



I EDICIÓN

FORO EXPERIENCIA DE CLIENTE

MÉXICO



Transforming the future. Today.

lukap

UN ESTRENO POR TODO LO ALTO

El pasado 23 de octubre, el Foro de Experiencia de Cliente aterrizó en México. Tras 15 años cosechando éxitos en España, este evento de referencia para los apasionados de la Experiencia de Cliente cruzó el charco para congregrar a un grupo de referentes del Customer Experience en CDMX.

En la primera edición, pusimos un listón muy alto de superar. Disfrutamos de ponencias, casos de éxito y un panel de expertos de muy alto nivel. Y así lo confirmaron los asistentes, que no dejaron de ser partícipes con sus preguntas, sus dudas, sus risas y sus intervenciones.

Porque más allá de un contenido de primer nivel, conseguimos el objetivo de este encuentro: generar un espacio de conversación, donde todos se sientan a gusto para preguntar, compartir e imaginar.

Porque de esto va el Foro de Experiencia de Cliente, de seguir inspirando y llevando más allá Customer Experience.



Foro Experiencia de Cliente

15 años después, el movimiento llega a México

El I Foro de Experiencia de Cliente en México no podía empezar de otro modo. Lo hizo de la mano de **Alberto Córdoba, director general de Lukkap**. Y lo hizo emocionado. Porque tras 15 años cosechando grandes éxitos en España, esta cita tan especial aterriza en México, un lugar que ya no tiene que mirar hacia Estados Unidos para encontrar ejemplos de los que hablar, sino que puede presumir de estar trabajando —y muy bien— la experiencia de sus clientes y colaboradores.

Córdoba analizó cómo **la experiencia del cliente ha conseguido transformar empresas, salvar negocios e impactar, directamente, en las cuentas de resultados**. Y cómo lo que durante 15 años hemos visto en empresas en España ahora lo estamos viendo en organizaciones mexicanas. Porque esto solo acaba de empezar y, sin duda, hay mucho por venir.

Acabó con un sueño: que consiga lo que se logró en Europa, que sirva para extender CX y EX, para mejorar la vida y el empleo de los mexicanos.



Elektra Re-conocer a los clientes

Comenzó el espacio de ponencias sobre casos prácticos de la mejor manera posible: con **María Arizmendi**, Customer Experience Director en **Elektra y Banco Azteca**, acompañada de **Juan Mario Rodríguez Valdés**, Director de Inteligencia de Mercados en **Grupo Salinas**. Juntos llegan a más de 25 millones de clientes.

Nos contaron cómo, gracias a Customer Experience, **han logrado reconocer a sus clientes, entenderles mucho más allá del producto para ver el impacto en su vida**. Y hacerlo en números, midiendo su experiencia en cada momento del customer journey vs sus competidores y obteniendo el ROI de la experiencia de cliente. Y eso ha sido clave para desarrollar una nueva propuesta de valor, que une con visión cliente a Elektra y Banco Azteca, y les lleva a un **espacio claro de diferenciación**, a un lugar propio que le de futuro y sentido a sus personas, sus sucursales y sus canales digitales.

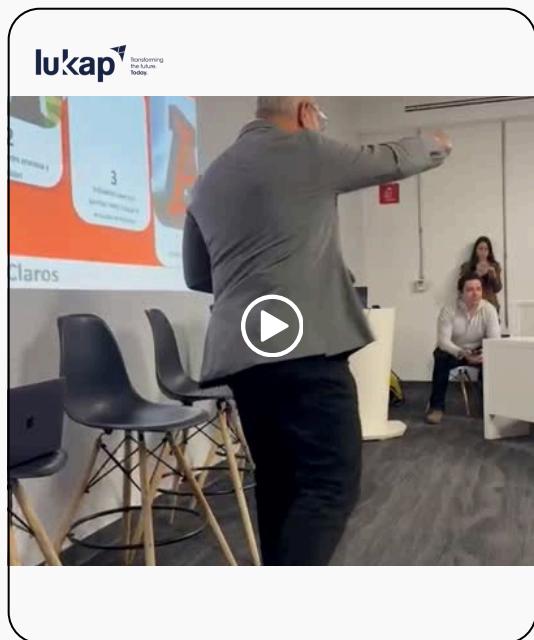
Foro Experiencia de Cliente

Orgullo Anáhuac

Tras conocer el caso de un grupo referente en México, pasamos a otra entidad de referencia en el ámbito educativo: Anáhuac, que ha formado académica y humanamente a muchos de los directivos mexicanos. **Óscar Sastré**, Director de Estrategia y Desarrollo, compartió con los asistentes cómo el grupo universitario cambió su manera de hacer las cosas y consiguió convencer a toda la Red de Universidades de por qué hacerlo.

Con mucho humor y empatía, nos contó cómo esto está **transformando la cultura de orientación al alumno**. Para que el alumno esté presente en todo lo que hacen. Por ello, Customer Experience está presente en el Plan Estratégico y se está haciendo realidad en los once proyectos estratégicos resultantes en todos sus centros por el país.

Por último nos demostró el enorme efecto que ya ha tenido, dando un **salto cuántico en NPS**, en orgullo Anáhuac y en crecimiento de alumnos.



Salud Digna: Atención de corazón

Y de la emoción de Anáhuac pasamos a otra muy distinta. Disfrutamos en directo de la ponencia de **Ruth Paredes**, Director funcional de experiencia del paciente en **Salud Digna**.

Primero nos mostró la enorme necesidad que hay de prevenir para evitar las enfermedades más frecuencias. Luego, vimos su modelo en que gracias a la mejor tecnología de diagnóstico, a su excelencia en tiempos de atención y a unos precios aceptables, han podido democratizar para que nadie se quede sin su evaluación médica. Tanto que son la 4^a más valorada de México (y la 1^a de origen mexicano).

Ruth nos contó cómo **están humanizando la atención prestada a través de sus más de 16.000 personas, capacitando y mejorando la experiencia de paciente y la de sus colaboradores**. El resultado demostró que el esfuerzo está mereciendo la pena. El vídeo y la canción final donde lo mostraba nos arrancó lágrimas, admiración.

Foro Experiencia de Cliente

Viajamos a Disney de la mano de Hyundai

Y tras conocer tres casos de empresas mexicanas muy relevantes de diversos ámbitos, tuvimos la enorme suerte de contar con la presencia de un caso muy especial para nosotros: **Daniel Solera**, Director de Experiencia de Cliente, Atención al Cliente y Formación en **Hyundai Motor España** viajó desde España para compartir con los asistentes la magia detrás de la experiencia de cliente de Hyundai.

Y es que existe poca gente más convencida del poder del Customer Experience que Danny. Desde hace años, Danny no solo trabaja para mejorar día a día la experiencia de cliente que ofrecen Hyundai Motor España, sino que, además, viaja por el mundo para convencer a otros del poder transformador de la experiencia de cliente. Un caso inspirador que, sin duda, se llevaron todos los asistentes para el recuerdo.

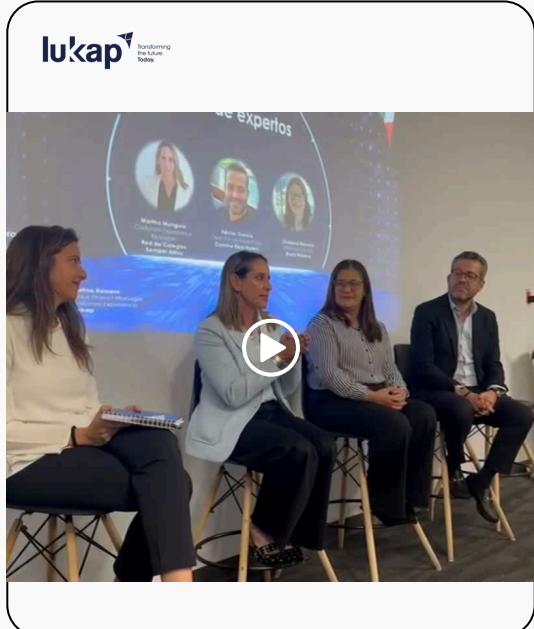
No solo nos hizo reír sin parar, vimos el enorme poder de transformación que tiene CX cuando lo implantas durante más de 10 años. Sus resultados le han llevado a ser la empresa más premiada en Experiencia de Cliente.



Broche de oro a una jornada que marca el inicio de todo lo que está por llegar

La jornada no pudo terminar mejor. Dejó a todos con ganas de más. Y todo gracias a **Héctor García**, Director de Marketing en **Camino Real Hotels**; **Giuliana Moreno**, Director Clientes en **Bupa México**; y **Martha Munguía**, Customer Experience Manager en la **Red de Colegios Semper Altius**. Un panel de expertos moderado a la perfección por **Cristina Romero**, Sr. Project Manager en **Lukkap**, y con el que disfrutamos no solo de sus éxitos y aprendizajes, sino también de entender los obstáculos a los que se van a enfrentar sus colegas.

Acabaron dando cada uno un consejo de por dónde empezar. Todos apuntaron con la ilusión de un niño, del que quiere hacer realidad todos esos aprendizajes en su organización.



LA ÉPOCA DORADA DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE EN MÉXICO

En los últimos años las empresas mexicanas han pasado de un enfoque operativo-transaccional hacia uno centrado en el cliente, impulsadas por la digitalización, la omnicanalidad y las expectativas crecientes de los consumidores.

La experiencia de cliente llegó algo más tarde que en Europa, pero lo ha hecho con toda la fuerza del mundo. Las organizaciones se han dado cuenta del impacto que el customer experience está teniendo en sus resultados y son conscientes de que, quien no se suba esta ola, perderá la ventaja competitiva.

Como hemos visto durante el I Foro de Experiencia de Cliente en México, son muchos los sectores que ya están trabajando en la orientación al cliente: banca, retail, educación, salud, seguros, turismo... y un largo etcétera que ya trabaja activamente por mejorar la experiencia del cliente en su día a día. Tanto en B2C como en B2B.

Pero esto no se queda aquí. De la mano del cliente, las empresas están apostando por trabajar la experiencia del colaborador, lo que les está permitiendo acelerar los resultados obtenidos. En cultura customer centric, en excelencia en la atención, y en NPS, reduciendo la rotación de profesionales.

Sin duda, éste solo ha sido el primero de muchos Foros de Experiencia de Cliente en México. Y nos encantará que puedan contar su caso de éxito en 2026 y/o puedan vivirlo con nosotros. ¡Les esperamos el próximo año!



lukap



Transforming
the future.
Today.

 lukkap.com

 info@lukkap.com

 [Lukkap](#)

 [@lukkap.spain](#)