





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 habitantes de Chile con los principales servicios del país.





Sobre PXI

Praxis Xperience Index



Primer y único

Ranking de experiencia a nivel nacional en Chile



9 años de evolución de indicadores de experiencia según sectores, marcas y canales



Benchmark a **+140** compañías de servicio más importantes de Chile



+ 50.000 personas evalúan su experiencia anualmente, logrando un error muestral del 0,46%



Reconocemos a las mejores compañías de cada sector con PXI igual o superior a 70 pts.



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

1

Metodología del Ranking

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

3

Resultados por Canales

Canales de contacto, su uso y desempeño.
Principales requerimientos en cada canal, EFA y PXI.

2

Hallazgos y Tendencias

Contexto situación Chile 2022.
Hallazgos del ranking a nivel nacional y sectorial.
Impacto del PXI en el NPS.

4

Ranking 2023

Grupos de experiencia y posición en el ranking de cada marca.



1

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

> ¿Cuáles son los componentes de una experiencia?

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:





¿Cómo medimos la experiencia en las interacciones?

Metodología EFA

Se evalúan las 3 dimensiones en una escala de notas que va del 1 al 7. Esta se obtiene mediante las siguientes 3 preguntas a los clientes:

¿Cuál es su nivel de acuerdo con las siguientes frases?



- Se calculan los resultados netos de cada dimensión.

$$\left(\begin{array}{l} \% \text{ Buenas} \\ \text{experiencias} \end{array} - \begin{array}{l} \% \text{ Malas} \\ \text{experiencias} \end{array} \right)$$

- Al promediar los resultados netos de cada dimensión (EFA) se obtiene el indicador PXI.

$$\bar{X} \text{ E F A } = \text{PXI (PRAXIS XPERIENCE INDEX)}$$

> Marco metodológico del estudio

Ranking PXI

- ▶ El estudio considera la evaluación de **144 marcas** correspondientes a un total de **33 sectores**.
- ▶ Vela por cumplir con una **muestra de 360 casos por marca**, lo que asegura un **error muestral de un 5,2%**.
- ▶ Se realiza a través de un **cuestionario estructurado**.
- ▶ Encuesta a **toda persona mayor de 18 años** de **Arica a Punta Arenas**.
- ▶ Considera todas las comunas con más de 130.000 habitantes o capitales regionales.
- ▶ La **toma de muestra es diaria** de Enero a Diciembre.



Marcas medidas

<p>AFP</p>	<p>Buses interurbanos</p>	<p>Cajas de Compensación</p>	<p>Centros de salud</p>	<p>Clínicas</p>	<p>Courier</p>	<p>Delivery</p>
<p>E-commerce</p>	<p>Energía eléctrica</p>	<p>Estaciones de servicio</p>	<p>Farmacias</p>	<p>Gas cilindro</p>	<p>Gas medidor</p>	<p>Inst. Financieras Grandes</p>
<p>Inst. Financieras Medianas</p>	<p>Internet</p>	<p>Isapre / Fonasa</p>	<p>Líneas aéreas</p>	<p>Mejoramiento para el hogar</p>	<p>Minimarket</p>	
<p>Mutuales</p>	<p>Pago de cuentas</p>	<p>Prestadores de salud</p>	<p>Sanitarias</p>	<p>Seguridad para el hogar</p>	<p>Servicios públicos</p>	
<p>Supermercados</p>	<p>Tarjetas comerciales</p>	<p>Telefonía fija</p>	<p>Telefonía móvil</p>	<p>Televisión pagada</p>	<p>Tiendas por departamento</p>	<p>Transporte público</p>



2

Hallazgos y Tendencias





El Ranking PXI 2023 trae buenas noticias para la experiencia de clientes, el indicador a nivel nacional alcanza su mejor desempeño histórico con un PXI de 62%, con mejoras significativas en 12 sectores y 15 marcas reconocidas por entregar las mejores experiencias en su sector.



¿Qué pasó en Chile durante el 2022?

Contexto País

CESE DE LA PANDEMIA

Uno de los hitos que materializa el cese de la pandemia es la finalización del uso obligatorio de la mascarilla, solamente se mantiene la obligatoriedad de su uso en los centros de salud.

Se reabren las fronteras del país y hay una baja importante en el nivel de contagios y muertes hacia el último trimestre del año.

VUELTA A LO PRESENCIAL

Tras dos años de suspensión, se retomaron las clases presenciales en todo Chile. Vuelven a la presencialidad tanto universidades, colegios y jardines como el resto de los servicios del país.



> ¿Qué pasó en Chile durante el 2022?

Contexto País

INFLACIÓN

Una de las grandes consecuencias que deja la pandemia es la inflación tanto a nivel mundial como nacional.

El IPC llega a los niveles más altos desde 1991 con una inflación que alcanza un 12,8%. Los alimentos y las bebidas no alcohólicas es lo que más subió con un aumento de un 24,7%

VOLATILIDAD DEL DÓLAR

Alcanza el peak históricos el 2022. El dólar entre junio y julio supera la barrera de los \$1.000 pesos, el Banco Central tuvo que intervenir haciendo una inyección de capital.



¿Qué pasó en Chile durante el 2022?

Contexto País

PROCESO CONSTITUYENTE

Se realiza el plebiscito con un resultado favorable para la opción “Rechazo” con un 61,87% de los votos. Marca el hito de ser el proceso electoral con mayor participación en la historia de Chile. Se logra un acuerdo para continuar con el proceso, donde se propone la creación de un órgano mixto, 50 miembros electos por votación popular y 24 expertos.

CAMBIO DE GOBIERNO

Asume la presidencia Gabriel Boric, el gobernante más joven en ejercicio y en la historia de Chile. Su mandato marca el término de 16 años ininterrumpidos en los que gobernaron alternadamente los presidentes Sebastián Piñera y Michelle Bachelet.



¿Qué pasó en Chile durante el 2022?

Contexto País

AUMENTO DELICUENCIA

Existe una sensación de mayor inseguridad, dado que se disparan las tasas de casos policiales. Aumentan en un 44,6% las denuncias y detenciones respecto al 2021. Los delitos que más aumentan son robos con violencia, por sorpresa y en lugar no habitado. Las regiones que presentan el mayor crecimiento son Atacama, Arica, Parinacota y Valparaíso.

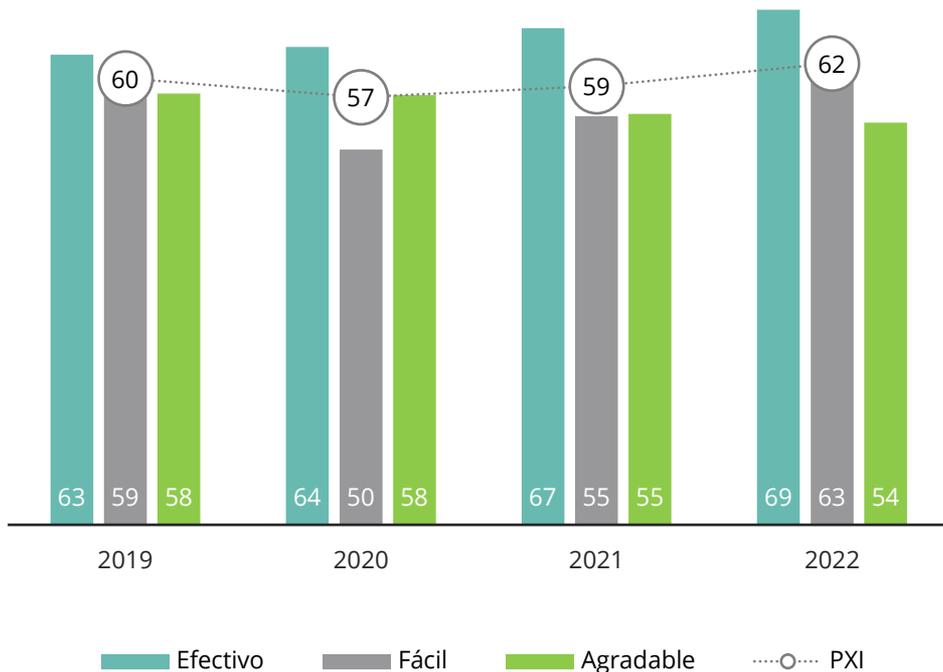
AUMENTO DE LA INMIGRACIÓN

Nos encontramos en un momento complejo, los ingresos a Chile por pasos no habilitados han aumentado progresivamente los últimos 4 años, alcanzando máximos históricos. La composición de las nacionalidades son 75% Venezuela, 12% Bolivia, 5% Colombia y 3% Haití, agrupando un 98% de esos registros.



¿Cuál fue el resultado de la experiencia el 2022?

PXI a Nivel Nacional



62%

El **PXI 2022** alcanza su indicador máximo histórico. La **EFFECTIVIDAD** de las interacciones destaca con **69 puntos**, 6 puntos más que la facilidad y 15 puntos sobre la dimensión emocional.

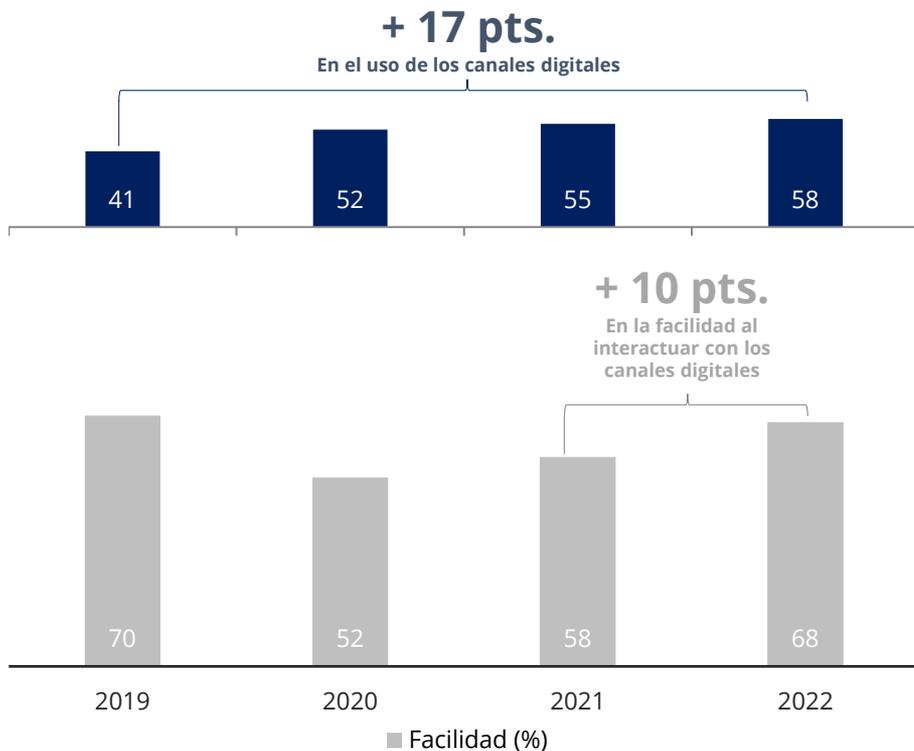
+8 Pts.

La **FACILIDAD** de las interacciones presenta un alza importante, con el inicio de la pandemia esta sufrió una caída de 9 puntos, hoy se recupera e incluso supera por 4 puntos el resultado previo a la crisis del covid-19.

> Canales Digitales > Experiencias Más Fáciles

Transformación digital

■ Tasa de uso (%)



La mejora en la dimensión de **facilidad** es apalancada en gran medida por los canales digitales.

Con la **pandemia del Covid-19** comienza una **migración forzada a estos canales**.

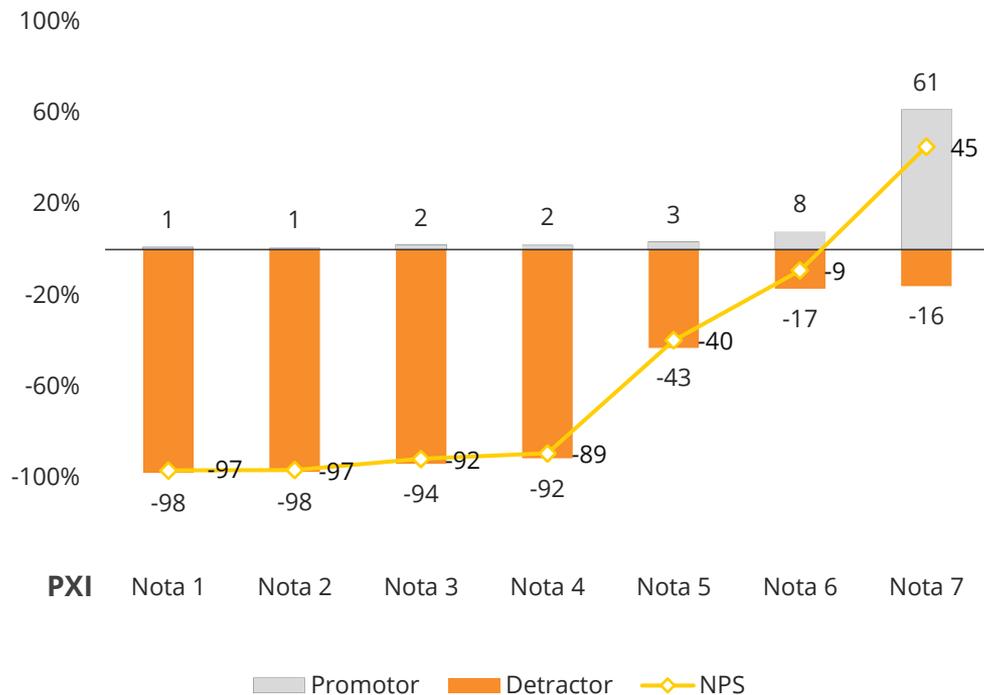
Al comienzo (2020 y 2021) se observa una **caída importante en el desempeño de esta dimensión**, lo que refleja el proceso de adaptación que viven tanto las personas como las marcas.

2 años después, el uso de estos canales sigue en aumento y **se posiciona como el canal de contacto de mayor facilidad (68%)**.



Impacto del PXI

¿Cuál es el impacto de la experiencia en la recomendación?



49pts.

Recién a partir de la nota 5 en el PXI, se produce una importante disminución de los detractores de -92% a -43%.

NPS 45%

Sólo cuando se logra la excelencia (nota 7) en el PXI aumenta la recomendación de los clientes.

Obteniendo un indicador NPS positivo de 45%.

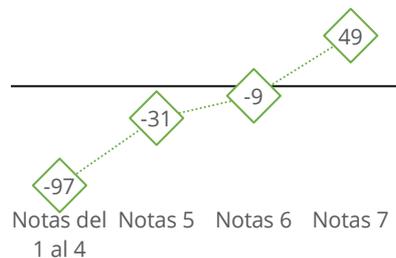




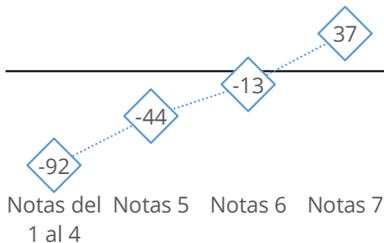
Impacto del PXI

¿Cuál es el impacto del PXI en el NPS según Industria?

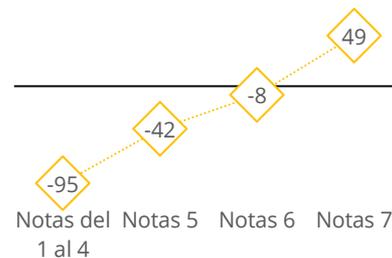
Envíos



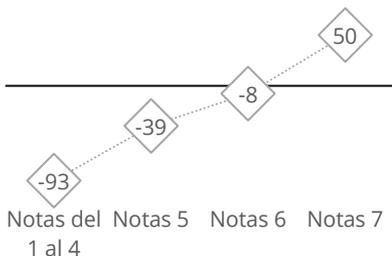
Financiera



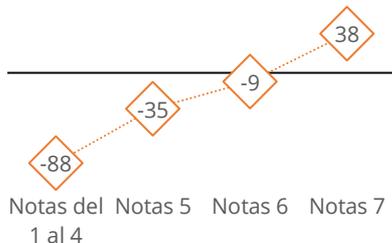
Retail



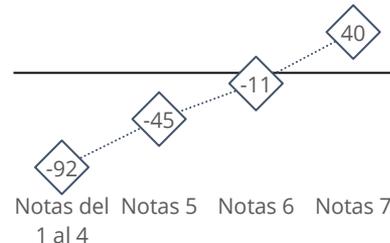
Salud



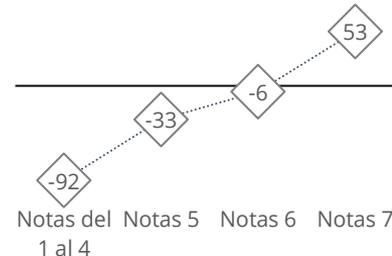
Servicios Domiciliarios Básicos



Telco



Transporte



◇ NPS

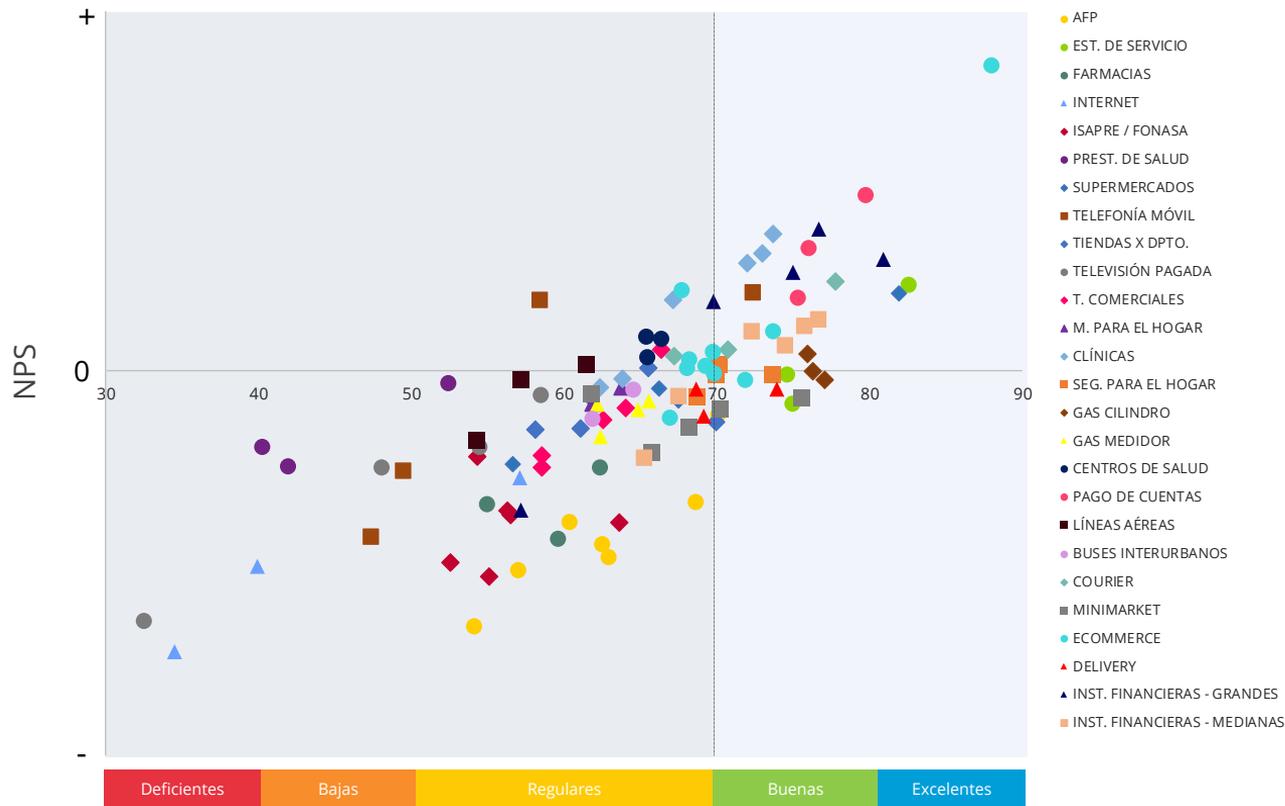
*No se muestra PXI con muestras menores a 70 casos.
 * Industria de servicios domiciliarios solo considera a gas medidor y gas cilindro





Relación entre PXI y NPS

Cómo varía el NPS de las marcas de cada sector según su PXI



- Con **PXI sobre 70%**, se comienzan a ver recomendaciones positivas.
- Existe una **alta correlación entre PXI y NPS ($R^2=0,76$)**, lo cual se refleja en que **las diferentes marcas conforman prácticamente una línea recta dentro del gráfico.**





Sectores Destacados

Movimientos Sectoriales Relevantes

Se destacan los sectores TOP 3 referentes del Ranking que se han mantenido entregando las mejores experiencias:

#	TOP 3 SECTORIAL	PXI
1°	ESTACIONES DE SERVICIO	77%
2°	PAGO DE CUENTAS	77%
3°	GAS CILINDRO	76%

Se destacan los sectores que sostienen una mejora significativa por segundo año consecutivo:

#	SECTOR	↑ EN LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS
6	COURIER	+16
30	TRANSPORTE PÚBLICO	+14
23	TELEFONÍA FIJA	+10
8	SEGURIDAD PARA EL HOGAR	+9
29	SANITARIAS	+7





Sectores Destacados

Movimientos Sectoriales Relevantes

Este año **12** sectores presentan un alza significativa y solo **1** sector cae respecto al año anterior

#	SECTORES QUE MEJORAN	↑ 2021 vs 2022
4	INST. FINANCIERAS GRANDES	+4
5	INST. FINANCIERAS MEDIANAS	+4
6	COURIER	+11
8	SEGURIDAD PARA EL HOGAR	+5
17	TIENDAS POR DEPARTAMENTO	+8
19	MEJORAMIENTO PARA EL HOGAR	+6
20	CAJAS DE COMPENSACIÓN	+8
22	TARJETAS COMERCIALES	+6
23	TELEFONÍA FIJA	+6
29	SANITARIAS	+4
30	TRANSPORTE PÚBLICO	+5
33	ENERGÍA ELÉCTRICA	+5

#	SECTORES QUE CAEN	↓ 2021 vs 2022
25	LÍNEAS AÉREAS	-6

- En los sectores, Instituciones Financieras Medianas, Courier, Seguridad para el Hogar, Tiendas por Departamento, Mejoramiento para el Hogar, Cajas de compensación, Telefonía Fija y Energía Eléctrica, **todas sus marcas mejoran** respecto al 2021
- En el sector Líneas Aéreas, **todas las marcas disminuyen** sus indicadores.





Sectores Destacados

¿Qué sectores son referentes en cada una de las dimensiones de la experiencia?

#	REFERENTES EN EFECTIVIDAD	% EFECTIVO	PXI
8	SEGURIDAD PARA EL HOGAR	91	71
4	INST. FINANCIERAS MEDIANAS	83	72
2	PAGO DE CUENTAS	83	77
7	ECOMMERCE	82	71
23	TELEFONÍA FIJA	81	71
#	REFERENTES EN FACILIDAD	% FÁCIL	PXI
2	PAGO DE CUENTAS	78	77
3	GAS CILINDRO	77	76
8	SEGURIDAD PARA EL HOGAR	76	71
1	ESTACIONES DE SERVICIO	76	77
4	INST. FINANCIERAS MEDIANAS	75	72
#	REFERENTES EN AGRADABILIDAD	% AGRADABLE	PXI
1	ESTACIONES DE SERVICIO	76	77
3	GAS CILINDRO	74	76
2	PAGO DE CUENTAS	71	77
5	INST. FINANCIERAS GRANDES	71	72
6	COURIER	71	72



El grado en que el cliente puede cumplir su propósito



El nivel de esfuerzo que el cliente debe ejercer para cumplir su propósito



Las emociones vividas por el cliente durante la experiencia



Sectores Desiertos

¿Cuáles son los sectores desiertos del ranking PXI 2023?

Los sectores desiertos corresponden a aquellos que no logran tener ninguna marca por sobre los 70 puntos en el PXI, y por lo tanto, más allá de contar con marcas que lideren el sector, no cumplen el requisito mínimo para el que Praxis considere su reconocimiento.

- Este 2023, en 15 sectores hay marcas que son reconocidas y al mismo tiempo se tienen **18 sectores desiertos**.
- Se destaca el sector de Tiendas por departamento que luego de 8 años desierta este año una de sus marcas logra el umbral de los 70 puntos en el PXI.
- Por otro lado, hay oportunidades en 8 sectores que se han mantenido desiertos por más de 6 años consecutivos:



BUSES
INTERURBANOS



TELEVISIÓN
PAGADA



ENERGÍA
ELÉCTRICA



INTERNET



FARMACIA



TRANSPORTE
PÚBLICO



PRESTADORES
DE SALUD



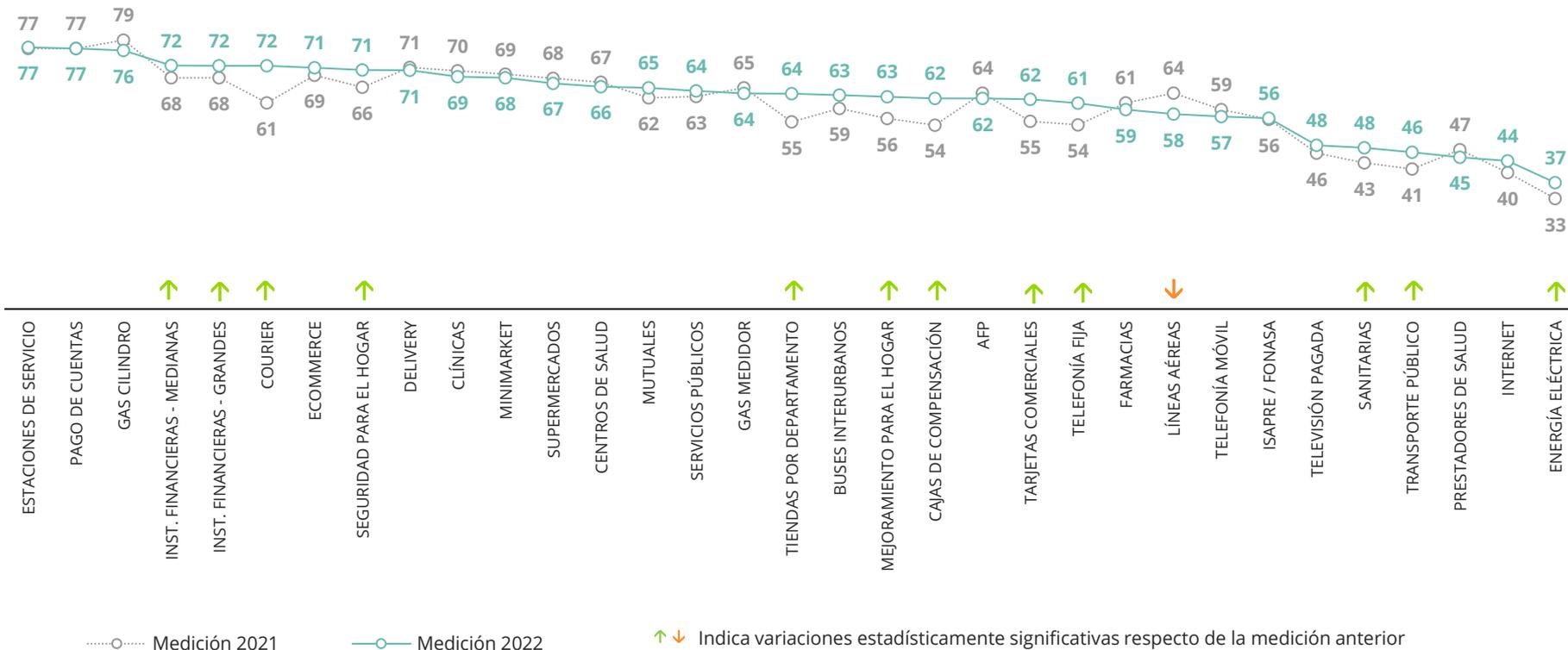
SANITARIAS





PXI Sectorial

Descubre la posición relativa de tu sector respecto del mercado chileno

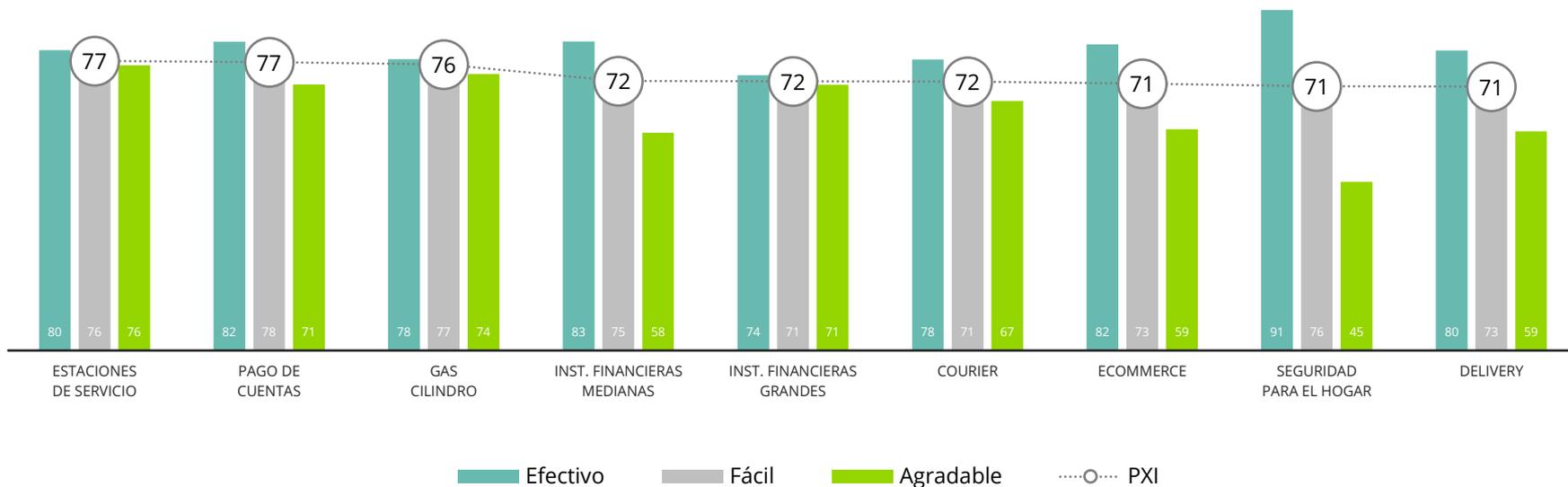




PXI y EFA Sectorial

Resultados efectivo, fácil y agradable (1 de 3)

- Se destacan los sectores de **Estaciones de servicio, Pago de cuentas, Gas cilindro e Instituciones financieras grandes, que superan los 70 pp. en todas las dimensiones de la experiencia.**
- Por otro lado, es interesante **destacar la efectividad del sector seguridad para el hogar que alcanza 91%**. La facilidad del sector pago de cuentas 78% y la agradabilidad del sector estaciones de servicio 76%.

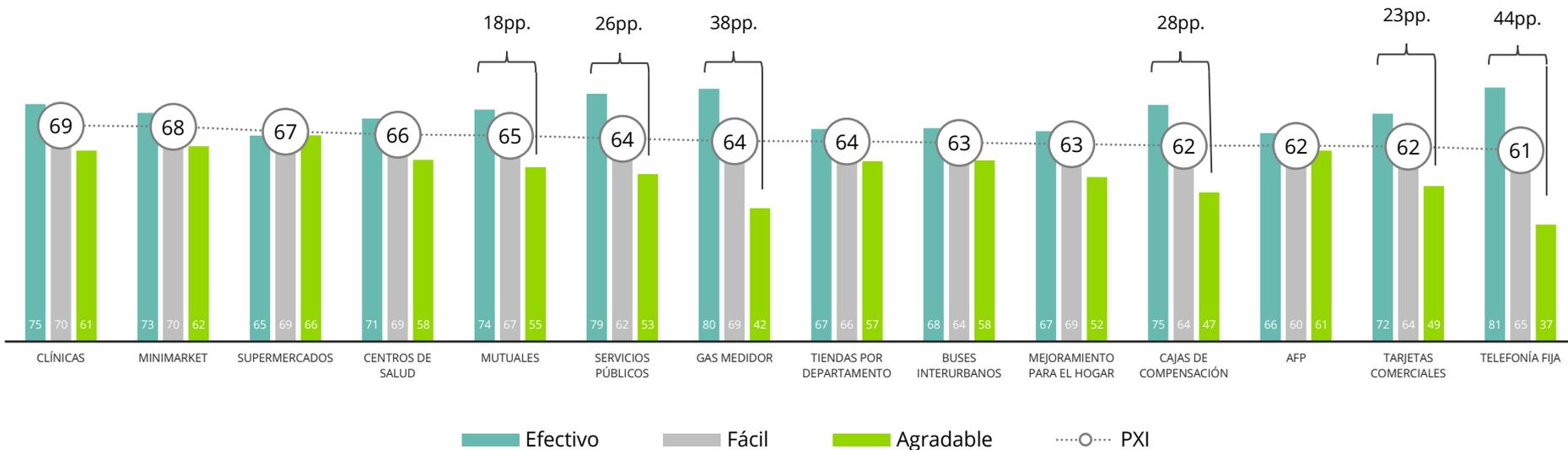




PXI y EFA Sectorial

Resultados efectivo, fácil y agradable (2 de 3)

- En los sectores Mutuales, Servicios Públicos, Gas Medidor, Cajas de Compensación, Tarjetas Comerciales y Telefonía Fija **hay una gran oportunidad de mejora en la dimensión emocional, la brecha con la dimensión de efectividad** es de más de 15 pp. Llegando a superar los 40pp. En el caso de Telefonía Fija.
- En estos sectores la gente logra cumplir el propósito por el cual se contacta con las marcas, pero **la evaluación de las emociones vividas durante la experiencia no supera un 55%** de acuerdo neto.

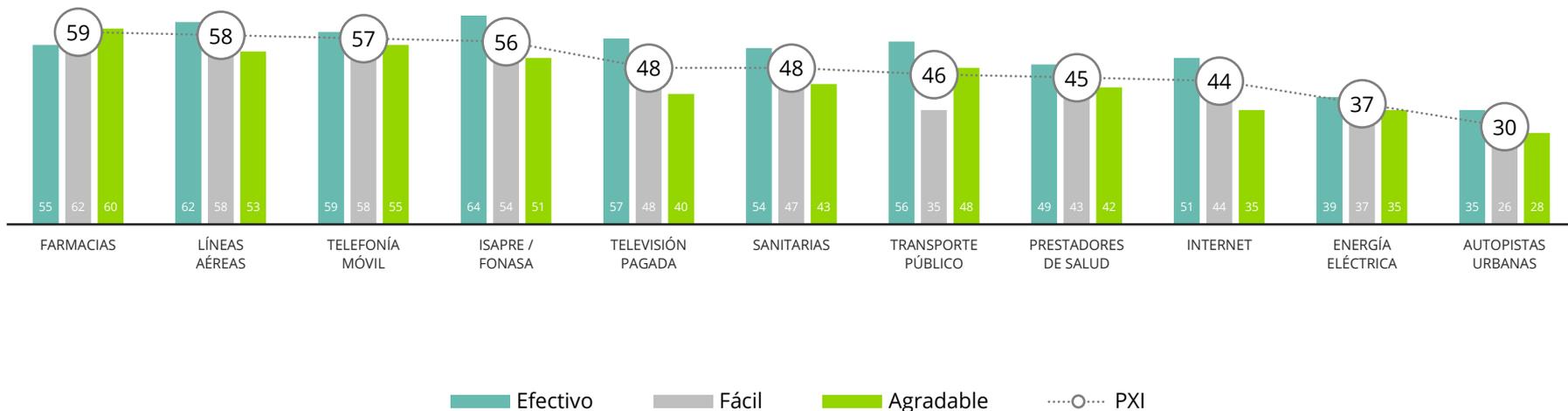




PXI y EFA Sectorial

Resultados efectivo, fácil y agradable (3 de 3)

- Es interesante el comportamiento de las dimensiones de la experiencia en el sector **Farmacias y Transporte Público**.
- Son los **únicos sectores donde la variable emocional presenta un indicador más alto que otras dimensiones**, en el caso de las Farmacias un mejor desempeño que la efectividad y en Transporte Público que la facilidad.





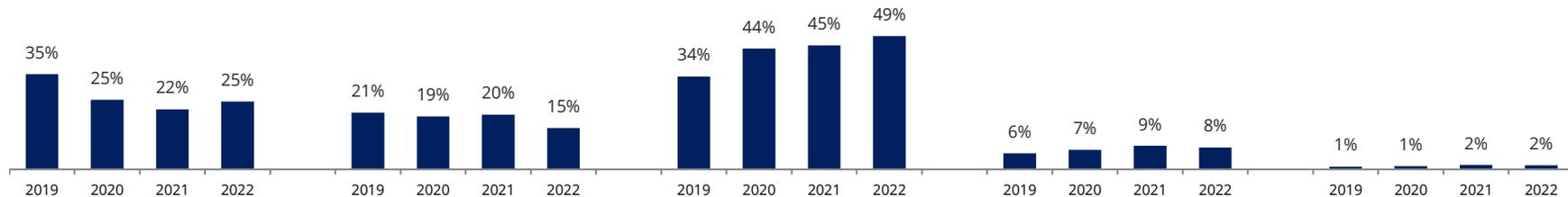
3

Resultados por Canales



Canales de atención

Uso y Desempeño evolutivo



■ Frecuencia uso de canales



■ Efectivo

■ Fácil

■ Agradable

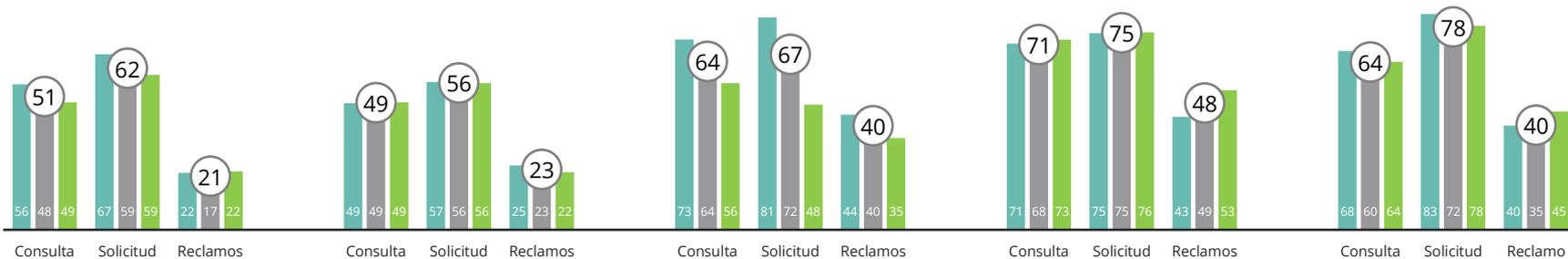
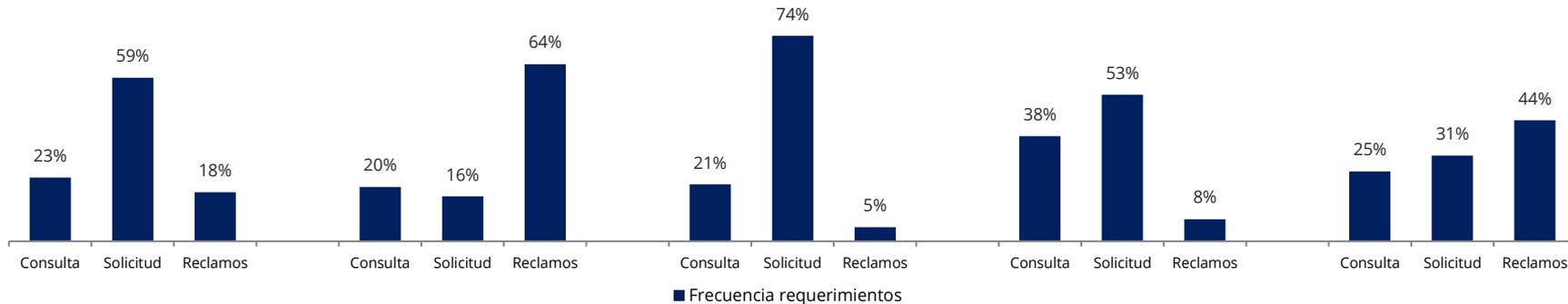
.....○..... PXI





Canales y requerimientos

¿Cuál es el mix de requerimientos en cada canal?



■ Efectivo ■ Fácil ■ Agradable ○ PXI

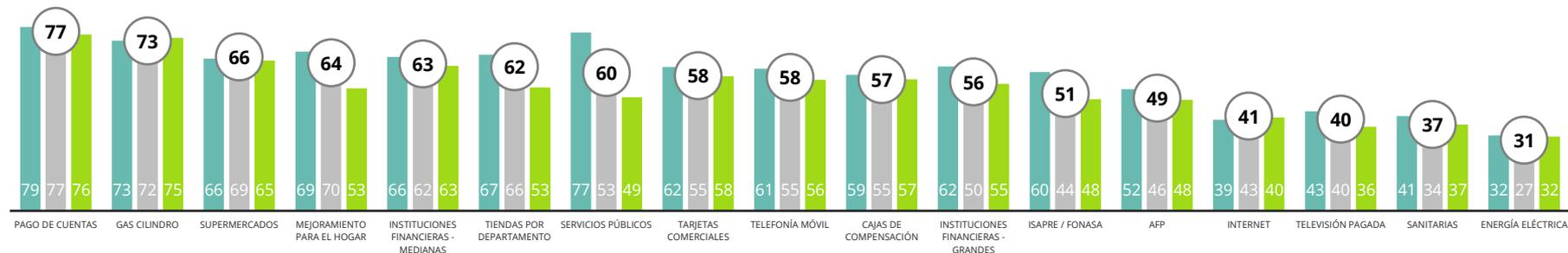
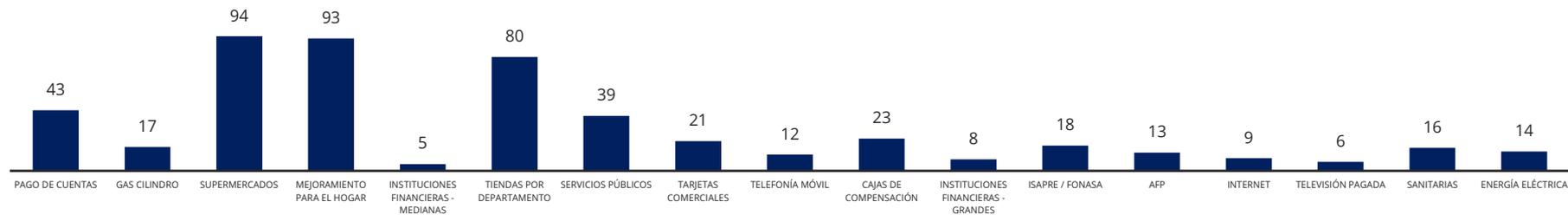


Canal Sucursal

¿Cuánto se usa y qué PXI presenta el canal sucursal según sector?

- Existen 3 sectores que mantienen un alto uso de sus sucursales, **supermercados 94%**, **mejoramiento para el hogar 93%** y **tiendas por departamento 80%**.
- Por otro lado, se destaca al sector **Pago de Cuentas** el que obtiene **el mejor indicador de experiencia en sucursales**.

Tasa de uso del canal (%)



Efectivo

Fácil

Agradable

PXI

* No se informan indicadores con muestras > 70 casos.



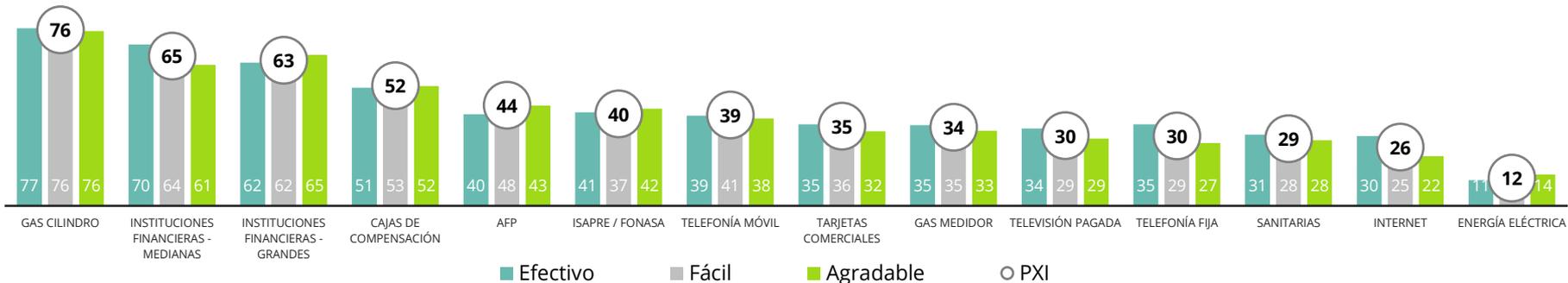
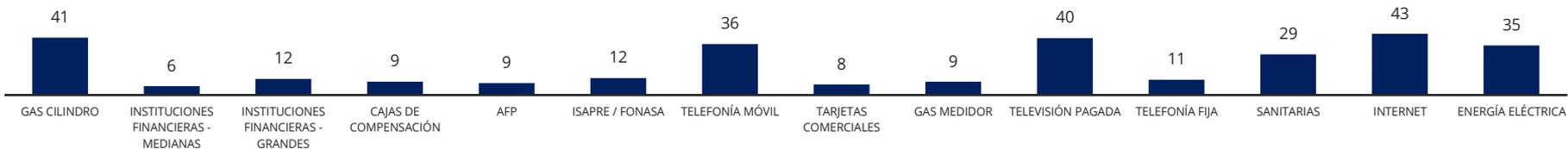


Canal Call Center

¿Cuánto se usa y qué PXI presenta el canal call center según sector?

- El canal **Call Center** presenta un **mayor uso en las industrias de telecomunicaciones y servicios básicos para el hogar**, existen grandes oportunidades de mejora, dado que **sólo Gas Cilindro presenta una evaluación de la experiencia mayor a 70%.**

Tasa de uso del canal (%)



* No se informan indicadores con muestras > 70 casos.



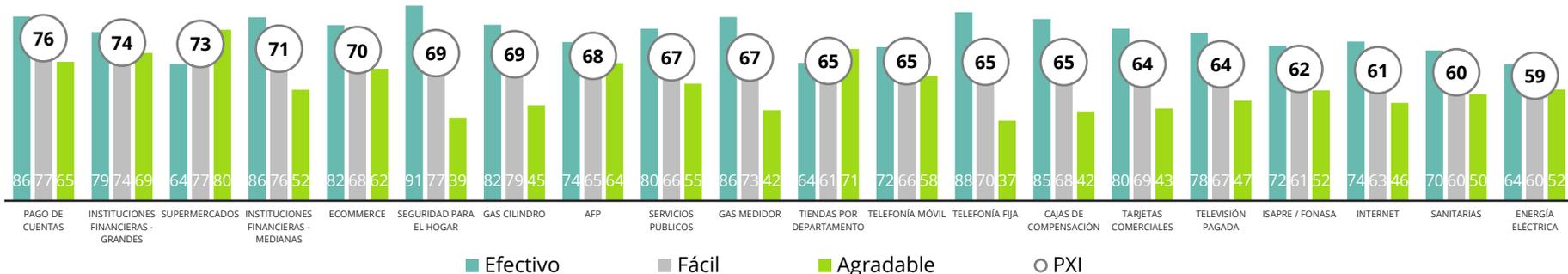
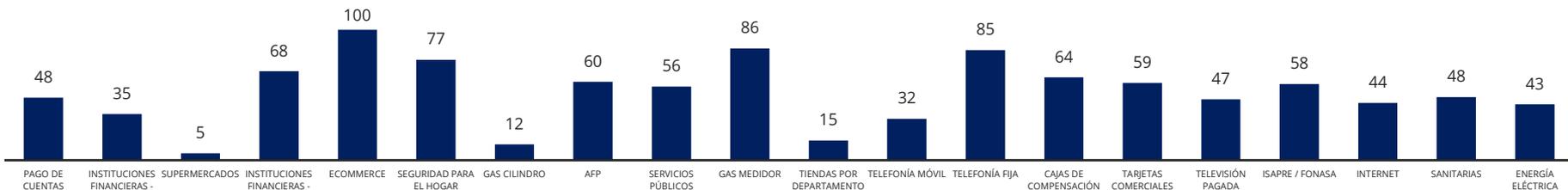


Canal Página Web

¿Cuánto se usa y qué PXI presenta el canal página web según sector?

- La **página web** es el canal que presenta el **mayor uso y al mismo tiempo los mejores indicadores** de experiencia. Entre ellos, **5 sectores entregan experiencias sobre 70% y sólo 1 sector bajo 60%.**

Tasa de uso del canal (%)



Efectivo

Fácil

Agradable

PXI

* No se informan indicadores con muestras > 70 casos.

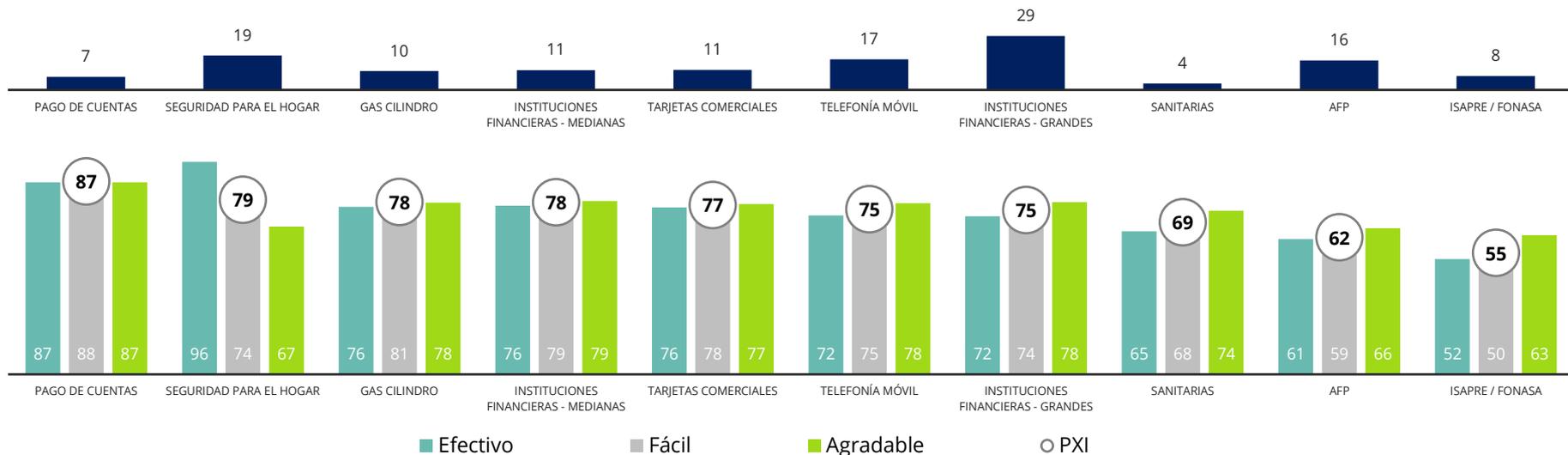


Canal App

¿Cuánto se usa y qué PXI presenta el canal App según sector?

- Para el **canal APP** es interesante destacar su **buen desempeño en la dimensión emocional** de la experiencia, a excepción del sector Seguridad para el Hogar donde la efectividad de la app es lo mejor evaluado, se ve una **alta evaluación de una experiencia agradable en comparación con las otras dimensiones de la experiencia.**

Tasa de uso del canal (%)



* No se informan indicadores con muestras > 70 casos.



4

Ranking PXI 2023

*Medición realizada de enero a diciembre de 2022.



Grupos de experiencia

Ranking PXI

- 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, siendo las primeras en su sector, presentan un puntaje igual o superior a 70.





Grupo A

Experiencias excelentes

PXI de 100 – 80 puntos

El Grupo A de experiencias excelentes está compuesto por cinco marcas, lo cual representa un aumento respecto a las 3 marcas que componían este grupo el año anterior. Es interesante destacar que las 5 marcas corresponden a diferentes sectores.

En esta medición, el primer lugar lo alcanza Mercado Libre, desplazando a Abastible a un séptimo lugar. Notar que de las 3 marcas que se encontraban en este grupo el año anterior (Abastible, Copec y Lipigas) solo Copec se mantiene.

Posición en el ranking del 1° al 5°

1°



2°



3°



4°



5°





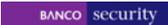
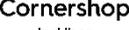
Grupo B

Experiencias muy buenas

PXI de 79 - 70 puntos

El Grupo B de experiencias muy buenas está compuesto por 32 marcas, cifra que aumenta en 10 marcas respecto al año anterior. Las marcas son de variados sectores entre ellos encontramos al sector Courier, Gas medidor, Instituciones financieras grandes y medianas, Estaciones de servicio, Clínicas, Ecommerce, AFP, Telefonía móvil, Seguridad para el hogar, Tiendas por departamento, Mejoramiento para el hogar y Pago de cuentas.

Posición en el ranking del 6° al 30°

6° 	7° 	7° 	7° 
10° 	10° 	10° 	10° 
10° 	15° 	15° 	15° 
15° 	15° 	20° 	20° 
20° 	20° 	24° 	25° 
25° 	25° 	25° 	29° 



Grupo B

Experiencias muy buenas

PXI de 79 - 70 puntos

El Grupo B de experiencias muy buenas está compuesto por 32 marcas, cifra que aumenta en 10 marcas respecto al año anterior. Las marcas son de variados sectores entre ellos encontramos al sector Courier, Gas medidor, Instituciones financieras grandes y medianas, Estaciones de servicio, Clínicas, Ecommerce, AFP, Telefonía móvil, Seguridad para el hogar, Tiendas por departamento, Mejoramiento para el hogar y Pago de cuentas.

Posición en el ranking del 6° al 30°





Grupo C

Experiencias regulares

PXI de 69 - 50 puntos

El Grupo C de experiencias regulares es el más masivo de los cinco con 84 marcas, eso representa el 58% de las marcas medidas.

Presenta marcas de prácticamente todos los sectores, a excepción de estaciones de servicio, gas cilindro y pago de cuentas que están en grupos A y B, y energía eléctrica que está en D y E.

Posición en el ranking del 38° al 120°

38° Cuprum ^{lafp} Una compañía Principal	38° PedidosYa	38° Uber Eats	38° ADT
38° a	43° upa!	43° e)	43° *
43° p	43° f	48° INDISA CLINICA DE FAMILIA	48° CORREOS CHILE
48° ACHS	48° lider	48° MINIO	48° Scotiabank
54° Caja 1	54° gasco	54° OK MARKET	54° RED SALUD
54° TOTTUS	54° CMR Falabella	54° gtd	54° CENTRO MÉDICO Y DENTAL REDSALUD



Grupo C

Experiencias regulares

PXI de 69 - 50 puntos

El Grupo C de experiencias regulares es el más masivo de los cinco con 84 marcas, eso representa el 58% de las marcas medidas.

Presenta marcas de prácticamente todos los sectores, a excepción de estaciones de servicio, gas cilindro y pago de cuentas que están en grupos A y B, y energía eléctrica que está en D y E.

Posición en el ranking del 38° al 120°

62° 	62° 	62° 	62° 
62° 	62° 	62° 	69° 
69° 	69° 	69° 	69°  <i>La naturalidad!</i>
69° 	69° 	76° 	76° 
76° 	76° 	76° 	81° 
81° 	81° 	81° 	81° 



Grupo C

Experiencias regulares

PXI de 69 – 50 puntos

El Grupo C de experiencias regulares es el más masivo de los cinco con 84 marcas, eso representa el 58% de las marcas medidas.

Presenta marcas de prácticamente todos los sectores, a excepción de estaciones de servicio, gas cilindro y pago de cuentas que están en grupos A y B, y energía eléctrica que está en D y E.

Posición en el ranking del 38° al 120°

81° 	81° 	81° 	81° 
81° 	91° 	91° R I P L E Y	93° 
93° 	93° 	96° 	96° 
98° 	98° 	98° 	98° 
98° 	103° 	103° 	103° 
103° 	103° 	108° 	108° 



Grupo C

Experiencias regulares

PXI de 69 – 50 puntos

El Grupo C de experiencias regulares es el más masivo de los cinco con 84 marcas, eso representa el 58% de las marcas medidas.

Presenta marcas de prácticamente todos los sectores, a excepción de estaciones de servicio, gas cilindro y pago de cuentas que están en grupos A y B, y energía eléctrica que está en D y E.

Posición en el ranking del 38° al 120°

108°



111°



111°



113°



113°



113°



113°



117°



117°



119°



Consultorio municipal

120°



120°





Grupo D

Experiencias bajas

PXI de 49 – 40 puntos

El Grupo D de experiencias bajas está compuesto por 17 marcas, representando un 12% de total de marcas medidas.

Destaca la fuerte presencia de marcas de sectores de servicios domiciliarios (sanitarias y eléctricas) y telecomunicaciones.

Posición en el ranking del 122° al 136°

122° 	122° 	124° 	124° 
126° 	126° 	128° 	129° 
130° 	131°  Micros regionales	132°  Hospitales públicos	132° 
132° 	132° 	136° 	136° 
136° 			



Grupo E

Experiencias deficientes

PXI de 39 puntos o menos

El Grupo E de experiencias deficientes está compuesto por 6 marcas, 3 menos que el año anterior, las cuales pertenecen a los sectores sanitarias, telecomunicaciones, eléctricas y transporte público.

Posición en el ranking del 139° al 144°

139°



140°



141



142°



143°



144°



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

+56 22 3714656





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 2023”.
- 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 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 para su correcta revisión.



