

## DEC Talent

# Hyundai, Alsa, Kia, Grupo Unísono y Estrella Galicia, mejor CX del año

*La octava edición de los Premios DEC ya tiene ganadores. Hyundai, Alsa, Kia, Grupo Unísono y Estrella Galicia fueron las compañías que mejor gestionaron la experiencia de cliente durante el año pasado. Juan Abarca, presidente de HM Hospitales, fue elegido Mejor Directivo del Año en CX.*



TEXTO ANA EGIDO

**E**n una ceremonia híbrida, celebrada el 24 de junio, DEC, Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente, hizo entrega de los premios que reconocen las mejores estrategias e iniciativas CX de 2020. En este caso, un año en el que “descendimos varios escalones en la pirámide de Maslow, cambiaron nuestras prioridades y la empatía fue más importante que nunca”, tal y como señaló Jorge Martínez Arroyo, presidente de la asociación, al inicio de la gala.

Por eso, el palmarés de esta edición ha estado marcado por la complejidad de los últimos meses, valorando especialmente el desempeño de las marcas para contribuir a mejorar la vida de las personas.

Así, el Premio al Directivo del Año recayó en Juan Abarca, presidente de HM Hospitales, por su capacidad para impulsar la experiencia de cliente y su liderazgo. En 2020, este médico se convirtió en referente de información sanitaria fiable gracias a su “Diario de la Resistencia”, que día a día publicaba en su perfil de LinkedIn y con el que ofrecía una visión cercana y clara de la realidad hospitalaria durante los momentos más críticos de la pandemia.

Así mismo, Estrella Galicia, Premio a la Mejor Marca en Experiencia de Cliente, supo durante 2020 adaptarse al nuevo paradigma de

De izquierda a derecha, Jorge Martínez Arroyo, presidente de DEC; Lorena Martín (Grupo Unísono), Alberto Cillero (Alsa), Eduardo Diver (KIA), Elena Fraile (Radio Intereconomía), Daniel Solera (Hyundai) y Ana Bujaldón, presidenta de honor del jurado.

relación con los consumidores y sus *journeys*. El gran valor de esta compañía ha sido la integración de los contenidos en la experiencia de cliente, consiguiendo una mayor relevancia. “Este reconocimiento es el resultado de poner al cliente en el centro, apostar por experiencias diferentes y buscar la relevancia. Para nosotros lo más importante son las personas y debemos poner el foco en ellas con empatía”, afirmó José Cabanas, CMO de la cervecera al agradecer el premio vía online.

## Marcas de movilidad

El sector de la movilidad se ha posicionado como referente de la experiencia del cliente, alzándose con tres de los siete premios.

Así, Hyundai dominó en la categoría de Mejor Estrategia en Experiencia de Cliente, “por ser una compañía pionera en el impulso de la electromovilidad”, gracias a un proyecto de constante innovación, y un exitoso y novedoso posicio-



José Cabanas (izquierda), CMO de Estrella Galicia.

namiento de marca, con el que ha conseguido aumentar notablemente su NPS y mejorar en x 2.5 la fidelización de sus empleados. “Este premio es un sueño hecho realidad. Soñábamos con que Hyundai fuese reconocida como una marca que pone especial foco y cariño en los clientes”, afirmó Daniel Solera, director de calidad y desarrollo de la compañía.

Por su parte, Alsa recibió el galardón al Mejor *Customer Journey* “por su capacidad de reinención y adaptación a la situación tan complicada que ha vivido el sector de transporte de



Alberto Cillero, director estudios y licitaciones ALSA.



Daniel Solera, director calidad y desarrollo de red de Hyundai España.



Eduardo Dívar, director general Kia España.



Juan Abarca, presidente de HM Hospitales.

pueda ser *customer centric*. Hay que empezar a cuidar de los empleados para terminar cuidando a los clientes”.

Dentro del apartado de Innovación, Grupo Unisono fue reconocido como protagonista del mejor proyecto del año y su habilidad para poner la tecnología al servicio de la experiencia de cliente. La compañía ha conseguido, a través de la Inteligencia Artificial y los algoritmos predictivos, favorecer la toma de decisiones centradas en la mejora de la *customer experience* a través de modelos eficientes. El premio le fue entregado a Lorena Martín Fraile, directora de *Smart Analytics Center* en Grupo Unisono.

Así mismo, Elena Fraile, directora de Radio Intereconomía, fue premiada con el galardón a la Mejor Labor Periodística sobre CX.

### Los finalistas

Como marcas finalistas de esta octava edición de los Premios DEC han quedado (en cada una de las categorías):

Mejor Proyecto de Innovación: Aena y Kia España

Mejor Iniciativa de Empleado: RCI Bank and Services España.

Mejor *Customer Journey*: Kia, Orange+Merkle Spain, y Repsol

Mejor Estrategia de Experiencia de Cliente: Aegon y Cepsa.

El jurado de los premios DEC ha estado formado por Ana Bujaldón, presidenta de FEDEPE; Jorge Martínez-Arroyo, presidente de DEC; Mario Taguas, director de clientes en Mutua Madrileña / vicepresidente y área de informes en DEC; Patricia Jiménez, *marketing & communication director* en MetLife y vicepresidenta de DEC; Jose Serrano, CEO de IZO / área de desarrollo de negocio y área de Experiencia del Socio en DEC; Jesús Alcoba, director de La Salle IGS / área de Experiencia de Empleado en DEC; Carlos Monserrate, director de desarrollo comercial de clientes particulares en CaixaBank; Pablo Gago, *global chief strategy & innovation officer* en Room Mate Group; Antonio Contreras, jefe de área de excelencia y cliente en ADIF; Diego Martínez Perán, vicepresidente en Intereconomía; y Ana Egido, redactora jefe de IPMARK. ■



Lorena Martín, directora de *Smart Analytics Center* de Grupo Unisono.



Premio Mejor Labor Periodística: Elena Fraile, directora de Radio Intereconomía.

pasajeros por la pandemia de la COVID-19”. Gracias al conocimiento del cliente y al uso de herramientas innovadoras la empresa de transporte ha conseguido unos resultados notables, impulsando más de 100 iniciativas implantadas en la organización. Recogió el galardón Alberto Cillero Hernández, director de estudios y experiencia de cliente en ALSA, que reconoció que “al inicio de la pandemia nos dimos cuenta de que estábamos ante algo superior a una mera caída de los viajes. Gracias a las medidas implementadas y al pasillo del cliente estamos con-

siguiendo recuperar la confianza del viajero”.

El tercer premio concedido al sector movilidad ha sido el de Mejor Iniciativa de Empleados, que ha ganado Kia. Una compañía que apela a la Onda del Cliente a través de la “I” Identidad Única, aprovechando el relanzamiento de la misma para trabajar en la mejora de la gestión de la experiencia de cliente, directamente a través de la experiencia de empleado. Eduardo Dívar, director General de KIA, encargado de recoger el premio, explicó que “son los empleados los que hacen que una empresa