

LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE POR INDUSTRIA Y EMPRESA EN MÉXICO: *RANKING* KPMG NUNWOOD

- ✓ **Casi la mitad (45%)** de las empresas analizadas por 2,501 consumidores obtuvieron un score alto (por encima de 8 sobre 10) en la experiencia del cliente
- ✓ **Entretenimiento**, así como **Hotelería y Transporte**, fueron las dos industrias con mayor calificación por parte de los consumidores
- ✓ **Telecomunicaciones y Servicios financieros** fueron las industrias con menor calificación en términos de la experiencia que le entregan a sus clientes

Ciudad de México, 28 de agosto de 2018.- El promedio de excelencia en la experiencia del cliente en las marcas en México es de 7.97 de 10, que representa un puntaje alto en comparación con otros países, pues demuestra que las empresas tienen un nivel aceptable de madurez en cuanto a la interacción, vivencias y servicios que entregan a sus clientes. Sin embargo, aún representa un área de oportunidad para las organizaciones en términos de mejorar el conocimiento de sus clientes de cara a cumplir con sus expectativas, revela [El Cliente, lo que realmente importa en el negocio](#), primer estudio en México realizado por el Centro Global de Excelencia para la Experiencia del Cliente de KPMG y Nunwood.

Este es el primer *ranking* local que mide a las principales industrias en México en términos de la experiencia del cliente que realiza KPMG en México, firma multidisciplinaria que provee servicios de Auditoría, Impuestos y Legal y Asesoría.

Entretenimiento (1° lugar), Hotelería y Transporte (2° lugar) y Tiendas departamentales (3° lugar) ocupan las tres primeras posiciones en el *ranking* de las nueve industrias calificadas por los clientes en términos de excelencia en la experiencia, según este estudio. Las industrias de Autoservicio (7° lugar), Servicios financieros (8° lugar) y Telecomunicaciones (9° lugar) ocuparon las últimas posiciones en el listado.

Esta investigación destaca los elementos de correlación entre el desempeño de las empresas en términos de puntaje de excelencia en la experiencia del cliente y los resultados económicos obtenidos por las organizaciones, evaluación realizada sobre la base de los 6 pilares que, según KPMG, califican a una marca como “sobresaliente”; estos son: empatía, tiempo y esfuerzo, expectativas, resolución, personalización e integridad.



Expectativa: Entender, gestionar, alcanzar e incluso superar las expectativas del cliente. Las mejores empresas entienden, entregan y exceden esas expectativas.



Empatía: Entender las emociones y el contexto del cliente para impulsar y establecer una relación sólida y profunda con él.



Resolución: Convertir una mala experiencia en una grandiosa. Una sincera disculpa o rápida intervención en una crisis es crucial para obtener una resolución exitosa.



Personalización: Demostrar que se conoce y se tiene información de las circunstancias del cliente para generar una conexión emocional.



Tiempo y Esfuerzo: Eliminar obstáculos innecesarios y minimizar el esfuerzo del cliente a través de procesos simples y fáciles de seguir.



Integridad: Ser confiable y proyectar esa confianza. Para el cliente es el grado en el que la empresa cumple con su promesa.

“Las mejores prácticas de las compañías líderes pueden ser fuente de reflexión para todas las empresas que estén buscando mejorar la experiencia de sus clientes, involucrando enfoques innovadores de canales digitales y nuevos modelos de servicio o atención”, comenta Manuel Hinojosa, Socio de Asesoría en Innovación y Experiencia del Cliente de KPMG en México.

Este informe fue replicado en 14 países de América, Europa y Asia con resultados que se pueden encontrar en el estudio global [Experiencia del mañana, hoy \(Tomorrow's experience, today\)](#). En el apartado de México, la investigación tuvo como objetivo identificar las mejores prácticas nacionales en términos de experiencia del cliente, basándose en las evaluaciones de 2,501 consumidores a nivel nacional, con una muestra representativa de los consumidores, que han expresado su opinión sobre más de 110 marcas, pertenecientes a **9 industrias**.

Asimismo, cada una de estas industrias está compuesta por diferentes sectores que, igualmente, fueron clasificados en un *ranking*, que va del 1 (el mejor calificado en cuanto a la excelencia en la experiencia del cliente) al 20 (el peor calificado). En ese sentido, las industrias y los **sectores** fueron evaluados de la siguiente manera:

Ranking de industrias y sectores en términos de experiencia del cliente

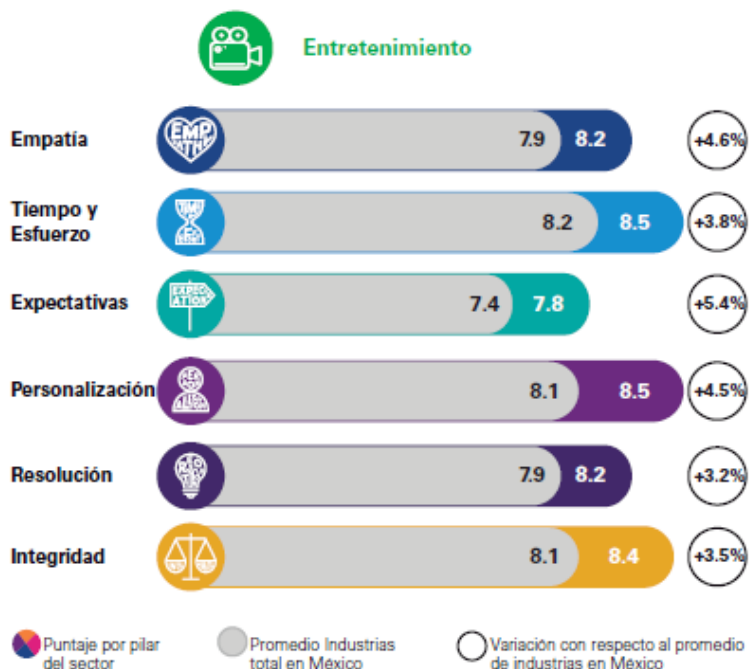
1.	Entretenimiento		- Cine (3)
2.	Hotelería y Transporte		- Hotelero (1) - Aerolíneas (12) - Transporte terrestre (6)
3.	Tiendas departamentales		- Tiendas departamentales (5)
4.	Salud		- Hospitales privados (10)
5.	Restaurantes y Fast food		- Restaurantes (7) - Fast food (16) - Cafeterías (4)
6.	Tiendas especializadas		- Farmacias (9) - Papelerías (15)
7.	Autoservicio		- Supermercados (8) - Hipermercados (11) - Wholesales (2) - Tiendas de conveniencia (17)
8.	Servicios financieros		- Banca (14) - Seguros (13)
9.	Telecomunicaciones		- Fijo (20) - Móvil (18) - Satelital (19)

Las reinas del *ranking* de industria

Al revisar el resultado de cada industria desde la perspectiva de los 6 pilares anteriormente mencionados, la del **Entretenimiento** ocupa el primer lugar del *ranking*; los pilares que la llevaron a esa posición fueron Tiempo y Esfuerzo (consiste en la capacidad de una empresa o marca de eliminar los obstáculos o minimizar el esfuerzo del cliente a través de procesos simples de seguir) y la Personalización (que es la capacidad de demostrar que conoce las circunstancias que rodean al cliente para generar una conexión emocional).

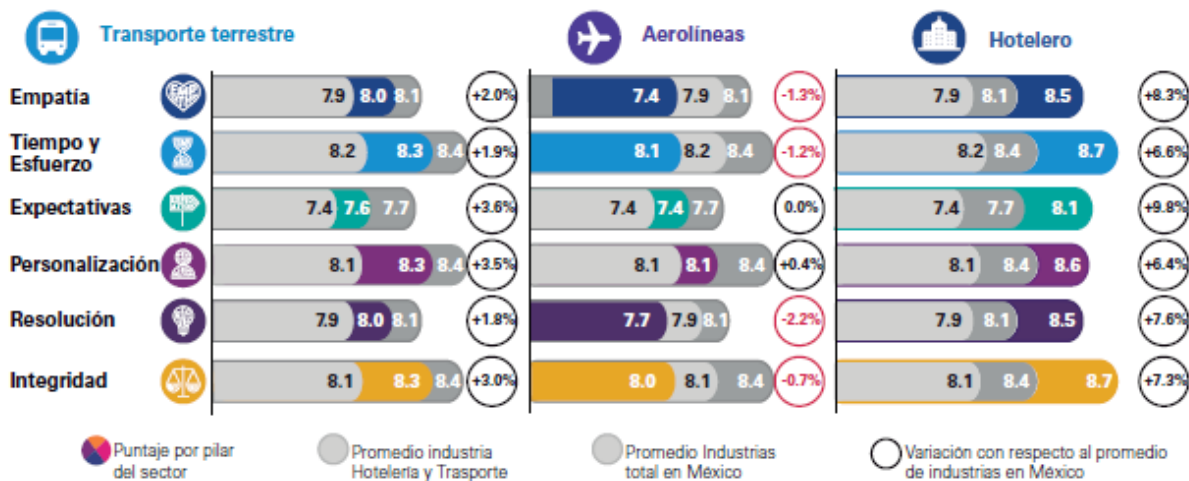
El sector más fuerte de esta industria es Cine, destacándose en los pilares de Personalización (las empresas logran generar una conexión emocional con el cliente), así como en Tiempo y Esfuerzo (las empresas han reducido los esfuerzos que el cliente tiene que seguir); a pesar de que en México este sector ha sido uno de los más afectados por los cambios tecnológicos y de portabilidad de contenido cinematográfico debido a las nuevas apps, *websites* y soluciones que están haciendo que los usuarios no salgan de casa para ver películas o medios audiovisuales.

“El tema de la piratería ha afectado a este sector considerablemente. México no es la excepción; por lo que aquí las compañías de cine **han apostado a la diferenciación por medio de la experiencia**, debido a que el producto llega de la misma forma a los teatros como a la televisión, proyectores, tabletas y dispositivos móviles de los usuarios”, indica Manuel Hinojosa.



Hotelería y Transporte es la industria logró obtener el segundo lugar del listado, destacando en los pilares Tiempo y Esfuerzo, Personalización e Integridad. Al igual que en México, esta industria es la líder en países como Australia, India y Emiratos Árabes Unidos (EAU). Específicamente revisando los sectores que conforman esta industria, el Hotelero tiene los resultados más altos. Sus otros dos sectores, que son transporte terrestre y aerolíneas, también destacan en los resultados, como se puede ver en la siguiente tabla:

Pilares de la experiencia del cliente en la industria de Hotelería y Transporte



Beneficios de una acertada estrategia en experiencia en el cliente

Las 10 empresas que ocupan los primeros lugares en el *ranking* en relación con la excelencia en experiencia al cliente en nuestro país son:

Top performers en México

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Marriott | 6. Fiesta Inn |
| 2. City Market | 7. Primera Plus |
| 3. Fiesta Americana | 8. Farmacias San Pablo |
| 4. Costco | 9. Cinépolis |
| 5. Holiday Inn Express | 10. Cielito Querido |

Las organizaciones líderes han aplicado aspectos comunes para asegurar una entrega acertada de la experiencia del cliente, obteniendo beneficios como los siguientes:

- Una empresa conectada alrededor del cliente
- Un modelo operativo alineado a las necesidades del cliente y sus *journeys*
- Se eliminan las perspectivas aisladas y en silo sobre el cliente
- Se tienen canales de interacción para generar un diálogo continuo e íntimo con el cliente
- Se cuenta con decisiones informadas y soportadas por programas de voz del cliente
- Se tiene un modelo de evaluación continuo para valorar si se está entregando la experiencia del cliente deseada

“Esperar el ‘mañana’ para entregar la ‘experiencia del mañana’ podría ser demasiado tarde. Es fundamental llegar al futuro antes que los demás, considerando un mundo donde las nuevas plataformas digitales están cultivando la lealtad y son vitales para lograr una excelencia en la experiencia del cliente”, concluye Manuel Hinojosa, Socio de Asesoría de Innovación y Experiencia del Cliente.

###

Acerca del estudio El Cliente, lo que realmente importa en el negocio

Este es el primer estudio en México realizado por el Centro de la Excelencia para la Experiencia del Cliente de KPMG y Nunwood, una firma líder especializada en este tema con más de 20 años de operación, la cual fue adquirida por KPMG en 2015. La combinación de ambos ha creado KPMG Nunwood, un centro de investigación capaz de identificar las mejores prácticas a nivel global, historiales de



casos en los principales sectores e industrias, el desarrollo de metodologías y herramientas para respaldar la experiencia del cliente exitosa. Consulta la encuesta en: [LINK](#)

Sigue la conversación en nuestras redes sociales con el hashtag: #Riesgos.



[KPMG.MÉXICO](#)



[KPMG MÉXICO](#)



[@KPMGMEXICO](#)



[KPMGMX](#)

Visualiza el video relacionado: [LINK](#)

Sobre KPMG International

KPMG es una red global de firmas profesionales que proveen servicios de auditoría, impuestos y asesoría. Operamos en 154 países y territorios, y tenemos 200,000 profesionales que trabajan en las firmas miembro alrededor del mundo. Las firmas miembro independientes de la red de KPMG están afiliadas a KPMG International Cooperative (“KPMG International”), una entidad suiza. Cada firma miembro de KPMG es una entidad legal separada e independiente y cada una se describe a sí misma como tal.

Sobre KPMG en México

KPMG en México cuenta con 190 Socios y 3,000 profesionales en 18 oficinas ubicadas estratégicamente en las ciudades más importantes, para ofrecer servicios de asesoría a clientes locales, nacionales y multinacionales. Para más información visite: www.kpmg.com.mx