

Divulgação de Resultados – ECSI 2009

Banca, Seguros, Comunicações, Combustíveis, Gás em Garrafa, Transportes de Passageiros e Águas



Patrocinador
do sector das
Comunicações



Parceiros nos sectores
das Águas e Seguros

Equipa ECSI:

Instituto Português da Qualidade



ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA A QUALIDADE



20 ANOS

Índice

- Introdução
- Aspectos Metodológicos
- Resultados por Variável
- Resultados por Sector
- Resultados Globais
 - Posicionamento dos sectores em 2009
 - Variação dos sectores ao longo do tempo

1 Introdução

■ Apresentação de um conjunto de resultados da satisfação dos clientes obtidos para o ano 2009, estimados no âmbito do modelo ECSI-Portugal (European Customer Satisfaction Index - Portugal).

■ Foram estudados sete sectores:

Banca, Seguros, Comunicações, Combustíveis, Gás em Garrafa, Transportes Públicos de Passageiros e Águas.

1 Introdução

- No sector das Comunicações são considerados os subsectores da Rede Fixa (STF), da Rede Móvel (STM), da Televisão por Subscrição, da Internet Fixa, da Internet Móvel e dos Serviços Postais (que não são incluídos nesta apresentação por serem constituídos por um único operador).
- No sector dos Transportes de Passageiros são apenas consideradas as Áreas Metropolitanas de Lisboa e do Porto. Neste sector os resultados apresentam-se agregados por estas duas áreas.
- São divulgadas as médias sectoriais e a média global dos sete sectores, por indicador e para cada variável.

Aspectos Metodológicos

2 Aspectos Metodológicos

Sectores e empresas estudadas no ECSI-Portugal 2009

Banca	Seguros		Comunicações	
<ul style="list-style-type: none"> BES BPI CGD Montepio Millennium BCP Santander Totta Outros bancos 	<ul style="list-style-type: none"> Axa Seguros Alico OK! teleseguros Tranquilidade (vida e não vida) Generali Médis Allianz 	<ul style="list-style-type: none"> Liberty Ocidental Fidelidade Mundial Império Bonança Seguro Directo Zurich Multicare Açoreana 	<p><u>Serviço Telefónico Fixo</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Grupo PT Grupo ZON Outros prestadores <p><u>Serviço Telefónico Móvel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Optimus TMN Vodafone <p><u>Serviços Postais</u></p> <ul style="list-style-type: none"> CTT 	<p><u>Televisão por Subscrição</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Grupo PT Grupo ZON Outros TV por Subscrição <p><u>Internet Fixa</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Grupo PT Grupo ZON Grupo Sonaecom Cabovisão <p><u>Internet Móvel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Prestadores Móveis
Transportes AML e AMP	Gás em Garrafa	Combustíveis	Águas	
<ul style="list-style-type: none"> Carris CP- Lisboa Metropolitano de Lisboa Outros operadores de transporte AML Outros operadores de transporte AMP 	<ul style="list-style-type: none"> Galp BP Repsol Outras marcas de gás em garrafa 	<ul style="list-style-type: none"> Galp BP Repsol Hipers Outras marcas de postos de combustível 	<ul style="list-style-type: none"> EPAL, SA SMAS Sintra SMAS Almada SMAS Oeiras e Amadora SMAS Loures SMAS Torres Vedras Águas de Santarém 	<ul style="list-style-type: none"> SMAS Vila Franca Xira Águas Santo André Águas de Coimbra SMSB de Viana do Castelo SMAS Montijo CM Albufeira Outras entidades

2 Aspectos Metodológicos

Estudo de Mercado

■ Selecção da amostra de clientes – População alvo:

- Utilização de amostra longitudinal com rotação de aproximadamente 50%.
- Clientes particulares, com experiência de consumo mínima de 3 ou 6 meses e com idades superiores a 15 ou 18 anos.
- A selecção de clientes (a partir do conjunto da população residente no território nacional) é feita em duas etapas:
 - Selecção aleatória de alojamentos; selecção aleatória de um residente em cada alojamento;
 - Qualificação do potencial entrevistado como cliente de um sector de actividade e qualificação como cliente de uma determinada empresa do sector com que, durante o período de referência, teve uma relação mais intensa
- O plano de Sondagem contempla o contacto telefónico por rede móvel fazendo-se uma selecção aleatória de números de telemóvel das três redes móveis no sector da Banca e subsector da Rede Móvel.

2 Aspectos Metodológicos

Estudo de Mercado

■ Dimensão da Amostra:

Em média são entrevistados 250 clientes por empresa/marca.

No ano 2009 foram entrevistados:

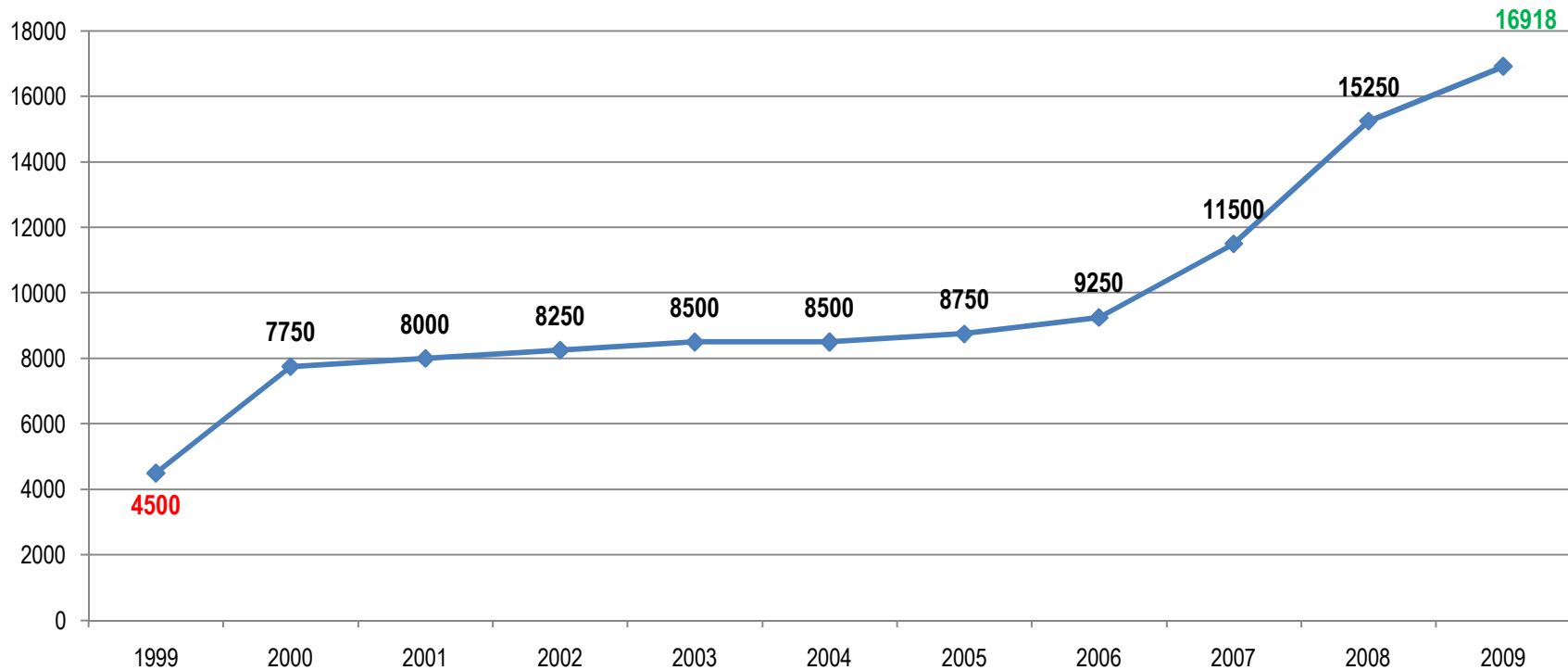
- 1762 clientes no sector da Banca
- 4041 clientes no sector dos Seguros
- 3753 clientes no sector das Comunicações
- 1457 clientes no sector dos Combustíveis
- 1122 clientes no sector do Gás em Garrafa
- 1257 clientes no sector dos Transportes
- 3526 clientes no sector das Águas

TOTAL DA AMOSTRA = 16918 entrevistas

2 Aspectos Metodológicos

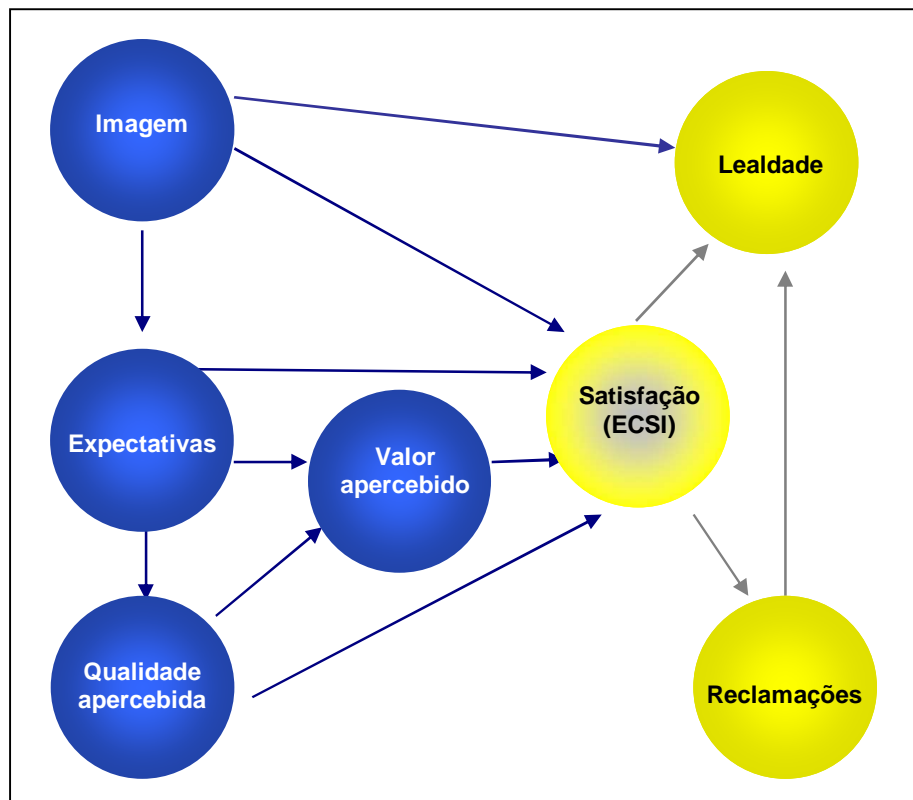
Estudo de Mercado

■ Número de entrevistas realizadas entre 1999 e 2009:



2 Aspectos Metodológicos

Modelo de Satisfação do Cliente



Modelo Estrutural:

Constituído pelo conjunto de equações que definem as relações entre as grandes dimensões, designadas variáveis latentes.

2 Aspectos Metodológicos

■ Questionário

Os questionários adoptados em 2009 para cada sector contêm, em média, 50 questões, sendo uma a quatro referentes a critérios de qualificação dos clientes, sete à sua caracterização socio-económica e a maioria das restantes associadas à estimação das variáveis latentes do modelo de satisfação.

Em geral, é adoptada a escala de respostas de 1 a 10 para os indicadores de cada variável latente. As variáveis latentes são medidas por um índice (1 a 10), resultante da ponderação dos respectivos indicadores segundo o seu grau de importância.

2 Aspectos Metodológicos

■ Propriedades dos índices

- Capacidade de previsão;
- Capacidade de diagnóstico;
- Possibilidade de agregação;
- Comparabilidade;
- Precisão.

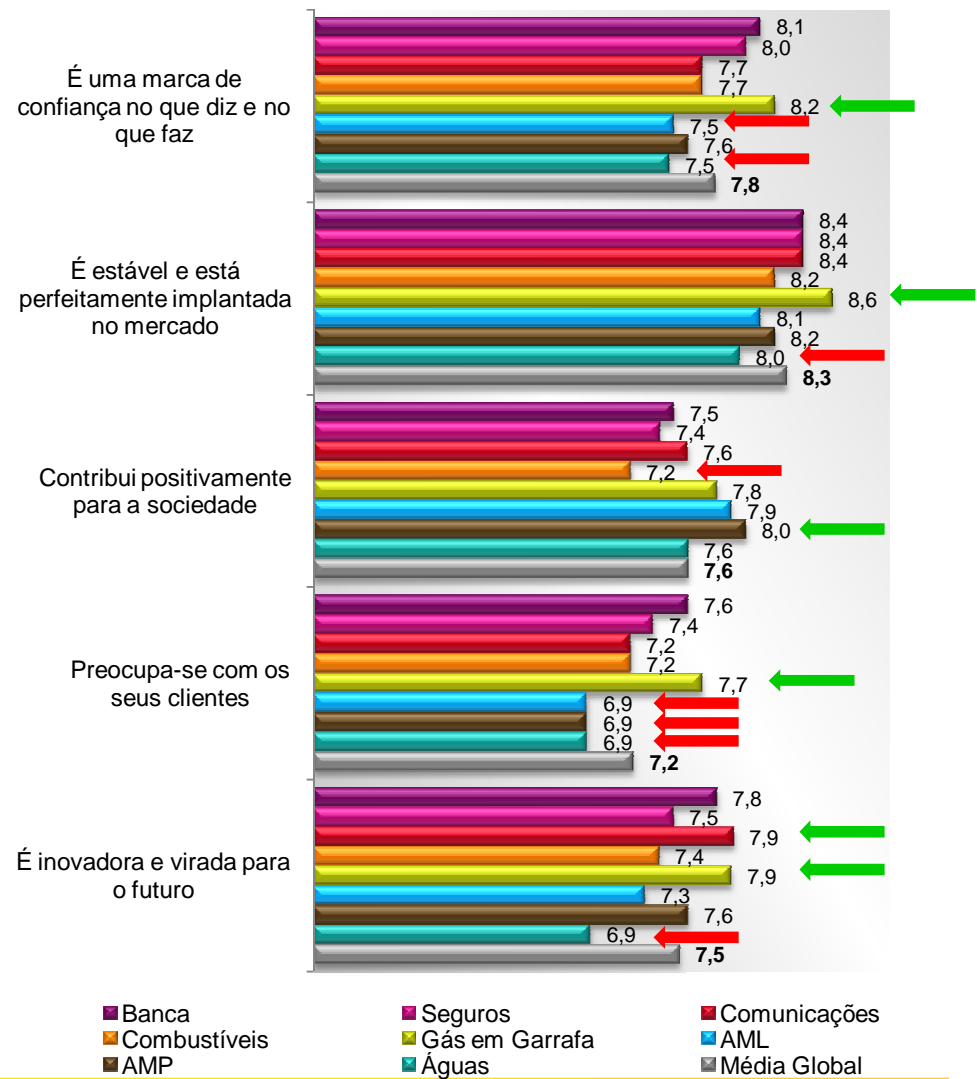
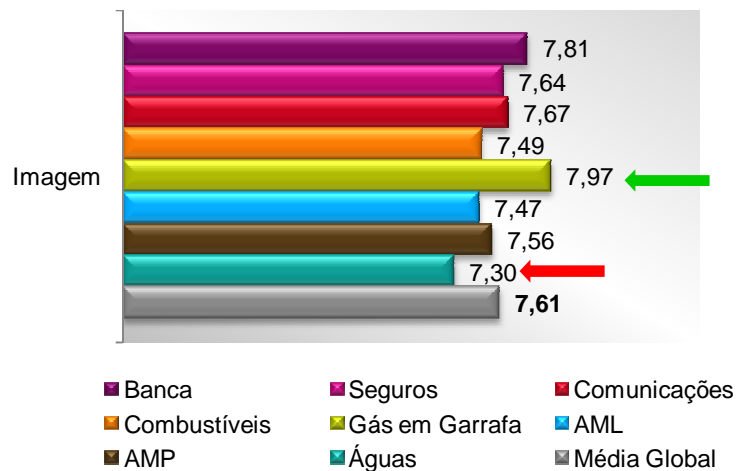
■ Documentos produzidos

- Relatório de Empresa (um por empresa);
- Relatório Síntese (um por empresa);
- Relatórios Sectoriais;
- Relatório Nacional;
- Relatório Metodológico.

Resultados por Variável

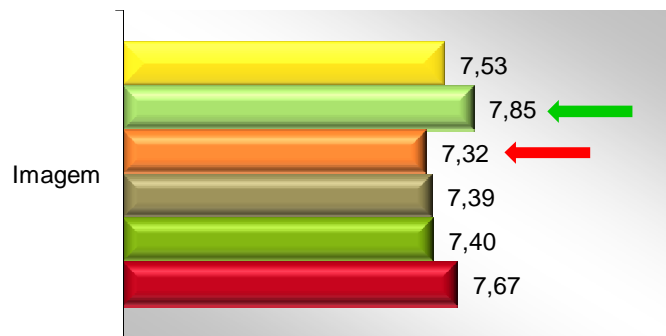
3 Resultados por Variável

Imagem

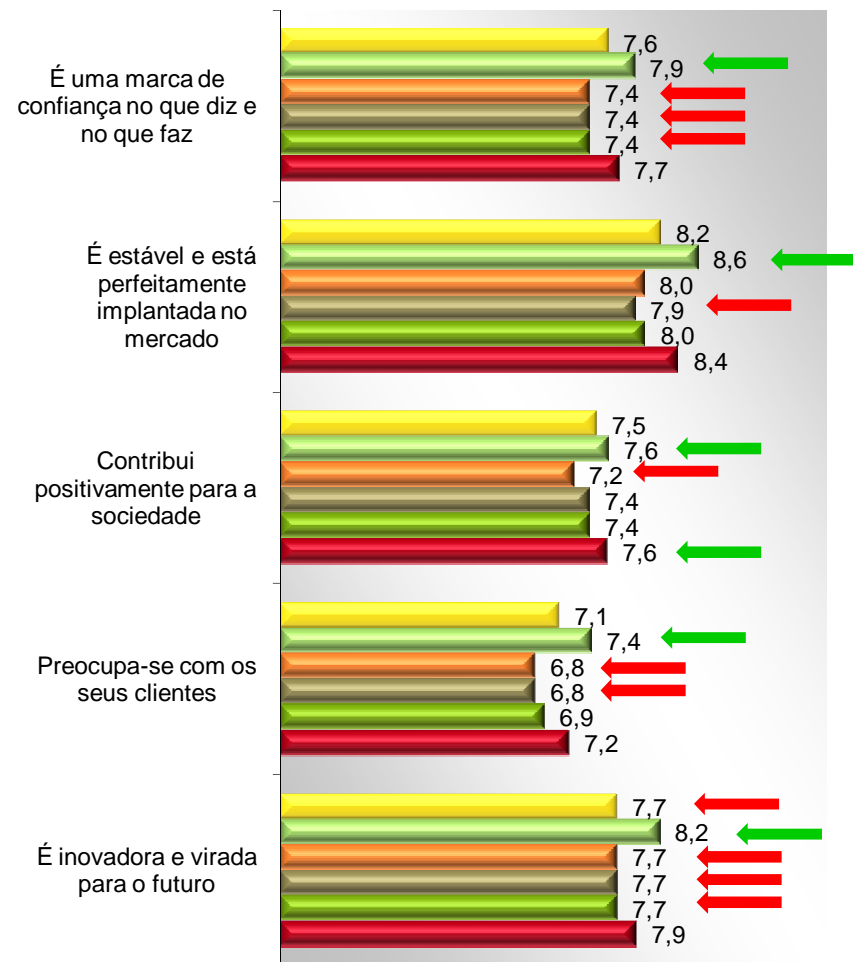


3 Resultados por Variável

Imagem – Sector das Comunicações



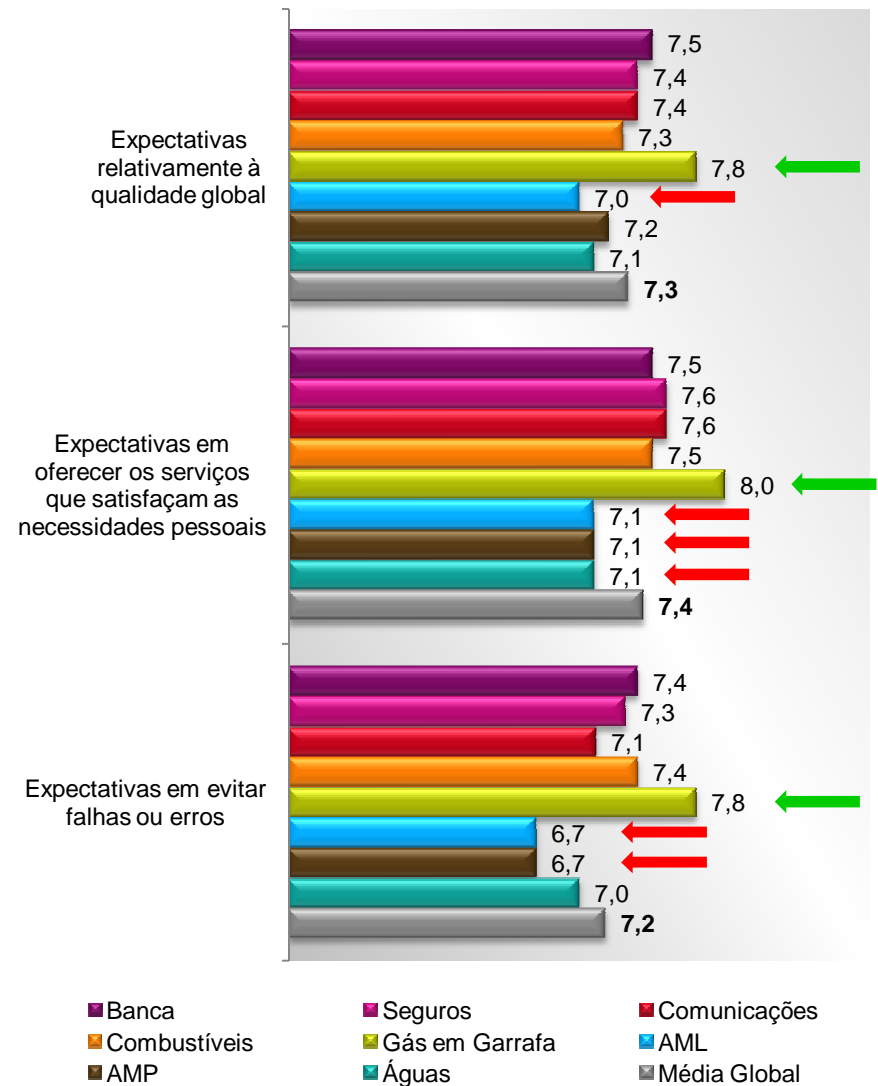
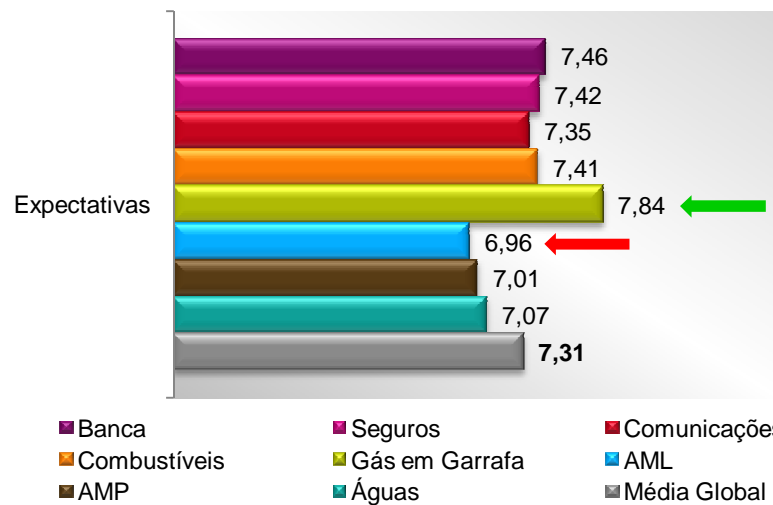
■ STF ■ STM ■ TV Subscrição
■ Internet Fixa ■ Internet Móvel ■ Comunicações



■ SFT ■ STM ■ TV Subscrição ■ Internet Fixa ■ Internet Móvel ■ Comunicações

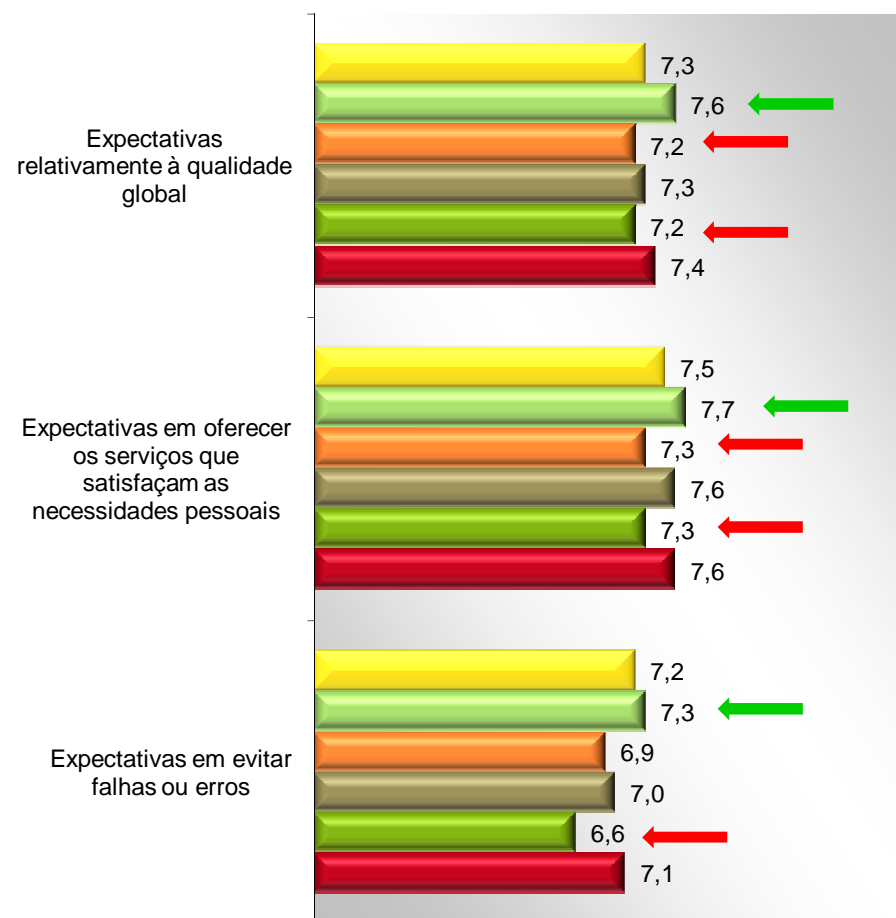
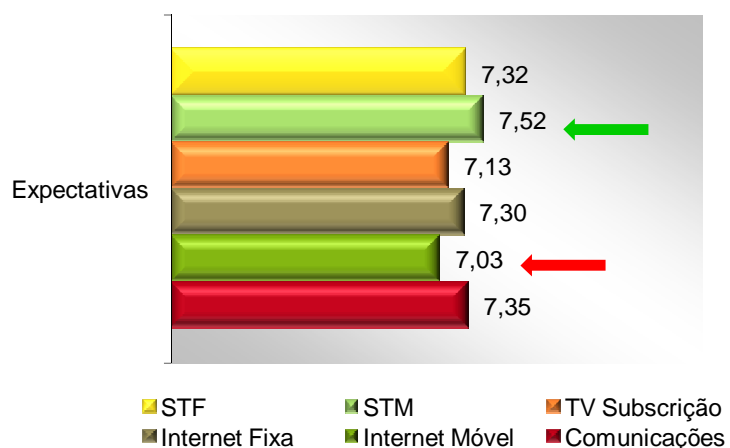
3 Resultados por Variável

Expectativas



3 Resultados por Variável

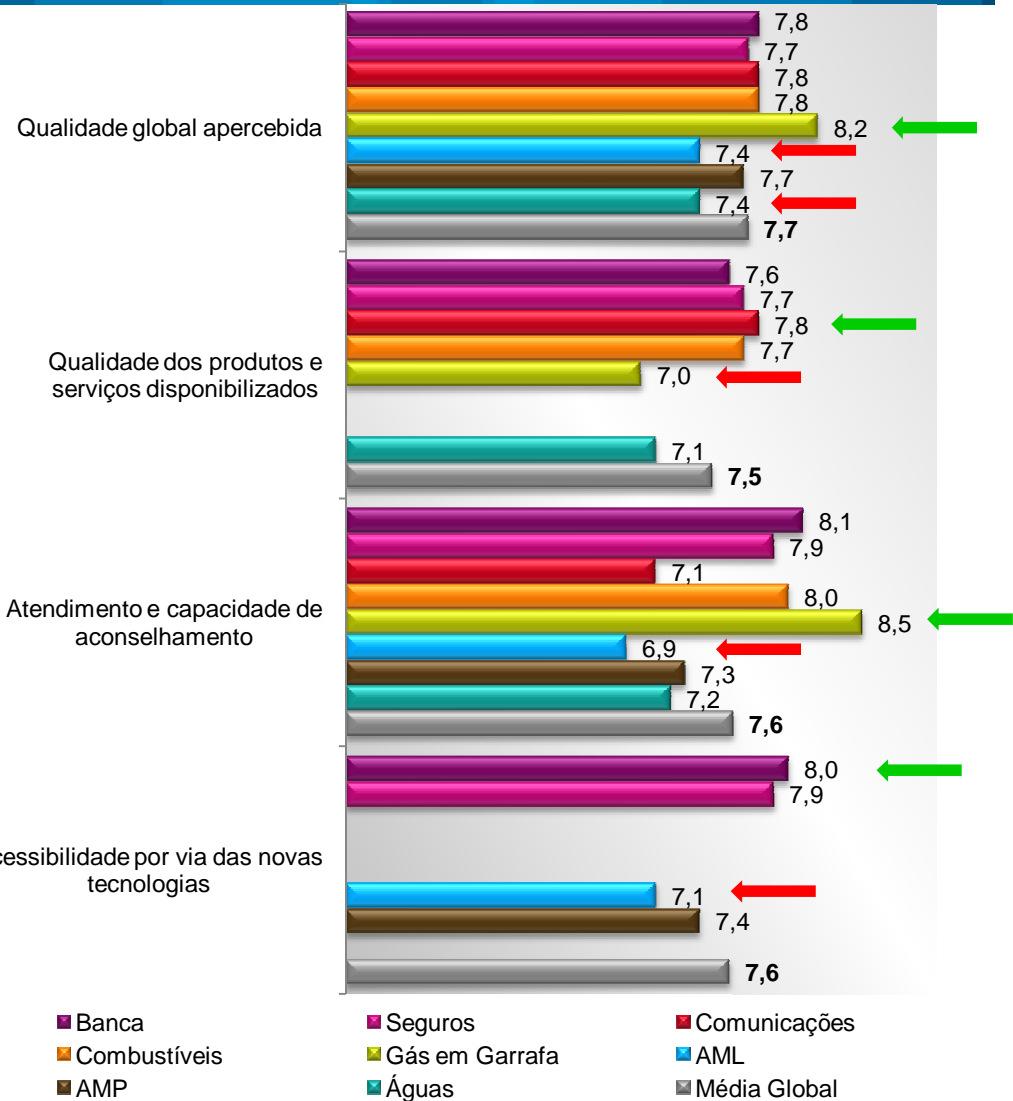
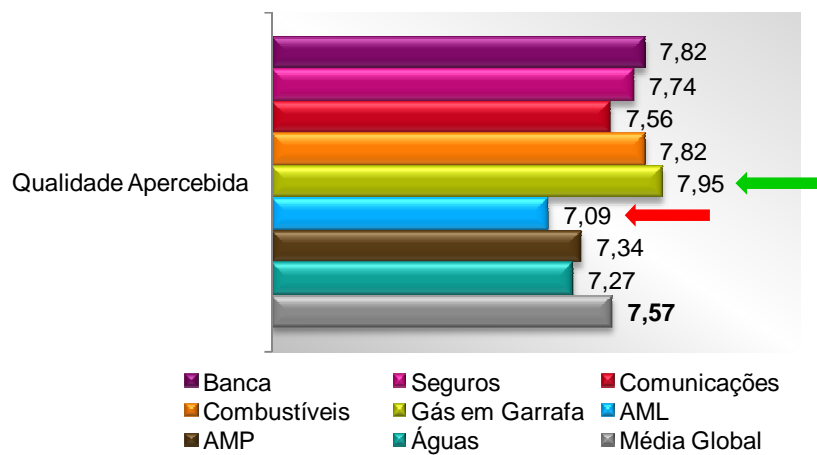
Expectativas – Sector das Comunicações



■ STF ■ STM ■ TV Subscrição ■ Internet Fixa ■ Internet Móvel ■ Comunicações

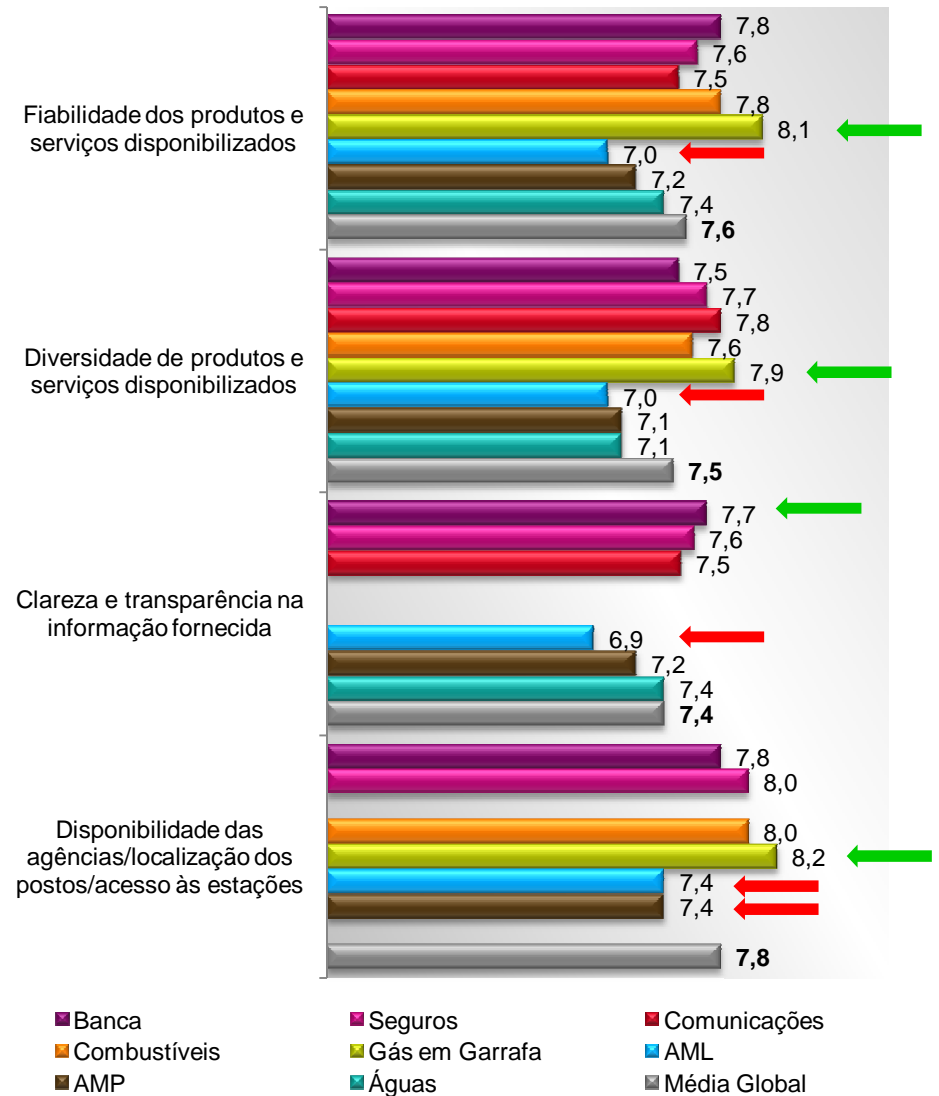
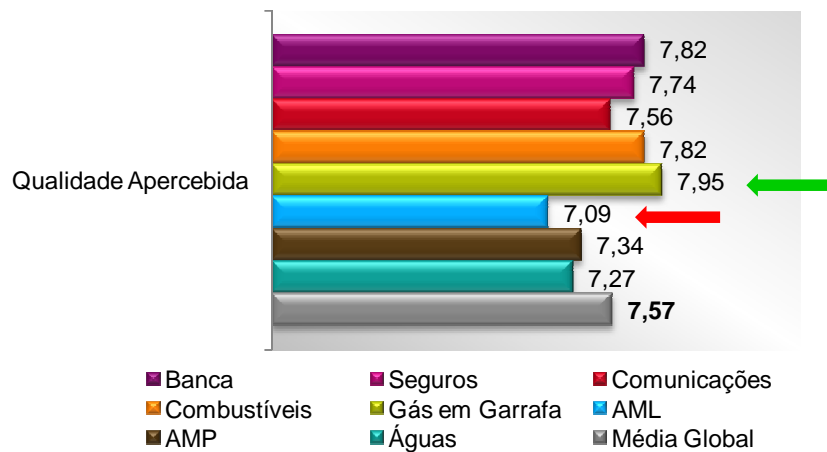
3 Resultados por Variável

Qualidade Apercebida



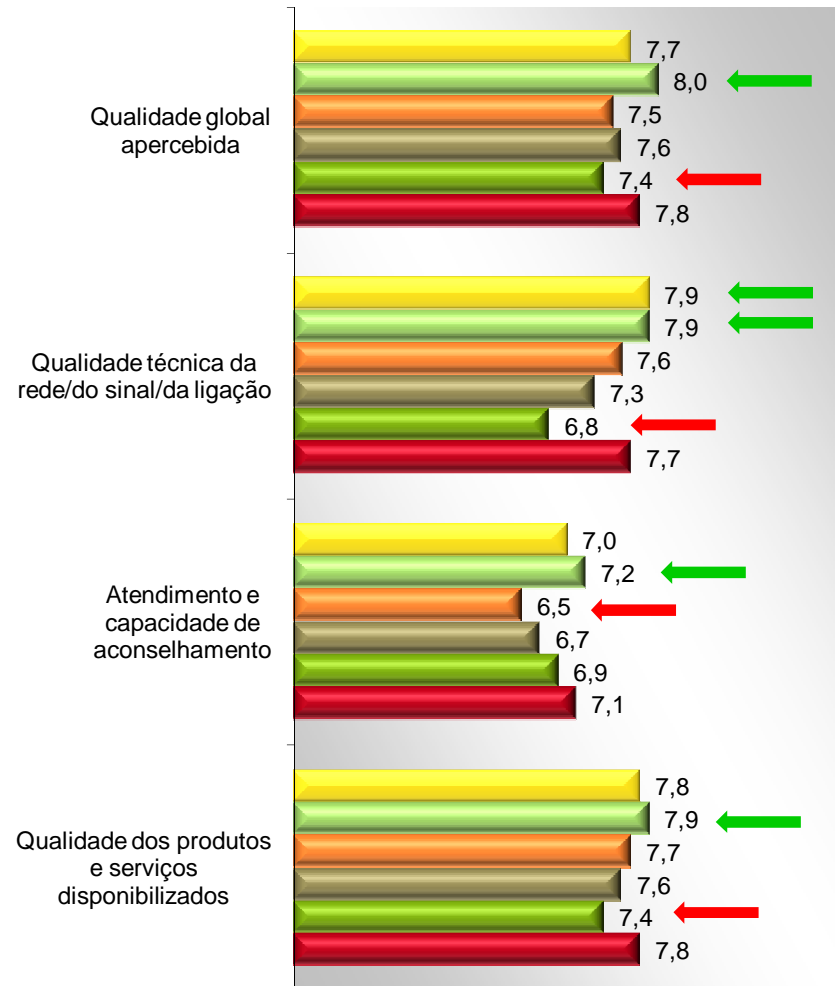
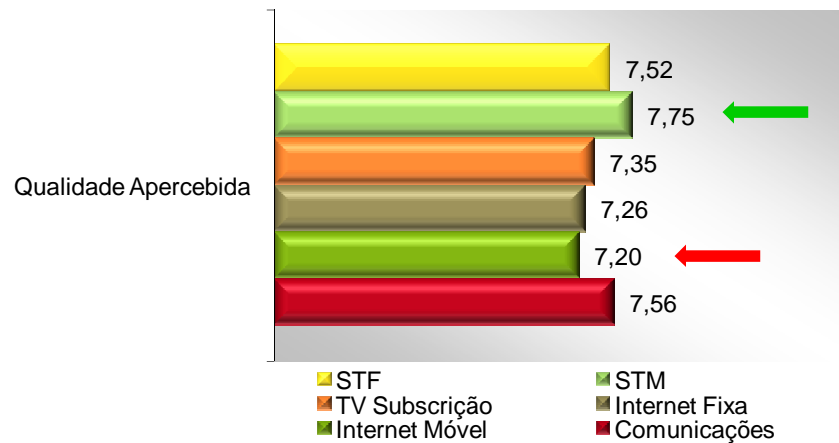
3 Resultados por Variável

Qualidade Apercebida (Continuação)



3 Resultados por Variável

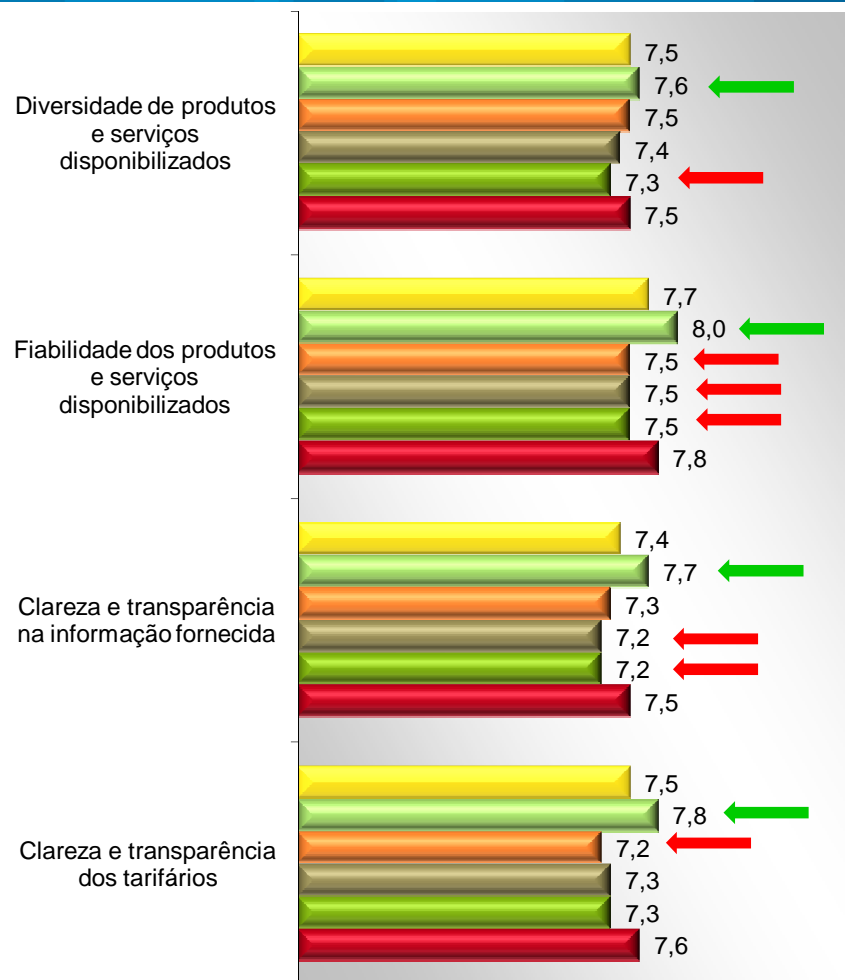
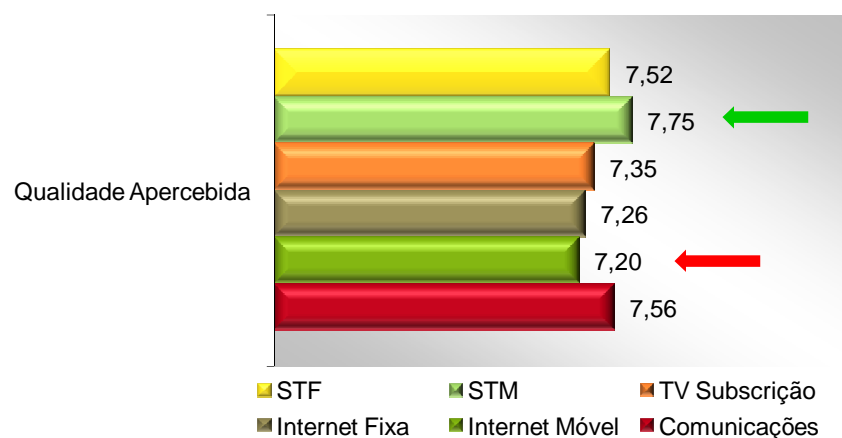
Qualidade Apercebida – Sector das Comunicações



■ STF ■ STM ■ TV Subscrição ■ Internet Fixa ■ Internet Móvel ■ Comunicações

3 Resultados por Variável

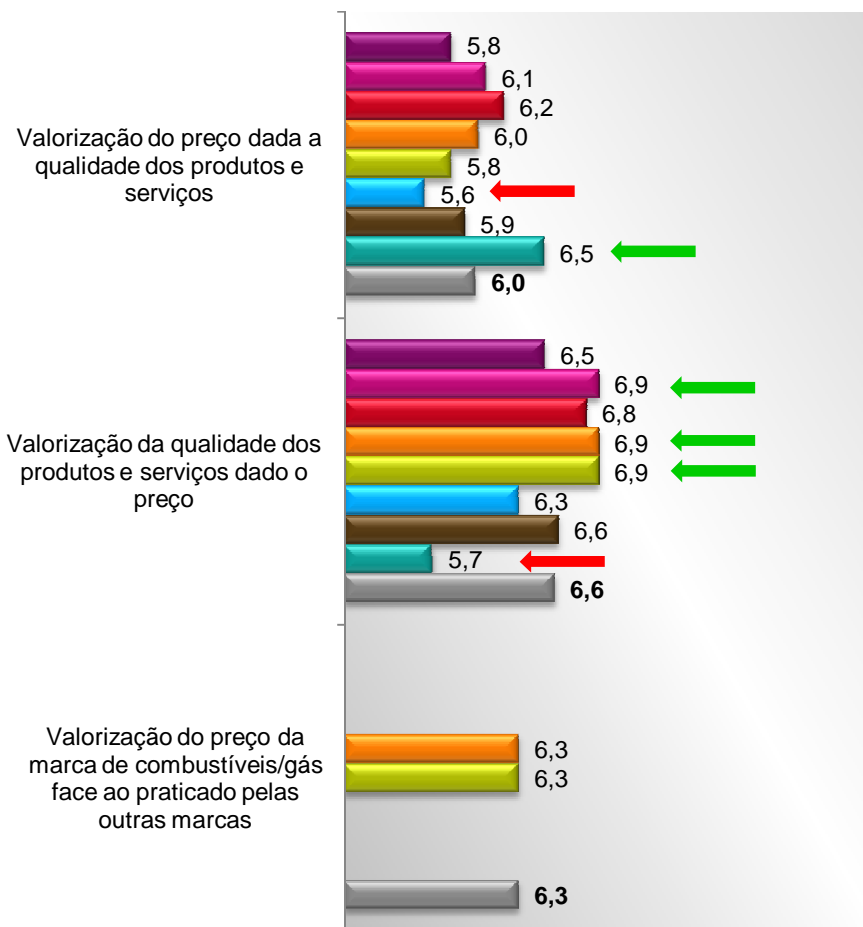
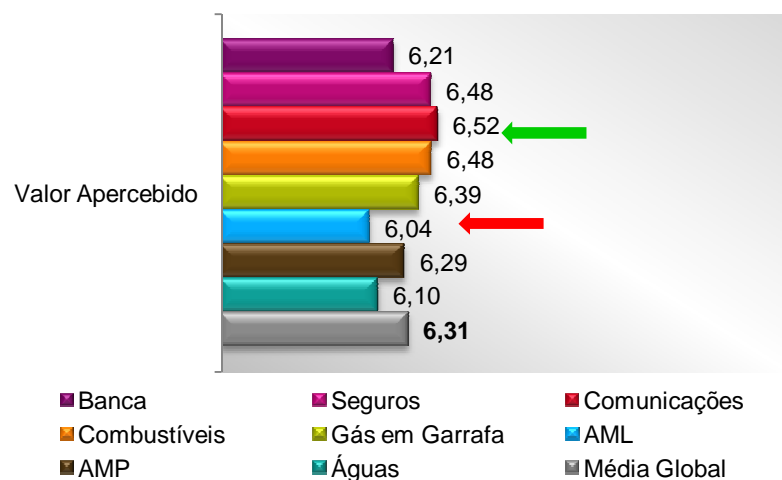
Qualidade Apercebida – Sector das Comunicações



■ STF ■ STM ■ TV Subscrição ■ Internet Fixa ■ Internet Móvel ■ Comunicações

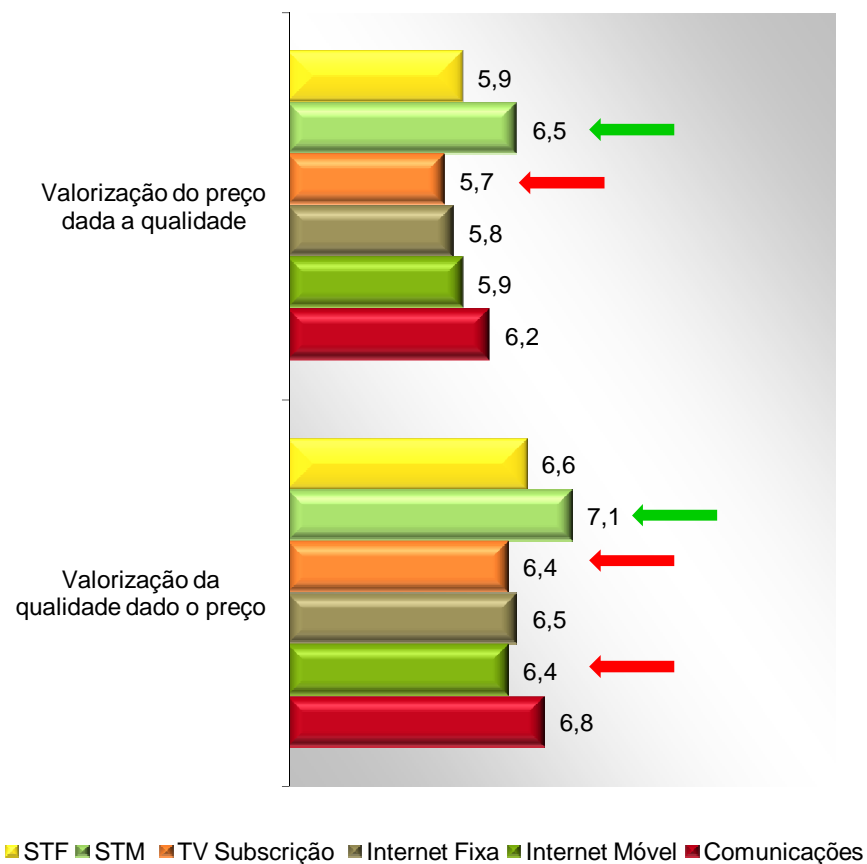
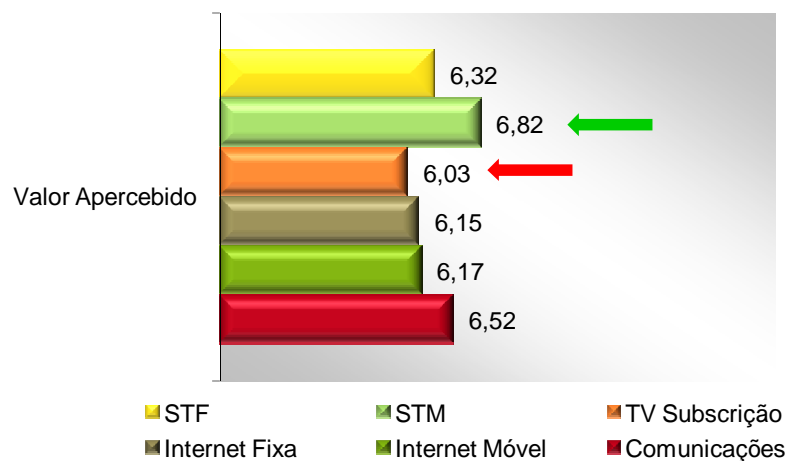
3 Resultados por Variável

Valor Apercebido



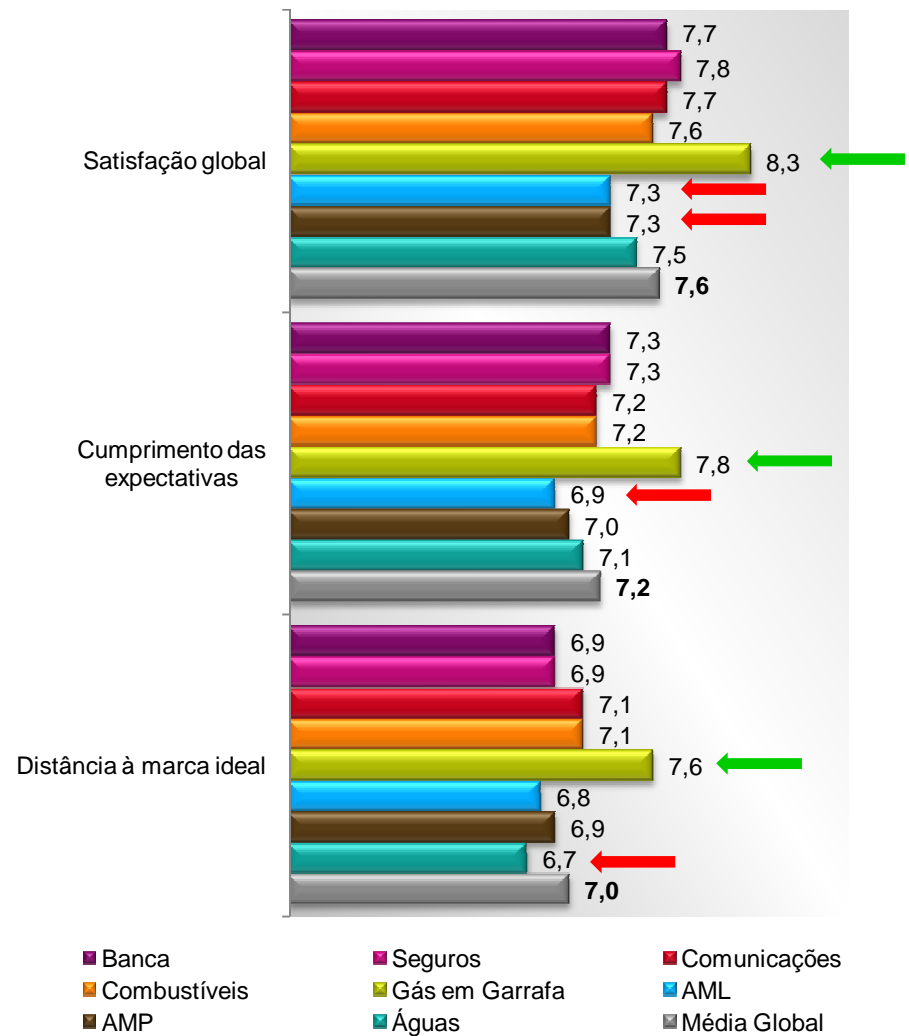
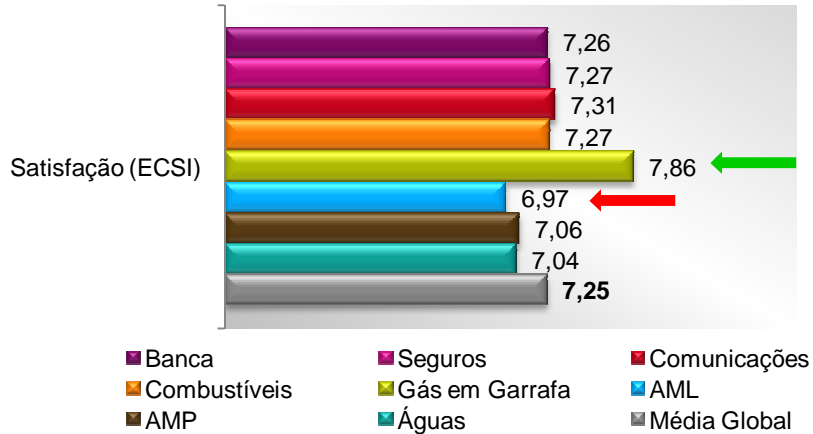
3 Resultados por Variável

Valor Apercebido – Sector das Comunicações



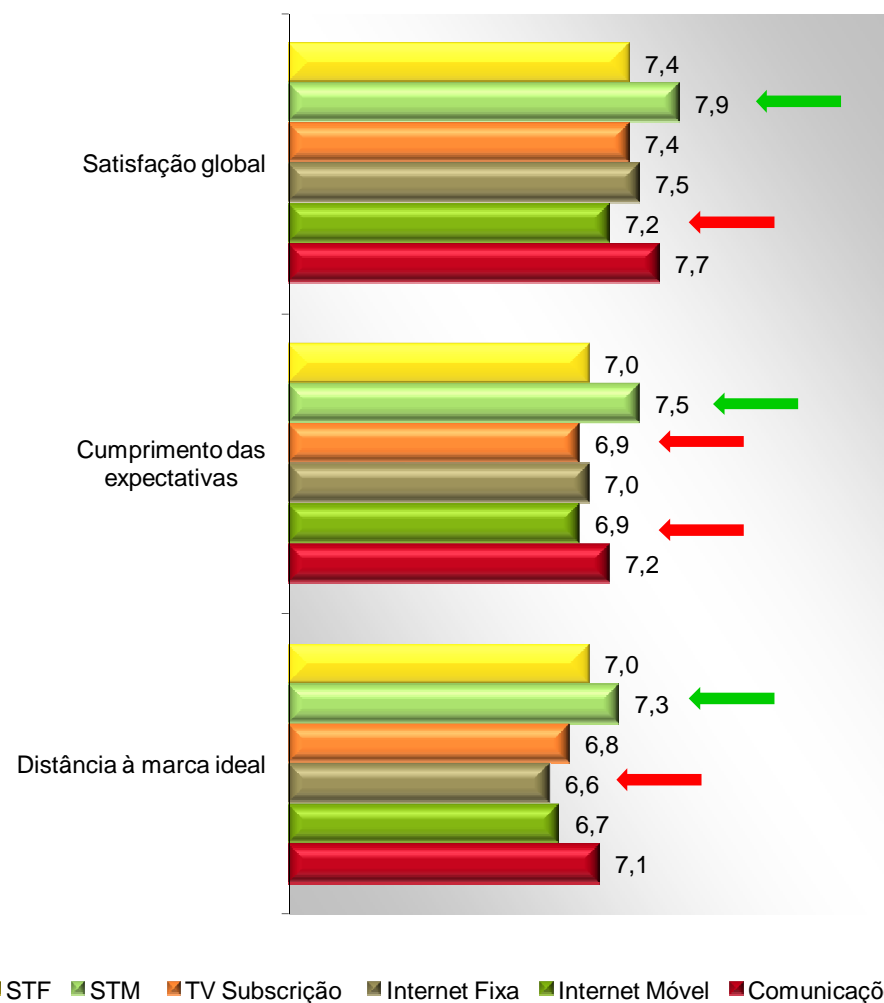
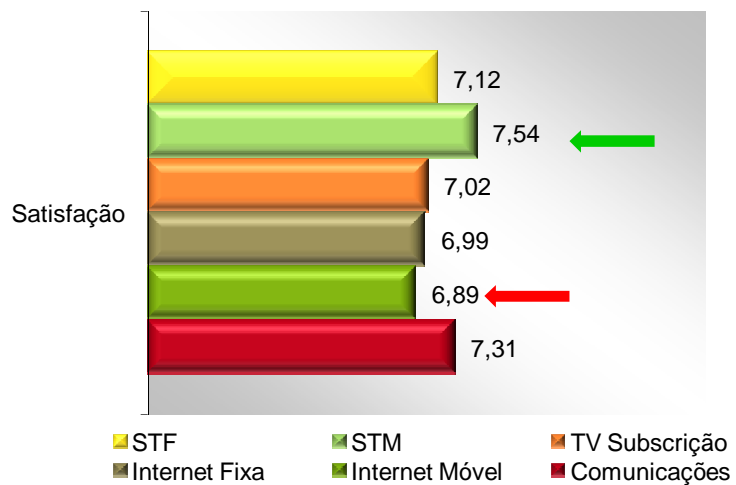
3 Resultados por Variável

Satisfação



3 Resultados por Variável

Satisfação – Sector das Comunicações



3 Resultados por Variável

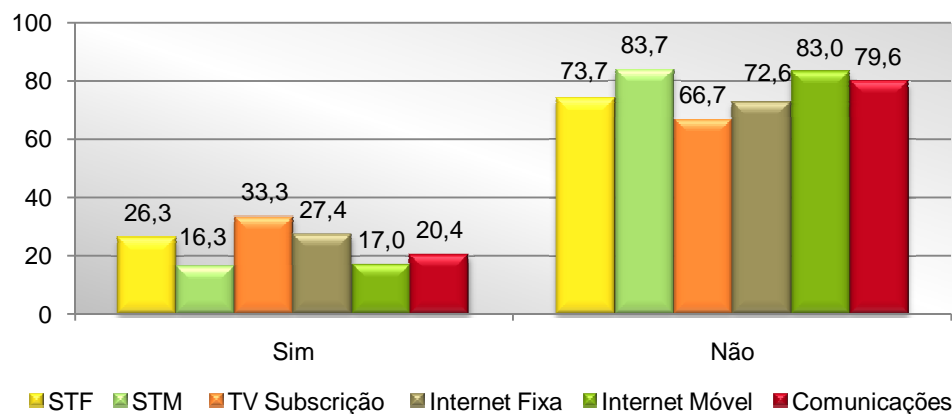
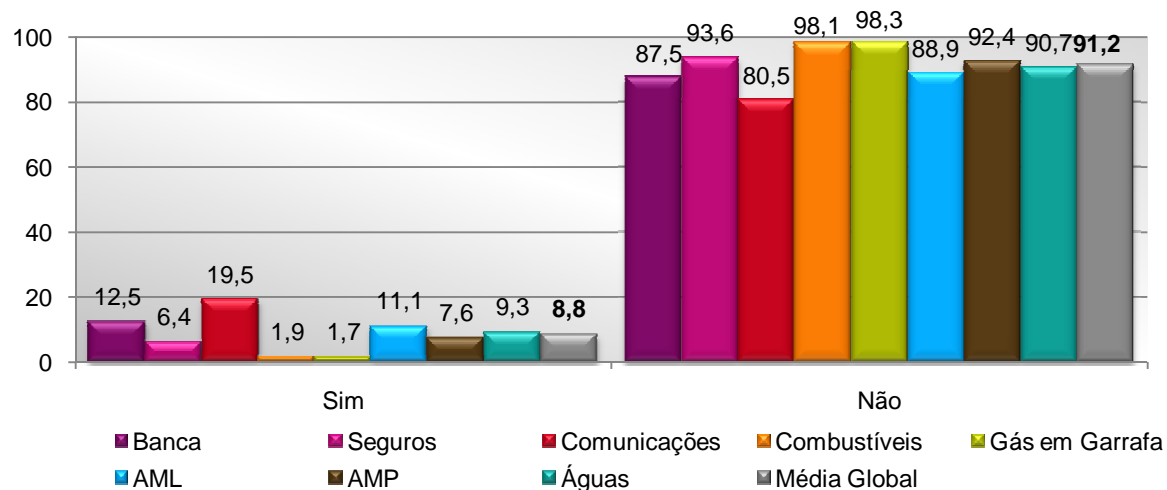
Frequências relativas da Satisfação por sector e subsector

	Insatisfeitos [1 a 4]	Neutros [4 a 6]	Satisfeitos [6 a 8]	Muito Satisfeitos [8 a 10]
Banca	2,9	15,5	53,6	28,0
Seguros	4,3	13,1	53,3	29,3
Combustíveis	2,2	16,7	52,5	28,6
Gás em Garrafa	1,3	9,0	44,5	45,2
Transportes AML	6,6	16,9	51,9	24,6
Transportes AMP	3,6	18,7	52,2	25,5
Águas	5,8	19,6	48,7	25,9
Comunicações	4,0	14,5	50,9	30,6
Rede Fixa	5,1	18,0	47,7	29,1
Rede Móvel	2,8	11,6	50,5	35,1
TV por Subscrição	6,4	14,6	53,8	25,3
Internet Fixa	5,2	17,5	54,9	22,3
Internet Móvel	7,1	21,7	49,4	21,8

3 Resultados por Variável

Reclamações – Clientes que apresentaram reclamações

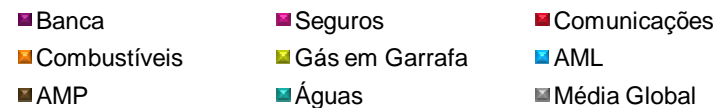
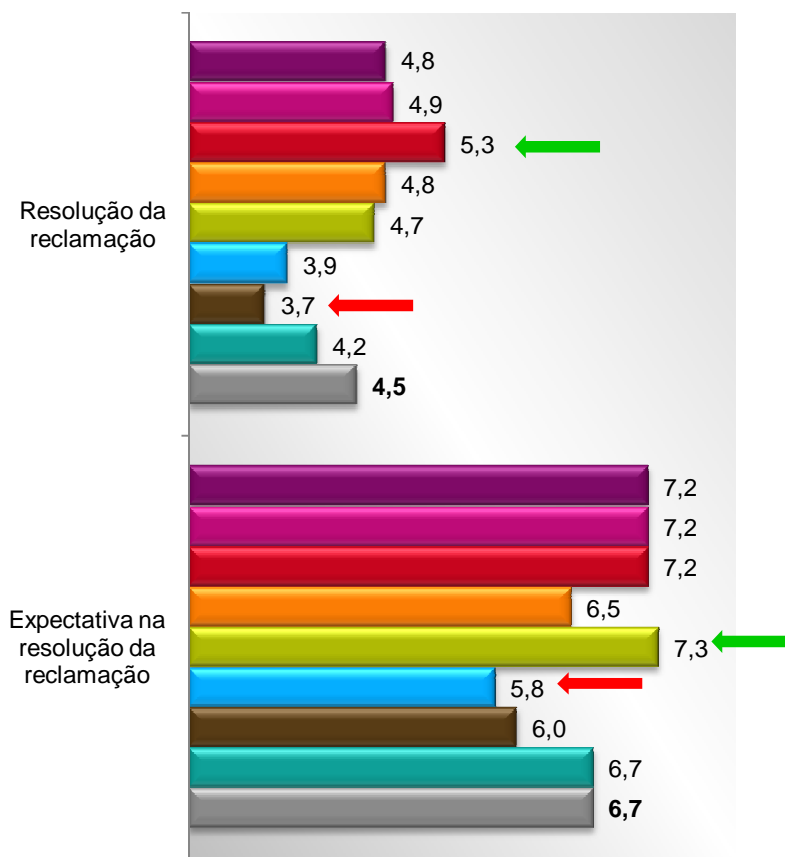
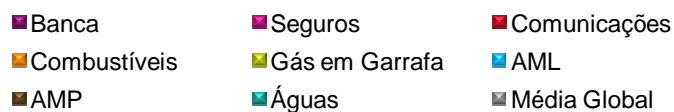
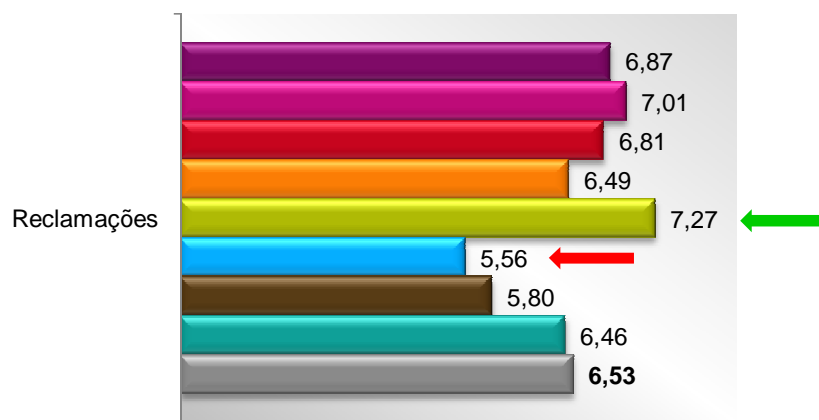
Por Sector



Por Subsector das Comunicações

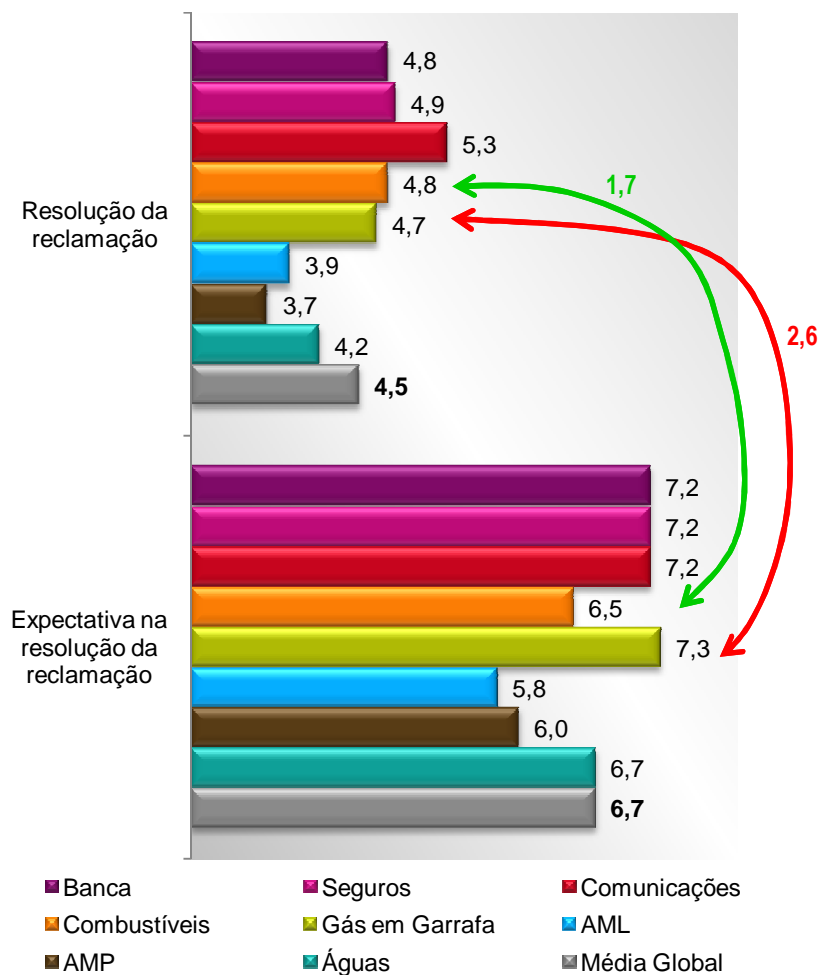
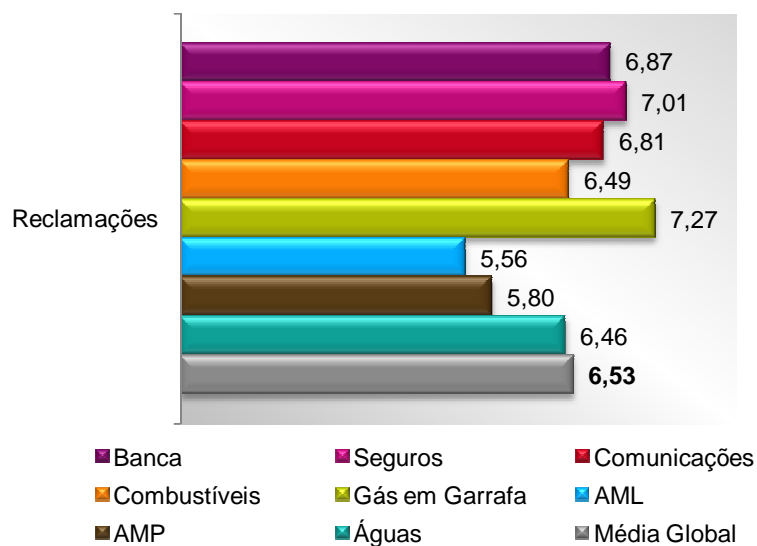
3 Resultados por Variável

Reclamações



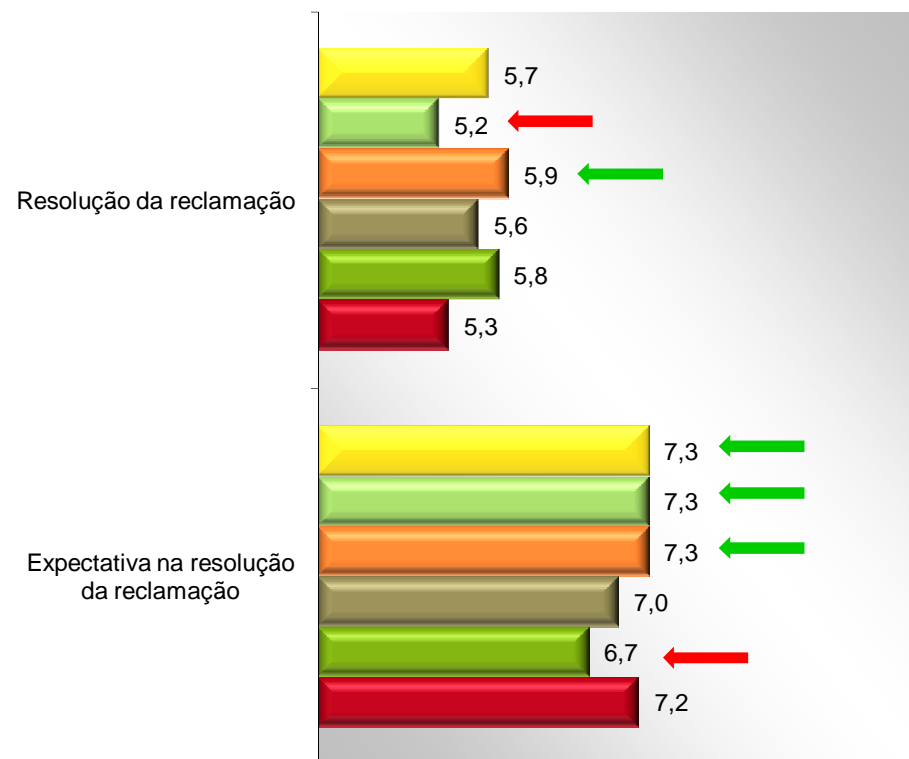
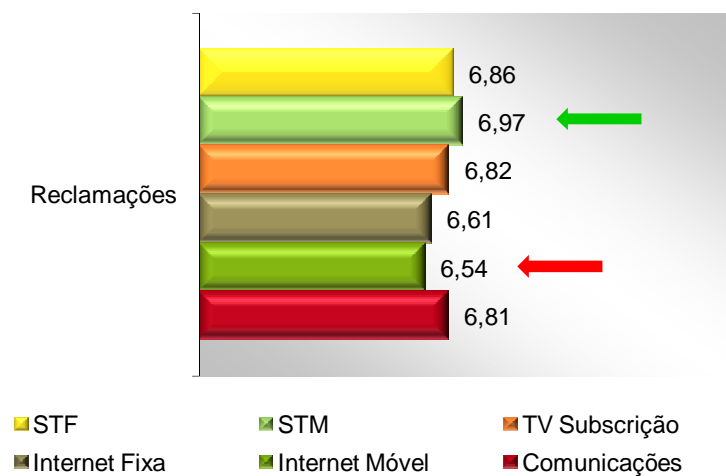
3 Resultados por Variável

Reclamações



3 Resultados por Variável

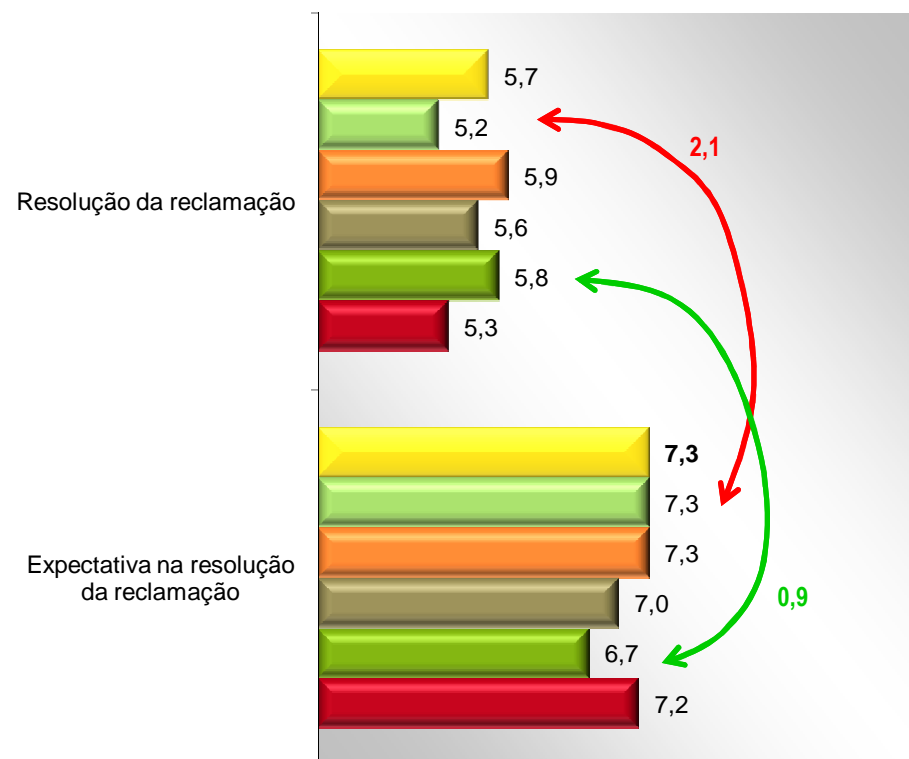
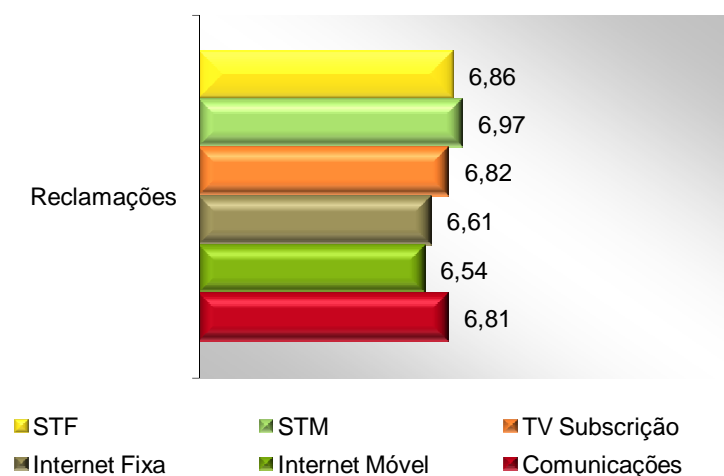
Reclamações – Sector das Comunicações



■ STF ■ STM ■ TV Subscrição ■ Internet Fixa ■ Internet Móvel ■ Comunicações

3 Resultados por Variável

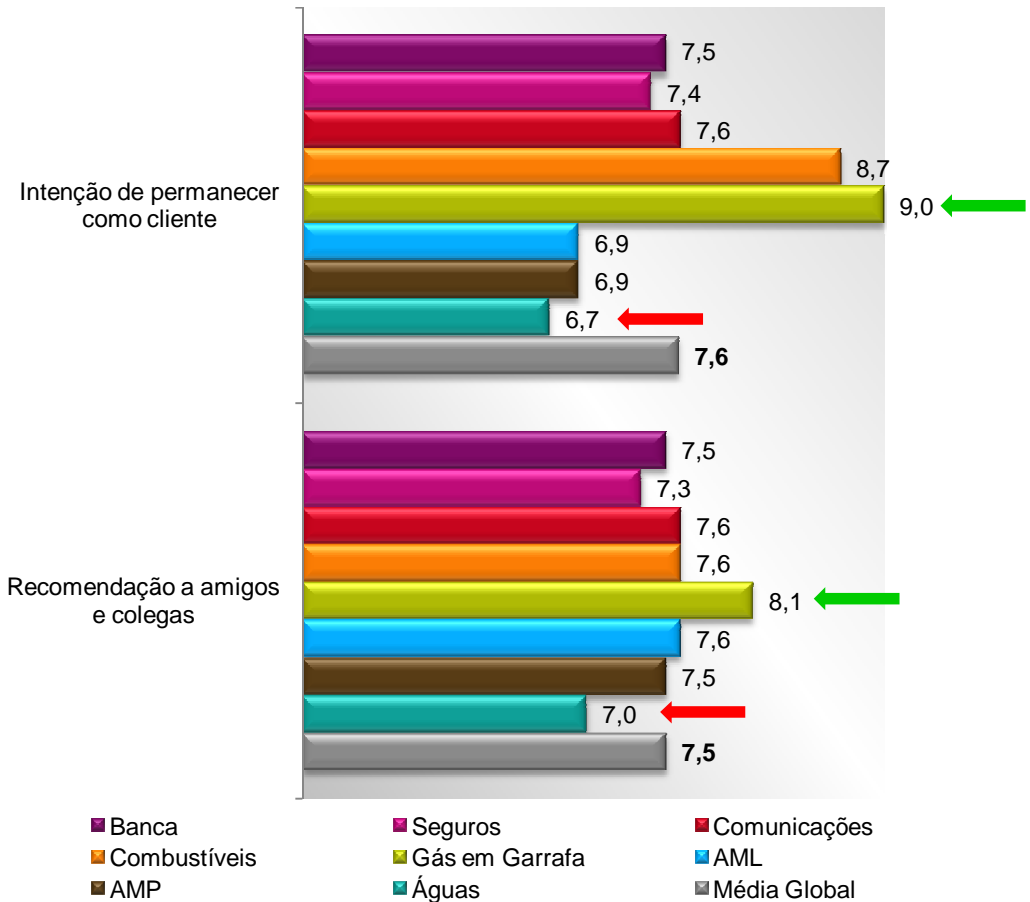
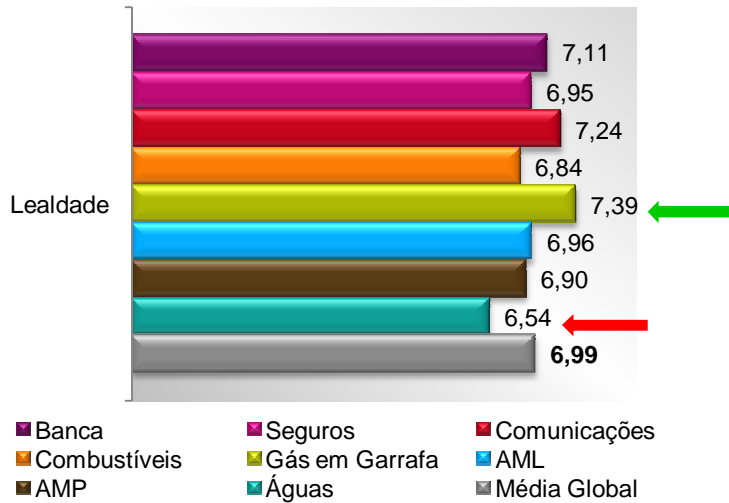
Reclamações – Sector das Comunicações



■ STF ■ STM ■ TV Subscrição ■ Internet Fixa ■ Internet Móvel ■ Comunicações

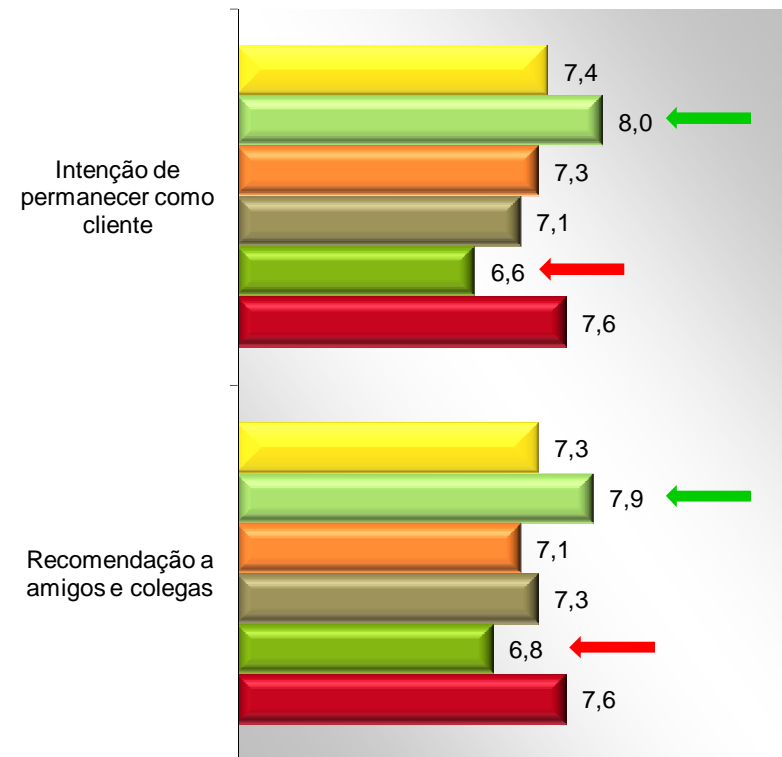
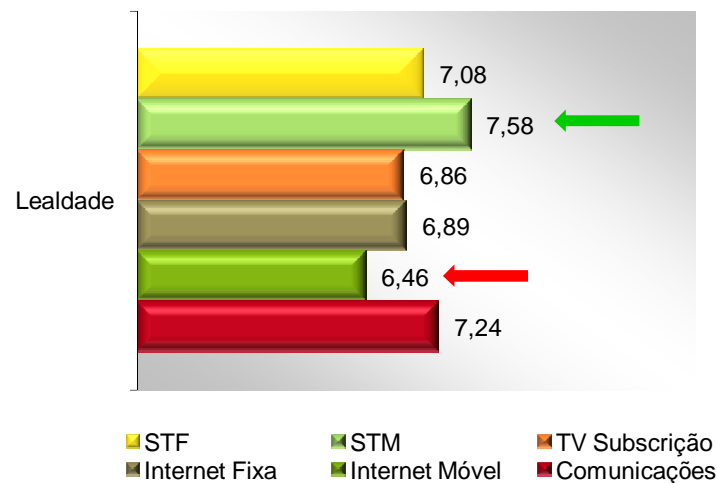
3 Resultados por Variável

Lealdade



3 Resultados por Variável

Lealdade – Sector das Comunicações



■ STF ■ STM ■ TV Subscrição ■ Internet Fixa ■ Internet Móvel ■ Comunicações

3 Resultados por Variável

Lealdade – Sensibilidade ao preço

Por Sector

Variáveis Latentes	Banca	Seguros	Comun	Combustíveis	Gás em Garrafa	Transp. AML	Transp. AMP	Águas	Média Global
Sensível às diferenças de preço	81,0	84,3	83,7	83,6	75,8	60,4	60,6	81,7	76,4
Não sensível às diferenças de preço	11,4	9,5	12,4	9,9	18,3	26,4	28,7	12,3	16,1
Não sabe / Não responde	7,6	6,2	4,0	6,5	5,9	13,2	10,8	6,0	7,5

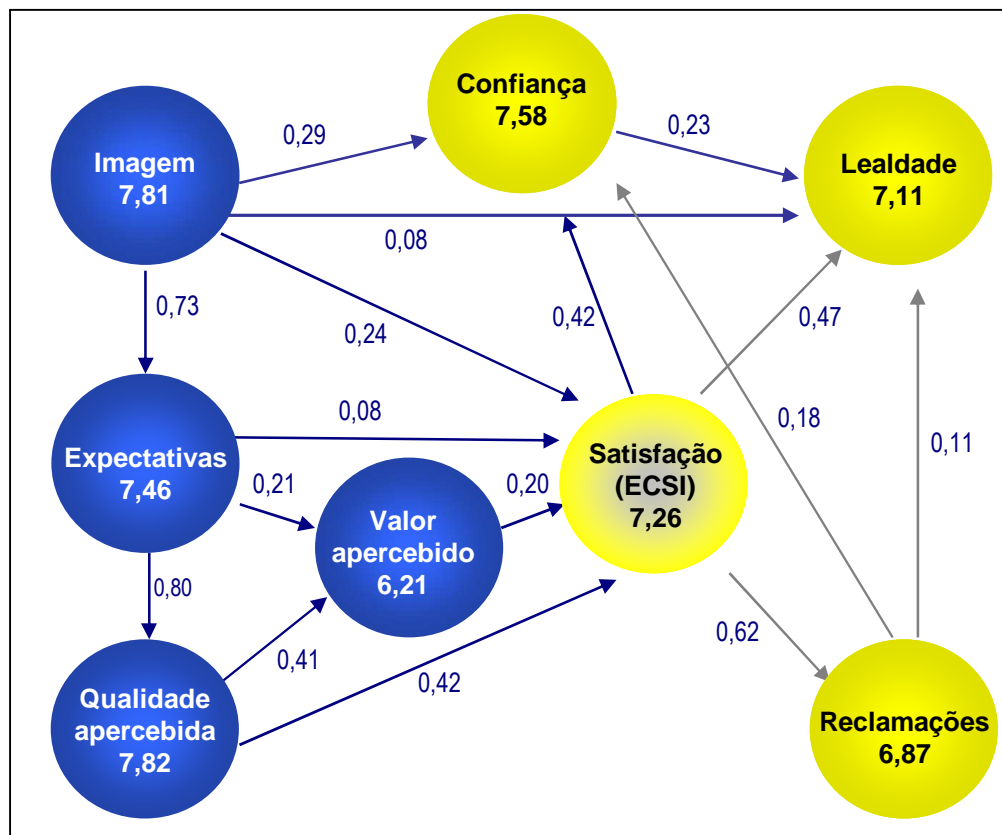
Por Subsector das Comunicações

Variáveis Latentes	STF	STM	TV por Subscrição	Internet Fixa	Internet Móvel	Comunicações
Sensível às diferenças de preço	77,1	82,1	89,7	91,4	89,3	83,7
Não sensível às diferenças de preço	16,6	15,1	7,1	3,5	5,1	12,4
Não sabe / Não responde	6,3	2,8	3,2	5,1	5,5	4,0

Resultados por Sector

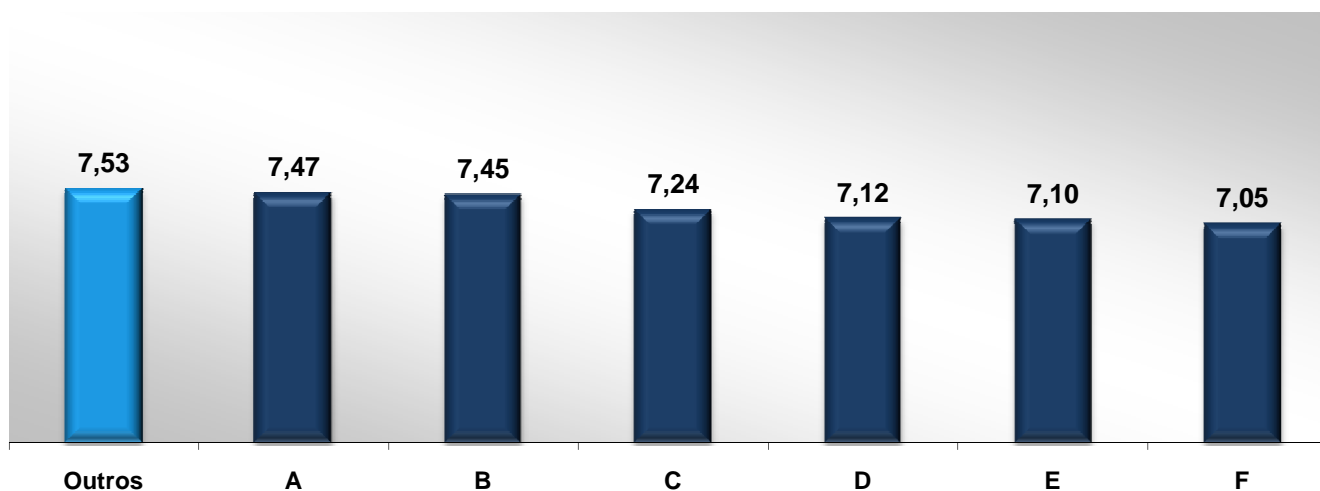
4 Resultados por Sector

Sector da Banca



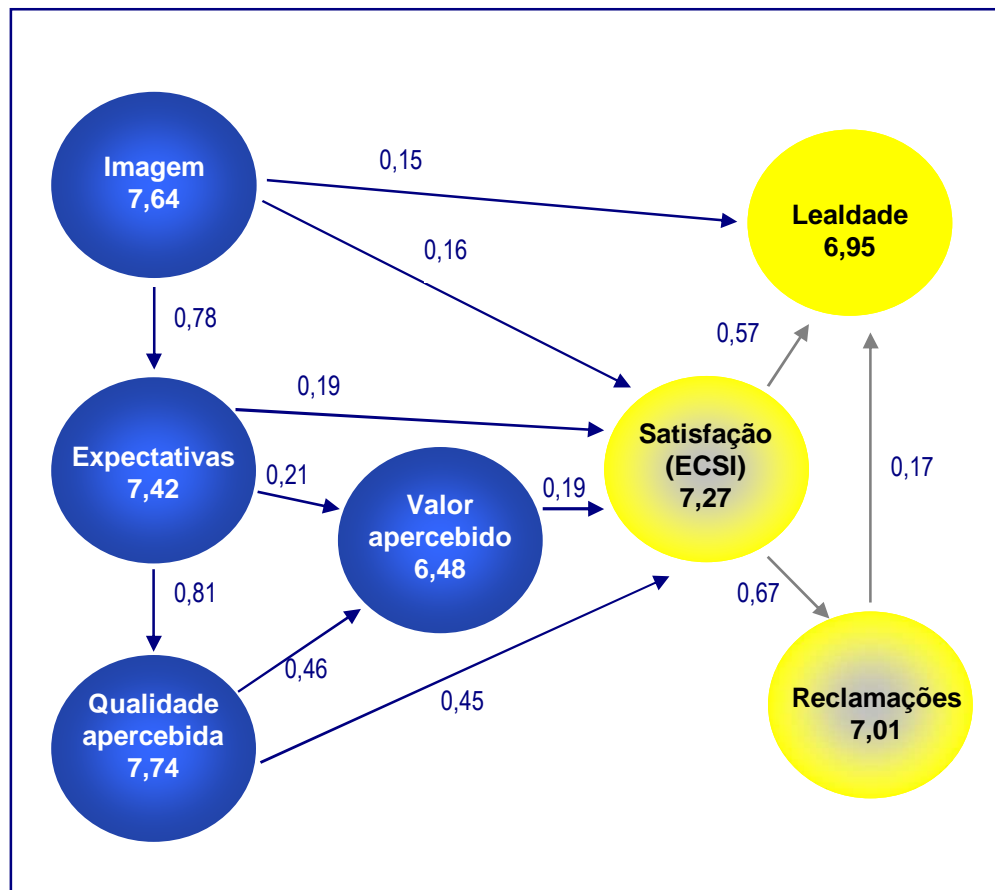
4 Resultados por Sector

Sector da Banca - Ranking da Satisfação em 2009



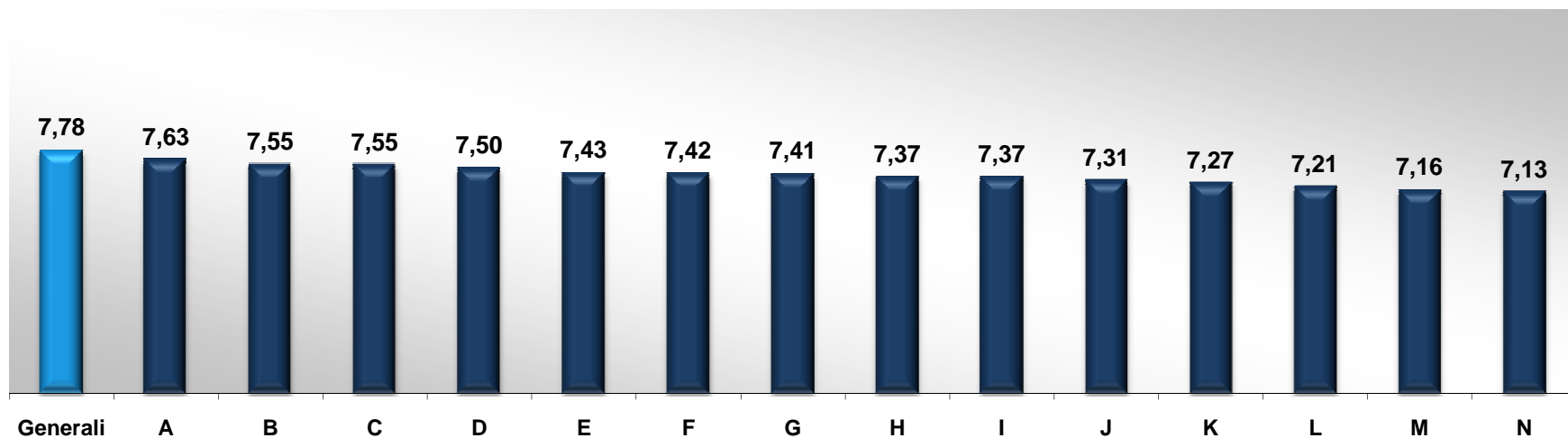
4 Resultados por Sector

Sector dos Seguros



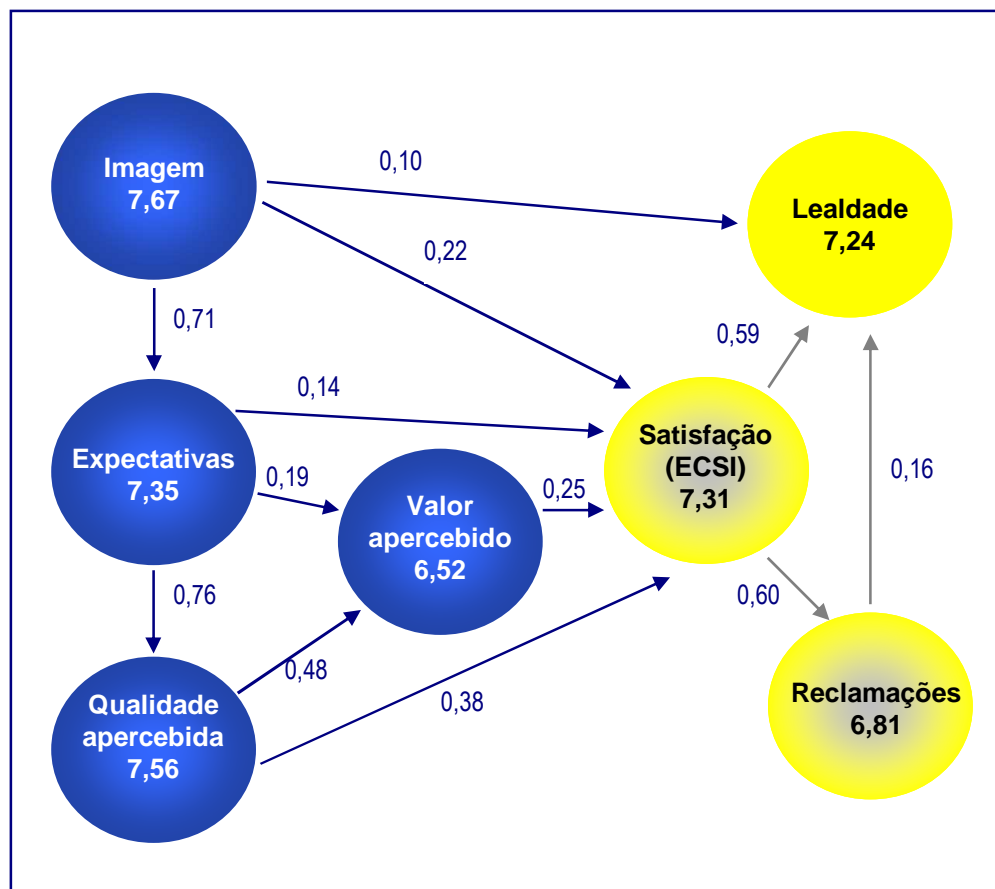
4 Resultados por Sector

Sector dos Seguros - Ranking da Satisfação em 2009



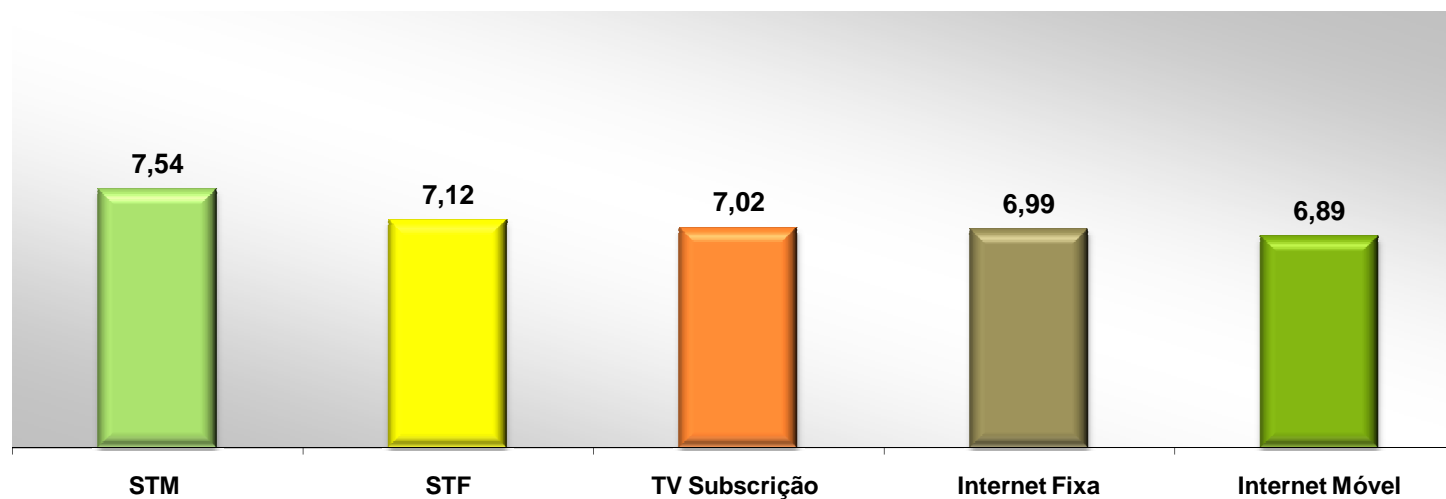
4 Resultados por Sector

Sector das Comunicações



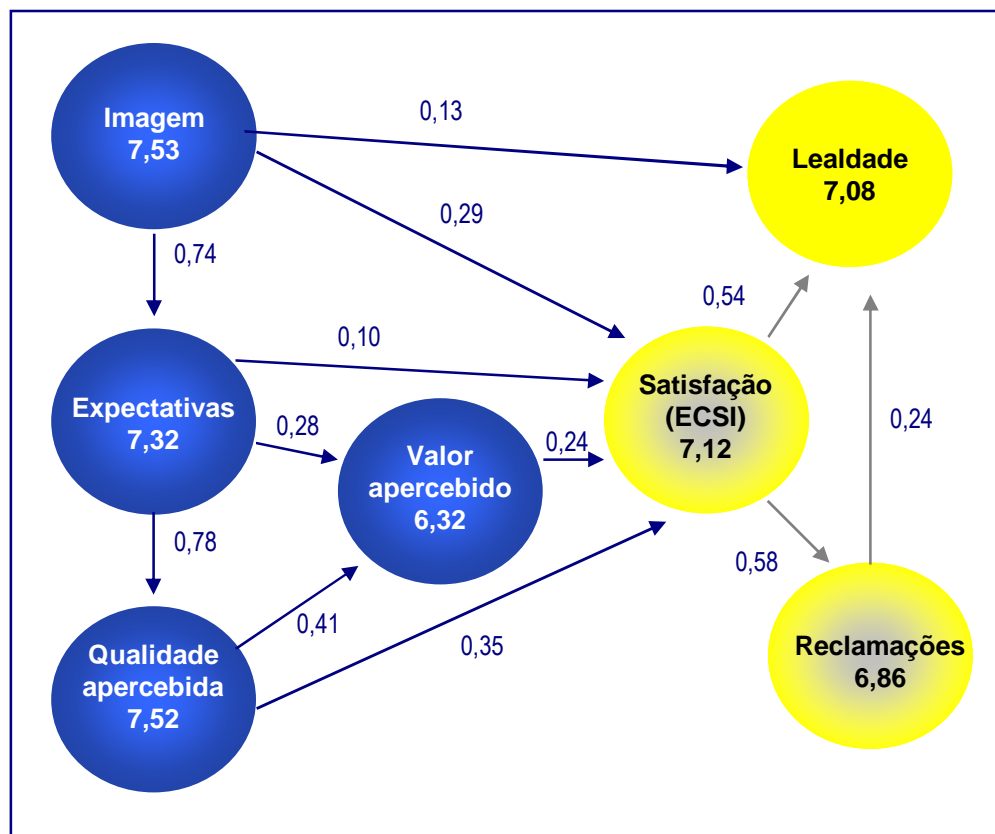
4 Resultados por Sector

Sector das Comunicações - Ranking da Satisfação em 2009



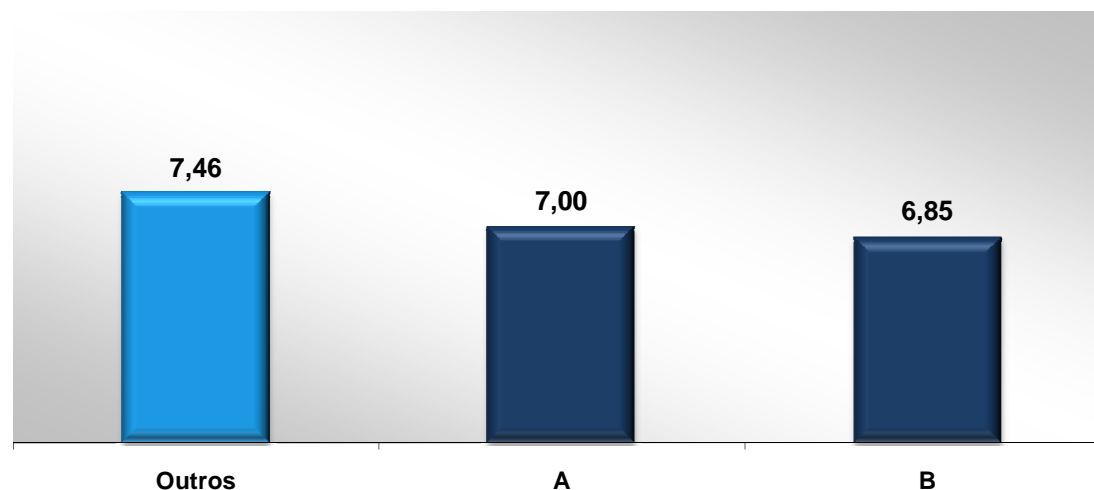
4 Resultados por Sector

Subsector das Telecomunicações Fixas (STF)



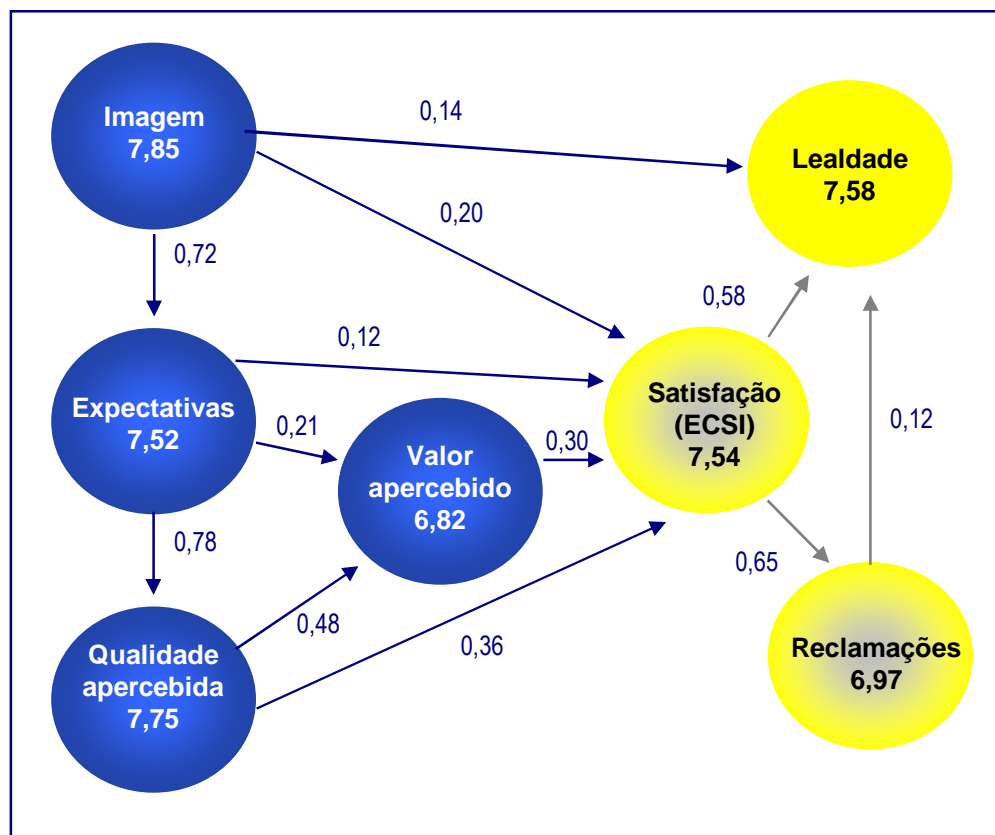
4 Resultados por Sector

Subsector das Telecomunicações Fixas - Ranking da Satisfação em 2009



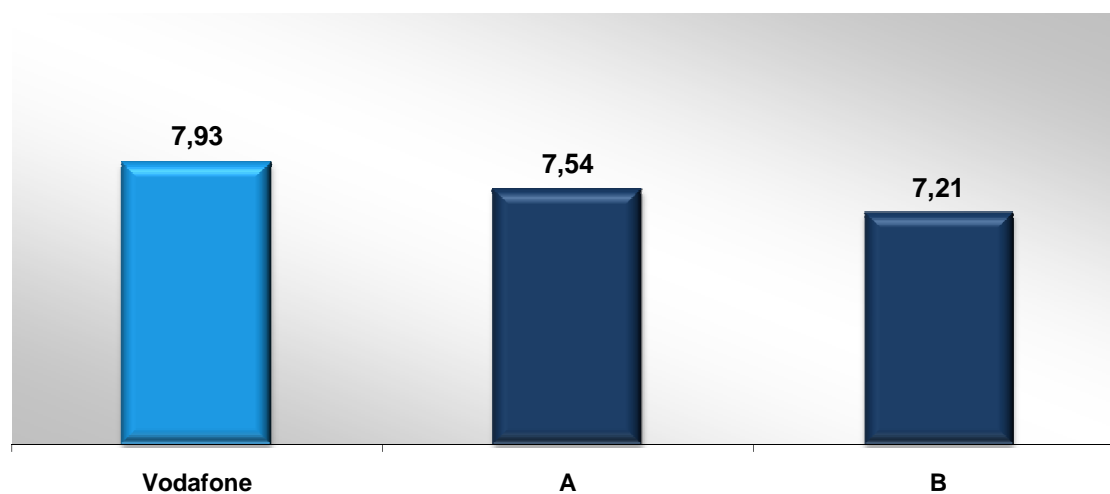
4 Resultados por Sector

Subsector das Telecomunicações Móveis (STM)



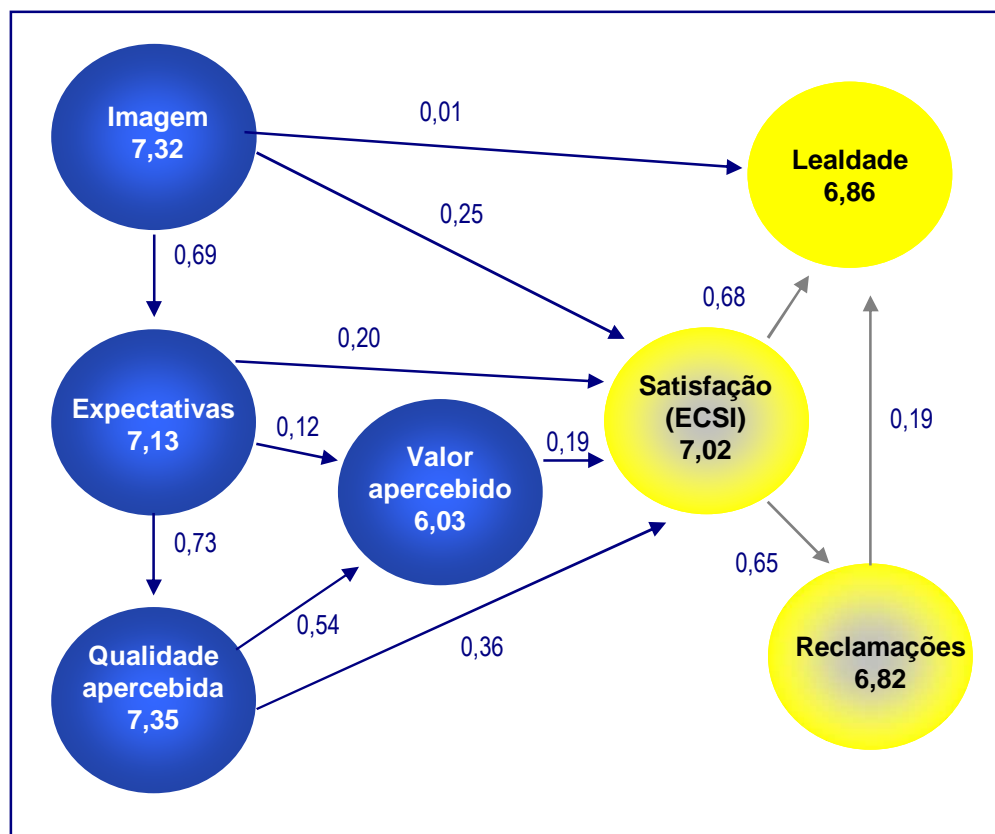
4 Resultados por Sector

Subsector das Telecomunicações Móveis - Ranking da Satisfação em 2009



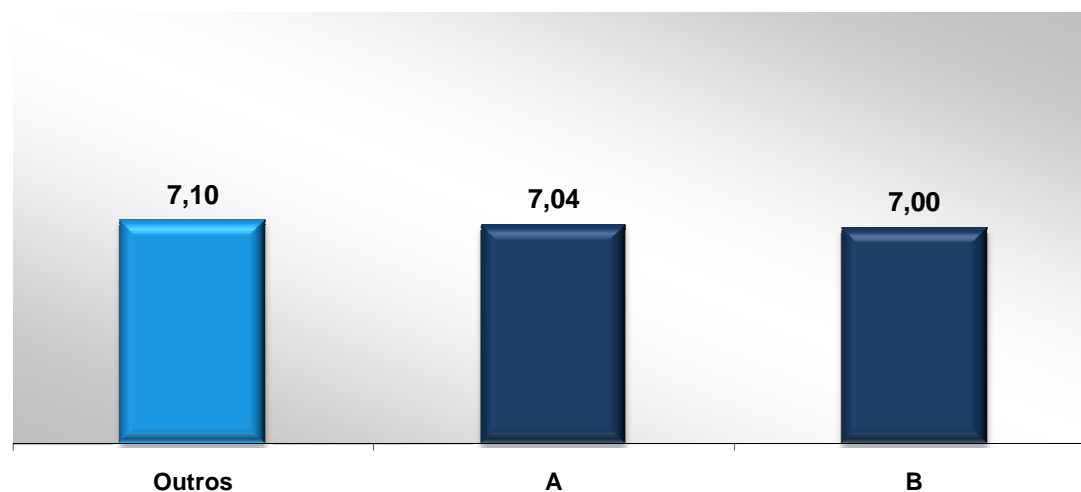
4 Resultados por Sector

Subsector da Televisão por Subscrição



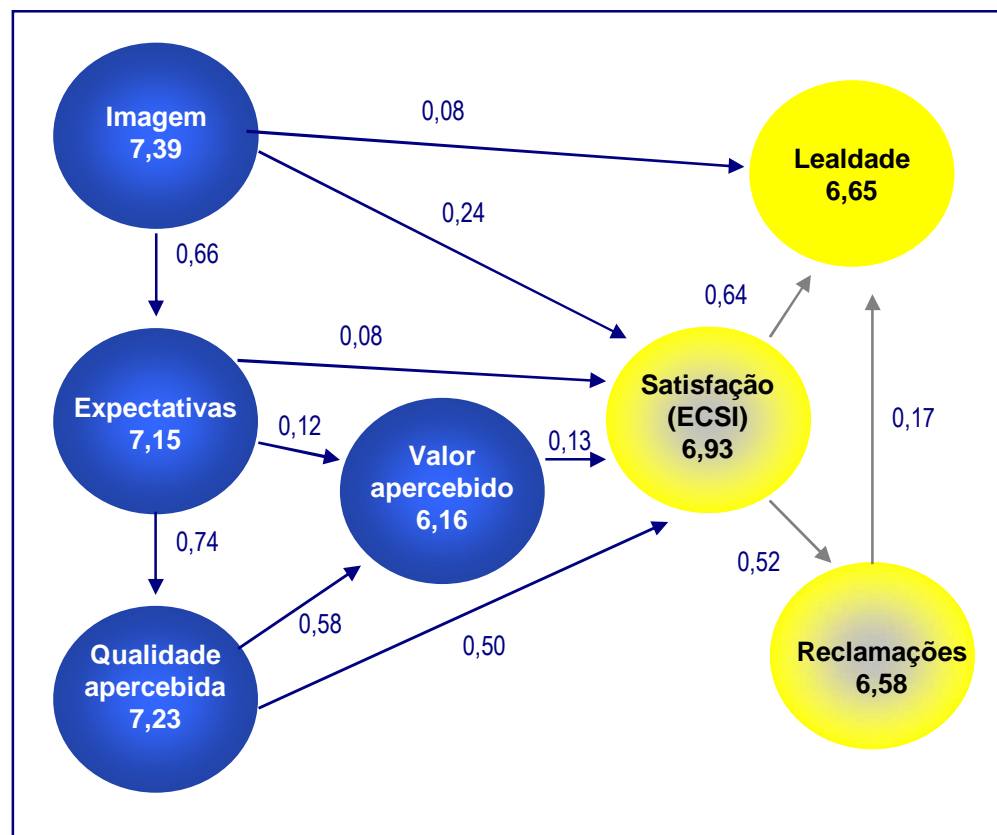
4 Resultados por Sector

Subsector da Televisão por Subscrição –
Ranking da Satisfação em 2009



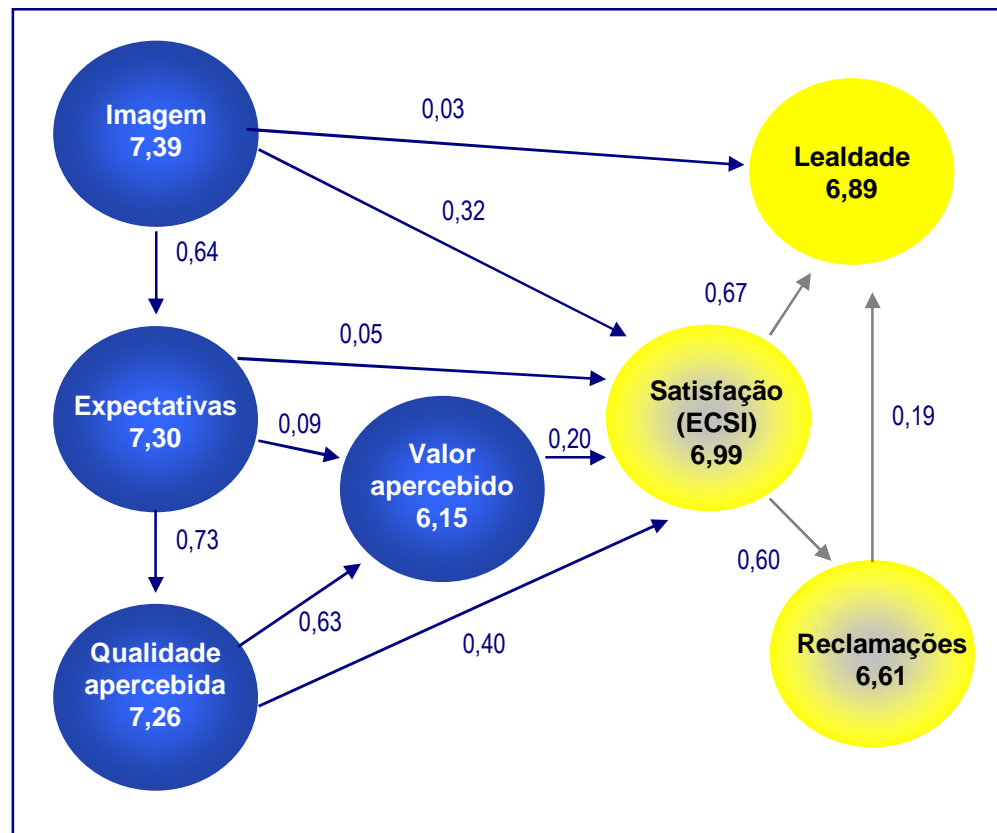
4 Resultados por Sector

Subsector da Internet



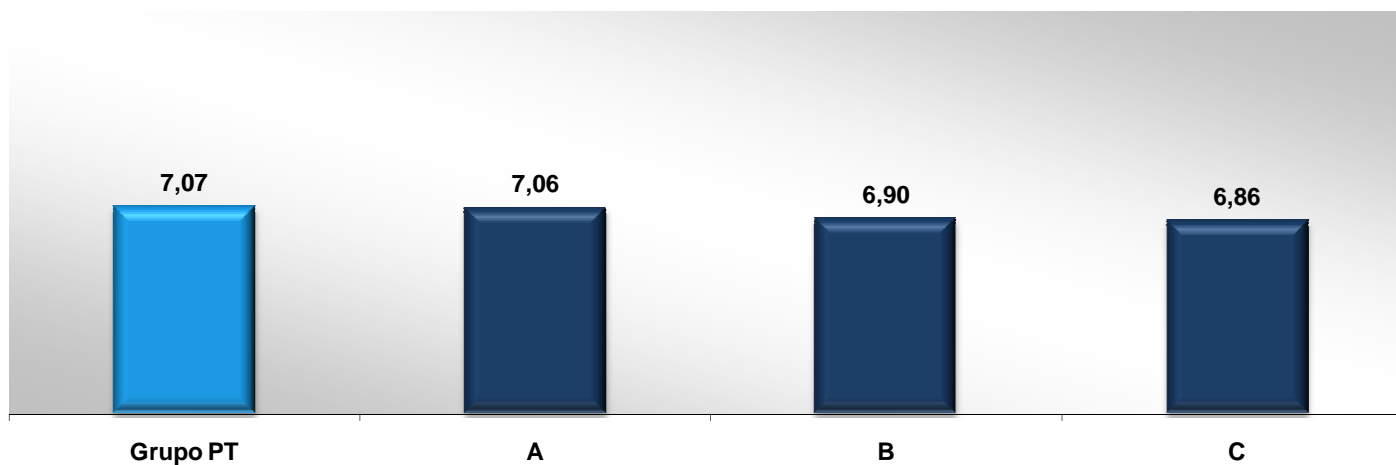
4 Resultados por Sector

Subsector da Internet Fixa



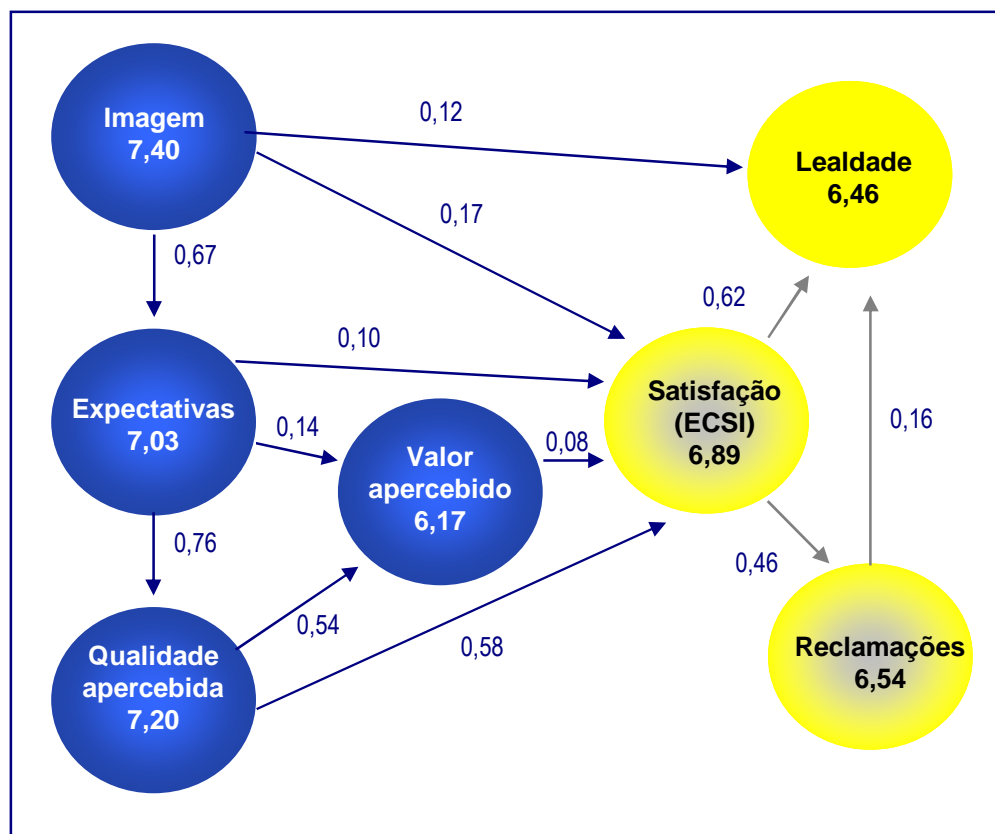
4 Resultados por Sector

Subsector da Internet Fixa - Ranking da Satisfação em 2009



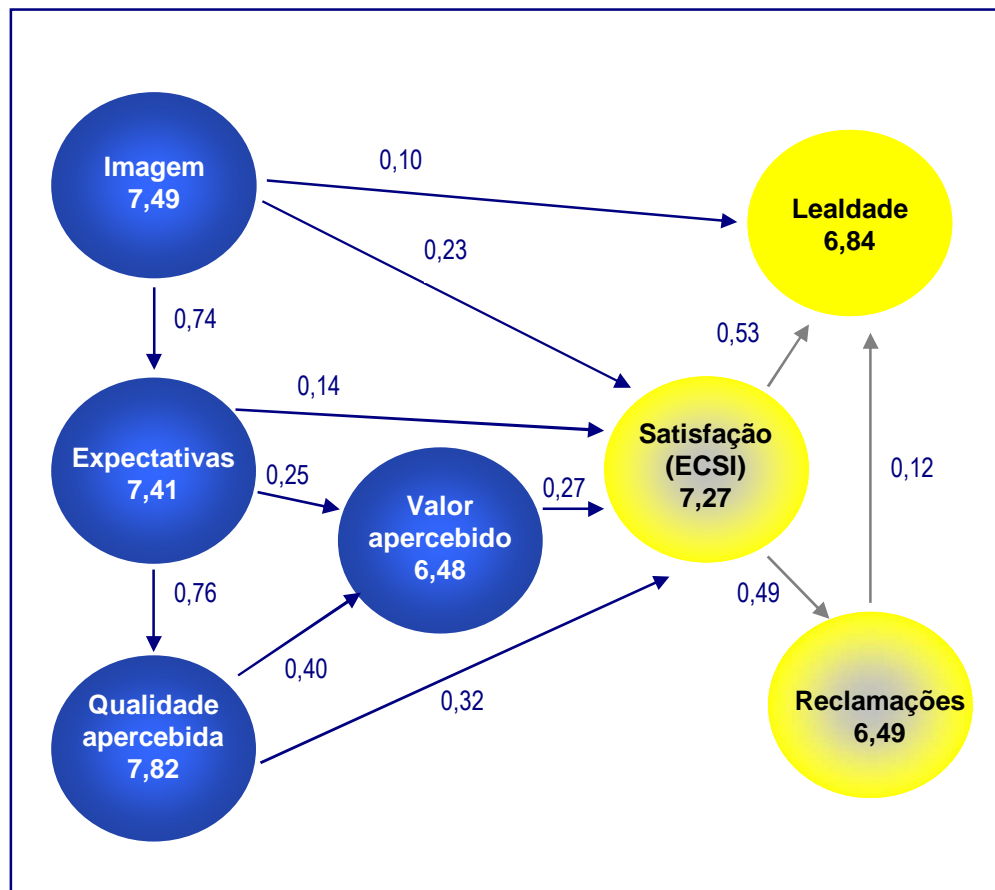
4 Resultados por Sector

Subsector da Internet Móvel



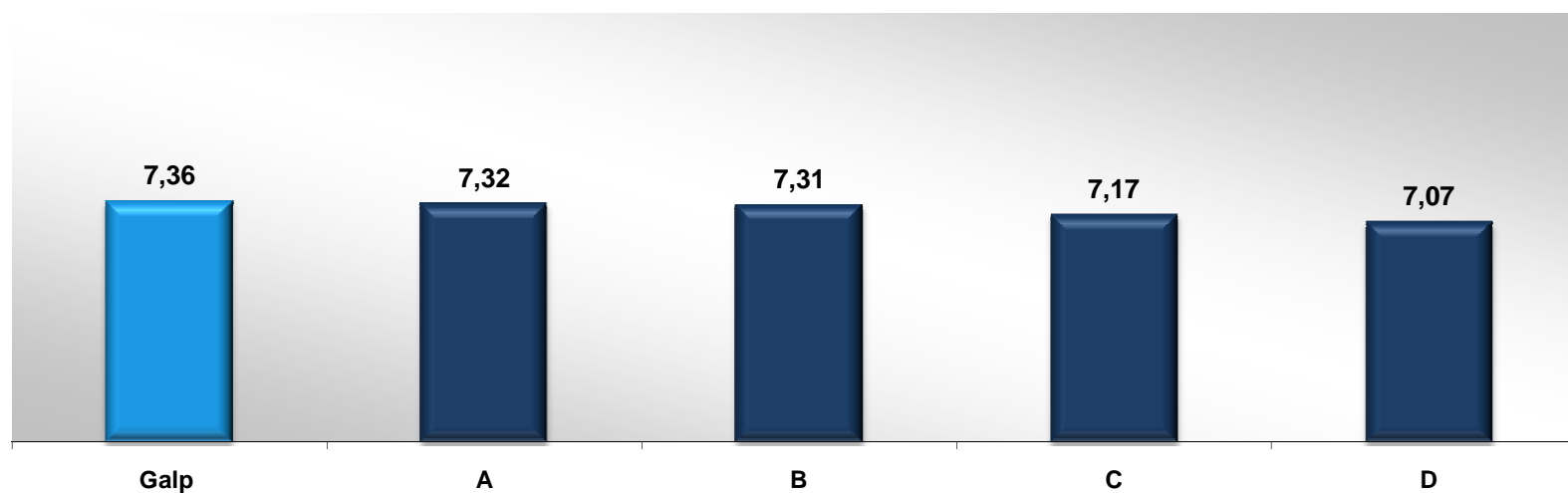
4 Resultados por Sector

Sector dos Combustíveis



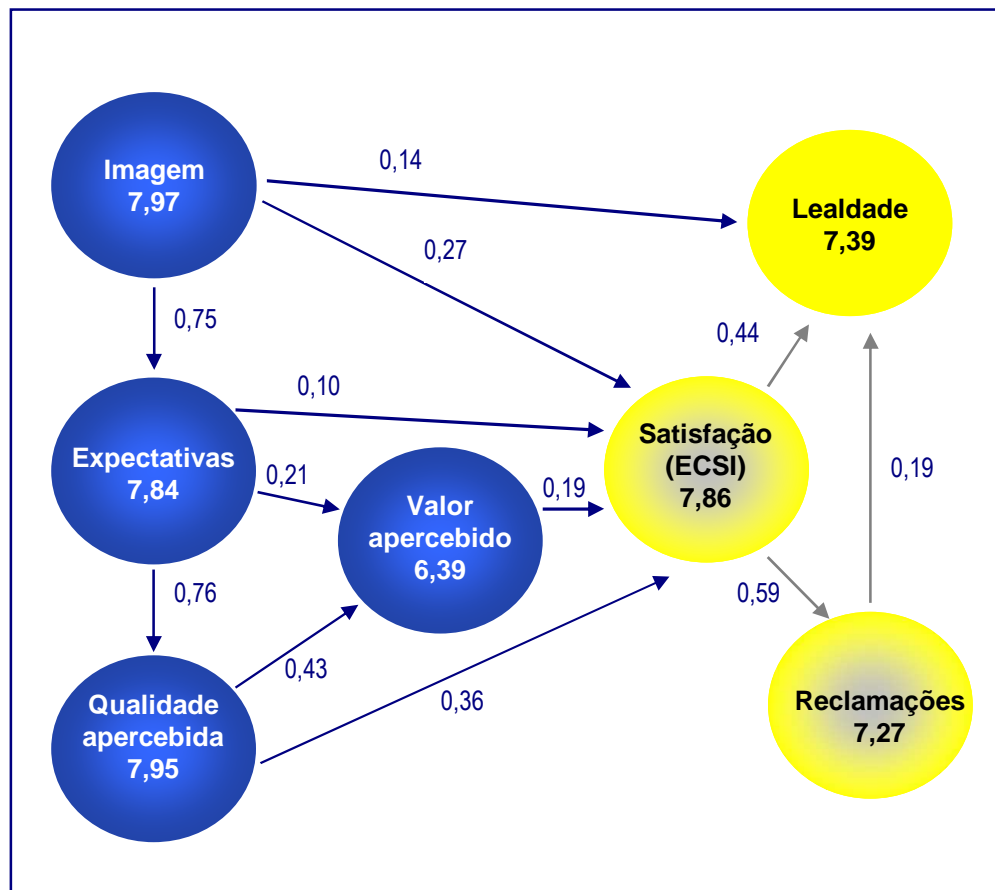
4 Resultados por Sector

Sector dos Combustíveis - Ranking da Satisfação em 2009



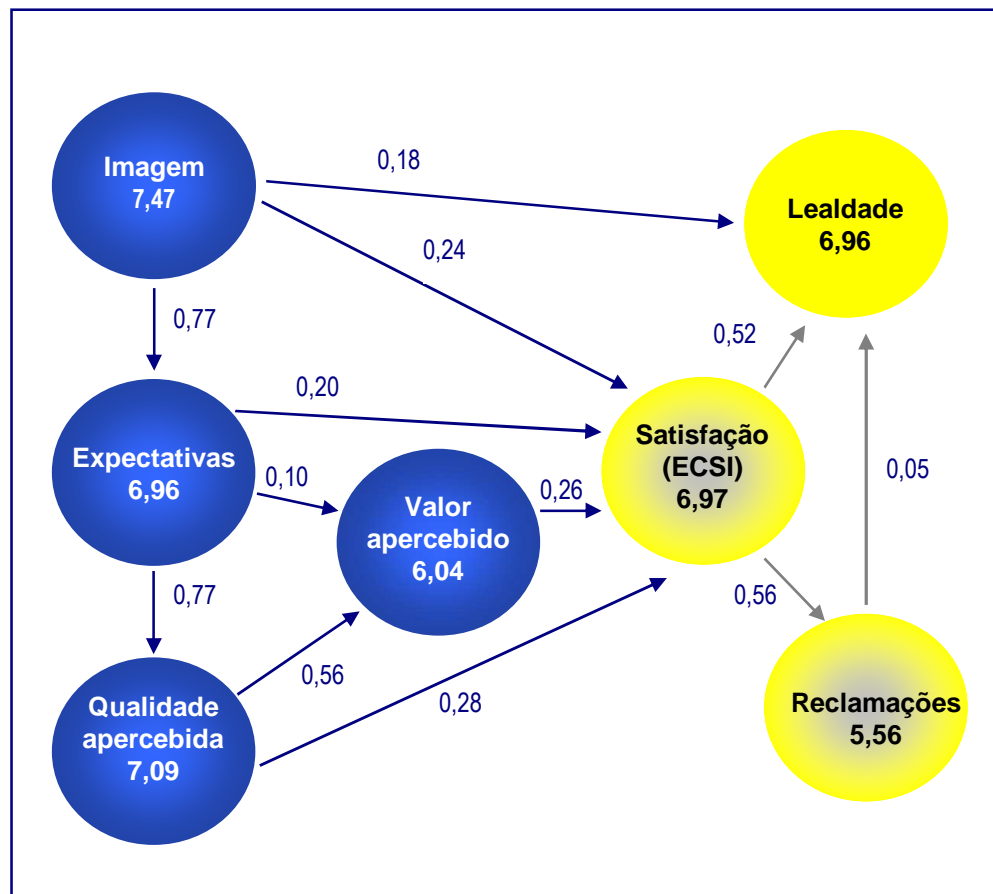
4 Resultados por Sector

Sector do Gás em Garrafa



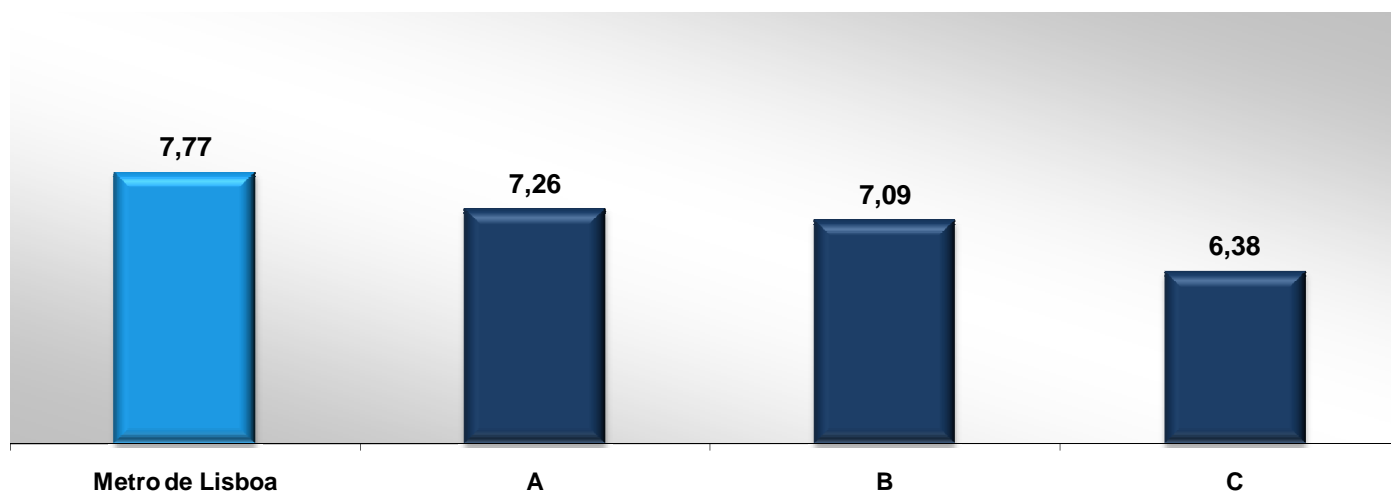
4 Resultados por Sector

Sector dos Transportes da AML



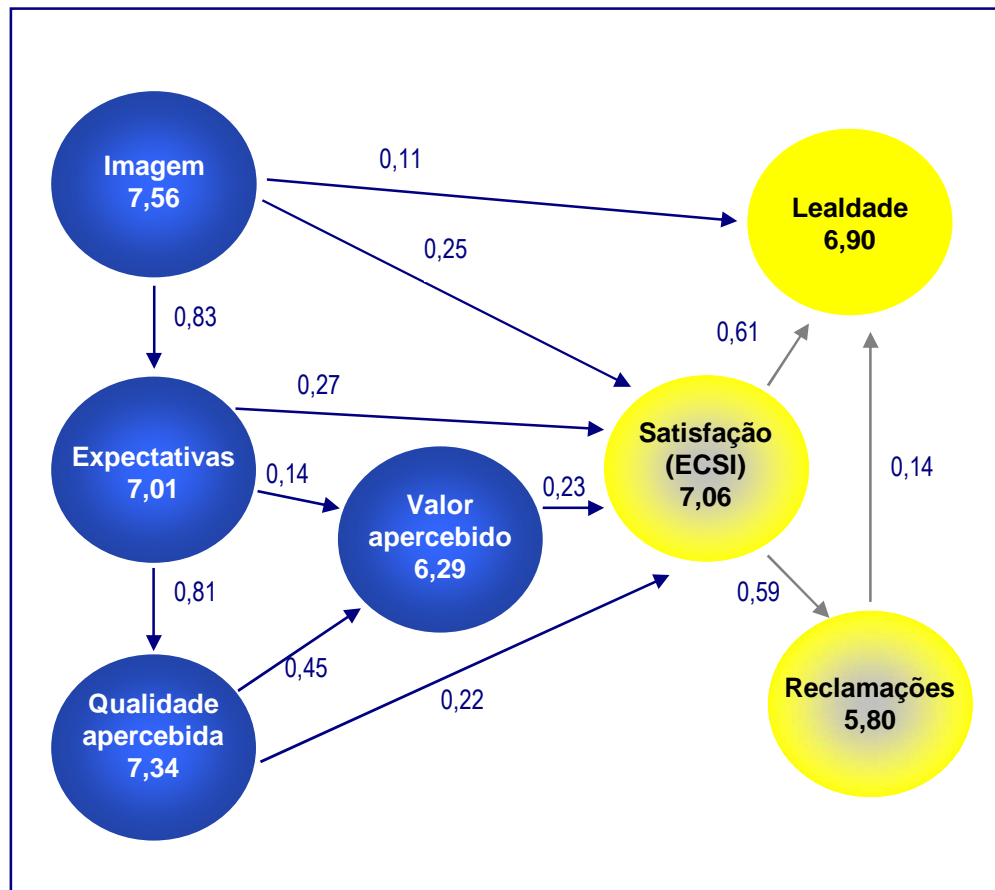
4 Resultados por Sector

Sector dos Transportes da AML - Ranking da Satisfação em 2009



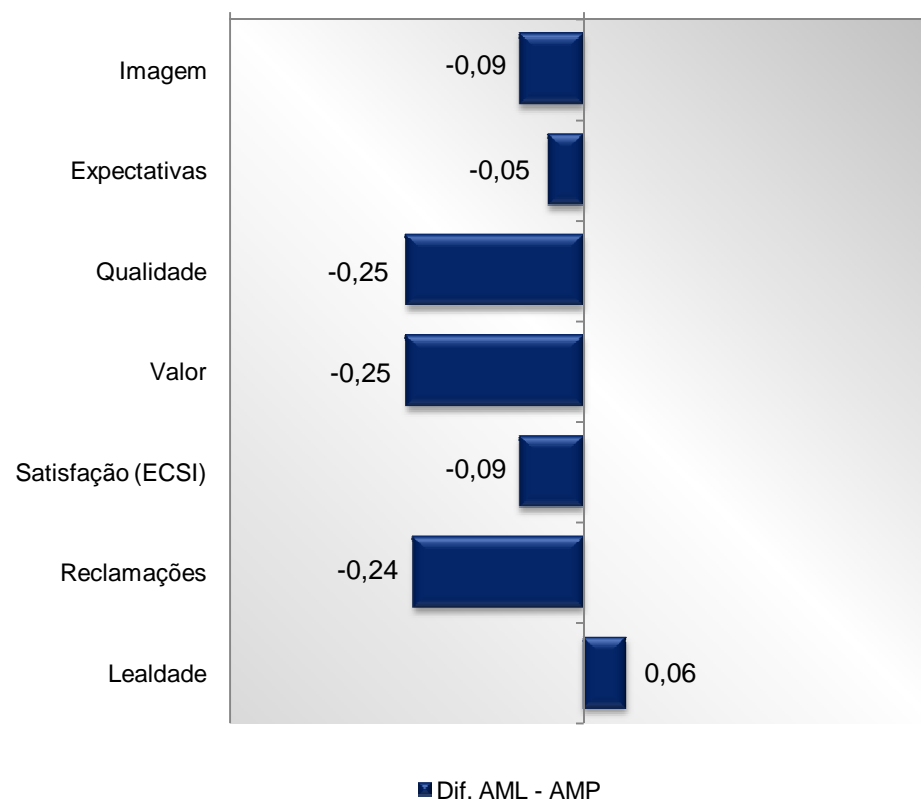
4 Resultados por Sector

Sector dos Transportes da AMP



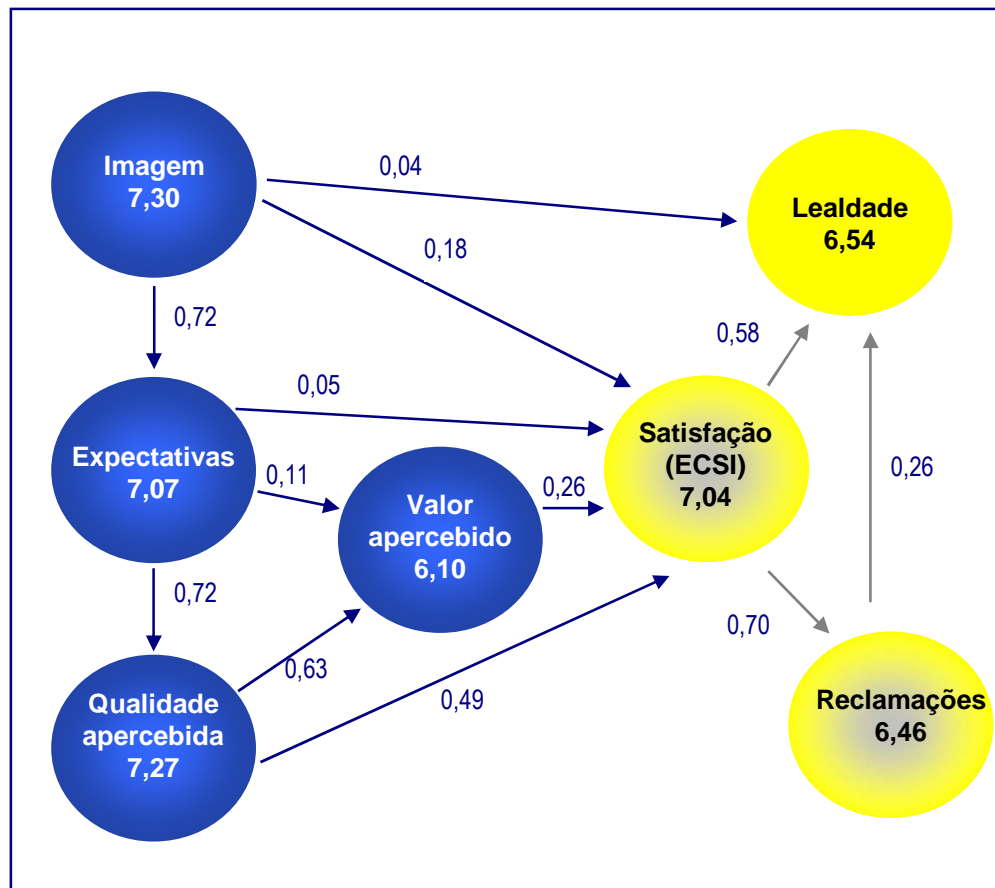
4 Resultados por Sector

Sector dos Transportes – diferenças da AML à AMP



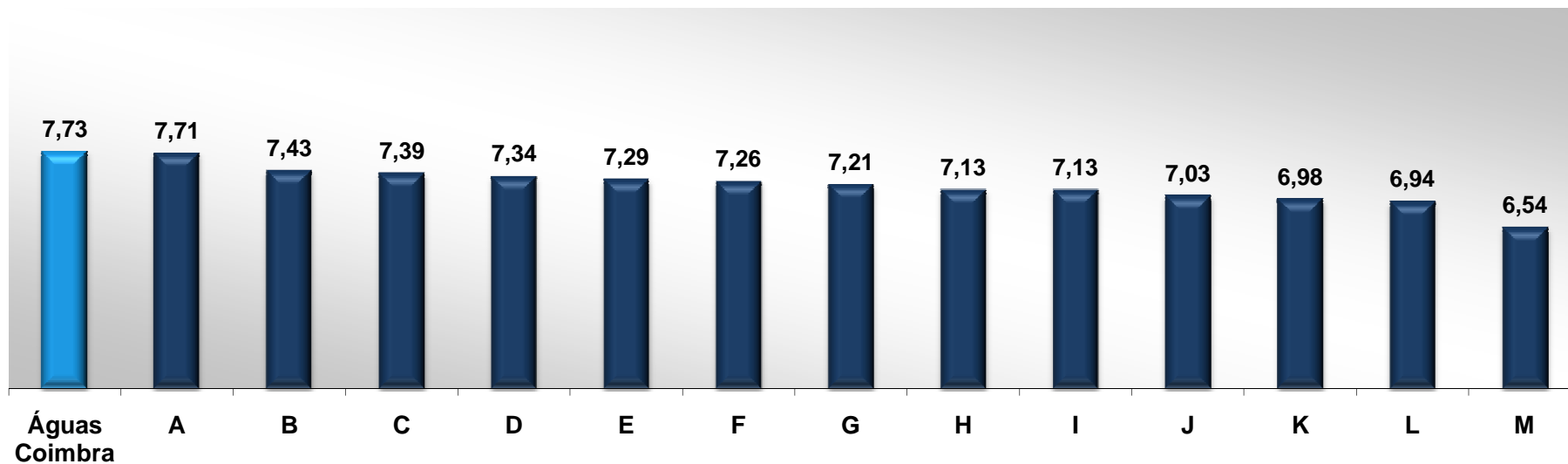
4 Resultados por Sector

Sector das Águas



4 Resultados por Sector

Sector das Águas - Ranking da Satisfação em 2009



4 Resultados por Sector

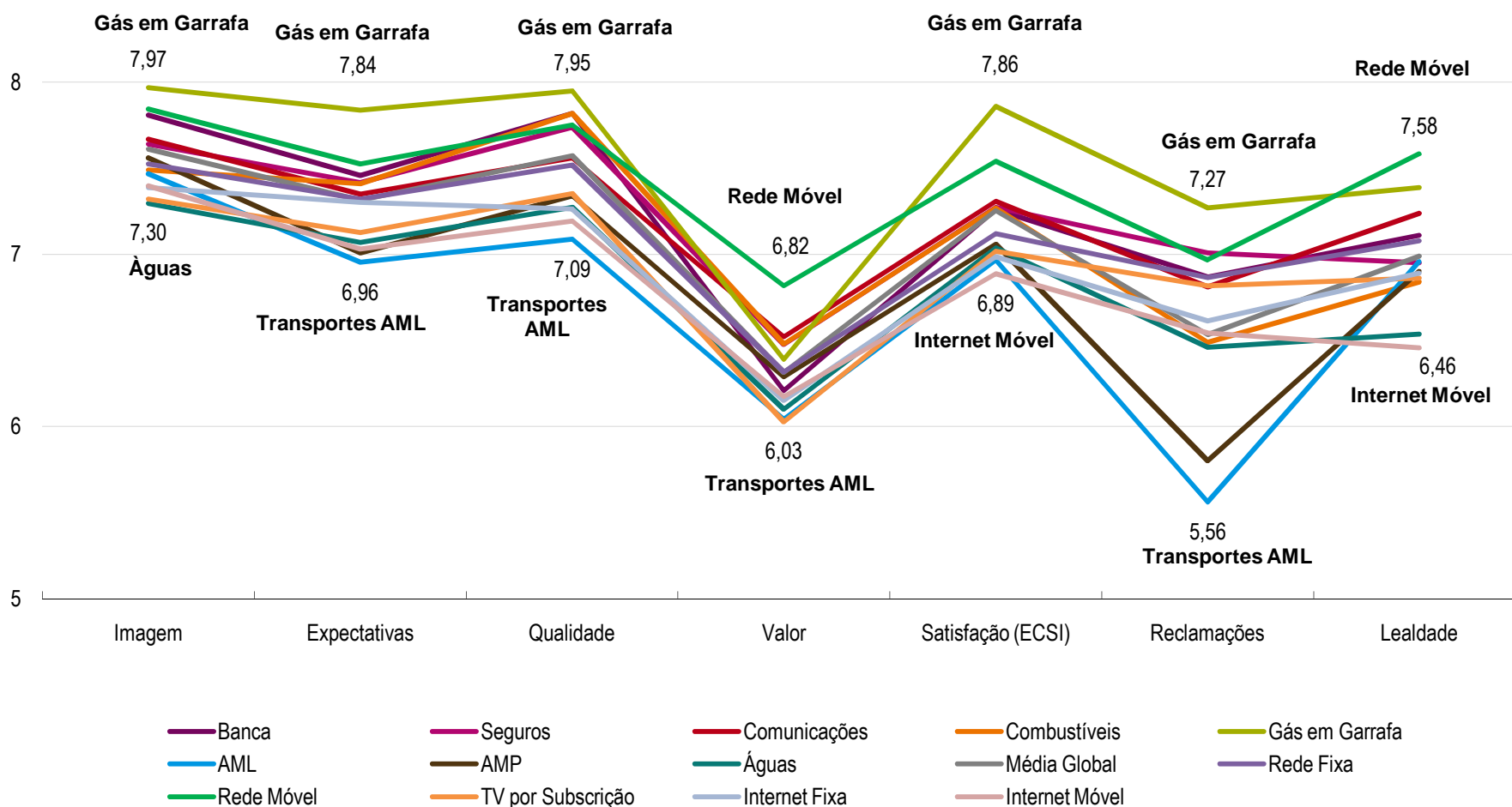
Impactos Totais na Satisfação em 2009

	Imagem	Expectativas	Qualidade	Valor
Banca	0,63	0,53	0,51	0,20
Seguros	0,67	0,66	0,54	0,19
Comunicações	0,62	0,56	0,49	0,25
Rede Fixa	0,67	0,51	0,44	0,24
Rede Móvel	0,61	0,57	0,50	0,30
TV por Subscrição	0,64	0,57	0,46	0,19
Internet Fixa	0,61	0,45	0,53	0,19
Internet Móvel	0,56	0,58	0,62	0,08
Combustíveis	0,62	0,53	0,43	0,27
Gás em Garrafa	0,77	0,62	0,55	0,24
AML	0,67	0,55	0,43	0,26
AMP	0,71	0,56	0,33	0,23
Águas	0,58	0,56	0,66	0,26

Resultados Globais

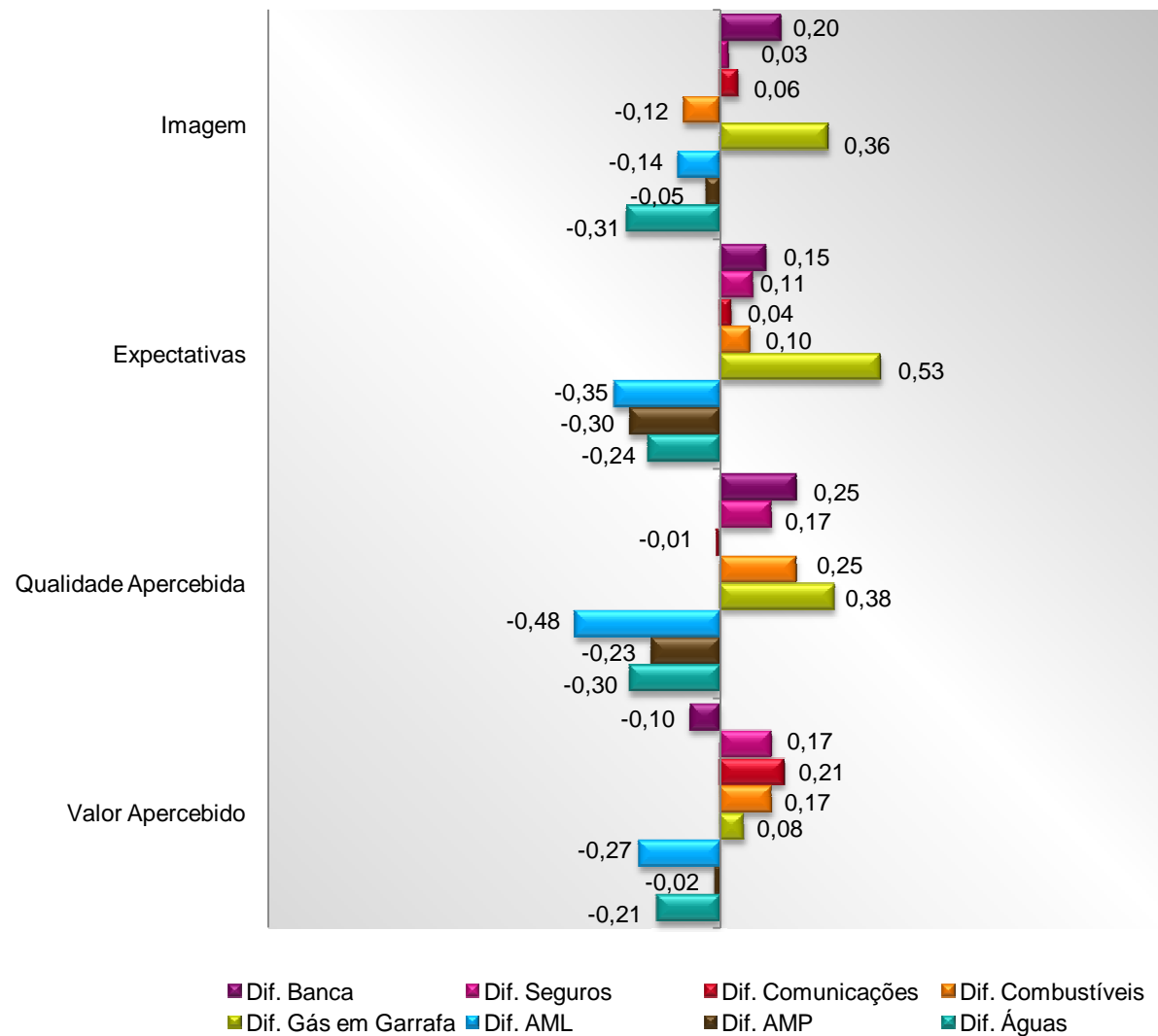
5 Resultados Globais

Posicionamento dos sectores em 2009



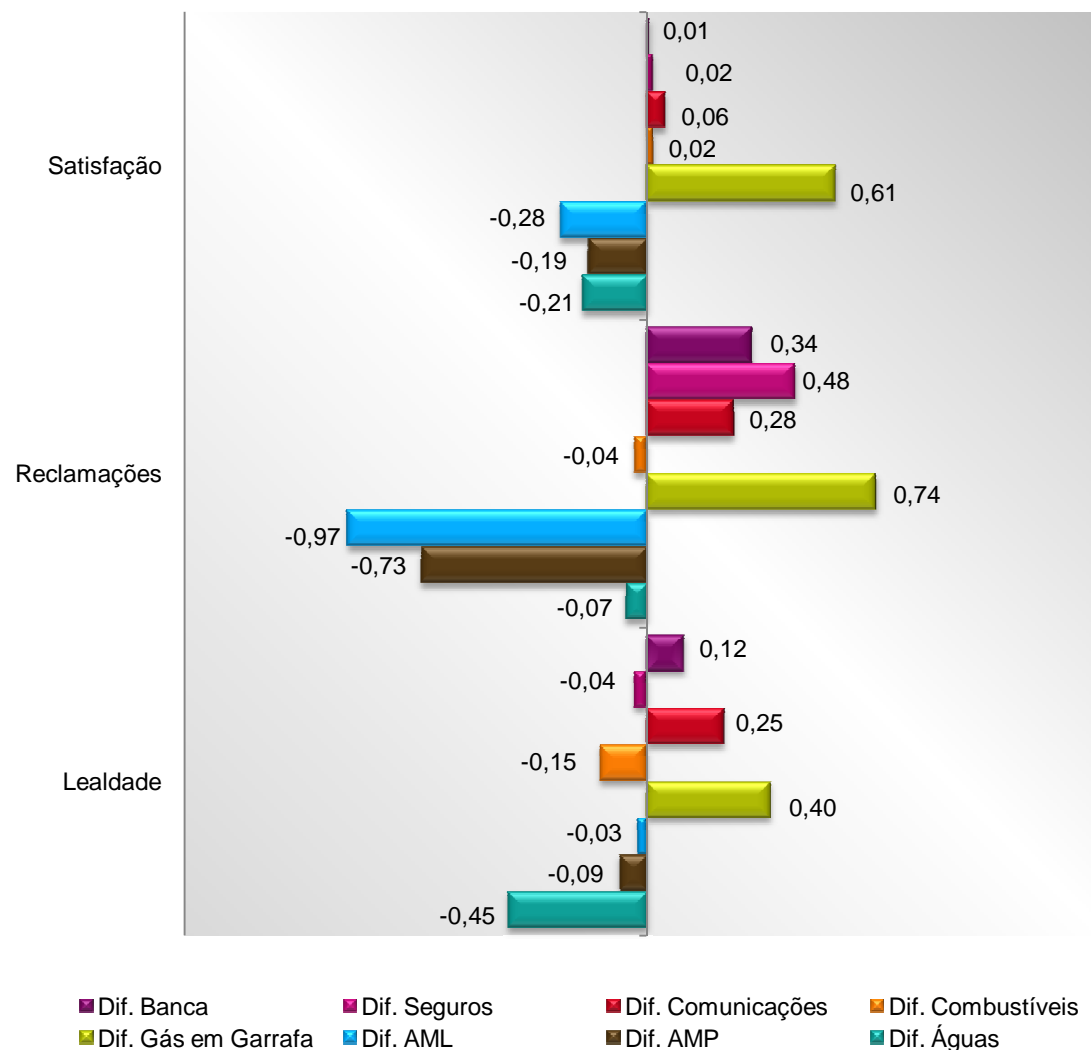
5 Resultados Globais

Diferenças dos sectores à média global



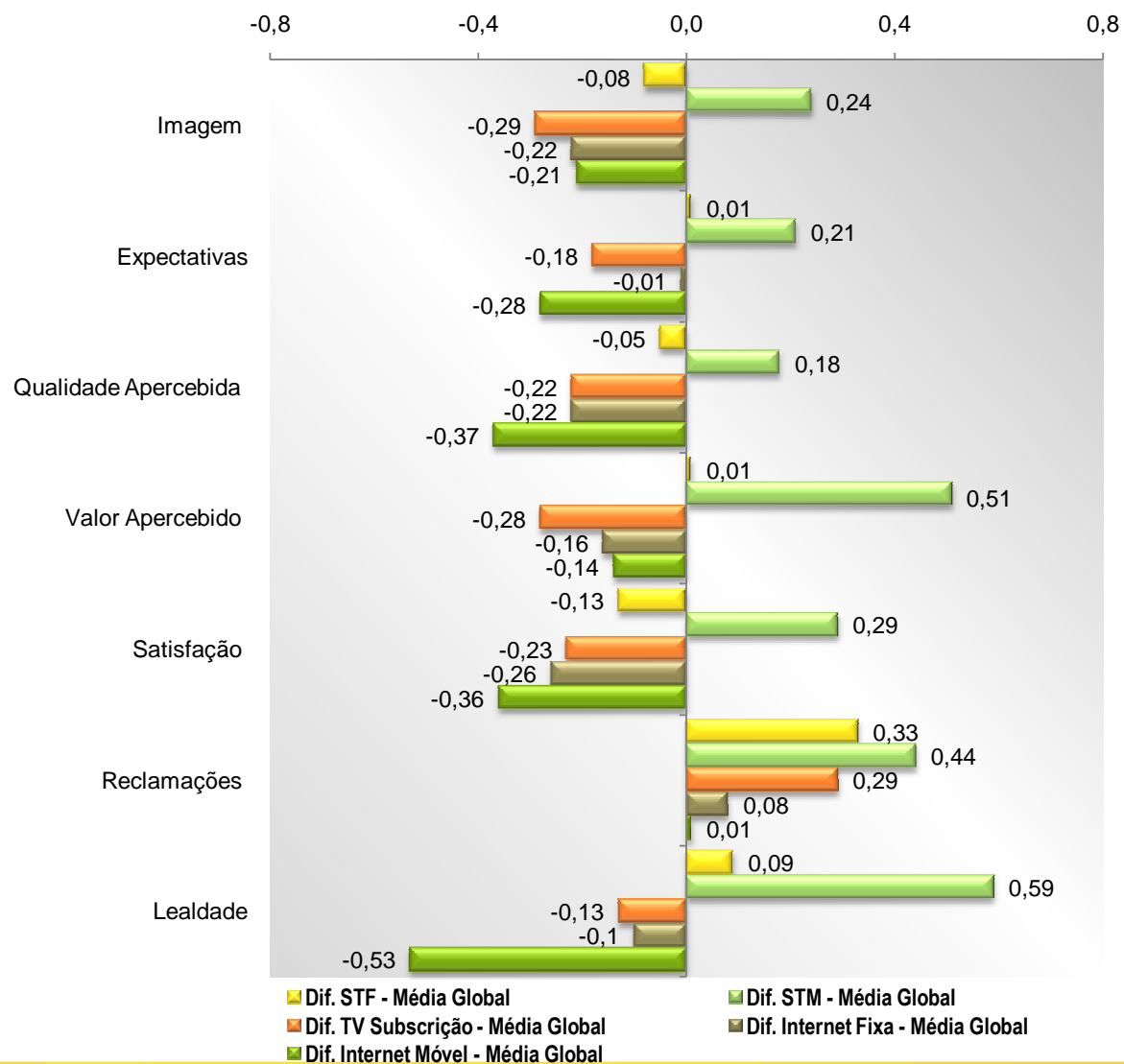
5 Resultados Globais

Diferenças dos sectores à média global -
Continuação



5 Resultados Globais

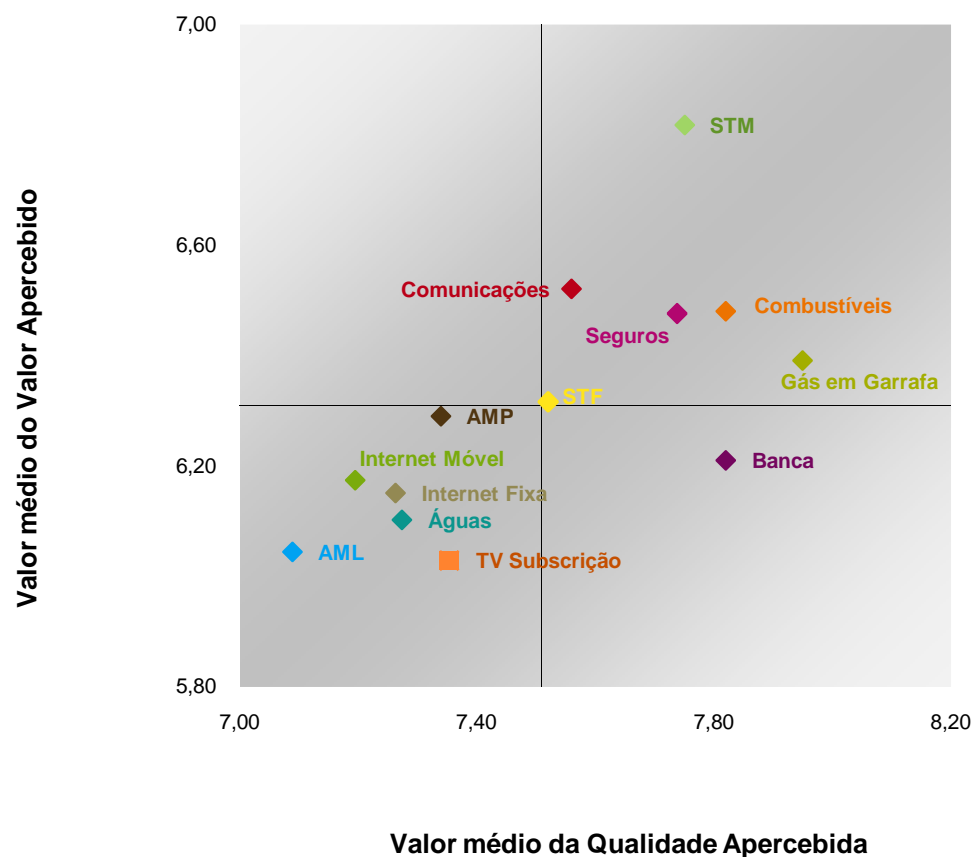
Diferenças dos sectores das Comunicações à média global



5 Resultados Globais

Mapa Perceptual Qualidade – Valor a percebido

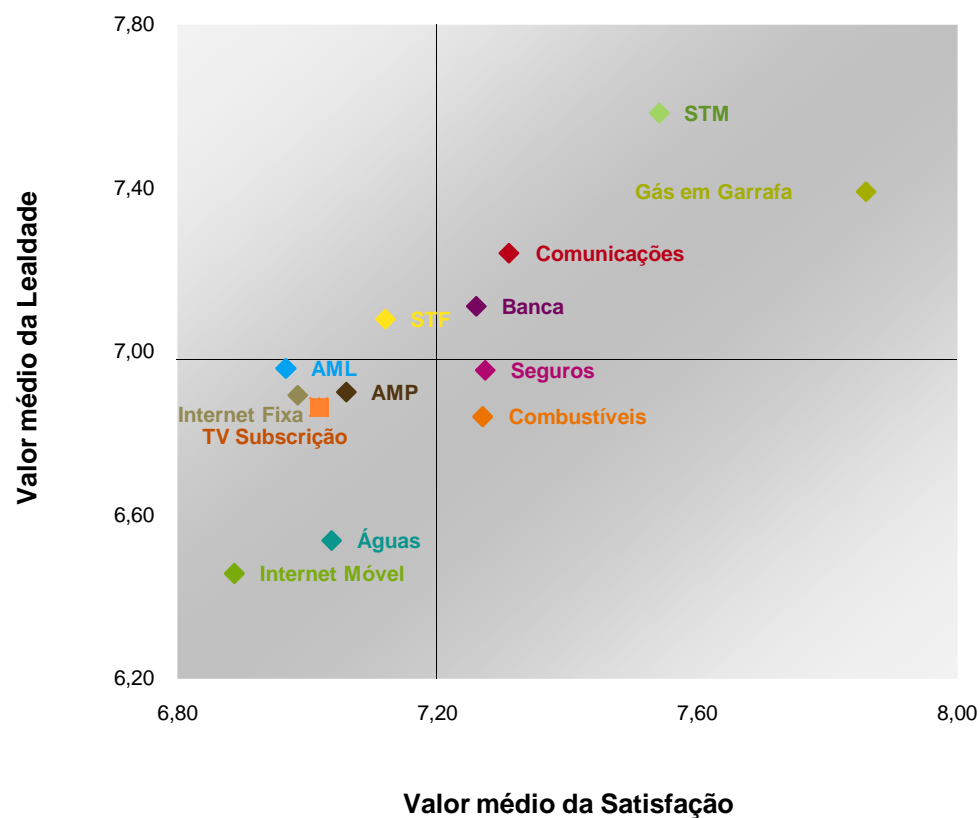
Índices das variáveis latentes da Qualidade a percebida (eixo das abcissas) e do Valor a percebido (eixo das ordenadas) por sector e subsectores das Comunicações em 2009



5 Resultados Globais

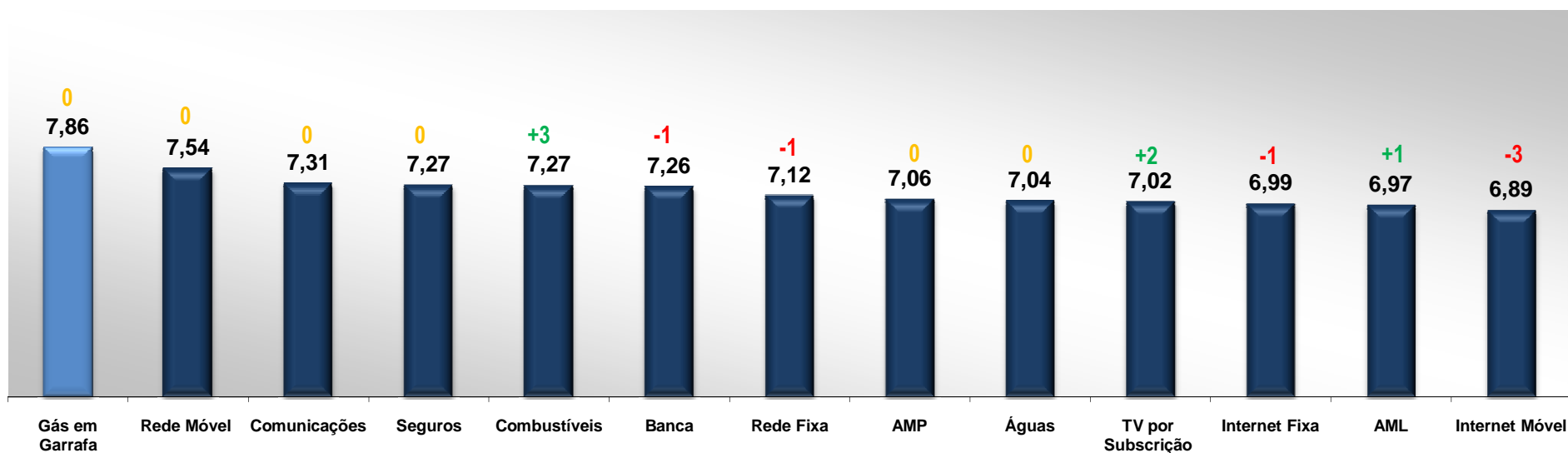
Mapa Perceptual Satisfação – Lealdade do cliente

Índices das variáveis latentes da Satisfação (eixo das abcissas) e da Lealdade (eixo das ordenadas) por sector e subsectores das Comunicações em 2009



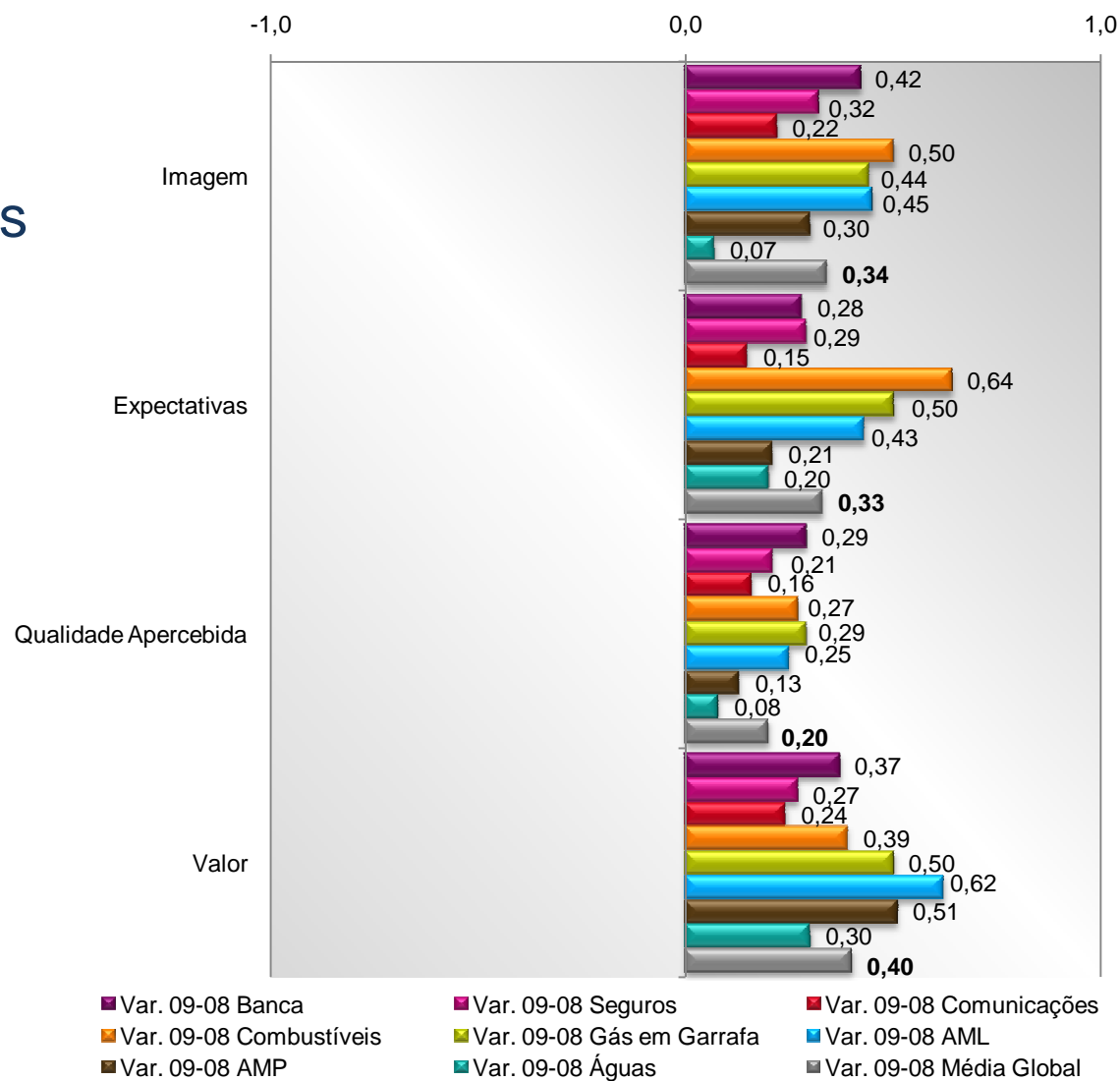
5 Resultados Globais

Ranking ECSI dos Sectores em 2009



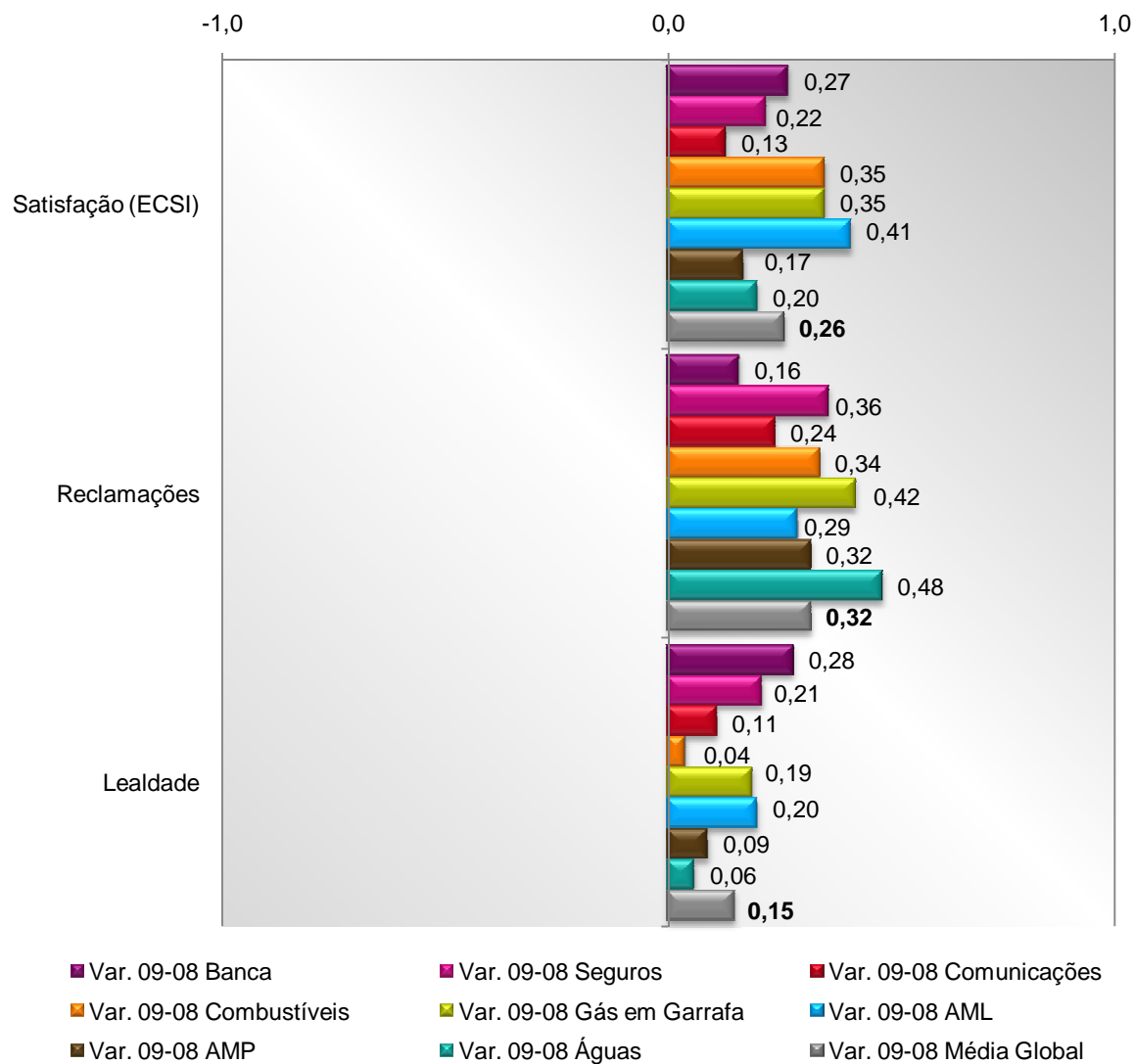
5 Resultados Globais

Varição 2008/2009 dos Sectores



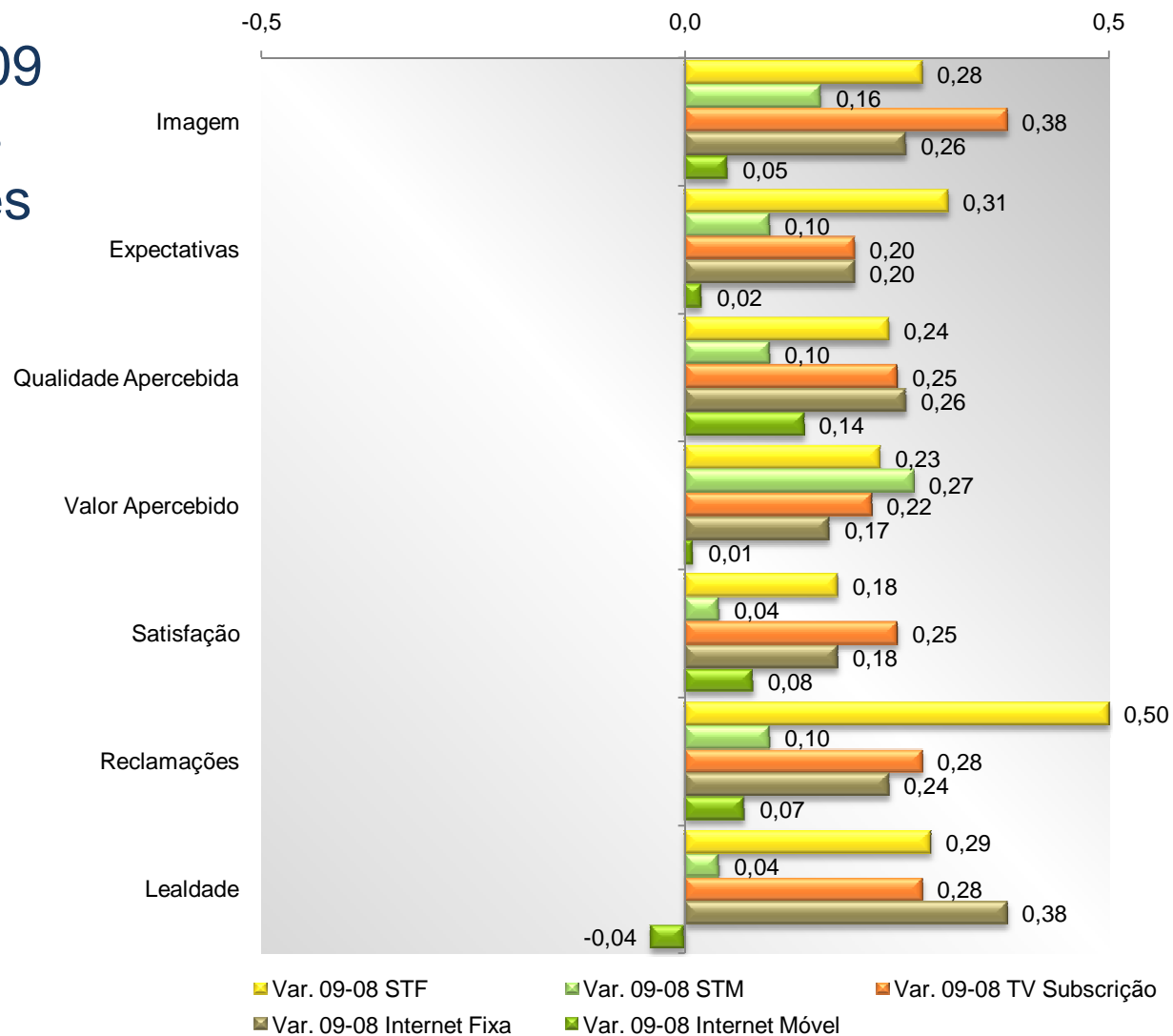
5 Resultados Globais

Variação 2008/2009 dos Sectores (Continuação)



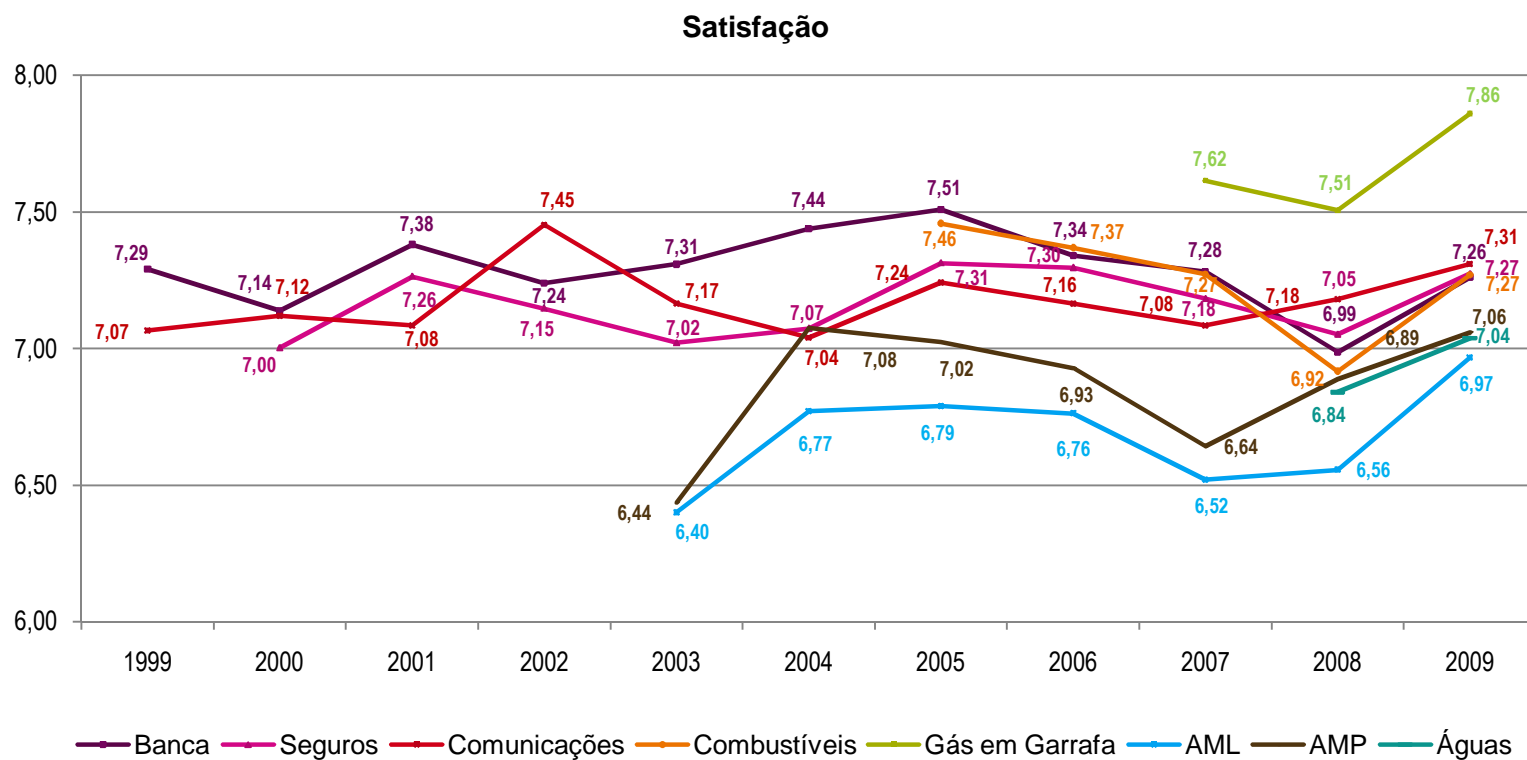
5 Resultados Globais

Varição 2008/2009 dos Subsectores das Comunicações



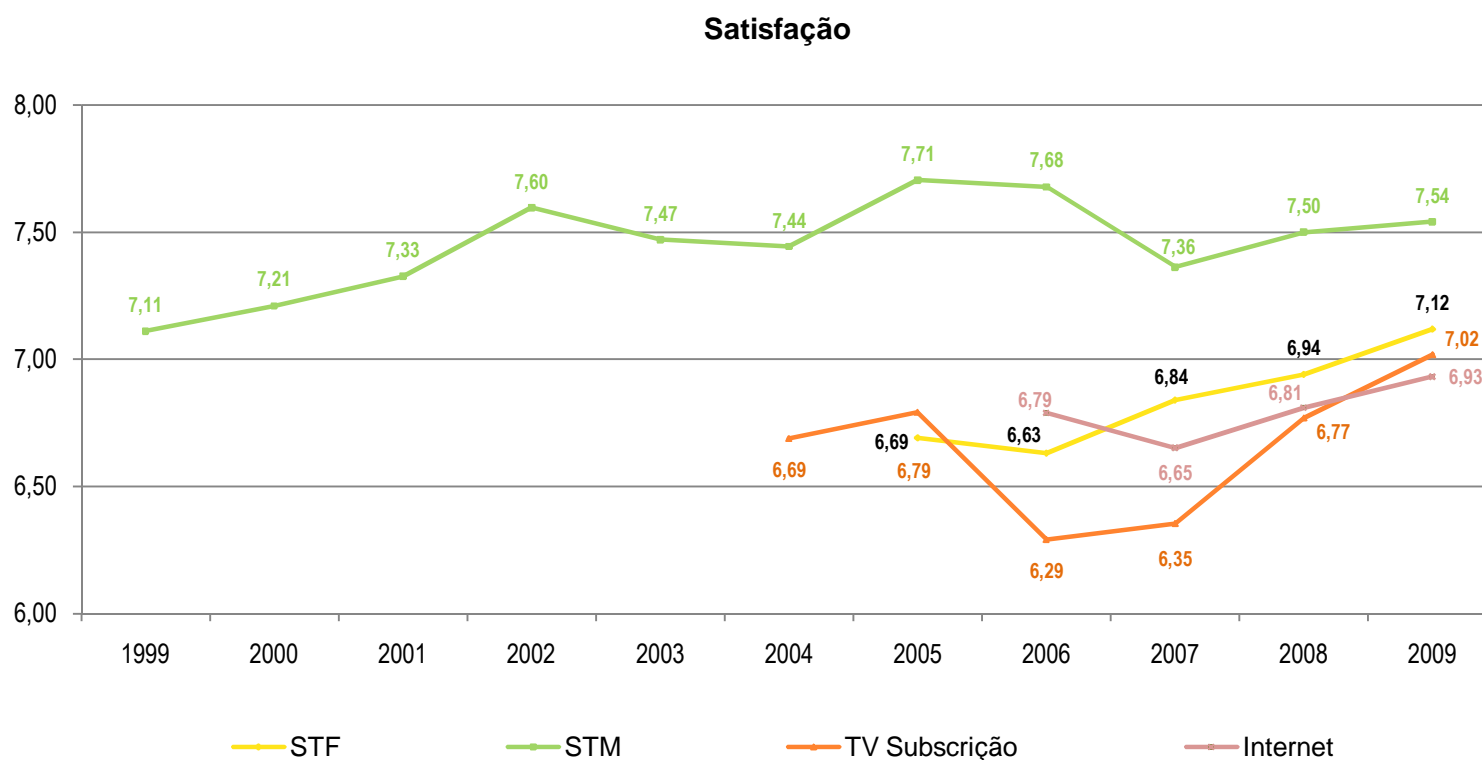
5 Resultados Globais

Evolução da Satisfação do Cliente desde 1999



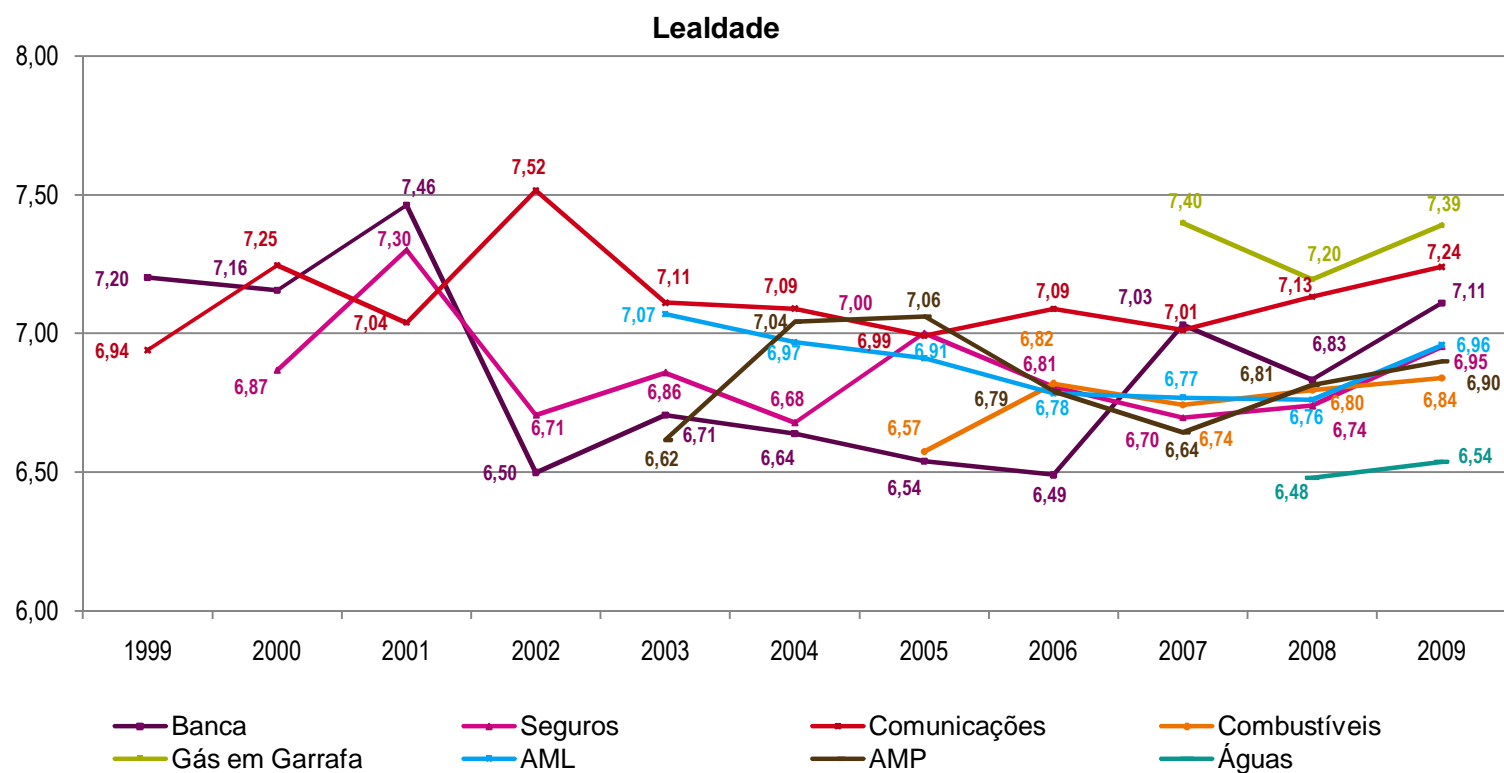
5 Resultados Globais

Evolução da Satisfação do Cliente desde 1999 no sector das Comunicações



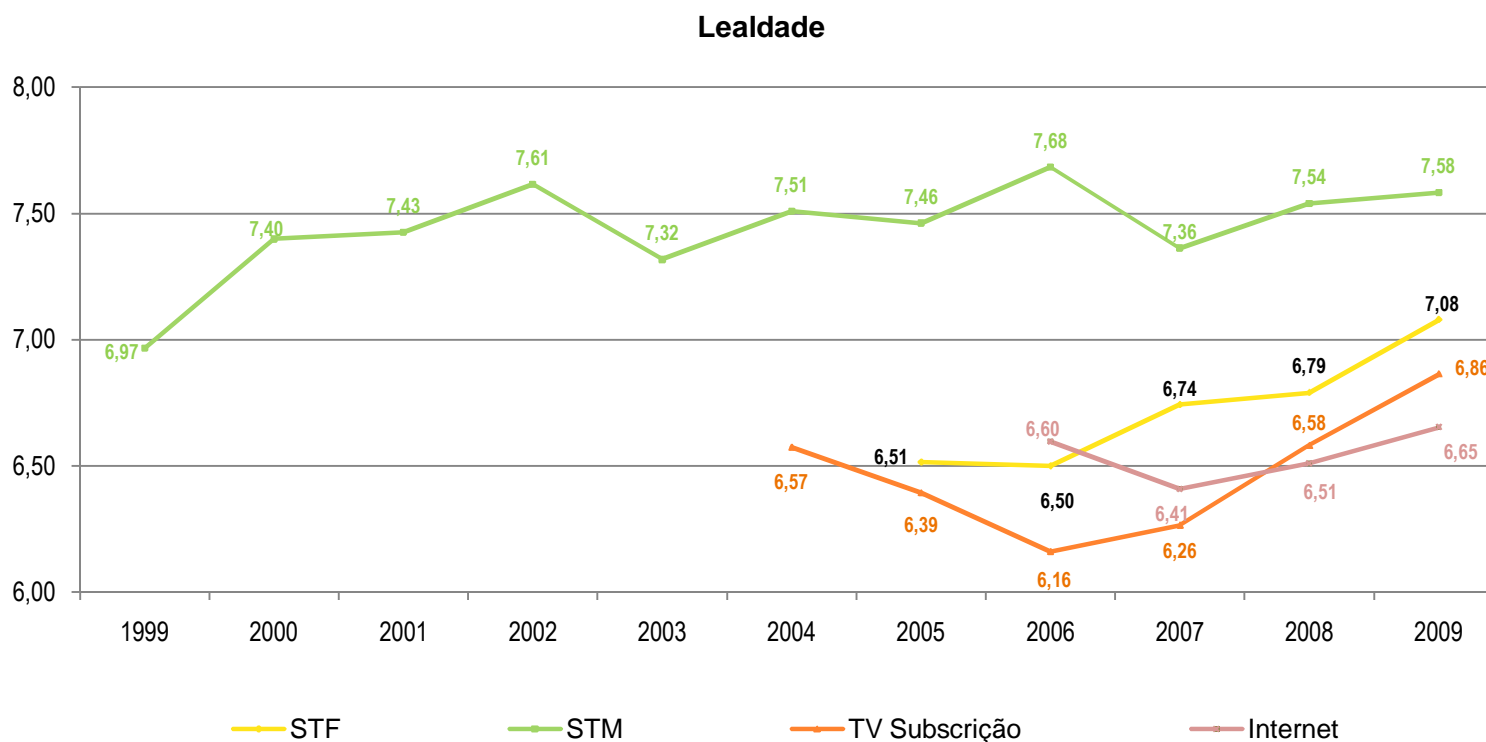
5 Resultados Globais

Evolução da Lealdade do Cliente desde 1999



5 Resultados Globais

Evolução da Lealdade do Cliente desde 1999 no sector das Comunicações



Divulgação de Resultados – ECSI 2009

Banca, Seguros, Comunicações, Combustíveis, Gás em Garrafa, Transportes de Passageiros e Águas



Patrocinador
do sector das
Comunicações



Parceiros nos sectores
das Águas e Seguros

Equipa ECSI:

Instituto Português da Qualidade



ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA A QUALIDADE



20 ANOS