

A blurred, black and white photograph of a large crowd of people walking across a crosswalk. The image is semi-transparent, allowing the text and graphics to be overlaid. The crowd is dense and moving in various directions, creating a sense of motion and activity.

# Informe general

Ranking PXI 2020

Mayo 2020



## Tabla de contenido

1

### Marco metodológico

Qué entendemos por experiencia, cómo medimos la experiencia y cómo obtenemos la información

2

### Ranking 2020

Evolución del indicador de experiencia a nivel nacional, grupos de experiencia y posición en el ranking de cada marca





# 1. Marco metodológico



## 3 niveles de experiencia al cliente

En Praxis entendemos que la experiencia de tu cliente se puede medir tanto en interacciones como en viajes y relación general

### Niveles de la experiencia



- › El PXI - Praxis Xperience Index mide la experiencia de **interacciones**. En particular, el ámbito de las interacciones más frecuentes que tienen los clientes chilenos con sus compañías proveedoras de servicios.
- › Dado que los principales “viajes” de los clientes son distintos según la industria a la que pertenece la compañía, en Praxis las mediciones en este ámbito se realizan a través estudios y consultorías ad-hoc.
- › Este ranking busca medir la experiencia de los clientes en las interacciones con las marcas y se basa en un modelo que separa la experiencia en tres dimensiones: **funcional**, **operacional** y **emocional**.
- › La dimensión funcional se relaciona con lo **efectivo** de la interacción, es decir, con si se logra o no cubrir la necesidad del cliente en dicho momento. La dimensión operacional tiene que ver con lo **fácil** y, finalmente, la dimensión emocional tiene que ver con lo **agradable** de la interacción para el cliente.
- › Este modelo es el mismo utilizado por las consultoras norteamericanas Forrester Research y Temkin Group para medir experiencia de clientes.





# Técnicas de muestreo

Base convenio con ProCalidad



Hombres y mujeres mayores a 18 años que reconocen ser clientes de las marcas.



Encuestas de Arica a Punta Arenas en todas las comunas de más de 130.000 habitantes o capitales regionales.



25% de la muestra de teléfonos fijos y 75% celulares.



Cuestionario estructurado.  
Muestra de 330 casos por marca con un error muestral del 5,4%.



Toma de muestra diaria entre Marzo y Diciembre.



\*PXI es un ranking independiente, por lo que las marcas no deciden participar y se encuesta directamente a los clientes.

# > Cómo medimos la experiencia en interacciones

## Metodología EFA

- Se evalúan las tres dimensiones de la experiencia con una escala de notas que va del 1 al 7, siendo la nota 7 la mejor evaluación y la nota 1 la peor evaluación.
- La evaluación de las tres dimensiones mencionadas anteriormente se obtiene mediante las siguientes preguntas a los clientes:



### **EFFECTIVO: *Resolví todo lo que necesitaba***

Grado en que el cliente resolvió su necesidad específica (propósito) durante la interacción.



### **FÁCIL: *Fue una experiencia simple y fácil***

Nivel de esfuerzo que el cliente tuvo que realizar para cumplir con su propósito.



### **AGRADABLE: *Fue una experiencia muy agradable***

Estado emocional del cliente producto de la experiencia vivida en la interacción.


$$= \bar{x} \left( \begin{array}{l} E (\% 6 \text{ y } 7) - (\% 1, 2 \text{ y } 3) \\ F (\% 6 \text{ y } 7) - (\% 1, 2 \text{ y } 3) \\ A (\% 6 \text{ y } 7) - (\% 1, 2 \text{ y } 3) \end{array} \right)$$

Posterior a eso, para construir el indicador de experiencia promediamos la evaluación “neta” que se realiza de cada dimensión.



## 2. Ranking 2020

\*Medición realizada de Marzo a Diciembre del 2019.





# PXI nacional

## Resultados generales del ranking 2020

- El resultado general del ranking PXI – Praxis Xperience Index para la última medición del 2019 marca una leve tendencia al alza desde el año 2017 que marcó el menor nivel histórico. El componente que más sube es el vínculo emocional o agradabilidad, el que sube 3 puntos respecto al año pasado.
- Los sectores que presentan un aumento de su PXI son Minimarket (9 puntos), Telefonía fija (8 puntos), Internet (8 puntos), Buses interurbanos (6 puntos) y Tarjetas comerciales (4 puntos). Mientras los sectores Energía eléctrica (9 puntos) y Sanitarias (5 puntos) presentan una variación negativa.
- Un elemento a destacar es la consistencia del sector Gas cilindro, siendo el único que ha mantenido su indicador por sobre los 80 puntos, el cual además muestra una alta competitividad, teniendo a todas sus marcas en niveles muy similares. Clínicas, Pago de cuentas, Gas medidor, Estaciones de servicio y Bancos por su parte han estado permanentemente sobre los 70 puntos. En el otro extremo, vemos a Prestadores de salud que no supera los 50 puntos y al Transporte público e Internet que no han superado los 40 puntos, siendo los sectores con menor desempeño histórico.
- Cambios que llaman la atención a nivel sectorial es el experimentado por las AFP que muestran el alza progresiva más sistemática, subiendo 16 puntos en 5 años. Interesante también resulta el sector Mejoramiento para el hogar que en dos años ha subido 9 puntos. Las sanitarias y energía eléctrica que caen en esta medición muestran un comportamiento oscilante que no es capaz de consolidar una tendencia positiva.

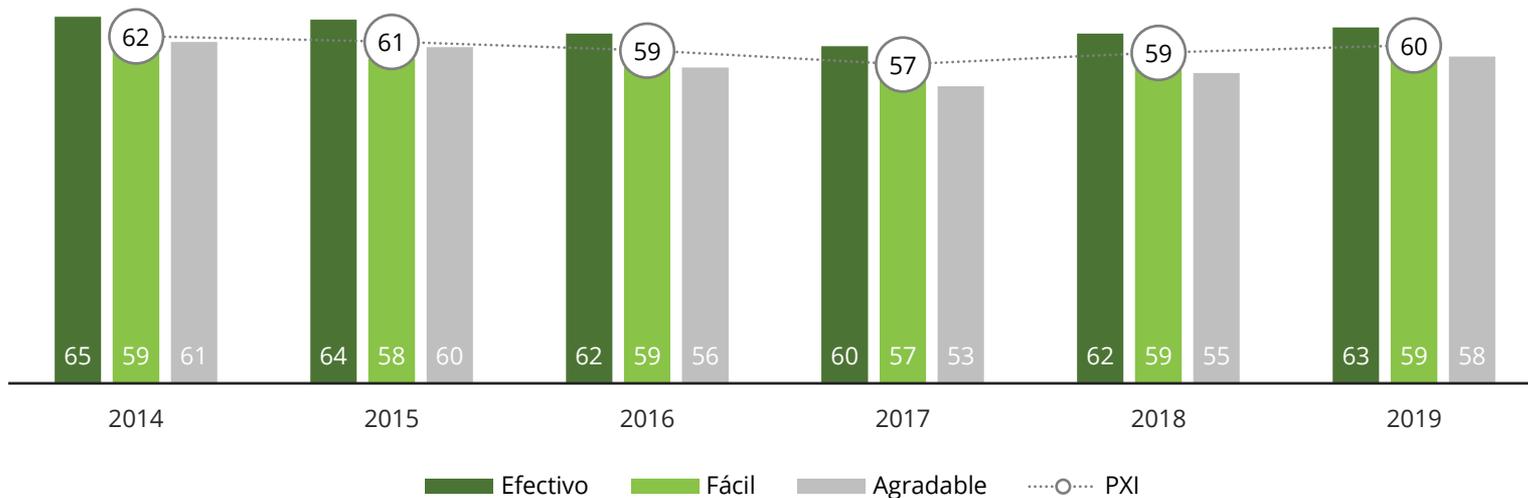




## PXI nacional

### Resultados generales del ranking 2020

- El indicador PXI alcanza los 60 puntos, un punto por encima del año anterior. Se aprecia una leve tendencia al alza desde la medición del 2017 impulsada principalmente por el componente emocional, el que aumenta 5 puntos en este periodo. Es justamente, este componente el que más ha cambiado en los últimos años, con una brecha de casi 10 puntos entre el mayor y menor desempeño. En el otro extremo, el componente de Facilidad es el que menor variabilidad presenta, manteniéndose entre los 57 y 59 puntos permanentemente.



## > Grupos de experiencia

¿En qué grupo se encuentra tu marca?

Según los puntajes obtenidos por las marcas en el ranking de experiencia PXI, estas se clasifican en 5 grupos que van desde las mejores a las peores experiencias. Las compañías que como Praxis reconocemos son aquellas que, aparte de ser primeras en su sector, presentan un puntaje igual o superior a 70.



# Ranking PXI

## Grupo A Excelentes

## Grupo B Buenas

## Grupo C Regulares

## Grupo D Bajas

## Grupo E Deficientes

- Gas Medidor
- Gas Cilindro
- Telefonia fija
- Telefonia móvil
- Televisión
- Internet
- Tarjeta comercial



# ¿Cómo leer el ranking?

Leyenda del PXI 2020





## Grupo A

Experiencias excelentes

### PXI de 100 – 80 puntos

El Grupo A de experiencias excelentes está compuesto en esta ocasión por quince marcas pertenecientes a los sectores Clínicas, Bancos, Gas Cilindro, Gas Medidor, Estaciones de Servicio, Supermercados y Pago de Cuentas. En esta medición, el primer lugar lo alcanza Clínica Alemana. Podemos observar además que todas las marcas pertenecientes al sector Gas Cilindro se encuentran presentes en este grupo.



## Grupo A - Experiencias excelentes

PXI de 100 - 80 puntos.

1º



2º



3º



3º



5º



5º



5º



5º



5º



5º



11º



11º





## Grupo A - Experiencias excelentes

PXI de 100 - 80 puntos.

13º



13º



15º





## Grupo B

Experiencias muy buenas

### PXI de 79 - 70 puntos

El Grupo B de experiencias muy buenas está compuesto por 31 marcas, 10 más que el año anterior. Este grupo representa una gran diversidad de sectores: Seguridad para el hogar (3), Clínicas (1), Centros de salud (1), Bancos (3), Pago de cuentas (2), Telefonía móvil (1), Instituciones financieras de ahorro y crédito (2), Courier (2), Gas medidor (2), Mutuales (1), Minimarket (4), AFP (3), Estaciones de Servicio (2), Servicios públicos (2), Telefonía fija (1) y Mejoramiento para el hogar (1).



## Grupo B - Experiencias muy buenas

PXI de 79 - 70 puntos.

16º



16º



16º



16º



20º



21º



22º



22º



24º



24º



24º



24º





## Grupo B - Experiencias muy buenas

PXI de 79 - 70 puntos.

24º

Banco de Chile

29º

chilexpress

29º

upa!

31º

PRONTO  
COPEC

31º

afp modelo

31º



31º

BancoCrediChile  
DEL BANCO DE CHILE

31º

BR PETROBRAS

31º

verisure  
SMART ALARMS

37º

AFP  
PlanVital

37º

REDSALUD  
SOMOS CENC

37º

Sii





## Grupo B - Experiencias muy buenas

PXI de 79 - 70 puntos.

37º



41º



41º



41º



41º



41º



41º





## Grupo C

Experiencias regulares

**PXI de 69 - 50 puntos**

El Grupo C de experiencias regulares es el más masivo de los cinco con 50 marcas (4 menos que el año anterior). Se puede apreciar que los sectores Líneas aéreas, Farmacias e Isapre/ Fonasa cuentan con el 100% de sus marcas en este grupo. En el caso de los sectores de Centros de Salud, Mutuales, Supermercados, Tiendas por departamento y Tarjetas comerciales, la mayoría de sus marcas también están en este grupo.



## Grupo C - Experiencias regulares

PXI de 69 - 50 puntos.

47º



48º



48º



50º



50º



50º



53º



53º



55º



55º



55º



58º





## Grupo C - Experiencias regulares

PXI de 69 - 50 puntos.

58º



60º



60º



60º



63º



63º



63º



63º



63º



63º



63º



70º





## Grupo C - Experiencias regulares

PXI de 69 - 50 puntos.

70º



70º



70º



74º



74º



74º



77º



77º



77º



77º



81º



82º





## Grupo C - Experiencias regulares

PXI de 69 - 50 puntos.

82º



82º



82º



86º



86º



88º



88º



90º



90º



92º



93º



93º





## Grupo C - Experiencias regulares

PXI de 69 - 50 puntos.

95º



95º





## Grupo D

Experiencias bajas

**PXI de 49 - 40 puntos**

El Grupo D de experiencias bajas está compuesto por 15 marcas (2 más que el año anterior). Las compañías que conforman este conjunto pertenecen a los sectores: Telefonía Móvil (2), Servicios públicos (1), Telefonía Fija (1), Buses Interurbanos (1), Sanitarias (4), Televisión pagada (2), Tiendas por departamento (1), Tarjetas Comerciales (1), Internet (1) y Prestadores de Salud (1).



## Grupo D - Experiencias bajas

PXI de 49 - 40 puntos.

97º



97º



99º



100º



100º



102º



102º



104º



105º



105º



105º



108º





## Grupo D - Experiencias bajas

PXI de 49 - 40 puntos.

108º



110º



110º





## Grupo E

Experiencias deficientes

**PXI de 39 puntos o menos**

El Grupo E de experiencias deficientes está compuesto por 18 marcas las cuales pertenecen a los sectores Sanitarias (5), Internet (2), Telefonía Fija (1), Transporte Público (3), Televisión Pagada (1), Energía Eléctrica (4) y Prestadores de Salud (2). Podemos observar además que los sectores de Energía eléctrica y Transporte público tienen el 100% de sus marcas en este grupo.



## Grupo E - Experiencias deficientes

PXI de 39 puntos o menos.





## Grupo E - Experiencias deficientes

PXI de 39 puntos o menos.

124º



125º



125º



125º



125º



129º





# Informes PXI

Cada año Praxis elabora dos entregables con información del ranking

		Informe PXI ranking general	Informe PXI premium sectorial
		Conoce la experiencia que viven los chilenos con las marcas de servicio más importantes del país.	Descubre cómo lo estas haciendo con respecto a tu sector y competencia.
1	¿Qué se entiende por experiencia? Metodología del ranking.	✓	✓
2	Ranking PXI - Praxis Xperience Index 2020.	✓	✓
3	Grupos de experiencia, ¿En cuál se encuentra cada marca?	✓	✓
4	Indicador de experiencia PXI.	Nacional	Nacional + Sectorial + Marca
5	Evolución indicador PXI y sus componentes EFA.	Nacional	Nacional + Sectorial + Marca
6	PXI según características demográficas.	✗	Sectorial
7	Canales de atención más utilizados y su indicador PXI.	✗	Sectorial + Marca
8	CX en periodos de crisis, con mediciones del primer trimestre 2020	✗	✓
		Gratuito	33 UF



**Creemos que las organizaciones que se preocupan auténticamente de sus clientes son las que logran un éxito sustentable en el tiempo.**



**¡Hablemos!**

[info@praxis.cl](mailto:info@praxis.cl)

+56 9 3228 9050





# Legales & Copyright

## Derechos de propiedad intelectual

- La consultora Praxis publica anualmente dos tipos de informes relacionados con el ranking de experiencia PXI – Praxis Xperience Index. Mientras uno de ellos es gratuito y con información general, el segundo es de pago y cuenta con información específica sobre canales y comparativos por industria y marcas, entre otros.
- Toda referencia a la data expuesta en los informes deberá ser correctamente indicada como propiedad intelectual de “Praxis Customer Engagement, ranking PXI 2019”.
- La información obtenida en informes de pago de PXI es para uso exclusivo de la institución que la adquiere, por lo que se prohíbe entregar, compartir o ceder de manera parcial o completa, la información que contiene a todo tercero anexo a Praxis, así como a la institución incumbente que accede al informe por medio de su pago.

## Indicaciones para publicaciones y uso de marca

- PXI® y sus variaciones son marcas registradas de la consultora Praxis Customer Engagement.
- Solo podrán publicar y hacer uso del ranking aquellas marcas que han obtenido un PXI® igual o superior a 70%, las cuales se encuentran dentro de los grupos A y B.
- Las marcas, al momento de publicar su ranking y/o posición en él, deberán indicar si es a nivel nacional o de sus respectivos sectores.
- Las marcas que publiquen o empleen los logos, nombres o marcas de PXI®, deberán indicar el periodo del ranking al cual hacen referencia.
- Las marcas podrán solicitar a Praxis material visual de logos para emplear en sus canales de comunicación.
- Las marcas deben enviar para apoyo y validación sus piezas de comunicación, radio, prensa, artículos, avisos de publicidad, footers de e-mails, e-books y memorias anuales, entre otros, a [info@praxis.cl](mailto:info@praxis.cl) para su correcta revisión.



