

Diagnóstico de Satisfacción del Cliente:

SAN VICENTE DEL RASPEIG

Informe de Resultados 2025



Objetivos - Ficha Técnica

Resultados del estudio

- Visión Global (Satisfacción, Fidelidad, Expectativas, NPS)
- Notoriedad de la empresa suministradora de agua
- Valoración del Producto/Servicio
- Facturación
- Benchmark de suministros y servicios municipales
- Imagen de la empresa suministradora de agua
- Hábitos de consumo
- Atención al Cliente

Objetivos - Ficha Técnica

Determinar el nivel de satisfacción de los clientes domésticos con el servicio ofrecido por su compañía distribuidora del agua.

Conocer el nivel de satisfacción con los **atributos definidos**.

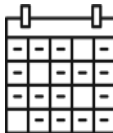
Difundir los resultados de las mediciones para que se conviertan en herramientas de trabajo eficaces para sus destinatarios.

Proporcionar información fiable y accionable sobre los **puntos fuertes y áreas de mejora** del servicio.

Identificar las **mejores prácticas** dentro de la Organización.



Encuesta telefónica (CATI)
Escala de valoración numérica larga (de 0 a 10)



Encuestas realizadas durante los meses de Septiembre a Diciembre de 2025
Entrega de resultados: Febrero de 2026



Encuesta de 8 minutos



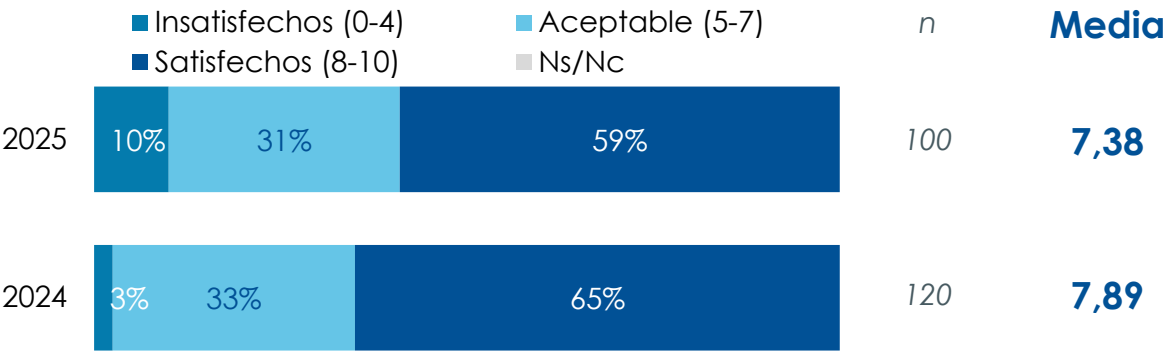
Universo: Mayores de edad de viviendas particulares y decisores en la contratación de suministros.

Muestra	Nivel de error
100	± 10%

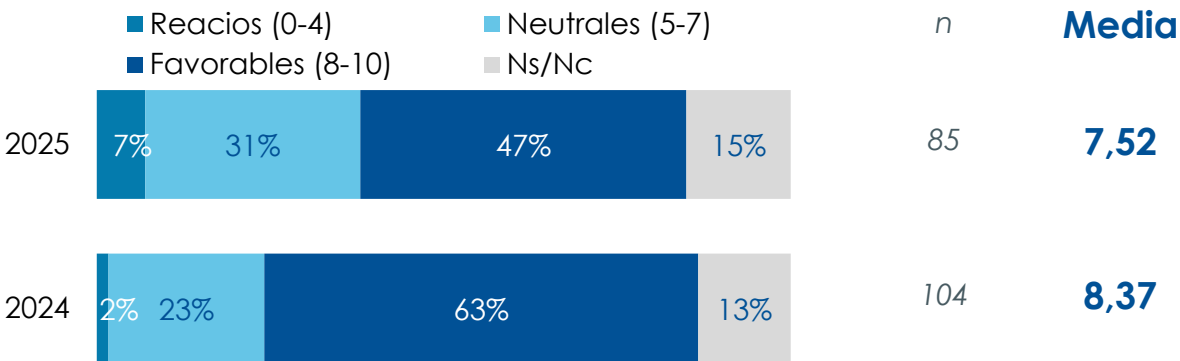
El informe ha sido elaborado de acuerdo con lo previsto en la norma ISO: 20252: 2019 "Investigación de Mercados, Social y Opinión", norma bajo la cual STIGA - Barcelona tiene certificado su sistema de gestión.

Visión Global

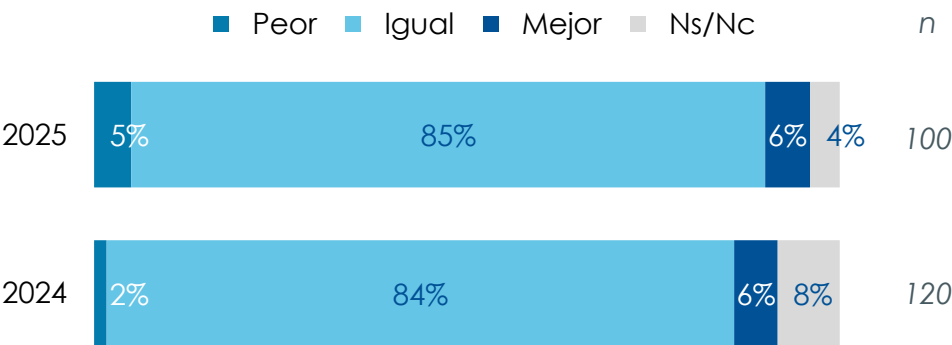
Satisfacción Global: Valore su satisfacción global con su compañía de aguas en una escala de 0 (muy insatisfecho) a 10 (muy satisfecho).



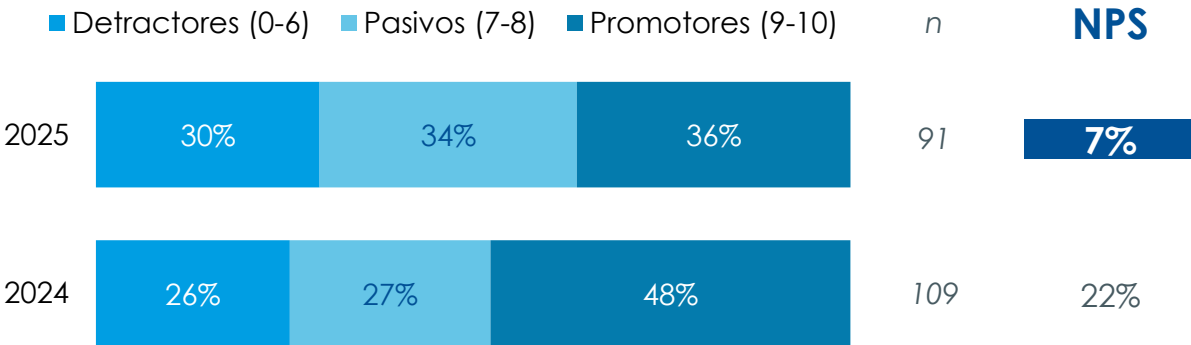
Fidelidad: Si existiera la posibilidad de elección de compañía de agua, ¿seguiría con su compañía de aguas?



Evolución: Cree que en el último año, el servicio que usted recibe de su compañía de aguas es ...

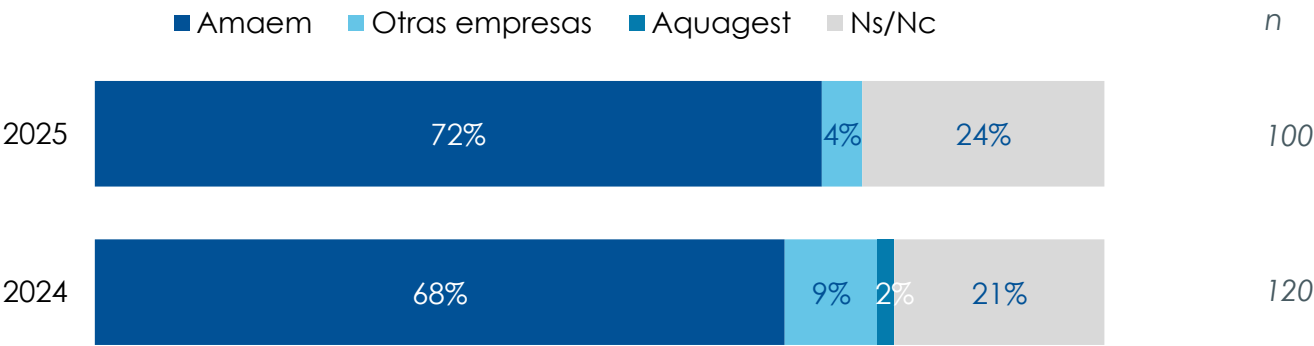


Net Promoter Score (NPS): Este indicador, supone agrupar la predisposición de los clientes a recomendar los servicios de la empresa, en 3 categorías. Se corresponde con la diferencia del porcentaje de Promotores y el de Detractores.



Notoriedad de la empresa suministradora de agua

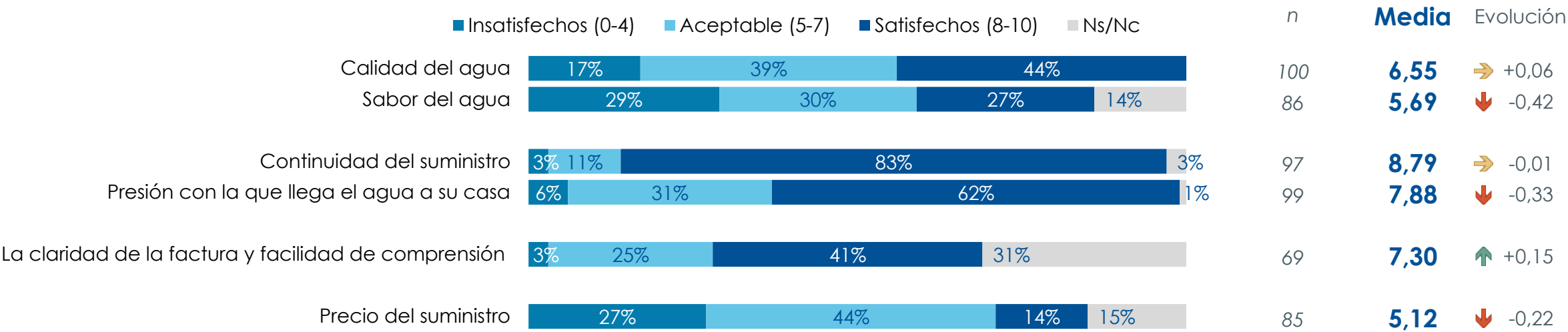
Compañía: ¿Me podría decir, qué compañía le suministra el agua?



Valoración del Producto/Servicio



Indicadores: Valoración de la empresa suministradora de agua

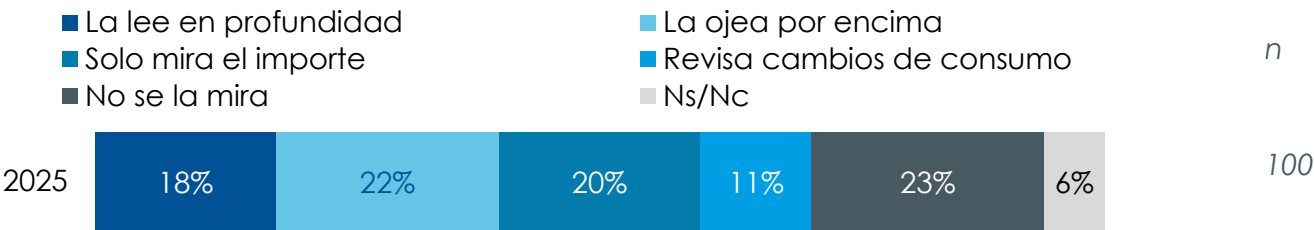


⬆ ➡ ⬇ Evolución con respecto a las valoraciones de 2024

Facturación



Factura: Respecto a la factura que le envía su compañía de aguas, cuando la recibe:

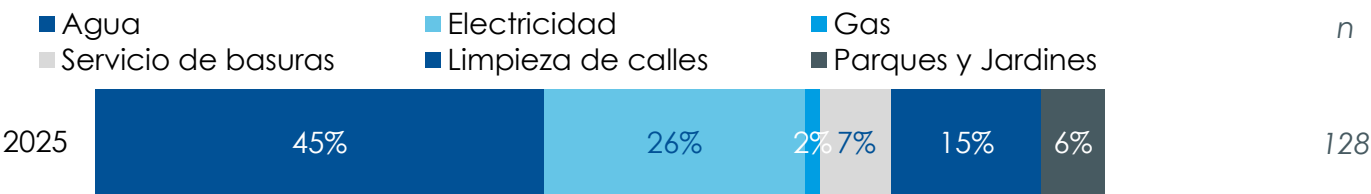


Conceptos de la factura: Y respecto a los conceptos e importes de la factura:



Benchmark de suministros y servicios municipales

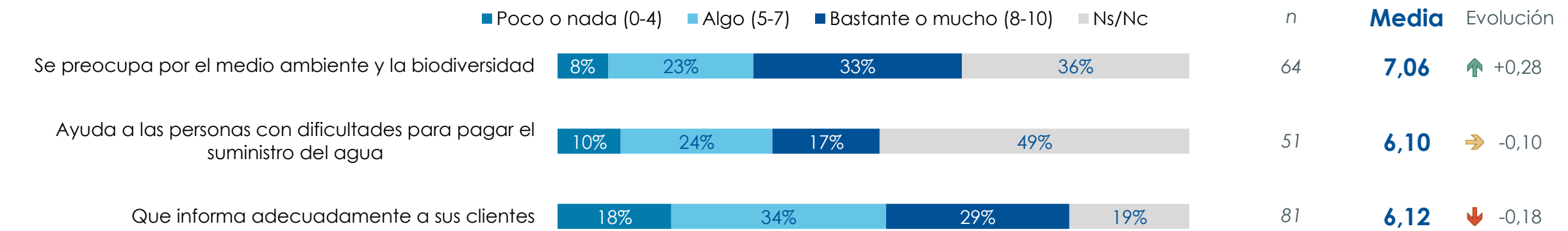
Benchmark: De las siguientes compañías, ¿cuáles son las dos con las que está más satisfecho?



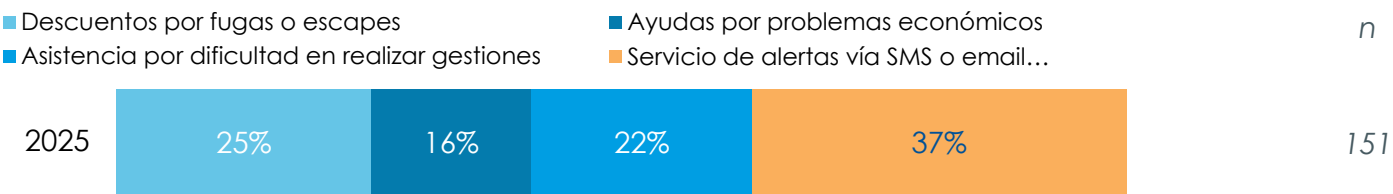
Imagen



Valoración: En qué medida diría que su compañía de aguas es una entidad...



Importancia: De los siguientes aspectos, ¿cuales son los dos más importantes para usted?

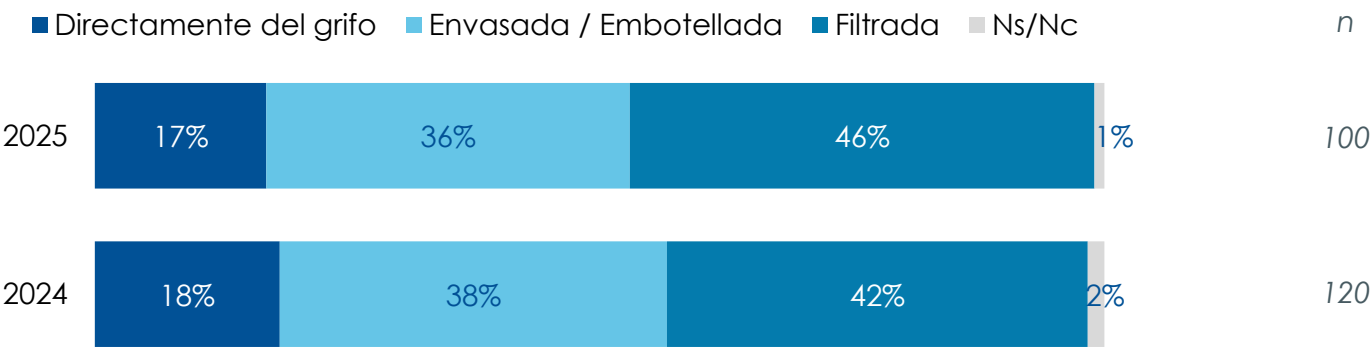


↑ → ↓ Evolución con respecto a las valoraciones de 2024

Hábitos de consumo

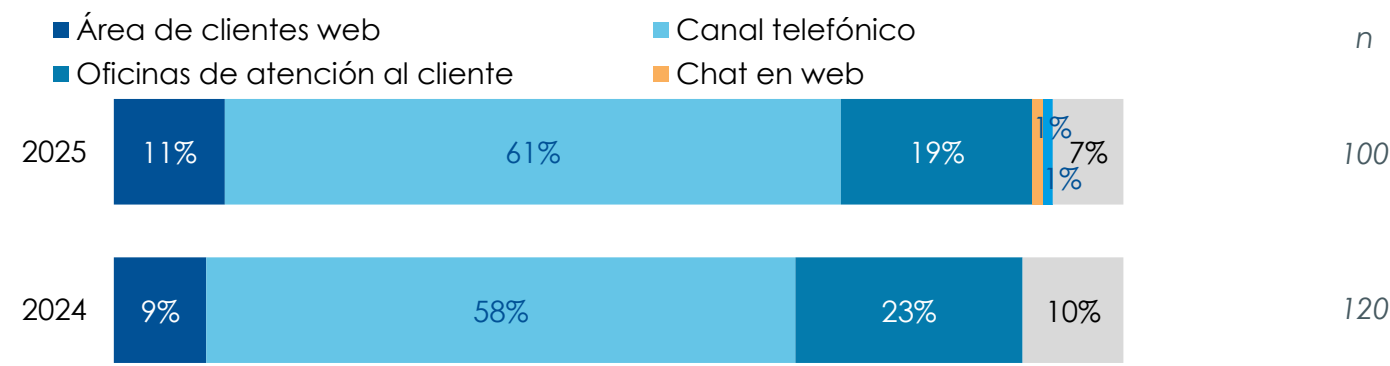


Hábitos: Habitualmente usted bebe el agua...

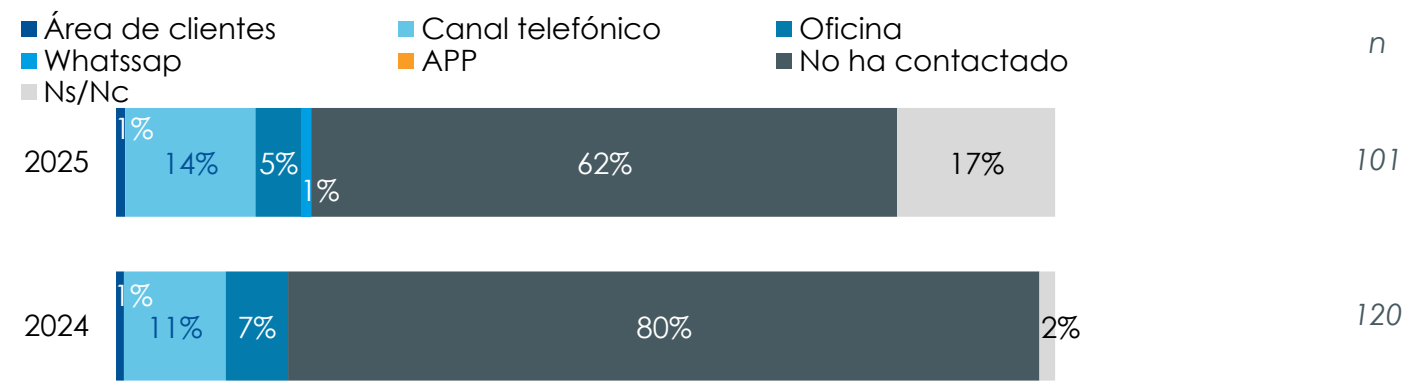


Atención al cliente

Contacto con empresas: Cuando tiene que contactar con cualquier empresa, ¿a través de qué canal prefiere hacerlo?

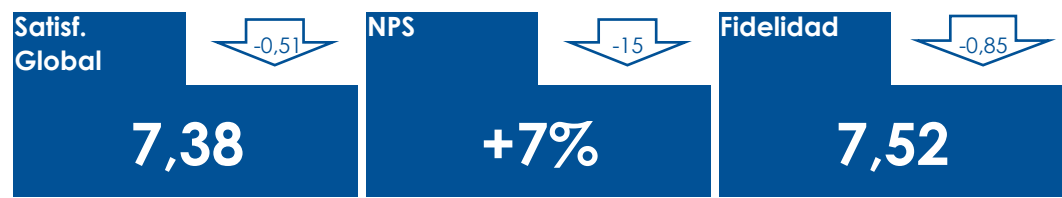


Contacto con cía aguas: ¿Ha contactado con la compañía del agua en los últimos 12 meses, ya sea por vía telefónica, online o presencialmente?



Conclusiones

2025 consolida los resultados en los principales KPI's de Experiencia de Cliente, si bien, con resultados estables respecto a la pasada edición.



Marco Empresas Suministradoras

La compañía de aguas se posiciona como la más satisfactoria entre los diferentes suministros, seguida por la Eléctrica.

Notoriedad e Imagen

La notoriedad se queda en el **72% de los clientes**.

Respecto a la importancia de los atributos de imagen, **el Servicio de alertas vía SMS o email** se posiciona como el más importante para los clientes.

La valoración de los atributos relativos a responsabilidad social, tienden a mejorar sus valoraciones. **La preocupación por el medio ambiente** encabeza la lista con un 7,06.

Producto/Servicio

Los atributos de **servicio** (Continuidad y Presión) son los **mejor valorados** 8.79 y 7.88 respectivamente. **Claridad** de la factura (7.30) es la que **más evolucionan**. La valoración de la Continuidad y la Calidad del agua se consolida. Por último, el Precio es el único aspecto que obtiene un resultado más moderado.

Atención al Cliente

Facturación

Respecto a la factura, un **23% declara que no se la mira**. Entre los que se la miran, hay personas que se la leen en profundidad, que la ojean o que solo miran el importe total.

Por otro lado, la mayoría de los conceptos que aparecen en la factura se entienden.

Canal de contacto

La tasa de clientes que ha contactado en el último año con la compañía del agua es del **21%**. El principal canal de contacto es el **Teléfono** (61%) junto a la **Oficina de atención al cliente** (19%), en detrimento del resto.