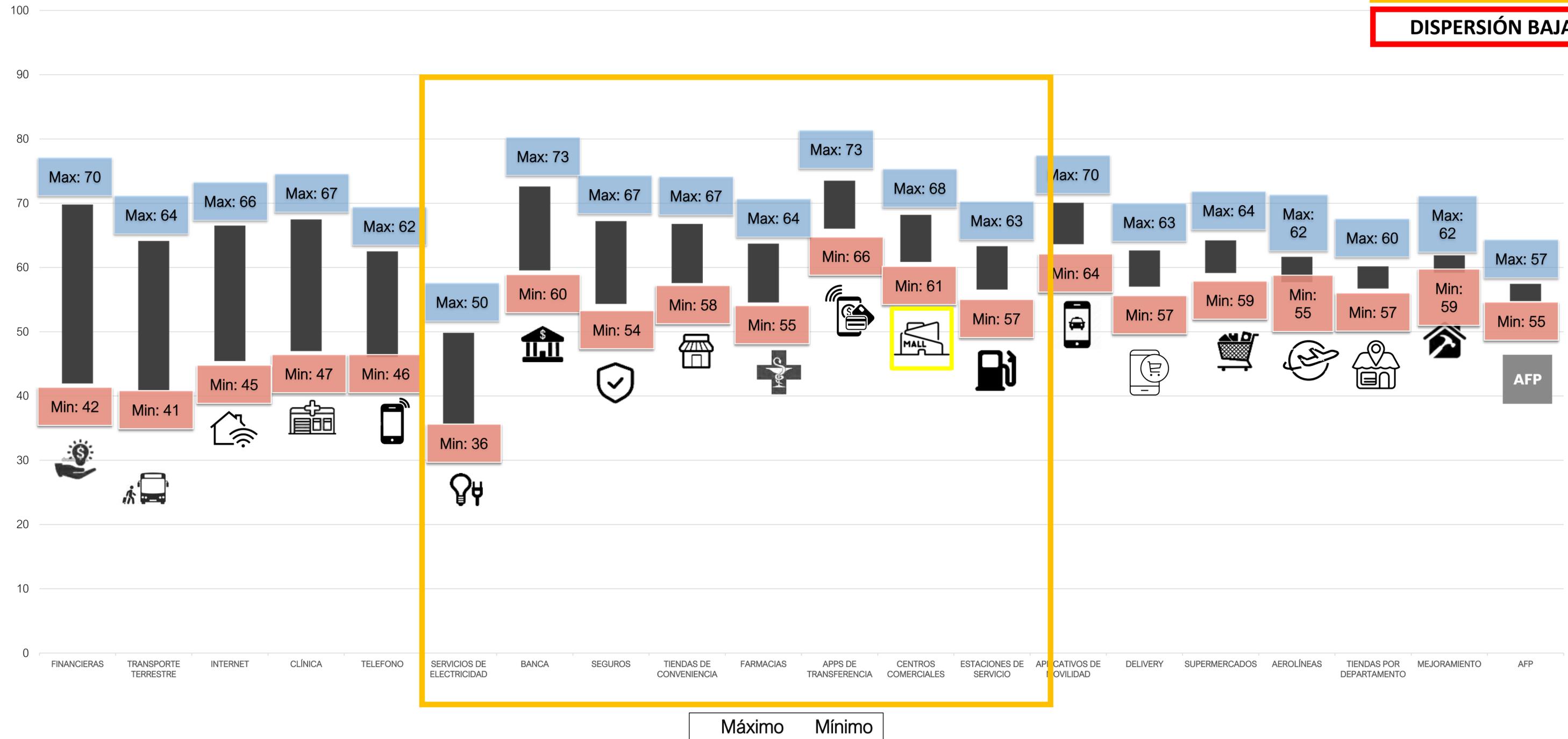
Nivel de dispersión CXI INDEX:

Resultados globales: 20 industrias (máximo y mínimos)

DISPERSIÓN ALTA

DISPERSIÓN MEDIA

DISPERSIÓN BAJA



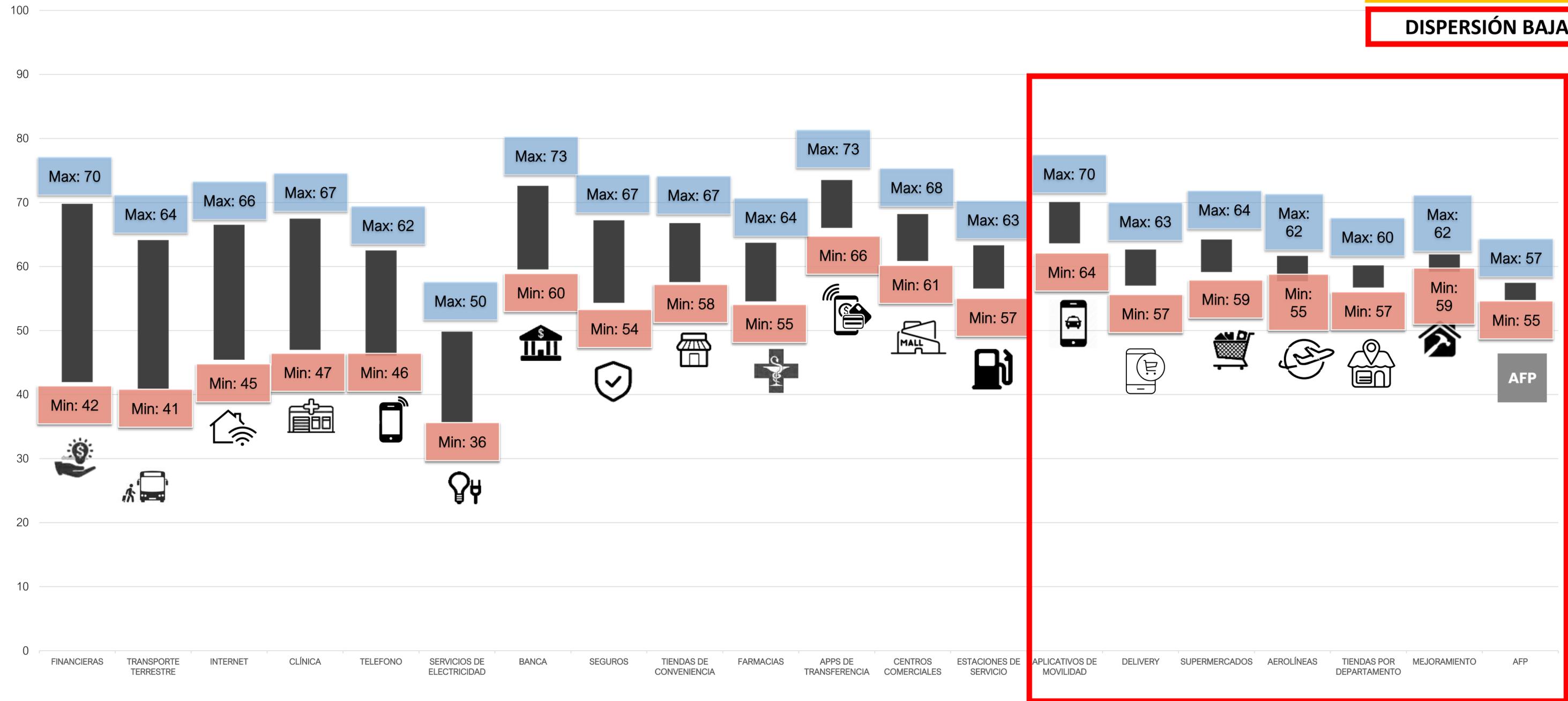
Nivel de dispersión CXI INDEX:

Resultados globales: 20 industrias (máximo y mínimos)

DISPERSIÓN ALTA

DISPERSIÓN MEDIA

DISPERSIÓN BAJA



Máximo Mínimo



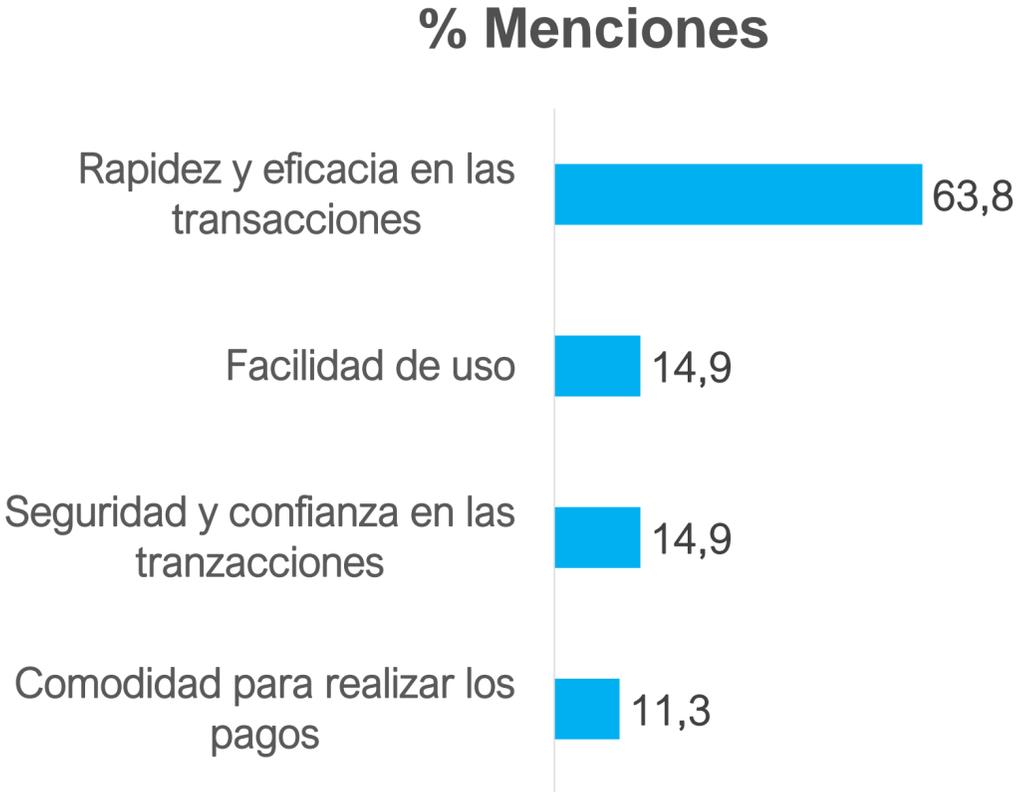
¿Cuáles son los factores que explican la experiencia del cliente?

Aplicaciones de pagos y transferencias

Razones de promoción y detracción: Aplicaciones de pagos y transferencias

CXI Index (Promedio Aplicaciones de pagos y transferencias): 72

Top motivos de Promoción



“ No cobran comisión ni mantenimiento, es fácil de usar y lo hacen de manera rápida (Cliente Plin) ”

“ Puedo hacer mis transferencias de manera más rápida (Cliente Plin) ”

“ Porque es más rápido y más accesible (Cliente Plin) ”

“ Es muy seguro, rápido y confiable 100% (Cliente Yape) ”

“ Porque las transferencias son super rápidas (Cliente Yape) ”

“ Muy útil, rápido y la mayoría lo tiene. (Cliente Yape) ”

P2. ¿Por qué evalúa con esa nota su disposición a recomendar a (MARCA)? (ABIERTA)

© Somos Activa 2022. Todos los Derechos Reservados.

CES ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION
UAI - LATAM

Razones de promoción y detracción: Aplicaciones de pagos y transferencias

CXI Index (Promedio Aplicaciones de pagos y transferencias): 72

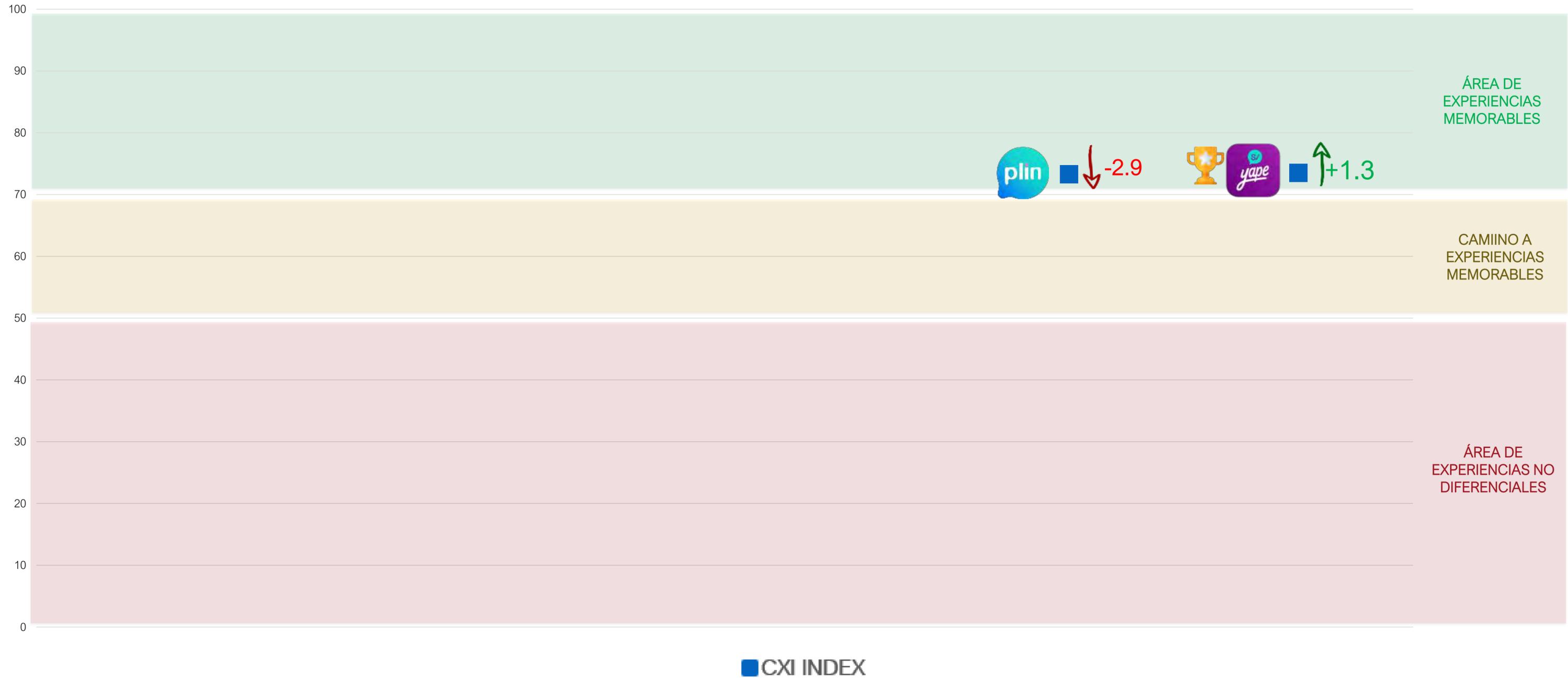
Top motivos de **Detracción**

% Menciones

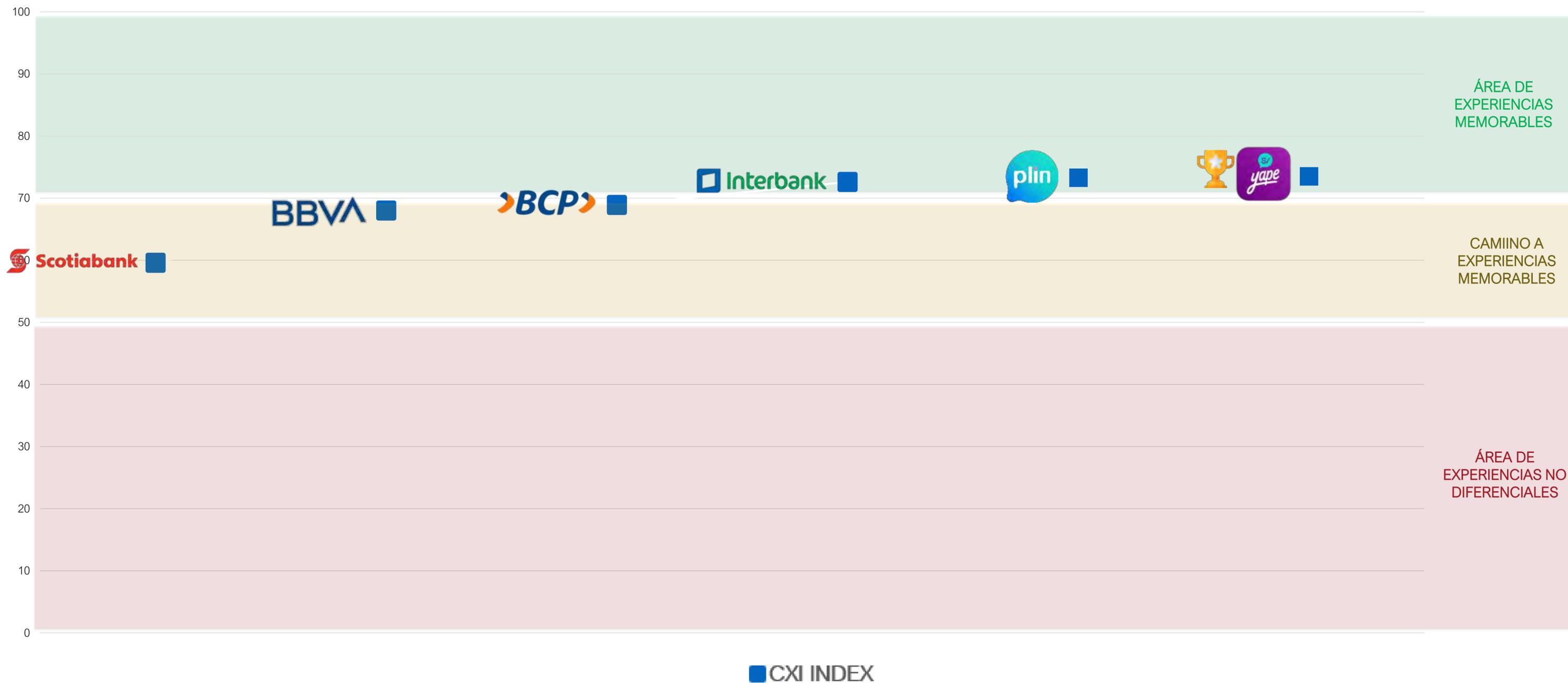


Ranking CXI INDEX:

Resultados: Aplicativos de pagos y transferencias



Ranking CXI INDEX: Resultados: Aplicativos de pagos y transferencias vs Banca





DRIVERS DEL ÍNDICE

VARIABLES EXPERIENCIALES

Personalización / Empatía

Siempre se adaptan a mis gustos y preferencias

Conocen mi historia como cliente

Se preocupan por mis intereses y necesidades

Deleite

Siempre disfruto comprando sus productos o contratando sus servicios

Me agrada o resulta cómodo cuando accedo a sus productos o servicios

Trato

Siempre recibo un trato Amable

VARIABLES UTILITARIAS

Omnicanalidad

Mis interacciones a través de sus diferentes canales se integran adecuadamente

Facilidad

Es muy sencillo acceder a sus productos y servicios

Agilidad

Es muy rápido acceder a sus productos y servicios y ser atendido

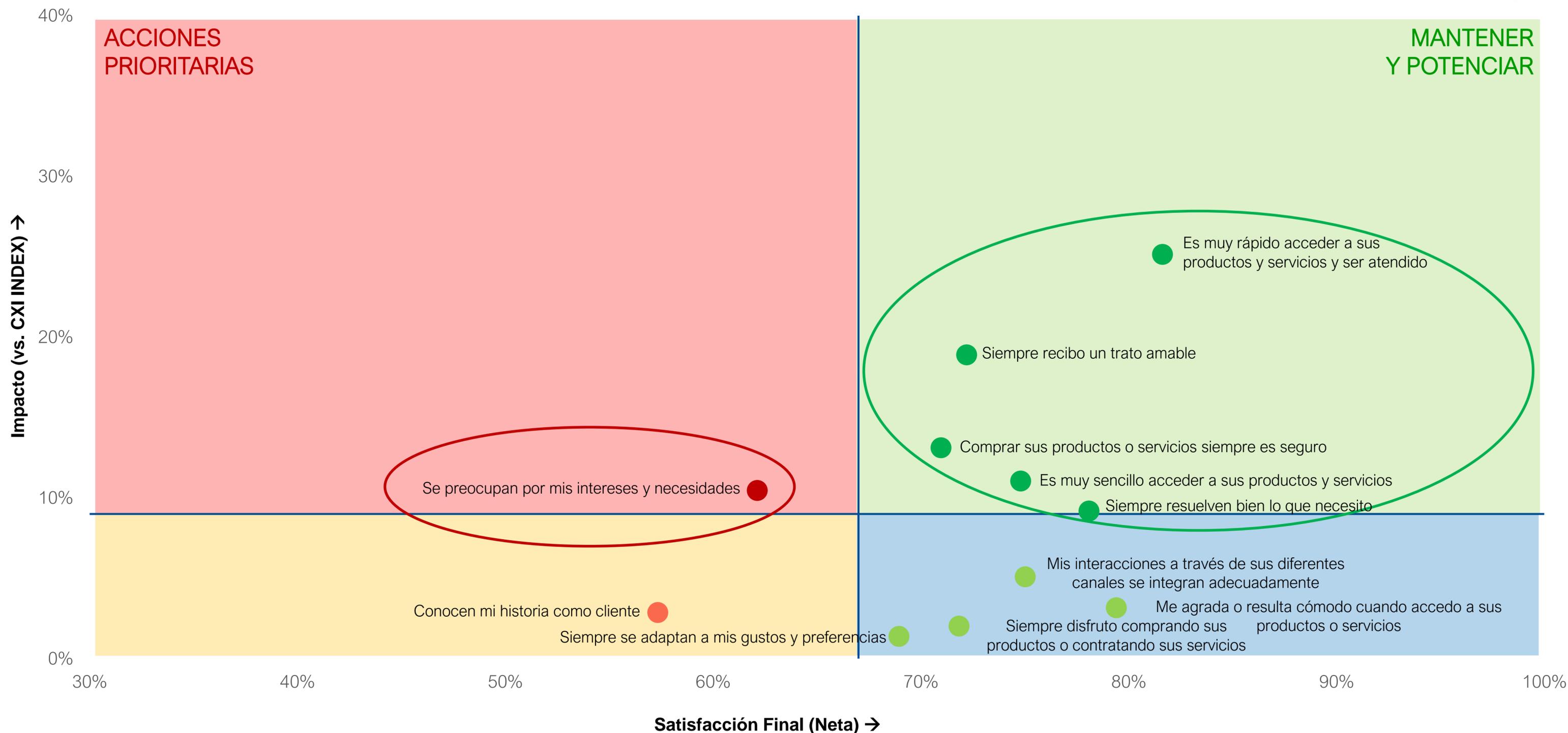
Resolutividad

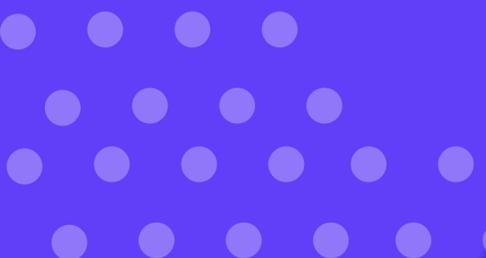
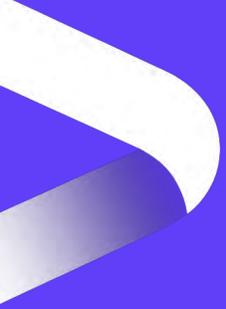
Siempre resuelven bien lo que necesito

Seguridad/Control

Comprar sus productos o servicios siempre es seguro

Mapa de fortalezas y debilidades: Drivers de experiencia para Aplicativos de pagos y transferencias





activasite.com



Lucia Barrantes del Rio
Chief Client Officer
YAPE



Yape hoy

- ¿Quiénes somos?
- Situación actual
- ¿Qué hemos logrado?

¿Cómo se gestiona la experiencia de los clientes desde Yape?

- Sistema de medición de experiencia (momentos, frecuencia)
- Personas / equipos
- Herramientas
- Indicadores utilizados

Mejores prácticas de gestión de experiencia del cliente

- Claves, hitos y/o mejores prácticas que expliquen su historia de éxito en la gestión de experiencia del cliente

Yape: ¿hacia dónde nos dirigimos?

- Planes / objetivos a futuro

CXI Index Sub índice de experiencia digital





Patricio Polizzi
Director de Investigaciones del Centro de Experiencias y Servicios CES
UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ



¿Qué pasaría si en un futuro cercano...?

¿...la experiencia total de los clientes con las empresas esté totalmente determinada por la experiencia que viven con sus canales digitales?

¿...el creciente uso de canales digitales cambien radicalmente las expectativas de los clientes hacia el servicio que deben ofrecer las empresas?

¿...el principal factor de diferenciación de las empresas sea la experiencia que logren crear a sus clientes a través sus canales digitales?

El desafío de la experiencia digital va más allá de lo que se vive en la compra

87% de las personas califican como buena o muy buena su experiencia reciente de compra por Internet

Sin embargo, sólo un 51% de las personas califican como buena o muy buena su experiencia reciente de servicio o atención con algún canal digital de una empresa

Y además, la dispersión de las evaluaciones por tipo canal digital de atención son enormes (App: 63% vs. Chatbot: 43%)

Fuente: Estudio de Experiencias Digitales, CES UAI, 2022

Sub índice de experiencia digital

Drivers de experiencia digital



- 1 No ocurrieron errores en su funcionamiento
- 2 Pude lograr y obtener lo que necesitaba
- 3 Sentí que se protegía mi información personal
- 4 Fue fácil y simple de operar o usar
- 5 La información era exacta y clara
- 6 Fue ágil y rápido realizar lo que necesitaba
- 7 Se podía obtener orientación y ayuda si se requería
- 8 Se podía usar de manera flexible y personalizada
- 9 El diseño y apariencia me resultó atractivo

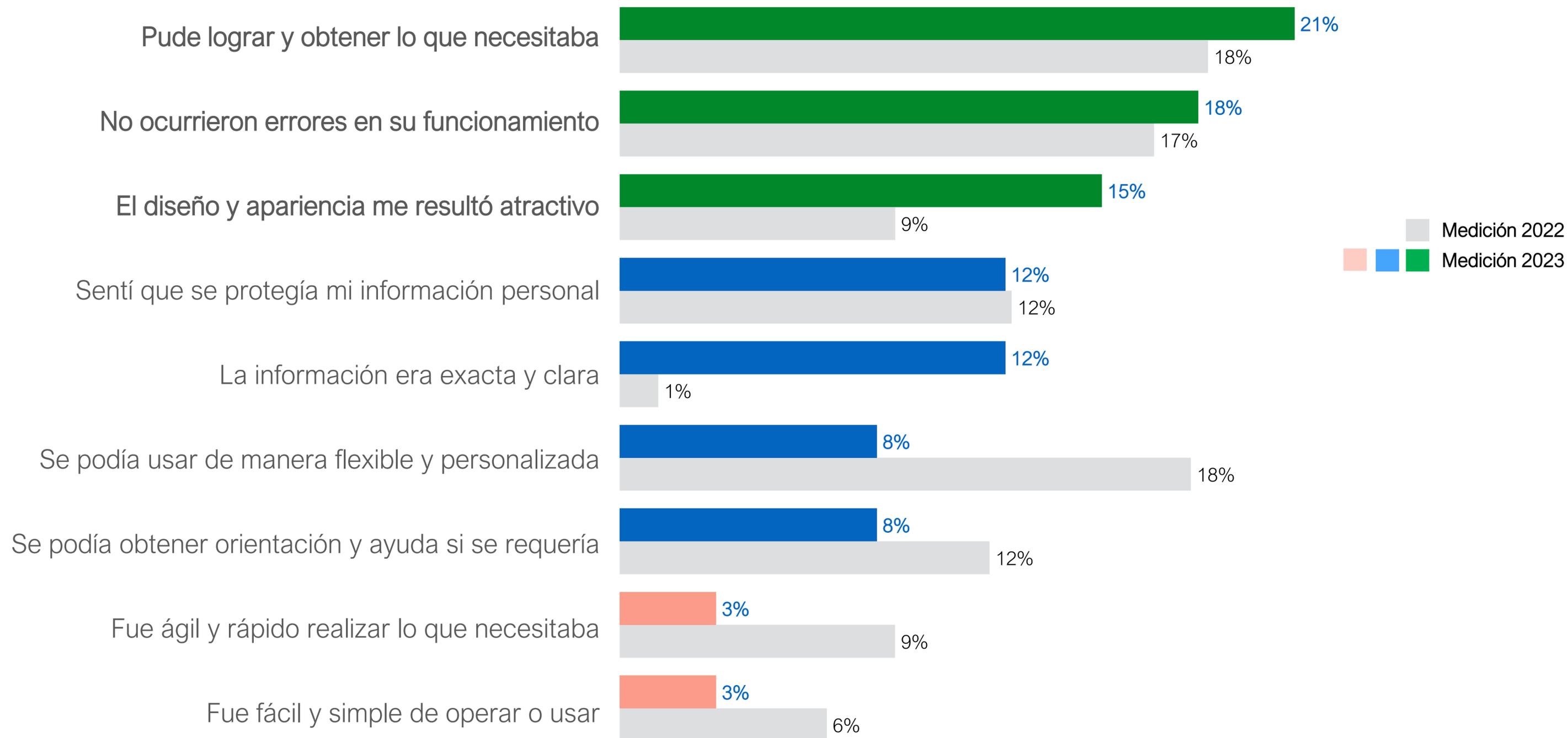


**Sub índice
de experiencia digital**

▪ PREGUNTA: (SOLO PARA QUIENES INTERACTUARON A TRAVÉS DE CANALES DIGITALES) Pensando en la experiencia que tuvo al realizar su última compra, reclamo, solicitud o consulta por (MOSTRAR CANAL DIGITAL) de (MARCA), y utilizando una escala de 1 a 5 donde 1 es muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo ¿Cuál es su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

Drivers de experiencia digital

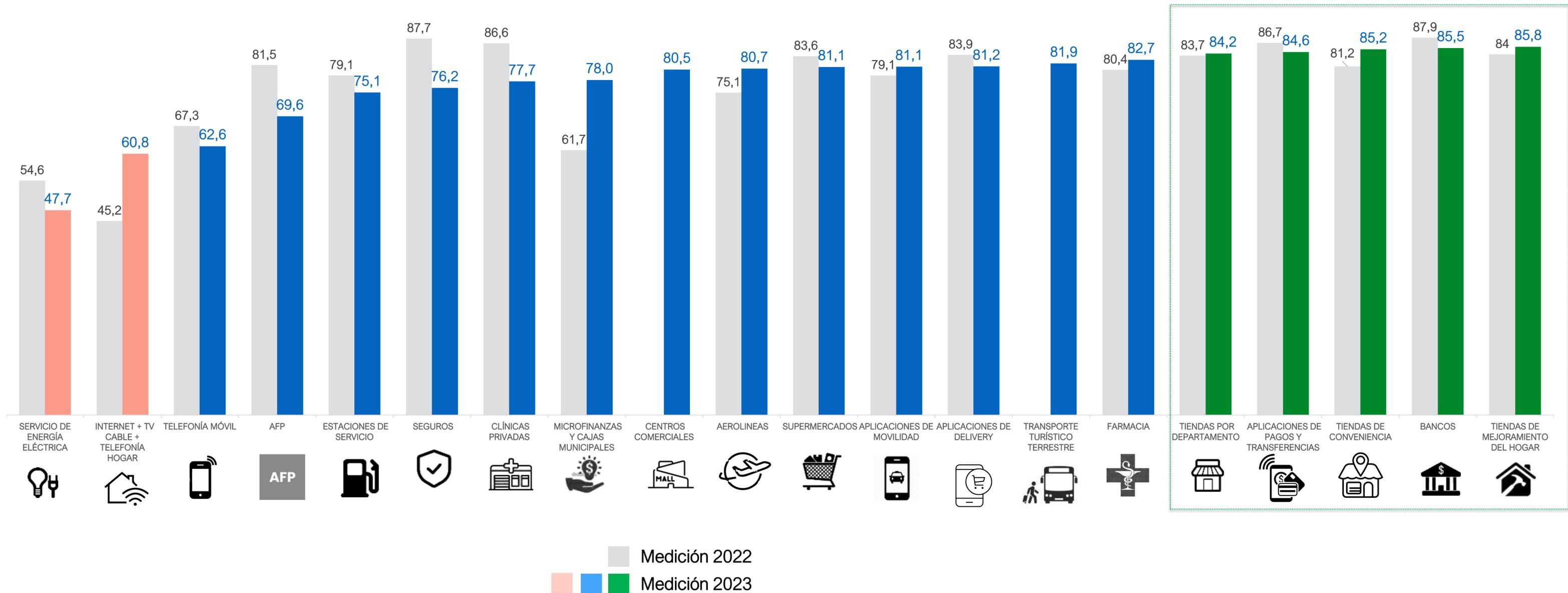
Importancia general



NOTA: Importancia medida por el impacto de la evaluación de atributos digitales en el CXI Index de todas las categorías

Sub índice de experiencia digital

Ranking de categorías evaluadas



Los líderes del CX en Perú

#PREMIACIÓN



#Categoría Seguros





1º LUGAR

Categoría

SEGUROS

Se otorga el reconocimiento a



MAPFRE

Miren Ibarguchi
Directora de Clientes

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría AFP





1º LUGAR

Categoría

AFP

Se otorga el reconocimiento a



Diego Caro León - Velarde
Vicepresidente Comercial, Analytics, Clientes y Marketing

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Tiendas de conveniencia





1º LUGAR

Categoría

TIENDAS DE CONVENIENCIA

Se otorga el reconocimiento a

LISTO!

Julio Cortiguera
Gerente de Tiendas

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Aerolíneas





1º LUGAR

Categoría

AEROLÍNEAS

Se otorga el reconocimiento a



Mary Cielo Nuñez
Subgerente de Customer care de LATAM

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Micro finanzas y cajas municipales





1º LUGAR

Categoría

MICROFINANZAS Y CAJAS MUNICIPALES

Se otorga el reconocimiento a



Joel Siancas Ramirez
Presidente de directorio

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Tiendas por departamento





1º LUGAR

Categoría

TIENDAS POR DEPARTAMENTO

Se otorga el reconocimiento a

saga falabella

Michel Lugo
Gerente Central de Experiencia y Servicio al Cliente

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Supermercados





1º LUGAR

Categoría

SUPERMERCADOS

Se otorga el reconocimiento a



Rocío Duarte
Gerente de Servicio al Cliente

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Estaciones de servicios





1º LUGAR

Categoría

ESTACIONES DE SERVICIO

Se otorga el reconocimiento a



Javier Koizumi
Gerente de Marketing

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Tiendas de mejoramiento del hogar



Mención especial
Ganador - Sub índice de
experiencia digital



1º LUGAR

Categoría

TIENDAS DE MEJORAMIENTO DEL HOGAR

Se otorga el reconocimiento a



Paulo Dongo
Gerente de Gestión de Clientes

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Aplicativos de delivery





1º LUGAR

Categoría

APLICATIVOS DE DELIVERY

Se otorga el reconocimiento a



Melissa Tejada
Directora de Marketing

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Clínicas privadas





1º LUGAR

Categoría

CLÍNICAS PRIVADAS

Se otorga el reconocimiento a



Andrea Jesús Lártiga
Jefe de Gestión Comercial y Marketing

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Telefonía móvil





1º LUGAR

Categoría

TELEFONÍA MÓVIL

Se otorga el reconocimiento a



Joel Asmat

Jefe de Calidad y Experiencia del Cliente

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Servicio de energía eléctrica





1º LUGAR

Categoría

SERVICIO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

Se otorga el reconocimiento a



Lucy Huapaya
Head of Consumer Happiness

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Bancos





1º LUGAR

Categoría

BANCOS

Se otorga el reconocimiento a



Yvan Marquezado
Gerente de división visión cliente

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Aplicativos de movilidad





1º LUGAR

Categoría

APLICATIVOS DE MOVILIDAD

Se otorga el reconocimiento a

cabify

Carlos Andrés Mendoza
Country Manager

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Internet & Telefonía hogar





1º LUGAR

Categoría

INTERNET & TELEFONÍA HOGAR

Se otorga el reconocimiento a



Manuel Miranda Sousa-Infante
Gerente de Experiencia al Cliente

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Farmacias





1º LUGAR

Categoría

FARMACIAS

Se otorga el reconocimiento a



Piero Reggiardo
Director de Ventas y Operaciones

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Aplicativos de pagos y transferencias





1º LUGAR

Categoría

APLICATIVOS DE PAGOS

Se otorga el reconocimiento a



Lucía Barrantes del Río
Tribe Leader de Experiencia

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Transporte Turístico Terrestre





1º LUGAR

Categoría

TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE

Se otorga el reconocimiento a



David Olano Haeussler
Presidente de Directorio

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú



#Categoría Centros Comerciales





1º LUGAR

Categoría

CENTROS COMERCIALES

Se otorga el reconocimiento a

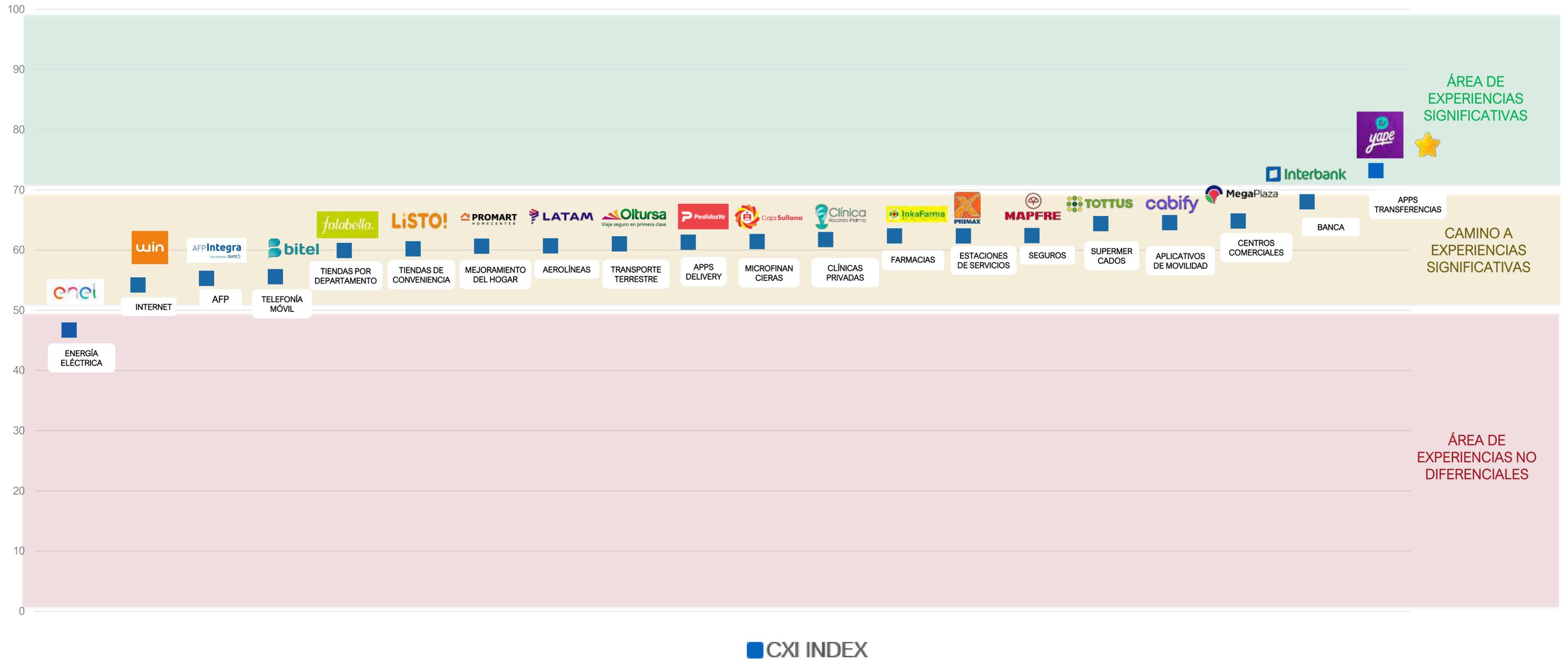


MegaPlaza

Josemaria Cabrejos
Supervisor de Marketing

Viernes 27 de Octubre 2023, Lima, Perú

Ranking CXI INDEX (ACTIVA / CES): Resultados globales: 20 industrias





ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION

PRÓXIMAS ACTIVIDADES CONJUNTAS

WORKSHOP: MODELO DE MADUREZ DE GESTIÓN DE CX (ABRIL 2024)

Insights y herramientas para potenciar y darle sostenibilidad a los resultados de experiencia de clientes.

