



Certificación Universitaria en Servicio y Experiencia de Cliente

#CulturaGTI.

PLANTA UNO
MERCADO

iUOE Instituto
Universitario de
Ciencias
Empresariales

Sobre el programa

La Certificación Universitaria en Servicio y Experiencia de Cliente (CUSE) es un programa integral de formación diseñado para desarrollar organizaciones centradas en la experiencia de clientes y colaboradores.

El programa se estructura en **dos etapas complementarias y progresivas** que conforman un mismo recorrido formativo.

- La primera instancia, *CUSE Total Experience Management*, la base de formación en estándares de experiencia de clientes y colaboradores.
- La segunda instancia, *CUSE Hospitality*, profundiza en la aplicación avanzada de estos principios en contextos de servicio, con foco en hospitalidad, personalización y excelencia operativa.

De esta manera, la certificación propone un camino formativo continuo, que combina visión estratégica, herramientas de gestión y aplicación práctica para diseñar experiencias memorables, fortalecer la cultura organizacional y generar ventajas competitivas sostenibles.

Este enfoque permite a los participantes comprender, diseñar y liderar la experiencia total dentro de sus organizaciones, integrando clientes, colaboradores y procesos en un mismo sistema de valor.

Perfil de participantes

Está dirigido a gerentes o líderes de servicio, *chefs* ejecutivos, emprendedores y empresarios del rubro *hospitality* que busquen profesionalizar la gestión de la experiencia de clientes y equipos en sus organizaciones.



1º Parte | CUSE *Total Experience Management*

Objetivos

Estandarización global: institucionalizar protocolos de servicio alineados con estándares internacionales de excelencia

Ingeniería de la experiencia: diseñar y mapear el *Customer Journey* para identificar y reducir puntos críticos de fricción

Gestión por indicadores: implementar métricas de satisfacción (NPS, CSAT, CES) vinculadas a la rentabilidad del negocio

Liderazgo en hospitalidad: desarrollar equipos de alto rendimiento con cultura de servicio y rol de embajadores de marca

Duración: 6 semanas + Presentación de Trabajo Final Integrador.

Encuentros sincrónicos: una clase semanal de 2 h cada una

Carga horaria total: 32 h

Contenidos

Módulo 1| Cadena de valor de la experiencia: la visión estratégica

Tendencias del comportamiento y consumo. Del "despacho" a la "hospitalidad". Los pilares del modelo E(A)AP en el contacto humano. El negocio como proceso de entrega de valor.

La cadena de valor de la experiencia. Qué es la cadena de valor desde la perspectiva de la experiencia. Cómo cada área impacta en el cliente, incluso sin contacto directo (todos somos responsables de la experiencia, todos vendemos experiencia). Interdependencia organizacional. Experiencia interna como base de la experiencia externa.

Módulo 2| *Journey Map* del cliente. Arquitectura del viaje de clientes (CX)

Customer Journey Map universal. Identificación de momentos críticos donde el cliente evalúa su experiencia o es el "momento de la verdad".

Qué es un Asesor 360° y su rol dentro del *journey* del cliente. Etapas universales del *journey*: Descubrimiento, Primer contacto, Evaluación, Decisión, Entrega, Soporte/Pos-venta. Fidelización. Referidos. Omnicanalidad coherente. Comunidad. Rol emocional en la decisión. Concepto eje: toda organización tiene un *journey*.

KPI de experiencia. Liderazgo de experiencia en la era digital: gestión omnicanal, liderazgo remoto y cultura de cercanía.

Módulo 3| *Playbook* de comportamientos observables. El estándar WOW.

Etapas del *Employee Journey Map* universal. Qué es un *playbook*. Traducción de valores a conductas observables.

Competencias WOW: empatía profesional, claridad comunicacional, estabilidad emocional, responsabilidad sistémica, proactividad experiencial, IA aplicada a la personalización.

Módulo 4| Cultura y Bienestar del colaborador: el corazón late desde adentro

Modelo de bienestar integral. Dimensiones: Bienestar emocional – Bienestar relacional – Bienestar profesional – Bienestar organizacional – Bienestar de propósito.

Trabajo final

Modelo de aplicación en organizaciones.

2º Parte | CUSE Hospitality

Objetivos

Codificación del lujo: dominar rituales y protocolos de hospitalidad alineados a estándares de alta gama

Personalización basada en inteligencia: utilizar datos y perfiles para diseñar experiencias personalizadas que superen expectativas

Gestión del intangible: dirigir estética, atmósfera y comunicación no verbal como parte del valor de marca

Eficiencia operativa invisible: optimizar procesos de *back office* para potenciar la experiencia en el *front office*

Duración: 4 semanas + Presentación de Trabajo Final Integrador.

Encuentros sincrónicos: una clase semanal de 2 h cada una

Carga horaria total: 20 h

Contenidos

Módulo 1| Escenografía y atmósferas de clase mundial

- *Sensory service design* (luz, sonido, aroma).
- Ética y estética (Estrella Michelin).
- Auditoría de puntos de contacto físicos.
- Sustentabilidad como narrativa de marca.

Módulo 2| Ingeniería del *backstage* (procesos rígidos)

- Del *Journey al Service Blueprint* (línea de visibilidad).
- *Briefings* de 10 min.
- Estandarización de la excelencia.

Módulo 3| *Storyselling* y narrativas de marca

- La narrativa como diferencial competitivo.
- El equipo como curador de marca.
- *Upselling* a través del relato, no del precio.

Módulo 4| Maestría del *recovery* (recuperación de oro)

- Protocolos de resolución. Protocolo de error cero.
- Psicología del cliente de alto perfil.
- Gestión de la falla en vivo.
- El post-servicio y la fidelidad absoluta.

Trabajo final

Modelo de aplicación en organizaciones.

Equipo académico

Claudia Verónica Vázquez — 🇨🇴 CEO & Founder de InnovaRH

Docente de posgrado (UB, UCC, UBP) y conferencista internacional. Directora de Personas y Calidad en los sectores automotor, asegurador y de servicios. Especialista y referente en transformación cultural y gestión del cambio, la experiencia de cliente y la agilidad.

Juan Marque — 🇨🇴 Speaker, Profesor, Consultor

Ex Gerente General Peugeot Citrôen PSA, Ex Presidente Assist Card International, Asesor Jefe Misión de Paz de Colombia (OEA). Referente en cultura organizacional y bienestar corporativo.

Verónica Sánchez — 🇨🇴 Especialista en Gestión de Operaciones y Hospitalidad de Lujo.

Ex líder de equipos en Accor (Sofitel) y Marriott, y ex Operation Manager en The Vines Resort & Spa y Chozos Resort.

Ariel Goldvarg — 🇨🇴 Coach Ejecutivo & Speaker Trainer

Referente en comunicación organizacional. Entrenador de TEDx Speakers. Autor de numerosas publicaciones en liderazgo, comunicación y resolución de conflictos.

Juan Pablo Giménez Melo — 🇺🇸 Co-founder de Giménez Melo Company

Psicólogo, experto en experiencia del consumidor. Se dedica a la producción de eventos *premium* en San Francisco, California.

Carlos Andrés Gómez Pardo — 🇨🇴 Director de CX en Digital Ware

Director Asociado en Grupo Be Nice SAS. Ex Jefe de Experiencia (U. del Rosario) y Gerente de Operaciones LatAm (Grupo Oesia). Especialista en estrategia corporativa, transformación digital y CX/UX.

Invitados/as especiales

Ximena Díaz Alarcón — 🇨🇴 CEO & Founder de Youniversal

Especialista en comportamiento del consumidor e *insights*. Aporta mirada estratégica para diseñar experiencias centradas en las emociones del cliente.

Gina Daza Zapateiro — 🇨🇴 Master en Dirección de Recursos Humanos de Avianca

Vicepresidente de Cultura Organizacional de Avianca Colombia y Europa. Referente en cultura organizacional y gestión del talento humano.

Alejandra Coco — 🇨🇴 Human Resources Manager & Ethics Compliance Officer en Royal Caribbean International.

Ex Global Total Rewards Manager y Gerente de RRHH regional. Especialista en estrategia global de capital humano, transformación digital de RRHH y procesos de M&A.

Doble Certificación Universitaria en Servicio y Experiencia de Cliente

Total Experience Management

Hospitality

#CulturaGTI.


PLANTA UNO
MERCADO

iUOE Instituto
Universitario de
Ciencias
Empresariales