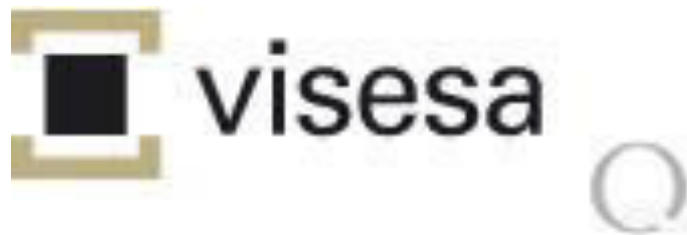


# ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES AÑO 2014



# ESTUDIO DE SATISFACCIÓN CLIENTES – AÑO 2014

## Ficha técnica – Promociones encuestadas

		Universo	Muestra
	A – 18 Salburua 401	2	2
	A – 21 Zabalgana 288	5	5
	A – 25 Iruña de Oca	1	1
	A – 27 Salburua 242	71	64
	A – 29 Zabalgana 336	57	47
	A – 34 Zabalgana 84	16	15
<b>TOTAL</b>		<b>152</b>	<b>134</b>

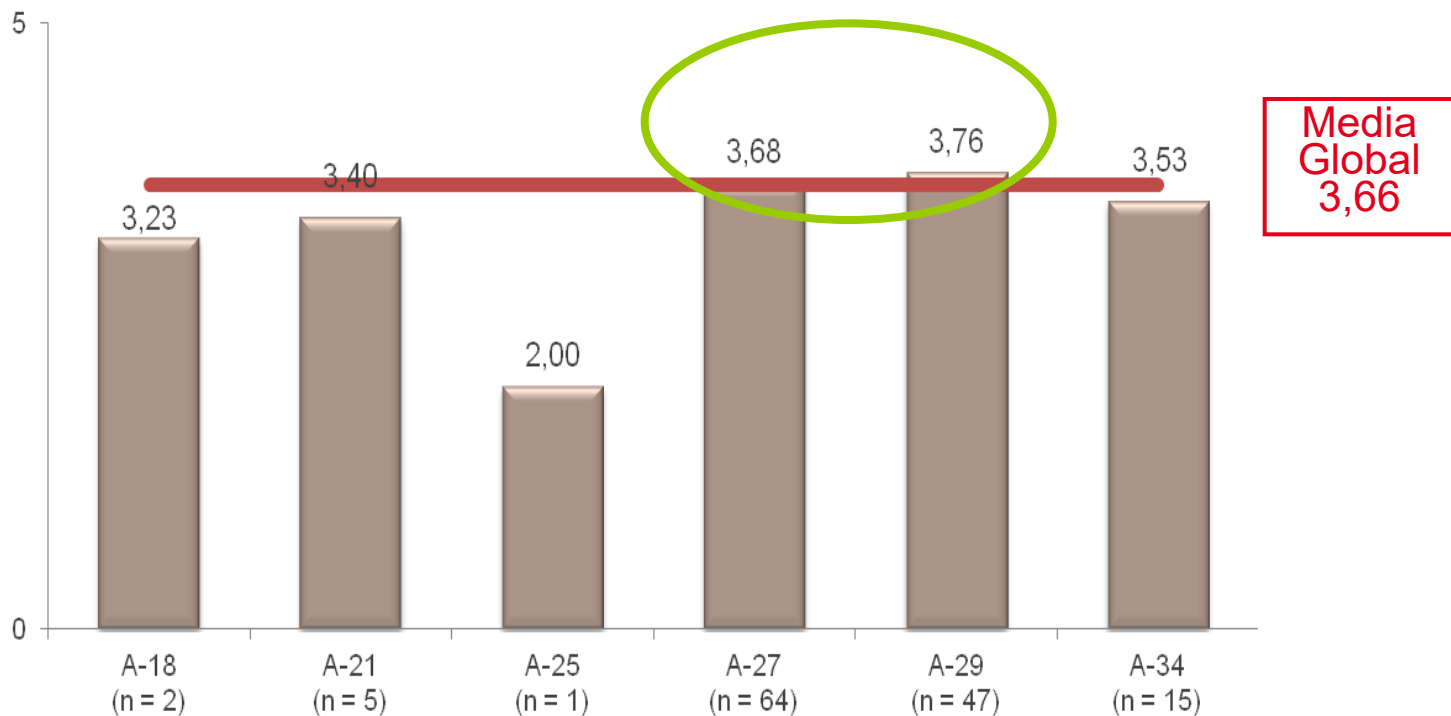
Muestras más representativas



Peso de cada uno de los ámbitos encuestados

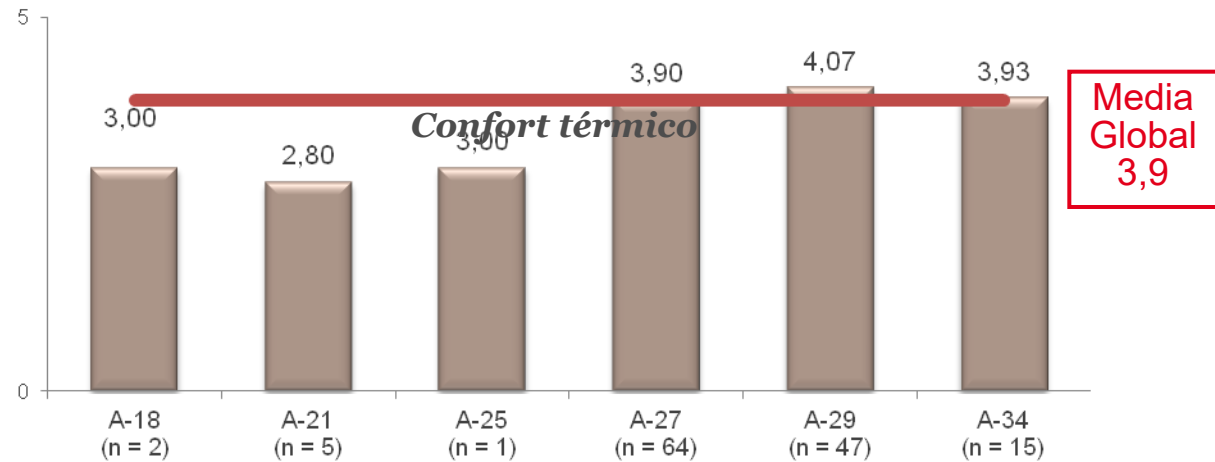
	<b>Total 2014 (n=134)</b>	<b>A-18 (n = 2)</b>	<b>A-21 (n = 5)</b>	<b>A-25 (n = 1)</b>	<b>A-27 (n = 64)</b>	<b>A-29 (n = 47)</b>	<b>A-34 (n = 15)</b>
Vivienda	24,6	15,0	34,0	20,0	23,6	26,2	22,7
Ubicación y dimensiones	22,0	15,0	29,0	35,0	22,3	21,7	19,7
Precio	19,6	40,0	19,0	5,0	19,7	18,1	22,7
Servicio después de la entrega	17,4	15,0	9,0	20,0	18,2	17,4	16,7
Servicio hasta la entrega	16,3	15,0	9,0	20,0	16,1	16,6	18,3

## NIVEL DE SATISFACCIÓN EN RELACIÓN A LAS CALIDADES Y ACABADOS DE LAS VIVIENDAS



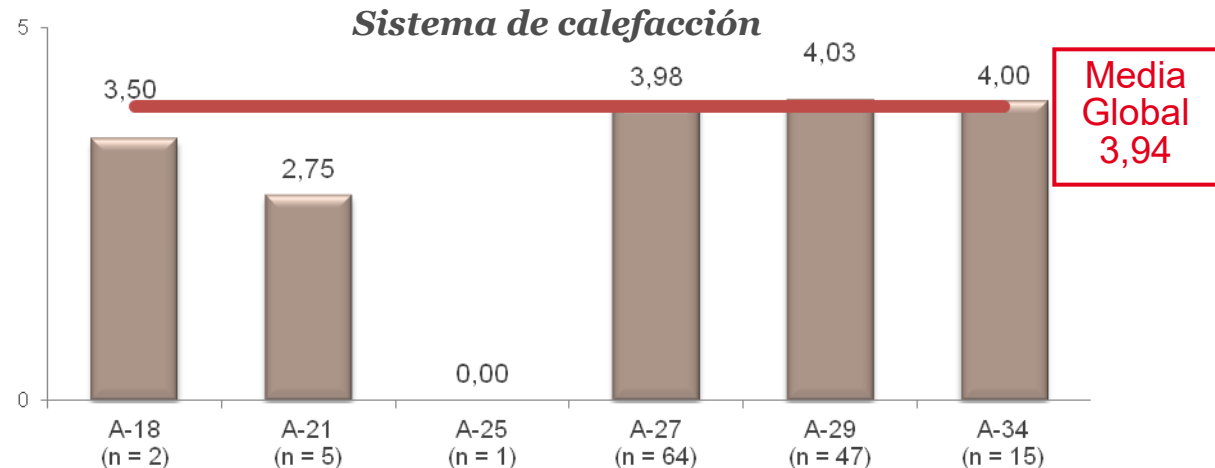
	<b>MEDIA</b>
Sistema de calefacción	3,94
Puerta de entrada	3,92
Confort térmico (aislamientos térmicos)	3,90
Fachada y aspecto exterior del edificio	3,86
Confort acústico (aislamiento acústico)	3,75
Calidad de los materiales	3,65
Cocina (mobiliario y electrodomésticos)	3,62
Innovaciones técnicas en materiales de la vivienda	3,60
Acabado del portal y la escalera	3,54
Tipo de suelo y colocación	3,43
Limpieza de la vivienda en el momento de la entrega	3,06
<b>MEDIA DEL BLOQUE</b>	<b>3,66</b>

✓ Destaca la **valoración positiva** del **confort térmico** realizada por los clientes de las **promociones de A-27, A-29 y A-34** en comparación con la baja valoración de este aspecto por parte de los clientes de las promociones de **A-18, A-21 y A-25**.



✓ El **sistema de calefacción** de la vivienda resulta **más satisfactorio** entre los **clientes de las promociones de A-29 y A-34**.

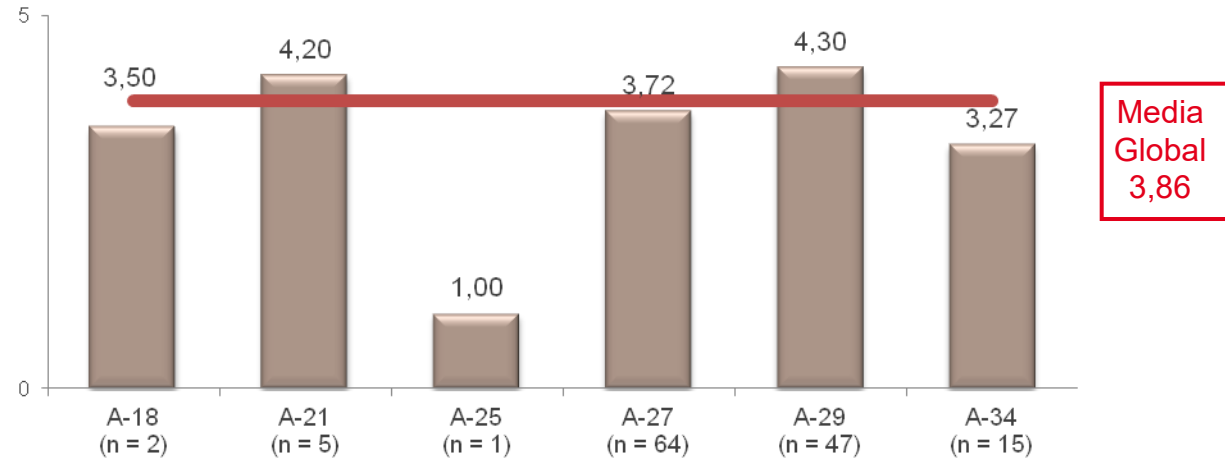
✓ Por el contrario, es **significativamente inferior** a la media entre los clientes de las promociones de **A-21**.



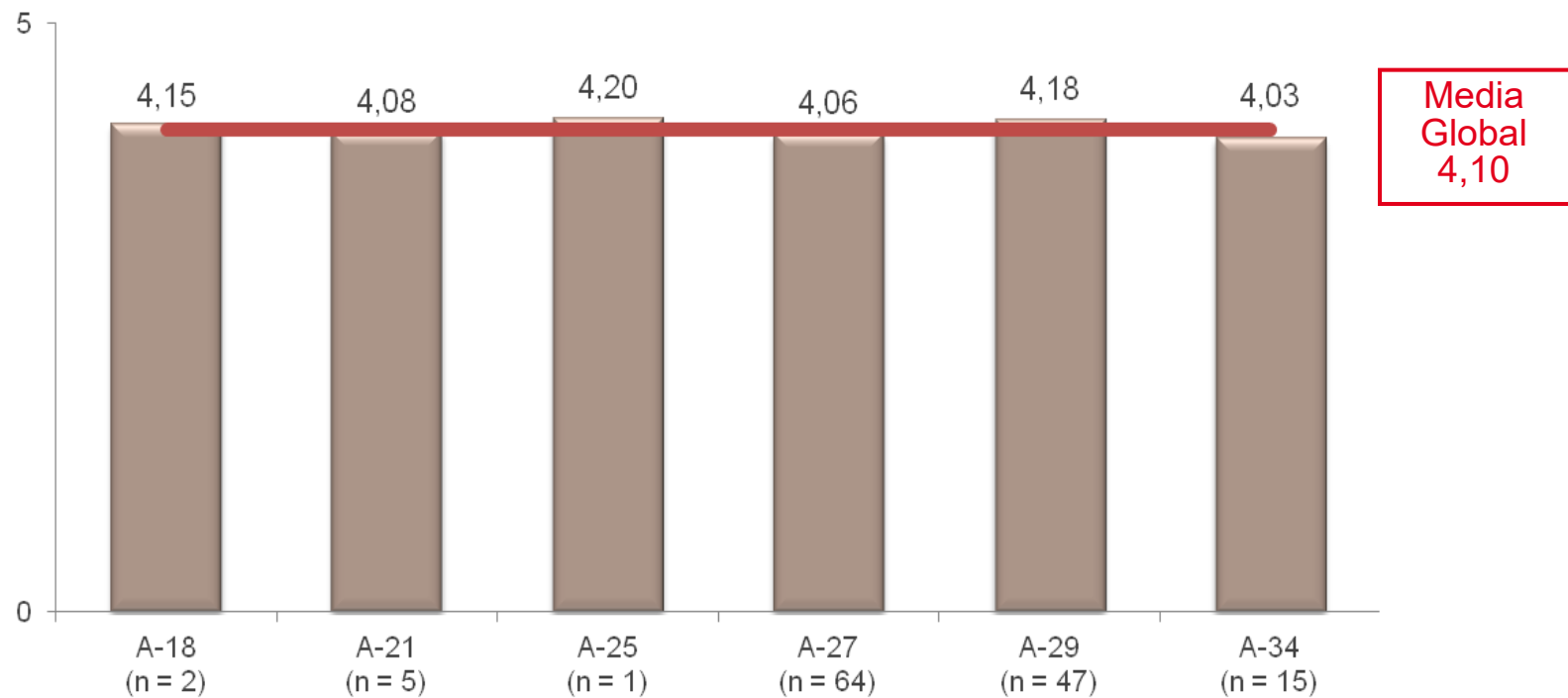
\* Escala de satisfacción de mínimo 0 “muy bajo” a máximo 5 “muy alto”.

# ESTUDIO DE SATISFACCIÓN CLIENTES – AÑO 2014

- ✓ El aspecto exterior del edificio es altamente valorado entre los clientes de las promociones de A-21 y A-29.
- ✓ Por el contrario, es significativamente inferior a la media entre los clientes de la promoción A-25.



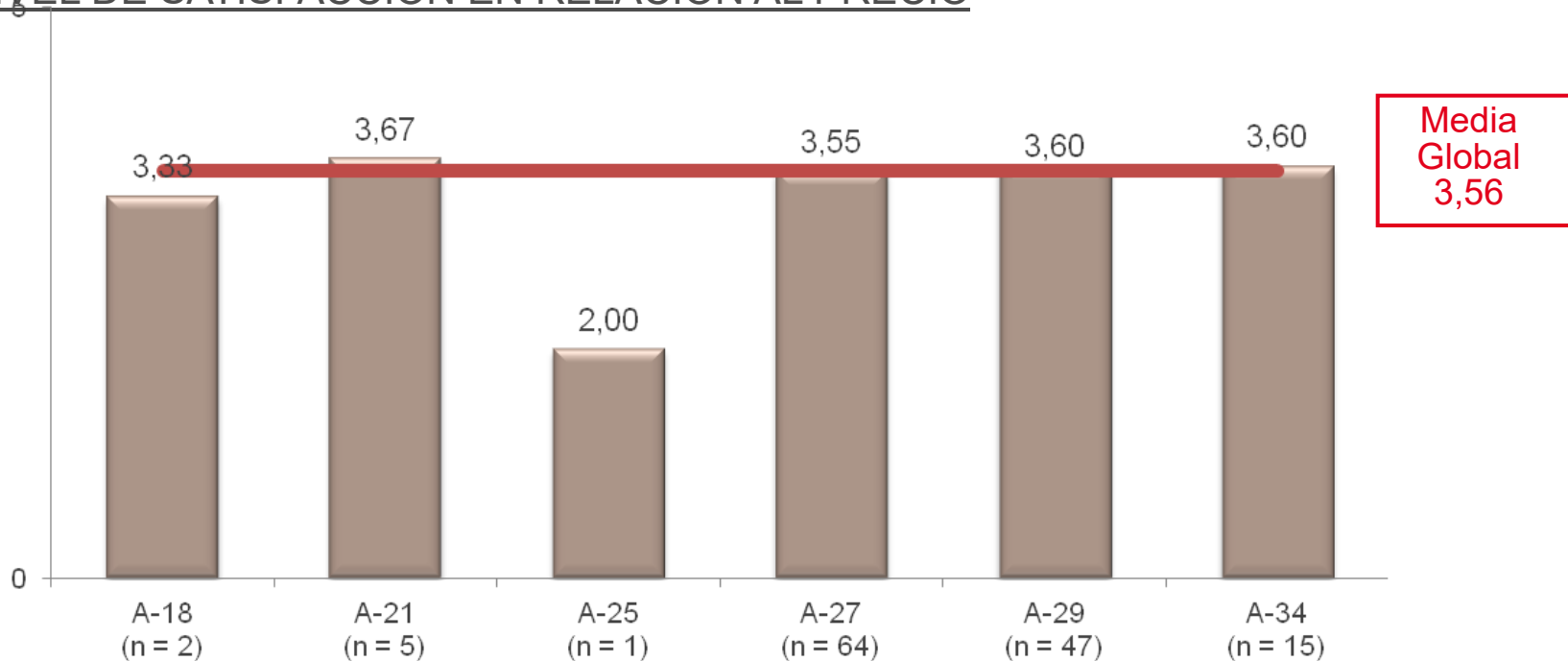
## NIVEL DE SATISFACCIÓN EN RELACIÓN A LA UBICACIÓN Y DIMENSIONES DE LA VIVIENDA Y ANEJOS





	<b>MEDIA</b>
Tamaño de la vivienda (espacio útil)	4,44
Calidad de vida en el entorno	4,36
Número de dormitorios de la vivienda	4,31
Ubicación de la vivienda en el edificio, altura y orientación	4,30
Diseño y distribución de la vivienda	4,16
Ubicación del trastero en el edificio	4,10
Dimensiones del trastero	4,02
Dimensiones del portal	4,00
Dimensiones de la plaza de garaje	3,91
Diseño del portal y escaleras	3,40
<b>MEDIA DEL BLOQUE</b>	<b>4,10</b>

## NIVEL DE SATISFACCIÓN EN RELACIÓN AL PRECIO

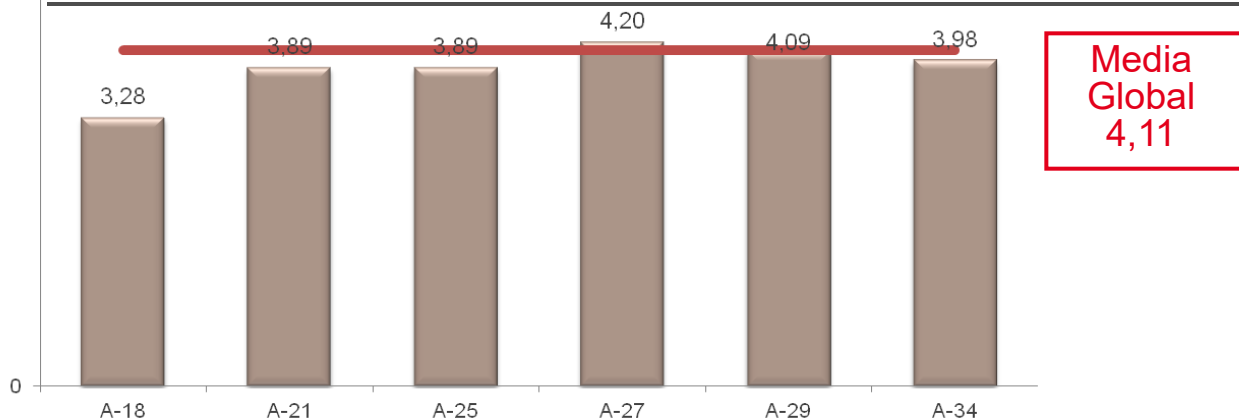


	<b>MEDIA</b>
Mensualidades (cuotas de alquiler)	3,96
Contraprestación abonada al inicio del contrato	3,28
Deducciones aplicadas sobre el precio final de la vivienda	3,45

**MEDIA DEL BLOQUE**

**3,56**

## NIVEL DE SATISFACCIÓN EN RELACIÓN AL SERVICIO HASTA LA ENTREGA

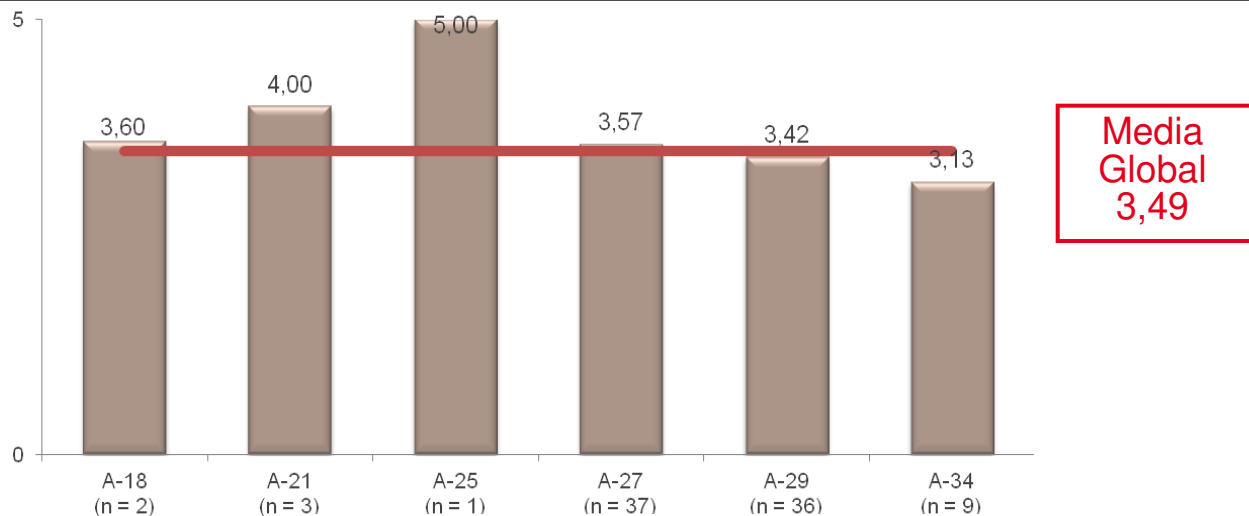


	<b>MEDIA</b>
Trato y amabilidad en las oficinas	4,36
Trato y amabilidad durante la visita a la vivienda	4,32
La vivienda comprada y el servicio recibido se ajusta a la información previa recibida	4,30
Documentación técnica entregada a la firma de contrato	4,25
Información clara y suficiente antes de firmar el contrato de alquiler	4,25
Cumplimiento de plazos de entrega	4,13
La visita para conocer la vivienda	4,05
Rapidez en la atención	3,84
Cercanía, proximidad de las oficinas de Visesa	3,48

**MEDIA DEL BLOQUE**

**4,11**

## NIVEL DE SATISFACCIÓN EN RELACIÓN AL SERVICIO POST-VENTA



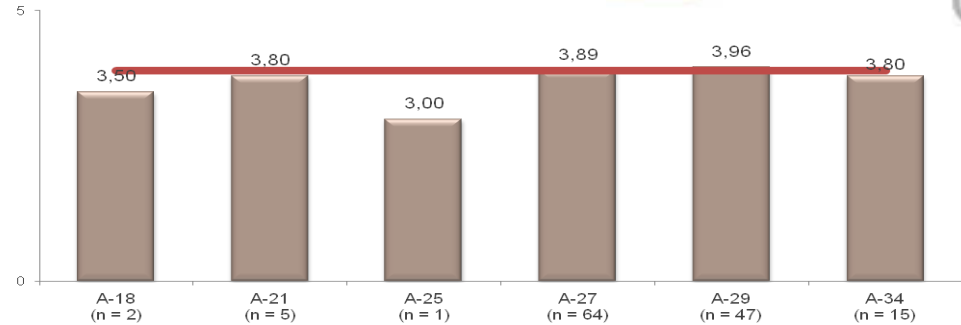
	<b>MEDIA</b>
El trato y amabilidad del técnico de atención postventa (aparejador que visita su vivienda)	4,14
El trato y amabilidad recibido por este servicio	3,94
Los medios que se han dispuesto para contactar con el SAP (teléfono, fax, correo electrónico...)	3,74
La eficacia en la resolución de la incidencia	2,99
La rapidez en la resolución de la incidencia	2,66
<b>MEDIA DEL BLOQUE</b>	<b>3,49</b>

# ESTUDIO DE SATISFACCIÓN CLIENTES – AÑO 2014

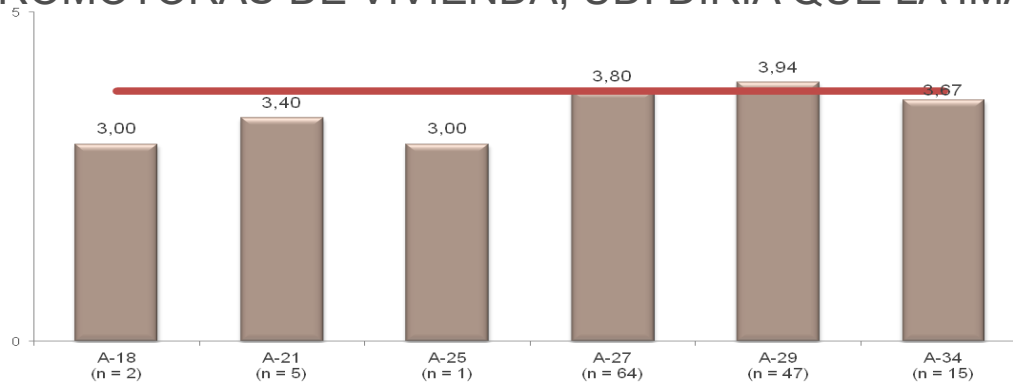


## VALORACIÓN DE LA IMAGEN DE VISESA

Media Global  
3,89



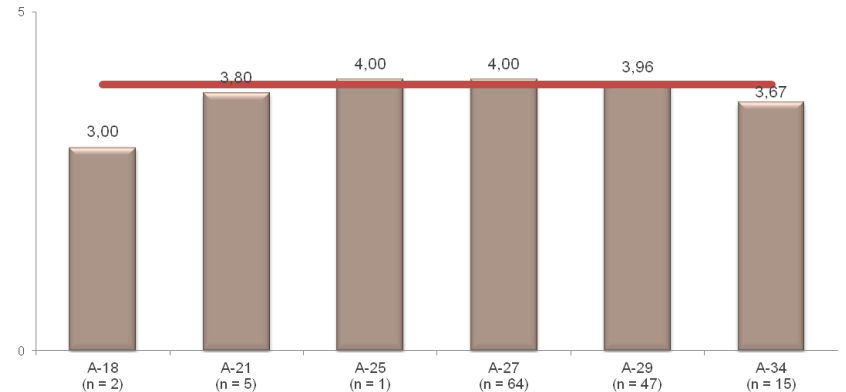
SI COMPARASEMOS LA IMAGEN GENERAL DE VISESA CON LA DE OTRAS EMPRESAS PROMOTORAS DE VIVIENDA, UD. DIRIA QUE LA IMAGEN DE VISESA ES...



Media Global  
3,80

## COMUNICACIÓN CON VISESA

Media Global  
3,93



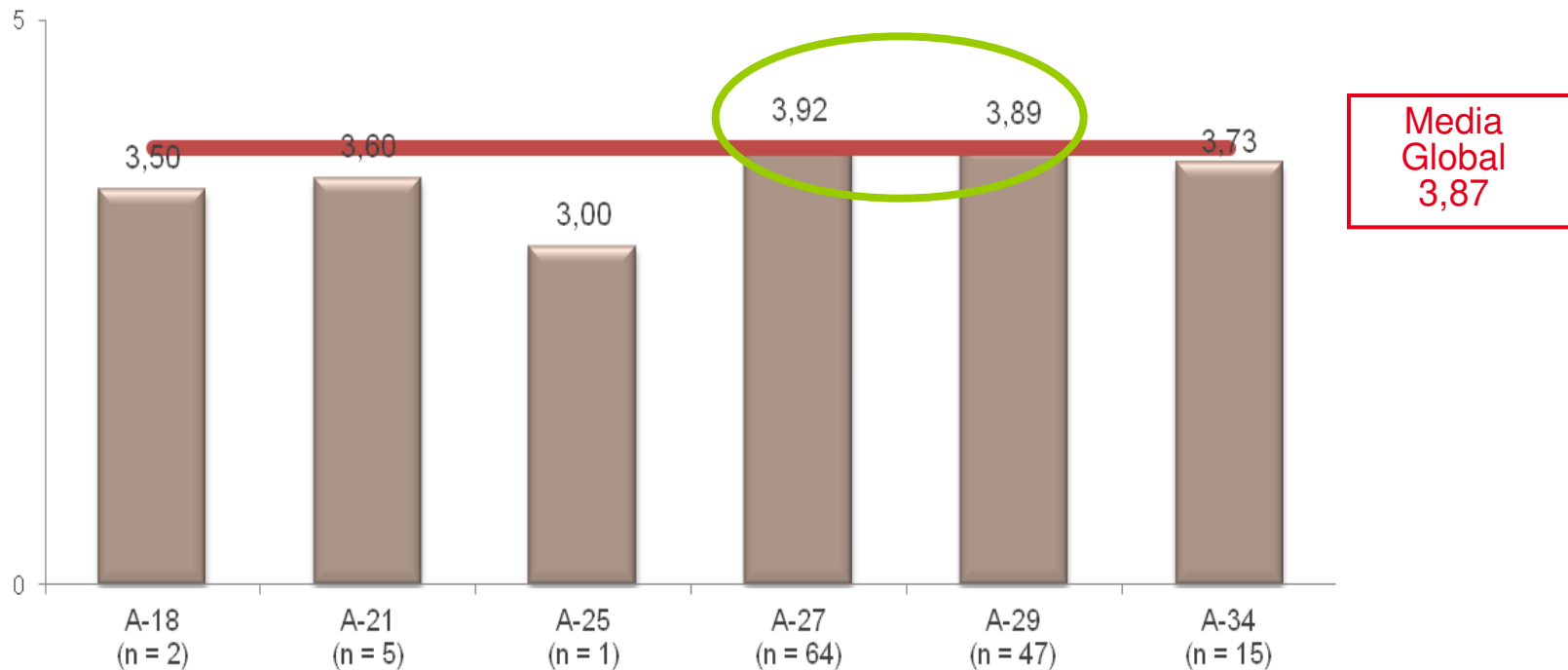
## FACTOR SOCIAL DE VISESA

	<b>MEDIA</b>
Hace aportaciones a la sociedad promoviendo VPO	4,01
Es respetuosa con el medio ambiente	3,96
Es transparente en sus actividades	3,92
Ofrece unos servicios de calidad	3,87
<b>MEDIA DEL BLOQUE</b>	<b>3,94</b>

## www.visesa.com

	<b>MEDIA</b>
Facilidad de navegación (es fácil encontrar lo que busco)	3,70
Imagen de la página, su estética	3,64
Calidad y cantidad de información (está todo lo que necesito)	3,62
Información actualizada	3,57
<b>MEDIA DEL BLOQUE</b>	<b>3,63</b>

## NIVEL DE SATISFACCIÓN (espontánea)



## INDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL ISG PONDERADO

Año 2014 = 3.79

## ¿RECOMENDARIA A PERSONAS CONOCIDAS QUE ALQUILARAN UNA VIVIENDA A TRAVÉS DE VIVESA?

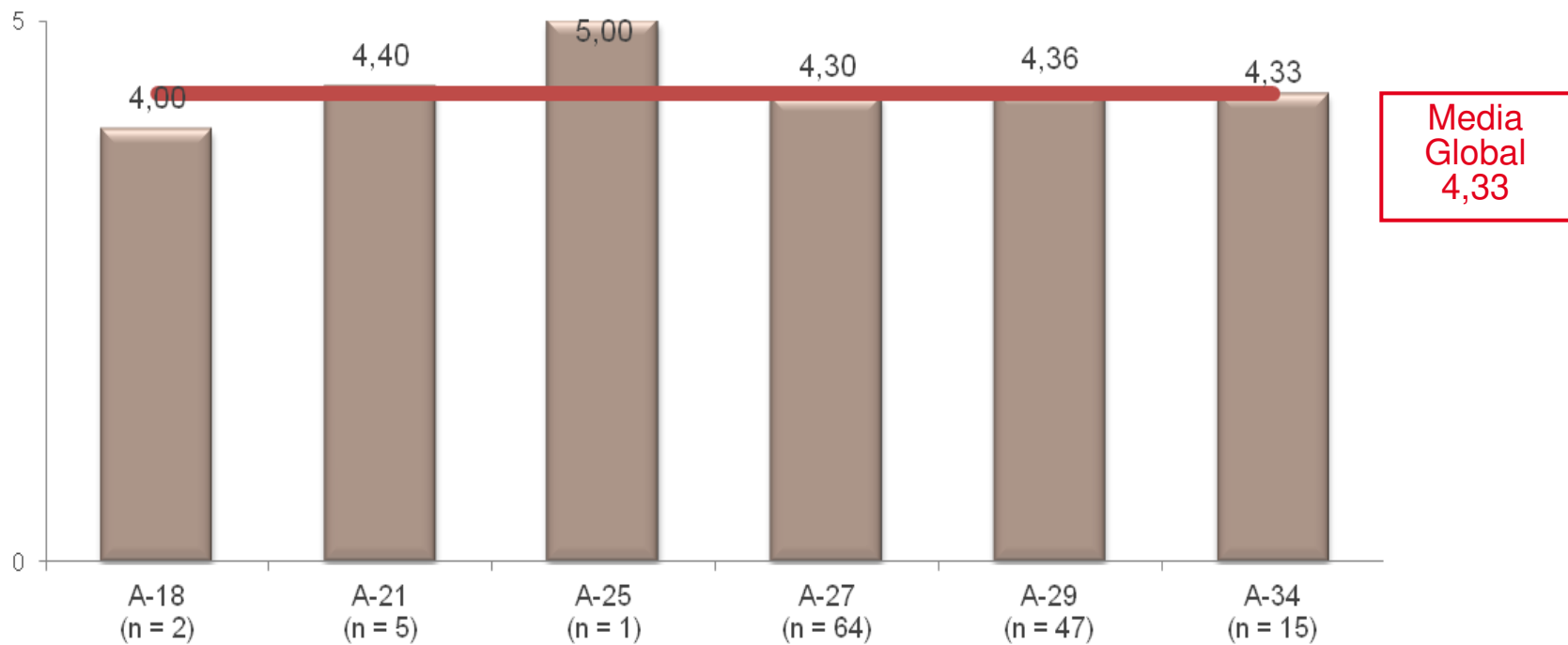




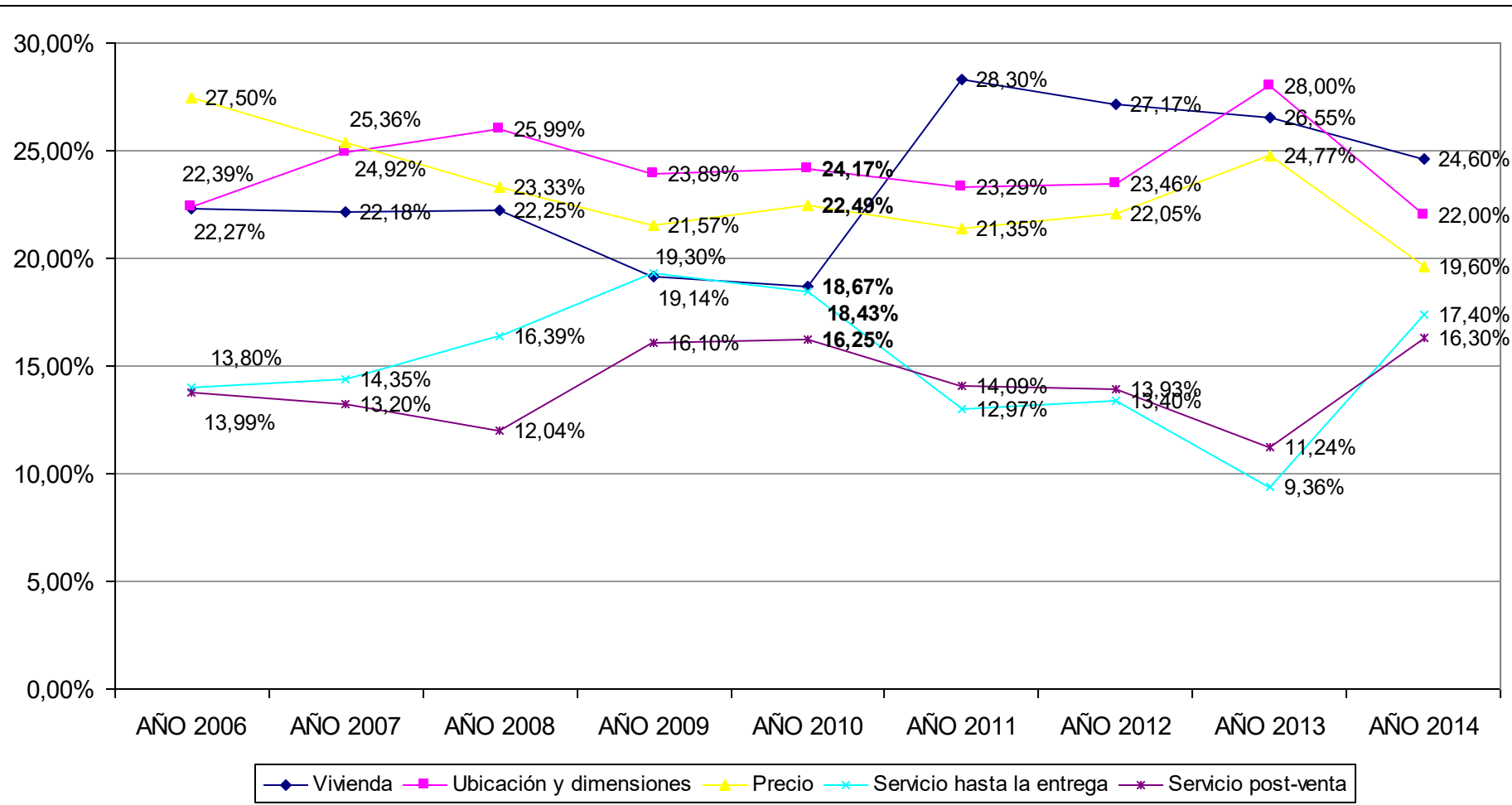
# ESTUDIO DE SATISFACCIÓN CLIENTES – AÑO 2014



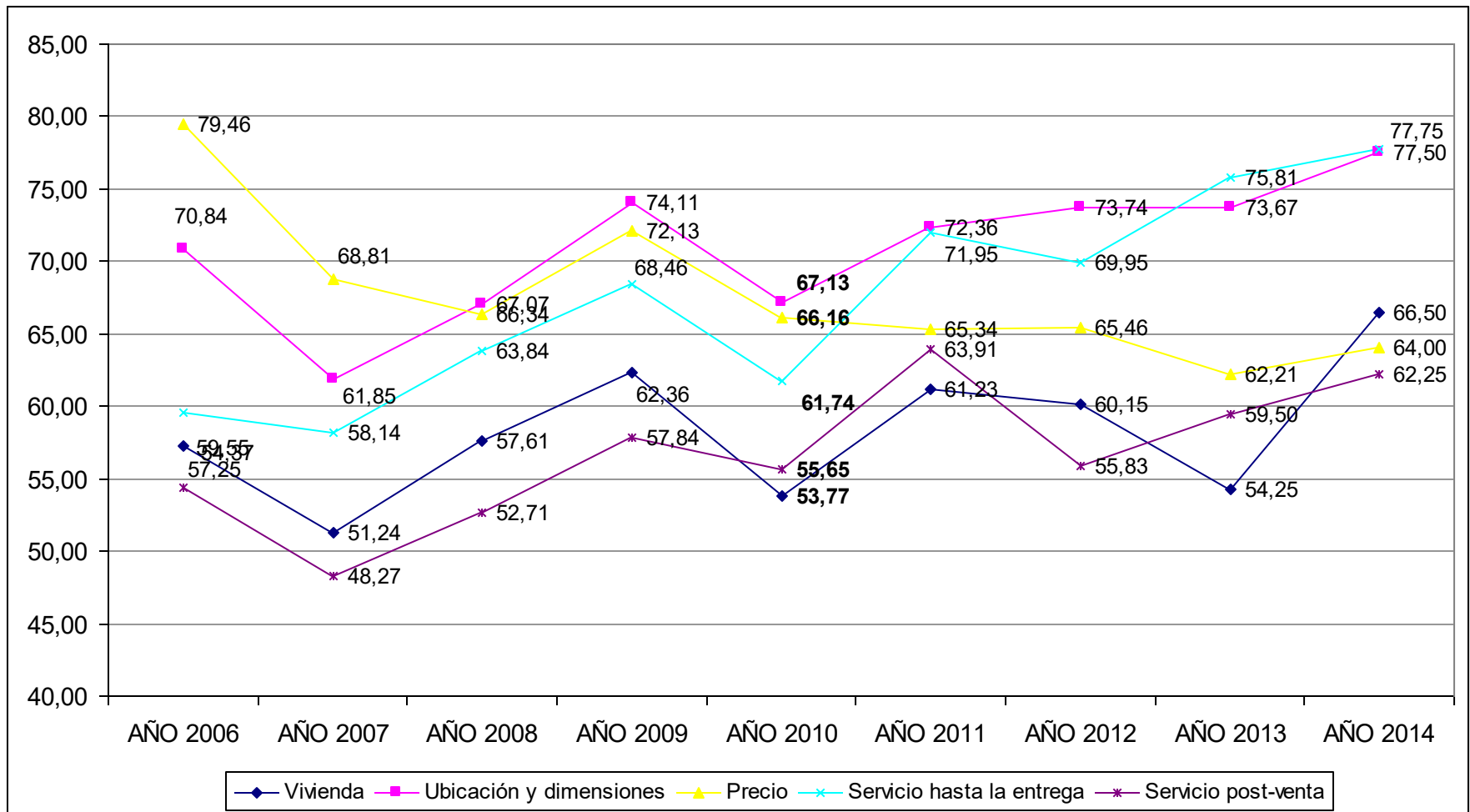
¿CUAL ES SU OPINION RESPECTO AL REGIMEN DE ALQUILER CON OPCION A COMPRA OFERTADO POR VISESA?



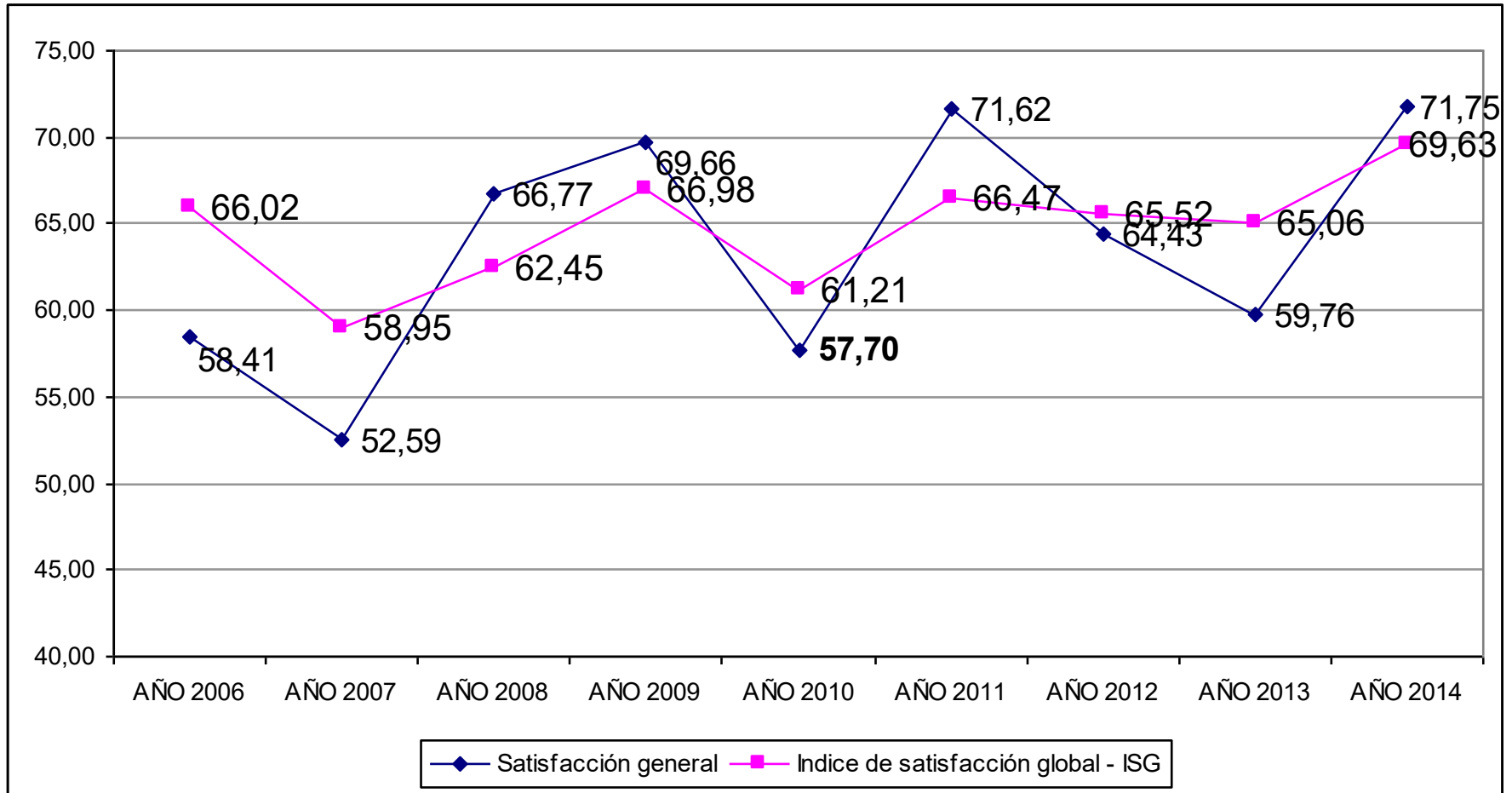
## EVOLUCIÓN RESPECTO A AÑOS ANTERIORES – PESO DE CADA ÁMBITO



## EVOLUCIÓN RESPECTO A AÑOS ANTERIORES – VALORACIÓN DE ÁMBITO



## EVOLUCIÓN RESPECTO A AÑOS ANTERIORES – SATISFACCIÓN GENERAL



COMPRA vs ALQUILER CON OPCIÓN A COMPRA  
 Zabalgana 336 se encuestó en compra en el año 2012

	Compra	vs alquiler
Calidades y acabados de la vivienda	59,68	69
Ubicación y dimensiones de la vivienda y anejos	72,55	79,5
Precio	58,71	65
Servicio hasta la entrega	63,07	77,25
Servicio post venta	38,34	60,5
<b>VALORACIÓN GENERAL (pregunta directa)</b>	<b>51,98</b>	<b>72,25</b>



Contexto Zabalgana 336