CXDAY
CUSTOMER EXPERIENCE DAY

EXPERIENCIA PROFUNDAMENTE HUMANA

La tecnología acelera, la conexión diferencia

CX AWARDS 2026
Primera Edición

22 oct 2026

Hotel Vista Quince
Salon Gran Jaguar

buró BUSINESS SCHOOL

UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

CES CENTRO DE EXPERIENCIAS Y SERVICIOS ESCUELA DE NEGOCIOS

LA EXPERIENCIA CLIENTE EN EL FUTURO SERÁ HUMANA

CX 2026 reúne a líderes, expertos y organizaciones para explorar el futuro de la experiencia desde aquello que continúa siendo irremplazable: nuestra capacidad de comprender, emocionar y construir relaciones auténticas.

La evolución tecnológica está transformando la manera en que las organizaciones diseñan y gestionan sus experiencias. Sin embargo, mientras las herramientas se vuelven más rápidas e inteligentes, el verdadero desafío es conservar aquello que genera confianza, preferencia y lealtad: la conexión humana.

Este 22 de octubre descubriremos cómo integrar tecnología, empatía, cultura y propósito para crear experiencias más cercanas, memorables y auténticas.

PROFUNDAMENTE HUMANA

PROFUNDAMENTE HUMANA no significa utilizar menos tecnología, sino aprovecharla para comprender mejor, responder con mayor agilidad y crear más oportunidades para conectar de verdad.

La tecnología facilita la experiencia. Las personas le dan sentido.

Vive una jornada diseñada para comprender cómo la tecnología puede potenciar el servicio sin reemplazar la empatía, el criterio y la capacidad humana de crear vínculos significativos.
Innovemos con tecnología. Conectemos como humanos.

EJES TEMÁTICOS

1. Tecnología con propósito e Inteligencia artificial
2. Empatía y conexión emocional.
3. Cultura y experiencia del colaborador.
4. Experiencias que generan confianza y lealtad.
5. Casos reales de transformación CX.
6. Reconocimiento a la mejor experiencia en los sectores más importantes en la economía de Guatemala

COMPRENDER · DISEÑAR · EMOCIONAR

Ese es el camino para construir experiencias

PROFUNDAMENTE HUMANAS

Porque las mejores experiencias no solo resuelven necesidades: construyen confianza, despiertan emociones y conectan personas.

CX AWARDS 2026

Primera Edición

Un reconocimiento a las organizaciones y equipos que están elevando la experiencia mediante iniciativas innovadoras, cercanas y capaces de generar un impacto significativo.

buró BUSINESS SCHOOL

UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

CES CENTRO DE EXPERIENCIAS Y SERVICIOS ESCUELA DE NEGOCIOS

CXDAY CUSTOMER EXPERIENCE DAY

EXPERIENCIA PROFUNDAMENTE HUMANA

CXAWARDS 2026

Primera Edición



La voz del cliente reconoce a quienes lideran.

¡Por primera vez, Guatemala conocerá a las organizaciones que están creando las experiencias más valoradas por sus propios clientes!

Evaluar empresas **de 10 sectores clave** de la economía guatemalteca.

Identificar a las organizaciones mejor evaluadas.

Reconocer a quienes están elevando el estándar e Customer Experience en Guatemala.

Escuchar y medir la percepción real de los clientes.

buró BUSINESS SCHOOL

UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

CES CENTRO DE EXPERIENCIAS Y SERVICIOS ESCUELA DE NEGOCIOS

UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

'CES CENTRO DE EXPERIENCIAS Y SERVICIOS
ESCUELA DE NEGOCIOS

El Centro de Experiencias y Servicios (CES) de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI) aporta su experiencia regional en Customer Experience, investigación y gestión de servicios.

Parte de la Escuela de Negocios de la UAL.

Especializado desde 2015.

Experiencia en Chile, Perú y Ecuador.

En 2026 incorpora a Guatemala y Colombia.

Convierte los resultados en conocimiento, aprendizaje y oportunidades de mejora.

¿Cómo se organizan los CX Awards 2026?

Buró Business School
Articulación local, vinculación empresarial y producción de CXDay.

CES | UAI
Centro de Experiencias y Servicios
Universidad Adolfo Ibáñez
Conocimiento especializado y marco conceptual de Customer Experience.

Advance Research
Metodología, investigación y rigurosidad analitica.

Question Pro
Plataforma tecnológica para recopilar y gestionar la información.

Una medición construida desde la voz del cliente



PATRICIO POLIZZI R.

Chile

Patricio Polizzi es psicólogo egresado de la Universidad de Chile y cuenta con un MBA por la Universidad Adolfo Ibáñez. Además, posee un Diplomado en Dirección de Empresas de Servicios por la Universidad Adolfo Ibáñez y un Diplomado en Administración de Recursos Humanos por la Universidad de Santiago de Chile.

Es fundador y director general de Visión Humana, consultora especializada en el conocimiento y la comprensión de las personas para la toma de decisiones estratégicas. Cuenta con amplia experiencia docente en comportamiento del consumidor, investigación de mercados, marketing estratégico y de servicios, diseño de experiencias de clientes y cambio organizacional.

Su trayectoria integra la comprensión del comportamiento humano con la estrategia empresarial, permitiéndole acompañar a organizaciones en el diseño de experiencias más relevantes, humanas y conectadas con las necesidades de sus clientes.

En un entorno dominado por datos, indicadores y automatización, las organizaciones corren el riesgo de conocer cada vez más sobre sus clientes, pero comprender cada vez menos a las personas.

CONFERENCIA

Ver personas, no clientes.

Comprender lo humano para diseñar experiencias relevantes.

Esta conferencia explorará cómo las emociones, motivaciones, expectativas y comportamientos influyen en la manera en que las personas perciben una experiencia y construyen su relación con una marca. Patricio compartirá una mirada estratégica sobre el comportamiento humano para ayudar a las organizaciones a tomar mejores decisiones y diseñar experiencias verdaderamente relevantes.

Las organizaciones tienen más datos que nunca sobre sus clientes, pero eso no significa que comprendan qué los mueve a elegir, permanecer o recomendar una marca.

En esta conferencia, Patricio Polizzi mostrará cómo las emociones, expectativas y comportamientos influyen en cada decisión del cliente. Una mirada estratégica para transformar los datos en comprensión, disar experiencias más relevantes y generar resultados concretos para el negocio.

Los participantes descubrirán cómo:

- Identificar qué impulsa las decisiones del cliente.
- Interpretar los datos desde una perspectiva más humana.
- Detectar oportunidades para mejorar momentos clave de la experiencia.
- Diseñar interacciones que generen confianza y preferencia.
- Convertir una mejor comprensión del cliente en fidelización y crecimiento.
- Porque comprender lo que el cliente hace permite reaccionar; entender por qué lo hace permite anticiparse y crecer.

PRISCILA WILLIAMS

México



Priscila Williams es especialista en diseño estratégico, experiencia de usuario, diseño de servicios y desarrollo de productos digitales, con más de diez años de trayectoria en la industria financiera. Actualmente forma parte del equipo de Producto de Openbank México, desde donde trabaja en la gestión integral del ciclo de vida del cliente, desde la incorporación hasta la vinculación y el crecimiento. Anteriormente lideró equipos de diseño en Nu México, BBVA y Citibanamex, participando en el desarrollo de productos y experiencias financieras digitales centradas en las necesidades de las personas.

Cuenta con una maestría en Strategic Design and Management por Parsons School of Design, The New School, en Nueva York, y una especialización en Diseño de Servicios por el Politécnico de Milán. También es cofundadora de Service Design México y ha contribuido activamente al fortalecimiento de esta disciplina en el país. Su experiencia combina diseño, tecnología y estrategia de negocio para transformar procesos complejos en experiencias relevantes, intuitivas y humanas.

> **“Porque cuando la tecnología facilita la vida, las personas la adoptan, confían y permanecen.”**

CONFERENCIA

Tecnología que entiende

Diseñar experiencias digitales más simples, intuitivas y humanas.

La mejor experiencia tecnológica no es necesariamente la que incorpora más funcionalidades, sino aquella que comprende lo que las personas necesitan y les facilita la vida. Desde su experiencia liderando productos y equipos de diseño en la industria financiera, Priscila abordará cómo integrar diseño, tecnología y estrategia de negocio para transformar procesos complejos en experiencias digitales más claras, accesibles y humanas. La conferencia mostrará cómo el diseño centrado en las personas puede convertir la tecnología en un puente de conexión, confianza y crecimiento.

La mejor tecnología no es la que ofrece más funcionalidades, sino la que elimina obstáculos, simplifica decisiones y facilita la vida de las personas.

Desde su experiencia liderando productos y equipos de diseño en la industria financiera, Priscila Williams mostrará cómo integrar diseño, tecnología y estrategia de negocio para transformar procesos complejos en experiencias digitales simples, intuitivas y capaces de generar resultados.

Los participantes descubrirán cómo:

- Identificar fricciones que afectan la experiencia y la conversión.
- Simplificar procesos digitales complejos.
- Diseñar soluciones a partir de necesidades reales.
- Generar confianza mediante experiencias claras y accesibles.
- Conectar las decisiones de diseño con los objetivos del negocio.
- Convertir la tecnología en un motor de adopción, fidelización y crecimiento.



WICHO LÓPEZ

Guatemala

Luis “Wicho” López es publicista, músico, escritor, productor de audio, consultor creativo y especialista en Design Thinking. Actualmente es vicepresidente de Estrategia Creativa y socio de Peter Jordan, agencia guatemalteca de publicidad, y partner de Wizard of Ads. Su trayectoria combina estrategia, creatividad, comunicación, música y diseño de experiencias para conectar marcas con personas.

Es licenciado en Mercadotecnia con énfasis en Publicidad por la Universidad Rafael Landívar, con formación en Liderazgo Organizacional por la Universidad San Pablo de Guatemala. Se ha especializado en creatividad publicitaria en Wizard Academy, Austin, y en producción musical en Point Blank Music School, Londres.

Ha desarrollado estrategias y campañas para marcas como Intelaf, Cervecería Centro Americana, Ambev, Farmacias Cruz Verde, Meykos, Burger King, Hyundai, Honda, Ficohsa, Tigo y EPA. En 2026 fue seleccionado como jurado del Festival Iberoamericano de la Creatividad – FIAP.

Como músico, forma parte de Malacates Trébol Shop y ha desarrollado proyectos de producción musical y audio para marcas. Su experiencia le permite integrar estrategia, música y pensamiento creativo para diseñar experiencias memorables.

> “Porque una experiencia que se siente no solo se recuerda: se comparte, se recomienda y construye valor para la marca.”

CONFERENCIA

Diseñar para sentir

Creatividad, sentidos y emociones que convierten una interacción en experiencia.

Las personas pueden olvidar lo que una marca dijo o hizo, pero difícilmente olvidan cómo las hizo sentir. En un mundo saturado de estímulos, la creatividad puede romper la indiferencia y convertir una interacción cotidiana en una experiencia memorable.

Wicho explorará cómo las historias, el sonido, las ideas y los estímulos sensoriales influyen en la percepción y conexión emocional con las marcas. Desde la publicidad, la música y el Design Thinking, abordará cómo diseñar experiencias capaces de llamar la atención, despertar emociones y permanecer en la memoria.

En un mercado saturado de mensajes, captar la atención ya no es suficiente. Las marcas que logran crecer son aquellas capaces de provocar una emoción, crear una conexión y permanecer en la memoria.

Desde su experiencia en publicidad, música y Design Thinking, Wicho mostrará cómo transformar historias, sonidos, ideas y estímulos sensoriales en experiencias que rompen la indiferencia y fortalecen el vínculo entre las marcas y las personas.

Los participantes descubrirán cómo:

- Diseñar experiencias que capten la atención desde el primer momento.
- Utilizar los sentidos para generar emociones y recuerdos.
- Convertir una interacción cotidiana en un momento memorable.
- Construir historias que conecten con las personas.
- Aplicar la creatividad para diferenciar una marca.
- Transformar la conexión emocional en preferencia, recomendación y crecimiento.

FORO
DE LA INTENCIÓN A LA ACCIÓN

Organizaciones que están haciendo el CX más humano.

CXDAY
CUSTOMER EXPERIENCE DAY

Una conversación con líderes empresariales para conocer experiencias reales, aprendizajes y prácticas que están transformando la relación entre las organizaciones, sus colaboradores y sus clientes.

AGENDA PRELIMINAR

14:00 - 14:30	Registro y bienvenida		
14:30 - 14:40	Giovanni Moran	Apertura de CX Day 2026	
14:00 - 15:30	Luis “Wicho” López	Diseñar para sentir	
15:30 - 16:20	Priscila Williams	Tecnología que entiende	
16:20 - 16:50	Coffee break y networking		
16:50 - 17:30	Caso de éxito Banco Industrial		
17:30 - 18:15	Patricio Polizzi	Ver personas, no clientes	
18:15 - 18:20	Claudio López	Apertura de la ceremonia	
18:20 - 19:55	Ceremonia de Premios CX 2026		
19:55 - 20:00	Cóctel de cierre		

buró BUSINESS SCHOOL

INVERSIÓN

PARTICIPANTES	PRECIO POR PERSONA (Q)	PRECIO POR PERSONA ($)
1 PERSONA	Q2,500.00	USD 300
DE 2 A 3 PERSONAS	Q2,100.00	USD 260
DE 4 A 5 PERSONAS	Q1,900.00	USD 230

*Los precios se aplican por participante, según la cantidad de personas inscritas.

buró BUSINESS SCHOOL

burō BUSINESS SCHOOL

SI TE TRANSFORMAS, TRANSFORMAS TODO

GUATEMALA
PBX +502 2310 7700
info@somosburo.com

COLOMBIA
+57 320 8535850
mfandino@somosburo.com

REP. DOM.
+1 (809) 440 4042
scolombo@somosburo.com

EL SALVADOR
+503 6987 5070
info@somosburo.com