





Alianza Expand Praxis

- Expand es el representante de Praxis en Ecuador.
- Desde el año 2019 han venido desarrollando proyectos de Customer Experience en Ecuador.
- **Lanzan el Estudio PXI Praxis Xperience Index Ecuador en marzo 2023.**



Más en:
www.praxis.cl
www.expandecuador.com





Informe PXI Ecuador

Ranking PXI Mayo 2023



PXI

Praxis Xperience Index

El ranking PXI (Praxis Xperience Index) es una iniciativa que nace con el propósito de generar un motor de mejora continua en la experiencia que viven los ciudadanos con los principales servicios del Ecuador.





Sobre PXI

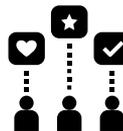
Praxis Xperience Index



Primer y único
Ranking de experiencia a nivel nacional en Ecuador



Benchmark a **63** compañías de servicio más importantes de Ecuador



19194 ecuatorianos evalúan su experiencia con las diferentes marcas



Reconocemos a las mejores compañías de cada sector con PXI igual o superior a 65 pts



Su metodología es comparable con rankings internacionales como CX Index de Forrester o el Temkin Experience Ratings



Contenidos

Índice

1
#Uno

Metodología del Ranking

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

2
#Dos

Resultados del país

Contexto situación Ecuador. Indicador de experiencia para cada sector del ranking.



A hand holding a black marker is drawing various business-related icons on a whiteboard. The icons include a bar chart, a pie chart, a line graph, a group of people labeled 'Team', a flowchart, a lightbulb, and the word 'SUCCESS'. The whiteboard is positioned above a lightbulb, which is placed on top of an open book. The background is a plain, light-colored wall.

1

#Uno

Metodología del Ranking



¿Cómo entendemos la experiencia?

Fundamentos del PXI

EXPERIENCIA DE CLIENTE

Qué vive y siente mi cliente



Propósito

Objetivos y necesidades del cliente.



Expectativas

Disposición, estado anímico, memoria frente a su propósito



Contexto

Ambiente, condiciones, aspectos sensoriales



MEDICIÓN

La experiencia se puede medir en 3 niveles



Relación

Experiencia acumulada a partir de Múltiples viajes



Viaje

Experiencia frente a una necesidad. Habitualmente contiene múltiples interacciones.



Interacción

Experiencia en un punto de contacto específico



IMPACTO

Palancas de mejora



+ Rentabilidad



+ Sustentabilidad



+ Fidelización

> ¿Cómo medimos la experiencia en las interacciones?

Metodología EFA

- La experiencia de los clientes en las interacciones con las marcas se basa en un modelo que separa la experiencia en tres dimensiones: **Funcional, Operacional y Emocional**.
- Se evalúan las 3 dimensiones en una escala de notas que va del 0 al 10, siendo la nota de 10 la de mejor evaluación y la nota de 0 la de peor evaluación. Esta se obtiene mediante las siguientes 3 preguntas a los clientes:

E **EFFECTIVIDAD:** Resolví todo lo que necesitaba
Grado en que el cliente resolvió su necesidad específica (propósito) durante la interacción.

F **FACILIDAD: Fue una experiencia simple y fácil**
Nivel de esfuerzo que el cliente tuvo que realizar para cumplir su propósito.

E **EMOCIÓN: Me sentí escuchado y bien tratado.**
Estado emocional del cliente producto de la experiencia vivida en la interacción



PRAXIS XPERIENCE INDEX

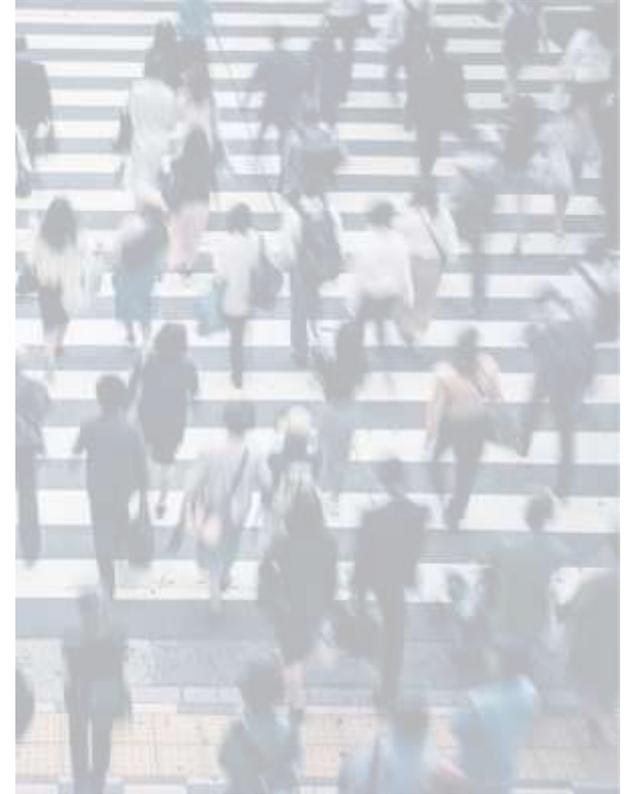
$$= \bar{X} \left(\begin{array}{l} E (\% 9 \text{ y } 10) - (\% \text{ de } 0 \text{ a } 6) \\ F (\% 9 \text{ y } 10) - (\% \text{ de } 0 \text{ a } 6) \\ A (\% 9 \text{ y } 10) - (\% \text{ de } 0 \text{ a } 6) \end{array} \right)$$



Marco metodológico del estudio

Ranking PXI

- ▶ El estudio considera la evaluación de 60 marcas correspondientes a un total de 13 sectores, con 19.194 encuestas totales.
- ▶ Vela por cumplir con una muestra de 300 casos por marca.
- ▶ Se realiza a través de un cuestionario estructurado.
- ▶ Encuesta a hombres y mujeres mayores de 18 años de Cuenca, Guayaquil y Quito.
- ▶ La toma de muestra es semestral.
- ▶ Fecha de Campo: Diciembre 2022-Marzo 2023.





Sectores evaluados



ALMACENES DE
ELECTRODOMÉSTICOS



BANCA



COMIDA
RÁPIDA



ESTACIONES DE
SERVICIO



FARMACIAS



INTERNET



PRODUCTOS
DE BELLEZA



SEGUROS
DE
SALUD



SUPERMERCADOS



TELEFONÍA MÓVIL



TIENDAS DE MODA



ELECTRICIDAD



AGUA POTABLE



Cuestionario

¿Cuáles son las preguntas? – Ejemplo

Filtro

¿Es usted cliente de alguna empresa de... Sector?

Sí

No

¿De cuál?

Variables de experiencia

¿Cuál es el principal motivo de contacto con la empresa?

En relación con este, ¿cuál es su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

Resolví todo lo que necesitaba

 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Fue una experiencia simple y fácil

 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Me sentí escuchado y bien tratado

 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Para este motivo, ¿A través de qué medios se comunica habitualmente?

Asesor comercial

Contact Center

Página web

App

Whatsapp

Redes sociales

Chat/chatbot

Oficinas



2

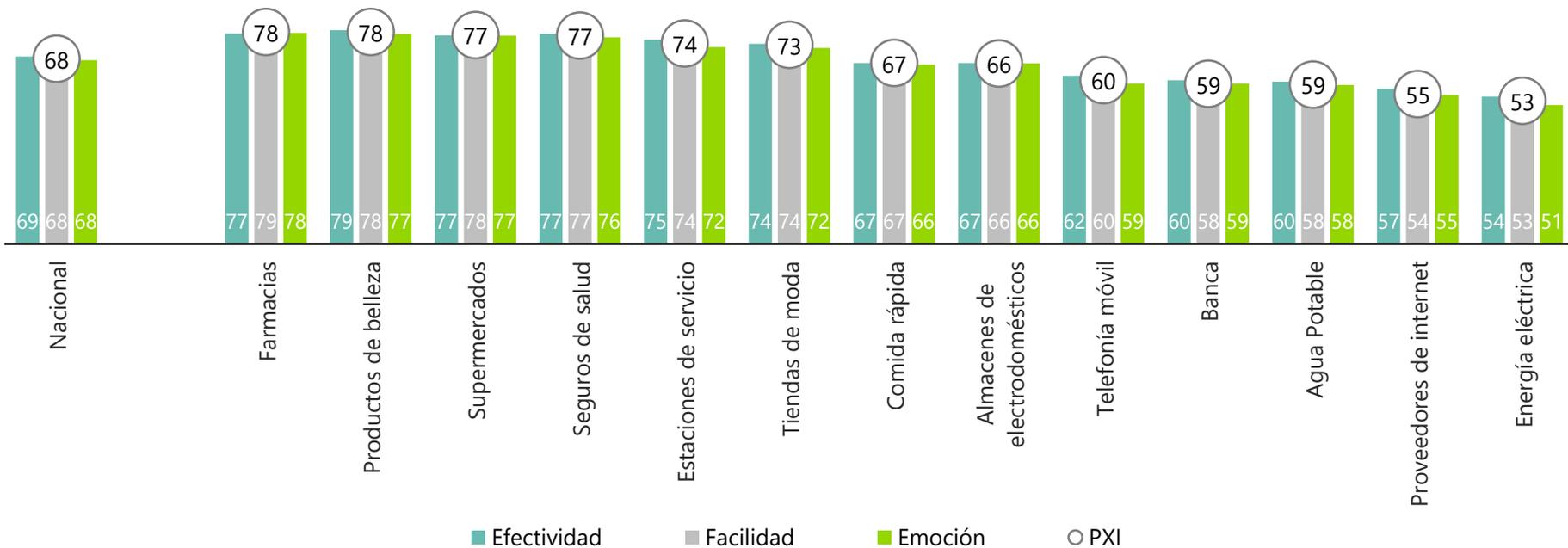
#Dos **Resultados Experiencia del cliente del país**



PXI

¿Cuál es la experiencia que viven los clientes en cada sector?

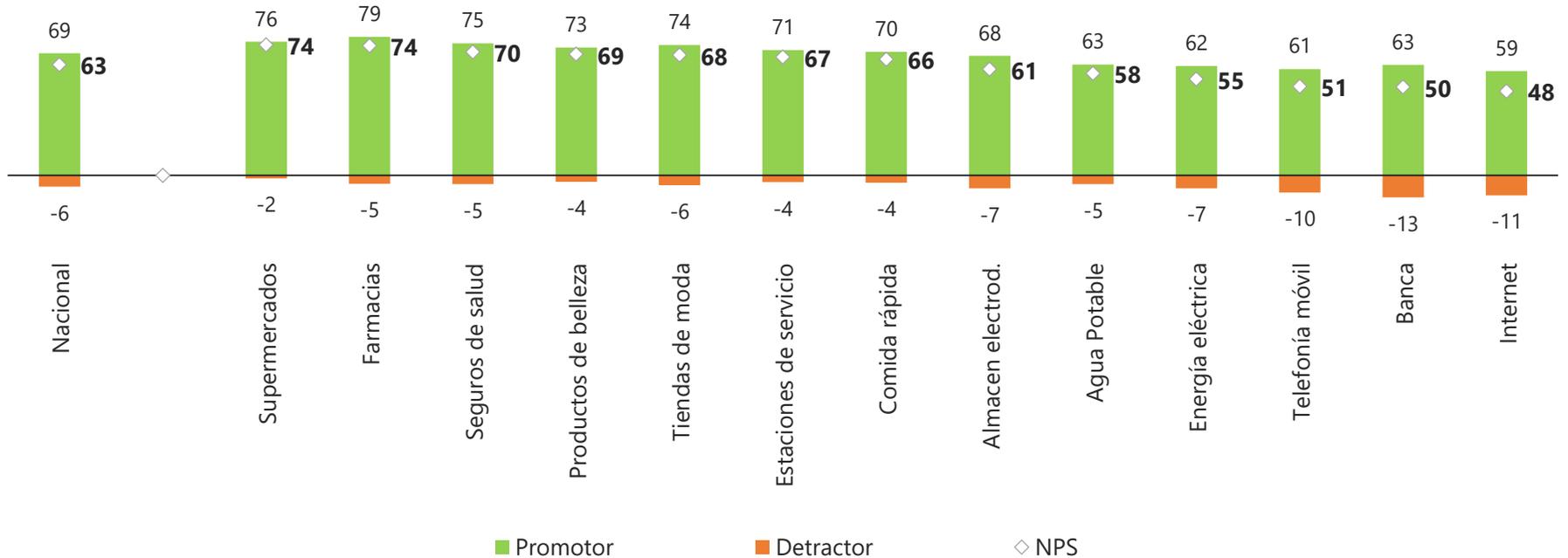
- Niveles competitivos en la mayoría de los sectores y con altos valores de PXI. Podemos ver a Farmacias y Productos de belleza como los sectores donde la experiencia resulta cercana a los 80 puntos. Los servicios domiciliarios de energía eléctrica, internet y agua potable muestran los niveles más bajos.





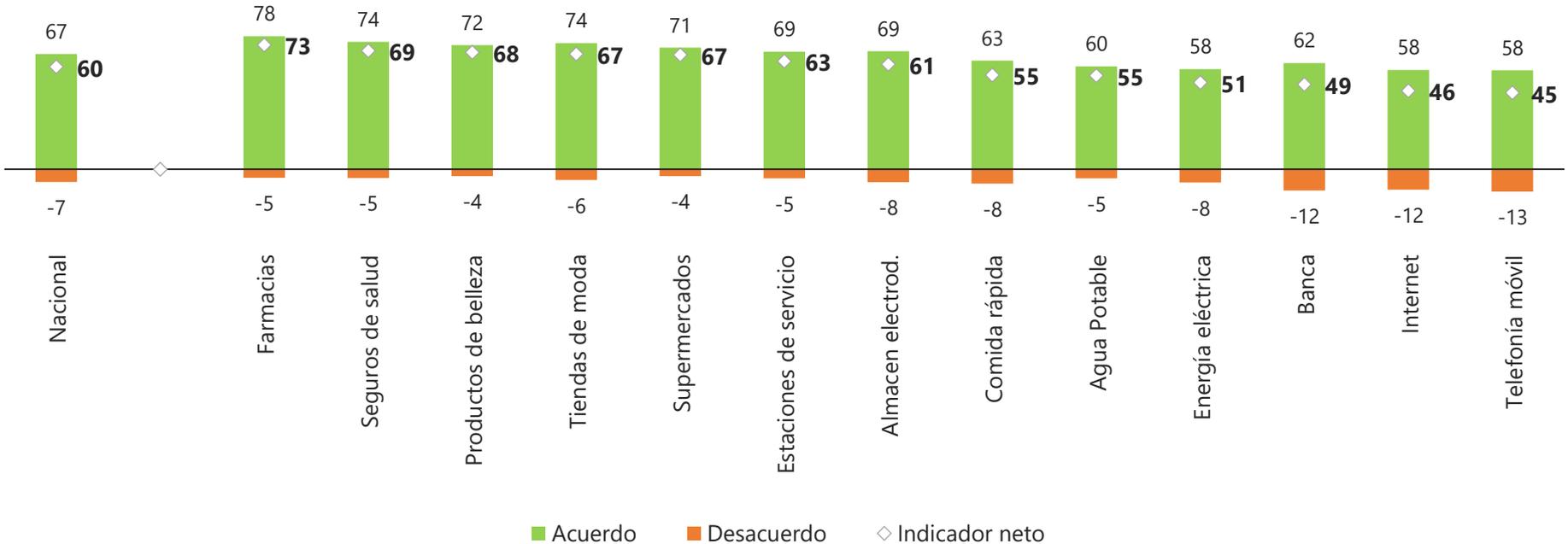
Nivel de recomendación (NPS)

- El resultado del NPS sectorial muestra a supermercados y farmacias como los sectores con más altos resultados. En términos generales, el nivel de detractores se encuentra acotado transversalmente.



Es una marca en la que siempre se puede confiar

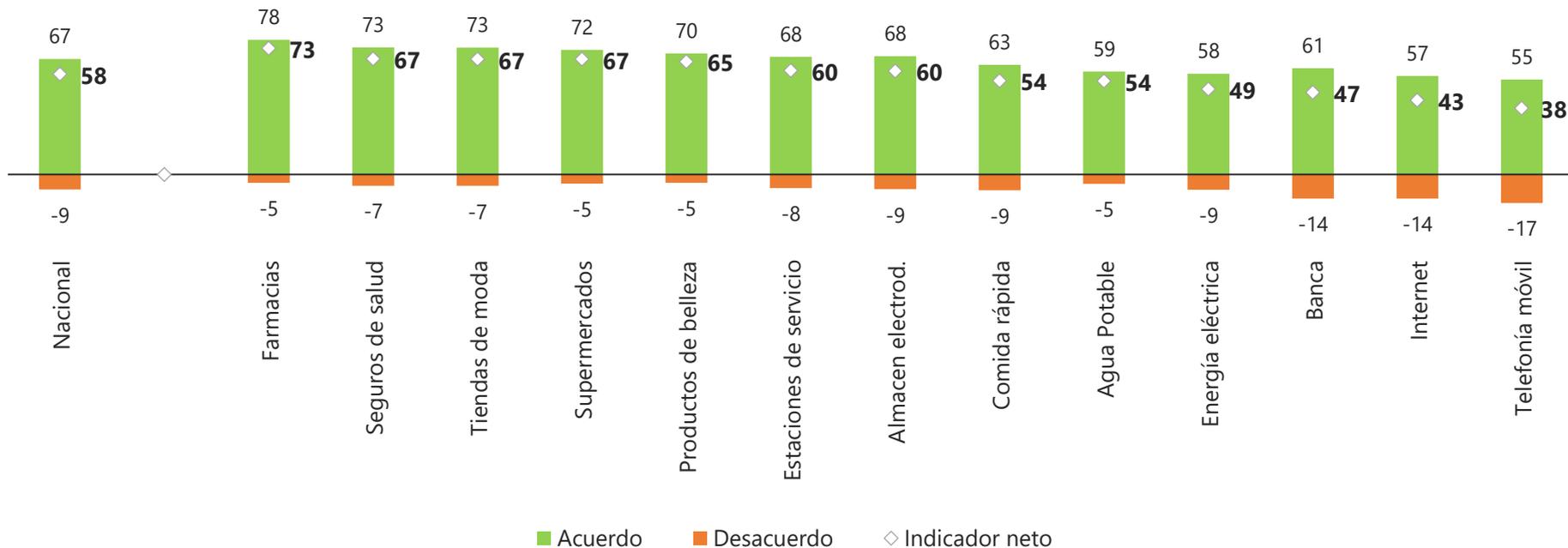
- En el indicador de confianza es posible apreciar niveles más descendidos. Es posible apreciar varios sectores con niveles bajo los 60 puntos.





Mi empresa cumple lo que promete

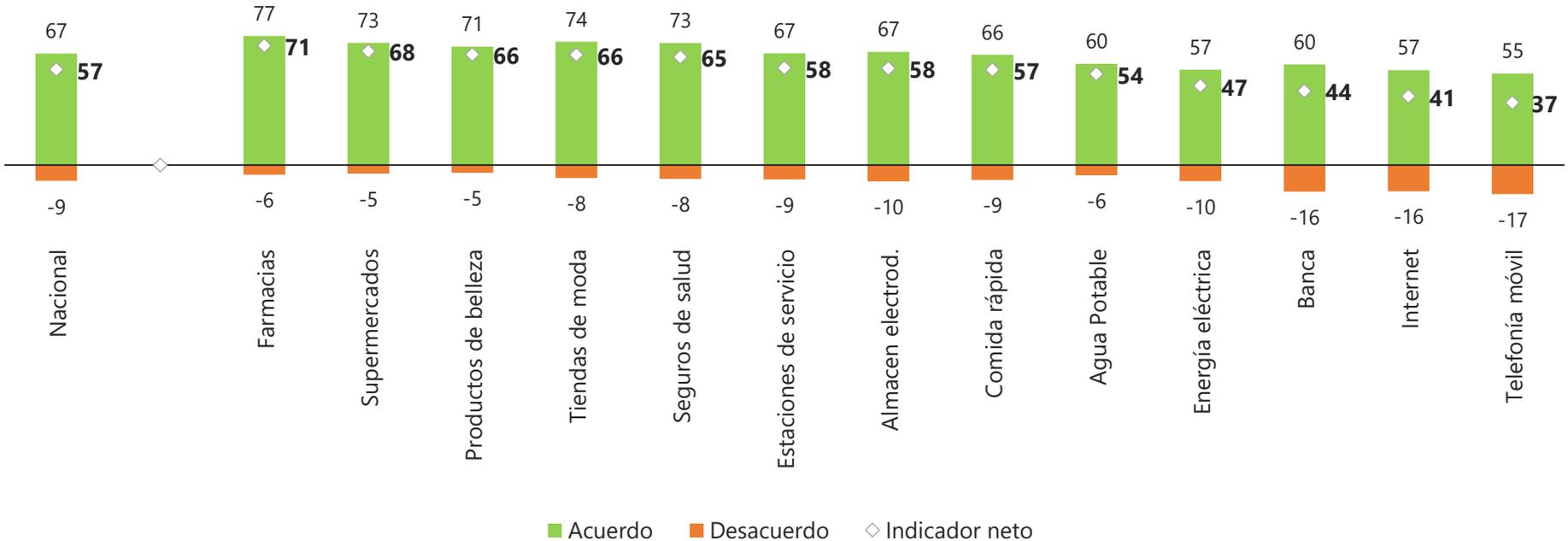
- El cumplimiento de la promesa es un indicador con bastante variabilidad. La brecha entre el sector más alto y el más bajo, es de 35 puntos.





Frente a un problema, confío en que me dará una solución justa y satisfactoria

- Destacan positivamente los resultados obtenidos por los sectores de Farmacias y Supermercados. Por el contrario, los resultados más bajos se observan en sectores de telecomunicaciones.

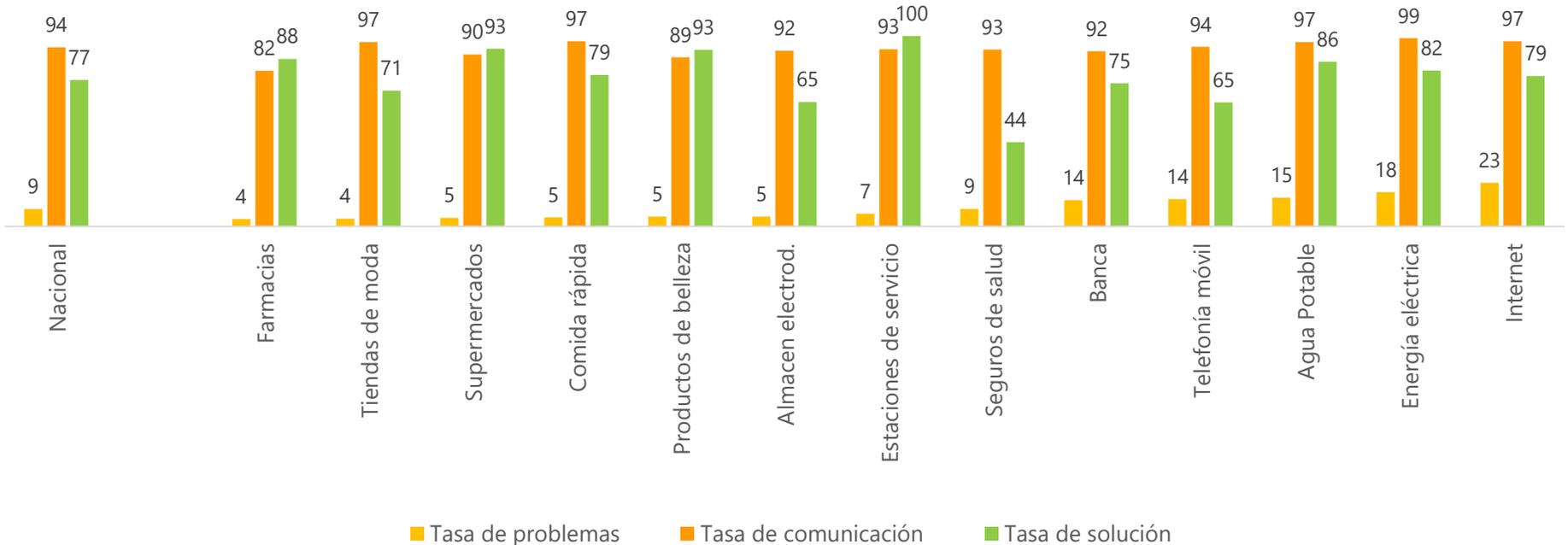




Experiencia con problemas

- La mayoría de los sectores muestran altos niveles de comunicación, es decir, las empresas tienen visibilidad de ellos. Al mismo tiempo, quienes los presentan, muestran altos niveles de solución.

Tasa de problemas, comunicación y solución (% Si)





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 Human Xperience, ranking PXI”.
- 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 Human Xperience.
- Sólo podrán publicar y hacer uso del ranking aquellas marcas que han obtenido un PXI® igual o superior a 70%.
- Las marcas, al momento de publicar su ranking y/o posición en él, deberán indicar si es a nivel nacional o de su respectivo sector.
- Las marcas que publiquen o empleen los logos, nombres o marcas de PXI®, deberán indicar el periodo del ranking al cual hacen referencia: “Ranking PXI 2023”.
- 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 para su correcta revisión.



