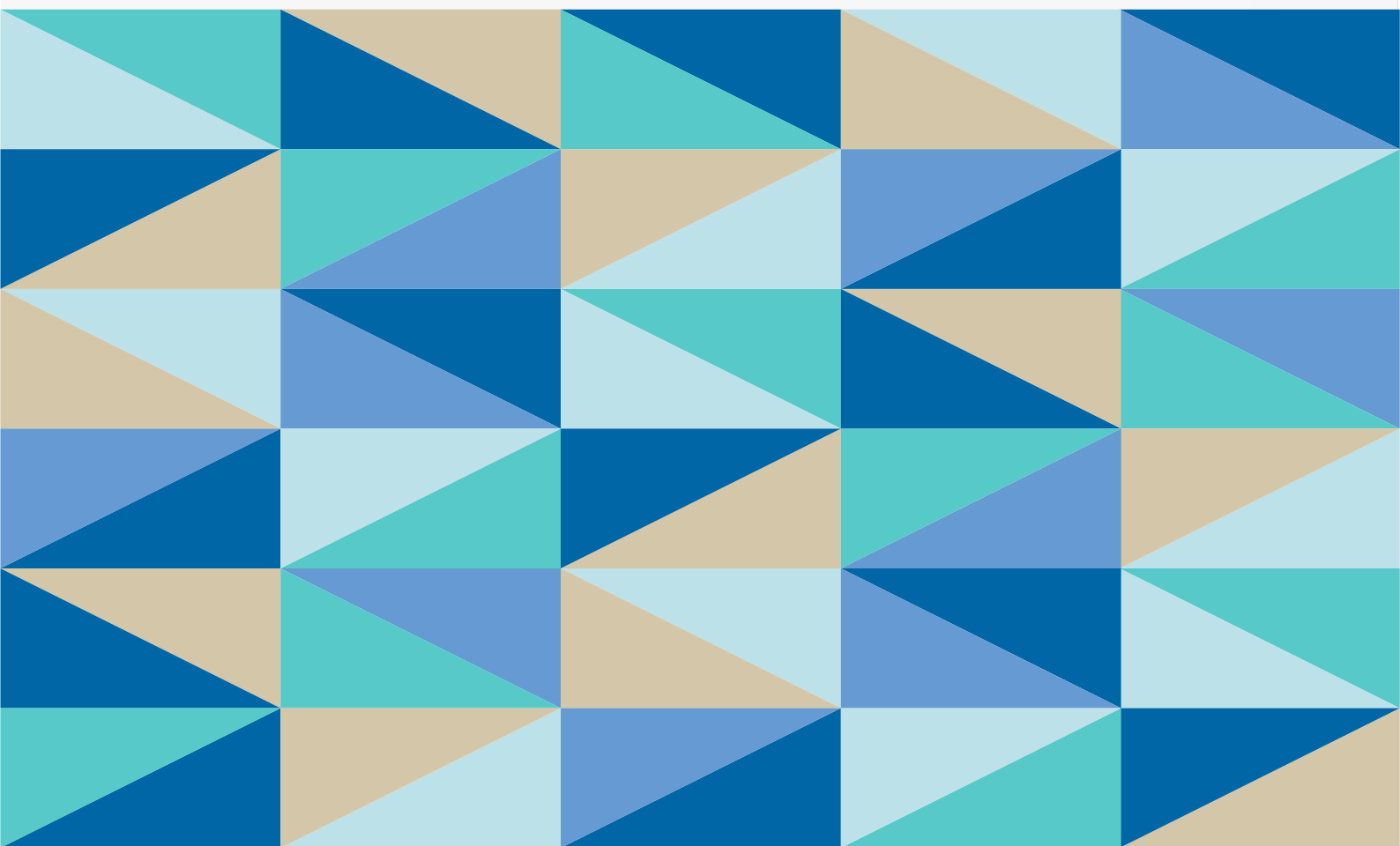


Satisfacción de los USUARIOS



ÍNDICE

Características del estudio	3
Satisfacción General	7
Tarifas	9
Calidad de suministro	13
Benchmark	23
Atributos de imagen	26
Las comunicaciones	34
Estado actual del servicio	48
Privatización	51
Resumen de datos	56

CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO

OBJETIVO

Los objetivos del presente estudio son:

- Medir, de forma sistemática, la imagen que poseen los usuarios de su empresa proveedora de agua y cloaca.
- Conocer la valoración de los atributos más significativos del servicio.
- Evaluar el desempeño de la empresa en la comunicación con sus usuarios.
- Descubrir las expectativas respecto a la prestación del servicio y analizar las posibilidades de mejora.

CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO

METODOLOGÍA

La presente investigación es de carácter cuantitativo y se utilizó la técnica de muestreo probabilístico por azar simple. Se realizaron hasta tres re-llamados, en distintos días y horarios, en cada hogar donde el potencial entrevistado se encontraba ausente antes de reemplazar el sorteo.

Se aplicó un cuestionario estructurado de entre 15 y 20 minutos de duración administrado por el sistema CATI.

CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO

UNIVERSO

El universo medido está compuesto por todos los hogares residenciales que se encuentran dentro del área de concesión de AySA.

En cada uno de los hogares seleccionados, se entrevistó a la persona que tiene la relación más directa con la empresa ya sea por ser responsable del pago del servicio o por ser quien resuelve las situaciones de reclamos o consultas referidas al mismo.

CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO

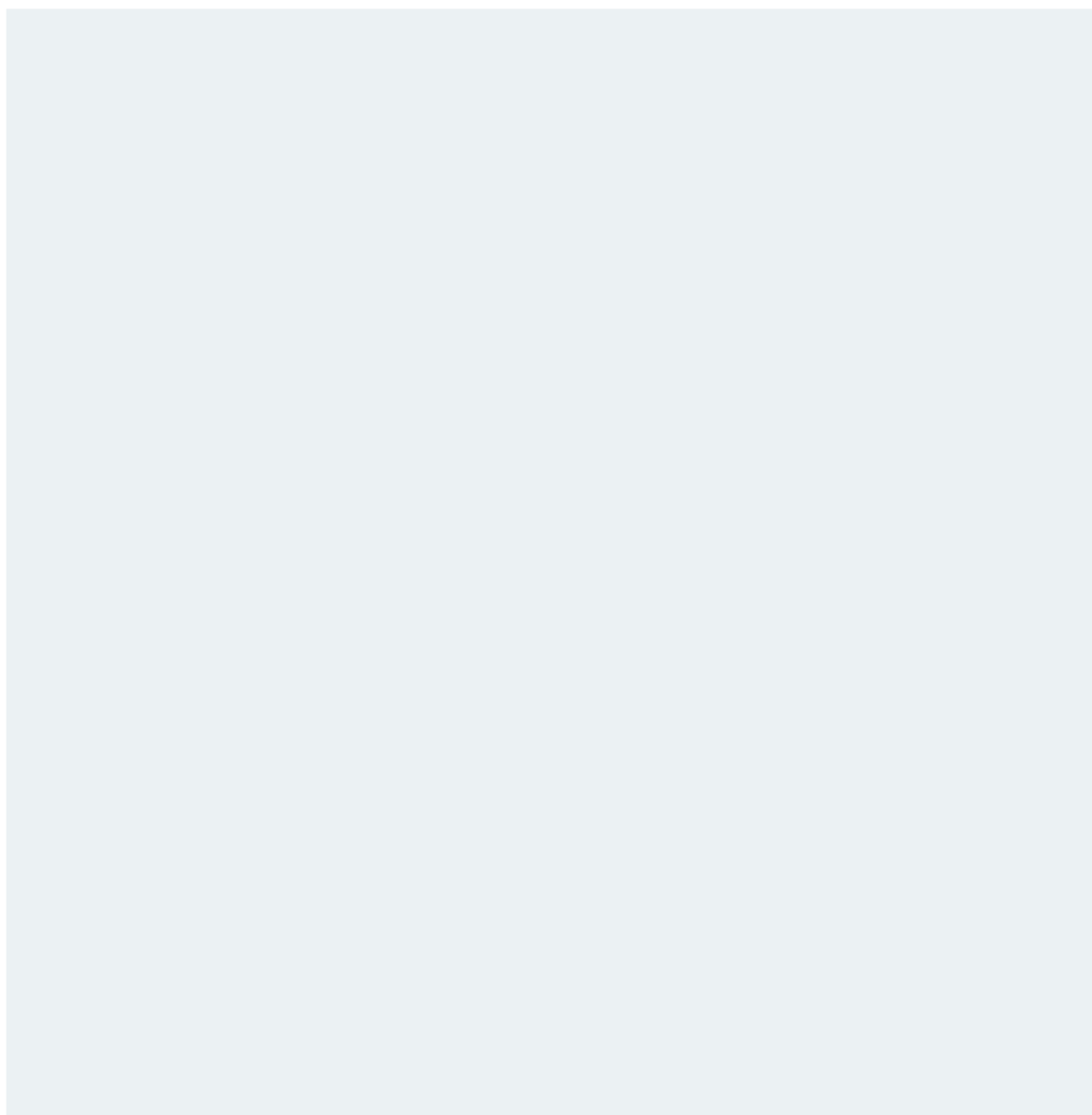
MUESTRA

Se realizaron 600 casos en toda la concesión para asegurar la representatividad de la muestra, distribuidos en 120 casos para cada región.

Se realizó una ponderación de los resultados conforme al peso de cada región en el total de la concesión.

El trabajo de campo fue realizado entre los meses de mayo y agosto de 2025. El nivel de confianza utilizado para el cálculo de la muestra es del 95%. El error muestral para la concesión es de 4%.

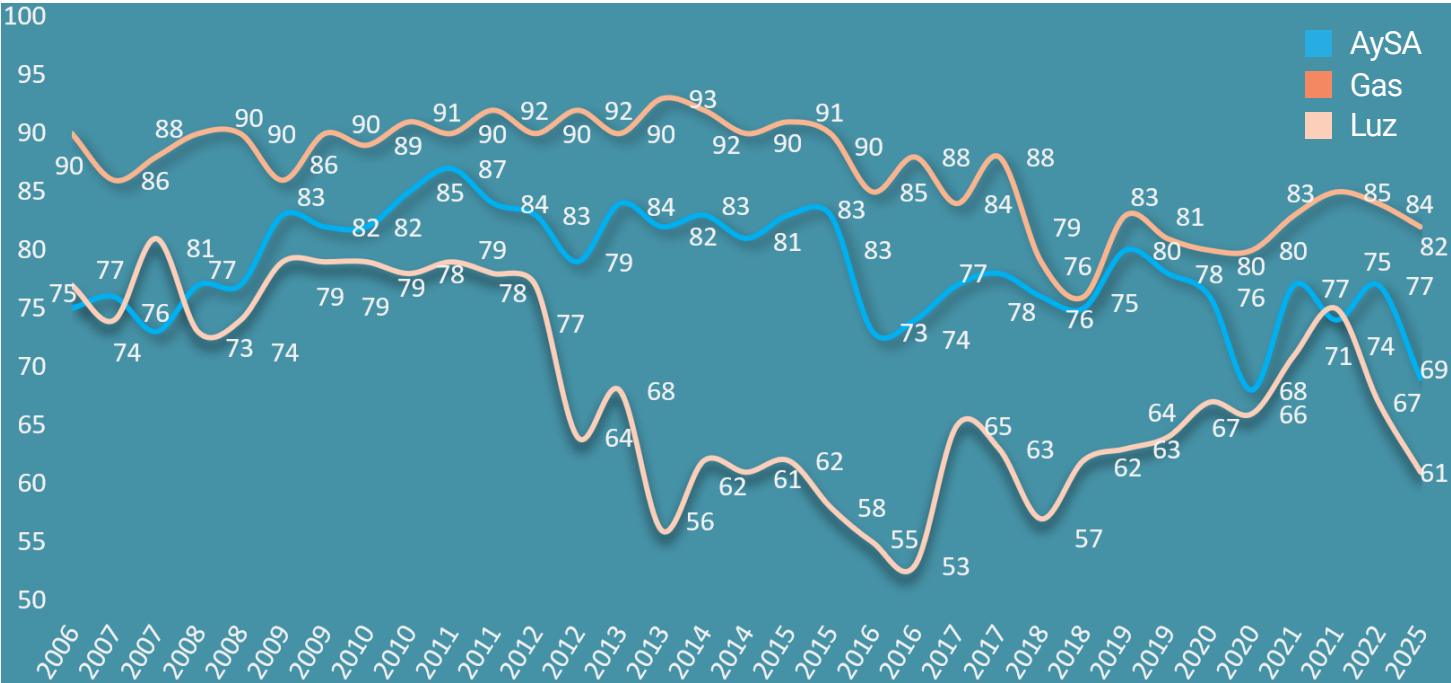
SATISFACCIÓN GENERAL



SATISFACCIÓN GENERAL

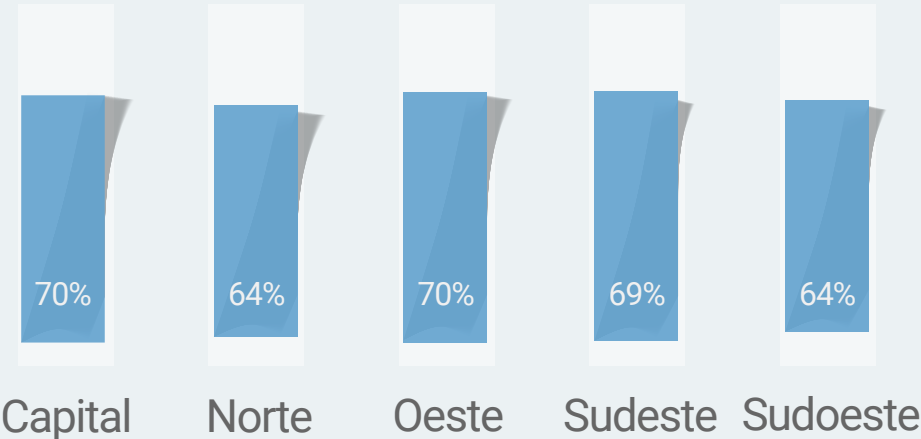
Luego de tres años, se ha vuelto a medir el nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio en general que brinda AySA a través de un muestreo probabilístico que incluye a todos los usuarios residenciales del área de concesión. Debido a sus características, este estudio posee el valor más ajustado para variables como satisfacción del usuario e imagen de empresa.

La satisfacción de los usuarios con el servicio que brinda AySA ha descendido un 10% respecto de la última medición.

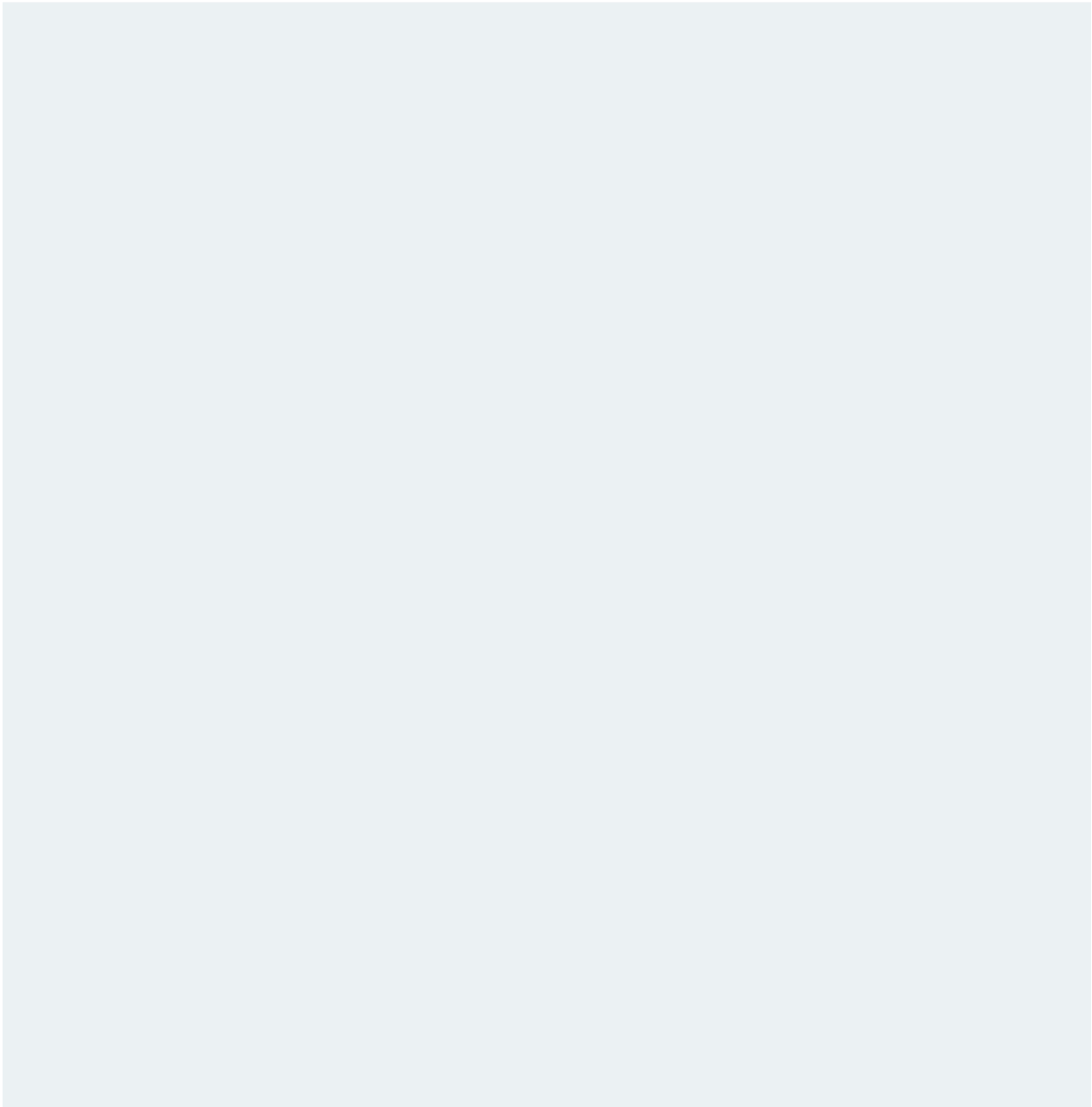


Satisfacción general de los usuarios en apertura de regiones

Las regiones mejor evaluadas son Capital y Oeste con el 70% de calificaciones positivas.

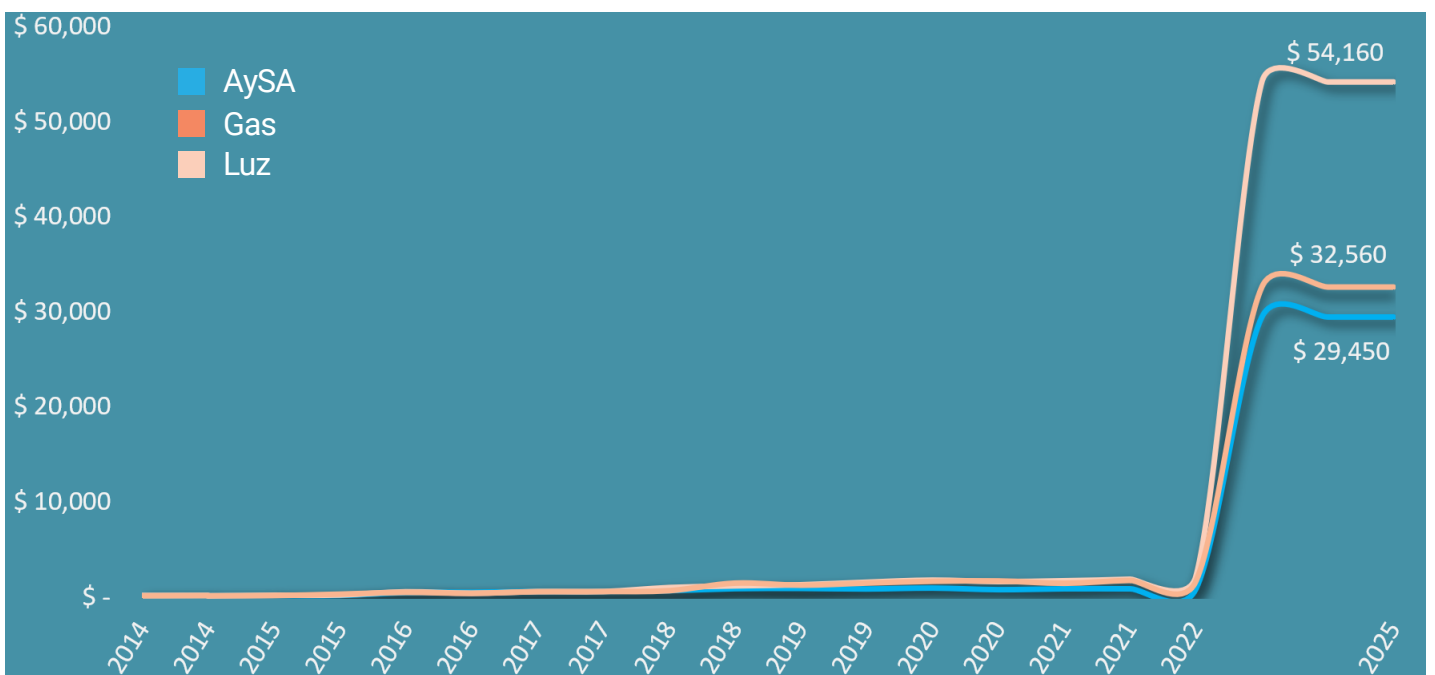
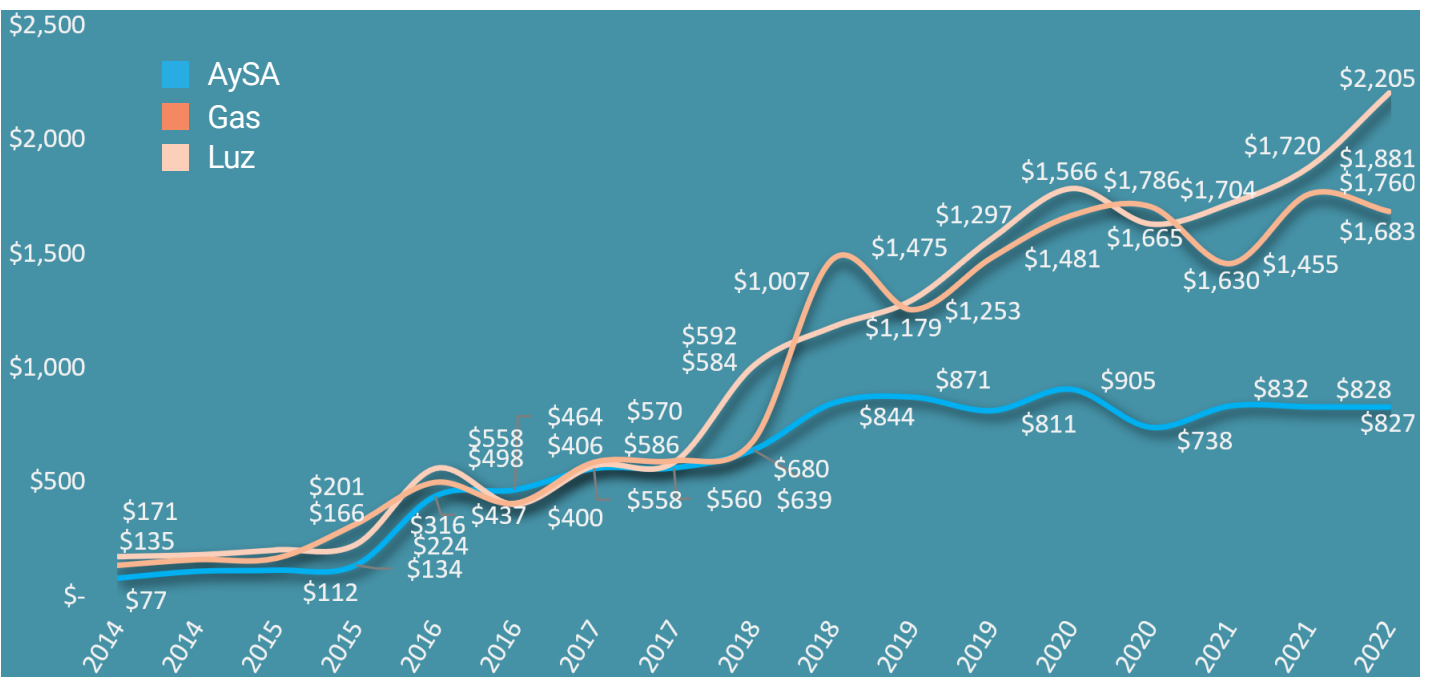


TARIFAS DE SERVICIOS



TARIFAS DE SERVICIOS

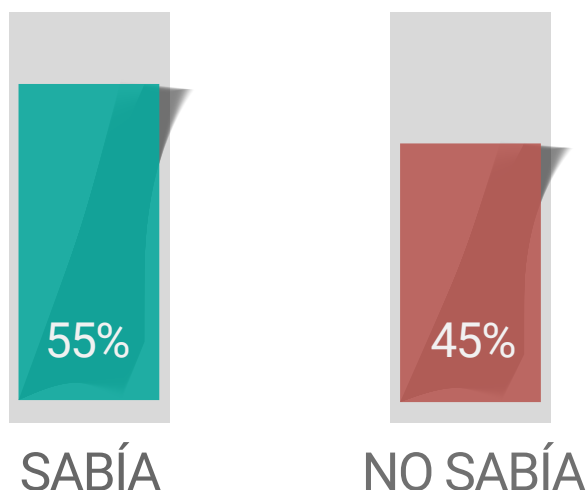
Las tarifas de los principales servicios públicos hoy se encuentran fuera de escala para los registros históricos. A pesar de esto, se puede observar que AySA continúa siendo la empresa con la tarifa más baja del segmento, pero las empresas de gas ahora se encuentran muy cerca. La diferencia con lo que sucedía tres años atrás es que, antes, la tarifa de AySA correspondía a la mitad de la del resto de la empresas.



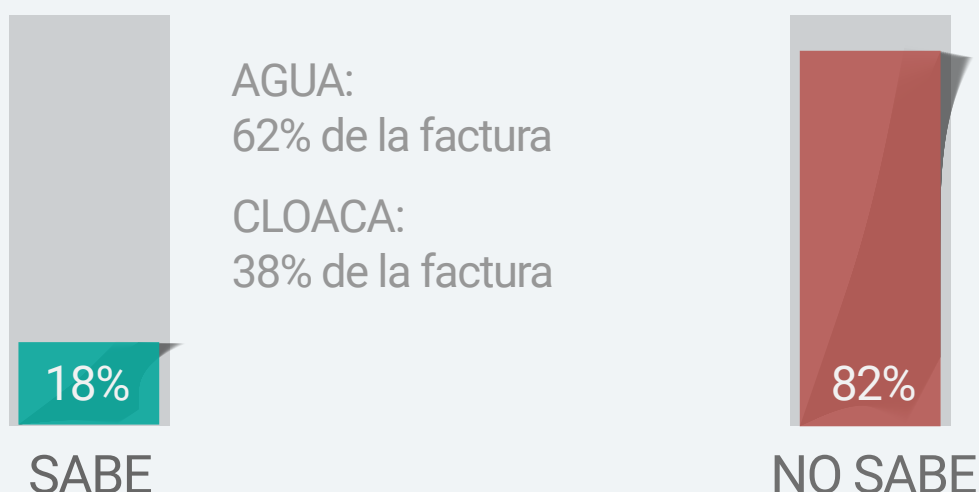
ABONA POR DOS SERVICIOS

Solo el 55% de los usuarios que mencionaron tener cloacas, además del servicio de agua, saben que en la factura que reciben de AySA están abonando dos servicios distintos en lugar de uno solo. Dentro de este segmento, apenas el 18% tiene conocimiento del porcentaje que corresponde a cada uno de los servicios.

¿Sabía que en la factura está abonando dos servicios?

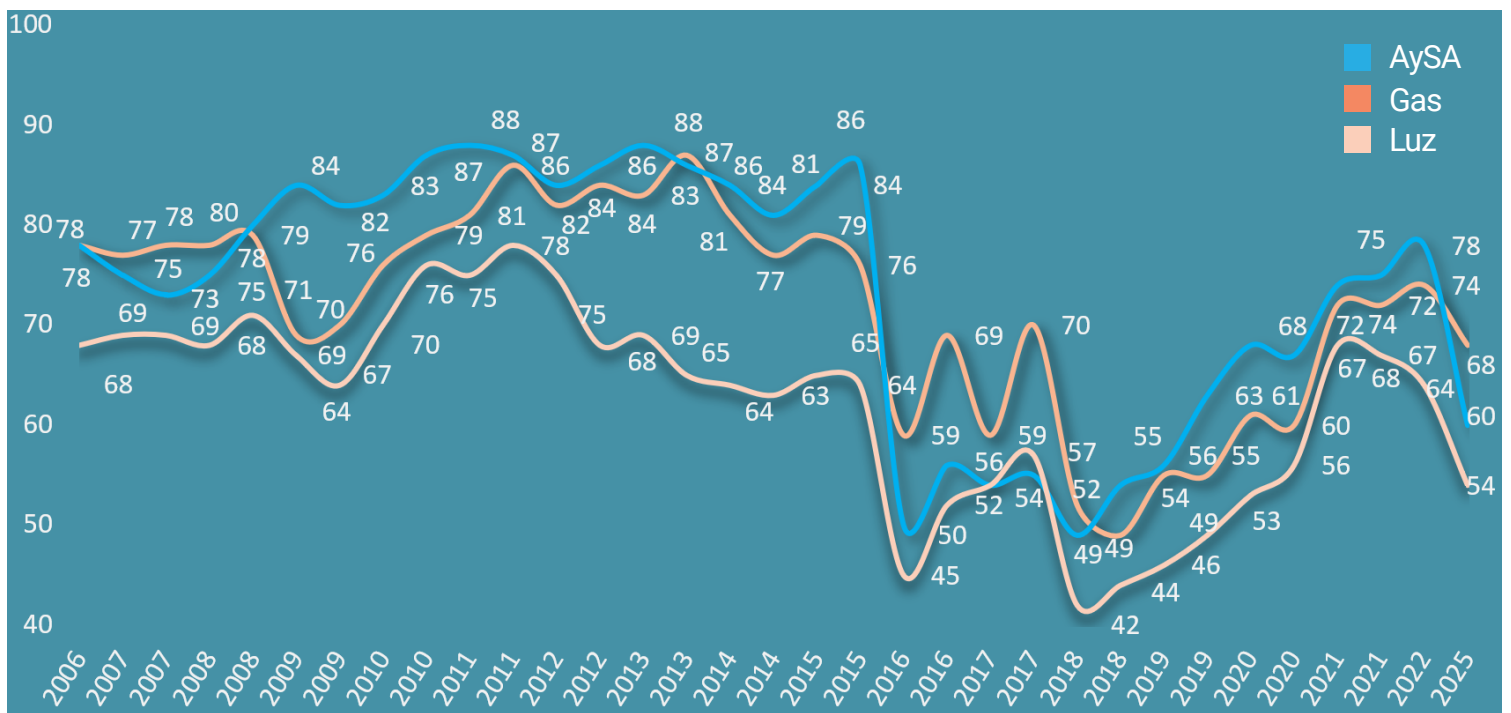


¿Sabe cuánto abona por cada servicio?



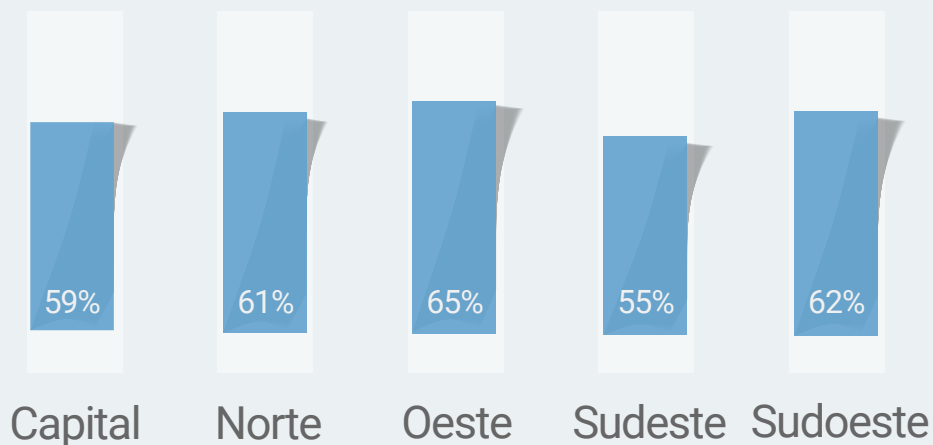
RELACIÓN PRECIO-CALIDAD

Históricamente, AySA fue la empresa con la mejor relación precio-calidad de servicio del segmento. A pesar de ser, actualmente, la empresa más barata, la relación precio-calidad de servicio registra un descenso del 23% respecto de la anterior medición en 2022.

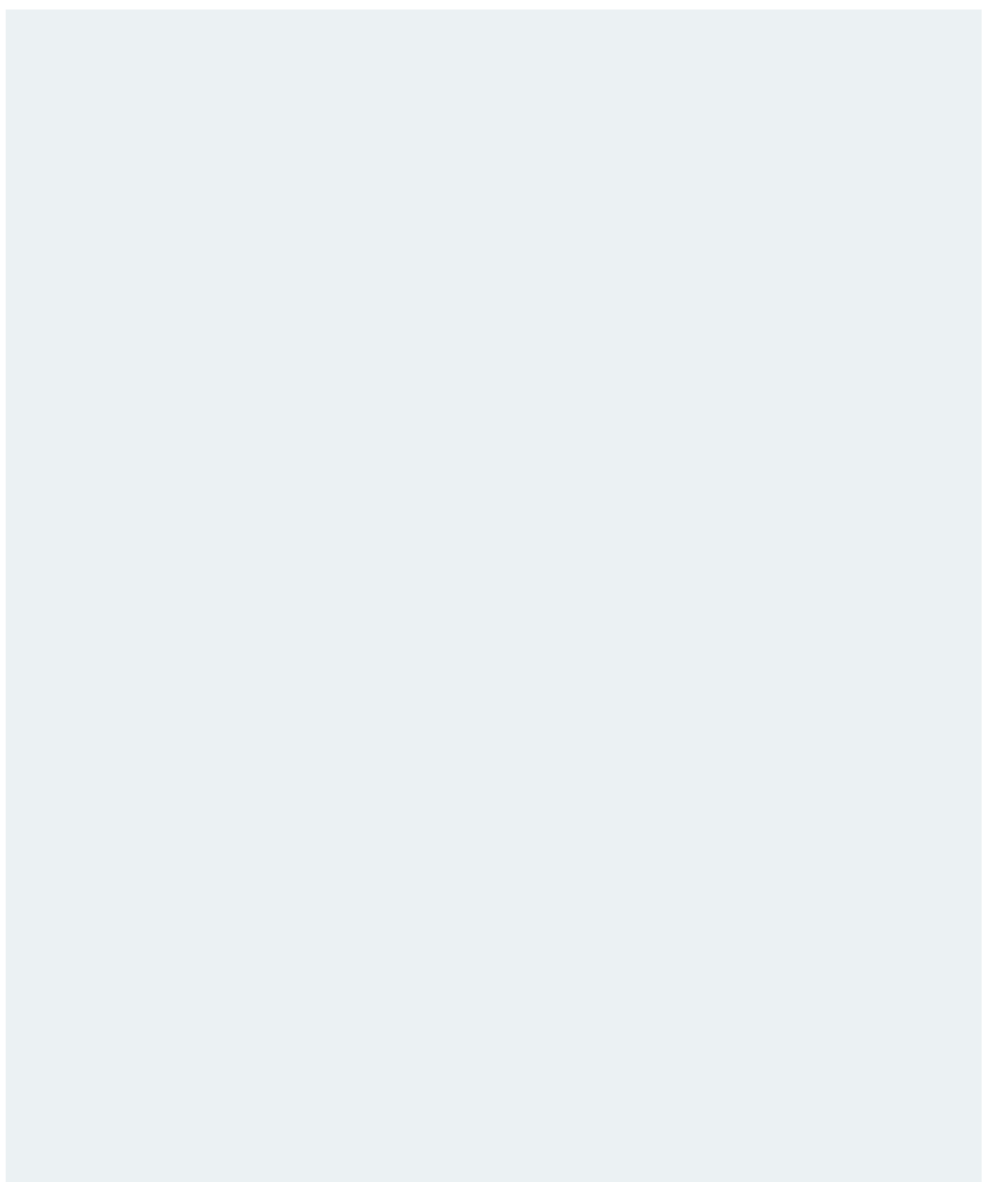


La relación precio-calidad de servicio en apertura de regiones

La región Oeste es la que posee la relación precio-calidad de servicio más elevada con el 65% de calificaciones iguales o mayores a 7.

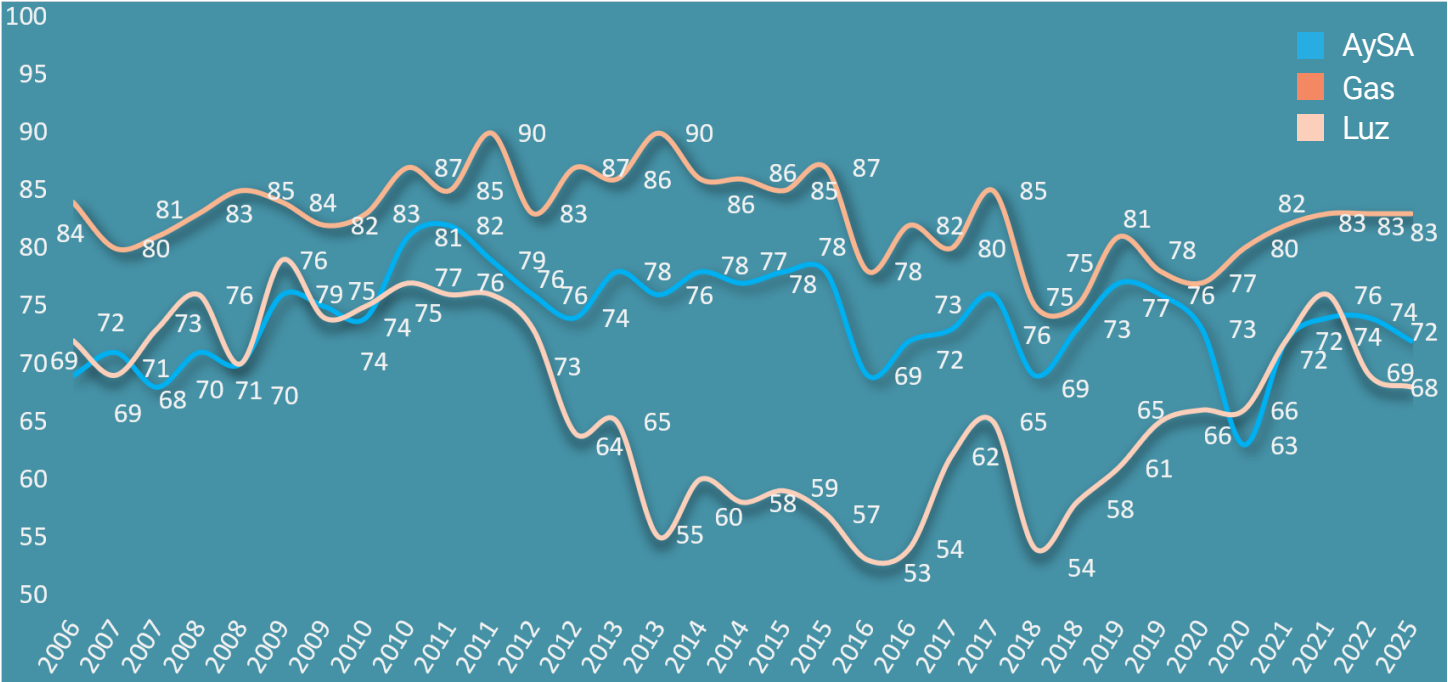


CALIDAD DE SUMINISTRO



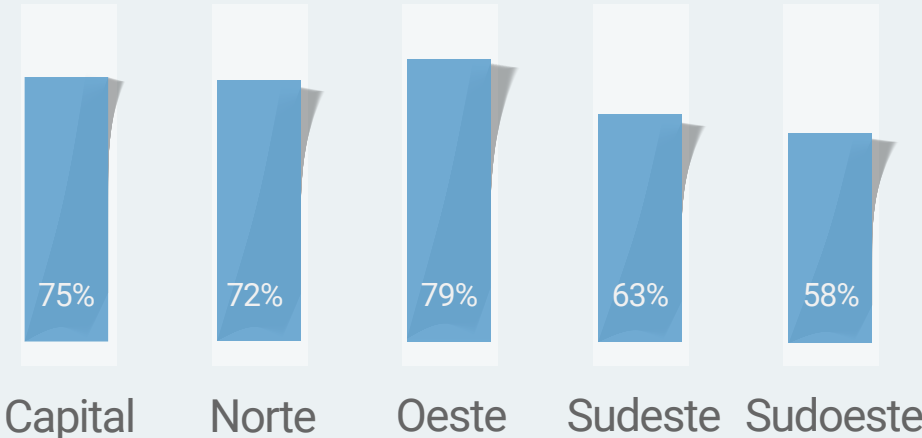
CALIDAD DEL SUMINISTRO

La calidad de suministro de AySA recibe un 72% de calificaciones positivas manteniendo el nivel que registró en la anterior medición de 2022. Se ubica en segundo lugar por debajo de las empresas de gas y superando a las eléctricas.



Calidad del suministro en apertura de regiones

La región Oeste es la que posee la mejor valoración del suministro. Recibe un 79% de calificaciones positivas y se ubica muy cerca de la empresa mejor calificada en esta variable.

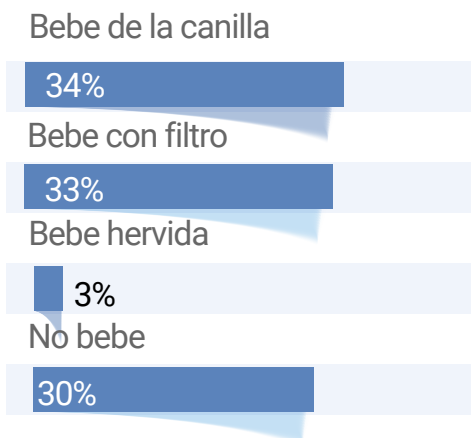


HÁBITOS DE CONSUMO

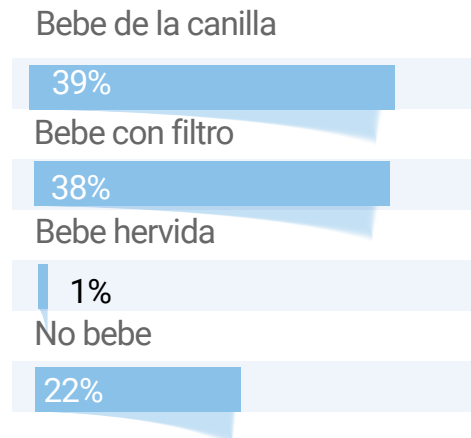
El 70% de los usuarios beben del agua que les provee AySA. Se ha producido un descenso de aproximadamente el 10% en la cantidad de usuarios que beben el agua, respecto del último valor registrado en 2022.

Entre quienes beben el agua, el 49% lo hace directo de la canilla, el 47% utiliza un filtro especial para tratar el agua y el 4% la hierve previo a consumirla.

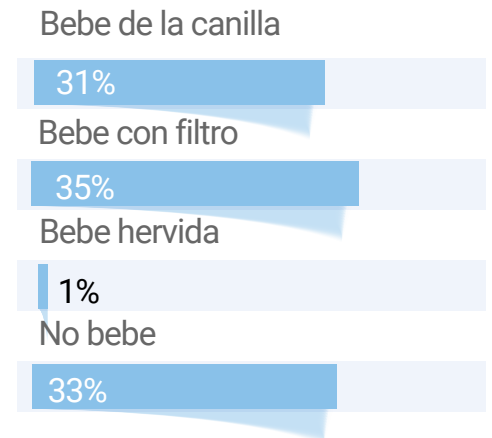
CONCESIÓN



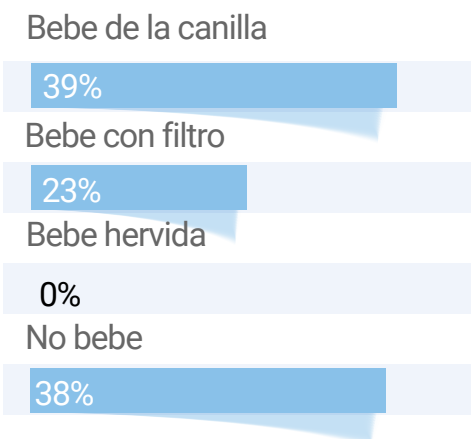
CAPITAL



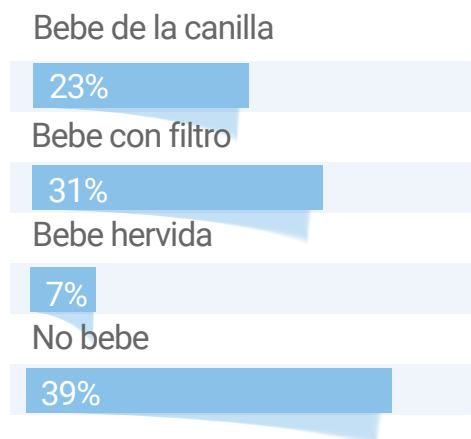
NORTE



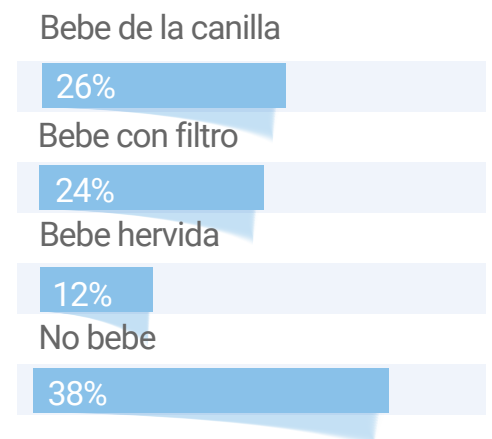
OESTE



SUDESTE



SUDOESTE



HÁBITOS DE CONSUMO

Beber el agua directo de la canilla es una señal de confianza en el suministro que posee un alto impacto en la valoración del servicio. Los aspectos más relevantes reciben mejores calificaciones en este segmento de usuarios.

IMPACTO EN LA SATISFACCIÓN GENERAL

Entre quienes beben el agua directo de la canilla, la SATISFACCIÓN GENERAL con el servicio que provee AySA se incrementa y alcanza el 80% de calificaciones positivas. Entre quienes no beben el agua, la satisfacción con AySA desciende al 66%.

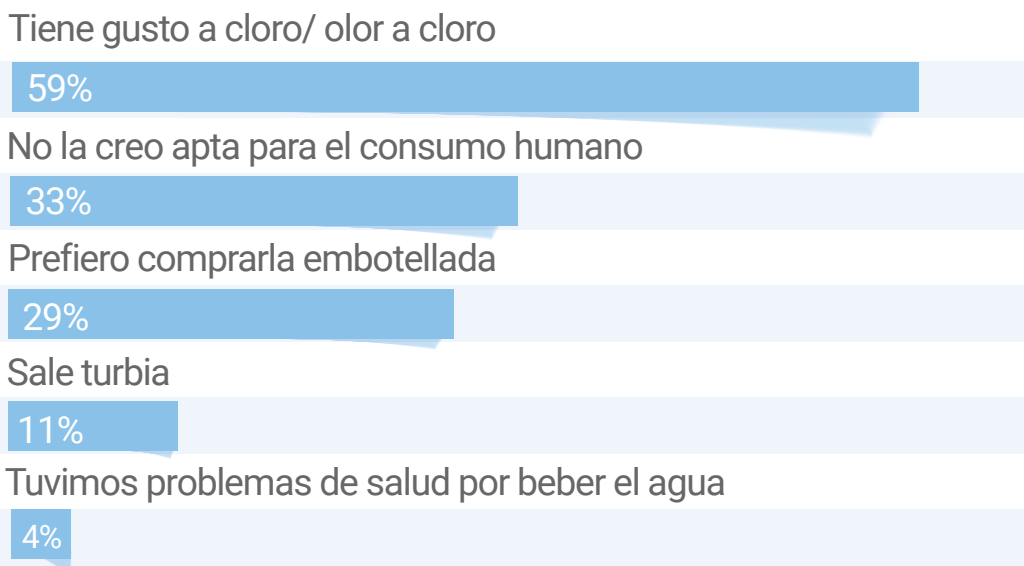
IMPACTO EN LA CALIDAD DE SUMINISTRO

La CALIDAD DEL SUMINISTRO pasa del 72% al 88% de calificaciones positivas entre quienes la beben. Mientras que, entre quienes no la beben, desciende al 63%.

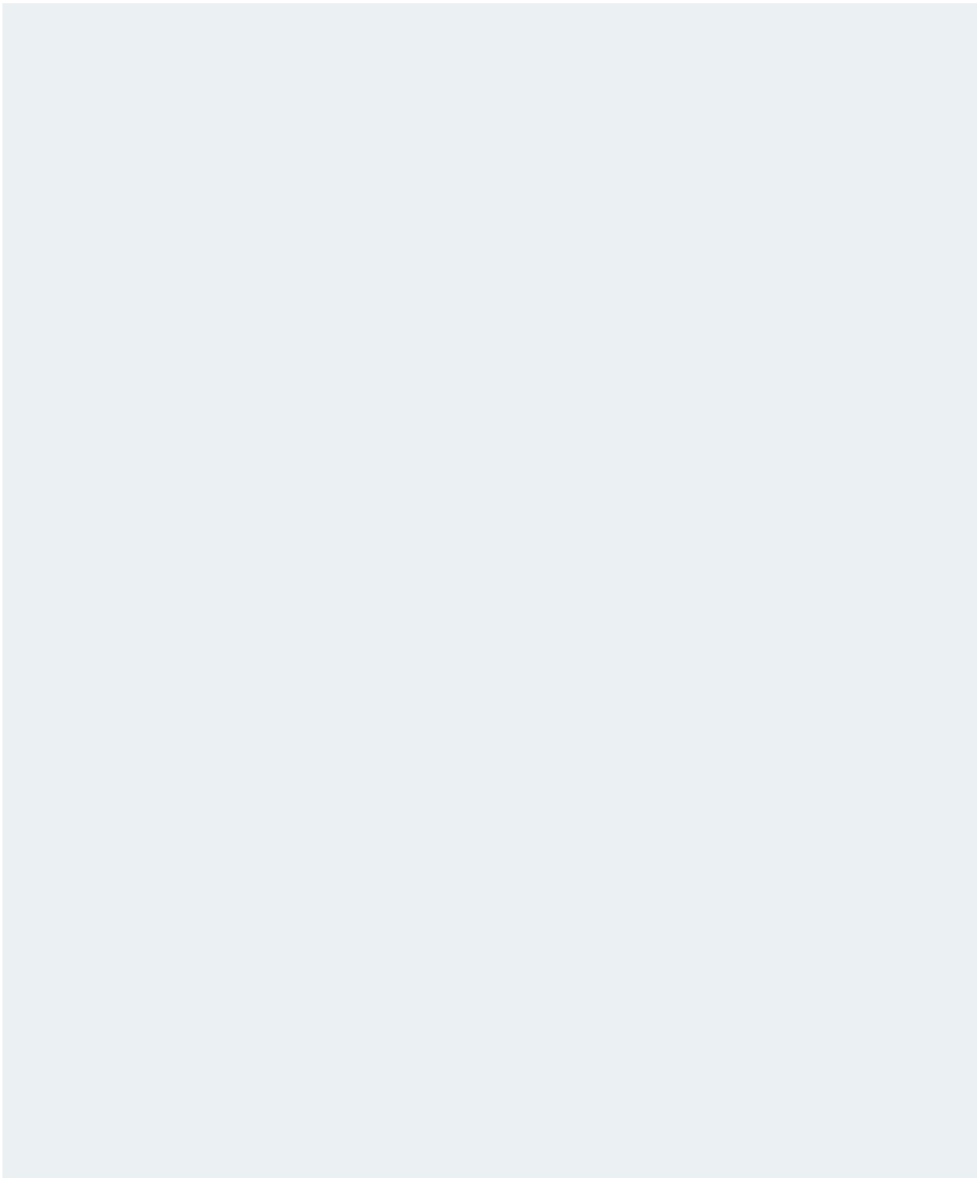
IMPACTO EN LA RELACIÓN PRECIO - CALIDAD DE SERVICIO

La RELACIÓN PRECIO-CALIDAD DE SERVICIO va del 60% al 67% de calificaciones positivas, ubicándose prácticamente al mismo nivel que las empresas de gas que son las mejor calificadas en este aspecto. Entre quienes no beben de la canilla, la valoración desciende al 57%.

¿Por qué razones no beben el agua que les provee AySA?

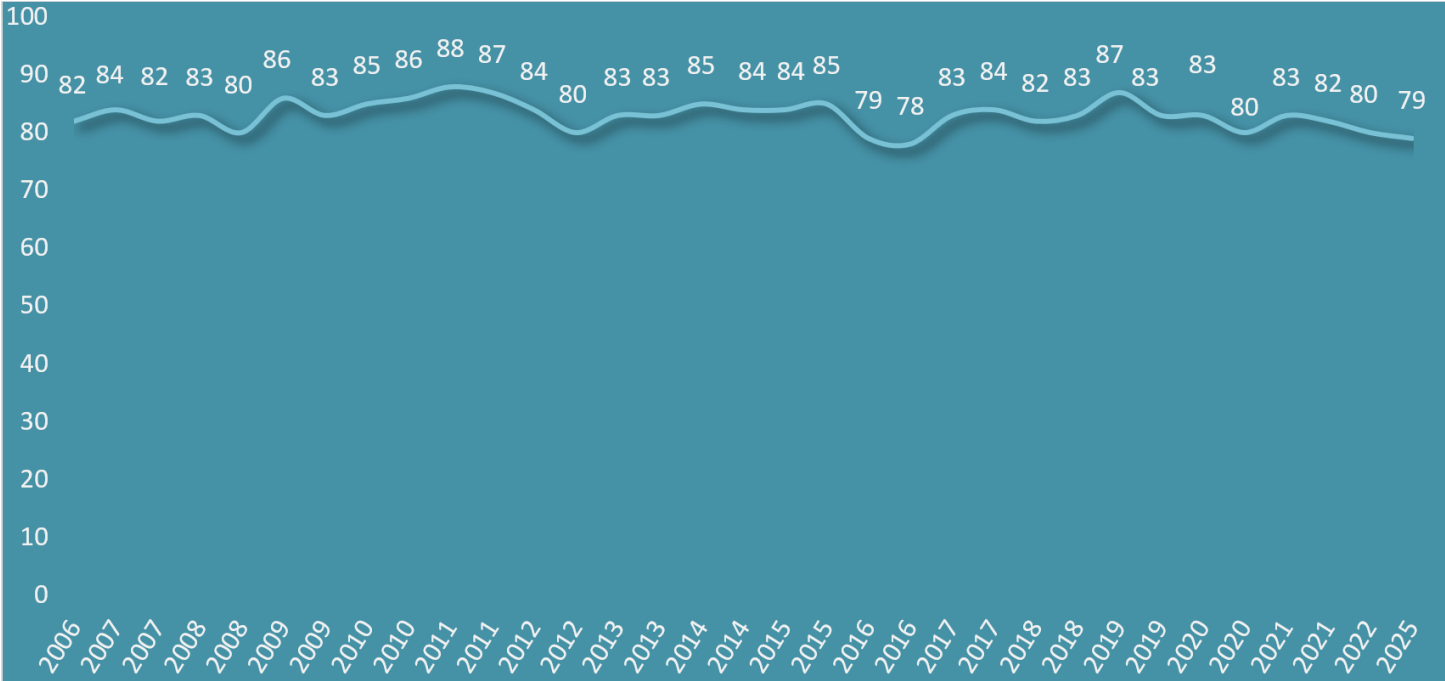


ATRIBUTOS DEL SUMINISTRO



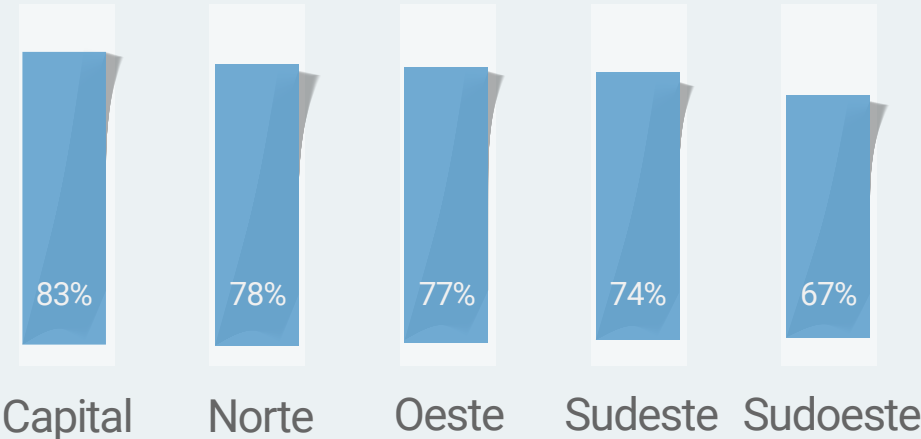
SERVICIO SIN CORTES

Proveer el servicio sin cortes recibe un 79% de calificaciones positivas. No se registran variaciones respecto a los valores registrados en la anterior medición de 2022.



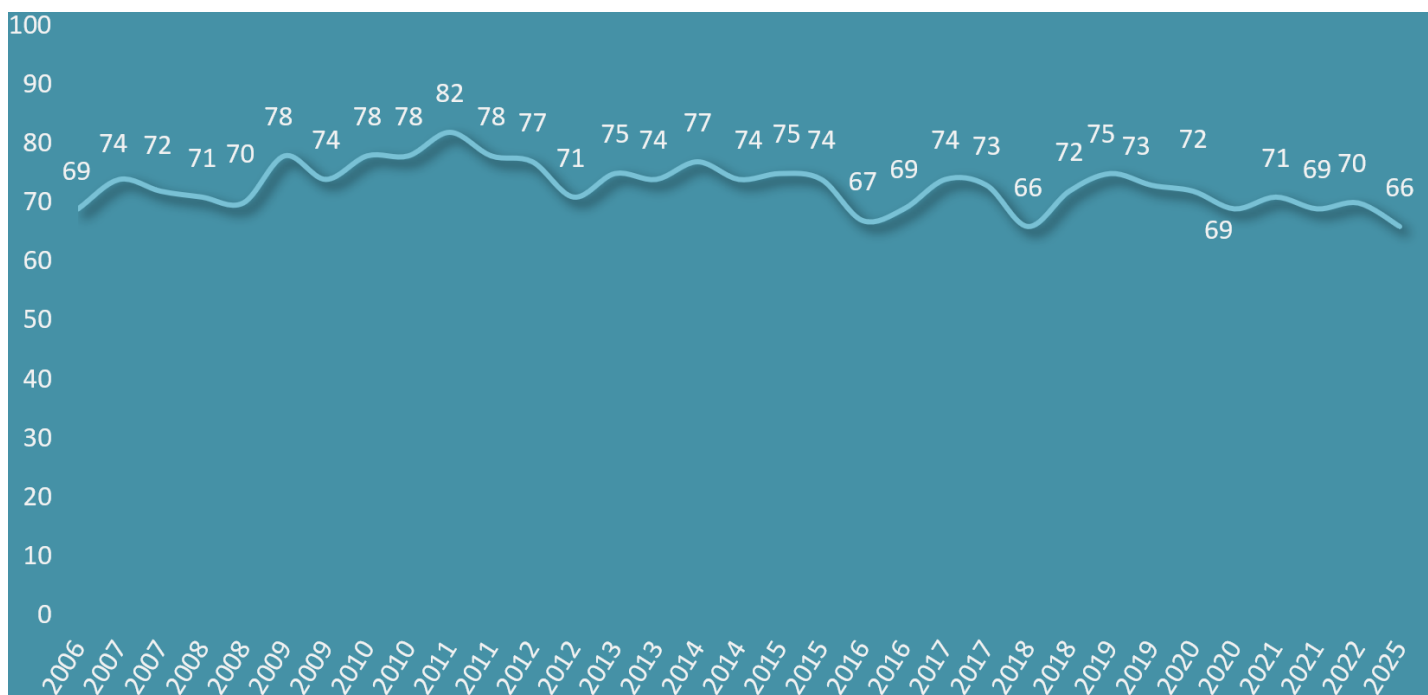
Servicio sin cortes en apertura de regiones

La región Capital es quien registra el valor más elevado en esta variable reuniendo un 83% de calificaciones iguales o mayores a 7 puntos.



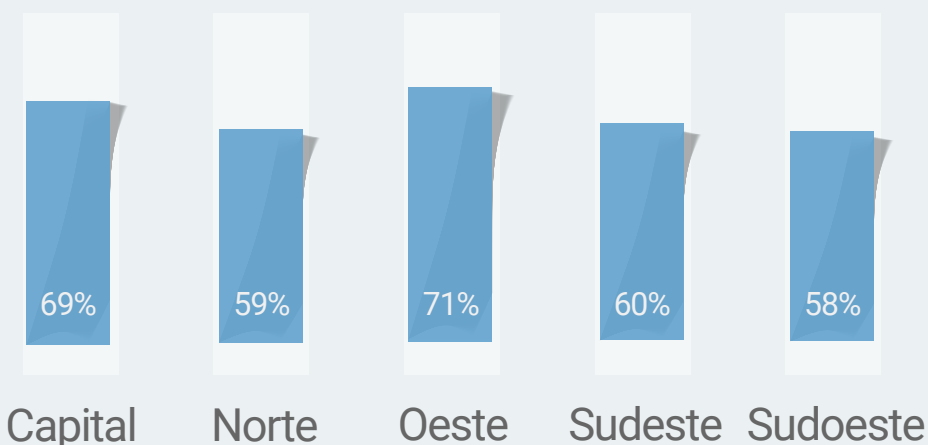
PRESIÓN Y CAUDAL SUFICIENTE

Tener presión y caudal suficiente recibe un 66% de calificaciones positivas y se ubica en el punto más bajo que se ha registrado para esta variable.



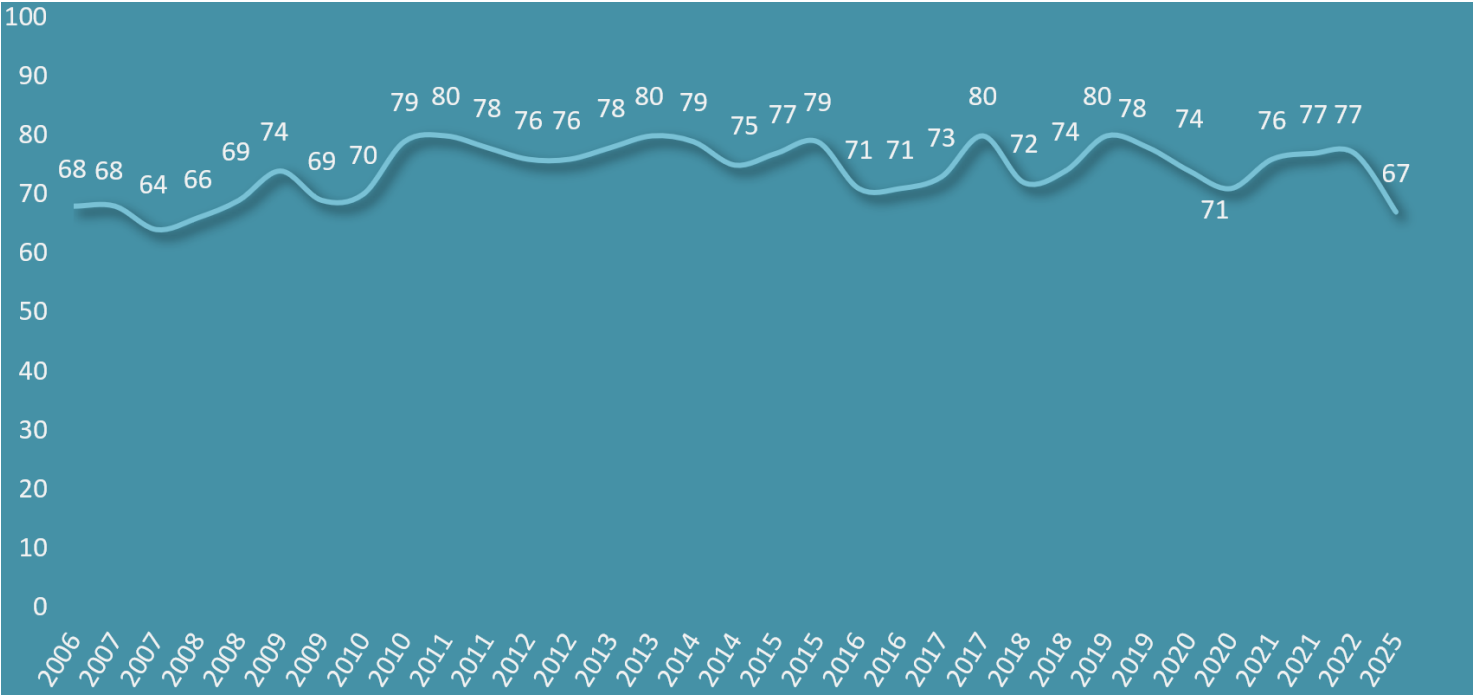
Presión suficiente y constante en apertura de regiones

La región que presenta la mejor performance es Oeste con el 71% de calificaciones positivas.



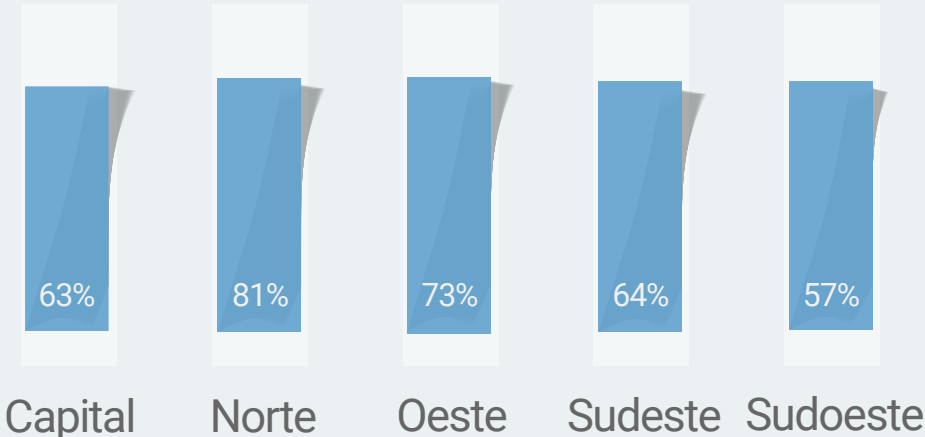
CRISTALINA Y TRANSPARENTE

Ser cristalina y transparente se ubica 10 puntos porcentuales por debajo del valor registrado en la última medición de 2022. Recibe un 67% de calificaciones positivas.



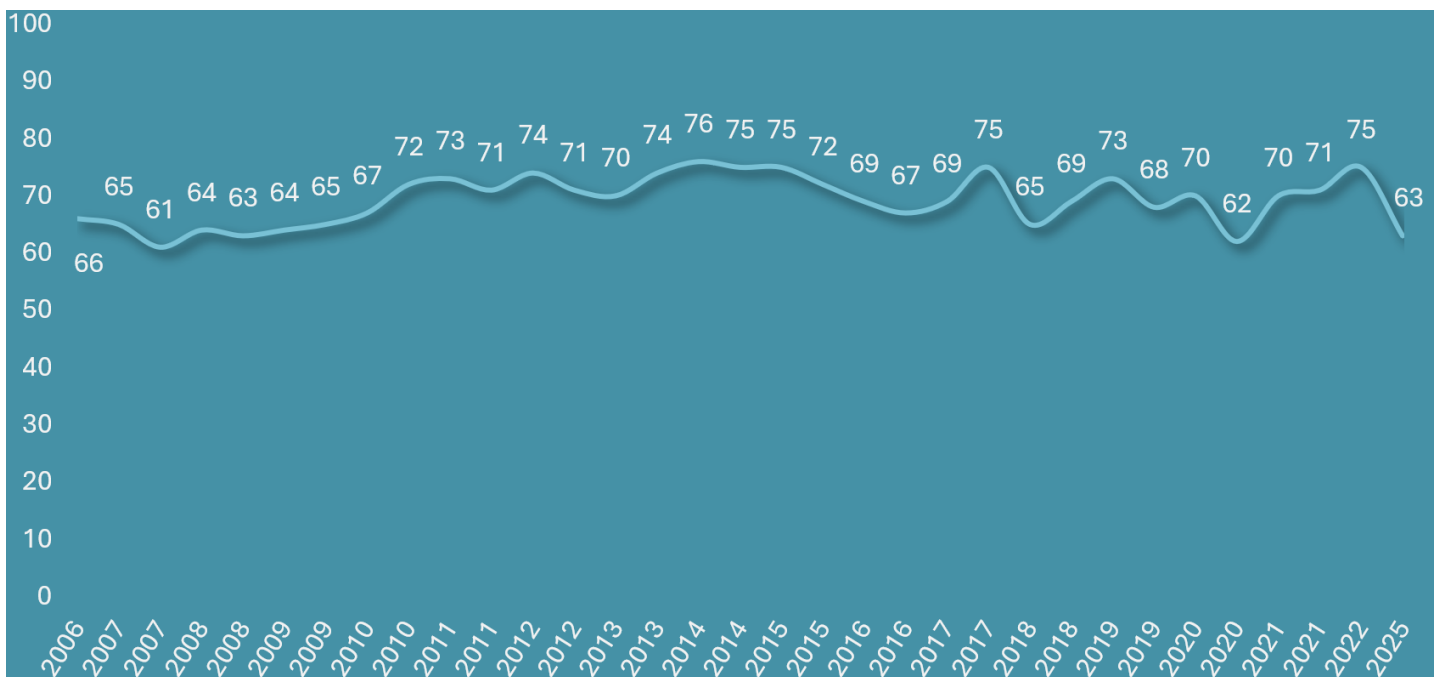
Ser cristalina y transparente en apertura de regiones

La región con la mejor performance en esta variable es Norte. Recibe un 81% de calificaciones positivas.



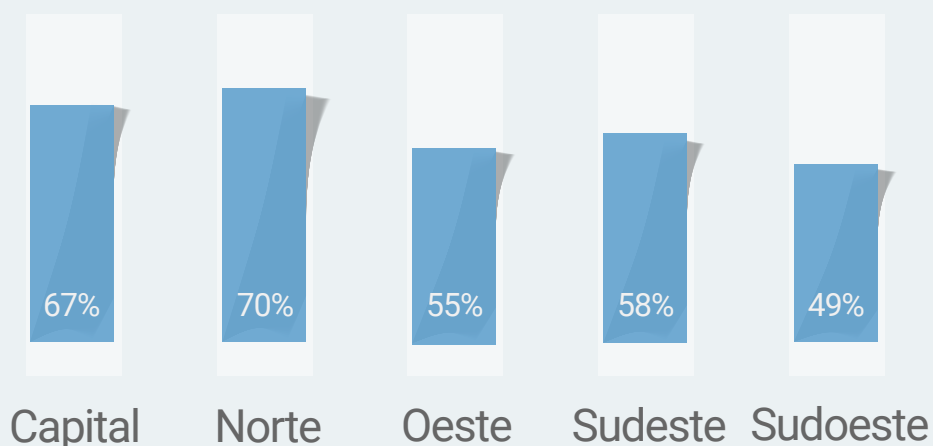
APTA PARA EL CONSUMO

Ser apta para el consumo humano registra un descenso de 12 puntos porcentuales respecto de la última medición de 2022.



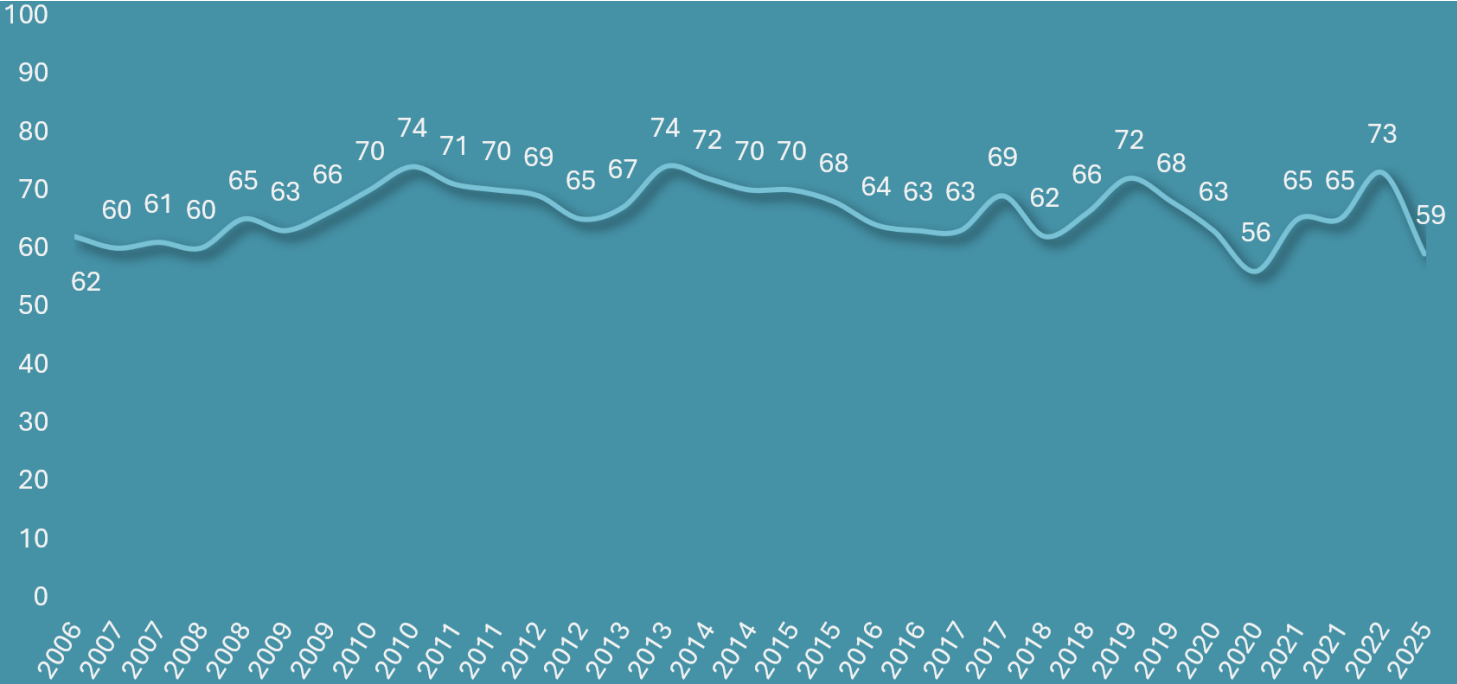
Apta para el consumo humano en apertura de regiones

La región que recibe las mejores calificaciones en esta variable es Norte con el 70% de calificaciones positivas.



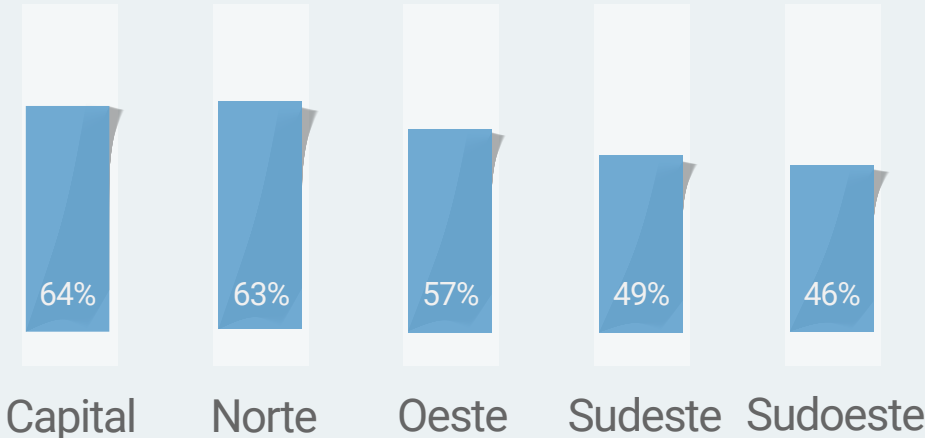
NO TENER OLOR NI SABOR EXTRAÑO

No tener olor ni sabor extraño recibe un 59% de calificaciones positivas. Se registró un descenso de 14 puntos porcentuales respecto de la anterior medición.

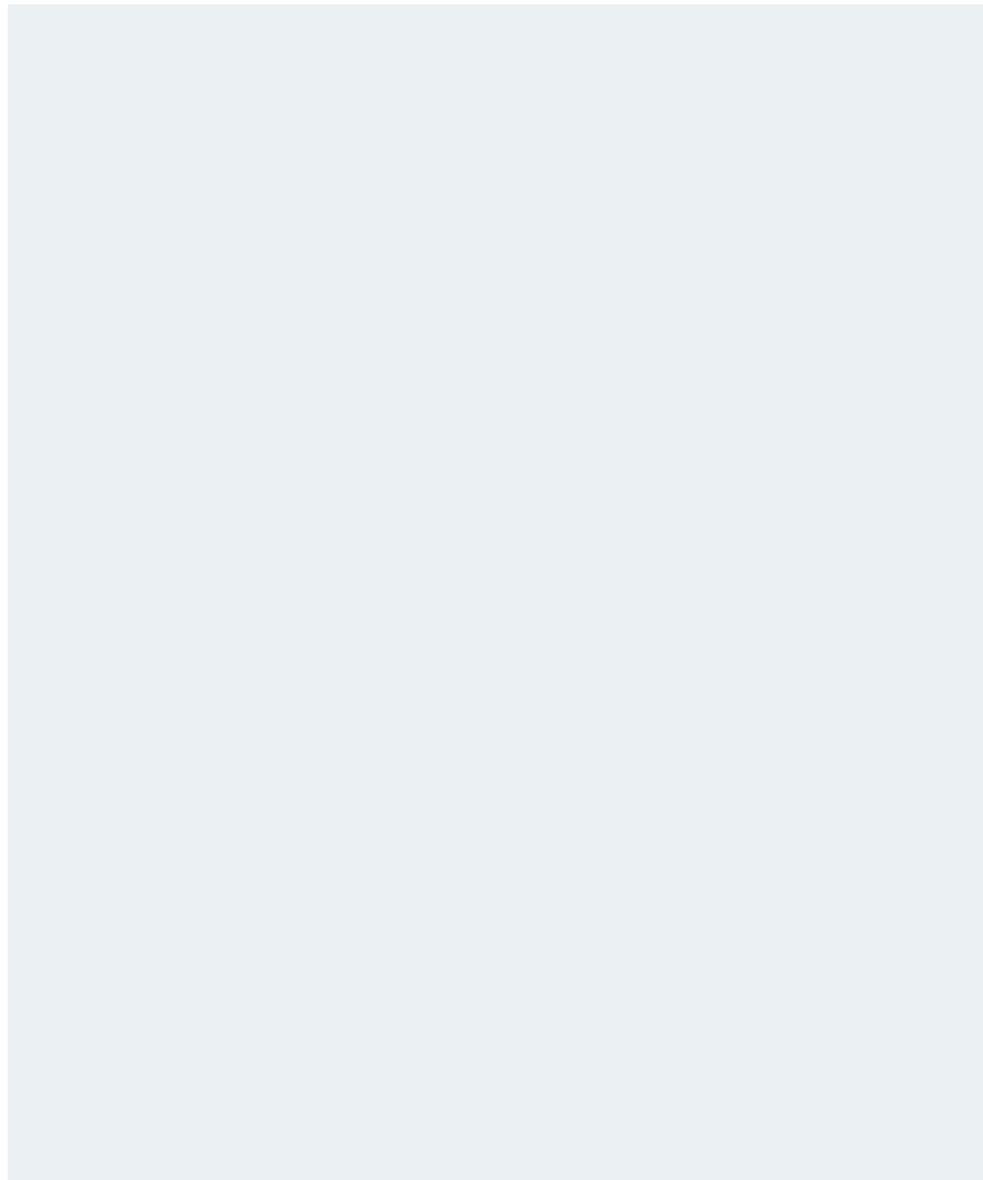


No tener olor ni sabor extraño en apertura de regiones

La región con la mejor valoración en este aspecto del suministro es Capital con el 64% de calificaciones positivas.

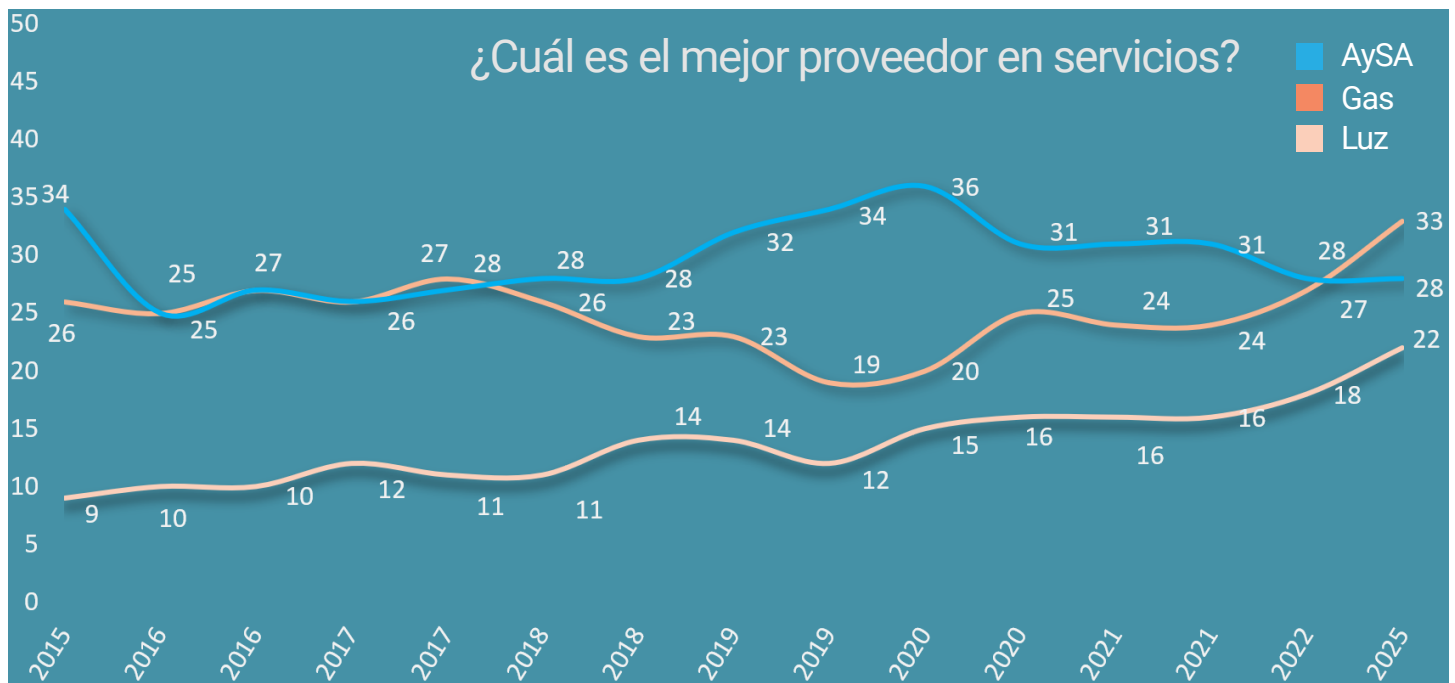


BENCHMARK



MEJOR PROVEEDOR

Hasta finales de 2019, AySA era percibida como la mejor empresa de servicios públicos del segmento. A partir del primer semestre de 2020 y hasta el presente, ha recorrido un camino descendente al mismo tiempo que las compañías de Luz y Gas han hecho justamente lo contrario. Esto ha llevado a AySA a perder su liderazgo y a acercarse a solo 6 puntos porcentuales de la menos calificada cuando, seis años atrás, la duplicaba en valoración.



Mejor proveedor en apertura de regiones

Podemos observar que existen diferencias muy significativas en la valoración, tanto del servicio que brinda AySA, como el del resto de las empresas de servicios públicos cuando se realiza la apertura por regiones.

Capital

GAS	42%
AYSA	34%
LUZ	24%

Norte

LUZ	39%
GAS	34%
AYSA	27%

Oeste

LUZ	40%
AYSA	34%
GAS	26%

Sudeste

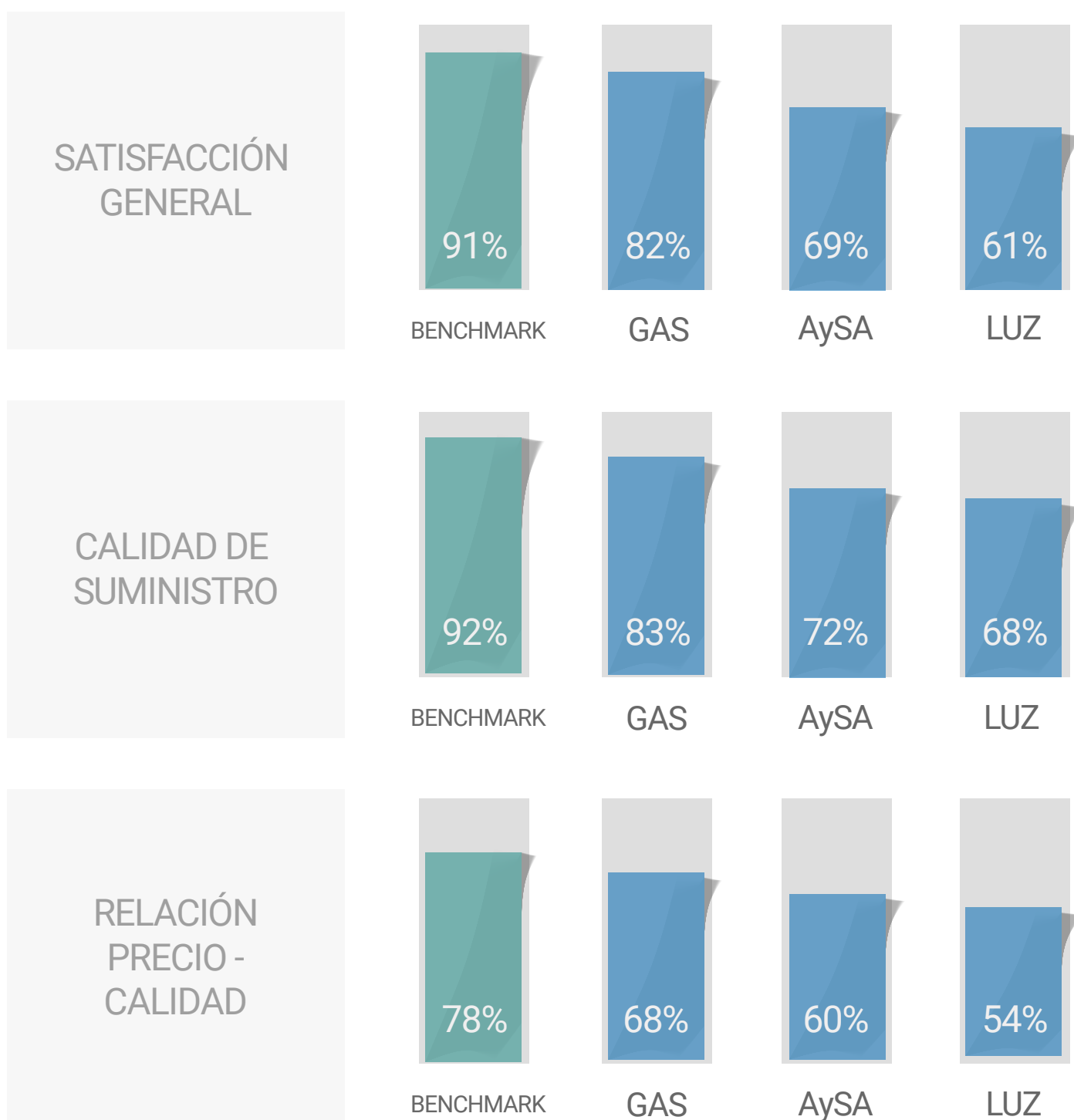
GAS	58%
AYSA	27%
LUZ	15%

Sudoeste

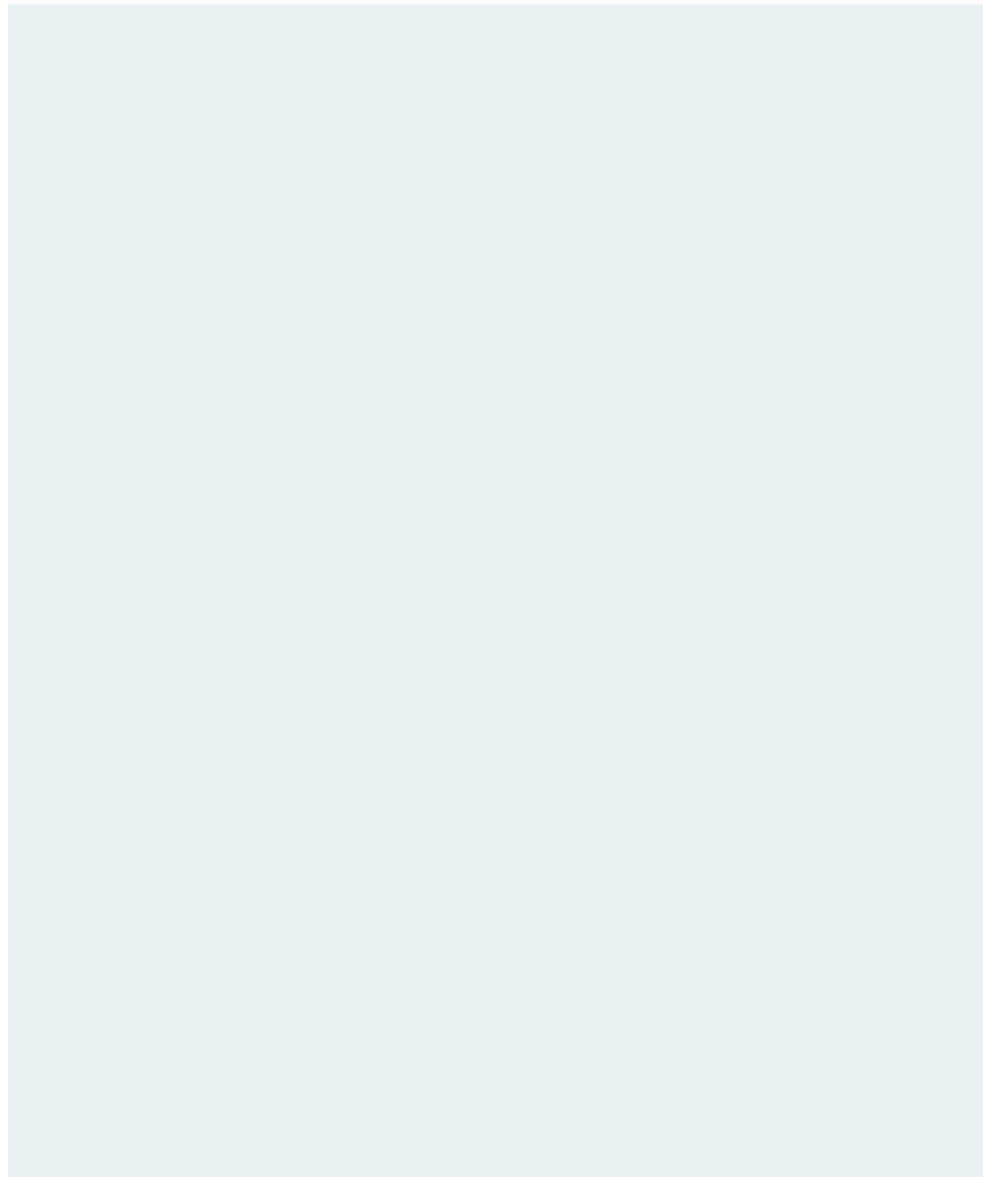
AYSA	50%
GAS	35%
LUZ	15%

BENCHMARK

Con la selección del mejor proveedor de servicios y su respectiva valoración de las prestaciones, se construye el benchmark. Este punto de referencia nos sirve para determinar dónde se ubica AySA en el ideal de los usuarios y cuánto debe mejorar para acercarse a ese modelo.

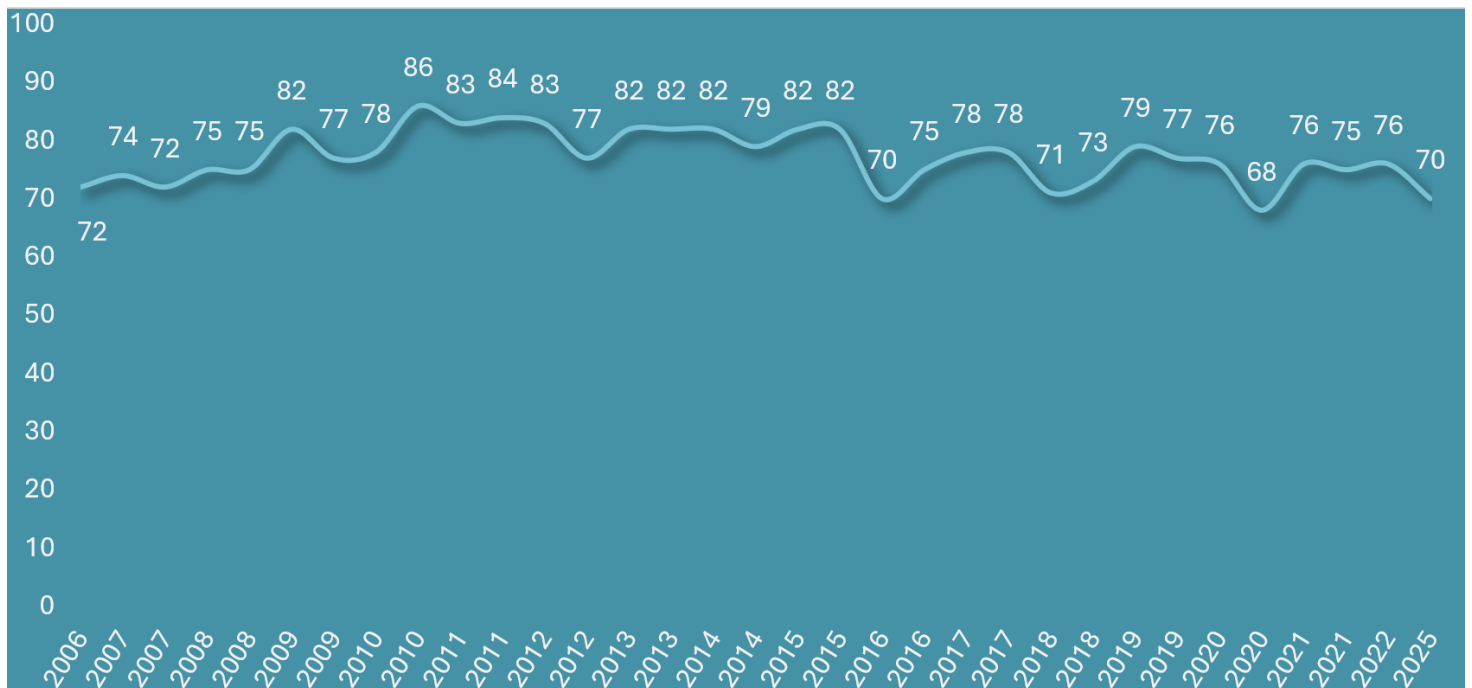


ATRIBUTOS IMAGEN



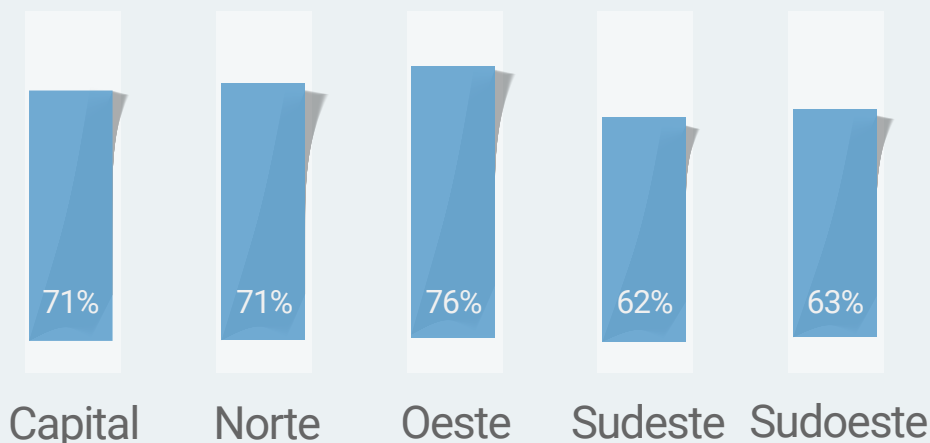
BRINDA SERVICIO EFICIENTE

Brinda un servicio eficiente recibe un 70% de calificaciones positivas. Si bien registra un leve descenso, aún se encuentra dentro de los valores esperados para esta variable.



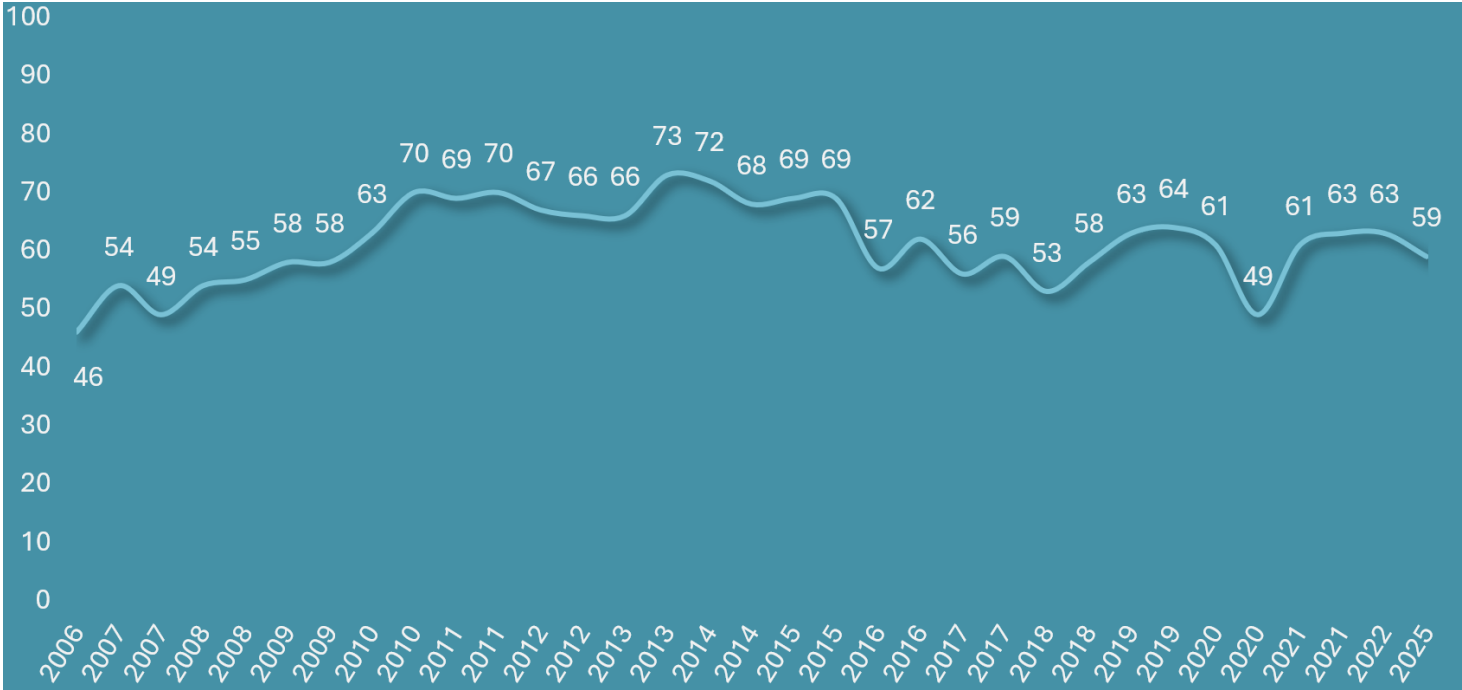
Brinda servicio eficiente en apertura de regiones

Le región mejor evaluada es Oeste que recibe un 76% de calificaciones positivas.



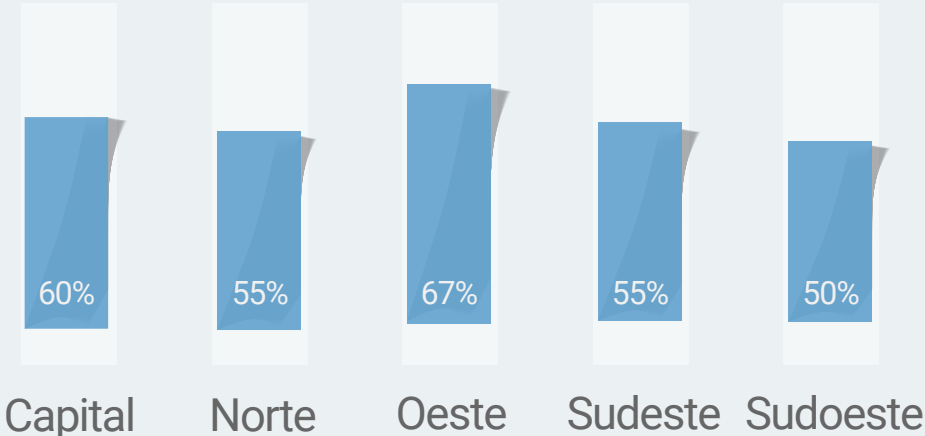
CONDUCTA ÉTICA Y HONESTA

Tiene una conducta ética y honesta recibe un 59% de calificaciones positivas y se ubica 4 puntos porcentuales por debajo del valor registrado en la anterior medición.



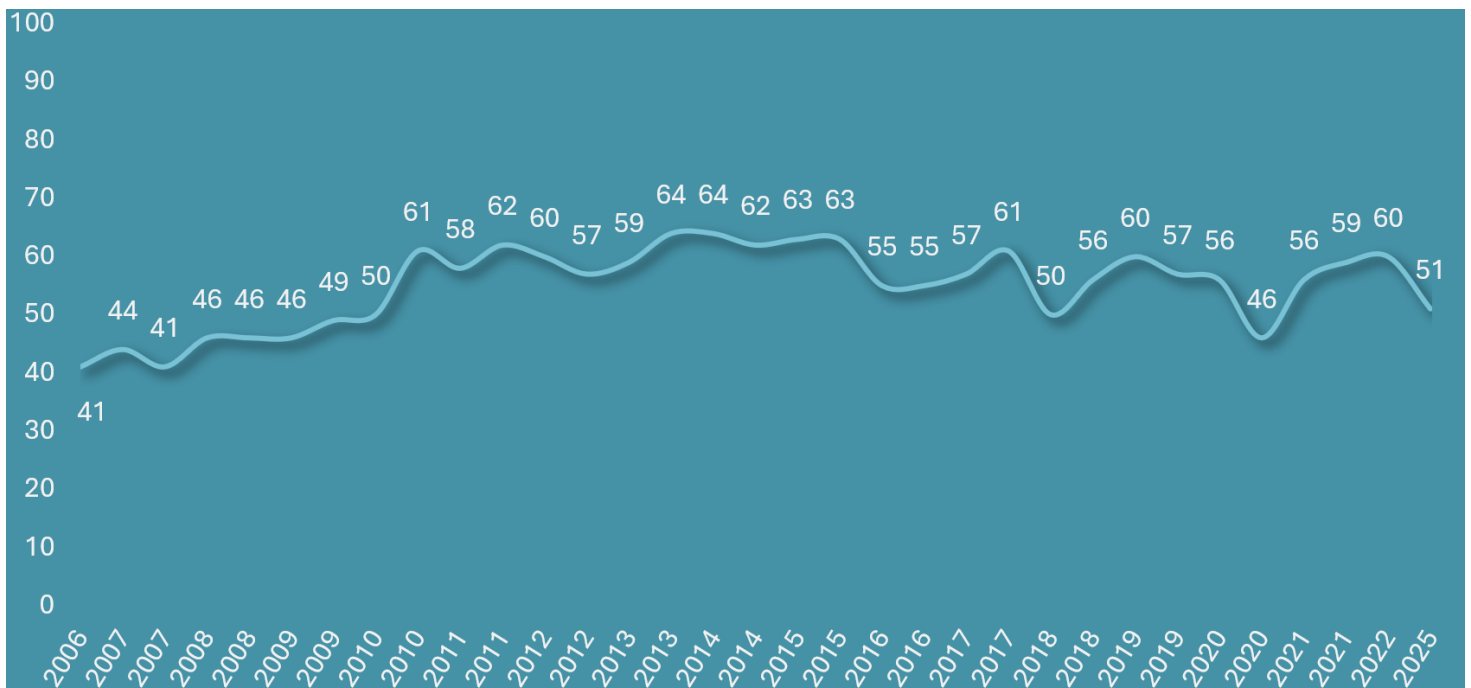
Conducta ética y honesta en apertura de regiones

La región mejor evaluada en este aspecto es Oeste con el 67% de calificaciones positivas.



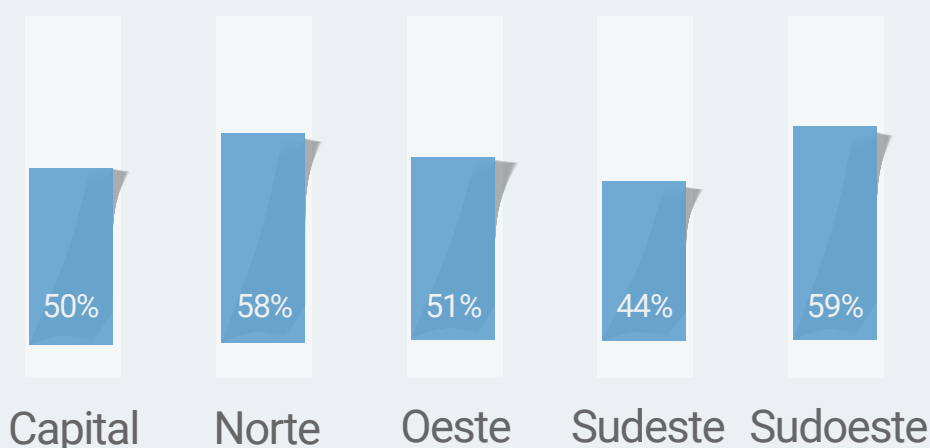
CUIDA EL MEDIO AMBIENTE

Es una empresa que cuida el medio ambiente recibe un 51% de calificaciones positivas y se ubica 9 puntos porcentuales por debajo de los valores registrados en la anterior medición.



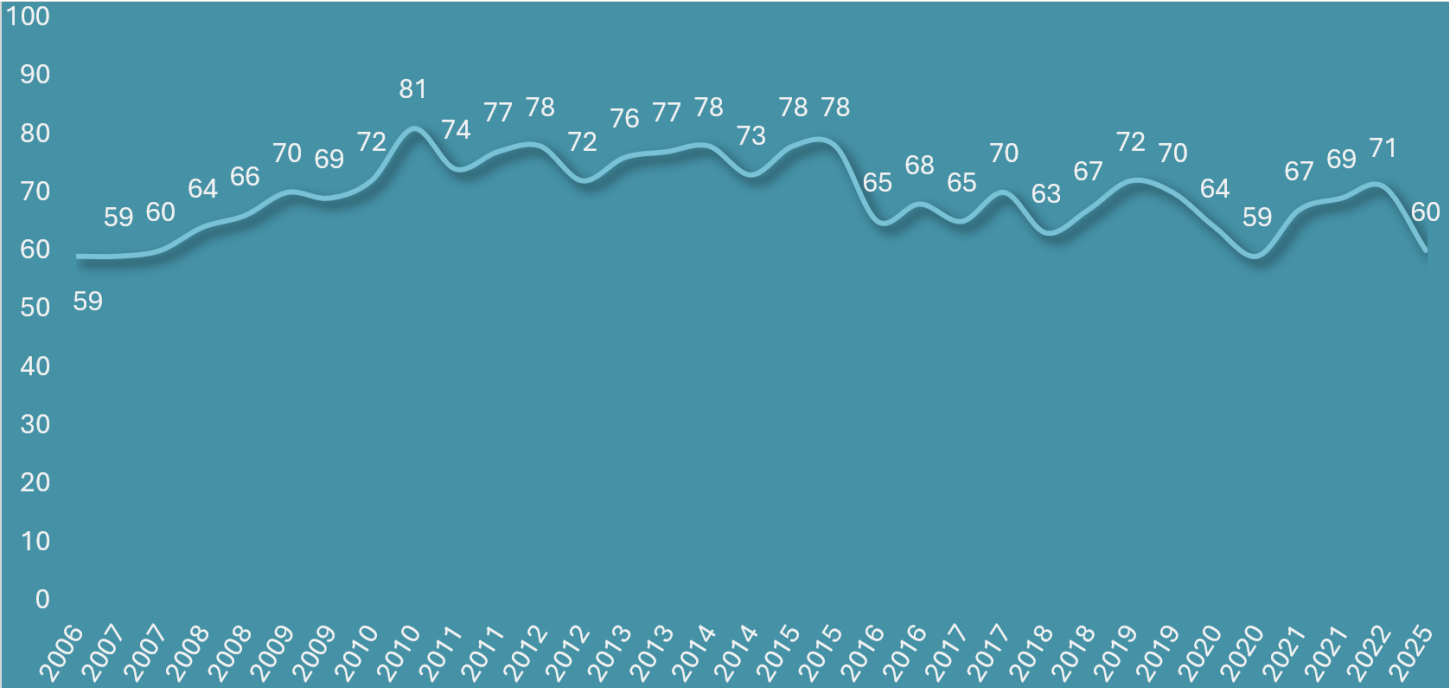
Cuida el medio ambiente en apertura de regiones

La región con la mejor valoración en esta variable es Sudoeste que recibe un 59% de calificaciones positivas.



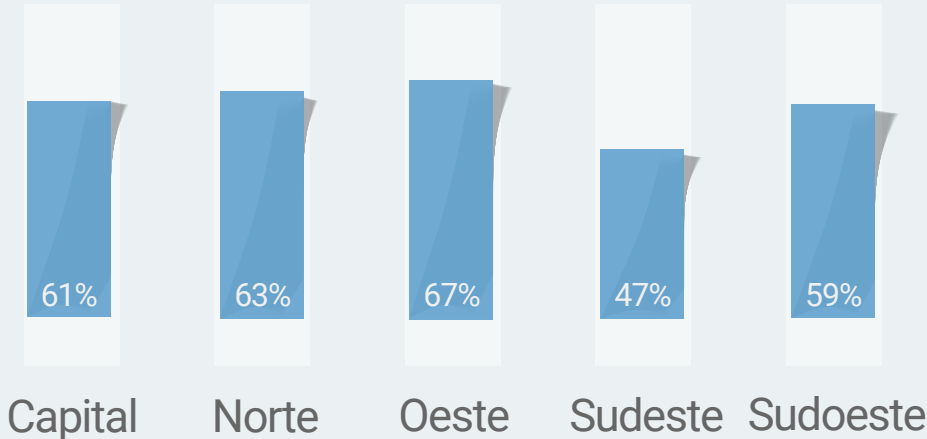
BRINDA EXCELENTE ATENCIÓN

Brinda una excelente atención recibe un 60% de calificaciones positivas y se ubica 9 puntos porcentuales por debajo de los valores registrados en la anterior medición.



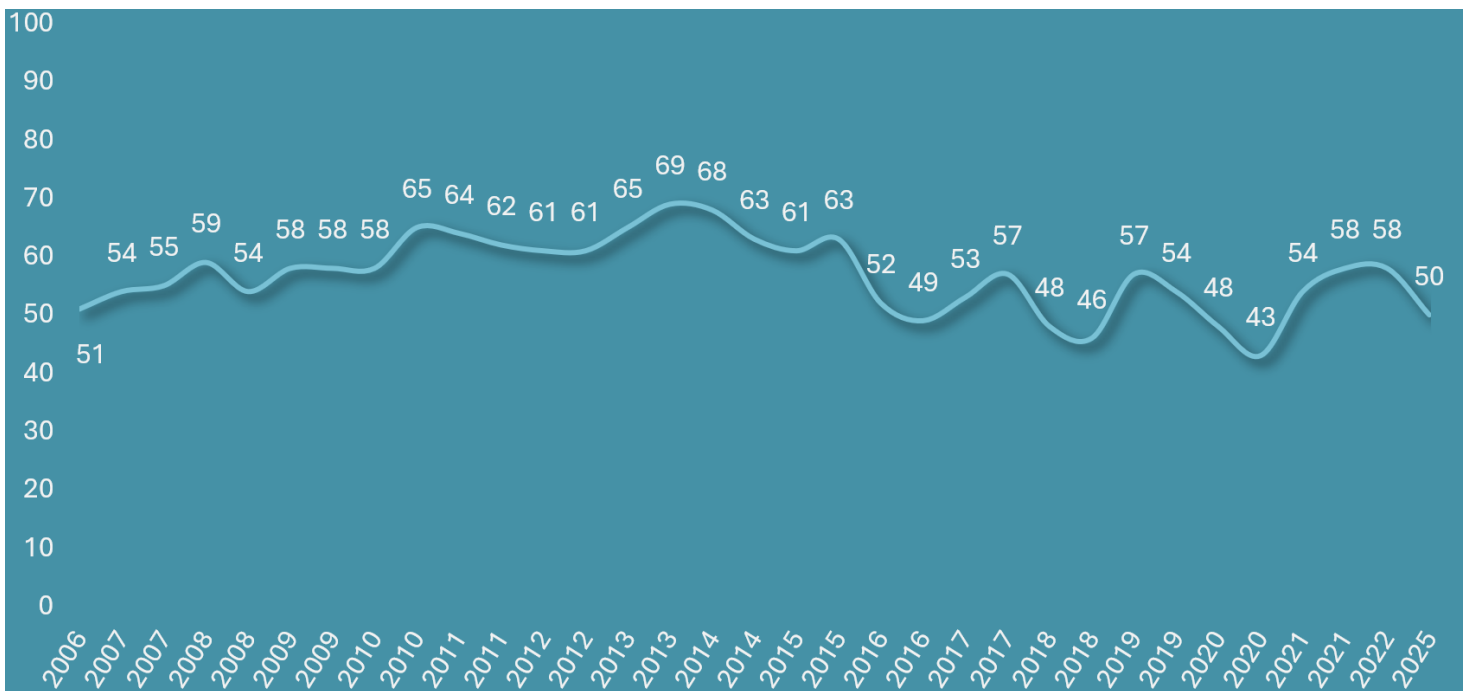
Brinda excelente atención a los usuarios en apertura de regiones

La región mejor evaluada respecto a su nivel de atención al usuario es Oeste con el 67% de calificaciones positivas.



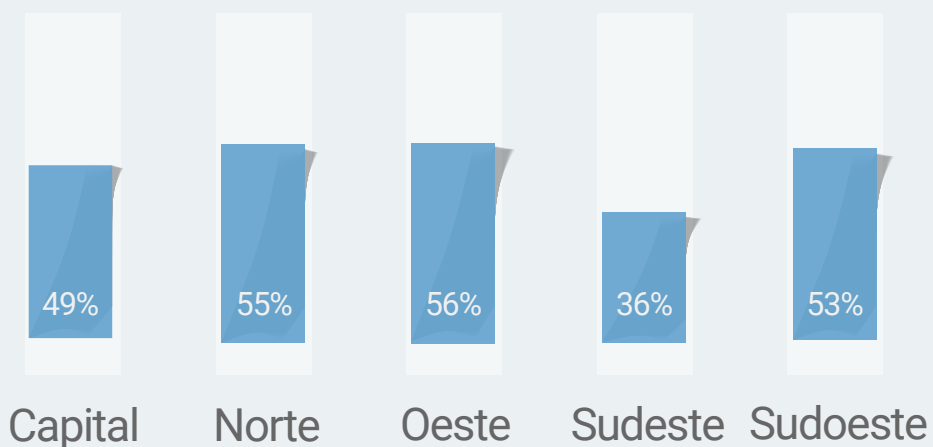
INFORMACIÓN SOBRE OBRAS

Brinda información sobre obras de mantenimiento que realiza recibe un 50% de calificaciones positivas. Registra un descenso de 9 puntos porcentuales respecto de la anterior medición.



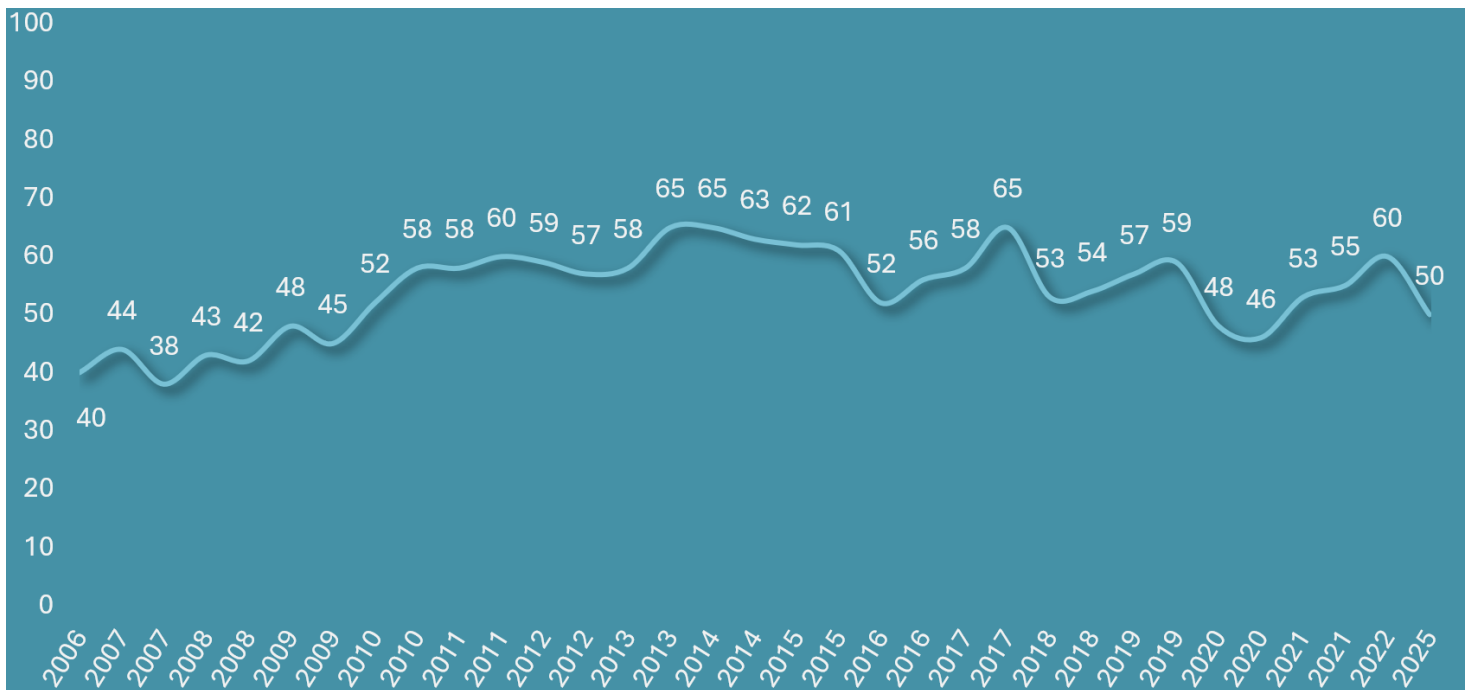
Información sobre obras en apertura de regiones

A nivel de región, Oeste es quien recibe la mejor calificación con un 56% de respuestas iguales o mayores a 7 puntos.



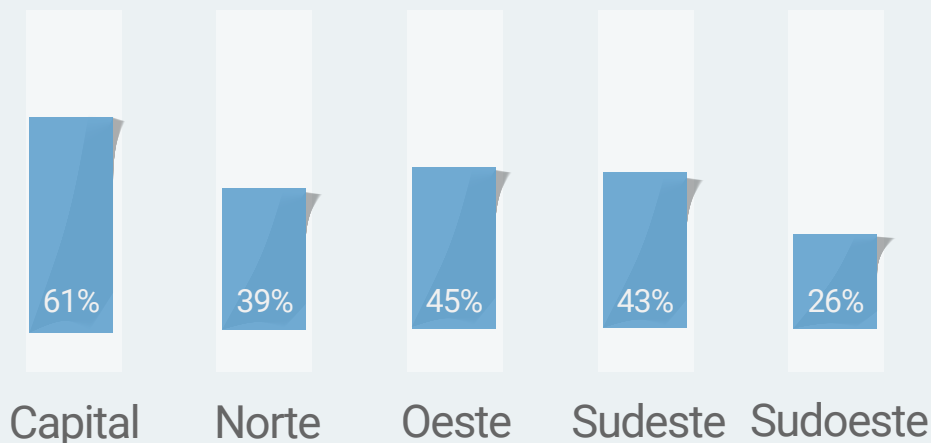
INCLUSIÓN

Es una empresa que se preocupa por incluir cada vez más habitantes a las redes de agua y cloacas recibe un 50% de calificaciones positivas. Registra un descenso de 10 puntos porcentuales respecto del último valor registrado.



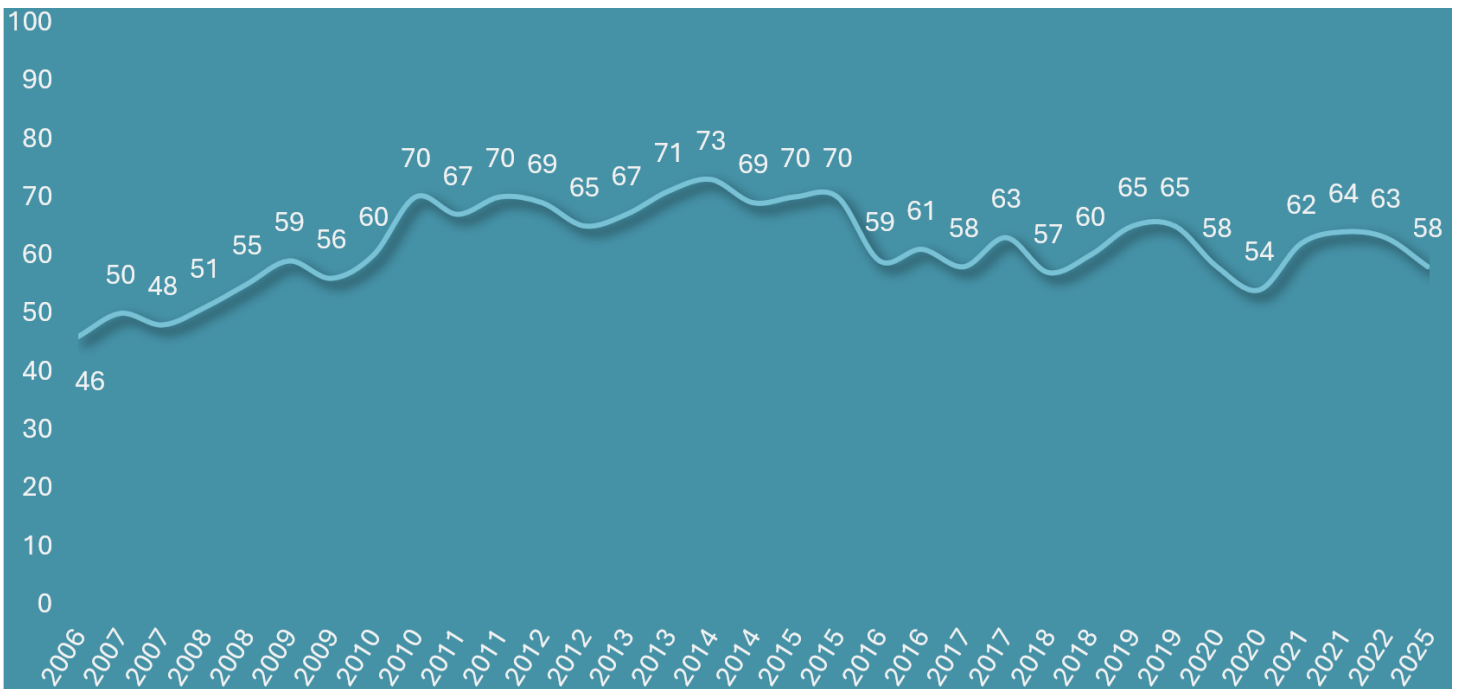
Inclusión a las redes de agua y cloacas en apertura de regiones

La región con la mayor valoración de esta variable es Capital con el 61% de calificaciones positivas.



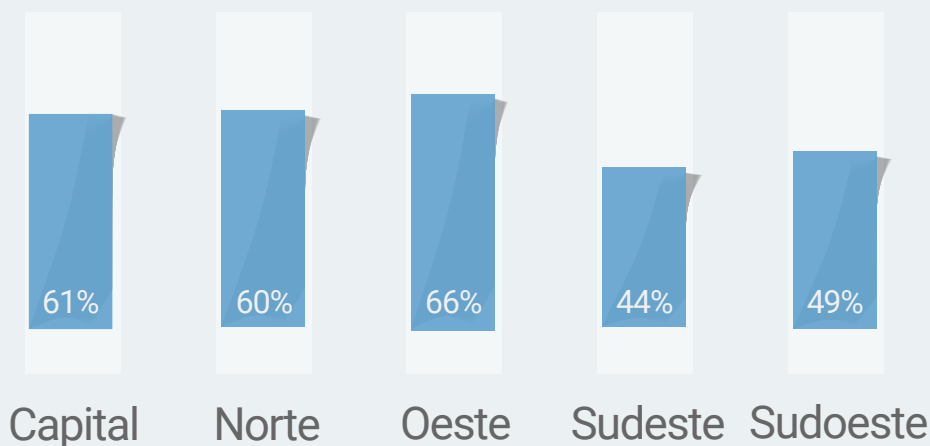
COMPROMISO CON LA SOLUCIÓN

Se compromete con la solución de los problemas recibe un 58% de calificaciones positivas. Se encuentra dentro de los valores esperados de acuerdo a la tendencia de la curva en los últimos cinco años.

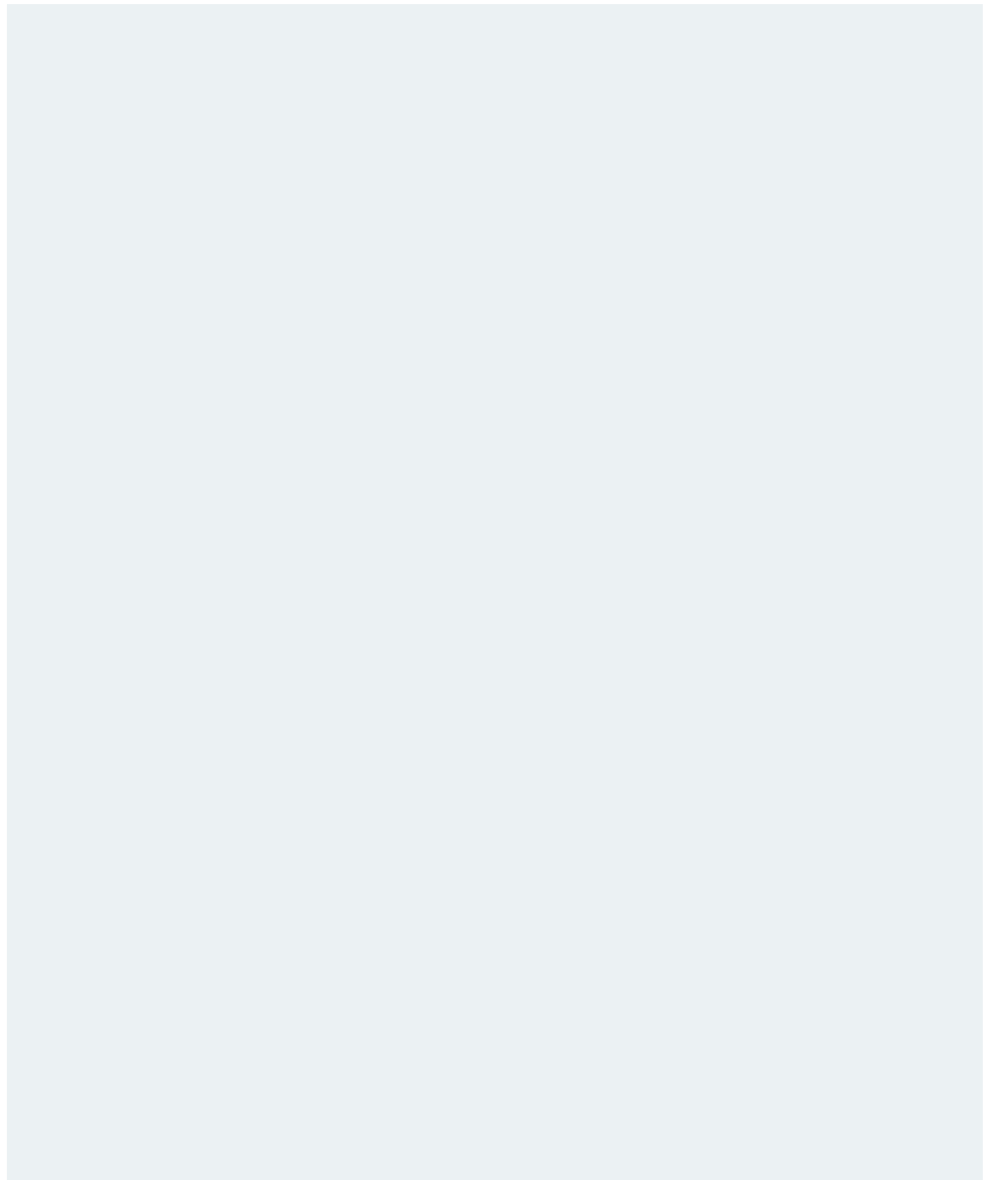


Compromiso con la solución de problemas en apertura de regiones

La región mejor evaluada es Oeste con un 66% de calificaciones positivas.

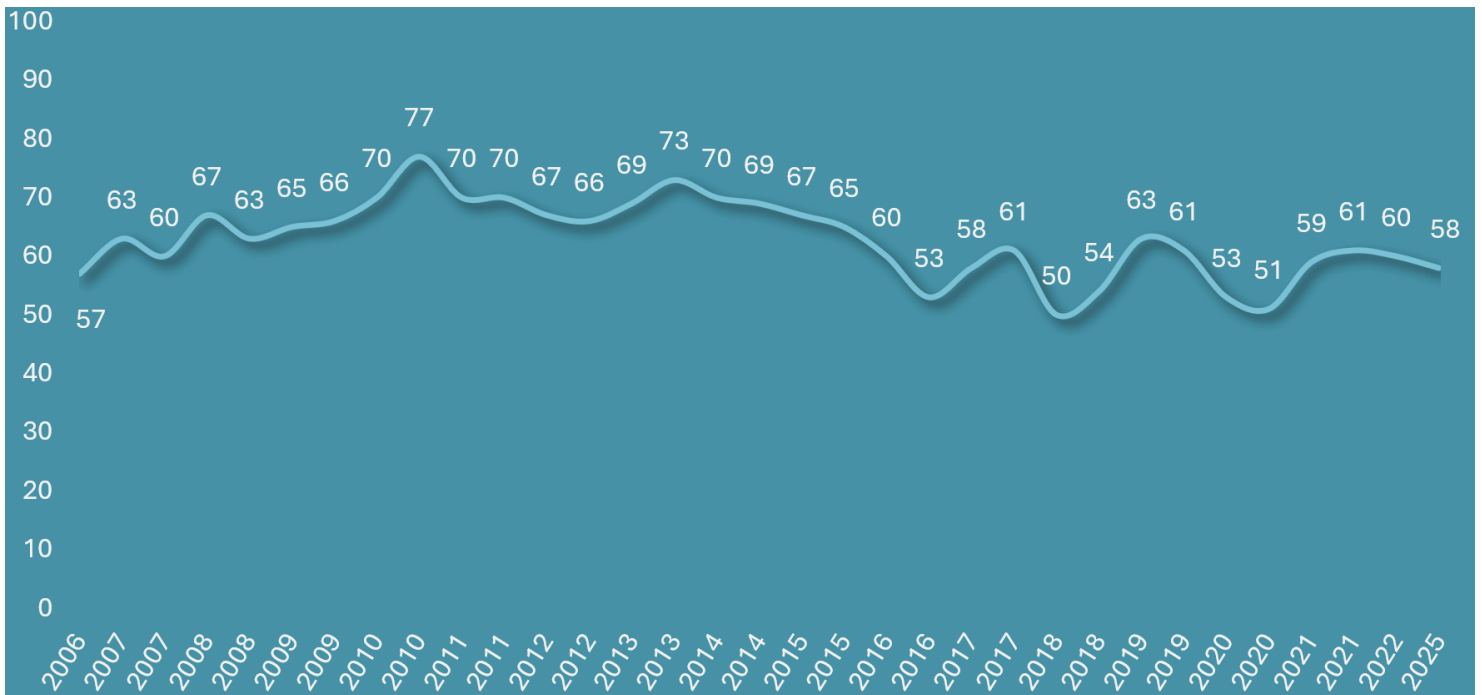


LAS COMUNICACIONES



LAS COMUNICACIONES

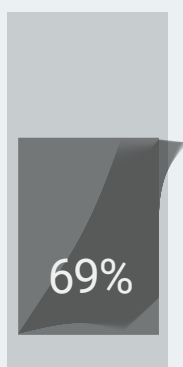
El 58% de los usuarios califica de manera positiva a las comunicaciones de AySA. Esta es una variable fundamental ya que incide sobre todas las variables de imagen y servicio.



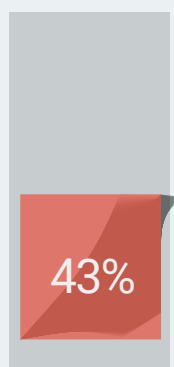
Impacto de las comunicaciones en la satisfacción

El nivel de satisfacción de los usuarios se incrementa muy significativamente entre quienes califican de manera positiva a las comunicaciones de AySA y desciende, también de manera muy significativa, entre quienes lo hacen de manera negativa.

Total casos



Califican de 0 a 6



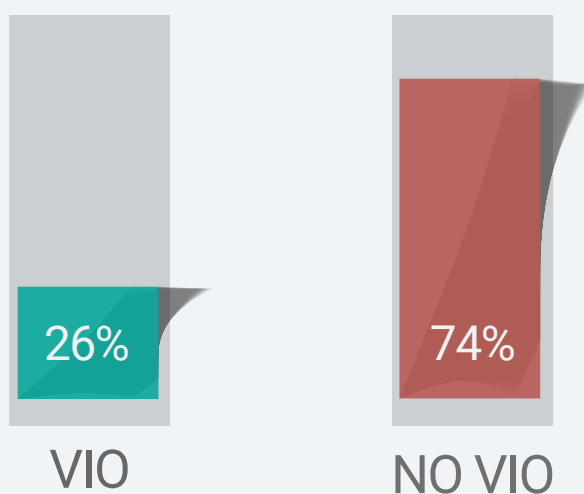
Califican de 7 a 10



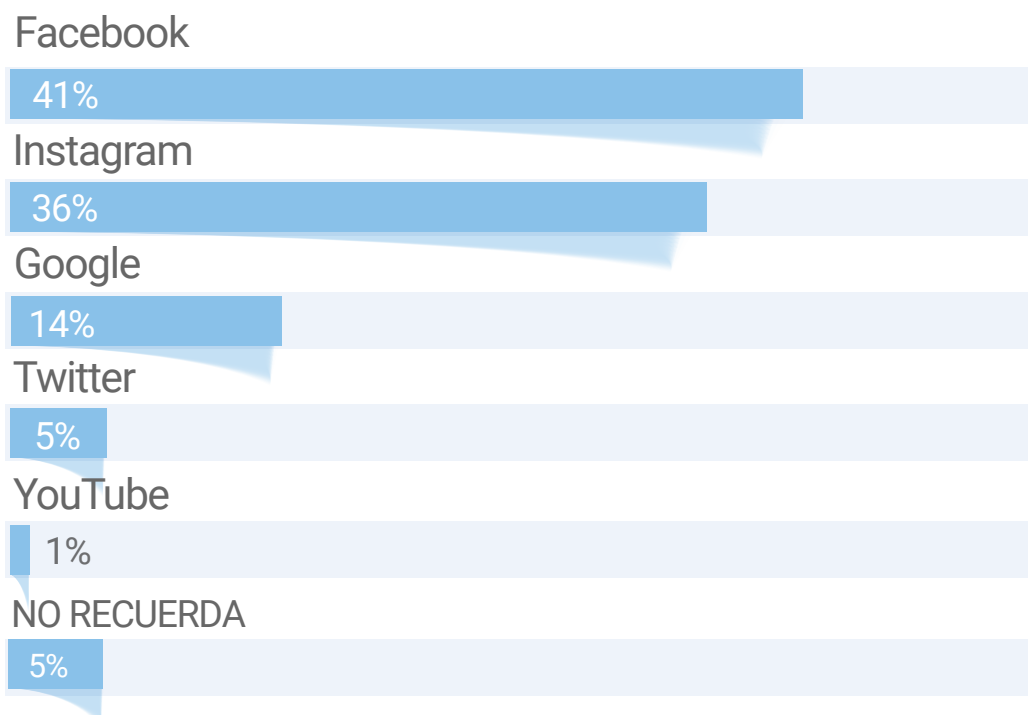
Satisfacción con AySA

ANUNCIOS EN REDES

El 26% de los usuarios afirma haber visto algún tipo de aviso o anuncio de AySA en las redes sociales. Al indagar a los entrevistados en qué redes vio o leyó estos avisos o anuncios, aparece Facebook en primer lugar con el 41% de las menciones y lo sigue Instagram con el 36%.

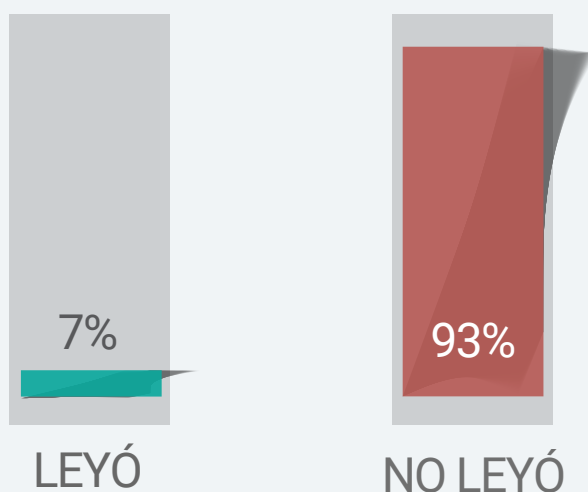


¿En qué redes recuerda haber visto anuncios de AySA?

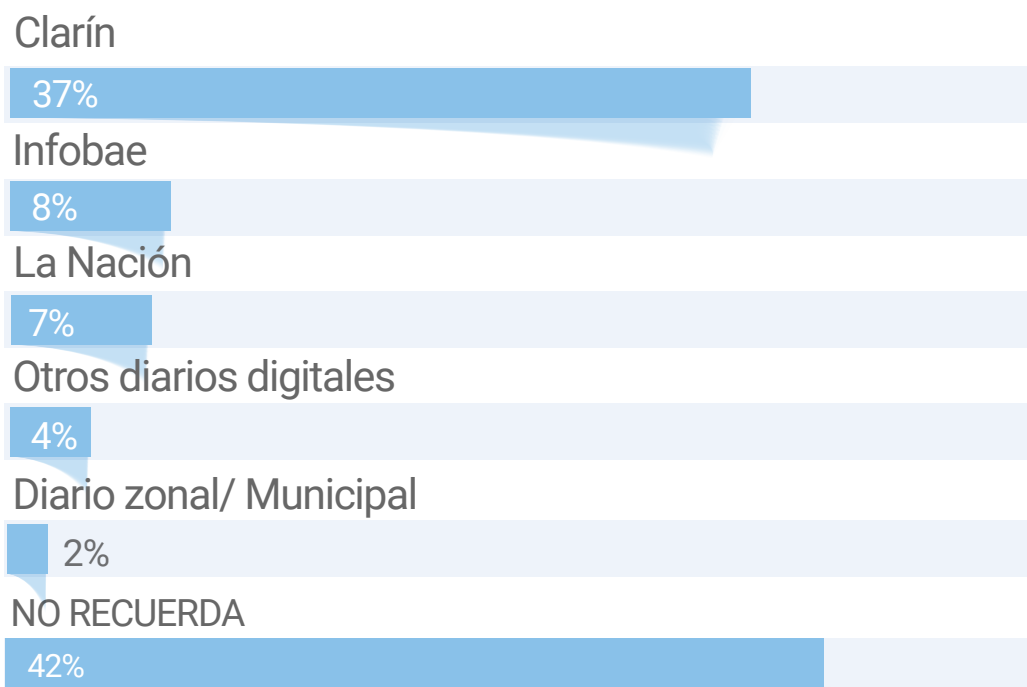


ANUNCIOS EN DIARIOS

Apenas el 7% de los usuarios afirma haber leído algún tipo de aviso o anuncio de AySA en los diarios. La mayoría de los usuarios no puede recordar en qué diario leyó el anuncio o aviso. El diario más mencionado es Clarín con el 37%, seguido por Infobae con el 8%.



¿En qué diarios recuerda haber leído anuncios de AySA?



LO QUE HACE AYSA

Se ha producido un cambio en el modelo de comunicación desde la anterior medición a la actual. La TV era el principal medio a través del cual los usuarios tenían noticias de AySA. Hoy el email ocupa ese primer lugar, pero solo impacta sobre el 25% del universo.

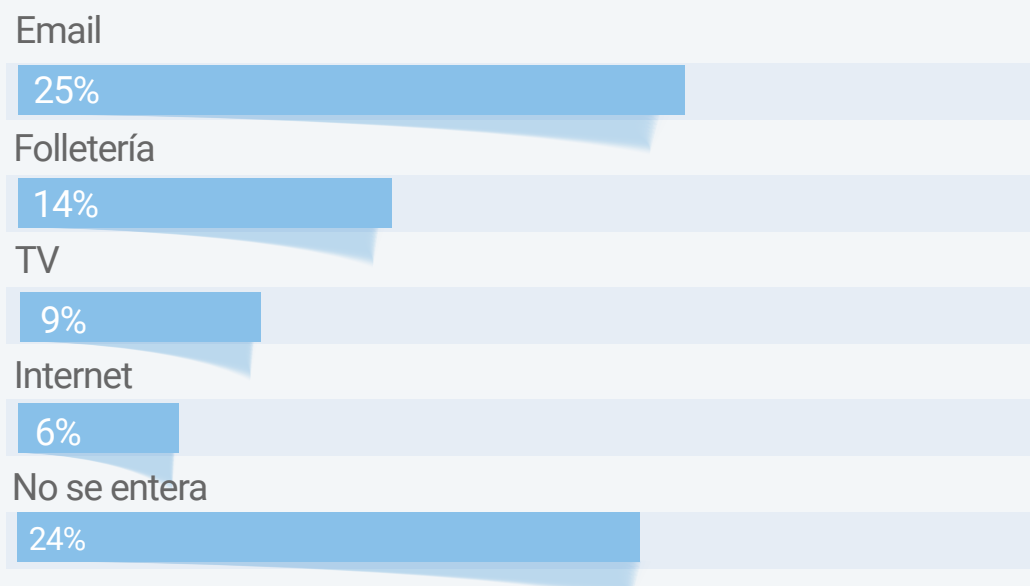
¿Cómo se entera de las cosas que hace AySA?

Medición anterior 2022



¿Cómo se entera de las cosas que hace AySA?

Medición actual 2025



CONTACTO POR EMAIL

El email es el principal medio oficial de contacto con el usuario, aunque su alcance es relativamente bajo. A pesar de esto, se pueden observar diferencias significativas en la valoración, tanto de las comunicaciones como del servicio en general que brinda AySA.

SATISFACCIÓN GENERAL

El nivel de satisfacción de los usuarios se incrementa significativamente entre quienes mencionan enterarse de las cosas que hace AySA a través del correo electrónico.



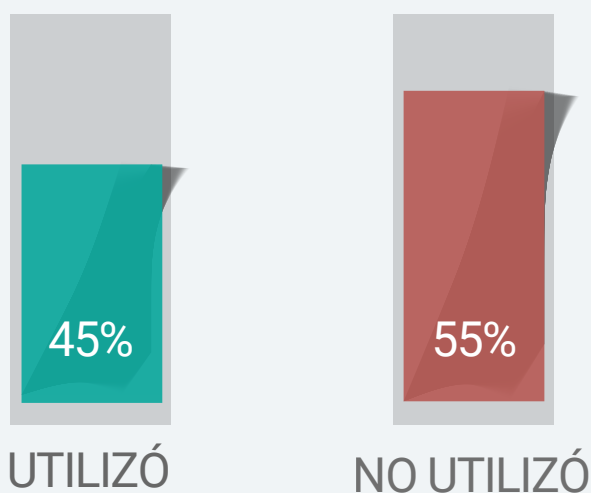
COMUNICACIONES

La valoración de las comunicaciones de AySA también se incrementa significativamente entre quienes mencionan enterarse de las cosas que hace AySA a través del email.

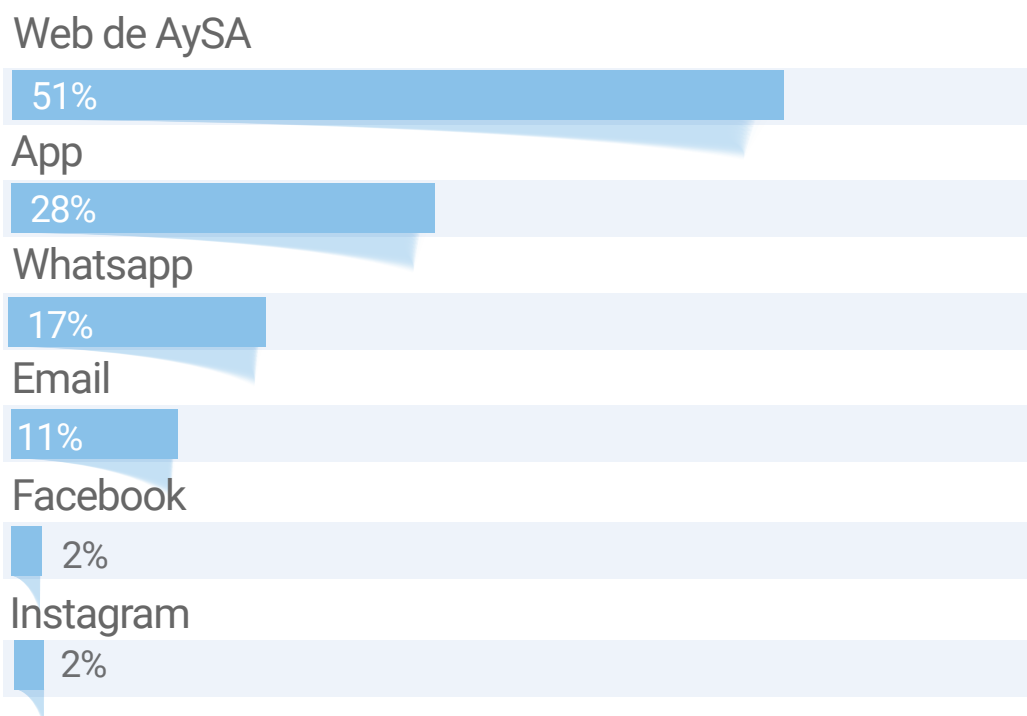


CANALES DIGITALES

El 45% de los usuarios ha utilizado, en los últimos seis meses, alguno de los canales digitales de AySA para realizar trámites o consultas. El canal más utilizado fue el portal web con el 51% de menciones, seguido por la app con el 28% y Whatsapp con el 17%.



¿Qué canales digitales de AySA utilizó recientemente?



CANALES DIGITALES

Se puede observar que existe una relación directa entre el canal utilizado y el motivo del contacto. Los canales como Whatsapp y correo electrónico son más utilizados ante la necesidad de hacer un trámite o reclamo, la web para imprimir una factura y la app para abonar una factura.

PÁGINA WEB

Imprimir una factura

58%

Pagar una factura

19%

Hacer un reclamo

17%

Hacer un trámite

5%

APP

Imprimir una factura

21%

Pagar una factura

52%

Hacer un reclamo

16%

Hacer un trámite

6%

WHATSAPP

Imprimir una factura

13%

Pagar una factura

13%

Hacer un reclamo

35%

Hacer un trámite

36%

EMAIL

Imprimir una factura

12%

Pagar una factura

12%

Hacer un reclamo

29%

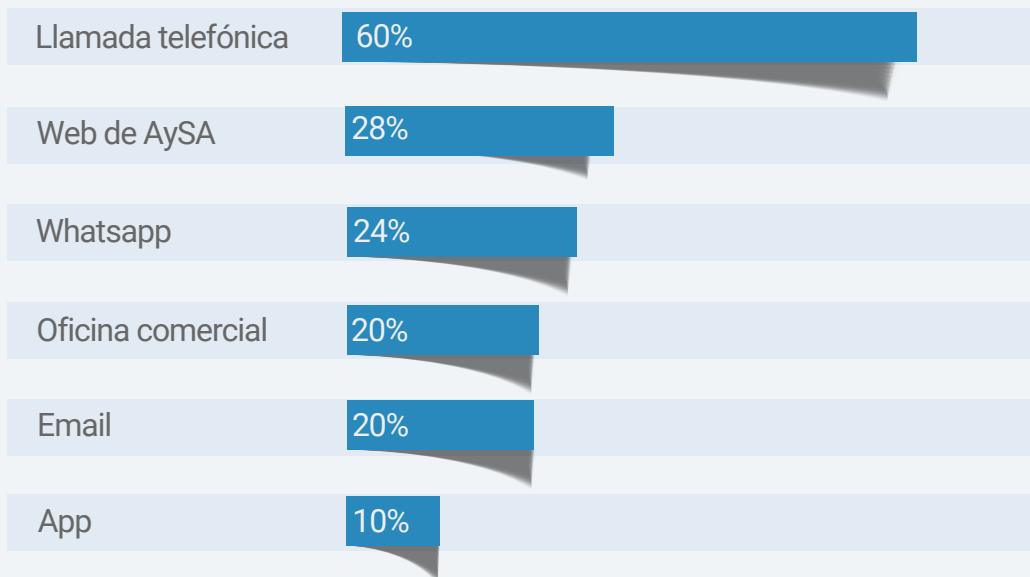
Hacer un trámite

40%

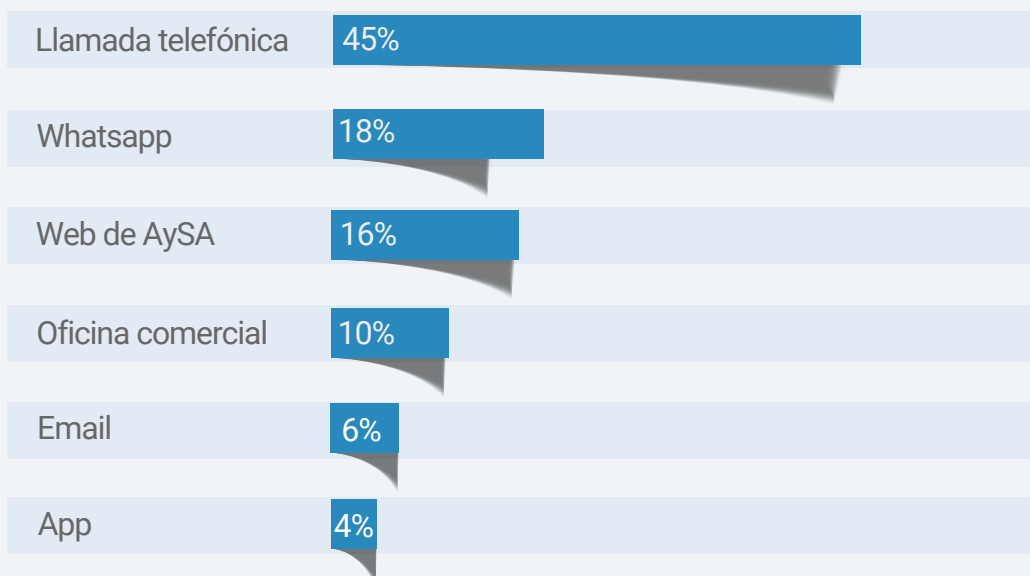
CANAL DE PREFERENCIA

La plataforma telefónica de AySA es el medio más conocido por los usuarios para realizar trámites y consultas. A su vez, este canal es el más mencionado al momento de elegir la manera de comunicarse con la empresa. El segundo canal de preferencia es Whatsapp con el 18% de menciones.

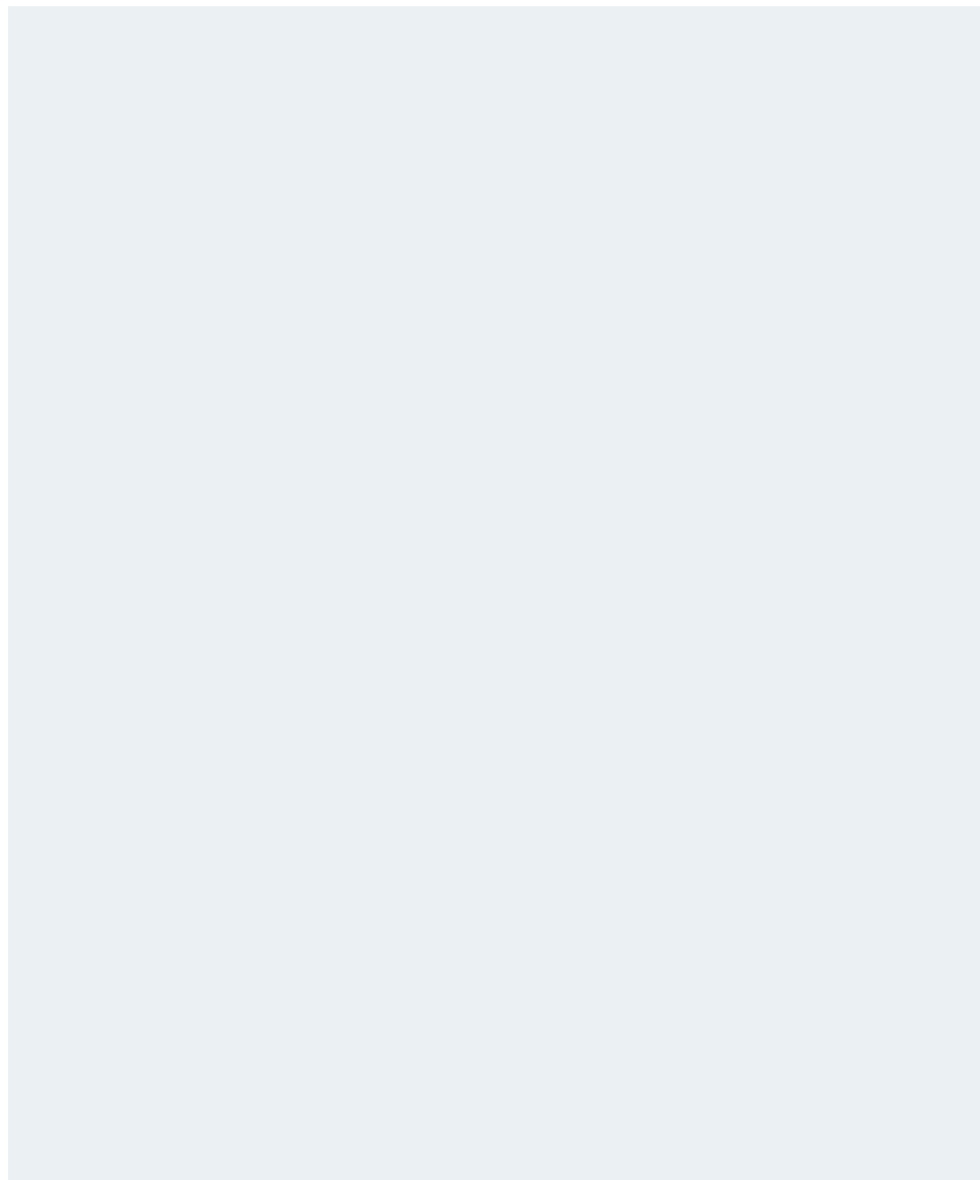
CONOCE



PREFIERE

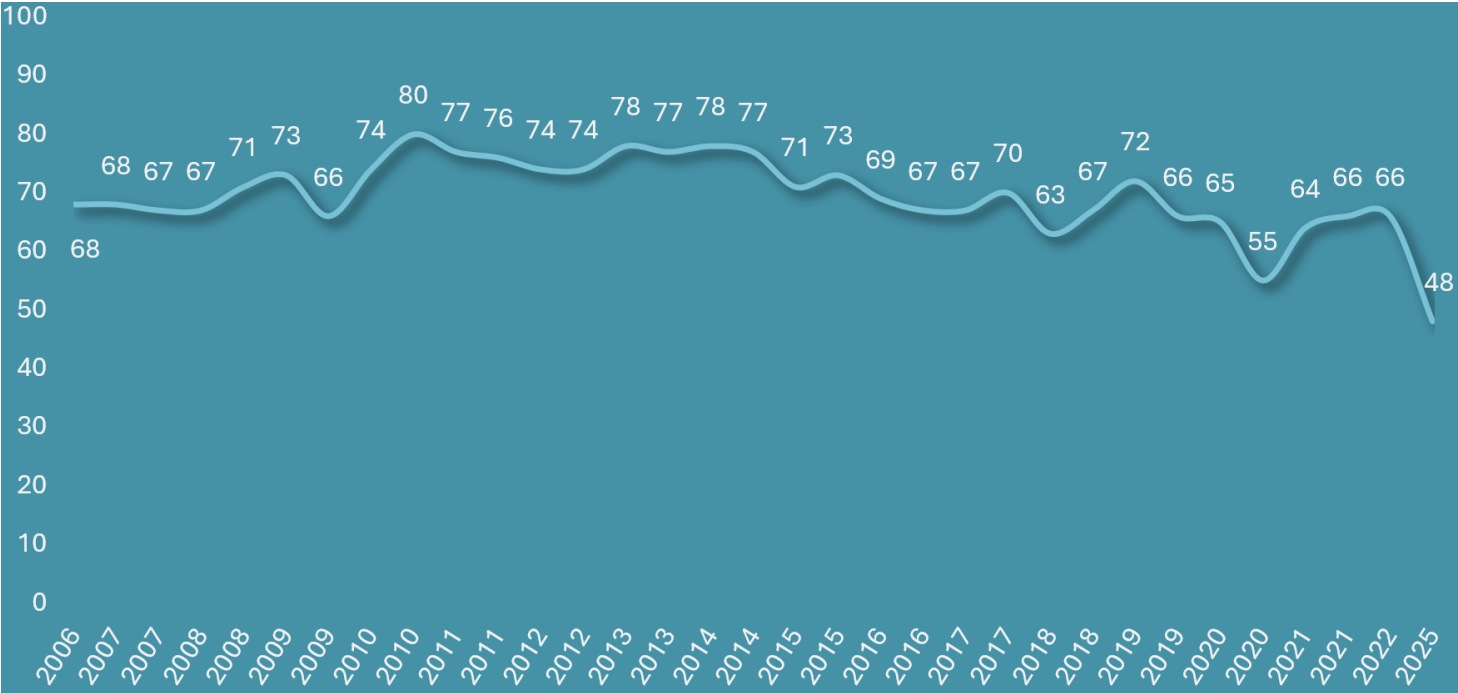


ATRIBUTOS DE LA COMUNICACIÓN



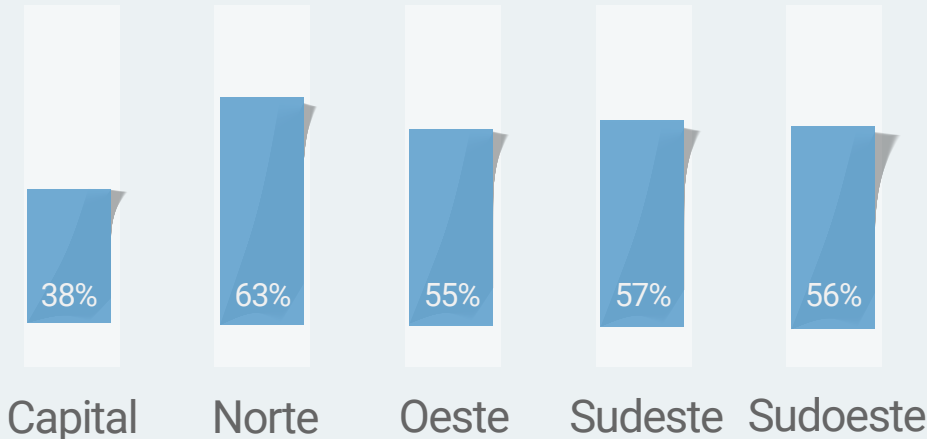
CUIDADO DEL AGUA

Brindar información para concientizar sobre el cuidado y el valor del agua se encuentra en el punto más bajo que se ha registrado hasta el momento. Recibe apenas el 48% de calificaciones positivas.



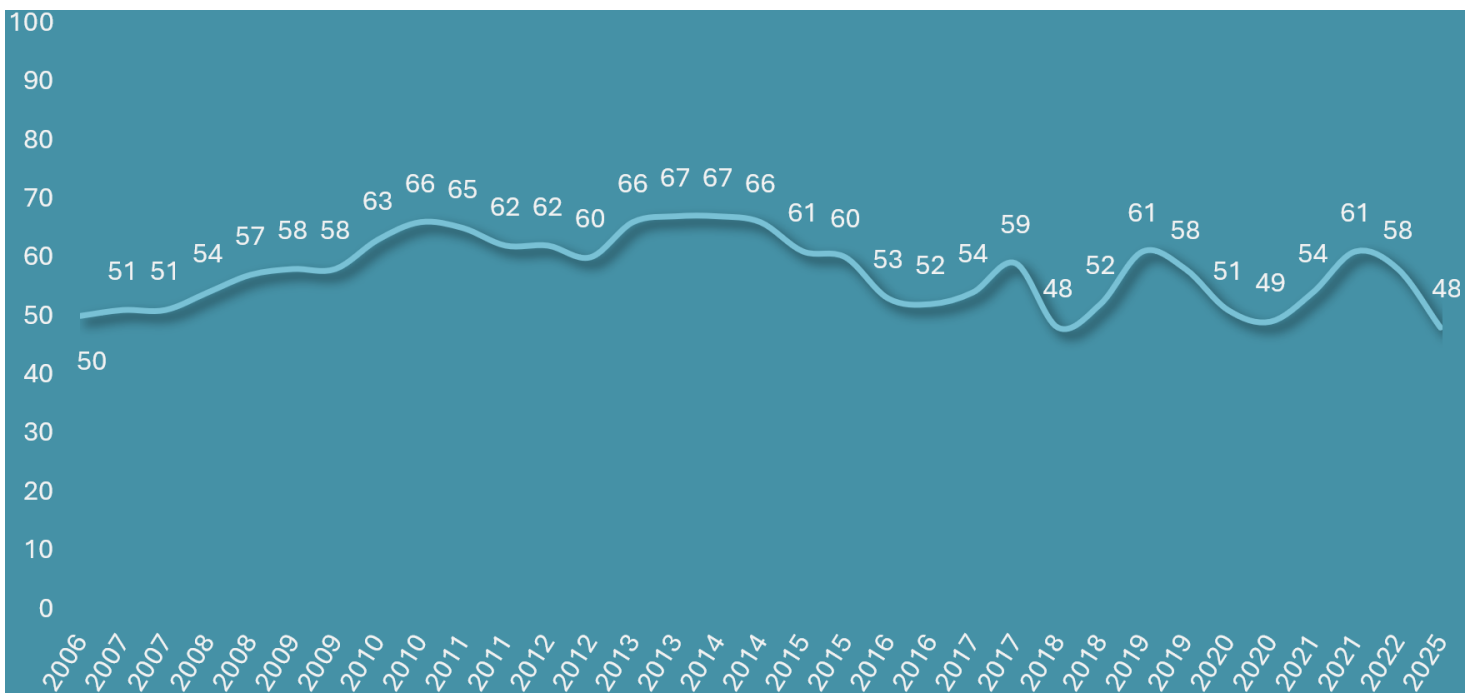
CUIDADO DEL AGUA

La región con el valor más elevado en la comunicación sobre el cuidado del agua es Norte que reúne un 63% de calificaciones positivas.



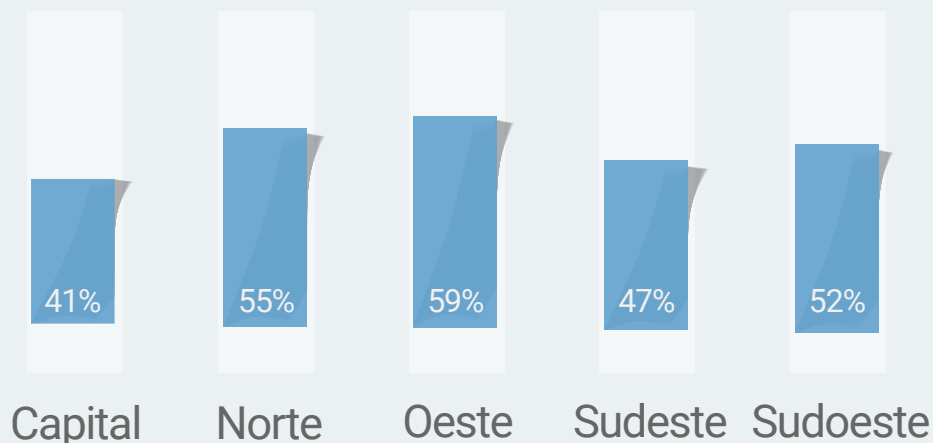
OBRAS DE MANTENIMIENTO

Brindar información sobre las obras de mantenimiento que AySA realiza también se encuentra en el punto más bajo que se ha registrado hasta el momento. Al igual que la información sobre el cuidado del agua, recibe un 48% de calificaciones positivas.



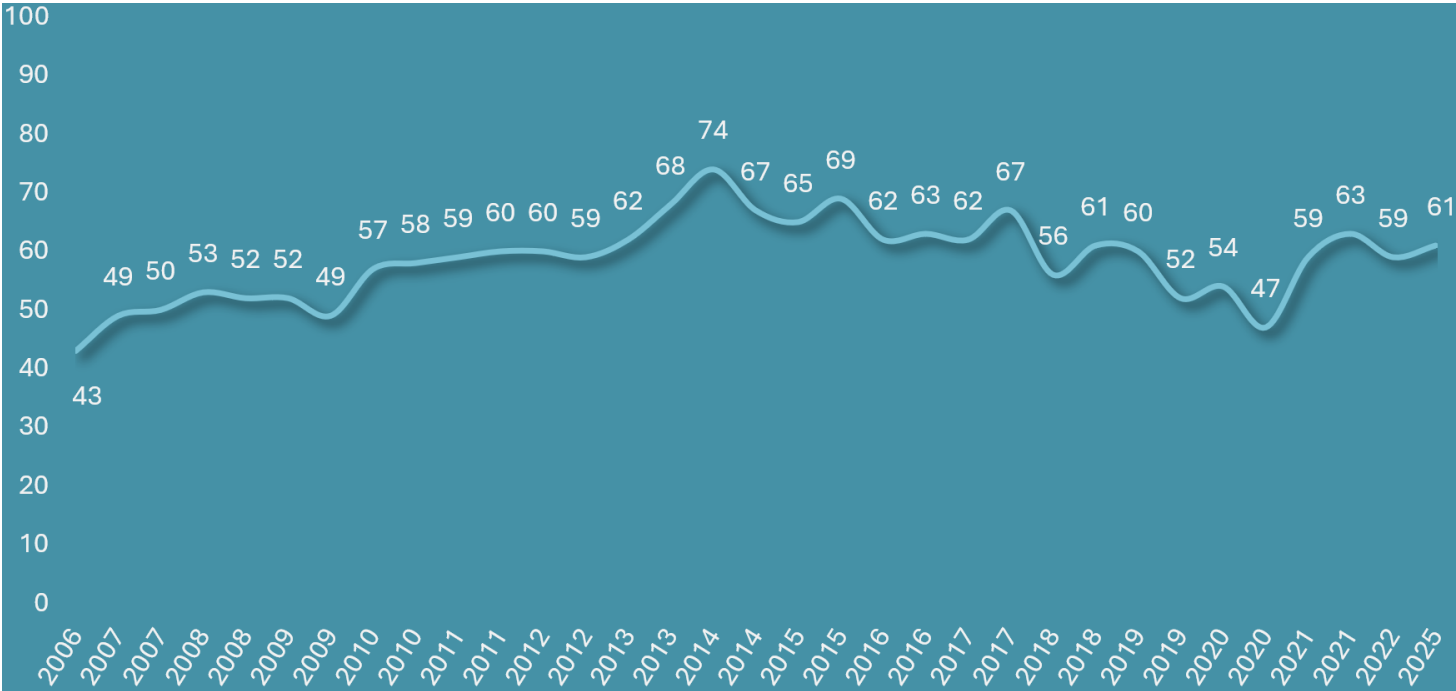
OBRAS DE MANTENIMIENTO

A nivel de Región, esta variable tiene su pico en Oeste donde reúne el 59% de calificaciones positivas.



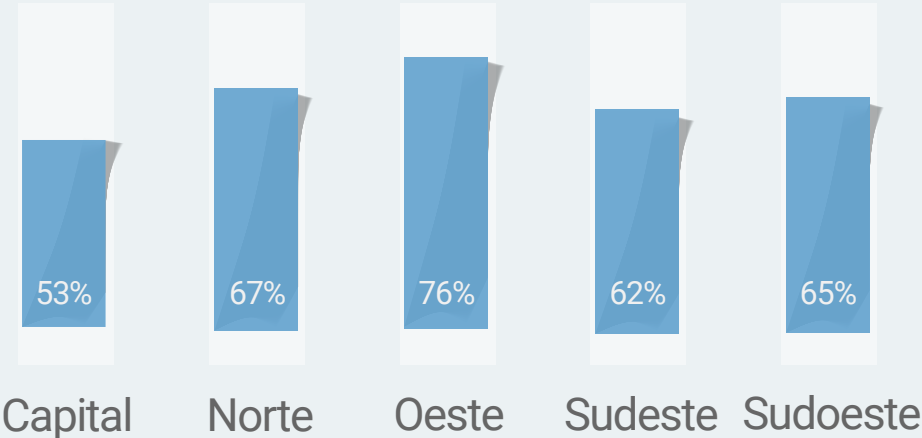
AVISO DE CORTES

El aviso anticipado de cortes de suministro se ubica dentro de los valores esperados para esta curva en donde la tendencia lineal de los últimos 5 años es claramente positiva.



AVISO DE CORTES

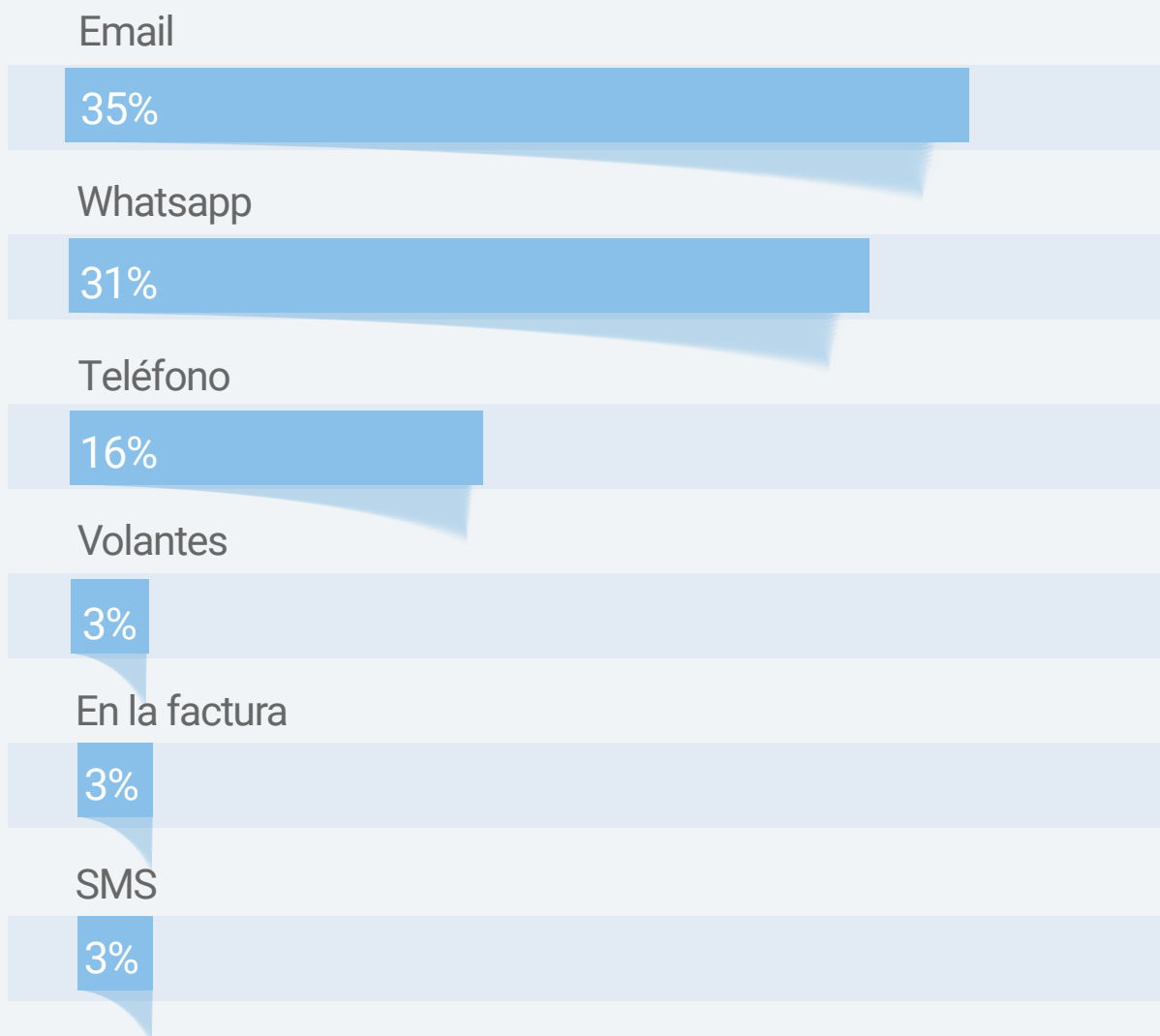
La región Oeste es quien posee el nivel más elevado en este aspecto con un 76% de calificaciones positivas.



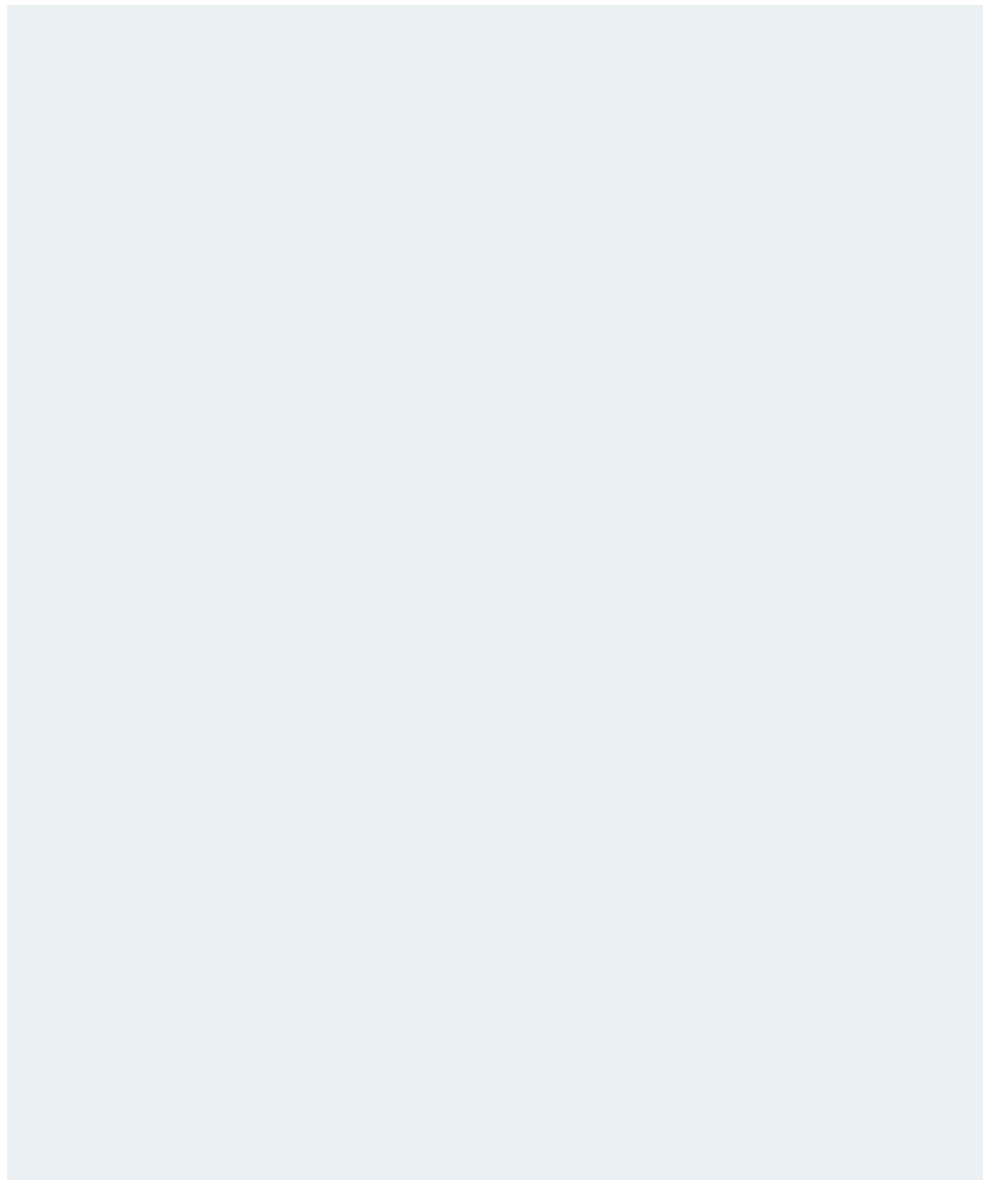
AVISO DE CORTES

El 35% de los usuarios prefieren ser notificados sobre cortes de suministro a través del correo electrónico. El 31% prefiere recibir las notificaciones por Whatsapp y el 16% por teléfono.

Si AySA debe realizar un corte de suministro por tareas de mantenimiento, ¿cuál es la mejor forma para que le notifiquen la fecha y la duración del evento?

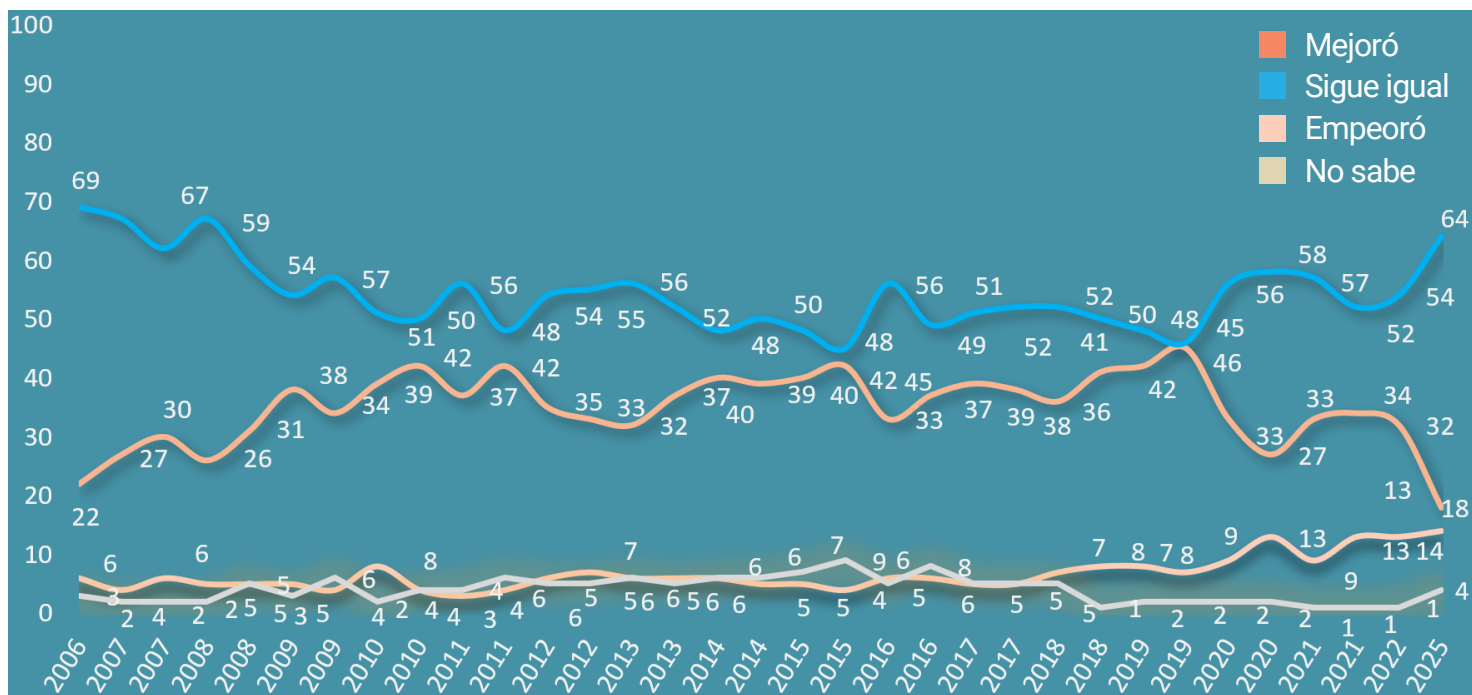


ESTADO DEL SERVICIO



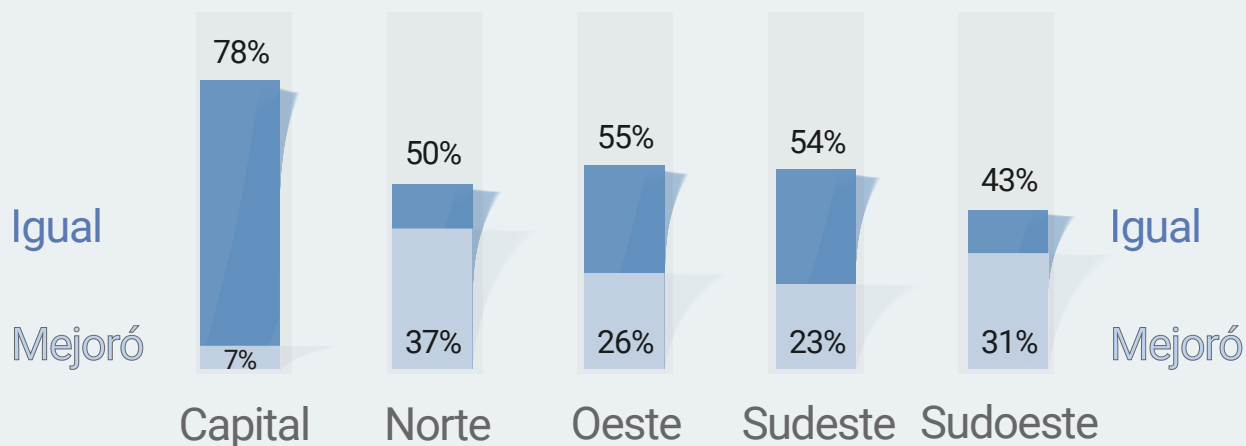
ESTADO ACTUAL DEL SERVICIO

Apenas el 18% de los usuarios considera que el servicio actual es mejor respecto al que recibía unos años atrás. Para la mayoría, el servicio permaneció sin mejoras por los últimos 5 años.



Estado actual del servicio en apertura de regiones

La región Norte es quien registra el valor más elevado con el 37% de menciones afirmativas, es seguida por Sudoeste con el 31%



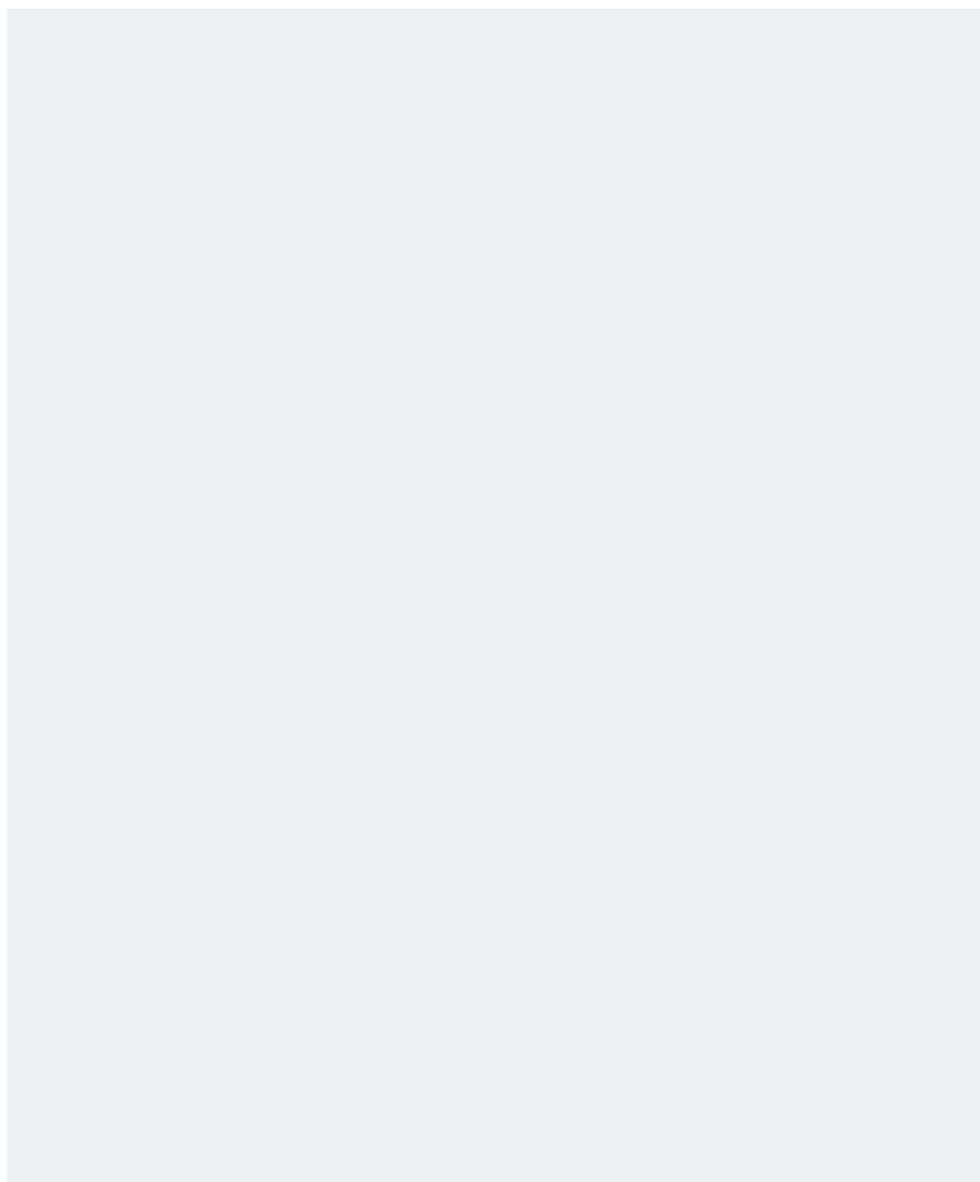
PROBLEMAS A RESOLVER

Los principales problemas a resolver, según los usuarios, están relacionados de manera directa con el suministro. La calidad del agua, la presión y la expansión del servicio son el centro de las respuestas.

¿Cuáles son los principales problemas a resolver por AySA?



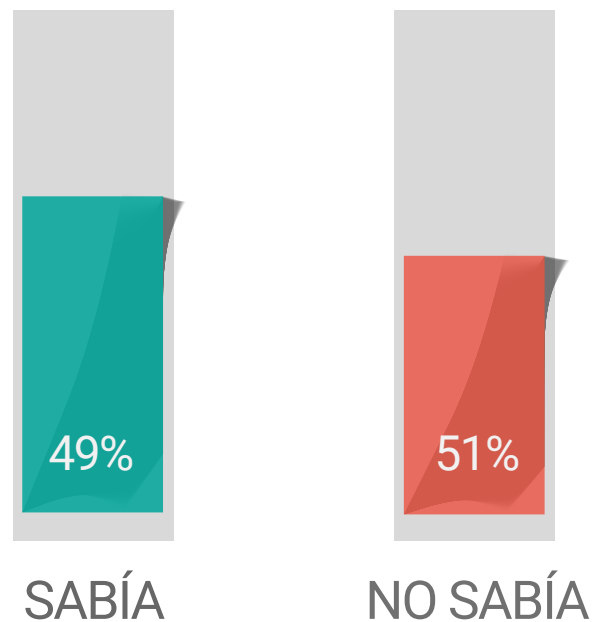
PRIVATIZACIÓN



PRIVATIZACIÓN

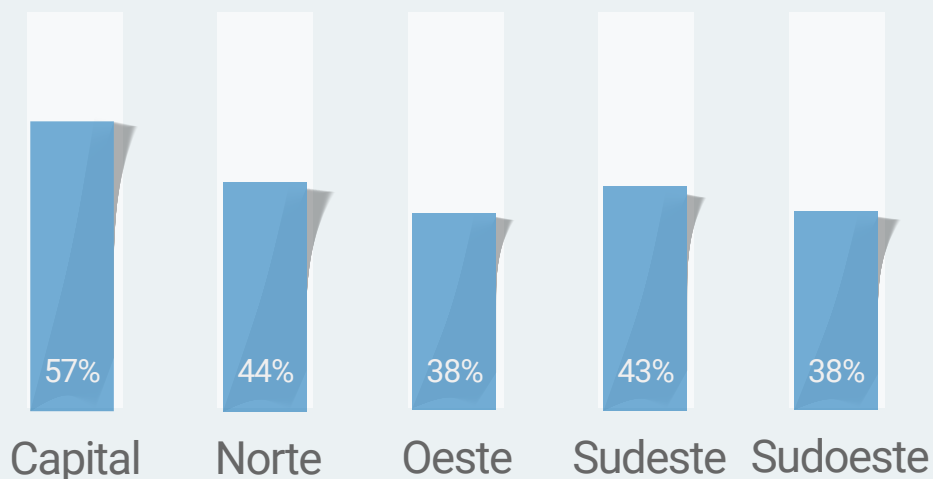
El 45% de los usuarios cree que AySA es una empresa privada o mixta (público-privada). El conocimiento que tienen los mismos sobre la privatización del servicio es baja, alcanza el 49%.

¿Sabía que AySA se encuentra en proceso de privatización?



Conocimiento de la privatización en apertura por regiones

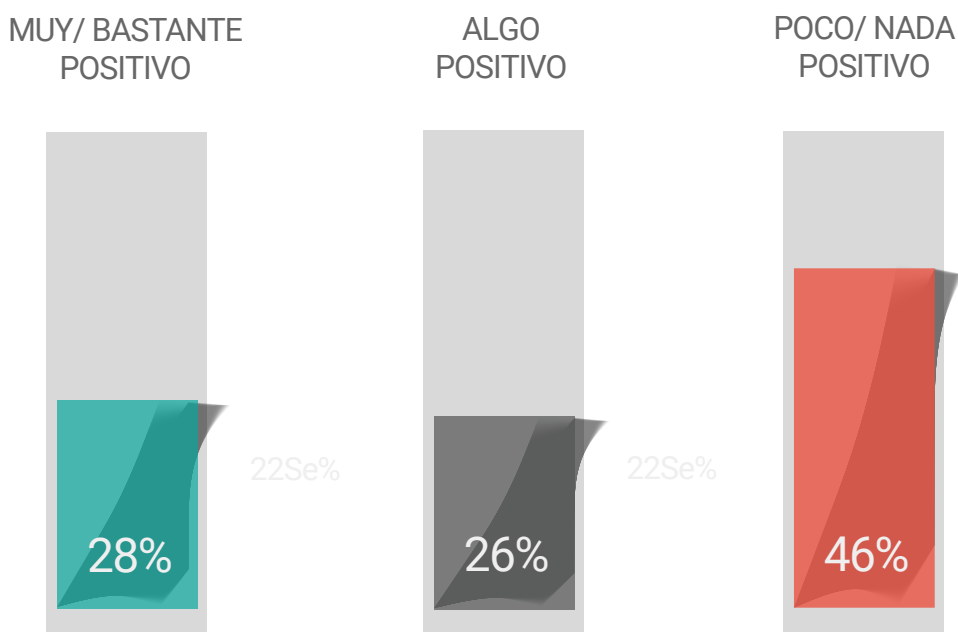
La región Capital es quien registra el nivel de conocimiento más elevado con un 57% de menciones afirmativas.



¿CUÁN POSITIVA ES LA PRIVATIZACIÓN?

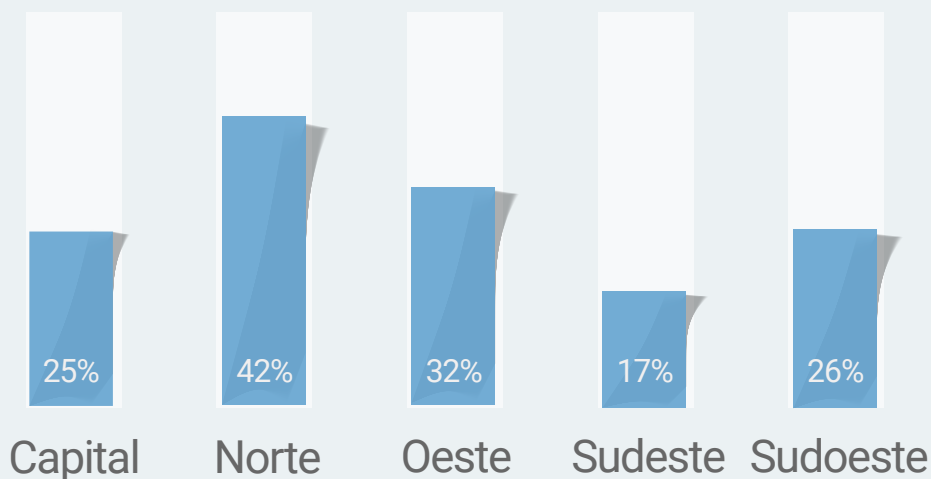
Las expectativas acerca de la privatización de AySA no son muy elevadas. El 28% de los usuarios cree es muy o bastante positiva y el 26% opina que es algo positiva. Por el otro lado, el 46% de los usuarios opina que es poco o nada positiva.

¿Cuán positivo cree que es la privatización de AySA?



La privatización es muy + bastante positiva en apertura por regiones

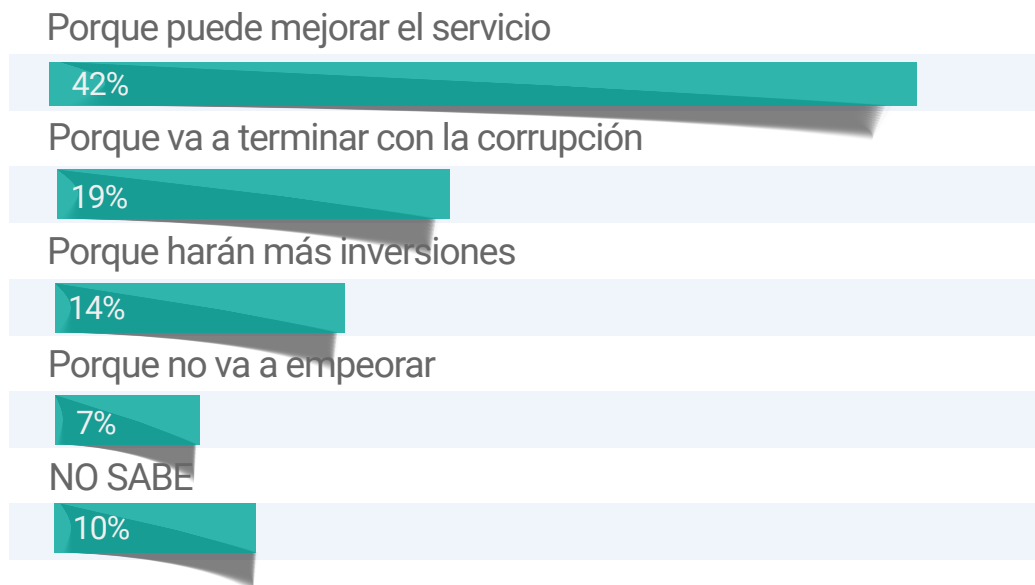
La región Norte posee las expectativas más elevadas de la concesión con un 42% de menciones muy/ bastante positivas. Las más bajas se encuentran en Sudeste con el 17%.



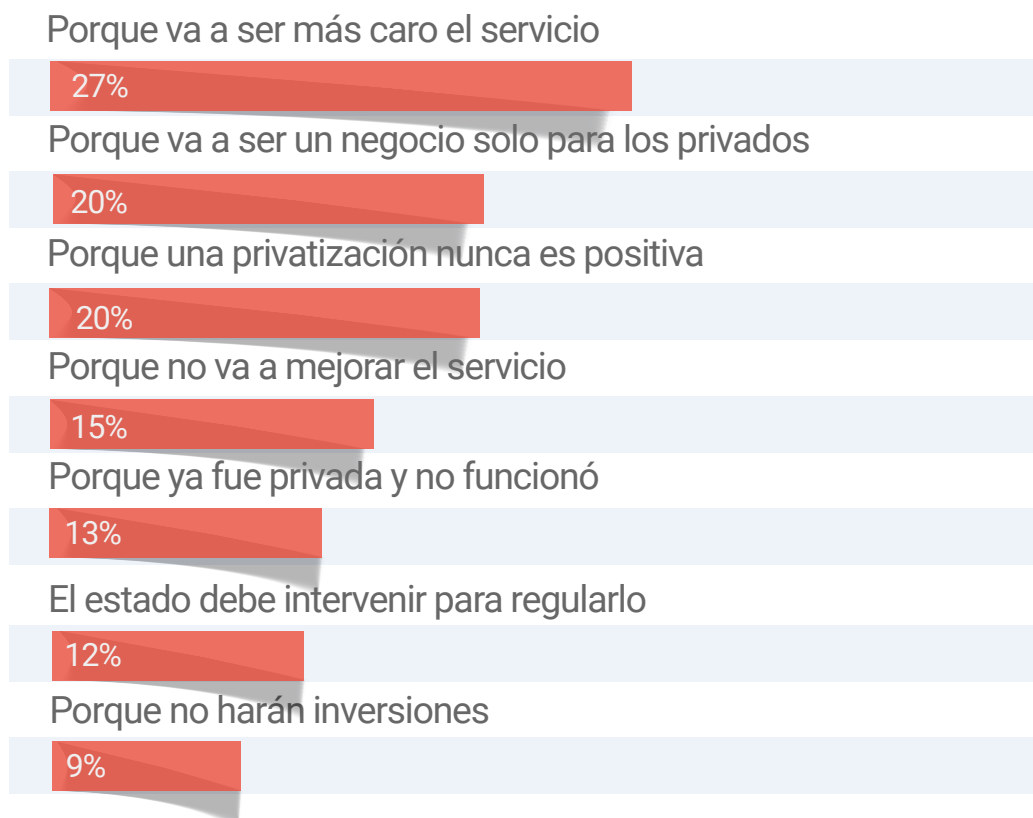
MOTIVOS DE LA OPINIÓN

La justificación de las opiniones acerca de la privatización es la siguiente:

Los que creen que la privatización es muy/ bastante o algo positiva



Los que creen que la privatización es poco o nada positiva



EXPECTATIVAS SOBRE EL SERVICIO

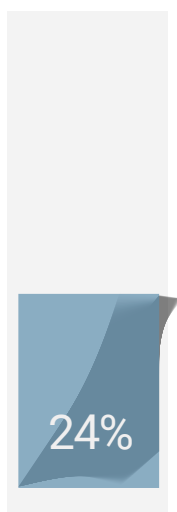
Las expectativas acerca de la prestación del servicio luego de la privatización de AySA se encuentran muy repartidas entre quienes creen que mejorará, quienes sienten que seguirá igual, quienes piensan que empeorará y quienes se abstienen de opinar.

¿Que ocurrirá con el servicio luego de la privatización?

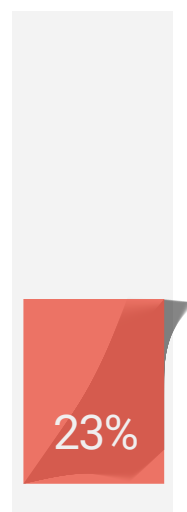
MEJORARÁ



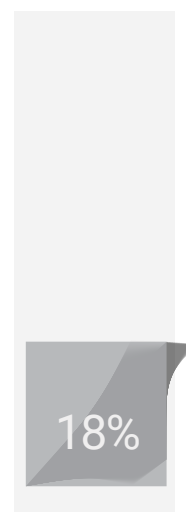
SEGUIRÁ IGUAL



EMPEORARÁ

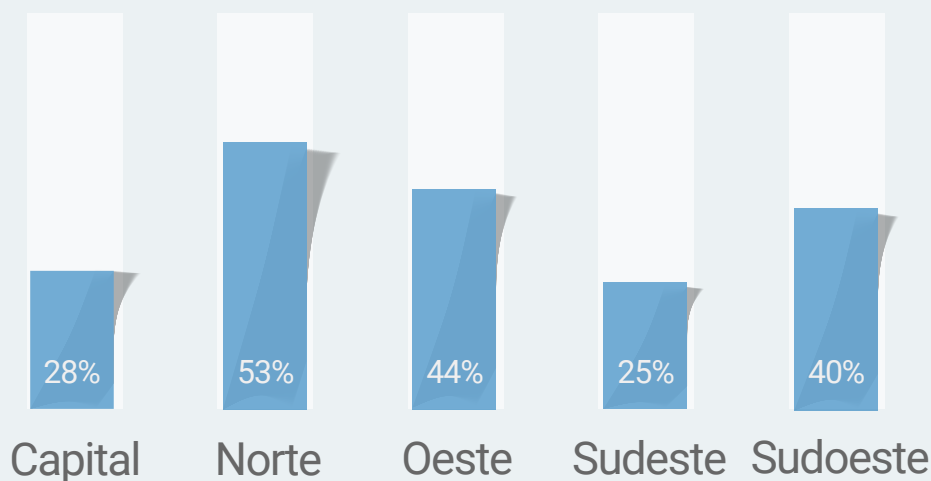


NO SABE

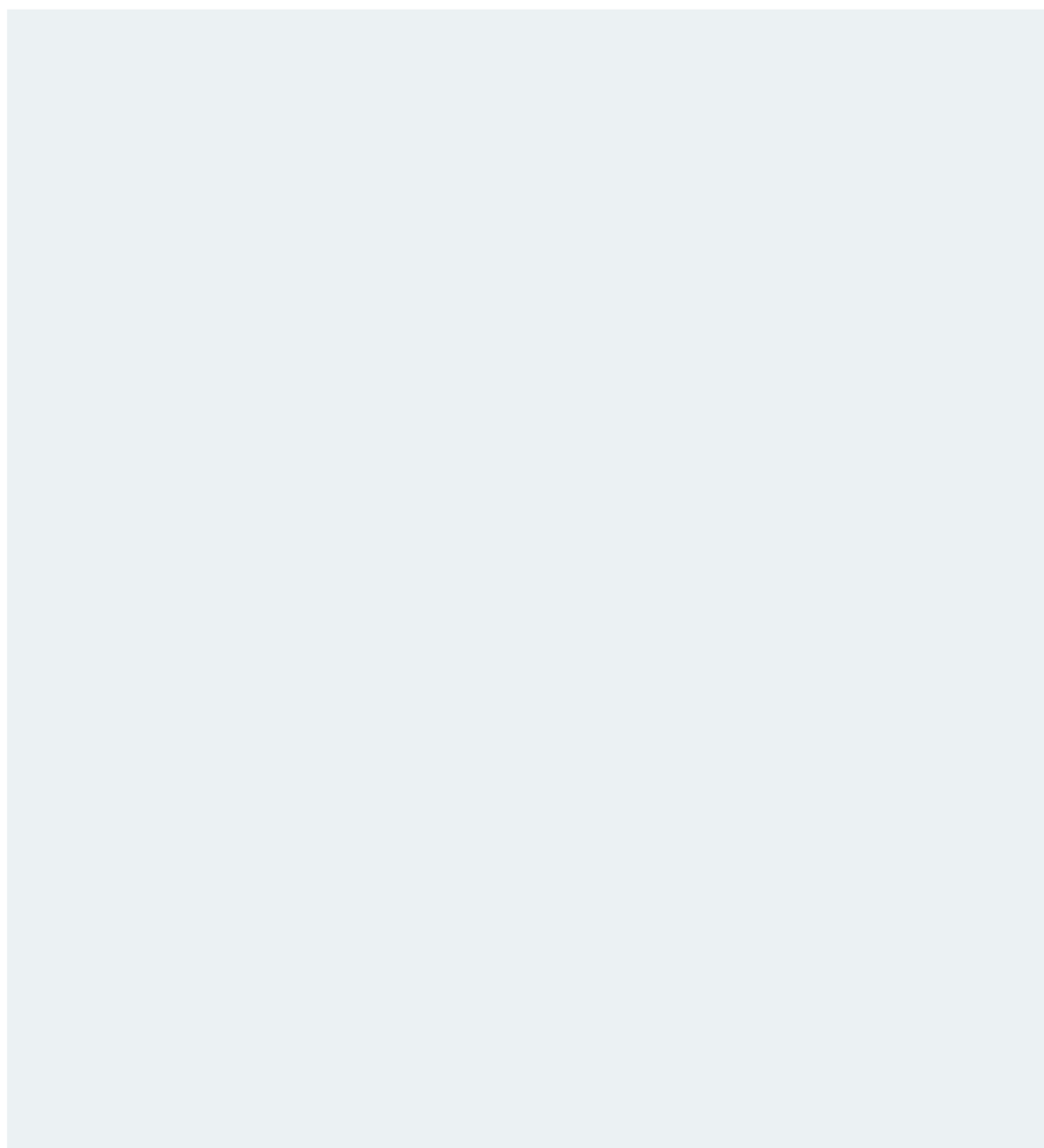


El servicio mejorará luego de la privatización en apertura por regiones

La región Norte posee las expectativas más elevadas de la concesión con un 53% de usuarios que piensan que el servicio mejorará luego de la privatización.



RESUMEN DE DATOS



ESTUDIO SATISFACCIÓN GENERAL

RESUMEN DE DATOS

Luego de tres años, se ha vuelto a realizar un muestreo probabilístico con el objetivo de medir el nivel de satisfacción de los usuarios y la imagen que los mismos poseen de su empresa proveedora de agua y cloacas. Las diferencias encontradas entre el muestreo previo y el actual no pueden ser analizadas fuera de este contexto.

El nivel de satisfacción de los usuarios registra un descenso de 8 puntos porcentuales respecto de la anterior medición.

La calidad del suministro, si bien mantuvo el nivel registrado en la anterior medición, tiene a sus atributos en baja, algunos con hasta 14 puntos porcentuales menos que en 2022.

AySA posee la tarifa de servicios más baja entre las empresas de servicios públicos. A pesar de esto, le ha cedido el primer lugar en la relación precio-calidad de servicio a las empresas de gas.

Hay un bajo conocimiento respecto al pago de los servicios que brinda AySA. Cerca de la mitad de los usuarios que poseen agua y cloacas no saben que abonan dos servicios en su factura.

Si bien AySA ha mantenido la proporción de usuarios que la consideran

RESUMEN DE DATOS

como el mejor proveedor de servicios, las compañías de gas han mejorado su performance y han llevado a AySA a ubicarse en el segundo lugar.

La imagen de AySA, observada a través de los atributos, se encuentra un escalón por debajo de los valores registrados en el anterior muestreo.

La comunicación con los usuarios recibe un 58% de calificaciones positivas, manteniendo el nivel de los últimos años. Esta variable posee un profundo impacto sobre el resto de las variables medidas y, una mejora en este aspecto, conlleva una mejora general de la imagen y la percepción de servicio de AySA. Por ejemplo, el nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio en general que brinda AySA recibe un 43% de calificaciones positivas entre quienes evalúan de manera negativa a las comunicaciones. Pero, cuando la calificación de las comunicaciones son positivas, el nivel de satisfacción del usuario se eleva y alcanza el 85%, superando a las empresas de gas que son las mejor calificadas.

Otro ejemplo lo podemos encontrar en la calificación promedio de los atributos de imagen. Entre quienes califican negativamente a las comunicaciones, la valoración promedio es del 57% mientras que, entre quienes lo hacen de forma positiva, es del 73%.

ESTUDIO SATISFACCIÓN GENERAL

RESUMEN DE DATOS

En los últimos 5 años, la percepción de mejora en el servicio ha descendido significativamente. Se ubicaba en el 46% a finales de 2019 y hoy se encuentra en apenas el 18%. La percepción de mejora incrementa las expectativas de servicio a futuro.

Por último, esta primera medición es un gran punto de partida para desarrollar acciones tendientes a mejorar la percepción de los usuarios y luego observar el resultado de las mismas.

