

Según los datos recogidos en las encuestas del primer semestre, este indicador alcanza una valoración de 8,68

## La satisfacción de los clientes de Canal de Isabel II con sus servicios roza el sobresaliente

- La imagen global que proyecta la empresa, otro de los parámetros de referencia, recibe una valoración de 8,27
- La continuidad del suministro se erige como el atributo mejor puntuado por los usuarios con un 9,15
- Un 76 % de los clientes se mantendría fiel a la compañía en caso de poder elegir otros suministradores

**10AGO2023** — Los clientes de Canal de Isabel II puntúan con un notable alto su satisfacción global con la empresa pública, a la que otorgan una calificación media de 8,68, según los datos de las encuestas realizadas durante el primer semestre del año. Esta cifra consolida el aumento sostenido de la satisfacción en los últimos ejercicios, que ha evolucionado favorablemente desde el 8,16 registrado en 2017. Además, al cierre de 2022, este indicador alcanzó su pico histórico: 8,76.

Un fenómeno similar se aprecia con la imagen que proyecta la empresa entre sus clientes, otro de los indicadores de referencia. Este parámetro ha crecido más de un 11 % desde que los servicios comerciales de la compañía iniciaron las mediciones. De acuerdo con las encuestas de la primera mitad del año, la imagen de Canal recibe una valoración de 8,27 puntos.

El atributo mejor puntuado por los usuarios en relación al suministro es su continuidad y la ausencia de cortes, con una puntuación de 9,15. Le siguen la calidad, el sabor y la transparencia del agua, con un 8,68, y la presión con la que llega al punto de consumo, que recibe un 8,48. Entre los que obtienen una menor valoración se encuentra la tarifa, con una nota de 7,42. Sin embargo, los usuarios valoran muy positivamente la periodicidad y puntualidad de la factura y la claridad de la información que aparece en ella.

Desde hace 6 años, Canal de Isabel II realiza encuestas a sus clientes con el objetivo de medir su satisfacción global con el servicio y la percepción que tienen de otras cuestiones como la cercanía con la que la empresa trata a los usuarios (7,13); la excelencia y seguridad en el servicio que presta (8,30); la transparencia y confianza (7,98), o el compromiso medioambiental que transmite en sus actuaciones (7,97).

Los datos agregados de este año se basan en los resultados de 1.200 encuestas telefónicas realizadas en el primer semestre a clientes particulares, pequeñas y medianas empresas y autónomos.

Además de preguntarles por la valoración del servicio que presta Canal de Isabel II, los usuarios también evalúan a la empresa de agua en relación a otras compañías suministradoras. Así, frente al 8,68 de Canal, la electricidad recibe un 7,54, el gas un 7,23 y el teléfono un 7,49.

Desde este mismo curso, las encuestas también están abordando un nuevo parámetro: el nivel de fidelidad que muestran los clientes hacia la compañía madrileña de agua. En este punto, las cifras reflejan que tres de cada cuatro usuarios (un 76 %) elegirían quedarse con Canal de Isabel II incluso aunque existieran otros suministradores.

### MÁS DE LA MITAD DE LOS CLIENTES SON PROMOTORES

El índice de recomendación NPS (diferencia entre el porcentaje de clientes promotores y el porcentaje de detractores) también sigue su tendencia alcista y cierra el semestre en 51,9 puntos positivos. Es una cifra casi 18 unidades superior a la de 2017, y que se mantiene cercana al dato global del año pasado, cuando este indicador superó por primera vez los 50 puntos positivos en la media anual.

El porcentaje de clientes promotores de Canal de Isabel II supera el 61 %. Esto significa que 6 de cada 10 clientes encuestados califican con 9 o 10 la pregunta de si recomendarían los servicios de Canal a un familiar o amigo. Por su parte, el porcentaje de detractores (puntuán de 0 a 6 este parámetro) apenas representa un 9,6 % del total. Desde 2018, al menos la mitad de los encuestados cada curso se han posicionado como promotores de la empresa.

En general, Canal ha afianzado estos buenos índices de recomendación, satisfacción e imagen a medida ha ido poniendo en marcha acciones específicas dirigidas a sus clientes y encaminadas a mejorar su experiencia con el servicio.

La intensificación de los esfuerzos en la resolución de reclamaciones, la apuesta por extender la factura electrónica, la renovación de la Oficina Virtual, la implementación de herramientas de analítica avanzada o la reciente implantación de la telelectura de contadores constituyen una muestra de las actuaciones más recientes que ha impulsado Canal de Isabel II en favor de sus usuarios.

Asimismo, Canal ha implantado un sistema paralelo de mediciones en tiempo real que envía una breve encuesta de satisfacción cada vez que el usuario realiza determinadas gestiones (contrataciones, cambios de titularidad, resolución de incidencias y quejas, etc.). Esta metodología le permite escuchar al cliente tras cada interacción y realizar un seguimiento individualizado de aquellos que se sienten menos satisfechos.