

Estudi de Satisfacció

Servei Bàsic

Usuaris Domèstics

Informe de Resultats

Febrer 2022



stiga
Enriching
customer
experience

Introducció



1. Introducció

Fitxa Tècnica



Els principals objectius de l'estudi són:

- **Determinar els hàbits de consum i el nivell de Satisfacció dels Clients domèstics d'Aigües de Barcelona amb el servei que presta la Companyia.**
- Conèixer els hàbits de consum d'aigua i el nivell de satisfacció dels clients amb els atributs definits i la seva evolució en el temps
- Captar els requeriments i expectatives dels clients
- Identificar els punts forts y, sobretot àrees i oportunitats de millora que permetin seguir millorant el servei ofert.



UNIVERS

- Clients domèstics de la Companyia.
- Titulars o persones de l'entorn familiar que s'encarreguin de la factura de l'aigua.
- Filtres de selecció de la mostra:
 - Majors d'edat.
 - Amb telèfon fix o mòbil.
 - Residents a Barcelona i a l'Àrea Metropolitana.

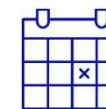


METODOLOGIA

Enquesta telefònica assistida per ordinador (CATI).

1.514 Enquestes vàlides en una distribució mostral Estratificada per Gerència i Àrea d'Abastament.

Error muestral: +/-2.1%



CALENDARI

- Treball de camp: entre novembre i desembre de 2021.
- Presentació de resultats: febrer de 2022.

L'informe ha estat elaborat d'acord amb el previst en la norma ISO: 20252: 2019 "Investigación de Mercados, Social y Opinión", norma sota la qual STIGA - Barcelona té certificat el seu sistema de gestió.

1. Introducció

Aspectes avaluats

En aquesta edició, el **50.1% de la mostra ha realitzat el qüestionari complet** (els que han donat el seu consentiment recentment a la Companyia), mentre que la resta només ha valorat els atributs de servei i els hàbits de consum.

El qüestionari manté la mateixa estructura que les edicions precedents



Durada promig de l'enquesta: 12 minuts.

Hàbits de consum

- Tipus d'aigua que consumeix
- Drivers en l'elecció del consum

Producte

- Satisfacció amb l'aigua (olor, color, sabor, pressió i continuïtat)
- Variació de la qualitat de l'aigua en els últims anys

Facturació

- Satisfacció amb la factura (periodicitat, claredat, precisió)
- Satisfacció amb el preu que es paga en relació al servei

Atenció al client

- Preferència dels canals de gestió
- Experiència del client en l'últim Contacte

Imatge d'Aigües de Barcelona*

- Imatge que transmet Aigües de Barcelona
- Recepció d'informació i el canal per rebre-la

Notorietat de diversos projectes

- Ús i coneixement dels projectes (descompte per família nombrosa, Museu de les Aigües, esdeveniments,...)

Context valoratiu*

Valoracions Globals

- Satisfacció
- Recomanació
- Fidelització
- Expectatives
- Evolució del servei

* Clients que han donat el seu consentiment a la Companyia.

1. Introducció

Distribució de la mostra

Gerència	n	%	Evol.	
Llobregat Sud	273	18.0%	+0.1	
Llobregat Nord	219	14.5%	+0.0	
Barcelona Sud	450	29.7%	-1.1	
Barcelona Nord	429	28.3%	+1.0	
Besòs	143	9.5%	+0.0	

Abastament	n	%	Evol.	
Abrera (Llob)	5	0.3%	-0.1	
Abrera (Llob)/Mina Seix	3	0.2%	+0.0	
Cardedeu (Ter)	270	17.8%	+0.7	
Estrelles (Pous)	20	1.3%	+0.1	
SJD (Llob/Pous)	208	13.7%	-0.8	
SJD (Llob/Pous)/Fontsanta	266	17.6%	+1.6	
SJD(Llob/Pou)/Card./Font.	742	49.0%	-1.5	

Edat	n	%	Evol.	
Entre 18-30 anys	34	2.3%	-4.4	
Entre 31-45 anys	391	25.8%	-4.7	
Entre 46-64 anys	701	46.3%	+2.5	
Majors de 64 anys	376	24.8%	+6.3	
No contesta	12	0.8%	+0.3	

Sexe	n	%	Evol.	
Homes	908	60.0%	-0.3	
Dones	606	40.0%	+0.3	

Persones a la llar	n	%	Evol.	
Una	212	14.0%	+1.4	
Dos	512	33.8%	+1.7	
Tres o quatre	670	44.3%	-0.6	
Cinc o més	112	7.4%	-2.2	
No contesta	8	0.5%	-0.3	

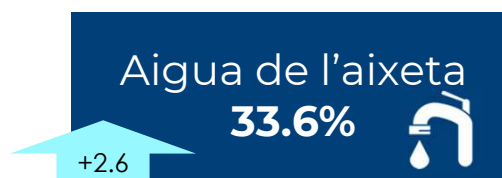
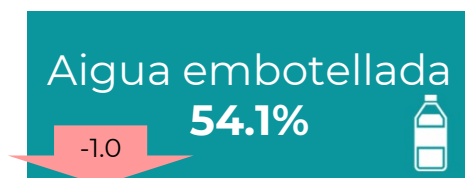
Evol. → Evolució respecte als resultats de 2020.

Hàbits de consum

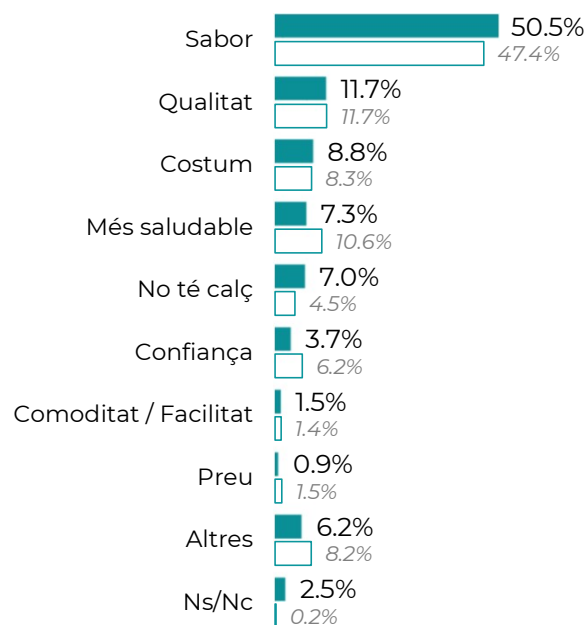


2. Hàbits de consum

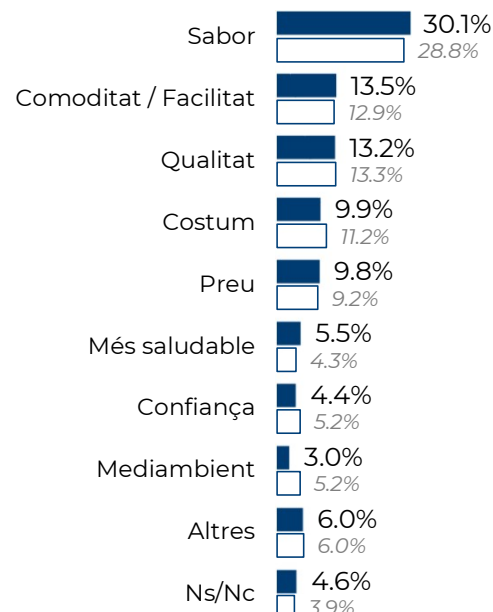
Tipus d'aigua consumida



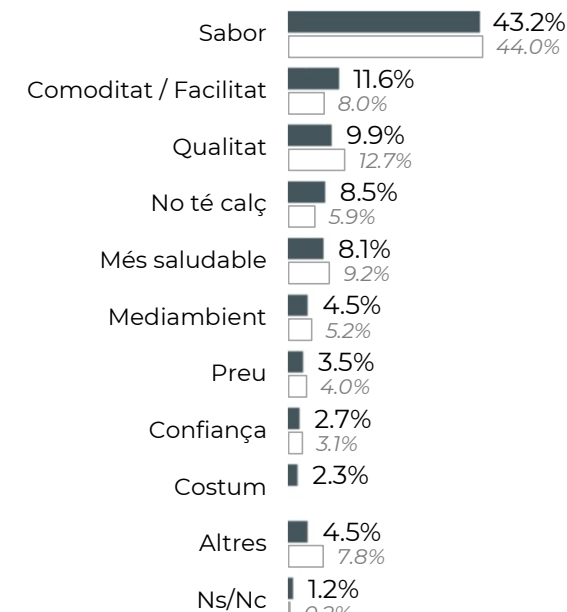
Motius pels que prefereixen consumir aquesta aigua



Base: 991 respostes



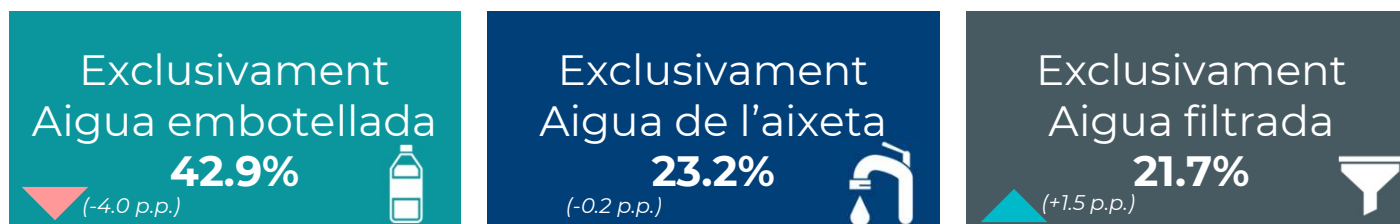
Base: 635 respostes



Base: 484 respostes

2. Hàbits de consum

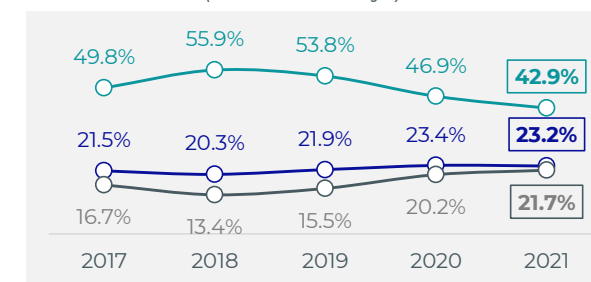
Tipus d'aigua consumida en exclusivitat



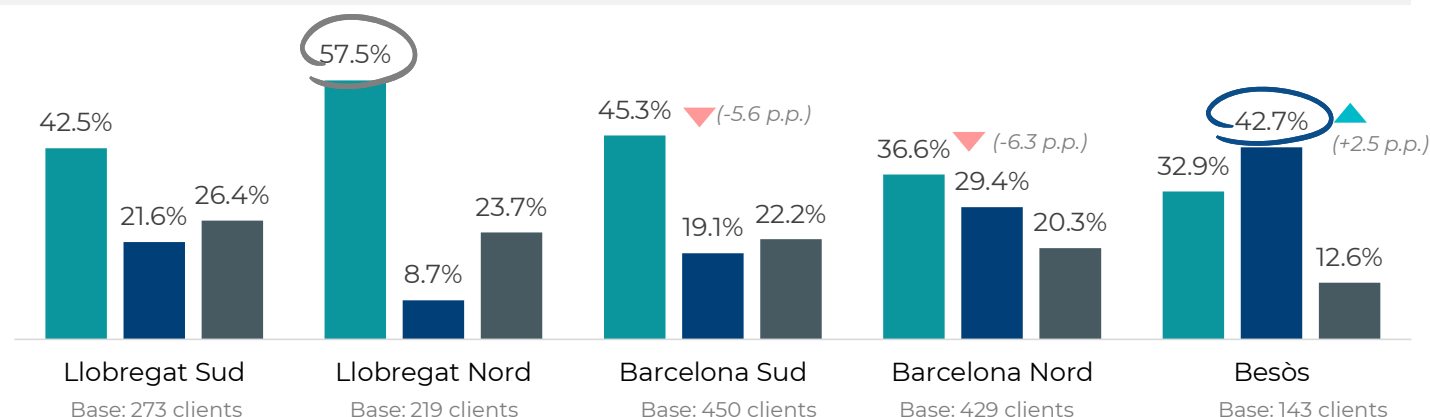
Base: 1514 clients

Creix el consum exclusiu de l'aigua filtrada, en detriment de l'embotellada. Ja són tres edicions consecutives en que cauen els usuaris d'aigua embotellada. Cada cop més, la gent es decanta per filtrar l'aigua de l'aixeta.

Sèrie Històrica (darrers cinc anys)



Hàbits de consum segons Gerència



Per Gerències, en Barcelona (sud i nord) és especialment remarcable la disminució d'usuaris en el consum exclusiu d'aigua embotellada, decantant-se més per un consum filtrat.

Besòs manté el lideratge en consum exclusiu d'aixeta mentre que en Llobregat Nord l'hàbit majoritari es l'aigua embotellada.

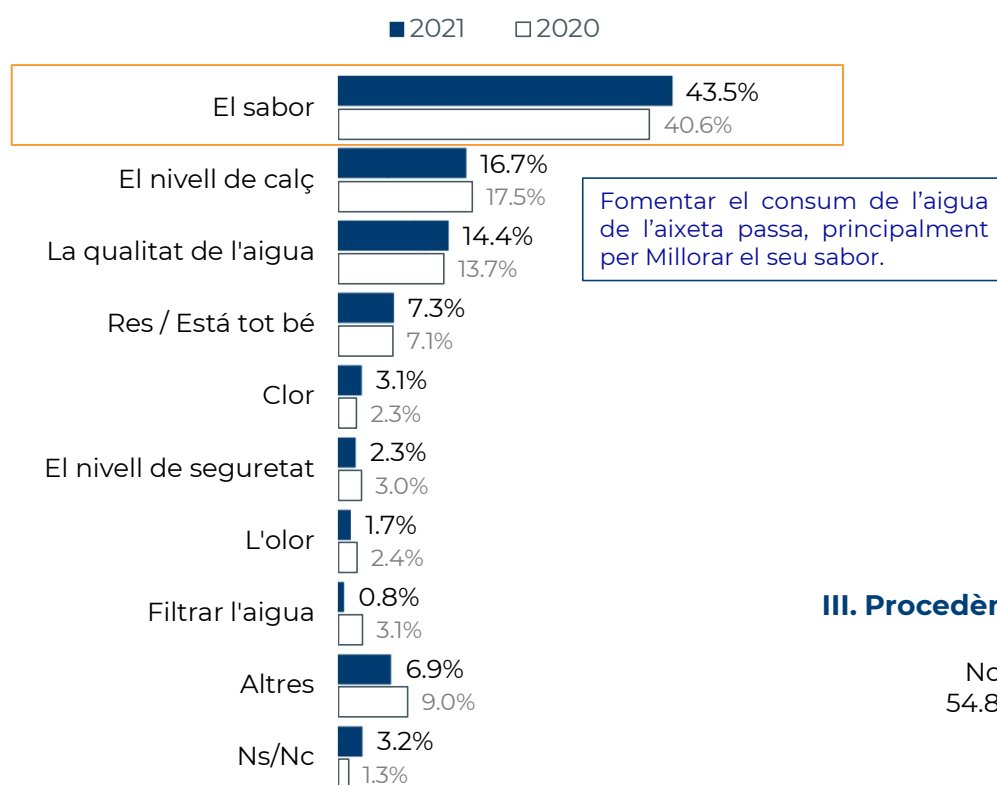
(x.x p.p.): Dada 2020

▲/▼ Evolució respecte als resultats de 2020

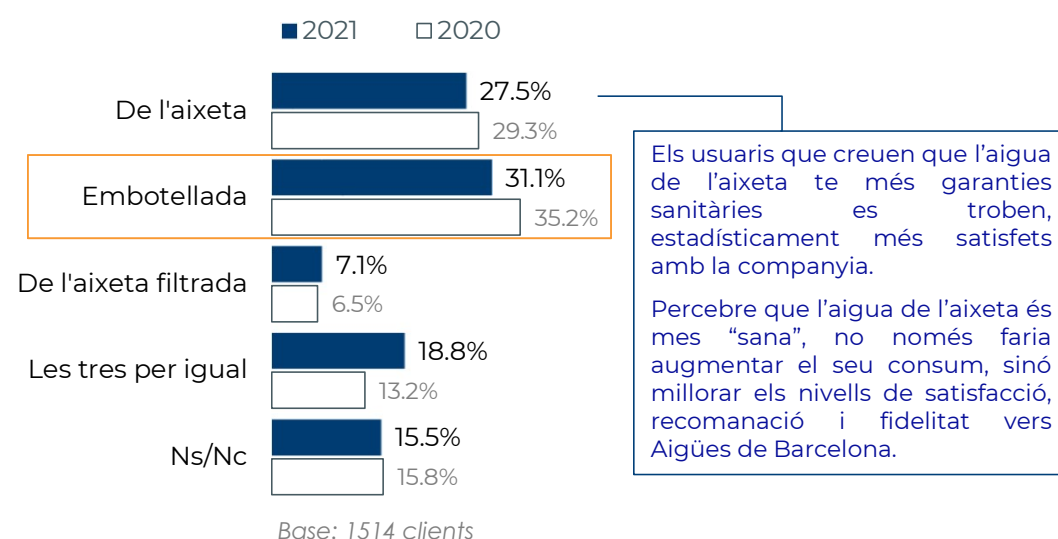
2. Hàbits de consum

Millores per fomentar el consum de l'aigua de l'aixeta

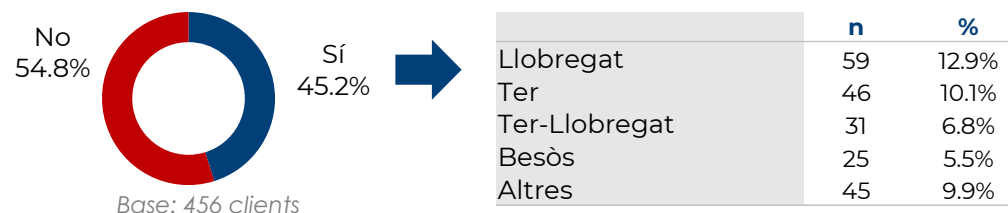
I. Fomentar el consum de l'aigua de l'aixeta: “Què hauríem de millorar perquè a la seva llar beguessin més aigua de l'aixeta?”



II. Aigua amb més garanties sanitàries: “Quina aigua creu que té més garanties sanitàries?”



III. Procedència de l'aigua de l'aixeta: “Coneix d'on prové l'aigua que beu?”



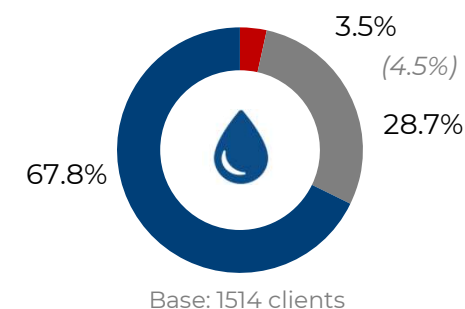
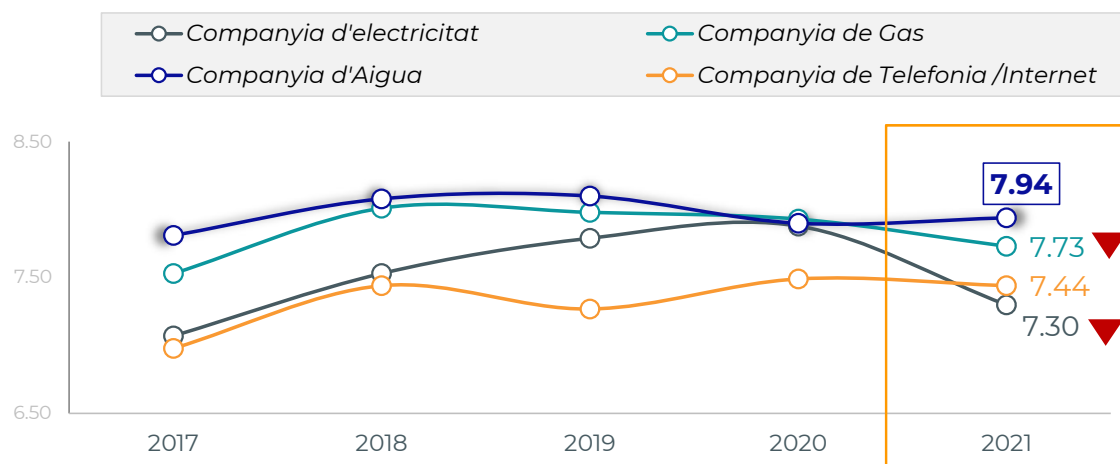
Context Valoratiu



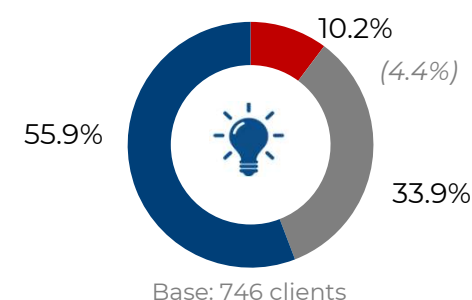
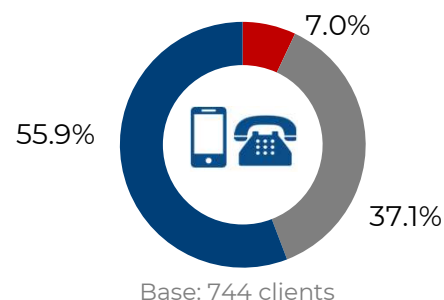
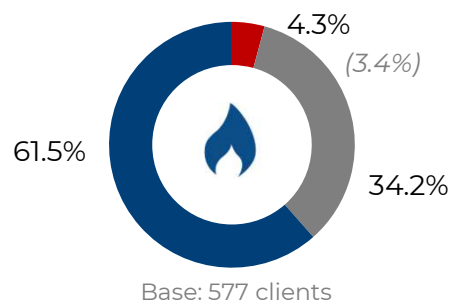
3. Context valoratiu

Satisfacció amb el servei rebut de les companyies subministradores

Serie històrica dels nivells de Satisfacció



La companyia de l'aigua és líder entre les companyies subministradores avaluades i és l'única que experimenta un increment en els seus nivells de satisfacció respecte a l'edició anterior, mentre que la resta es perceben pitjor, sobretot la companyia elèctrica que baixa de manera estadísticament significativa.



■ Satisfets (8-10)
■ Indiferents(5-7)
■ Insatisfets (0-4)

(x.x%): Dada 2020

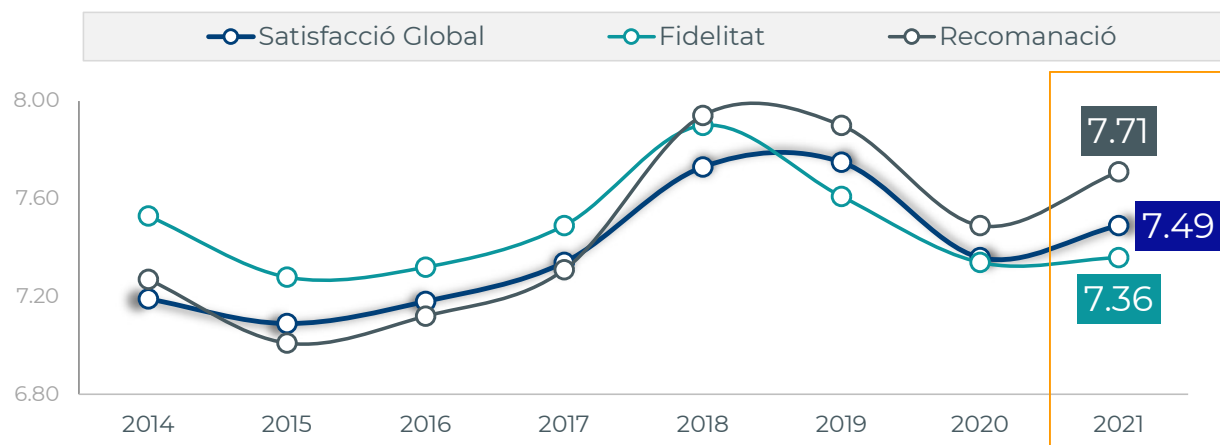
Diagnòstic de Satisfacció



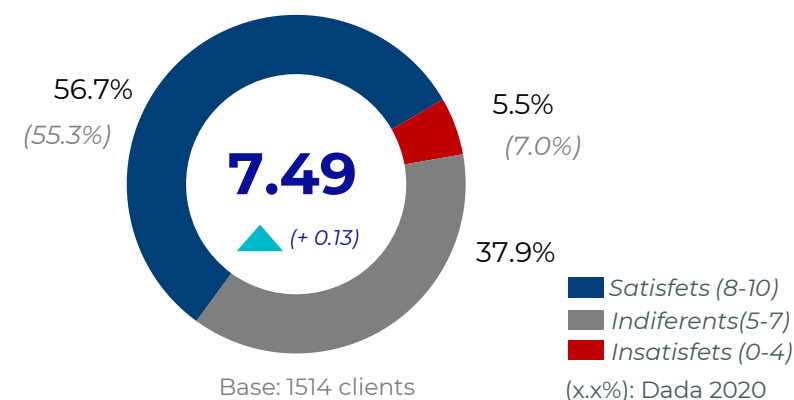
4. Diagnòstic de satisfacció

Satisfacció amb el servei

Serie històrica dels nivells de Satisfacció, Recomanació i Fidelitat amb Aigües de Barcelona



SATISFACCIÓ GLOBAL



Gerència	SG	Evol.	Recomanació	Evol.	Fidelitat	Evol.
Llobregat Sud	7.50	-0.12	7.52	-0.08	7.34	-0.39
Llobregat Nord	7.79	+0.19	8.26	+0.31	7.74	-0.14
Barcelona Sud	7.16	+0.13	7.39	+0.22	6.87	-0.09
Barcelona Nord	7.51	+0.14	7.66	+0.10	7.47	+0.16
Besós	8.04	+0.49	8.40	+1.03	8.07	+0.88

Els tres principals indicadors experimenten millores, respecte a l'edició anterior, recuperant-se de la davallada del 2020. En el cas de la Satisfacció Global la remuntada és estadísticament significativa.

La Gerència del Besòs lidera el ranking en Satisfacció, Recomanació i Fidelització. En l'altre extrem es posiciona Barcelona Sud.

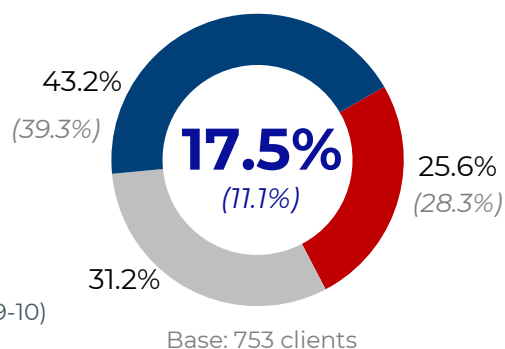
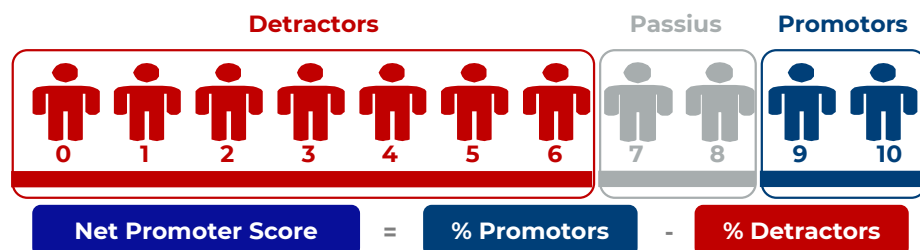
▲ ▼ Evolució estadísticament significativa.

4. Diagnòstic de satisfacció

Net Promoter Score (NPS)

L'Índex de Promotors Nets (NPS) s'utilitza per mesurar la lleialtat dels clients. Aquest indicador, segons el seu creador (F. Reichheld), reporta un valor únic, comparable com a valor predictiu del potencial de creixement econòmic de la Companyia. En el nostre cas, s'obtidria a partir de la pregunta de recomanació:

"Si algú li demanés l'opinió, parlaria positivament de la companyia?"



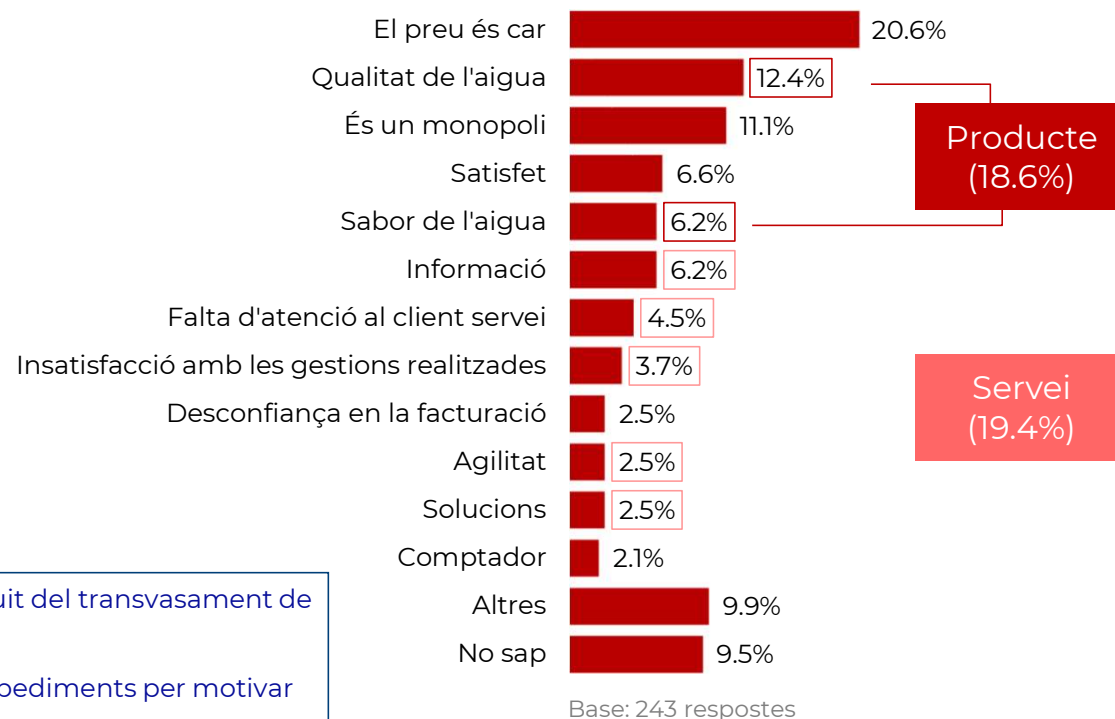
■ Promotors (9-10)
■ Passius (7-8)
■ Detractors (0-6)

(x.x%): Dada 2020

En línia amb la Satisfacció global el NPS millora, fruit del transvasament de detractors cap a les posicions més favorables.

El Preu i la Qualitat de l'aigua són els principals impediments per motivar la Recomanació.

I. Motius de baixa recomanació

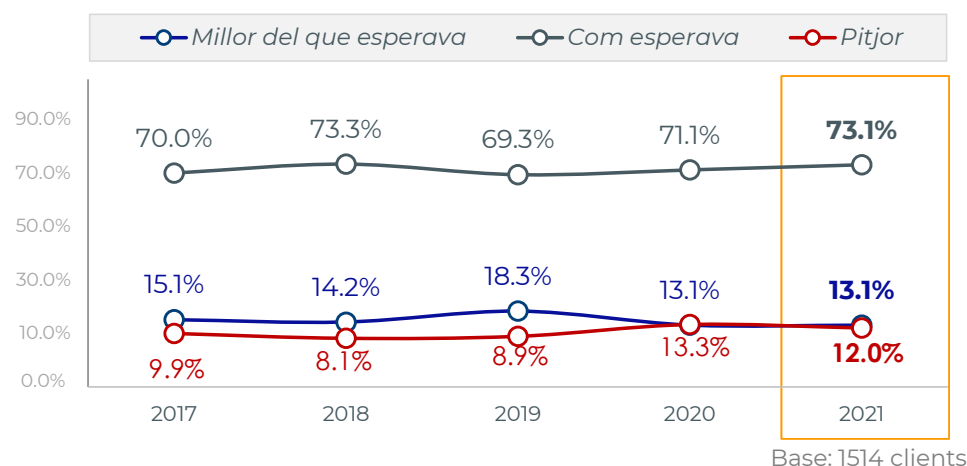


4. Diagnòstic de satisfacció

Indicadors Globals amb la Satisfacció amb el servei

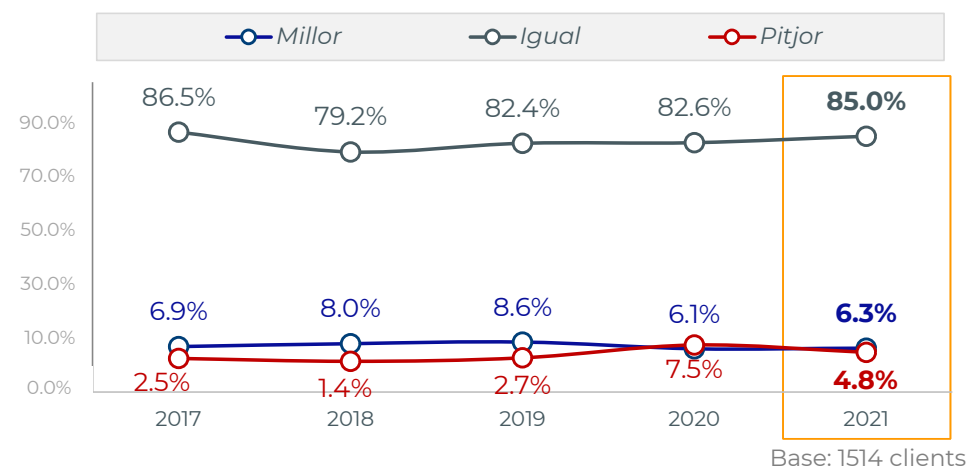
EXPECTATIVES DEL SERVEI

“En relació al servei que espera rebre d'una companyia de subministrament d'aigua, diria que el servei d'Aigües de Barcelona és...”



EVOLUCIÓ DEL SERVEI

“Diria que respecte a l'any passat, el servei general d'Aigües de Barcelona es...”



Es registra un lleuger increment del % de clients que han vist superades o cobertes les seves expectatives (de 84.2% a 86.2%).

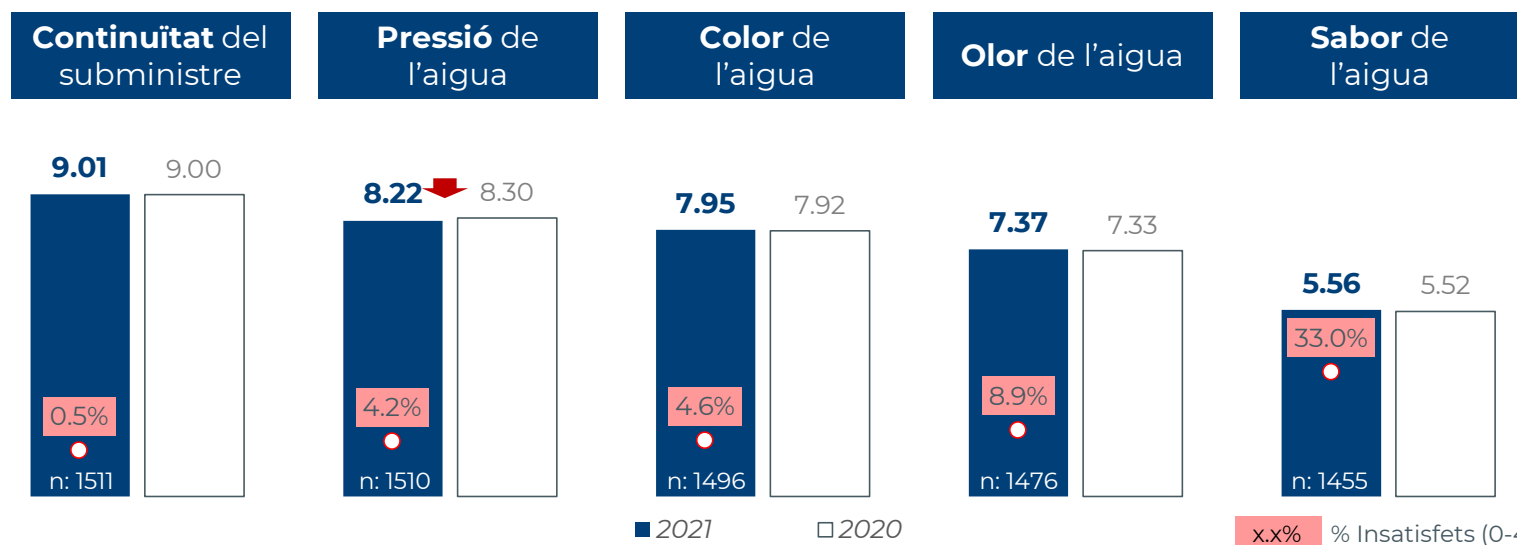
En quant a la evolució, el 85% afirma que el servei s'ha mantingut invariable respecte a l'any passat, i a més, es detecta un lleu descens entre els que pensen que el servei al 2021 ha estat pitjor.

Producte



5. El Producte

Satisfacció amb el producte i el servei



Estabilitat en els nivells de satisfacció amb les característiques organolèptiques de l'aigua i amb el servei, respecte a l'edició anterior. Tots els aspectes avaluats milloren excepte la Pressió de l'aigua.

El sabor continua sent el punt dèbil (5.56 punts) amb un 33.0% d'usuaris insatisfets, tot i que ha evolucionat positivament.

Gerència	Continuïtat	Evol.	Pressió	Evol.	Color	Evol.	Olor	Evol.	Sabor	Evol.
Llobregat Sud	9.02	-0.06	8.27	-0.09	7.86	-0.09	7.48	-0.06	5.39	-0.09
Llobregat Nord	9.12	+0.20	8.60	+0.25	7.95	+0.31	7.37	+0.22	4.90	+0.14
Barcelona Sud	8.85	-0.02	7.88	-0.28	7.83	-0.10	7.00	-0.21	5.03	-0.16
Barcelona Nord	9.08	-0.01	8.27	-0.04	8.08	+0.16	7.52	+0.26	6.11	+0.22
Besòs	9.15	+0.04	8.42	-0.14	8.14	-0.08	7.86	+0.02	6.86	+0.22

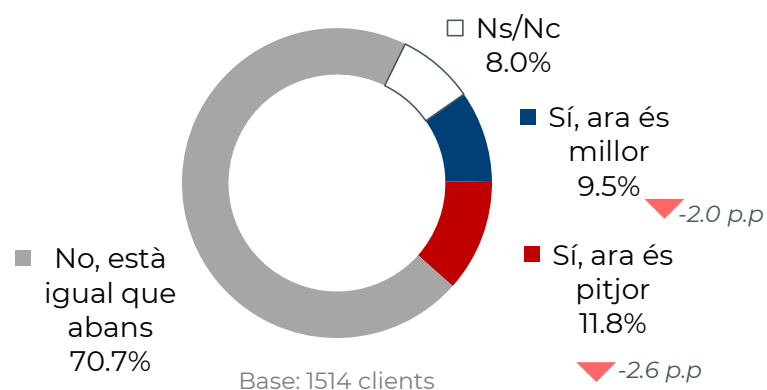
Per Gerència, destaca Besòs que lidera el rànquing en tots els aspectes avaluats.

En la gerència de Barcelona Sud es produeixen davallades en tots els aspectes, situant-se a la cua.

5. El Producte

Satisfacció amb el producte

I. Percepció de la variació en la qualitat del producte: "Ha notat alguna variació en la qualitat de l'aigua en els últims anys?"



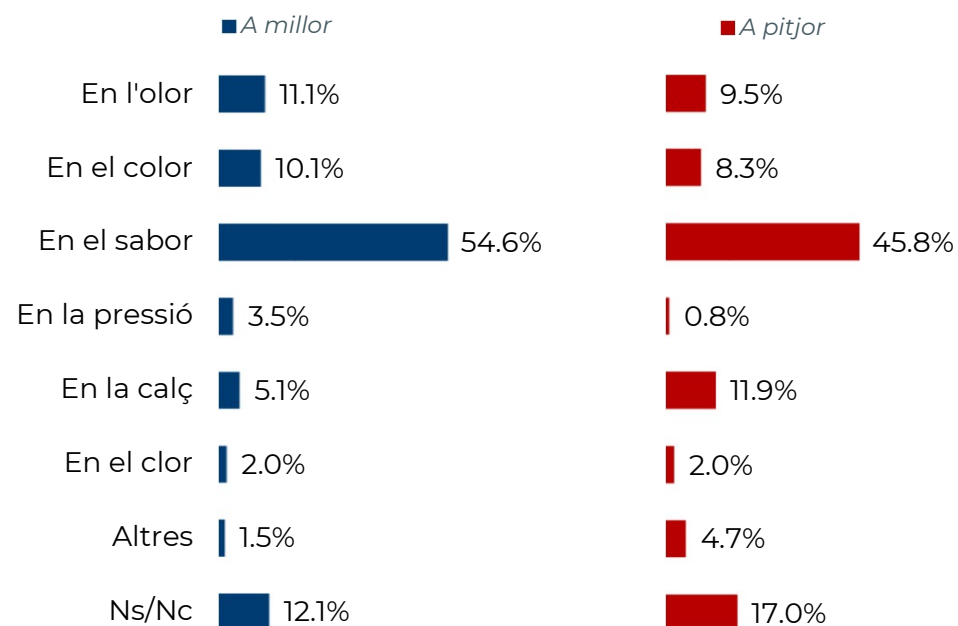
Només una cinquena part dels clients han notat variacions en la qualitat de l'aigua.

El sabor continua sent la principal variable de canvi en la percepció de la qualitat de l'aigua.

(x.x p.p.): Dada 2020

▼▲ Evolució respecte als resultats de 2020

II. Percepció de la variació en la qualitat del producte: "En què ha notat la variació en la qualitat de l'aigua?"



Base "millor": 198 respostes

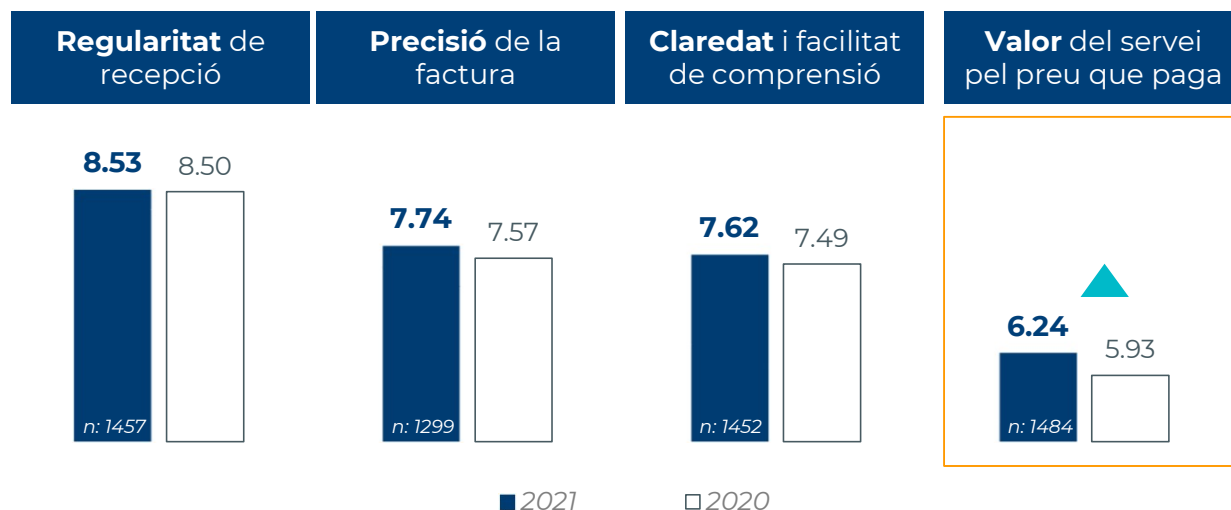
Base "pitjor": 253 respostes

Facturació



6. Facturació

Satisfacció amb els aspectes de la factura / preu



Satisfacció amb el valor del servei que rep pel preu que paga

Millora significativament la percepció de que el preu es correspon amb el servei que es rep.



Després de la davallada significativa que es va produir al 2020 en els aspectes relatius a la factura, aquest any registren millores, i per tant, es recuperen lleugerament.

L'aspecte amb més marge de millora es el preu (6.24 punts), tot i que la millora que ha experimentat és estadísticament significativa respecte a l'any anterior. És la segona mitjana més alta de tota la sèrie històrica.

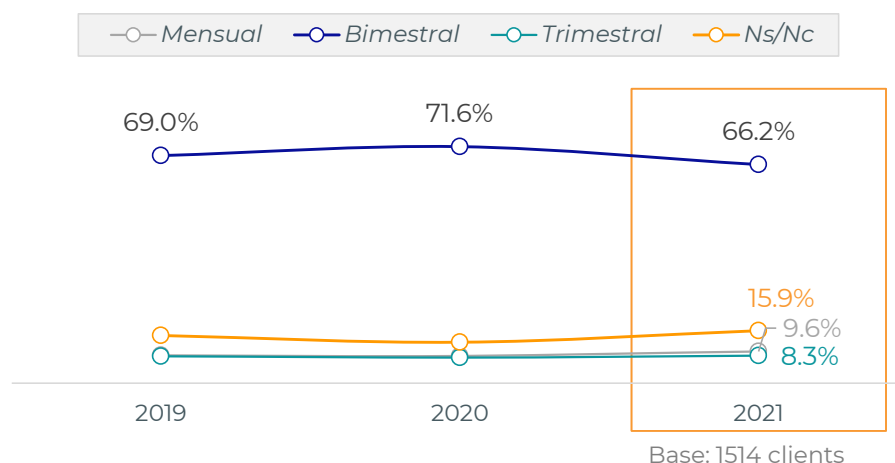
Gerència	Mitjana	Evol.	% Insatisfets
Llobregat Sud	6.17	-0.04	21.1%
Llobregat Nord	6.73	+0.40	16.4%
Barcelona Sud	5.81	+0.15	25.5%
Barcelona Nord	6.27	+0.59	19.3%
Besós	6.91	+0.53	14.8%

▲ ▼ Evolució estadísticament significativa.

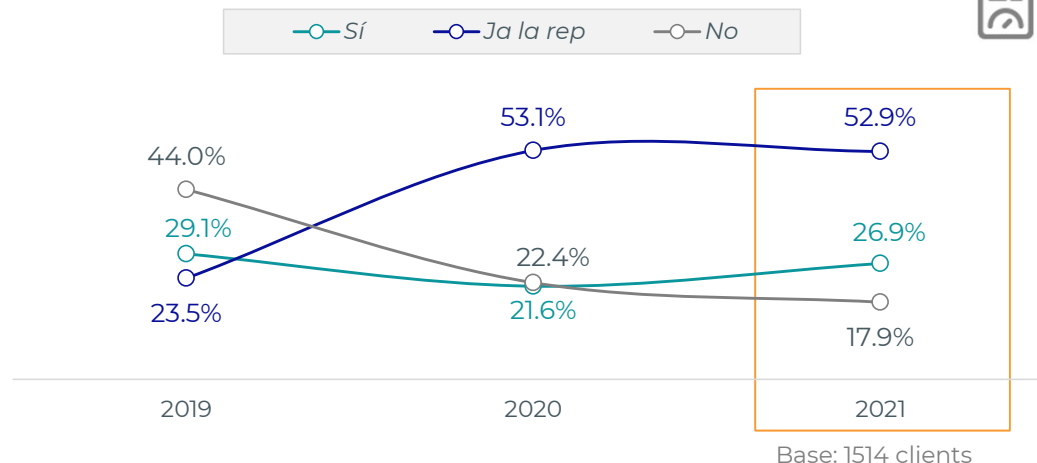
6. Facturació

Factura electrònica

I. Periodicitat de la factura: "Amb quina periodicitat rep la factura de l'aigua?"



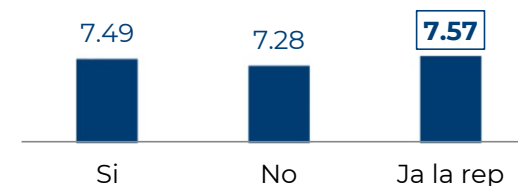
II. Preferències de la factura: "Desitjaria rebre la factura de l'aigua a la seva adreça de correu electrònic i deixar de rebre-la en paper?"



Sense canvis remarcables en la periodicitat del rebut, la proporció dels clients que ja rep la factura digitalment es manté estable (52.9%).

S'observa un potencial important de creixement d'acord amb l'interès per part dels que encara no la reben per aquesta via. Si tenim en compte que els clients que reben la factura per correu electrònic estan notablement més satisfets amb Aigües de Barcelona que la resta, es fa imprescindible treballar en aquesta línia per tal de seguir millorant l'experiència del client.

Impacte de rebre la factura al correu electrònic sobre la Satisfacció Global



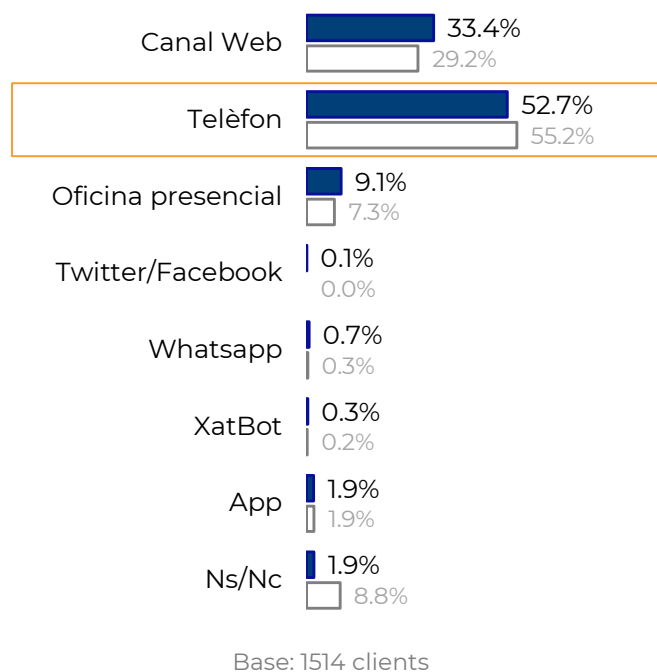
Atenció al Client



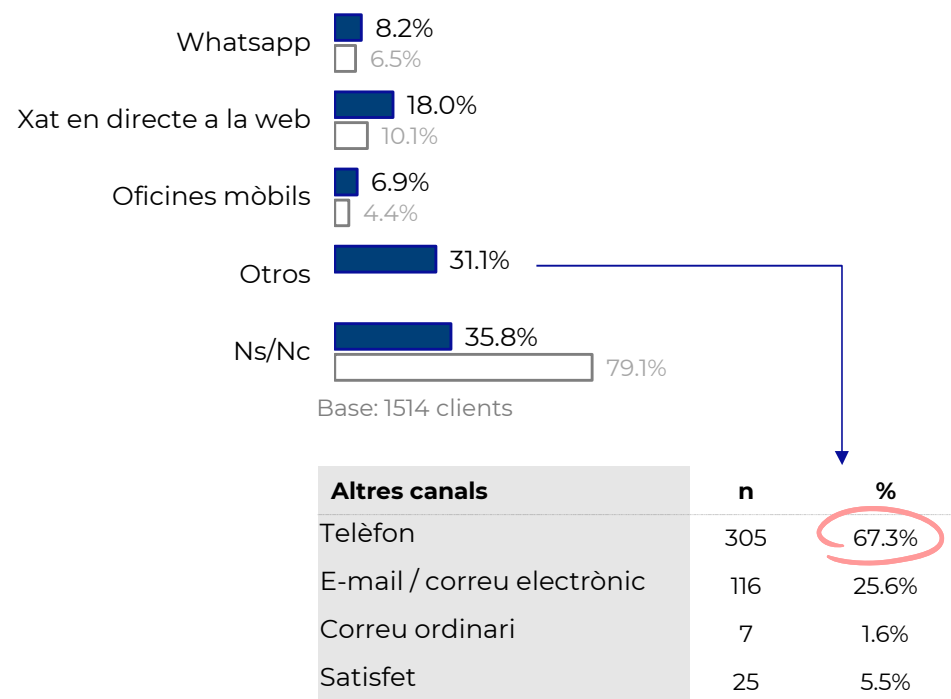
7. Atenció al Client

Atributs específics: Atenció al client

I. Canals de gestió: “Si hagués de realitzar alguna gestió amb la Companyia a través de quin canal preferiria fer-la?”



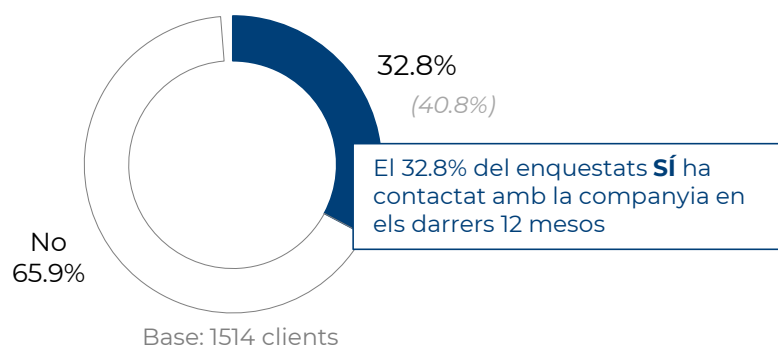
II. Canals de gestió: “Quin canal d'atenció al client li agradaria que Aigües de Barcelona tingués?”



7. Atenció al Client

Contacte recent amb la companyia

I. Contacte en els darrers 12 mesos: “Ha contactat amb la companyia de l'aigua en els darrers 12 mesos?”



El telèfon, el canal més exigít per establir un contacte amb la companyia és també el més utilitzat i amb el qual els usuaris que l'han emprat es mostren més satisfets amb el servei rebut.

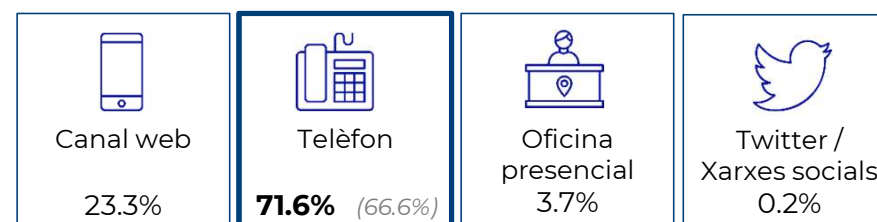
Mantenir aquest canal com a vehicle de relació client-companyia assegura que l'experiència del client sigui altament satisfactòria.

(x.x p.p.): Dada 2020

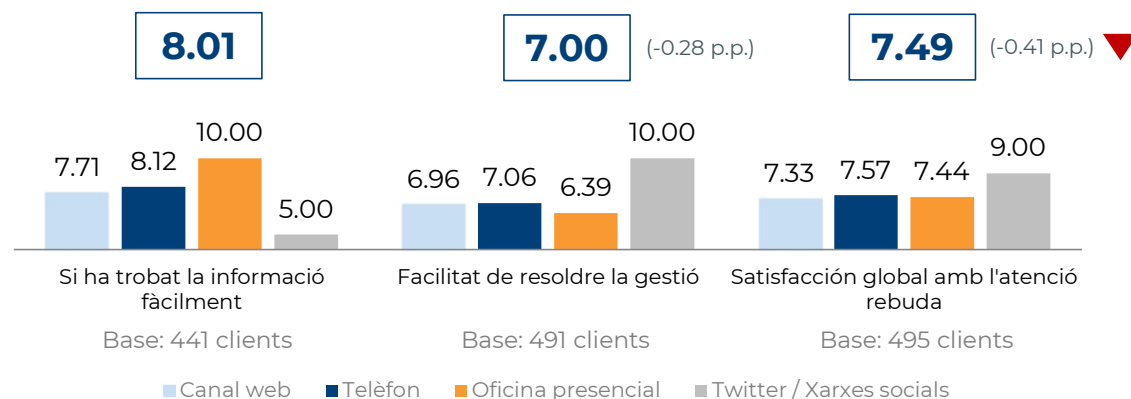
▲ ▼ Evolució estadísticament significativa.

stiga

Canal de contacte més recent



El telèfon és el canal indiscutible que els usuaris utilitzen per contactar amb la companyia, més encara que en l'edició anterior. Molt residuals encara la resta de mitjans.



Imatge



8. Imatge d'Aigües de Barcelona

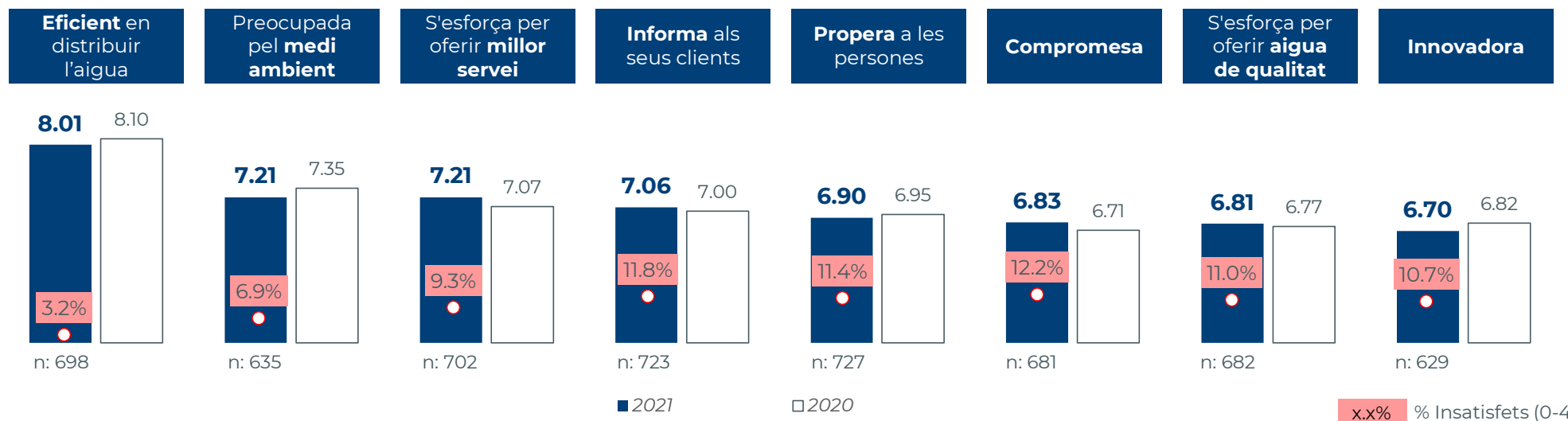
Quina imatge projecta Aigües de Barcelona entre els usuaris?*

Imatge d'Aigües de Barcelona: 7.82

n: 747



(7.71)



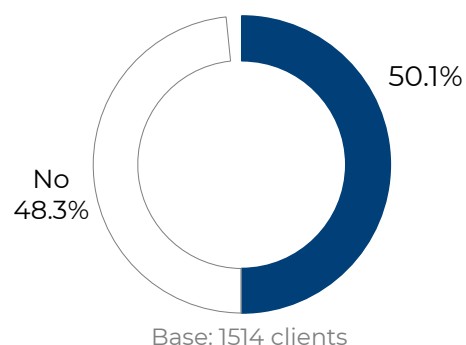
Tot i que millora respecte el 2020, en termes generals, la imatge que projecta Aigües de Barcelona és moderada.

En aquesta edició, els usuaris han percebut un major esforç per part d'Aigües de Barcelona per oferir un millor servei i una aigua de qualitat, més compromesa amb els ciutadans i que informa més adequadament als seus clients.

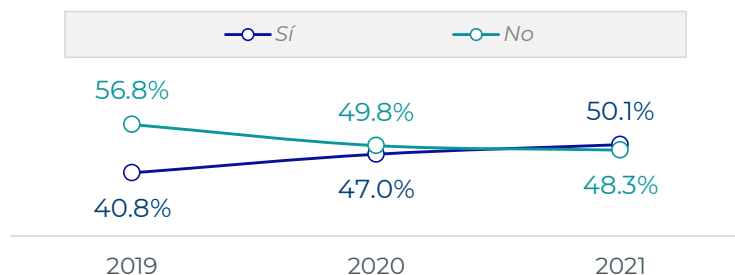
8. Imatge d'Aigües de Barcelona

Informació

I. Recepció d'informació: "Li agradaria rebre informació de la companyia d'aigua?"



Sèrie Històrica (darrers dos anys)



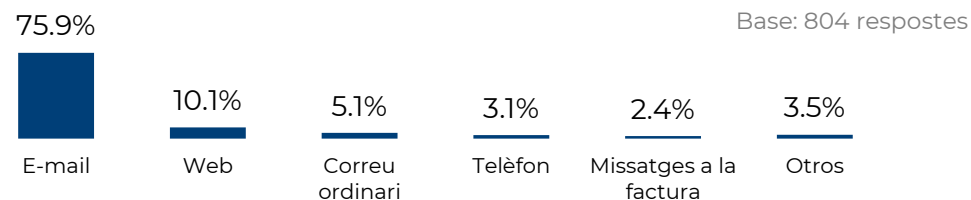
Per segon any consecutiu creix l'interès per rebre informació de la companyia d'aigua (50.1% del enquestats) i el principal canal seria, majoritàriament, a través del correu electrònic.

II. Tipus de informació: "Tipus de informació que li agradaria rebre"

	% Resp.
Novetats i millores del servei	20.8%
Qualitat de l'aigua	12.3%
Informació general	8.0%
Tarifes de preus / impostos	7.7%
Tractament de l'aigua	7.5%
Actuacions mediambientals	5.8%
Origen de l'aigua	5.1%
Innovació i investigació	4.6%
Tarifes d'estalvi	4.5%
Facturació	4.4%
Altres	11.6%
Avaries i talls en el subministrament	3.5%
Composició de l'aigua	3.1%
Ns/Nc	1.3%
Total respostes: 1010	

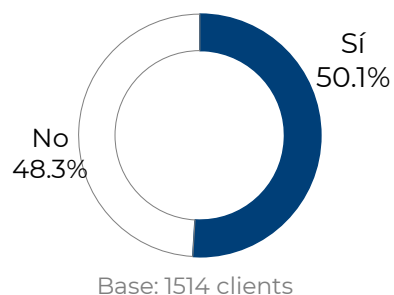
D'aquests clients, una cinquena part voldria rebre informació sobre Novetats i millores del Servei. En segon lloc, i a més distància s'esmenten aspectes sobre la Qualitat de l'aigua.

III. Canal de recepció: "A través de quin canal li agradaria rebre la informació?"



8. Suggeriments de millora

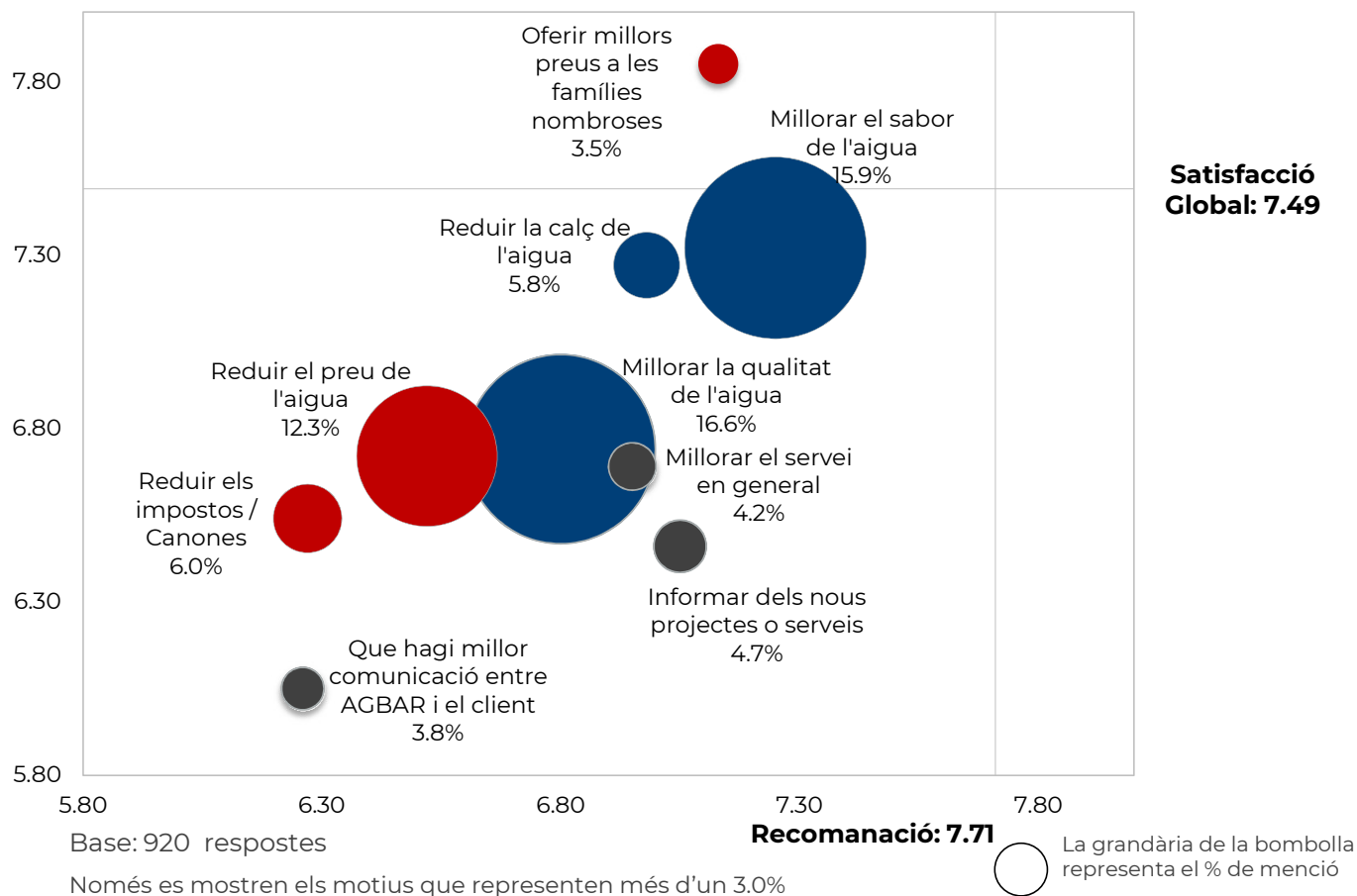
Suggeriments: "Té algun suggeriment per millorar del servei?"



Els 3 primers suggeriments que acumulen el 45% de les mencions fan referència a aspectes de producte i preu.

No obstant aquells grups més minoritaris que esmenten espontàniament aspectes relatius al servei (Servei en general, Millor comunicació i Atenció telefònica) són els que més penalitzen l'experiència amb la companyia.

Impacte dels principals suggeriments sobre la Satisfacció i la Recomanació

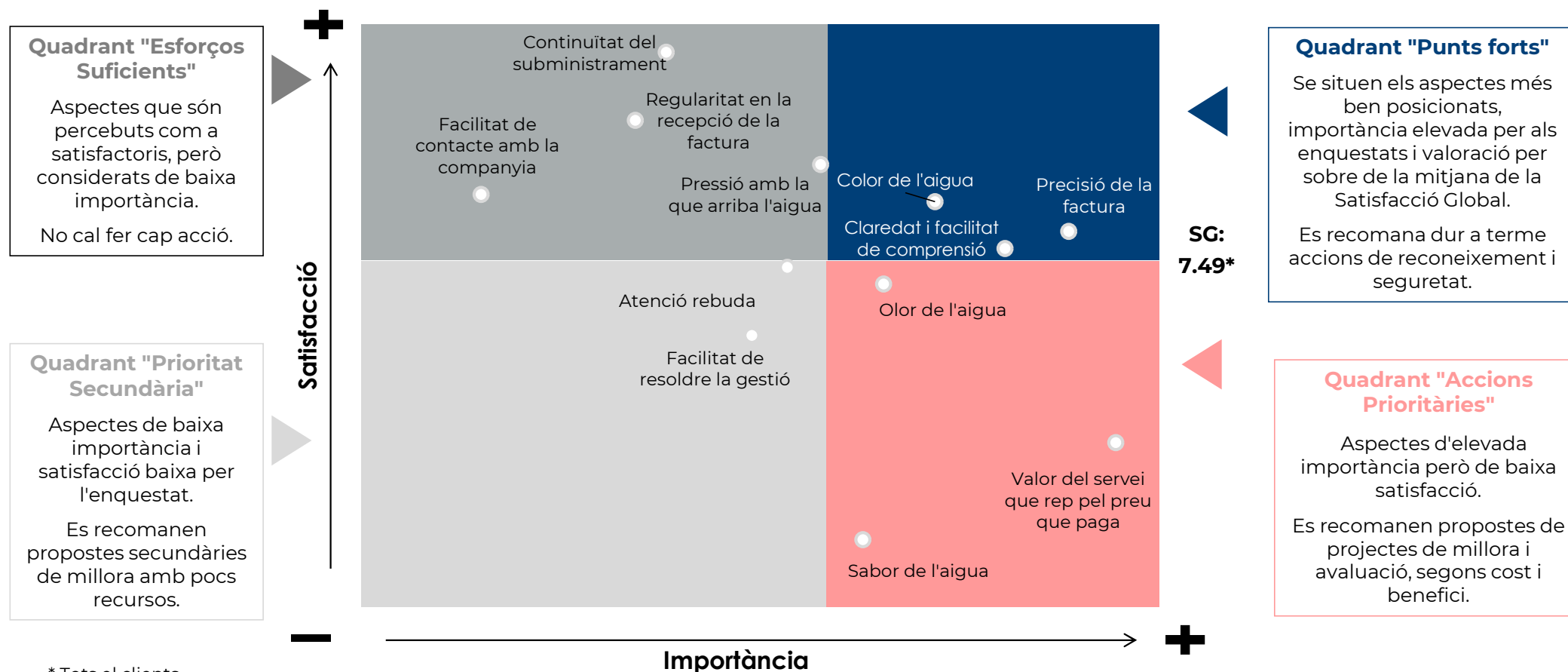


Anàlisi d'Importància



9. Anàlisi d'Importància

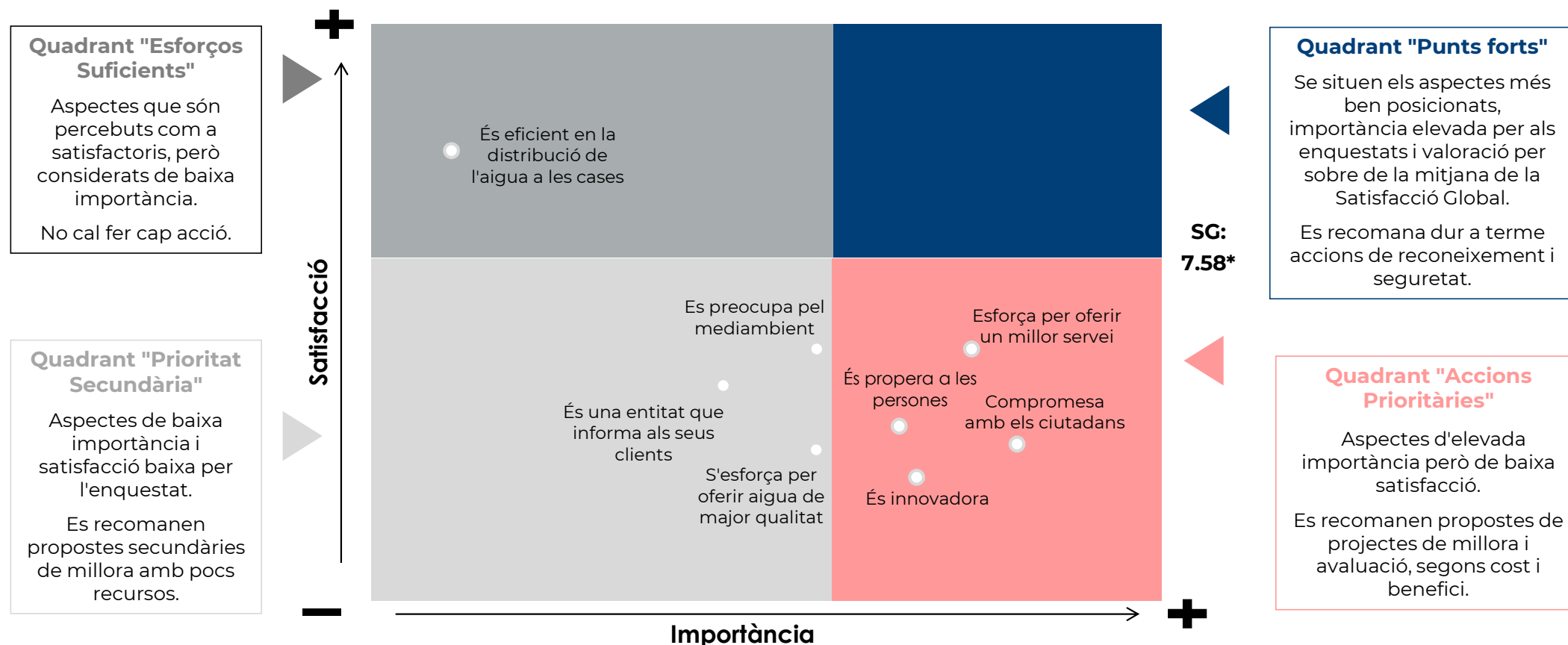
Mapa d'Importància sense Imatge



* Tots el clients.

9. Anàlisi d'Importància

Mapa d'Importància Bloc "Imatge"



* Satisfacció amb la companyia dels clients que han donat el seu consentiment recentment a la Companyia, i per tant, han contestat el bloc d'imatge.

Notorietat dels projectes



10. Notorietat de projectes

Prioritats d'inversió en el manteniment de la xarxa

Prioritats d'inversió en el manteniment de la xarxa

"Aigües de Barcelona realitza inversions en el manteniment de la xarxa. Indiqui quines són les 3 situacions més importants sobre les que caldria focalitzar els esforços d'inversió."

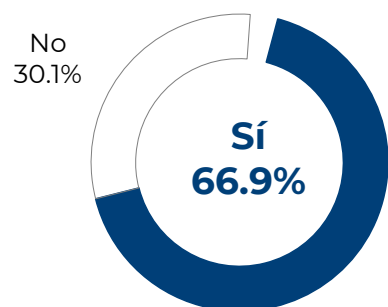
	1ª menció	2ª menció	3ª menció	Total de mencions
Fuites que provoquen filtracions a edificis	25.7%	18.3%	13.7%	19.2%
Avaria que deixa sense aigua a clients crítics	22.3%	18.2%	18.4%	16.9%
Actuacions freqüents en un mateix carrer	21.3%	25.2%	16.8%	21.1%
Operacions que provoquen arrossegaments	12.2%	14.7%	18.6%	15.2%
Problemes de pressió	7.9%	8.4%	9.9%	8.7%
Avaria que afecta a la mobilitat dels ciutadans	6.1%	6.1%	9.9%	7.3%
Avaria que deixa sense aigua a un nombre elevat de persones	4.6%	9.1%	12.7%	8.8%
Total respostes	1284	1284	1272	

1. Actuacions freqüents en un mateix carrer
2. Fuites que provoquen filtracions a edificis
3. Avaria que deixa sense aigua a clients crítics

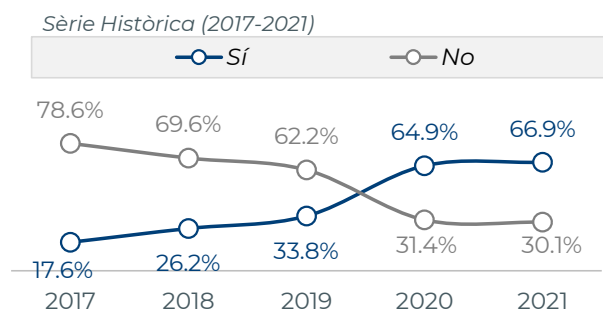
10. Notorietat de projectes

Àrea de Clients de la Web d'Aigües de Barcelona

I. Usuari de l'Àrea de clients de la Web d'Aigües de Barcelona



Base: 1514 clients



SÍ
66.9%

Quines gestions fa habitualment?"

	% Resp.
Consultas / Descargas de facturas	60.8%
No en fa ús	11.3%
Reclamacions/incidències	8.9%
Control de consum	7.5%
Canvi de dades (titularitat, domiciliari,...)	5.7%
Realitzar pagaments	2.2%
Consultes en general	1.9%
Donar d'alta un servei	1.4%
Altres	0.3%

Total respostes: 1187

Alta taxa d'usabilitat de l'Àrea de Clients. Els usuaris ho emprenen bàsicament per fer consultes de les factures.

NO
30.1%

Per què no és usuari?"

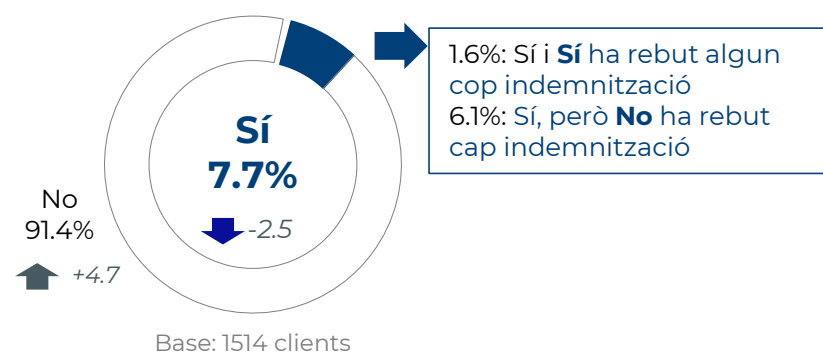
	% Resp.
No ho ha necessitat	44.6%
Desconeixement d'aquest servei	14.4%
No ho vol fer servir / No s'ho ha plantejat	13.0%
No fa servir/no té internet	8.5%
No té temps	7.9%
Problemes per accedir / no sé fer-ho	5.1%
Prefereix altres vies (telèfon, presencial,...)	2.5%
Altres	4.0%

Total respostes: 354

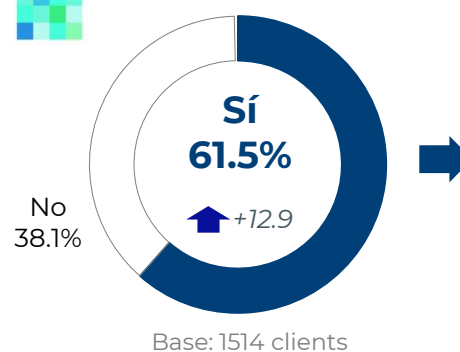
10. Notorietat de projectes

Nivell de notorietat dels projectes

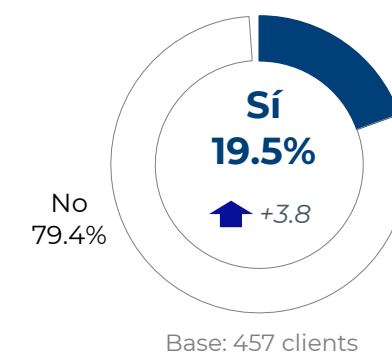
I. Coneixement dels compromisos de qualitat d'Aigües de Barcelona



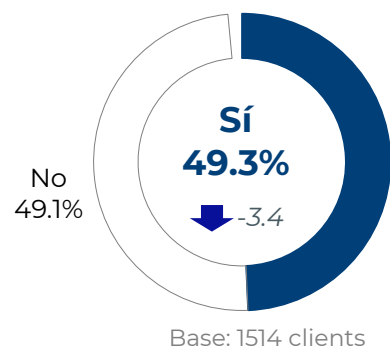
II. Coneixement del Museu de les Aigües



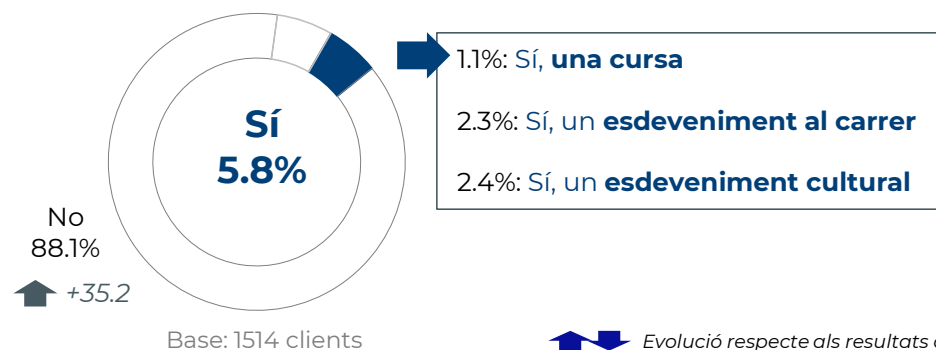
II. Visita al Museu de les Aigües



III. Coneixement del descompte per famílies de més de 3 persones



I. Esdeveniments: "Ha participat en algun esdeveniment d'Aigües de Barcelona, on l'aigua subministrada fos de l'aixeta?"



 Evolució respecte als resultats de 2020

Conclusions



Conclusions

➤ **L'exercici 2021 tanca amb una recuperació significativa dels nivells de Satisfacció, Recomanació i Fidelitat. En aquesta edició, els usuaris es mostren altament satisfets amb el servei i tenen una major predisposició a recomanar la companyia.**

- ✓ Tots els aspectes relacionats amb la Factura i el Producte evolucionen favorablement, exceptuant la pressió amb la que arriba l'aigua, que registra un descens especialment en la gerència de Barcelona Sud.
- ✓ Les característiques organolèptiques de l'aigua se situen en nivells moderadament satisfactoris. Si bé, el sabor de l'aigua continua sent el punt feble del servei, juntament amb el preu. Són motius pels quals no es recomanaria la companyia, i són el centre dels suggeriments de millora. Tot que no impacten tant negativament com altres aspectes de servei, són punts claus que determinen l'experiència del client.
- ✓ Un terç de la mostra enquestada ha contactat amb la Companyia en el darrer any, principalment a través del CAT, seguit a molta distància del canal web. La satisfacció amb l'atenció rebuda registra una caiguda significativa per segon any consecutiu.

➤ **Els hàbits de consum canvien lleugerament però en la mateixa línia: creix el consum de l'aigua de l'aixeta i de l'aigua filtrada** en detriment de l'embotellada. Un patró que s'observa des del 2018.

- ✓ En aquest context es fa imprescindible millorar la qualitat de l'aigua, sobretot el sabor, i que aquest producte compleixi garanties sanitàries. Això farà, no només augmentar el seu consum, sinó també tindrà un impacte positiu en la percepció de la Companyia.

Conclusions

- Atenent a les “demandes” dels usuaris, que farien de la seva experiència amb Aigües de Barcelona una experiència altament satisfactòria, caldria:
 - ✓ Treballar en la **millora de la qualitat de l'aigua** (sabor i calç).
 - ✓ Projectar una imatge de proximitat, d'una companyia compromesa amb els ciutadans i que s'esforça per oferir un millor servei.
 - ✓ **Mantenir el telèfon com a canal efectiu de relació**, i posar a disposició del client un xat directe, seguit del whatsapp i el correu electrònic com a canals alternatius per la comunicació entre la Companyia i el client.
 - ✓ **Potenciar més l'ús del correu electrònic**, no només per rebre informació diversa que afecti a tota la comunitat, sinó també per rebre la factura entre aquells usuaris que així ho manifestin.

stiga

Enriching
customer
experience

www.stigacx.com

© 2019 - S.T.I.G.A., S.L.U. El presente documento no puede ser **reproducido** o divulgado ni total ni parcialmente en forma alguna por ningún medio, incluidas fotocopias, grabaciones, microfilm, soportes magnéticos y cualquier otro medio electrónico o mecánico de reproducción sin la autorización escrita de STIGA. STIGA ha verificado la totalidad de la información incluida. Sin embargo, no se responsabiliza del uso de la información contenida en el mismo.

Contacte

Per ampliar la informació o resoldre possibles dubtes, contactin amb:



Susana Mendoza Lozano
Direcció de projectes
sml@stiga.es / 623 026 737