

Divulgação de Resultados – ECSI 2010

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

Equipa ECSI:



Instituto Português da Qualidade



MINISTERIO DA ECONOMIA E DO EMPREGO



ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA A QUALIDADE



Índice

- Introdução
- Aspectos Metodológicos
- Resultados por Variável
- Resultados por Sector
- Resultados Globais
 - Posicionamento dos sectores em 2010
 - Variação dos sectores ao longo do tempo

1 Introdução

■ Apresentação de resultados da satisfação dos clientes obtidos para o ano 2010, estimados no âmbito do modelo ECSI-Portugal (European Customer Satisfaction Index - Portugal).

■ Foram estudados oito sectores:

Banca, Seguros, Comunicações, Combustíveis, Gás em Garrafa, Gás Natural, 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 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 oito sectores, por indicador e para cada variável.

Aspectos Metodológicos

2 Aspectos Metodológicos

Sectores e empresas estudadas no ECSI-Portugal 2010

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"> Açoreana Alico Allianz Axa Seguros Fidelidade Mundial Generali Império Bonança Liberty Médias 	<ul style="list-style-type: none"> Multicare Occidental OK! Teleseguros Seguro Directo Tranquilidade (Vida e Não Vida) Victoria Zurich 	<p><u>Serviços Postais</u></p> <p><u>Serviço Telefónico Fixo</u></p> <p><u>Serviço Telefónico Móvel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Optimus TMN Vodafone <p><u>Internet Móvel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Prestadores Móveis 	<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 Optimus Comunicações Cabovisão
Transportes AML e AMP	Gás em Garrafa	Combustíveis	Gás Natural	Águas
<ul style="list-style-type: none"> Carris CP- Lisboa Metropolitano de Lisboa Transtêjo/Soflusa Outros operadores de transporte AML Metro do Porto 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"> Lisboagás Beiragás Lusitaniagás Setgás Duriensegás Tagusgás Medigás Dianagás Paxgás Portgás 	<ul style="list-style-type: none"> Águas e Parque Biológico de Gaia Águas de Coimbra Águas de Santarém Águas Santo André EPAL Indáqua Matosinhos SMAS Almada SMAS Sintra SM Castelo Branco SMAS Ponta Delgada Vimágua 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 2010 foram entrevistados:

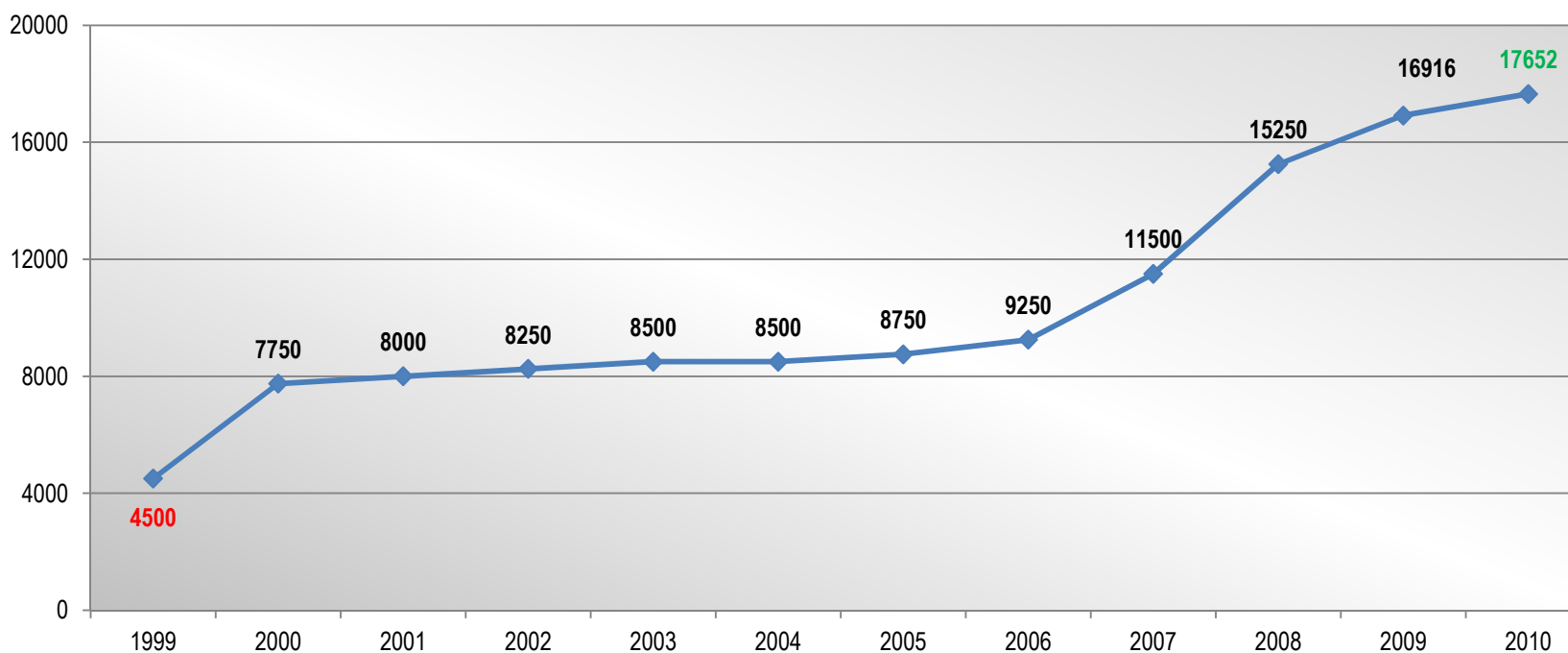
- 1751 clientes no sector da Banca
- 4195 clientes no sector dos Seguros
- 3241 clientes no sector das Comunicações
- 1387 clientes no sector dos Combustíveis
- 1064 clientes no sector do Gás em Garrafa
- 1037 clientes no sector do Gás Natural
- 1999 clientes no sector dos Transportes
- 2978 clientes no sector das Águas

TOTAL DA AMOSTRA = 17652 entrevistas

2 Aspectos Metodológicos

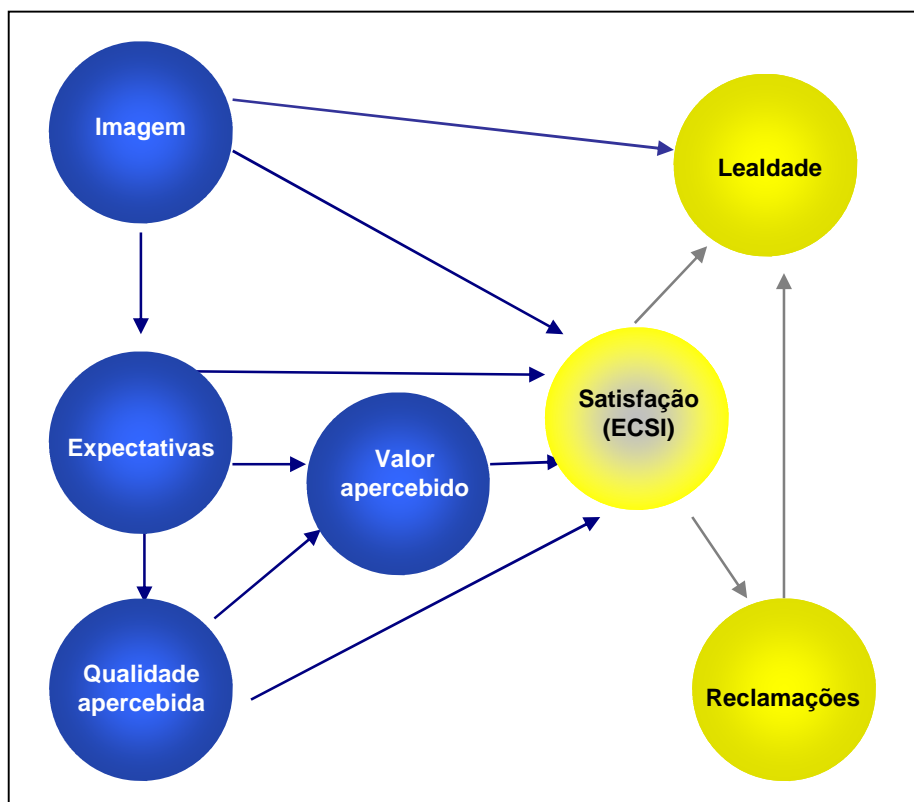
Estudo de Mercado

■ Número de entrevistas realizadas entre 1999 e 2010:



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 2010 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.

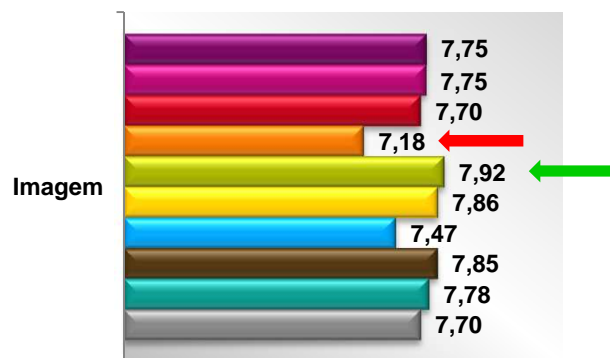
■ Documentos produzidos

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

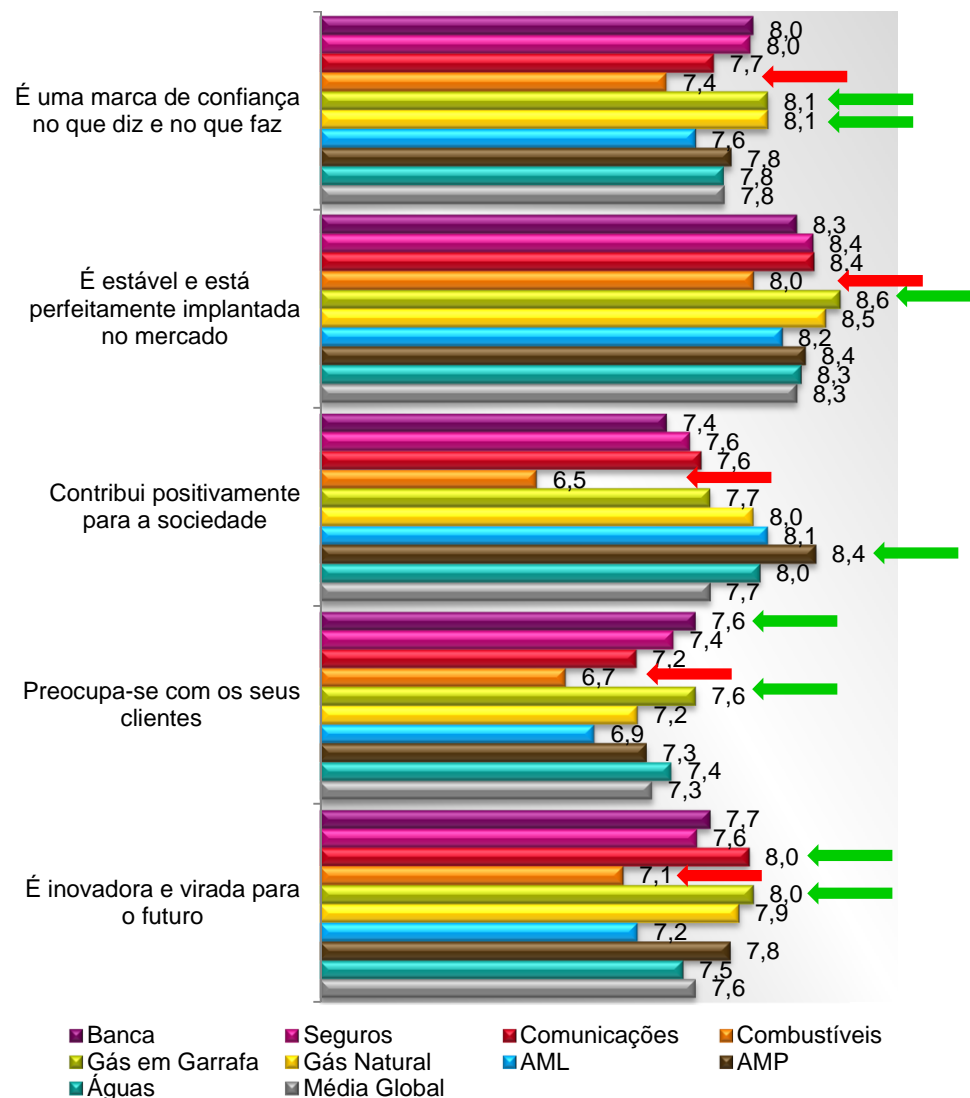
Resultados por Variável

3 Resultados por Variável

Imagem



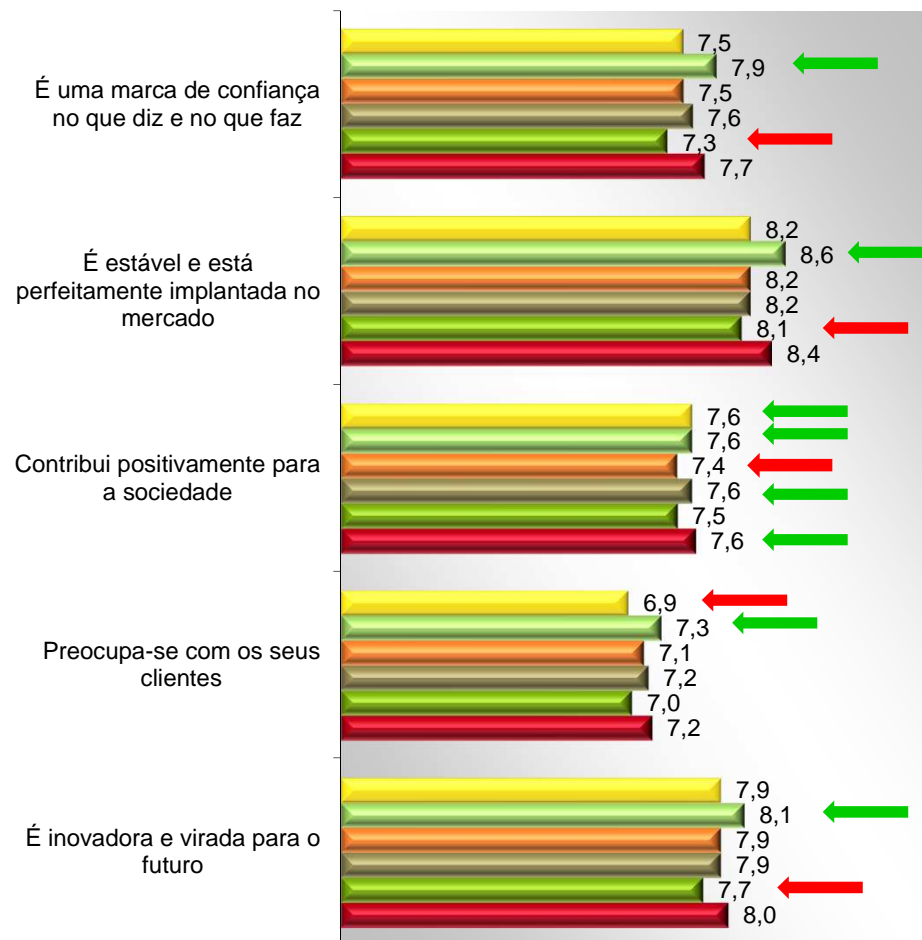
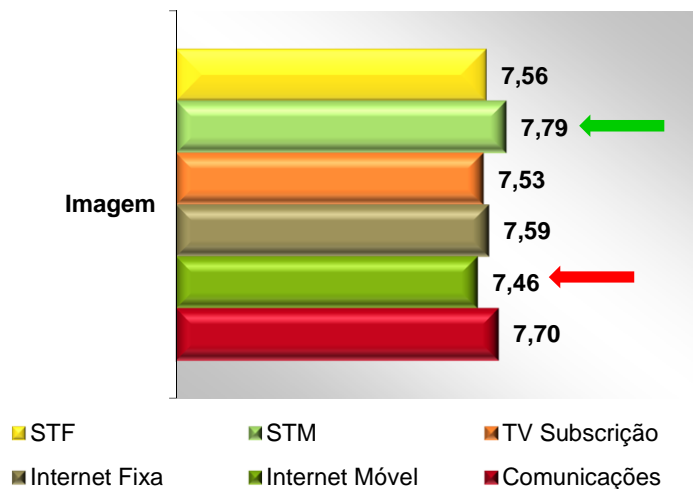
Banca
 Combustíveis
 AML
 Média Global
 Seguros
 Gás em Garrafa
 AMP
 Comunicações
 Gás Natural
 Águas



Banca
 Gás em Garrafa
 Águas
 Seguros
 Gás Natural
 Média Global
 Comunicações
 AML
 Combustíveis
 AMP

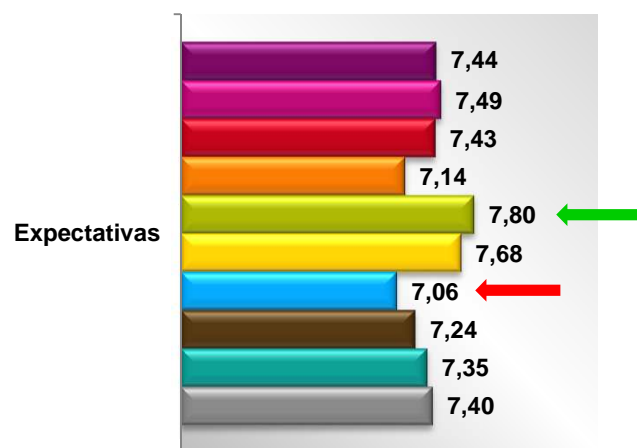
3 Resultados por Variável

Imagem – Sector das Comunicações

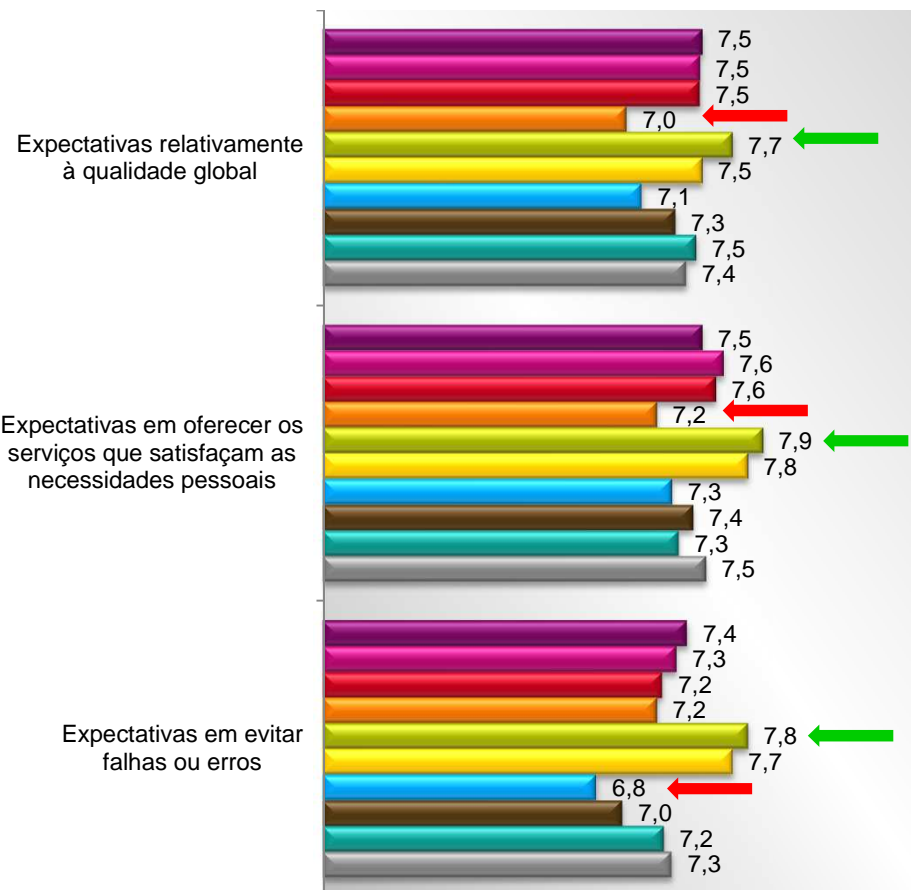


3 Resultados por Variável

Expectativas



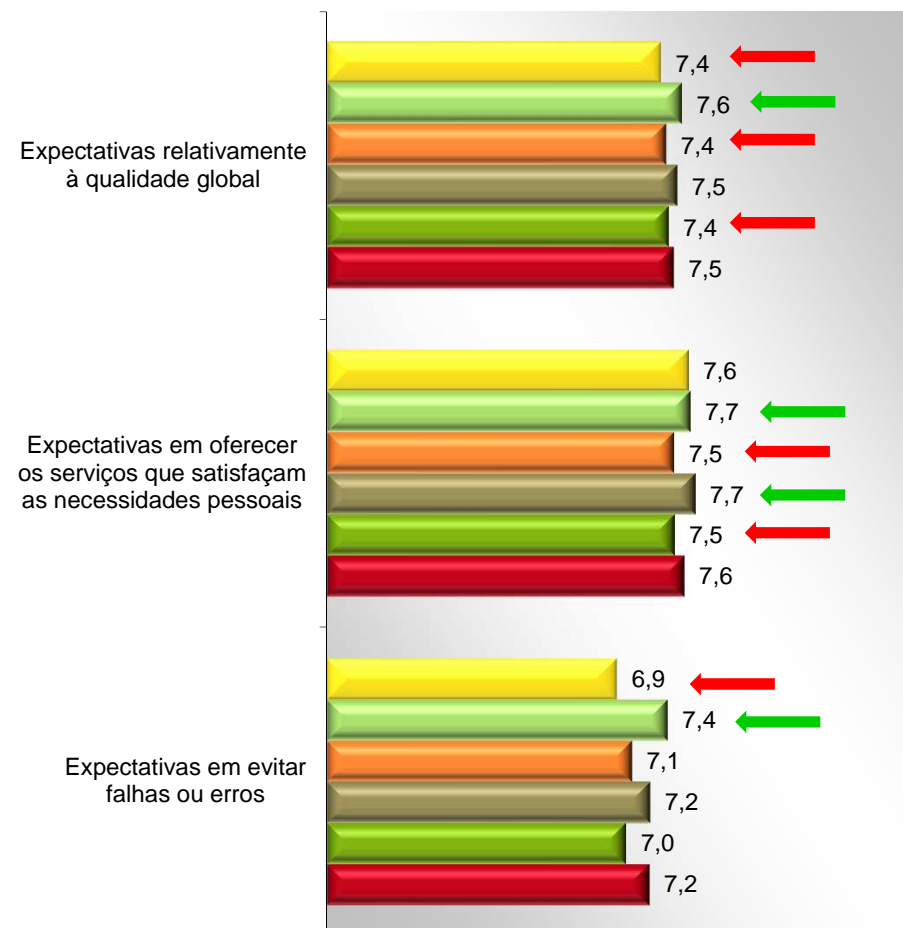
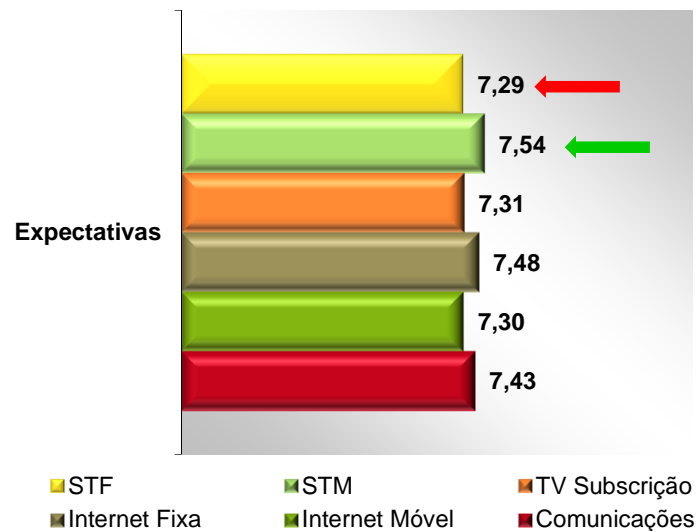
■ Banca
■ Combustíveis
■ AML
■ Média Global
■ Seguros
■ Gás em Garrafa
■ AMP
■ Comunicações
■ Gás Natural
■ Águas



■ Banca
■ Gás em Garrafa
■ Águas
■ Seguros
■ Gás Natural
■ Média Global
■ Comunicações
■ AML
■ Combustíveis
■ AMP

3 Resultados por Variável

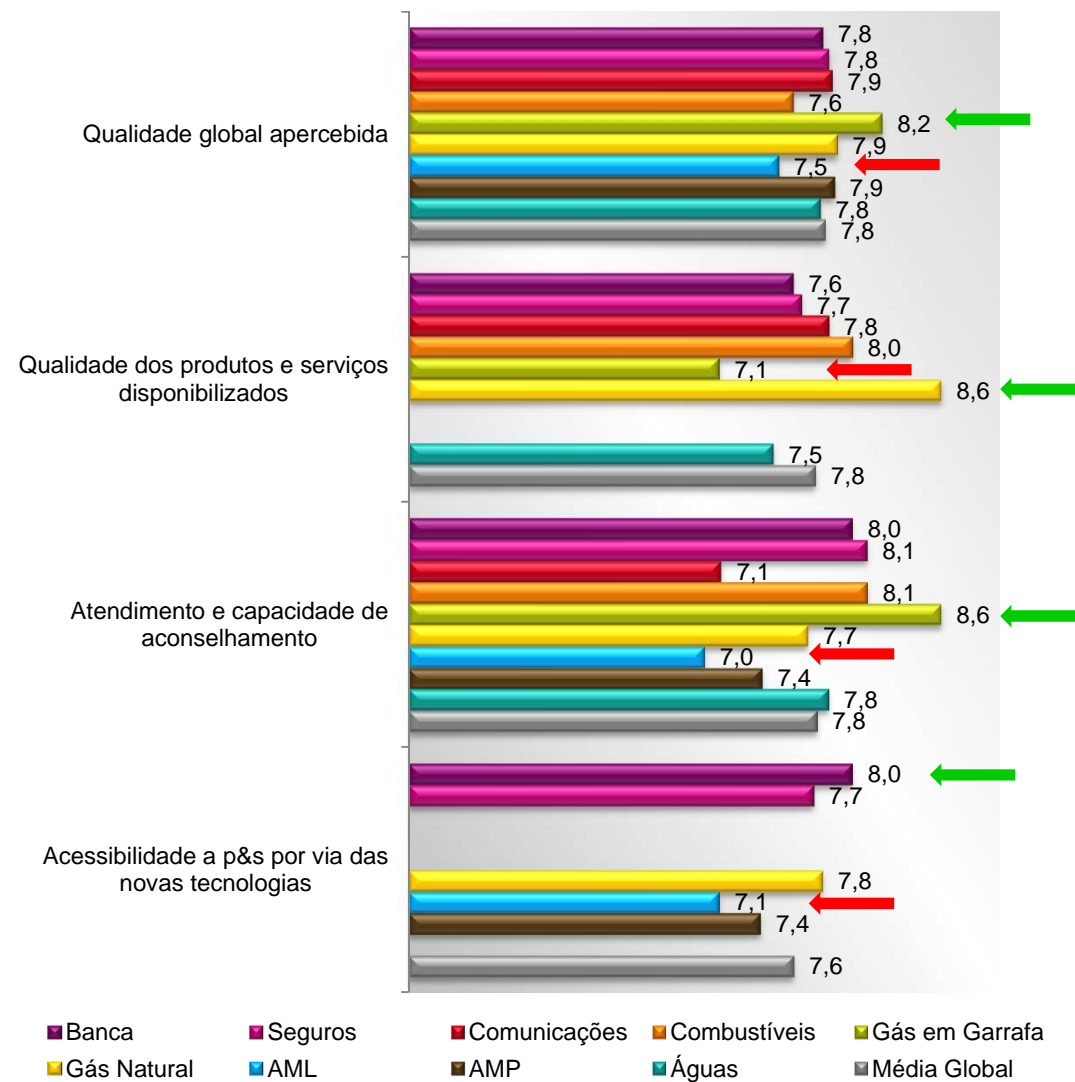
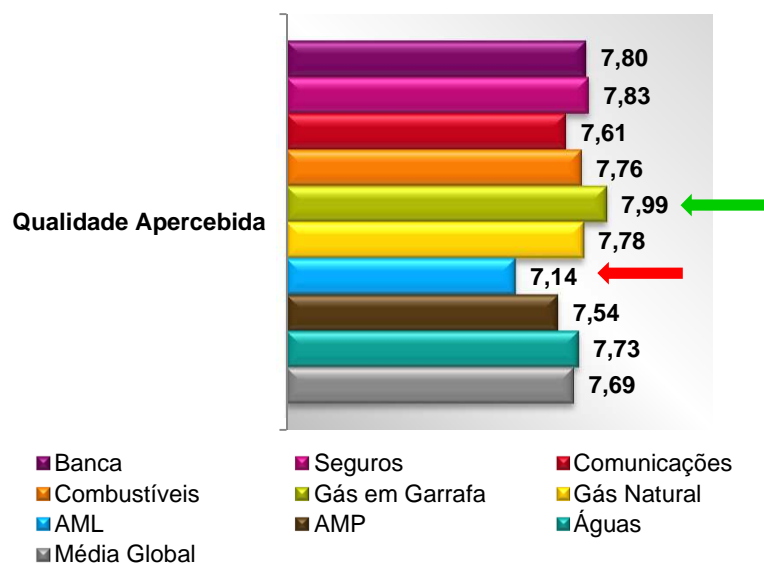
Expectativas – Sector das Comunicações



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

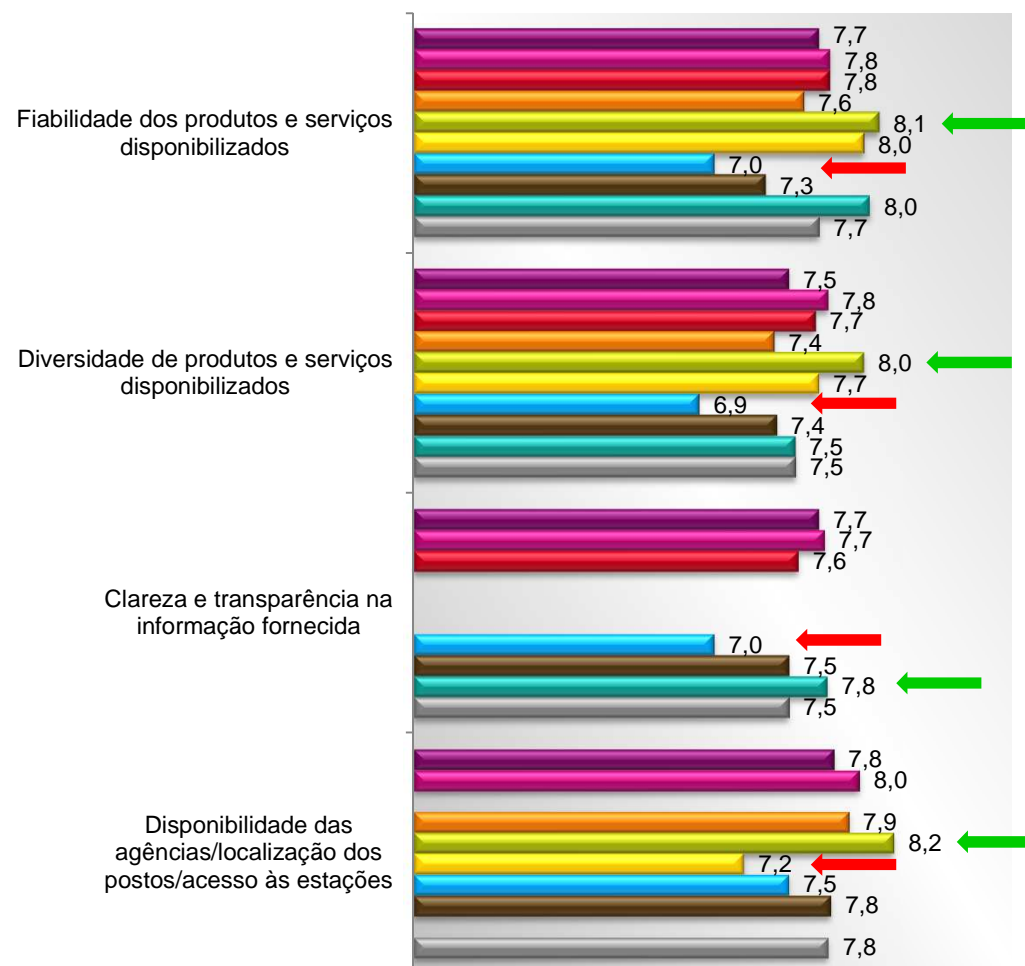
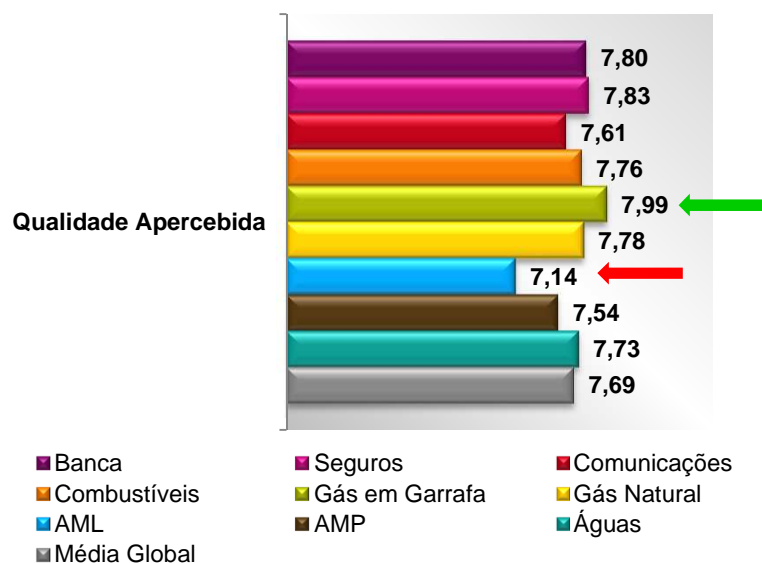
3 Resultados por Variável

Qualidade Apercebida



3 Resultados por Variável

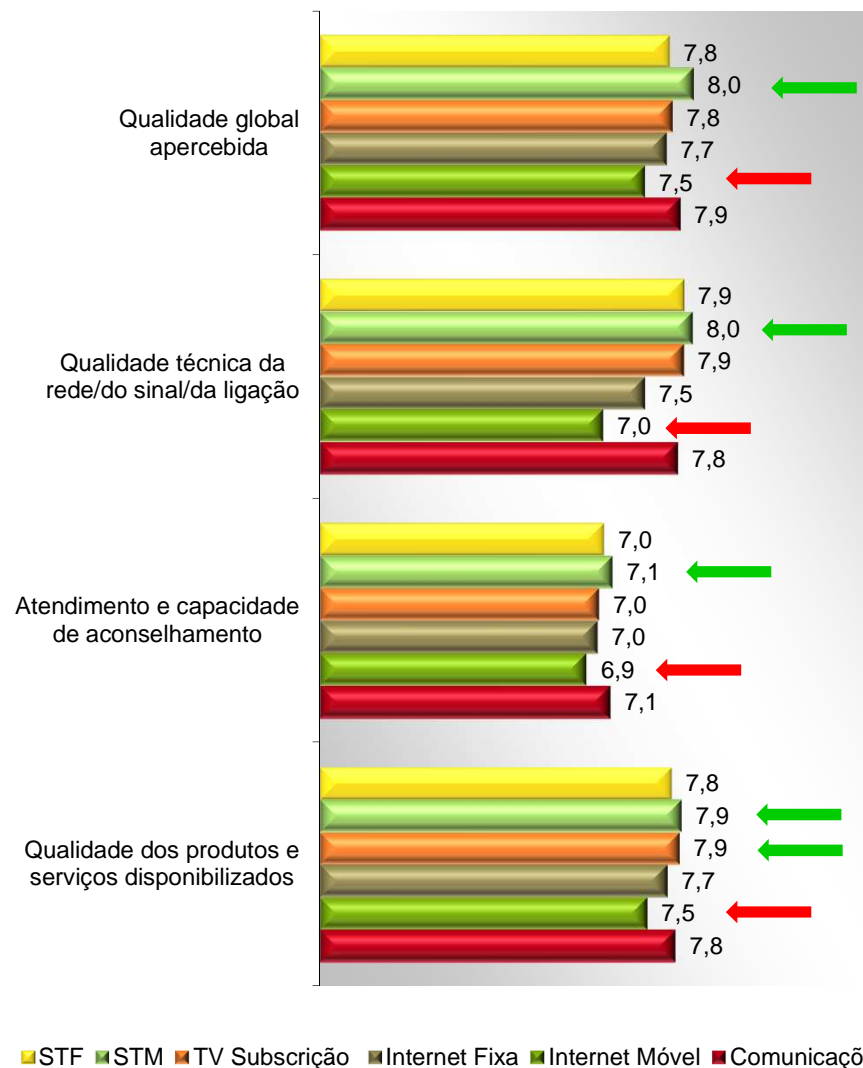
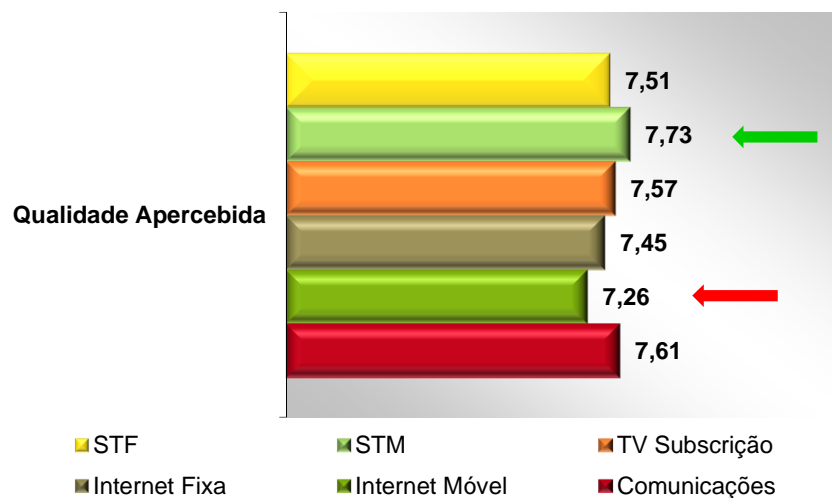
Qualidade Apercebida (continuação)



Banca Seguros Comunicações Combustíveis Gás em Garrafa
 Gás Natural AML AMP Águas Média Global

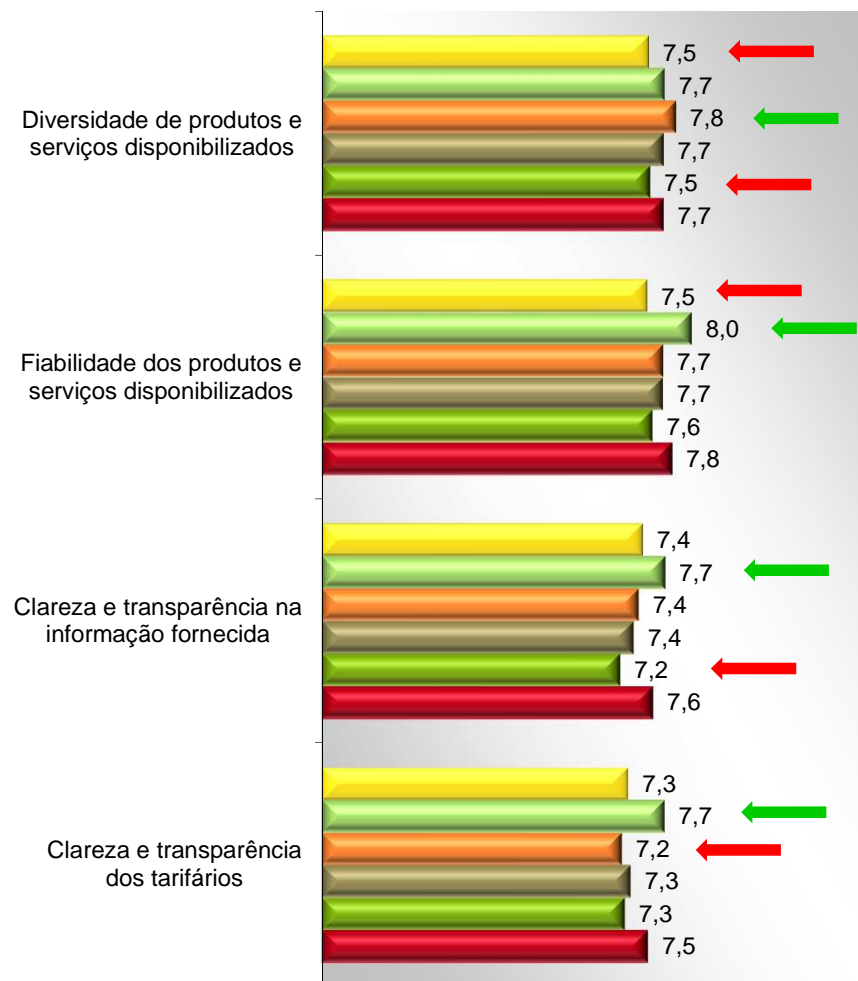
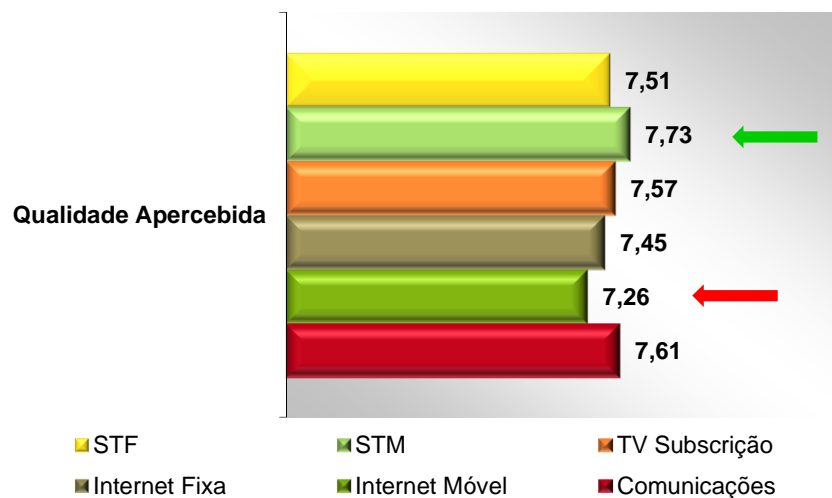
3 Resultados por Variável

Qualidade Apercebida – Sector das Comunicações



3 Resultados por Variável

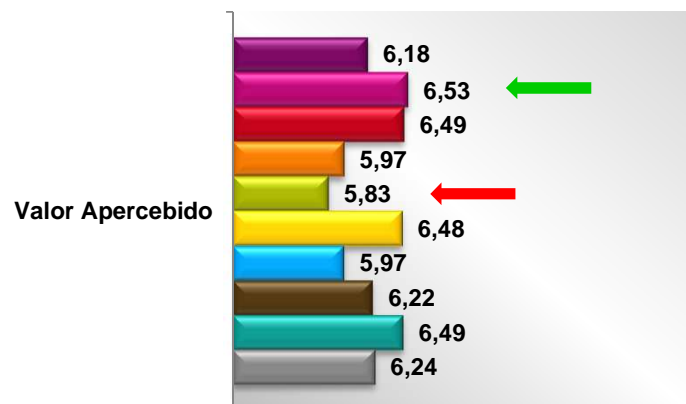
Qualidade Apercebida – Sector das Comunicações (Continuação)



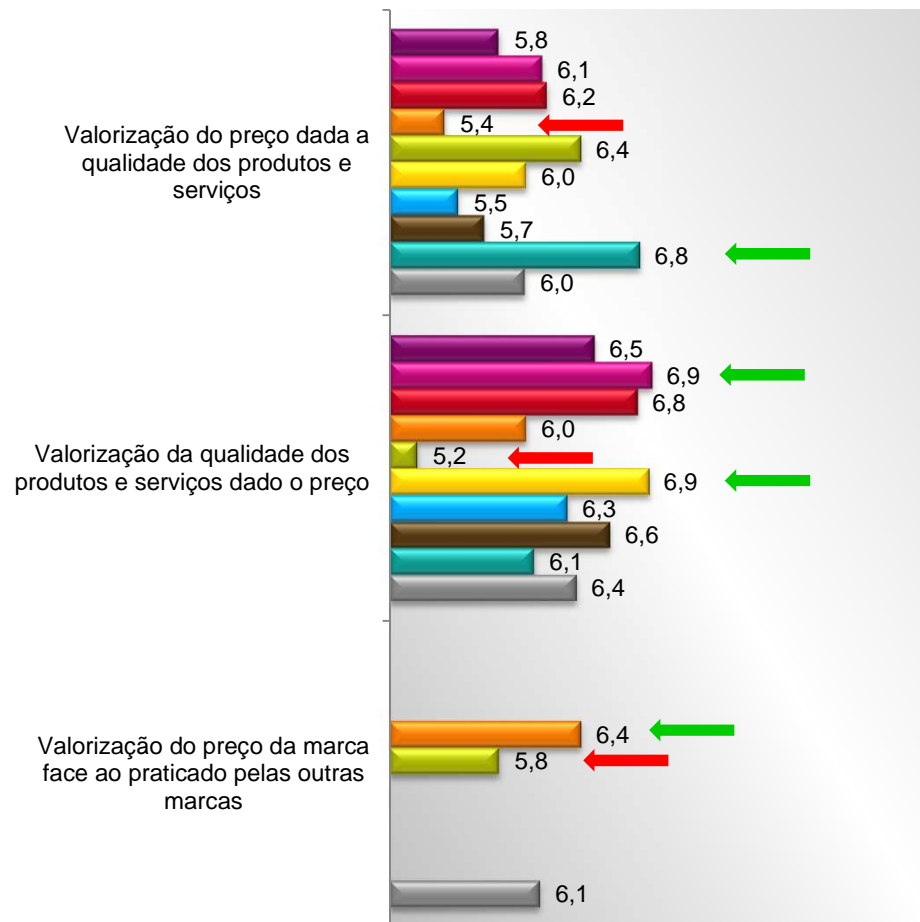
■ STF ■ STM ■ TV Subscrição ■ Internet Fixa ■ Internet Móvel ■ Comunicações

3 Resultados por Variável

Valor Apercebido



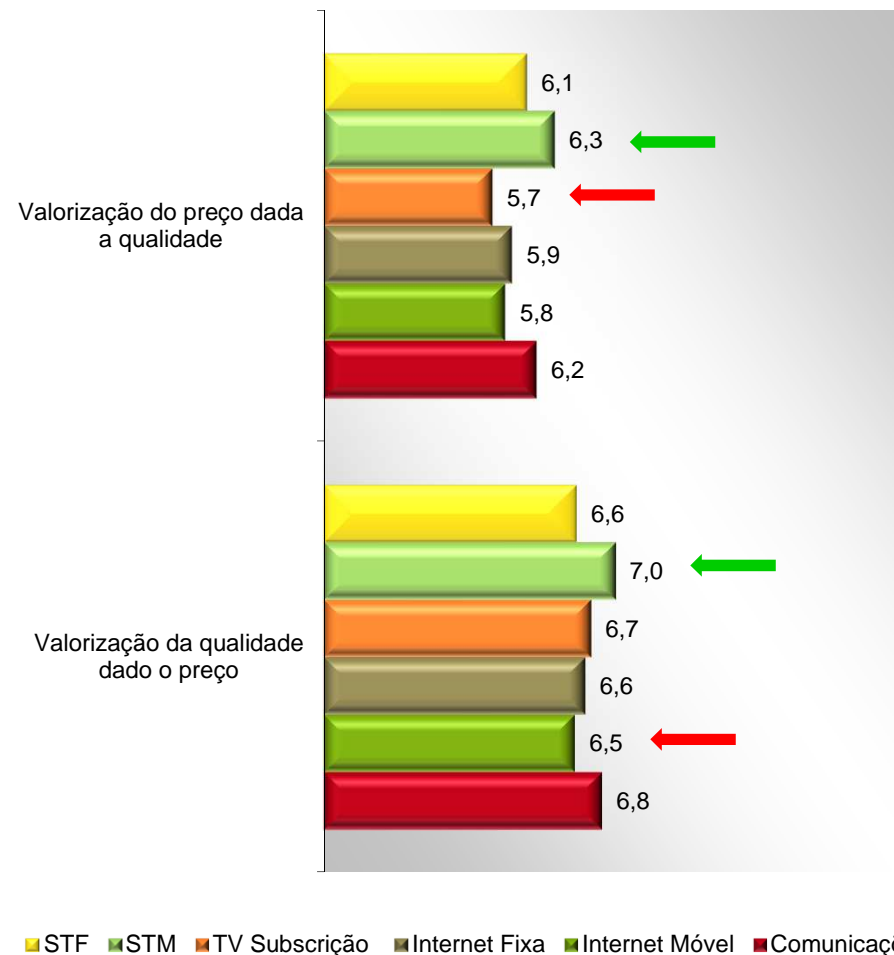
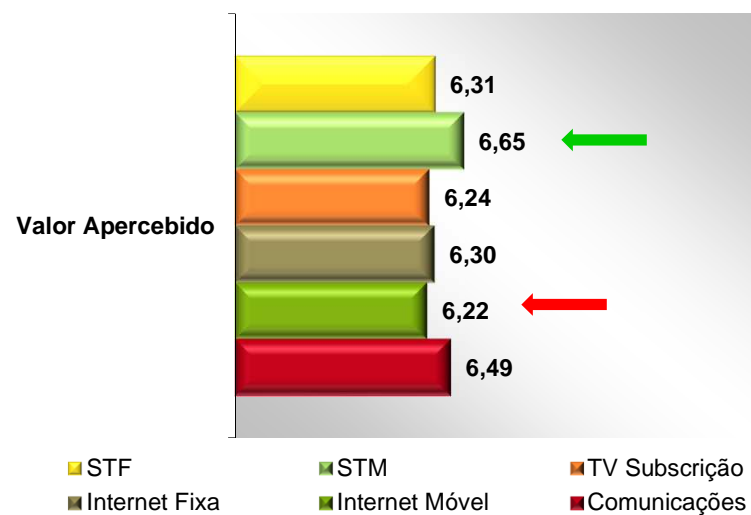
■ Banca
 ■ Seguros
 ■ Comunicações
 ■ Combustíveis
 ■ Gás em Garrafa
 ■ Gás Natural
 ■ AML
 ■ AMP
 ■ Águas
 ■ Média Global



■ Banca
 ■ Seguros
 ■ Comunicações
 ■ Combustíveis
 ■ Gás em Garrafa
 ■ Gás Natural
 ■ AML
 ■ AMP
 ■ Águas
 ■ Média Global

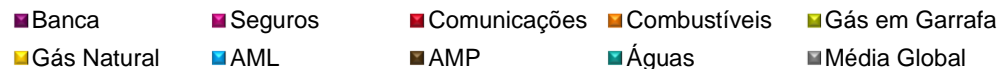
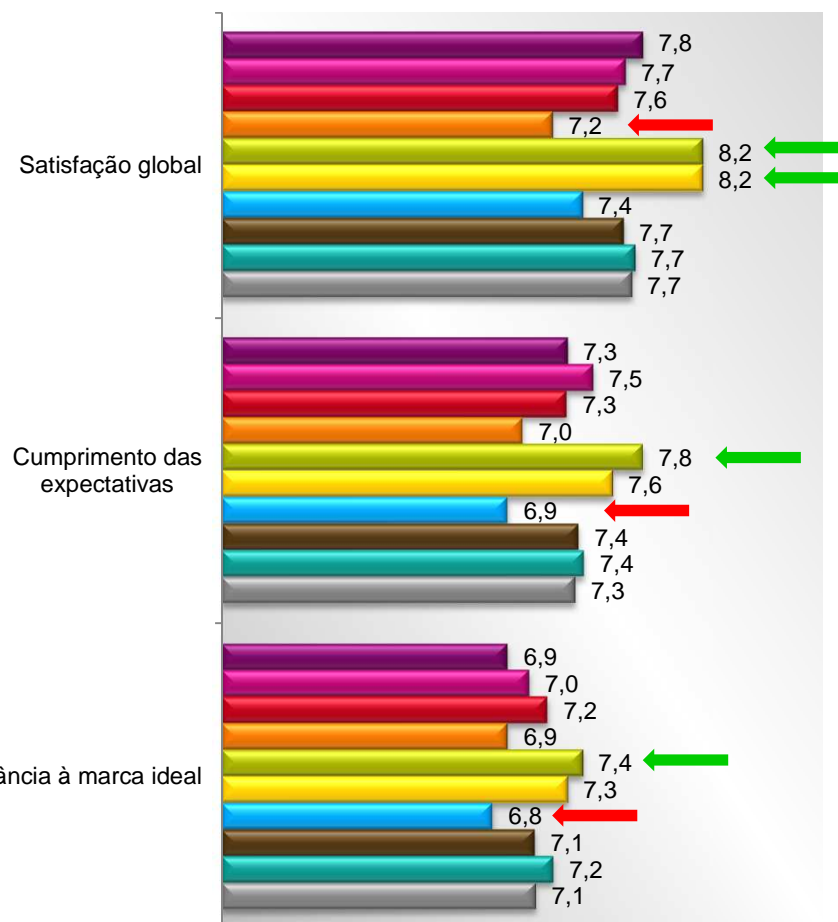
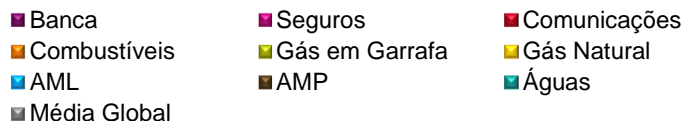
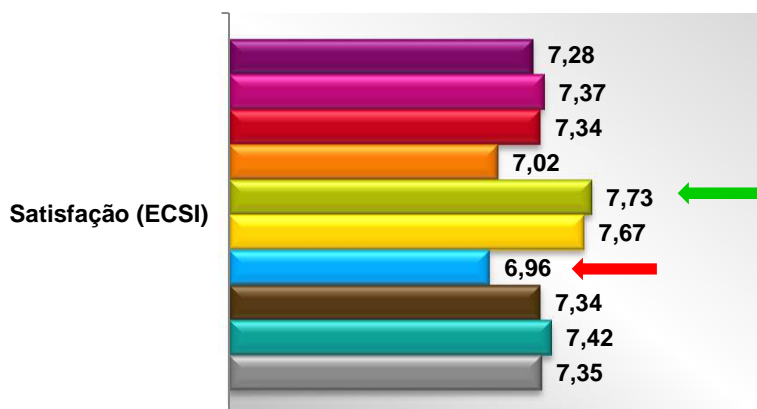
3 Resultados por Variável

Valor Apercebido – Sector das Comunicações



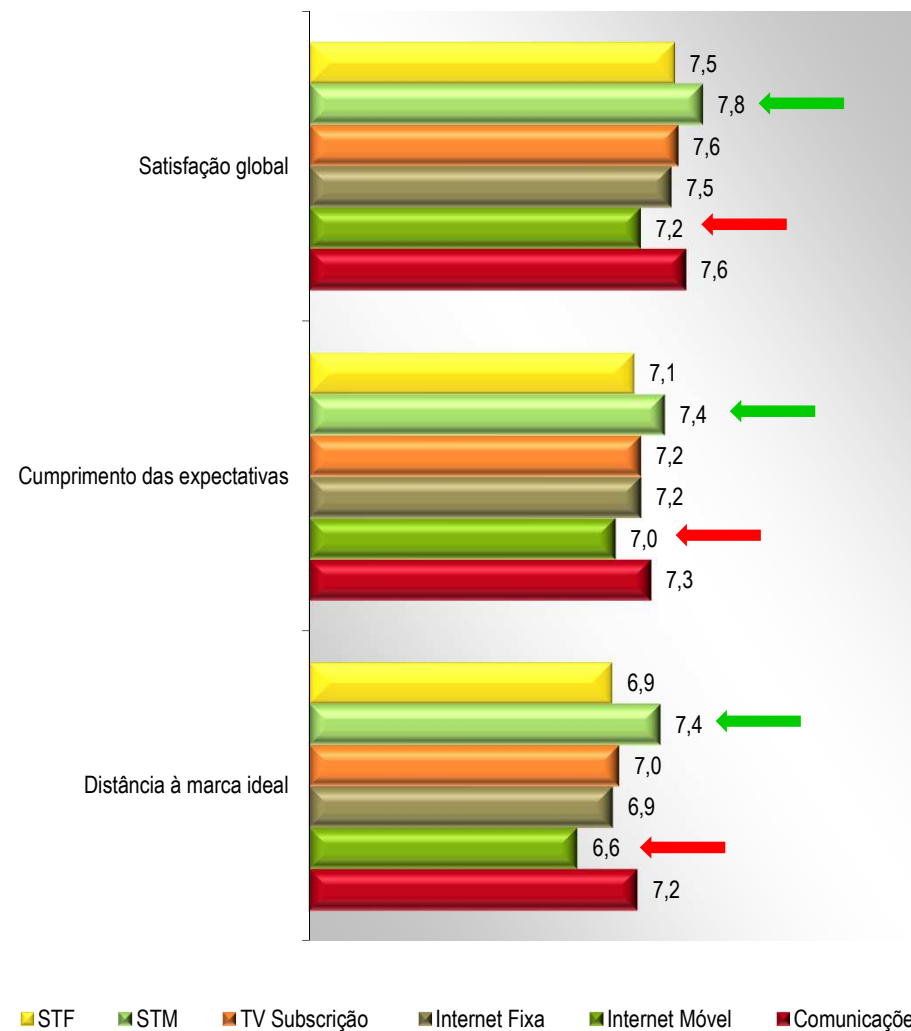
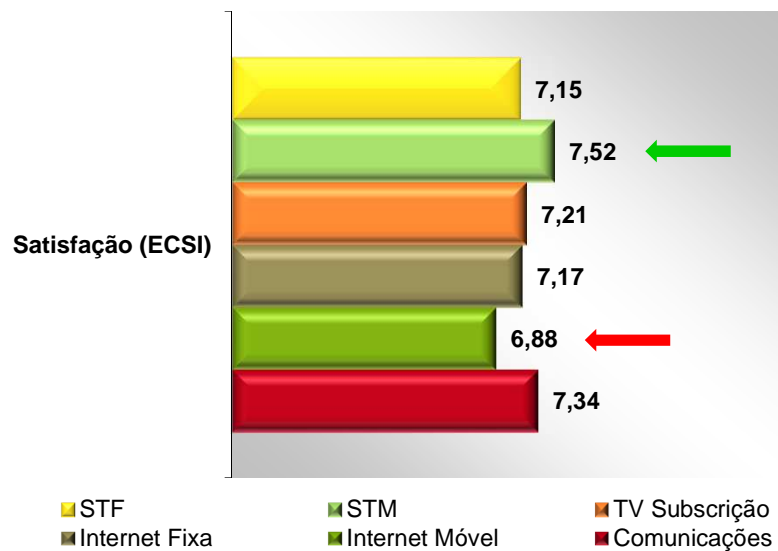
3 Resultados por Variável

Satisfação



3 Resultados por Variável

Satisfação – Sector das Comunicações



3 Resultados por Variável

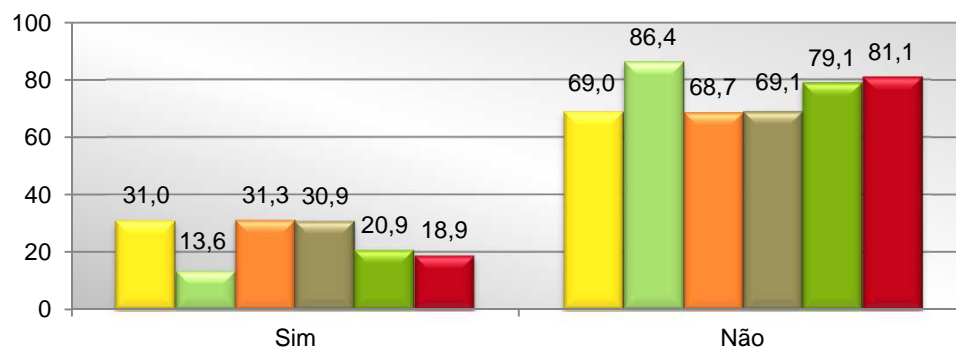
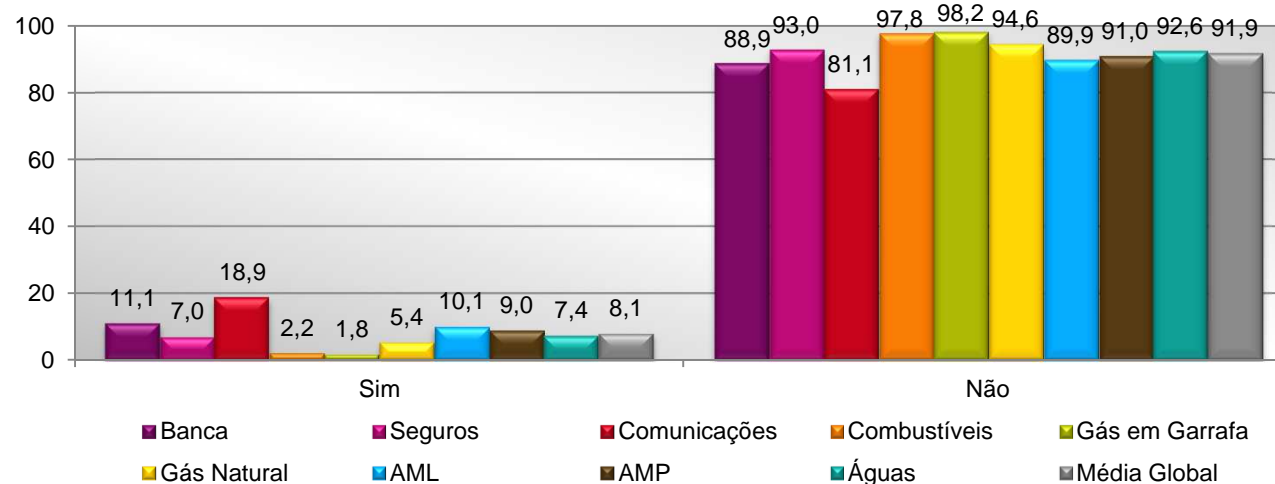
Frequências relativas da Satisfação por sector e subsector

	Insatisfeitos [1 a 4]	Neutrais [4 a 6]	Satisfeitos [6 a 8]	Muito Satisfeitos [8 a 10]
Banca	4,0	14,8	49,7	31,5
Seguros	2,7	12,4	54,3	30,6
Combustíveis	3,9	21,4	50,6	24,0
Gás em Garrafa	2,6	11,7	41,2	44,4
Gás Natural	2,7	9,8	47,0	40,6
Transportes AML	5,6	17,8	54,2	22,4
Transportes AMP	5,5	15,4	45,4	33,7
Águas	5,4	16,6	47,1	30,8
Comunicações	3,4	13,8	51,6	31,2
Rede Fixa	3,2	20,5	47,2	29,0
Rede Móvel	2,6	11,0	51,4	35,0
TV por Subscrição	4,6	14,3	51,8	29,2
Internet Fixa	4,2	14,0	58,0	23,7
Internet Móvel	7,2	17,7	52,2	22,9

3 Resultados por Variável

Reclamações – Clientes que apresentaram reclamações

Por Sector

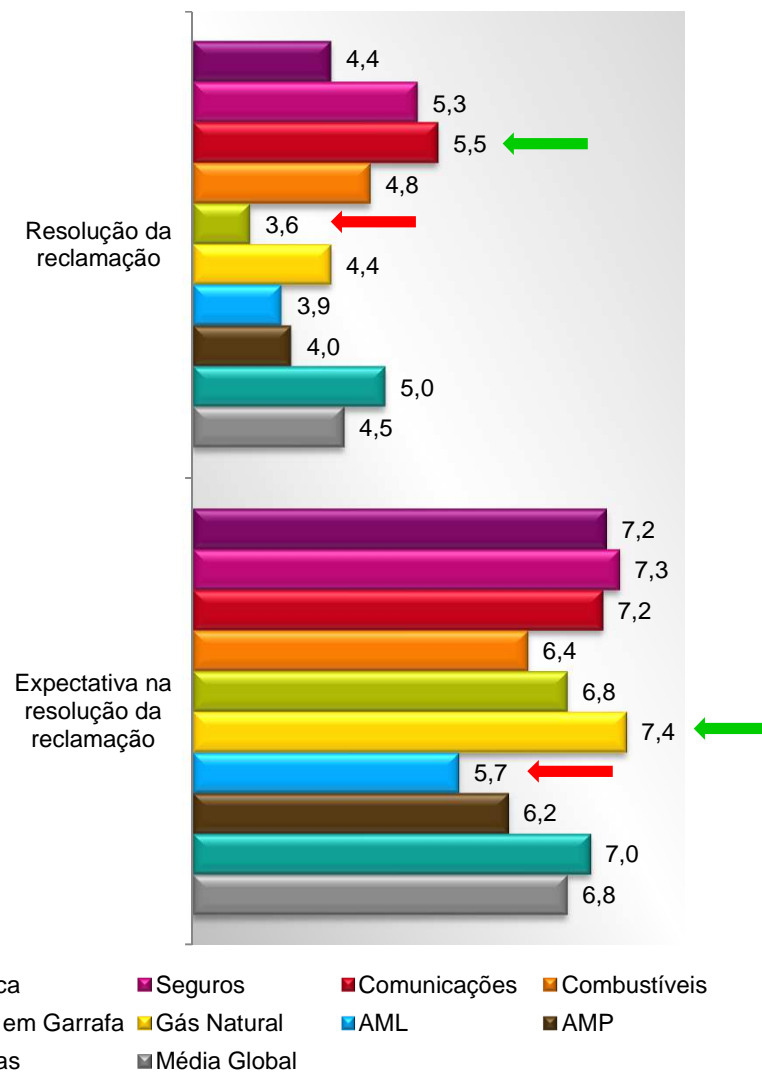
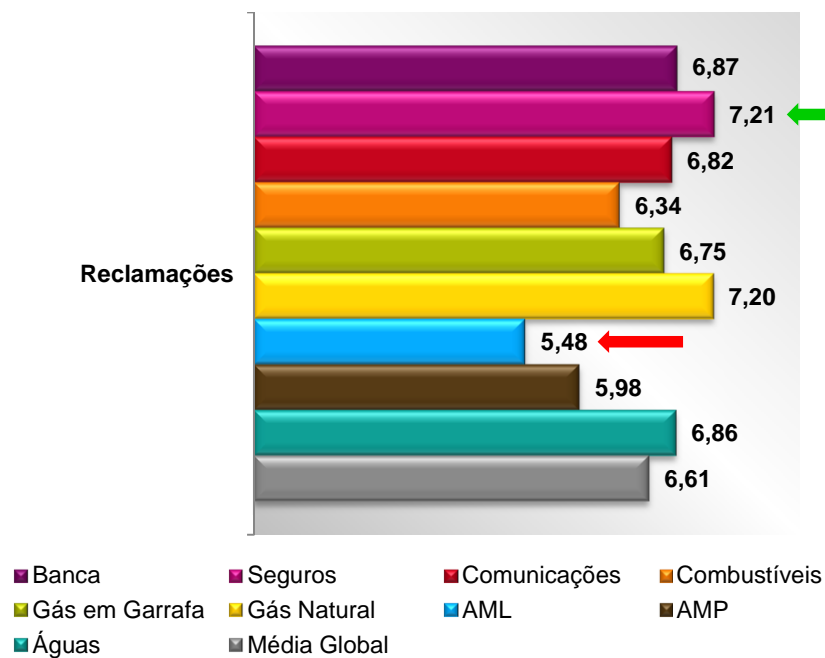


Por Subsector das Comunicações

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

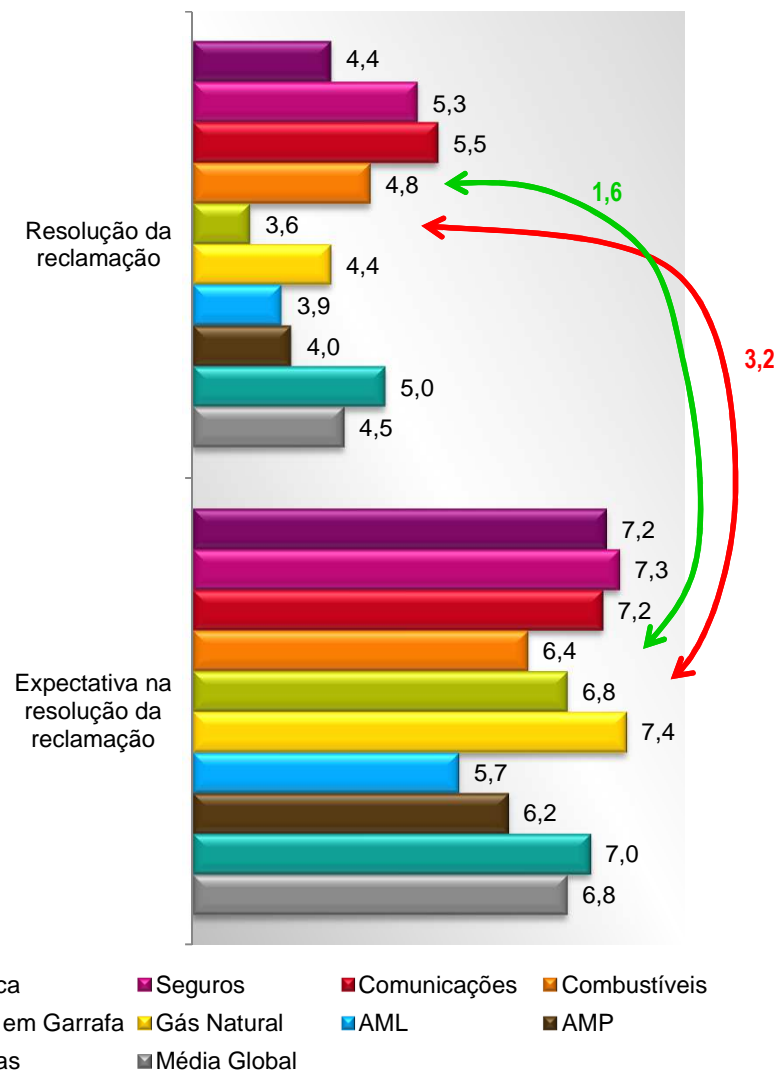
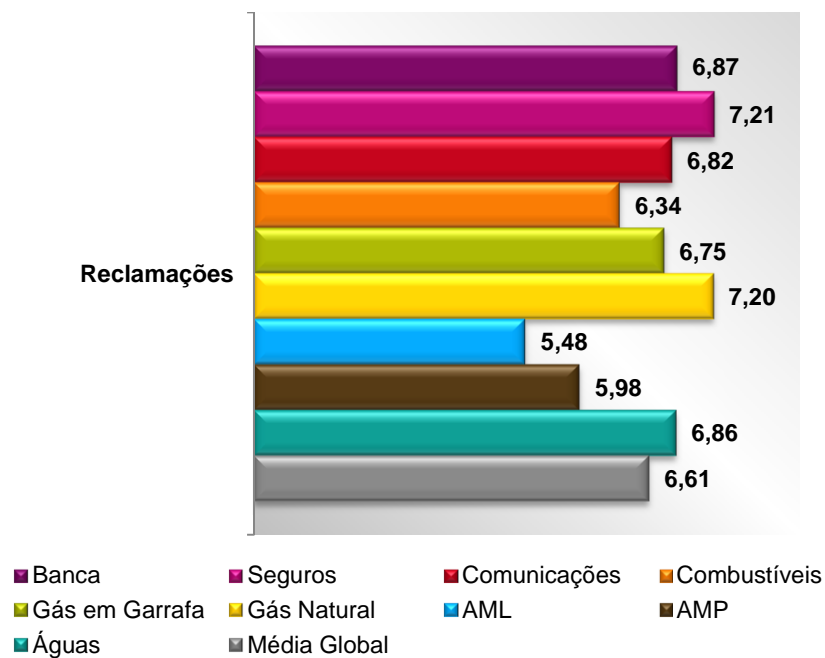
3 Resultados por Variável

Reclamações



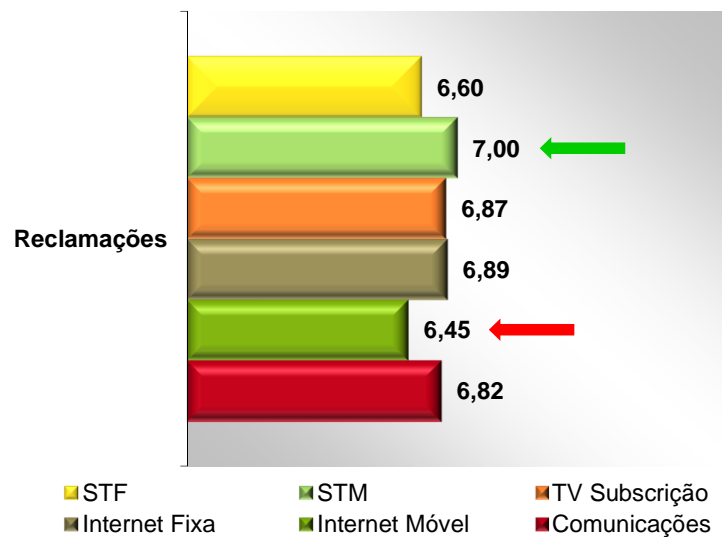
3 Resultados por Variável

Reclamações



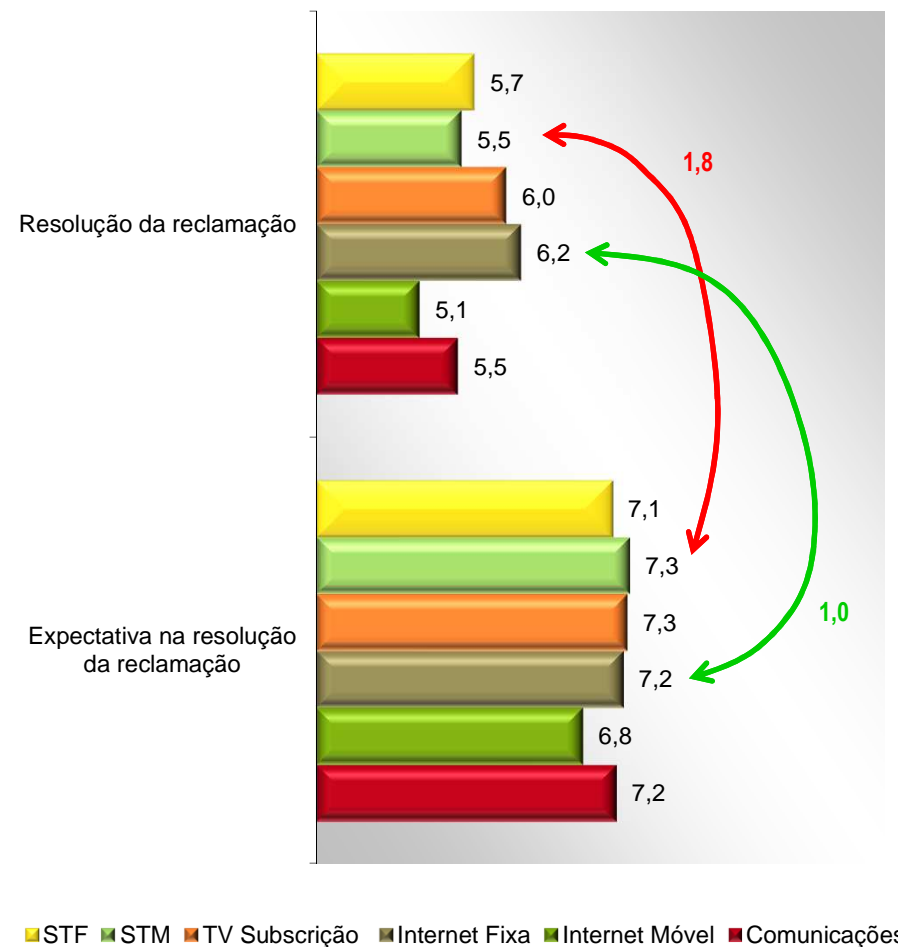
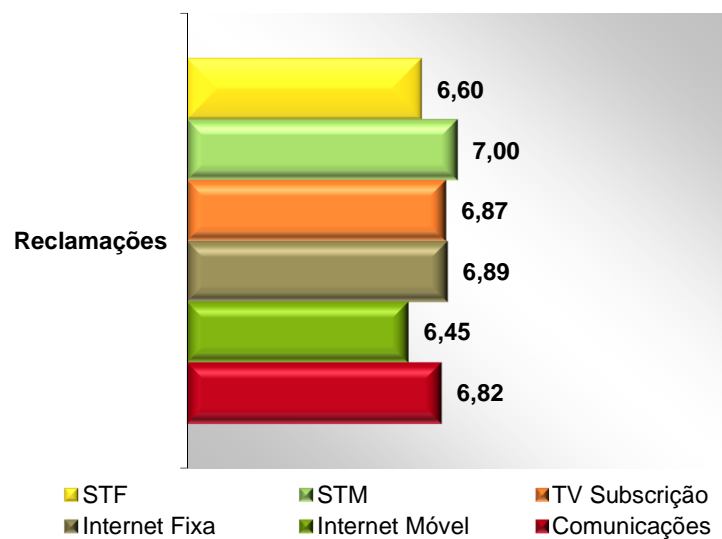
3 Resultados por Variável

Reclamações – Sector das Comunicações



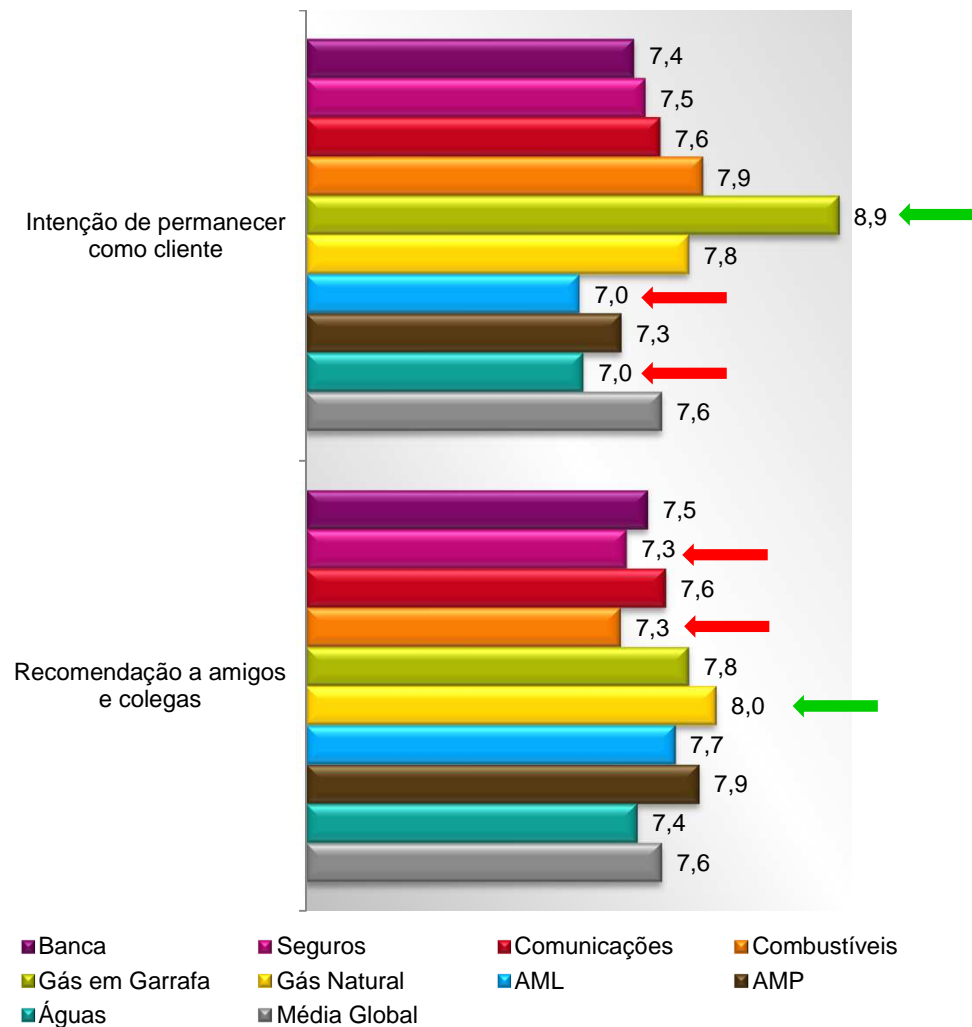
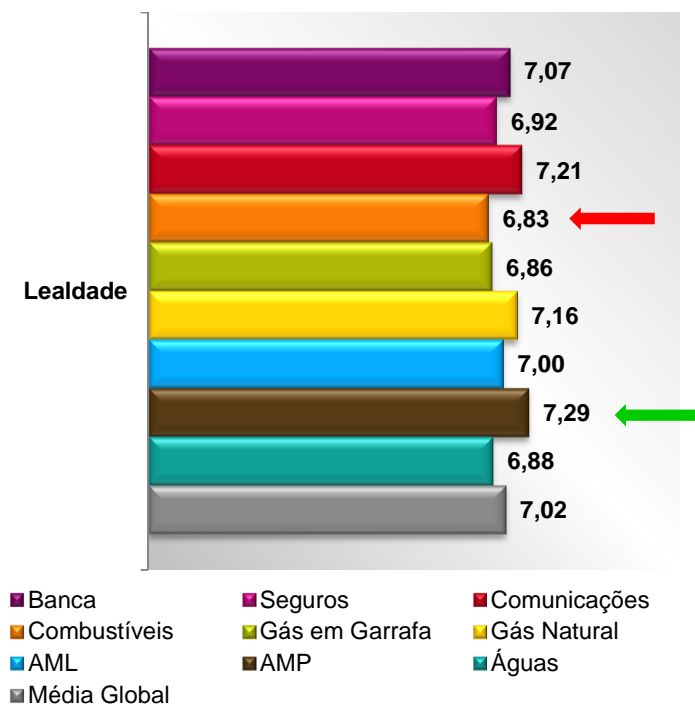
3 Resultados por Variável

Reclamações – Sector das Comunicações



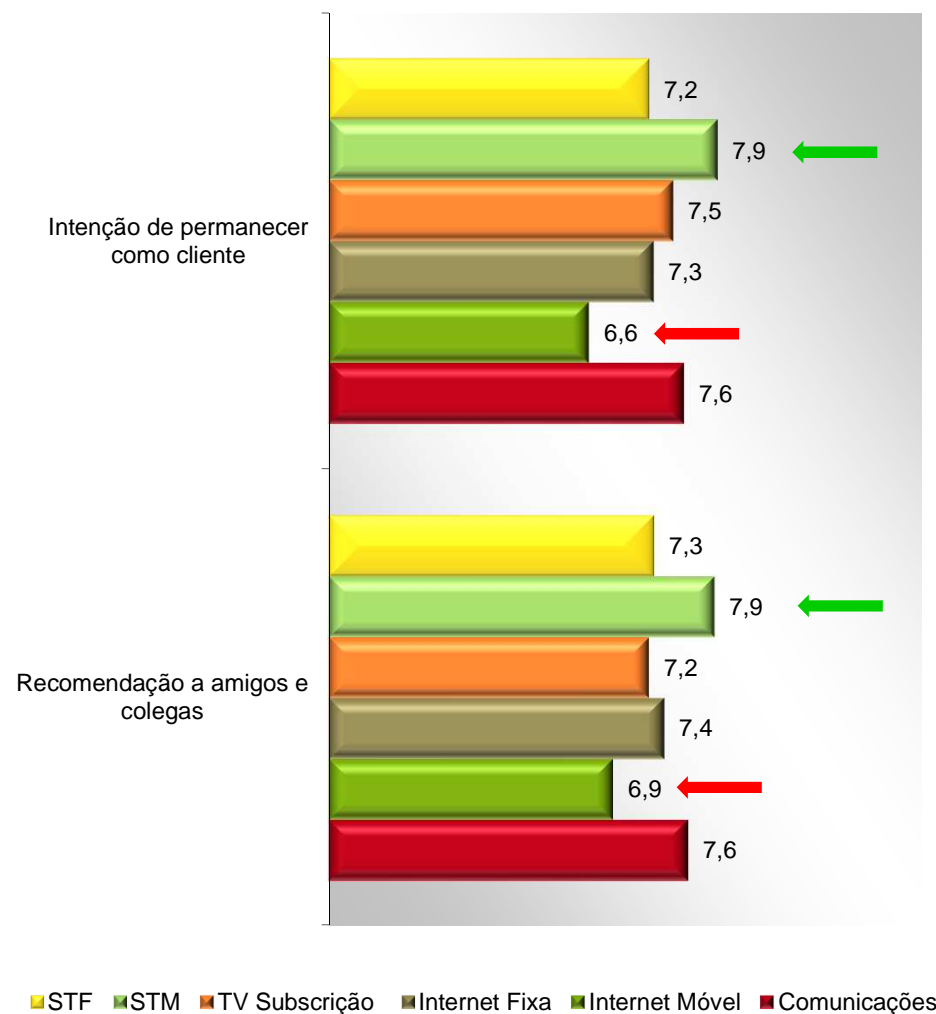
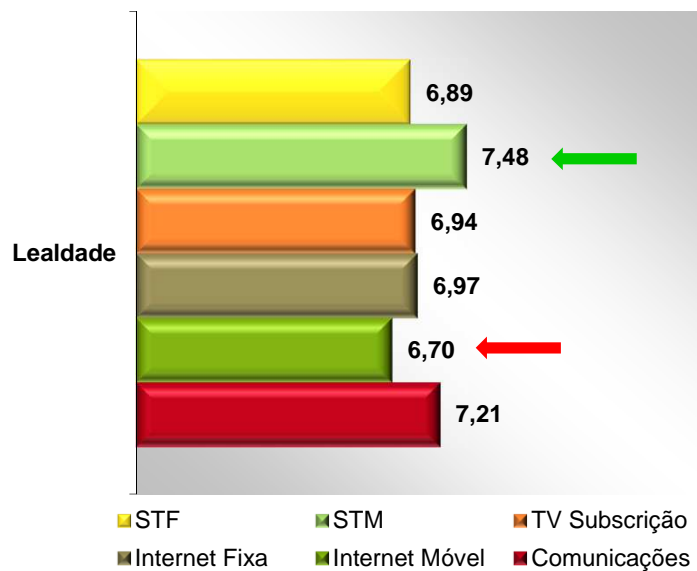
3 Resultados por Variável

Lealdade



3 Resultados por Variável

Lealdade – Sector das Comunicações



3 Resultados por Variável

Lealdade – Sensibilidade ao preço

Por Sector

Variáveis Latentes	Banca	Seguros	Comun.	Combustíveis	Gás em Garrafa	Gás Natural	Transp. AML	Transp. AMP	Águas	Média Global
Sensível às diferenças de preço	82,7	82,5	76,6	86,3	77,6	76,3	65,6	63,2	73,5	76,0
Não sensível às diferenças de preço	9,4	8,8	17,4	7,0	14,9	12,6	24,9	28,7	15,3	15,4
Não sabe / Não responde	7,9	8,7	6,0	6,7	7,5	11,1	9,5	8,1	11,2	8,5

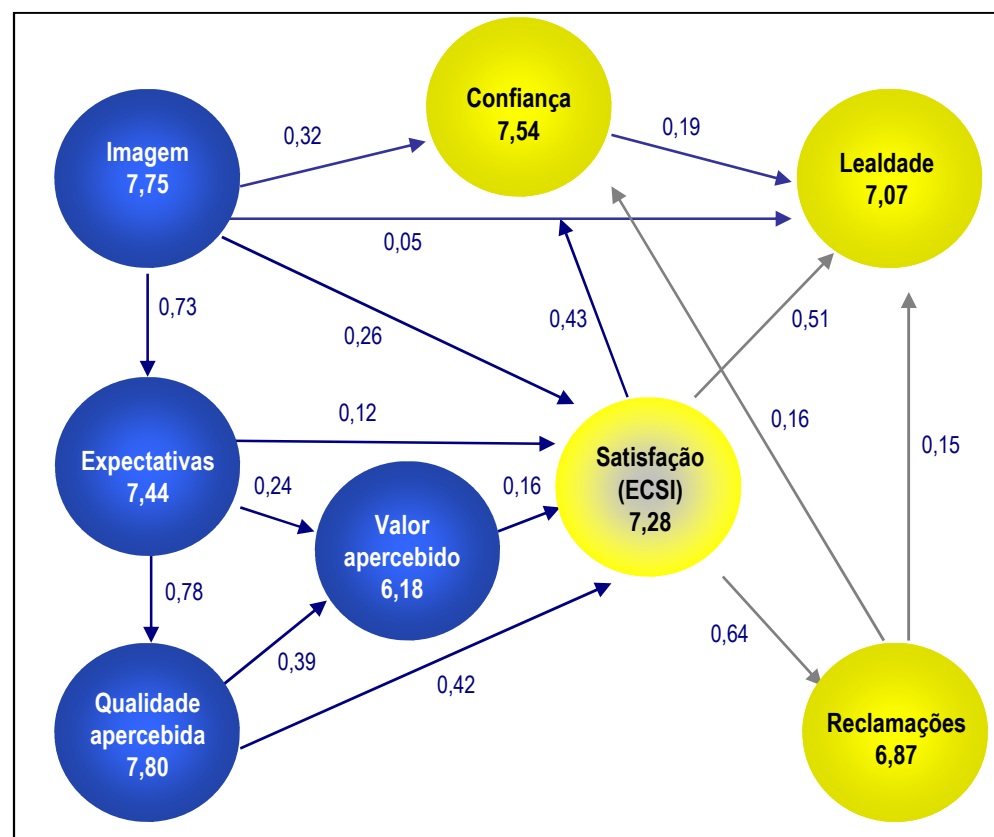
Por Subsector das Comunicações

Variáveis Latentes	STF	STM	TV por Subscrição	Internet Fixa	Internet Móvel	Comunicações
Sensível às diferenças de preço	73,7	73,6	80,2	88,6	84,3	76,6
Não sensível às diferenças de preço	17,8	21,7	13,4	6,3	7,2	17,4
Não sabe / Não responde	8,5	4,6	6,4	5,1	8,4	6,0

Resultados por Sector

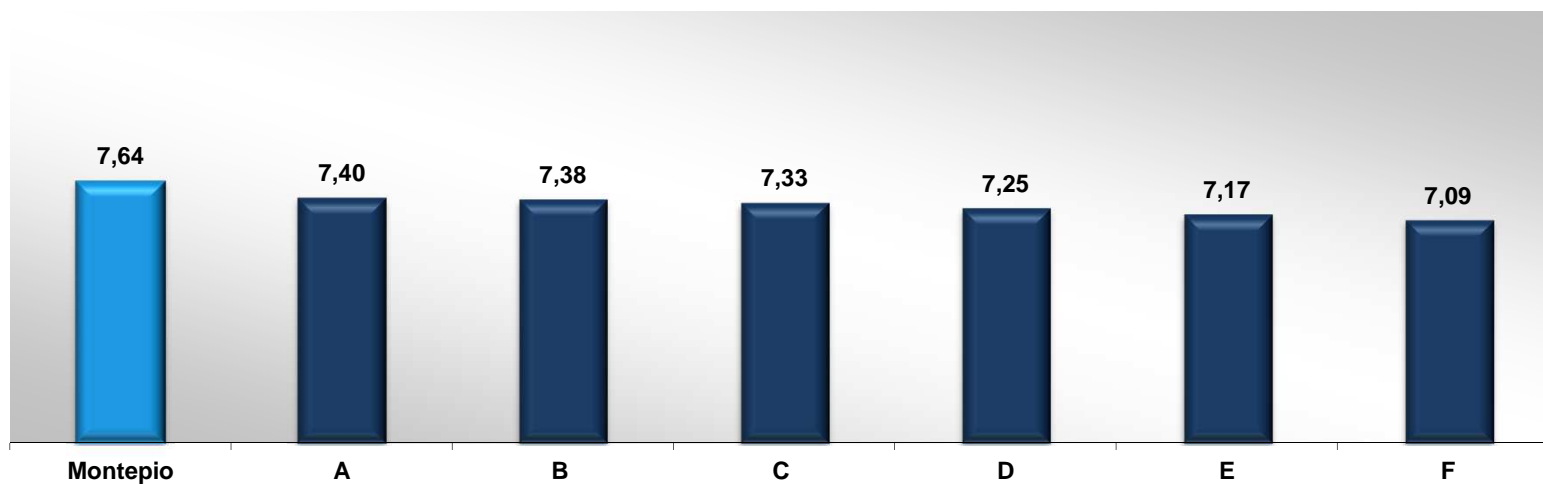
4 Resultados por Sector

Sector da Banca



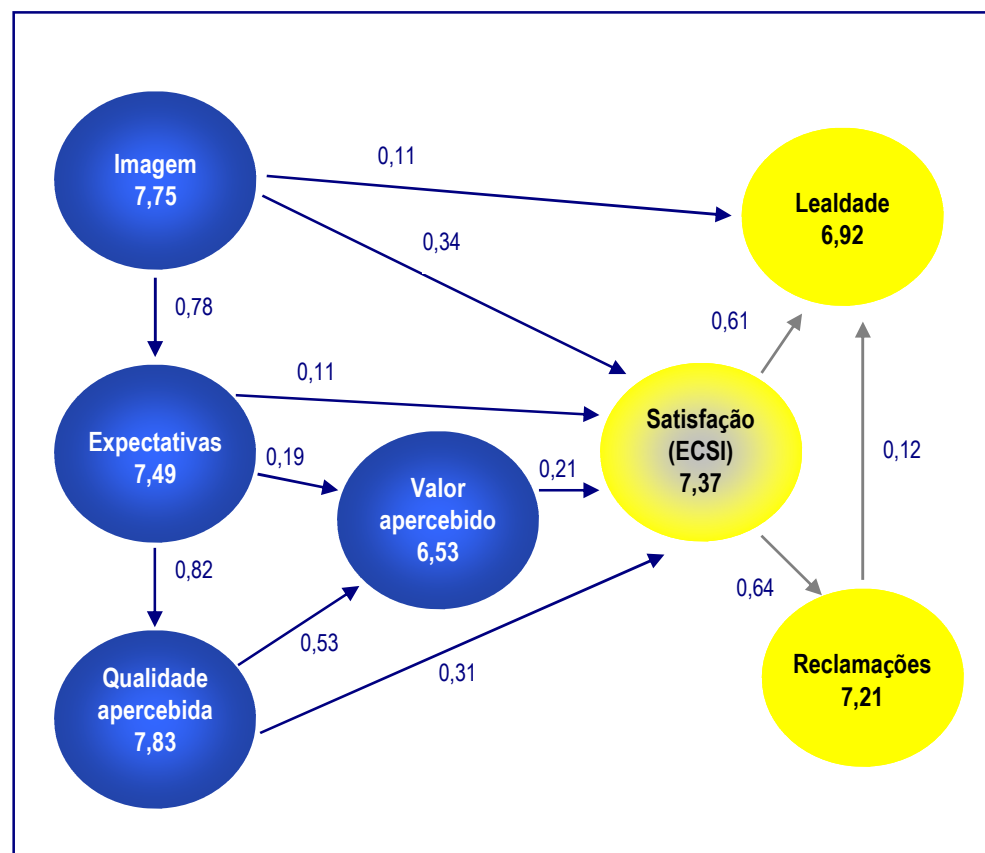
4 Resultados por Sector

Sector da Banca - Ranking da Satisfação em 2010



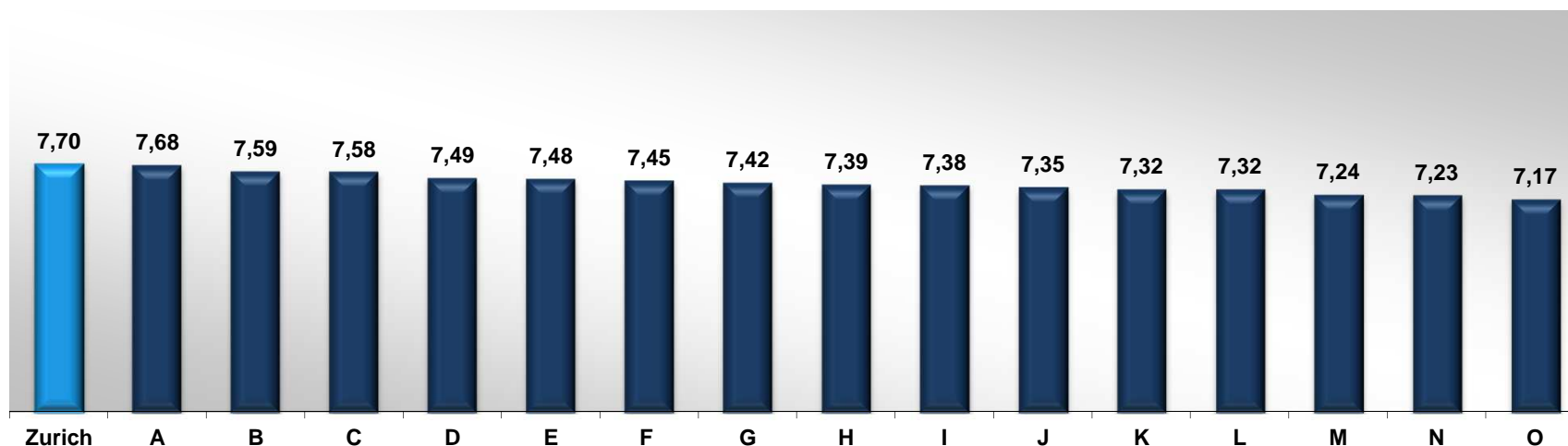
4 Resultados por Sector

Sector dos Seguros



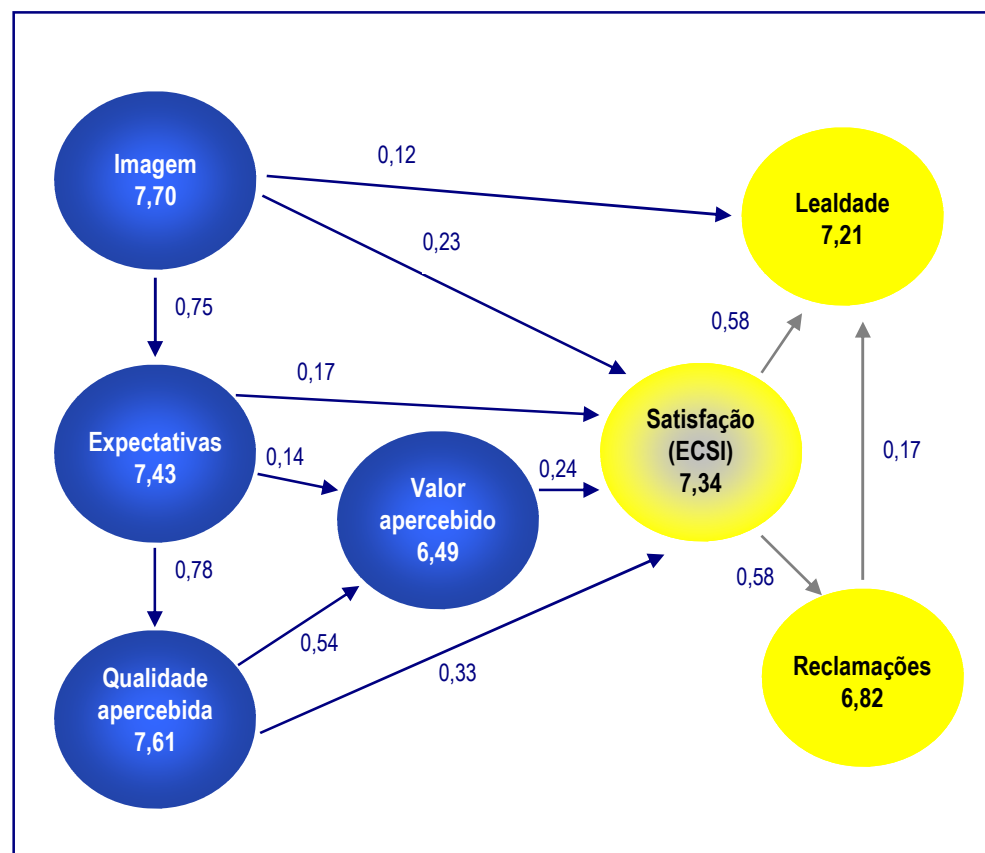
4 Resultados por Sector

Sector dos Seguros - Ranking da Satisfação em 2010



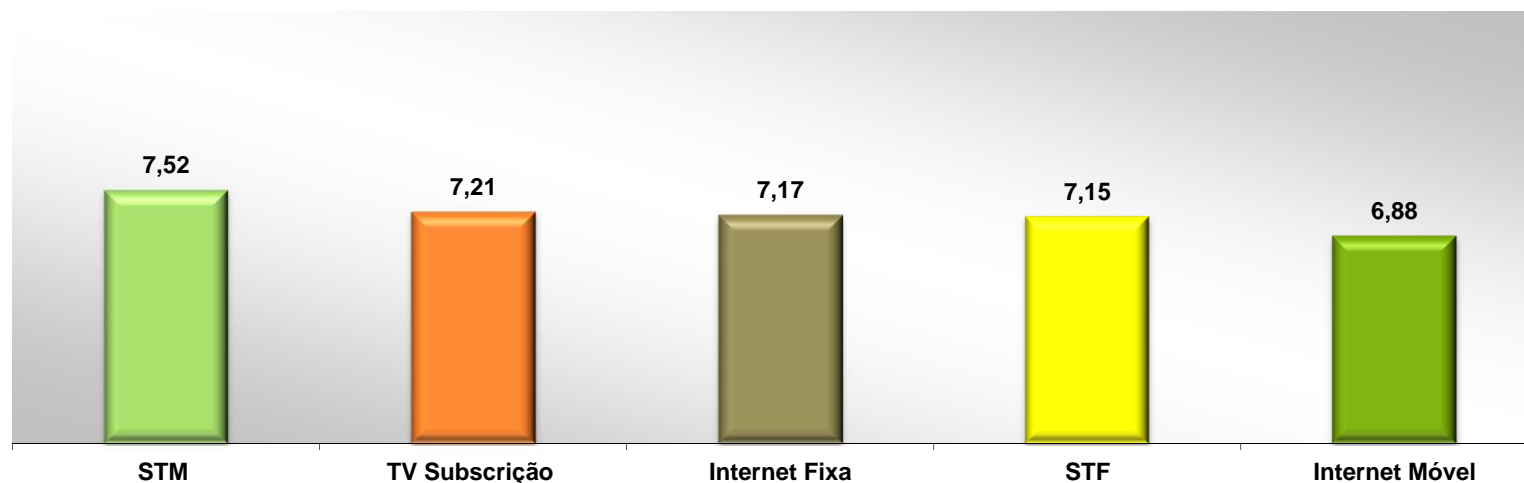
4 Resultados por Sector

Sector das Comunicações



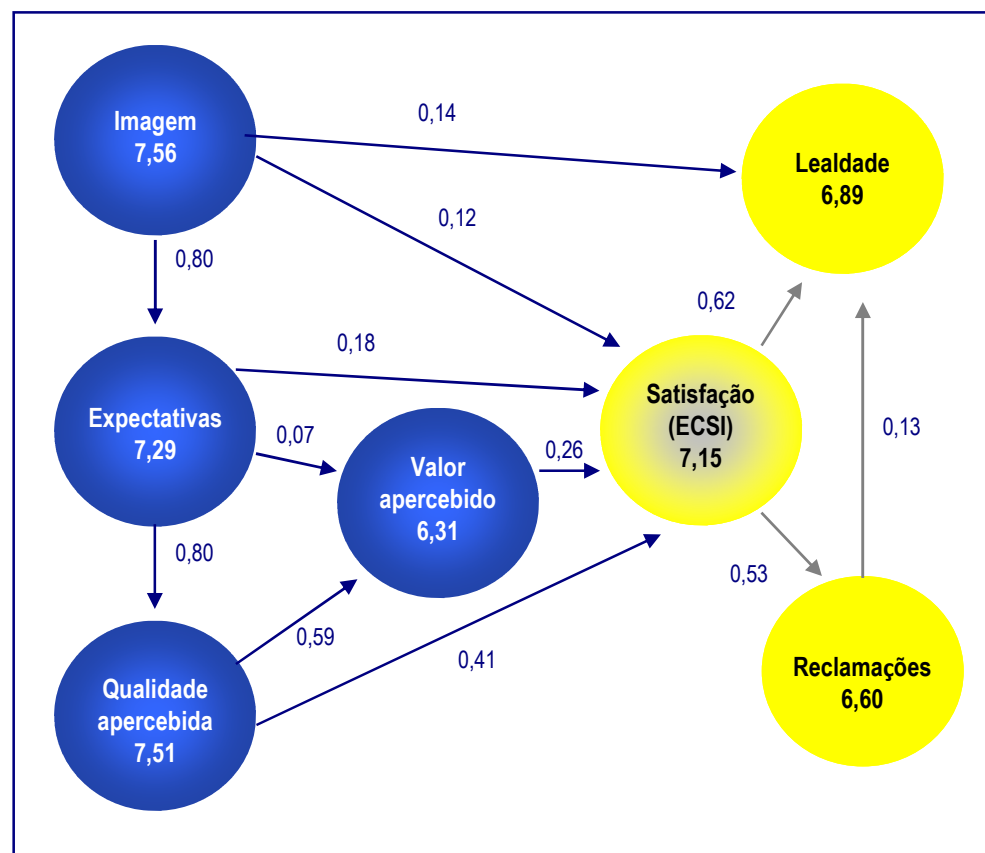
4 Resultados por Sector

Sector das Comunicações - Ranking da Satisfação em 2010



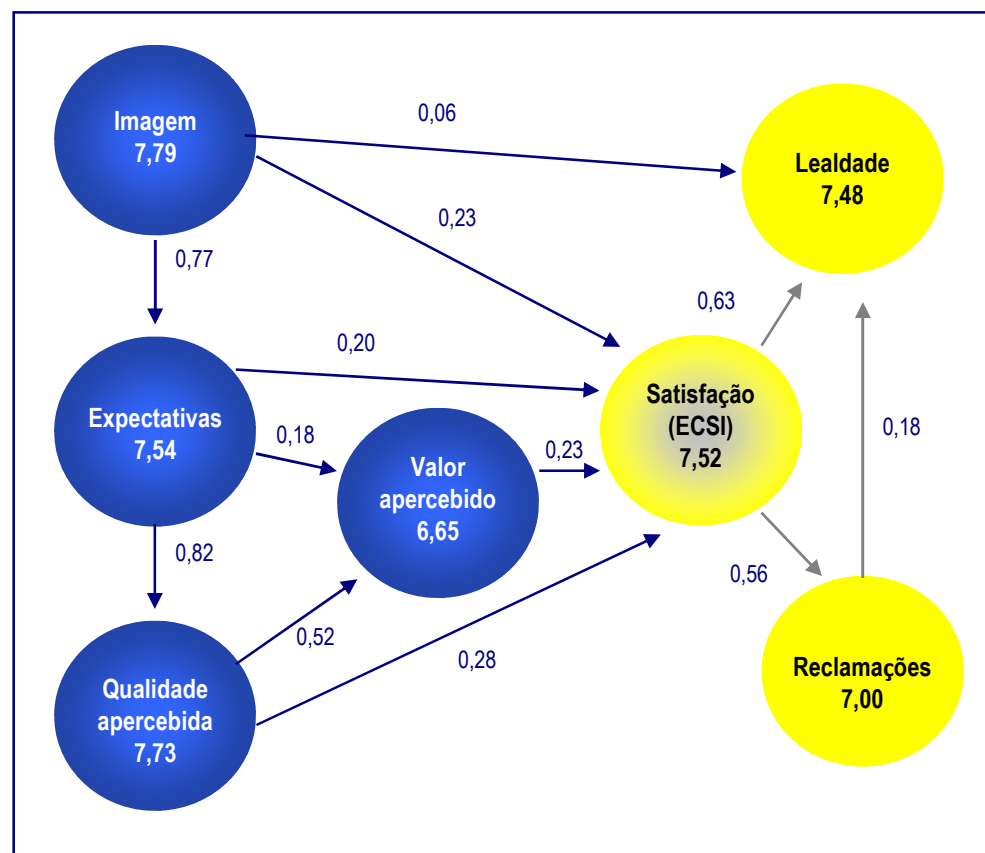
4 Resultados por Sector

Subsector das Telecomunicações Fixas (STF)



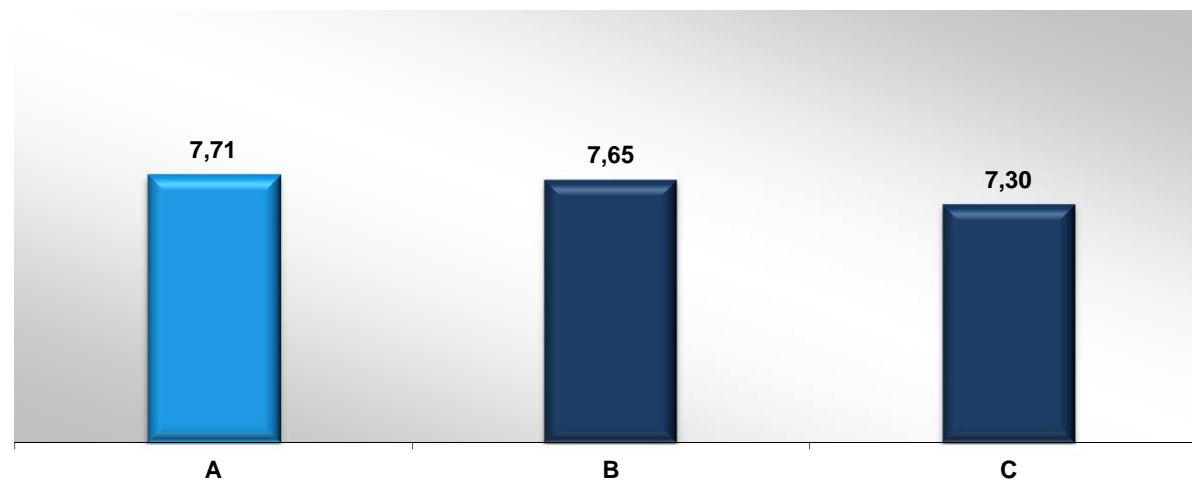
4 Resultados por Sector

Subsector das Telecomunicações Móveis (STM)



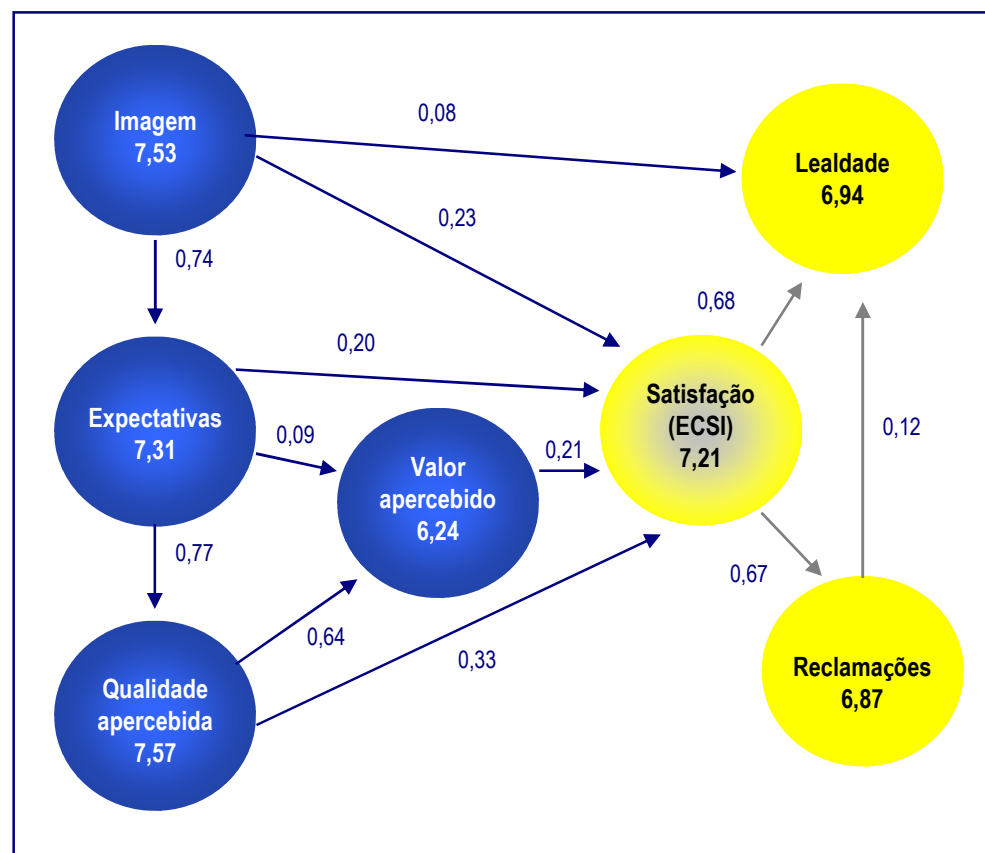
4 Resultados por Sector

Subsector das Telecomunicações Móveis - Ranking da Satisfação em 2010



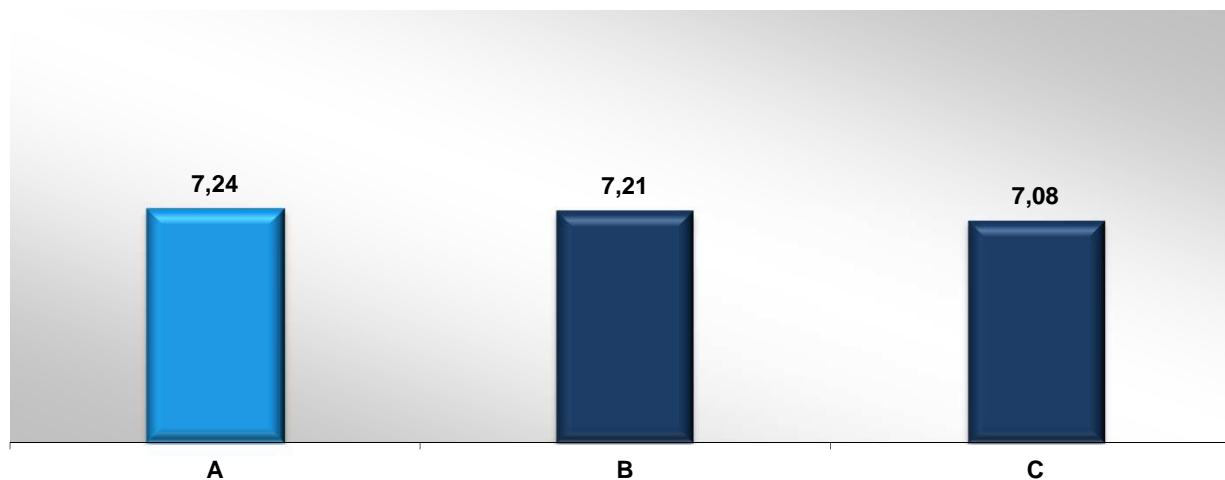
4 Resultados por Sector

Subsector da Televisão por Subscrição



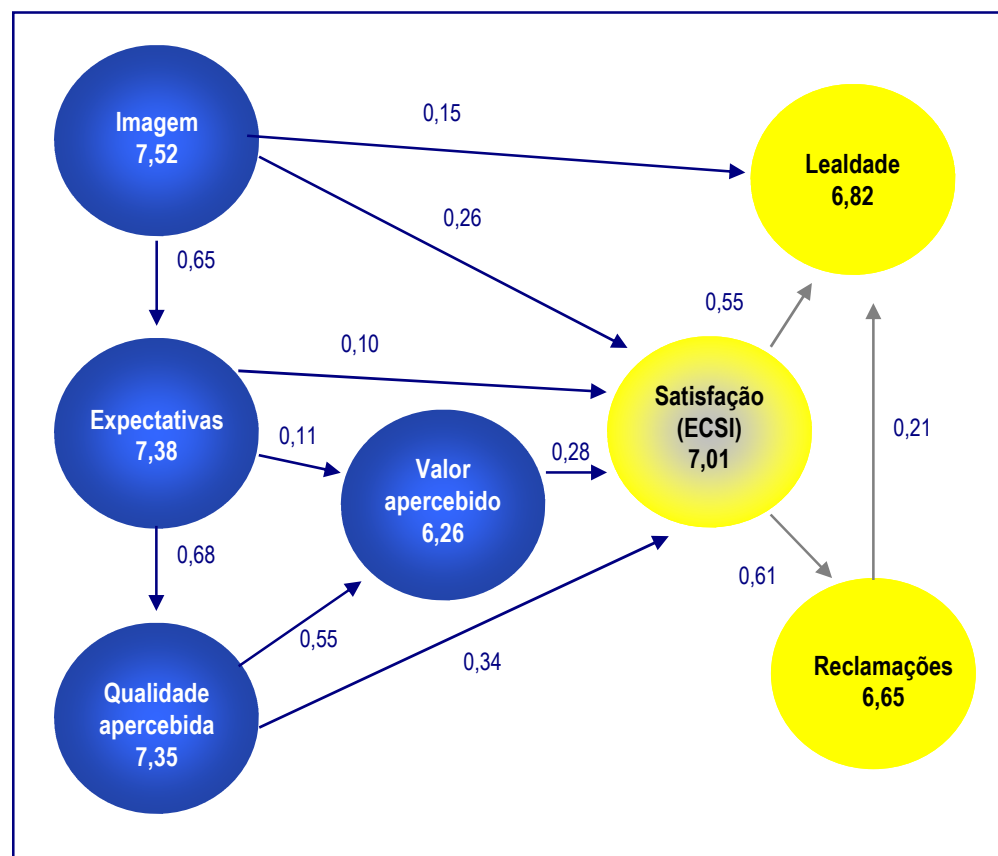
4 Resultados por Sector

Subsector da Televisão por Subscrição - Ranking da Satisfação em 2010



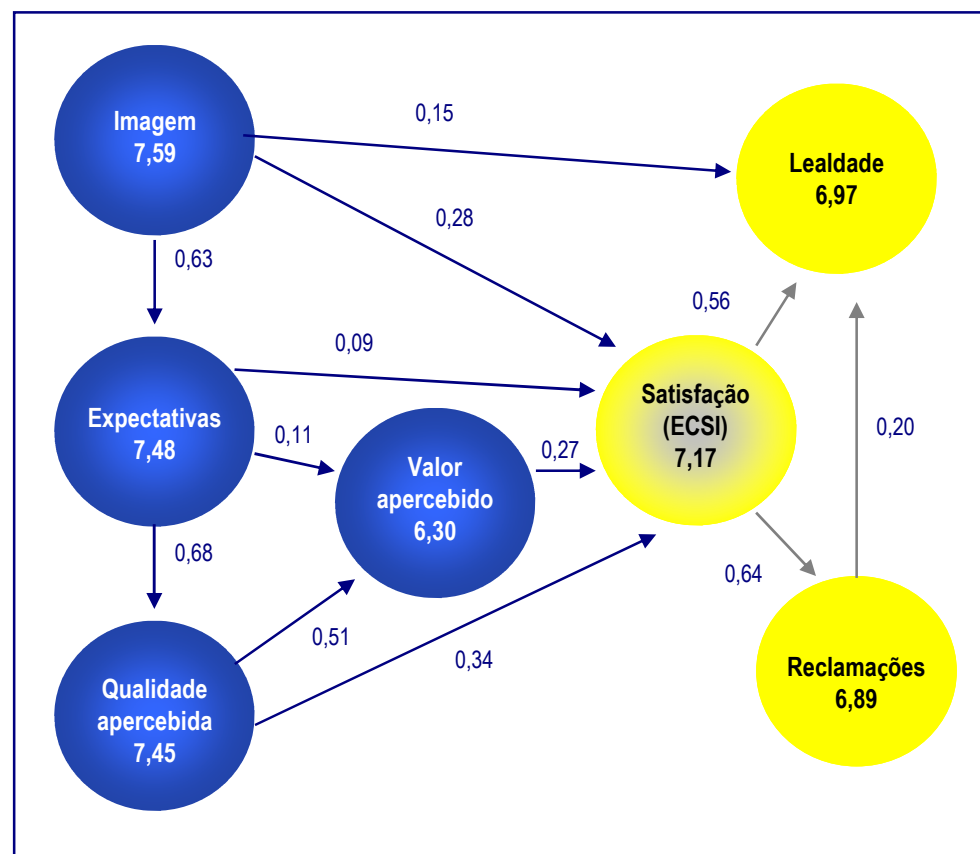
4 Resultados por Sector

Subsector da Internet



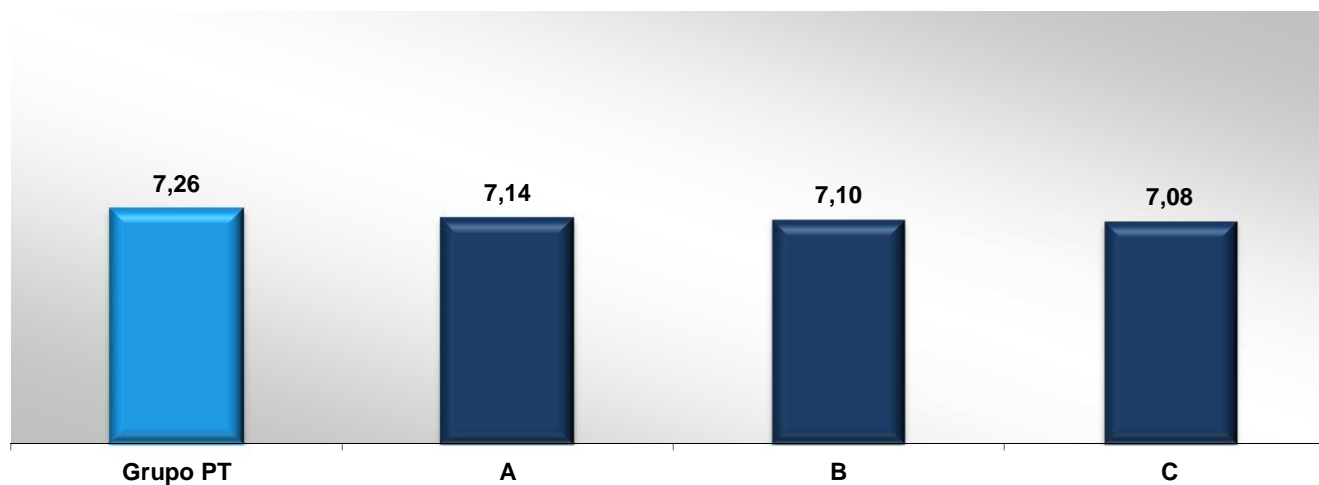
4 Resultados por Sector

Subsector da Internet Fixa



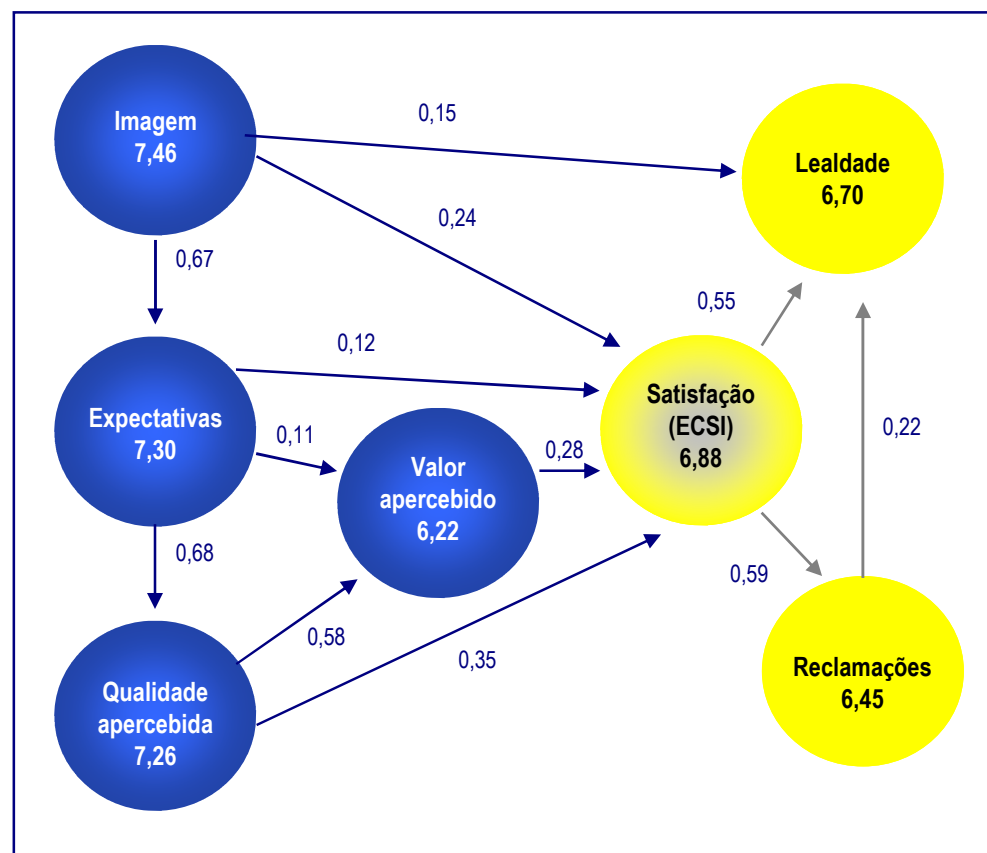
4 Resultados por Sector

Subsector da Internet Fixa - Ranking da Satisfação em 2010



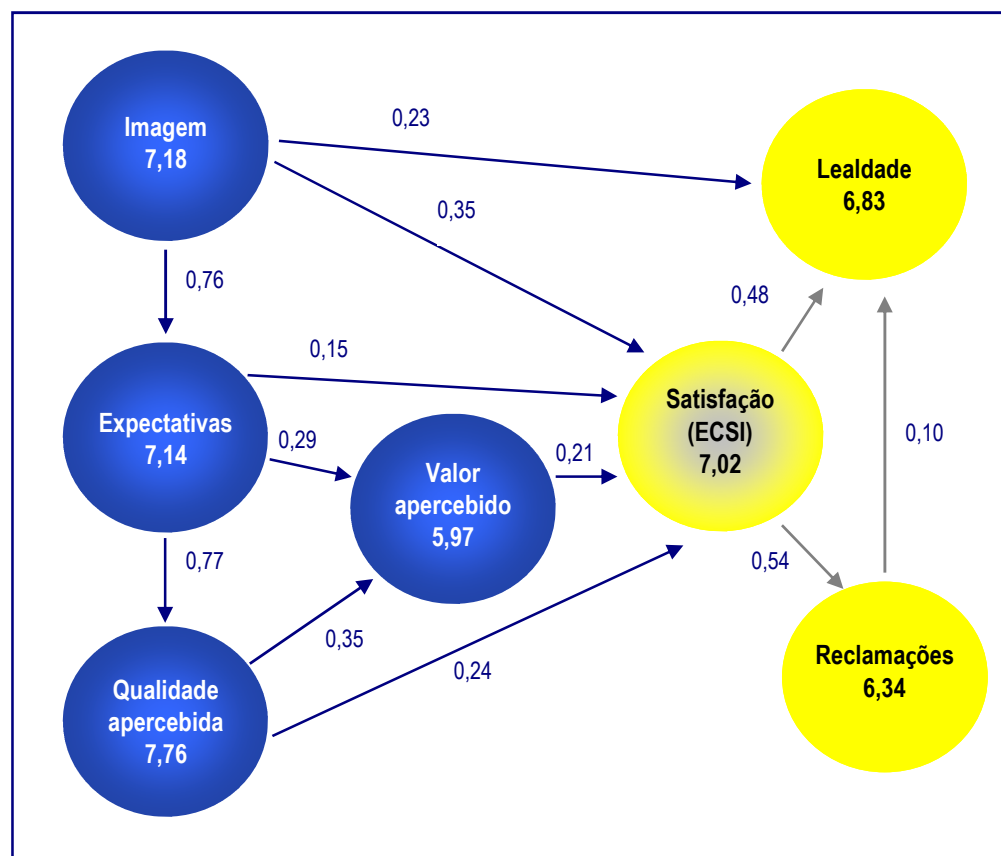
4 Resultados por Sector

Subsector da Internet Móvel



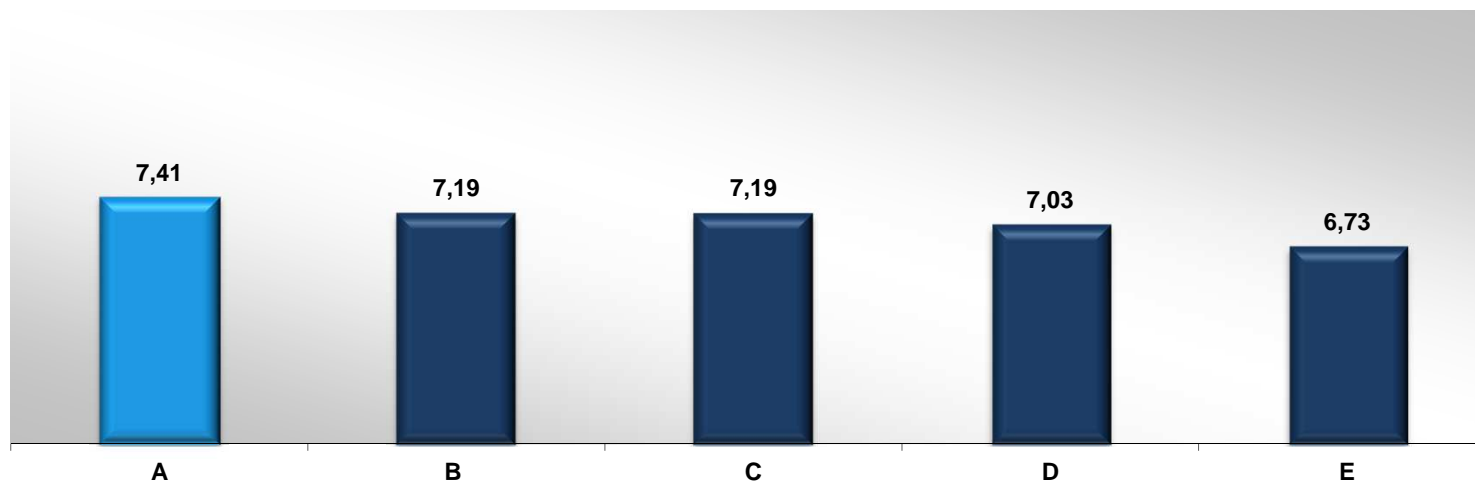
4 Resultados por Sector

Sector dos Combustíveis



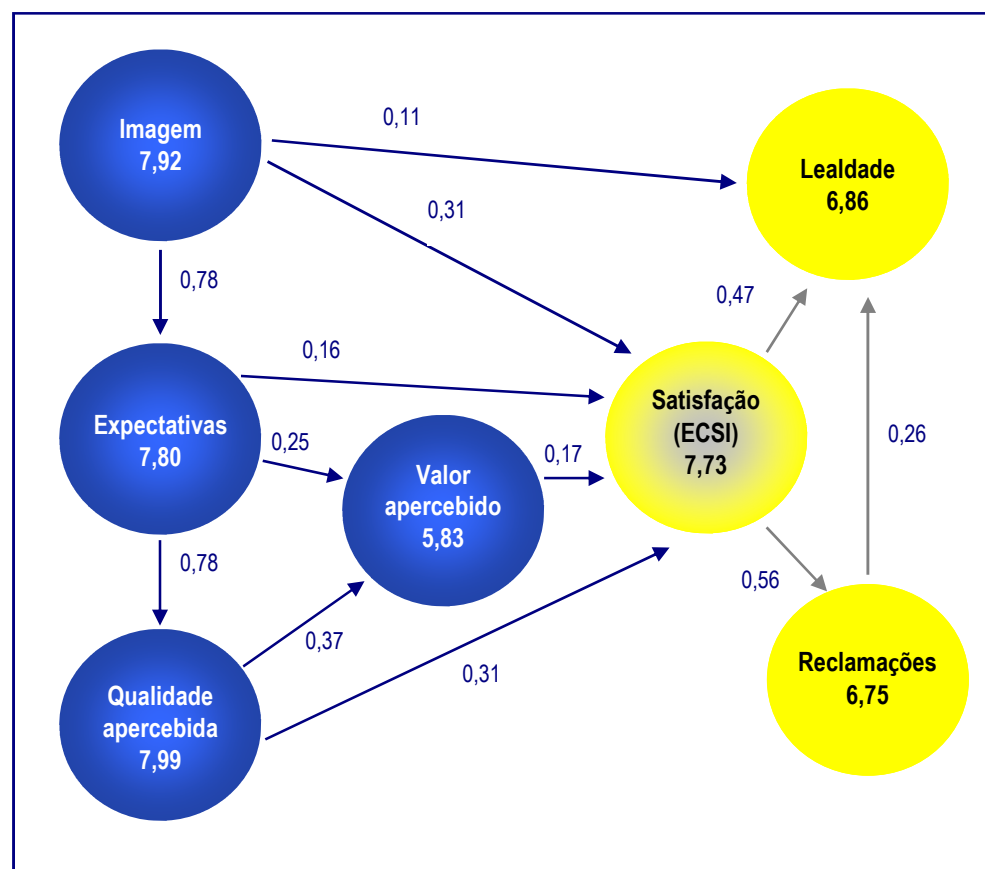
4 Resultados por Sector

Sector dos Combustíveis - Ranking da Satisfação em 2010



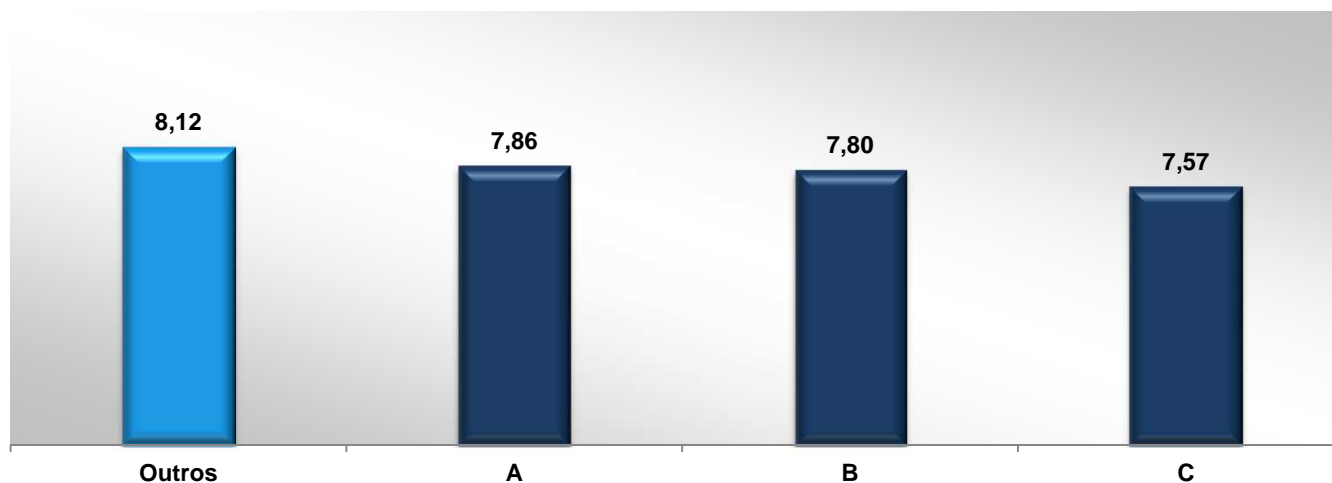
4 Resultados por Sector

Sector do Gás em Garrafa



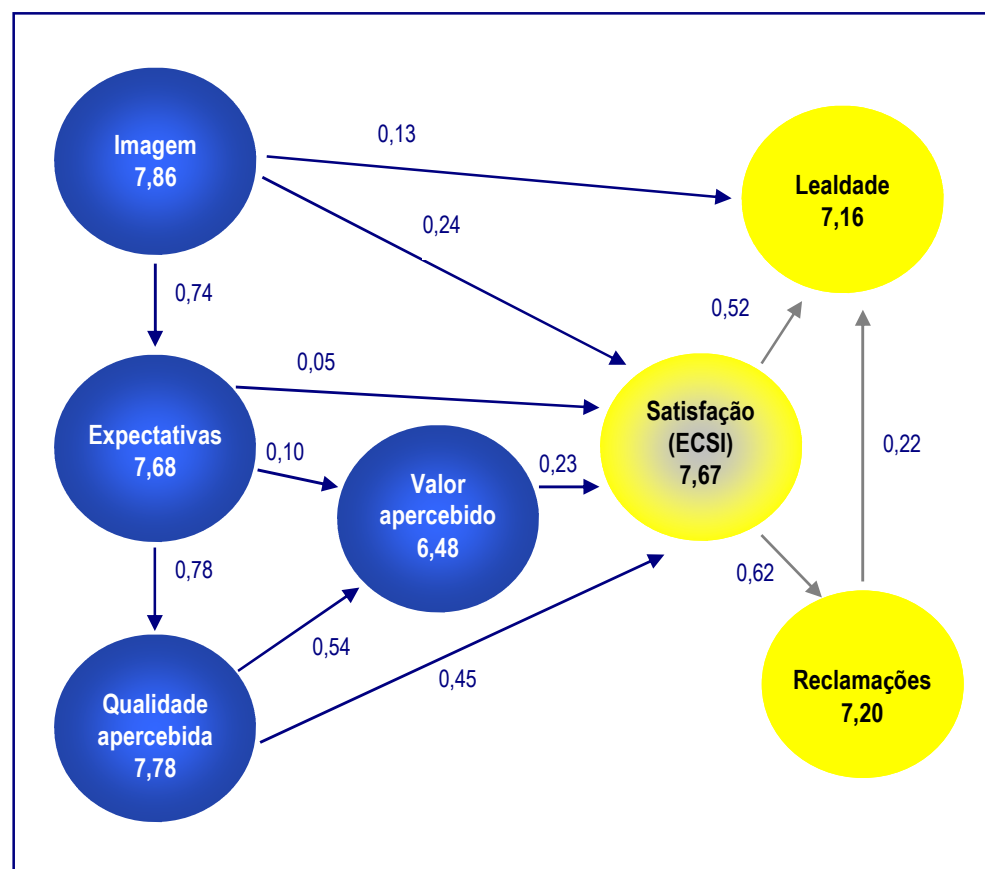
4 Resultados por Sector

Sector do Gás em Garrafa - Ranking da Satisfação em 2010



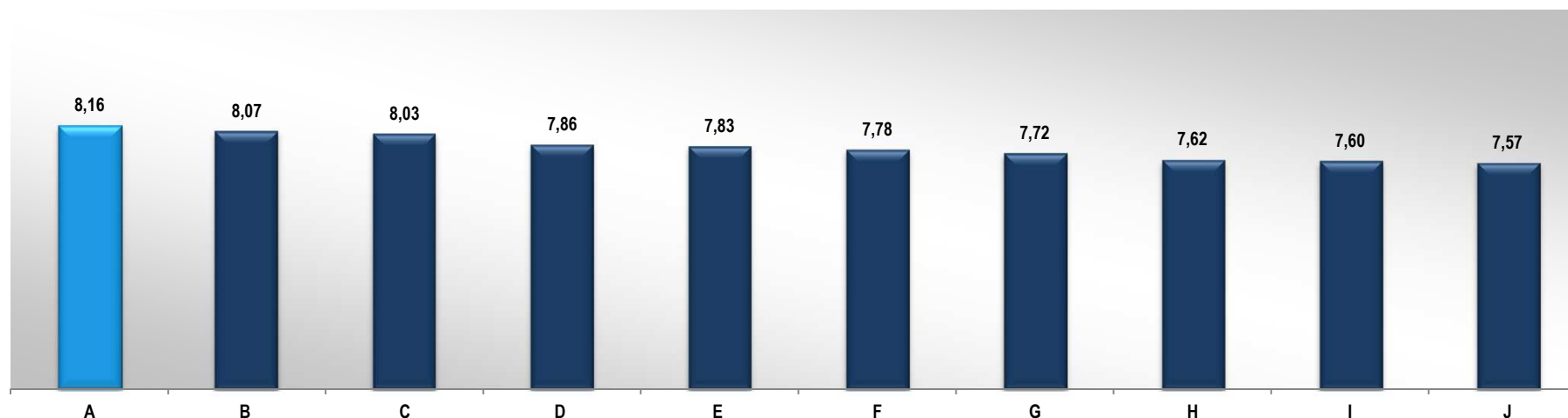
4 Resultados por Sector

Sector do Gás Natural



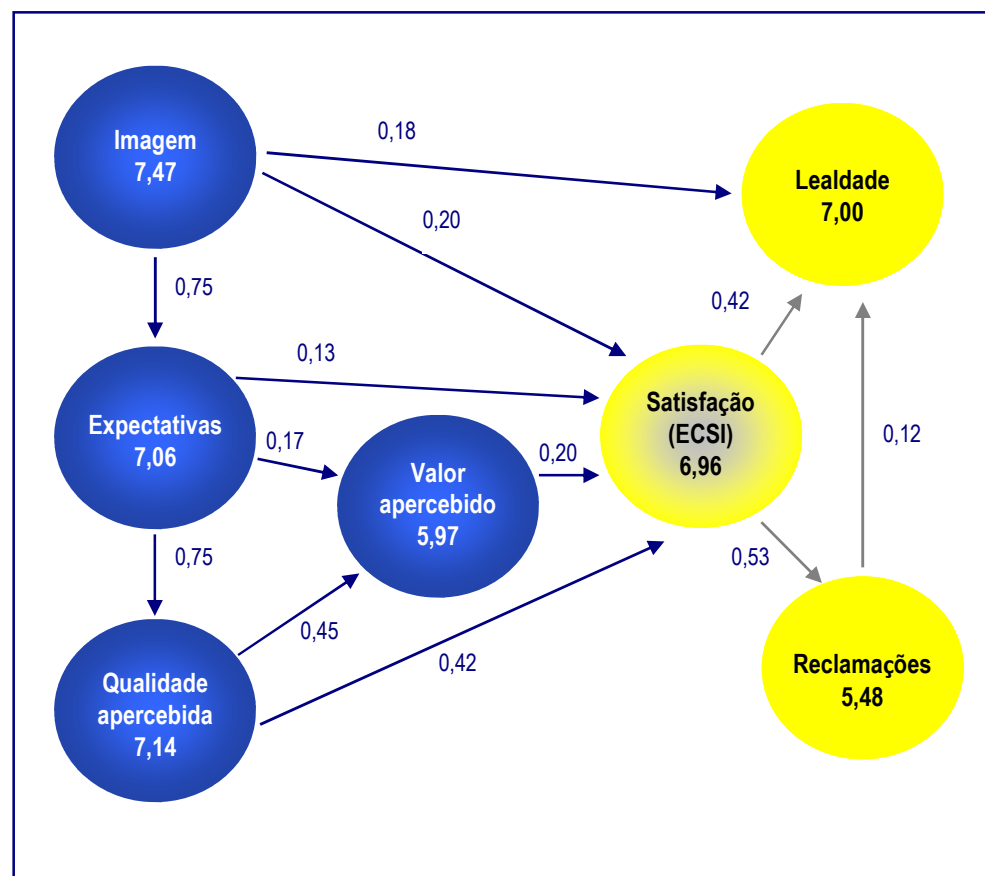
4 Resultados por Sector

Sector do Gás Natural - Ranking da Satisfação em 2010



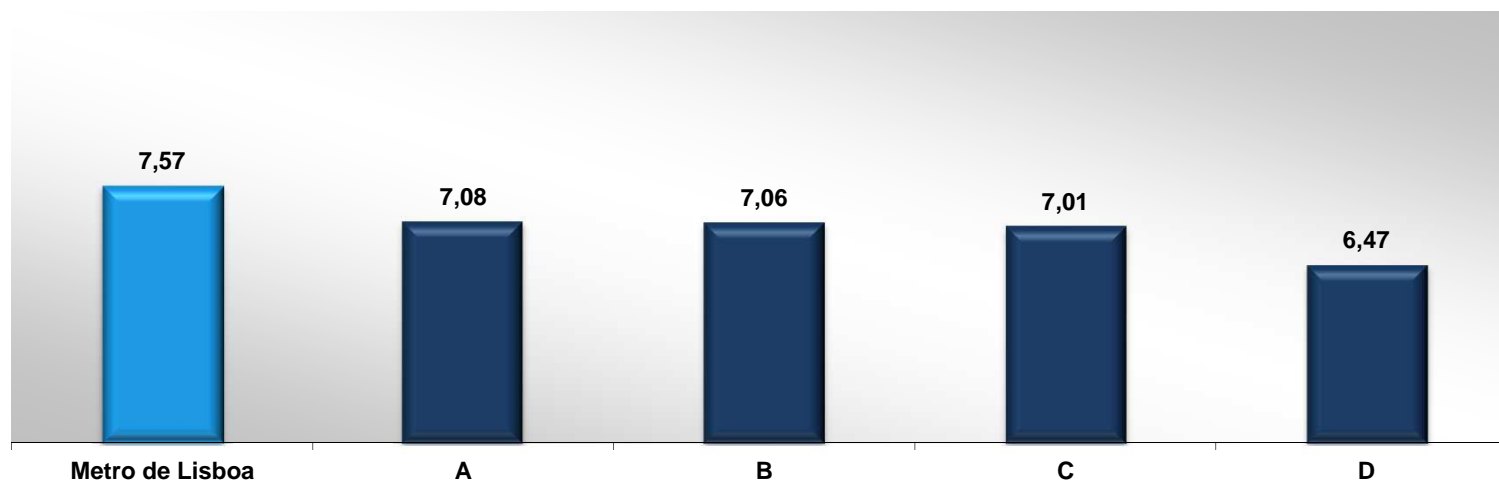
4 Resultados por Sector

Sector dos Transportes da AML



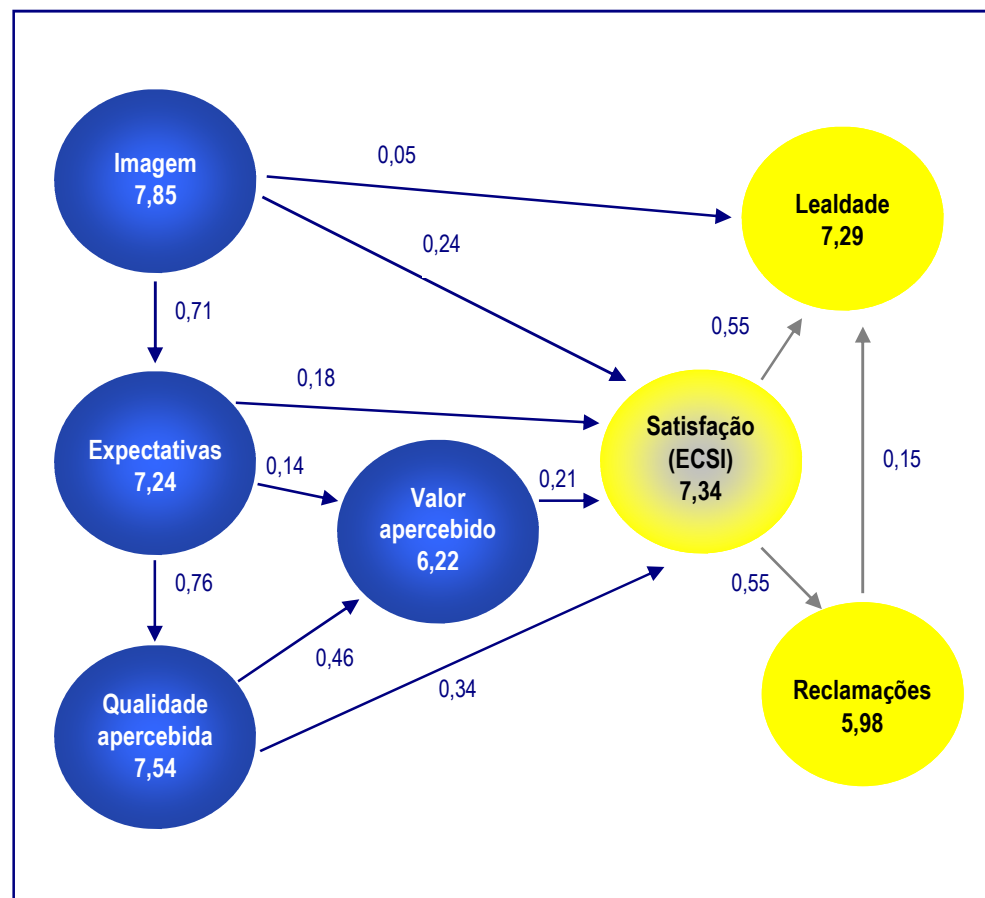
4 Resultados por Sector

Sector dos Transportes da AML - Ranking da Satisfação em 2010



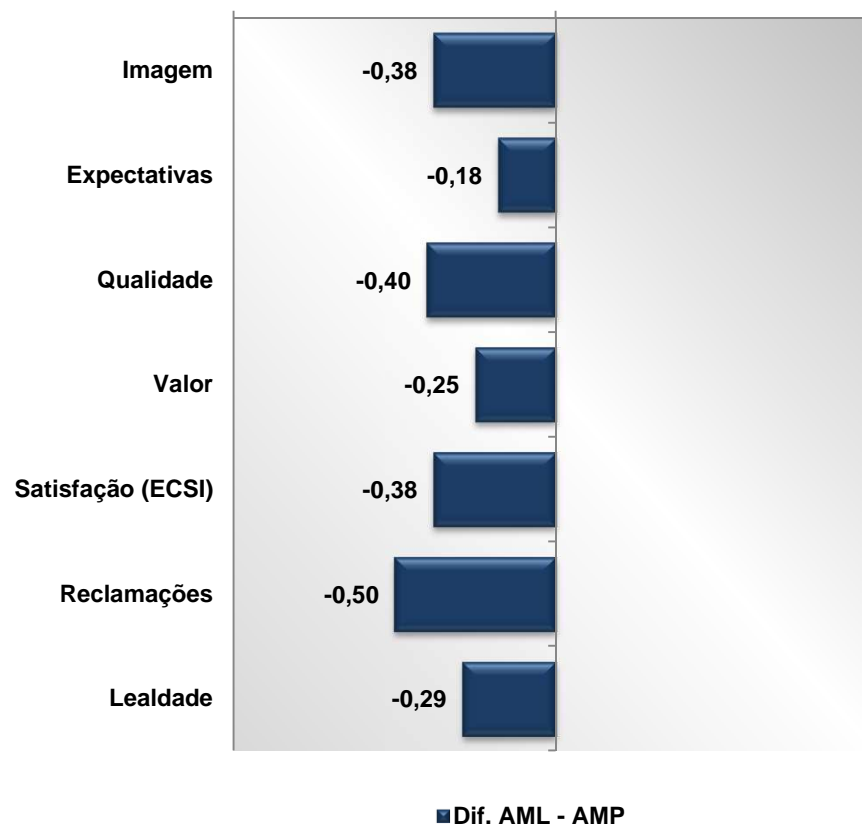
4 Resultados por Sector

Sector dos Transportes da AMP



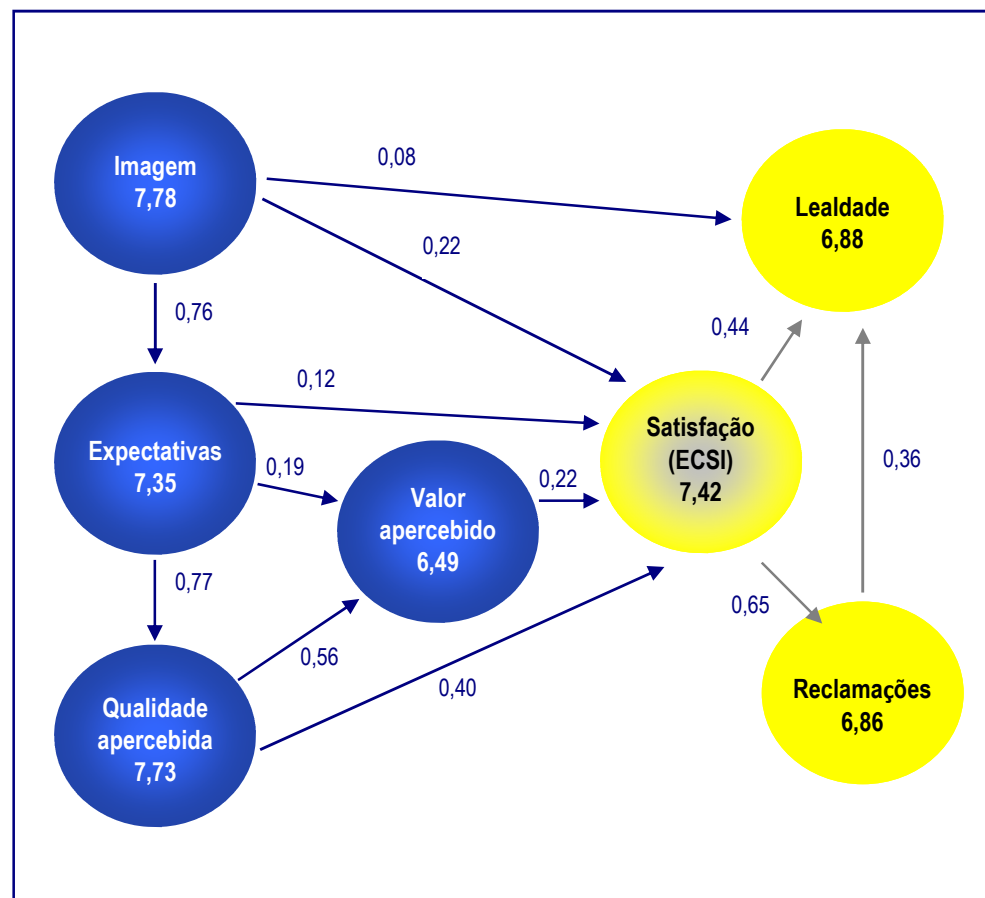
4 Resultados por Sector

Sector dos Transportes – diferenças da AML à AMP



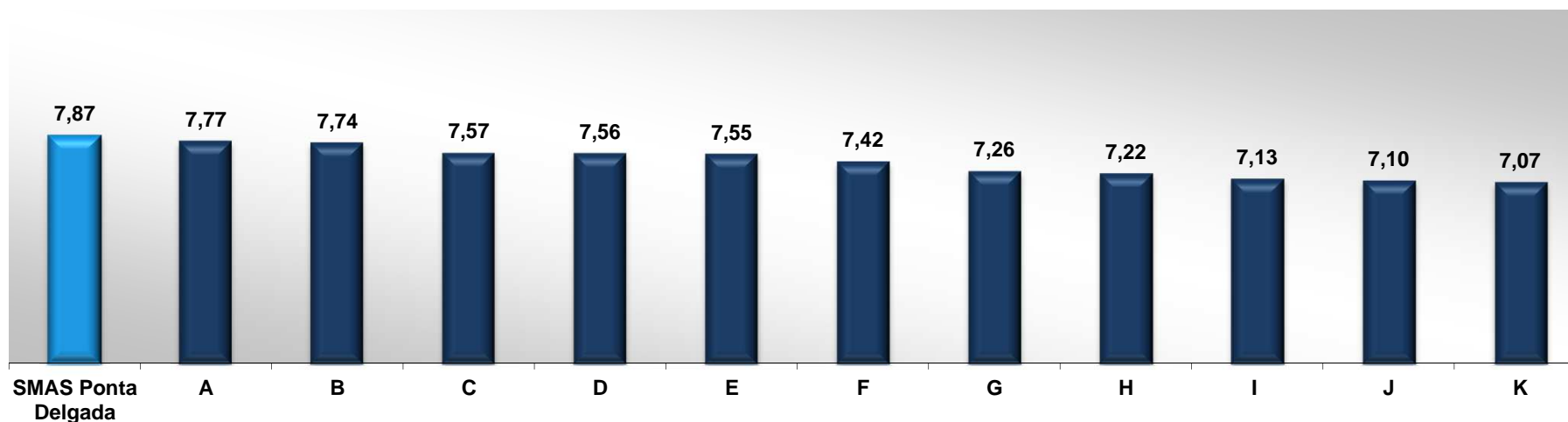
4 Resultados por Sector

Sector das Águas



4 Resultados por Sector

Sector das Águas - Ranking da Satisfação em 2010



Resultados Globais

5 Resultados Globais

Impactos Totais na Satisfação em 2010

	Imagem	Expectativas	Qualidade	Valor
Banca	0,65	0,53	0,49	0,16
Seguros	0,73	0,49	0,42	0,21
Comunicações	0,65	0,56	0,45	0,24
Rede Fixa	0,64	0,65	0,56	0,26
Rede Móvel	0,67	0,57	0,40	0,23
TV por Subscrição	0,66	0,59	0,46	0,21
Internet Fixa	0,56	0,44	0,48	0,27
Internet Móvel	0,57	0,50	0,51	0,28
Combustíveis	0,69	0,45	0,31	0,21
Gás em Garrafa	0,67	0,47	0,37	0,17
Gás Natural	0,63	0,52	0,57	0,23
AML	0,62	0,56	0,51	0,20
AMP	0,62	0,54	0,43	0,21
Águas	0,65	0,56	0,52	0,22

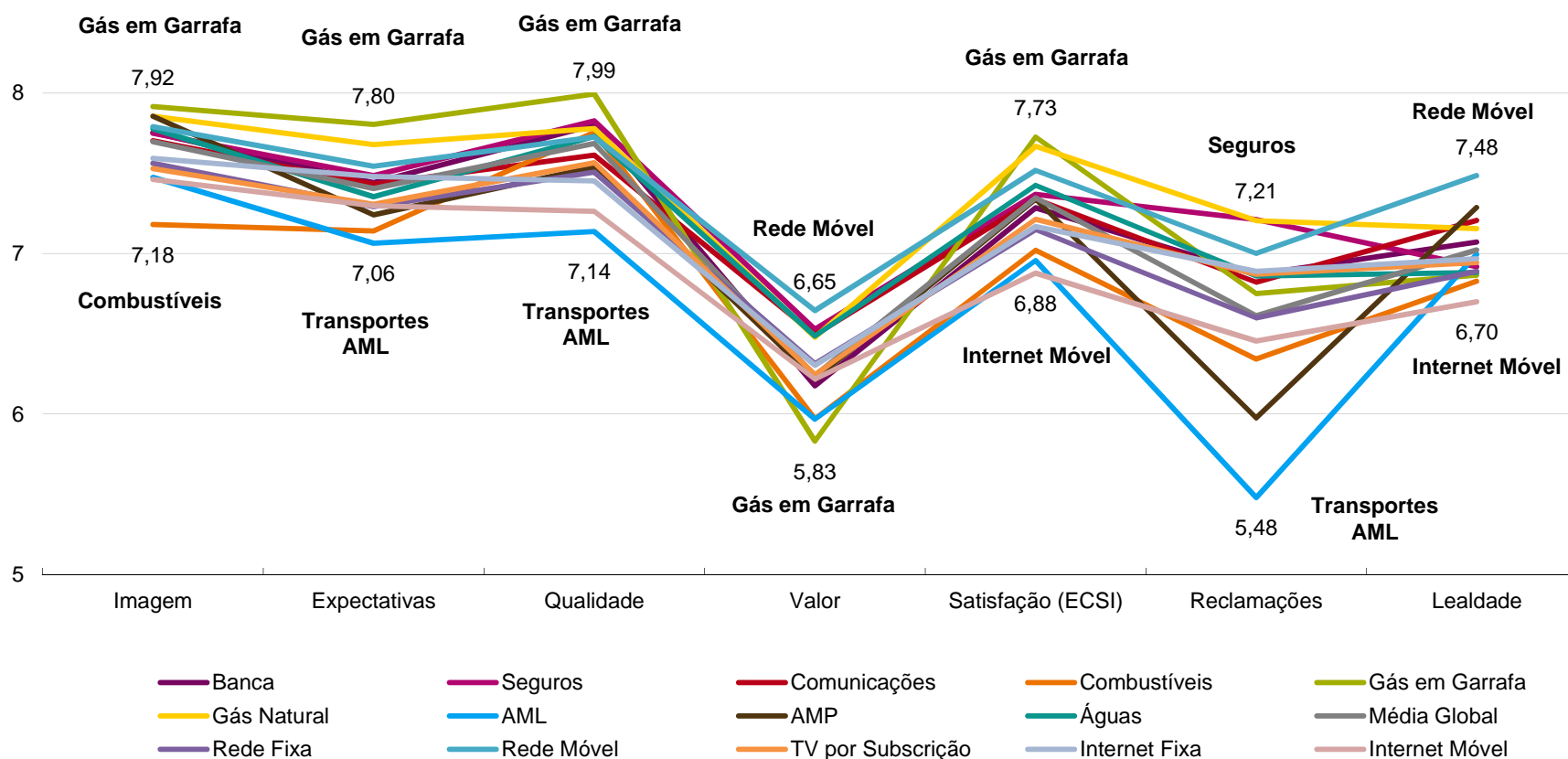
5 Resultados Globais

Impactos Totais na Lealdade em 2010

	Imagem	Expectativas	Qualidade	Valor	Satisfação	Reclamações
Banca	0,44	0,33	0,30	0,10	0,61	0,15
Seguros	0,61	0,34	0,29	0,14	0,69	0,12
Comunicações	0,56	0,38	0,30	0,16	0,68	0,17
Rede Fixa	0,58	0,45	0,39	0,18	0,69	0,13
Rede Móvel	0,55	0,42	0,29	0,16	0,73	0,18
TV por Subscrição	0,59	0,44	0,35	0,16	0,76	0,12
Internet Fixa	0,53	0,30	0,32	0,18	0,68	0,20
Internet Móvel	0,54	0,34	0,35	0,19	0,68	0,22
Combustíveis	0,59	0,24	0,17	0,11	0,53	0,10
Gás em Garrafa	0,51	0,28	0,21	0,10	0,61	0,26
Gás Natural	0,54	0,34	0,37	0,15	0,66	0,22
AML	0,49	0,28	0,26	0,10	0,48	0,12
AMP	0,45	0,34	0,28	0,13	0,64	0,15
Águas	0,52	0,38	0,35	0,15	0,68	0,36

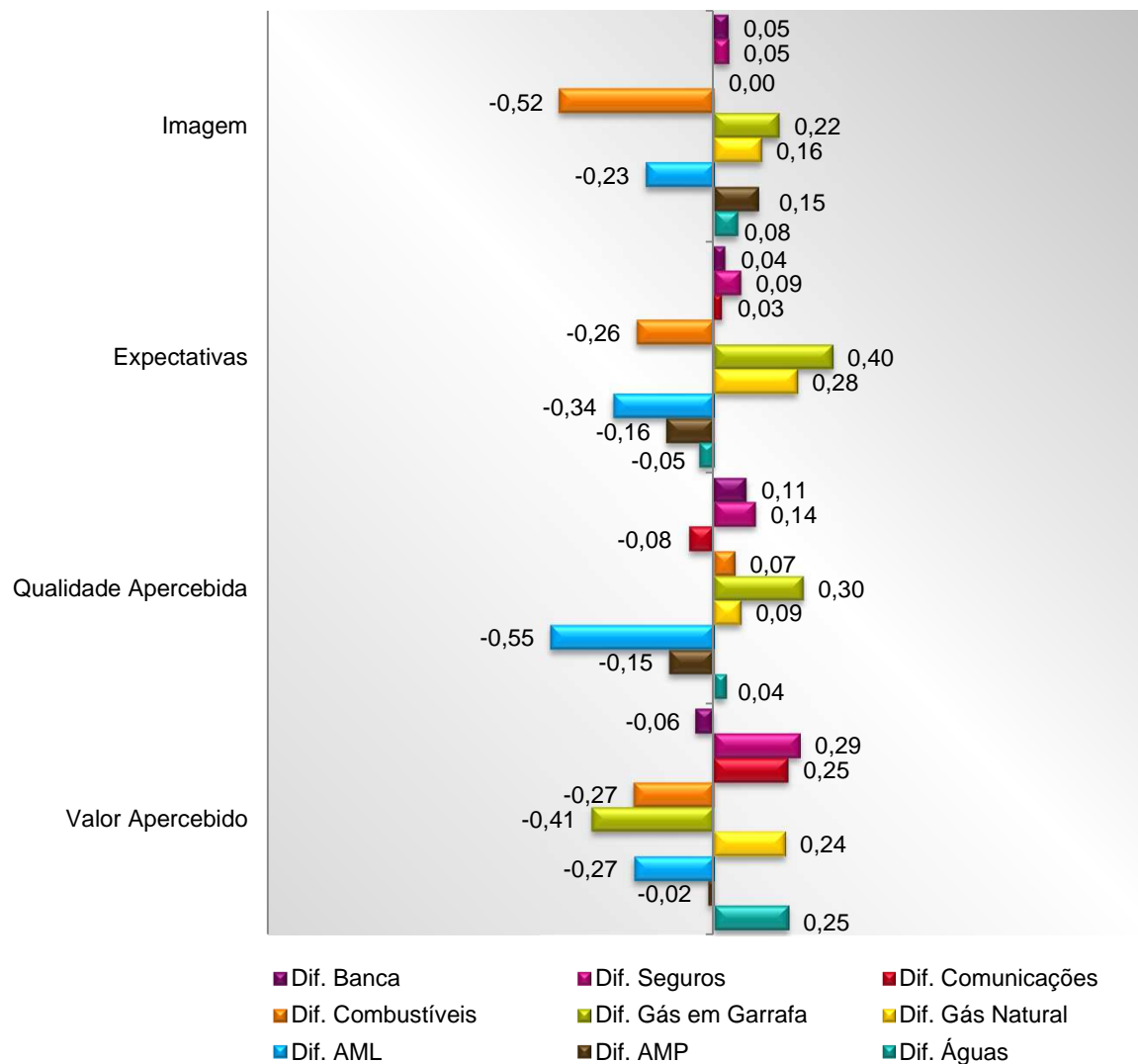
5 Resultados Globais

Posicionamento dos sectores em 2010



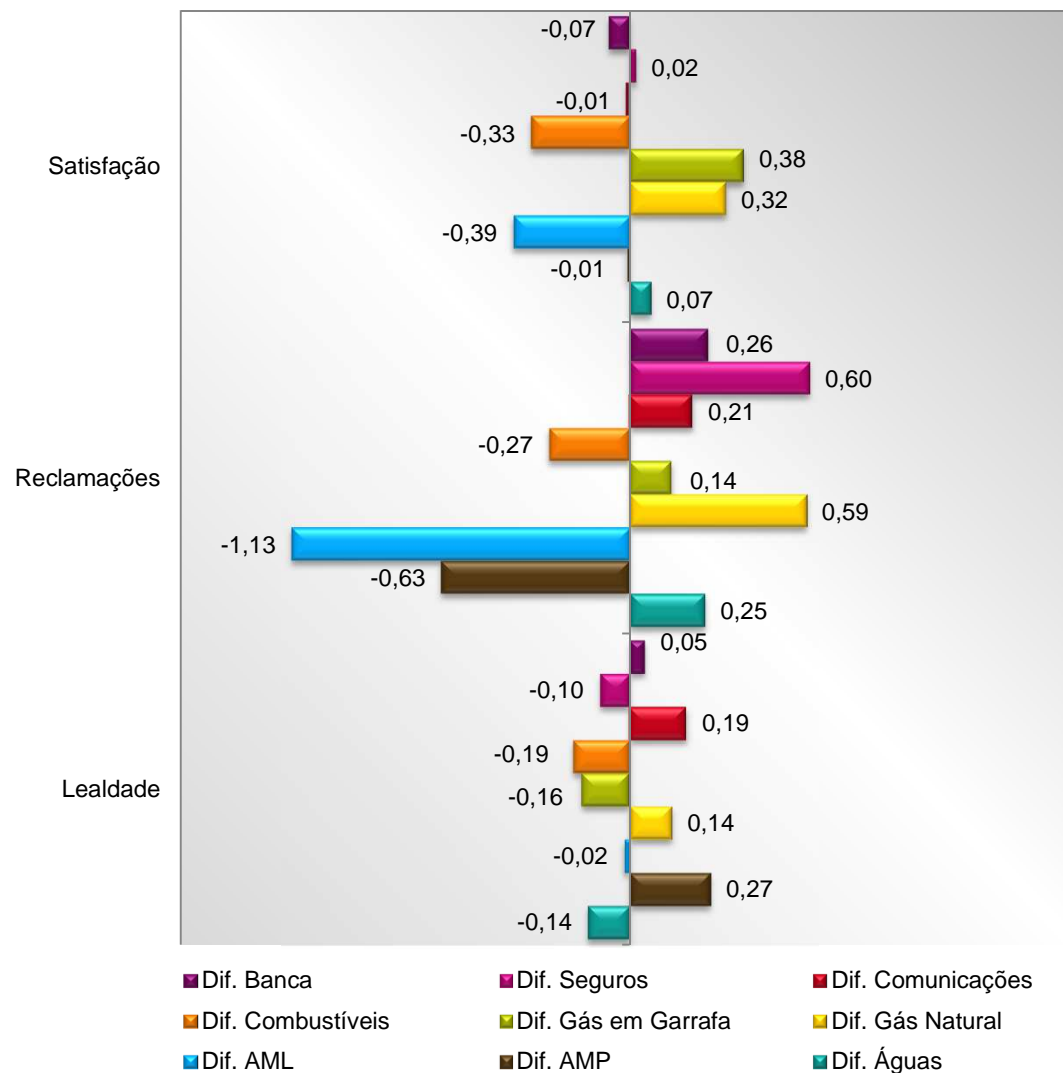
5 Resultados Globais

Diferenças dos
sectores à
média global



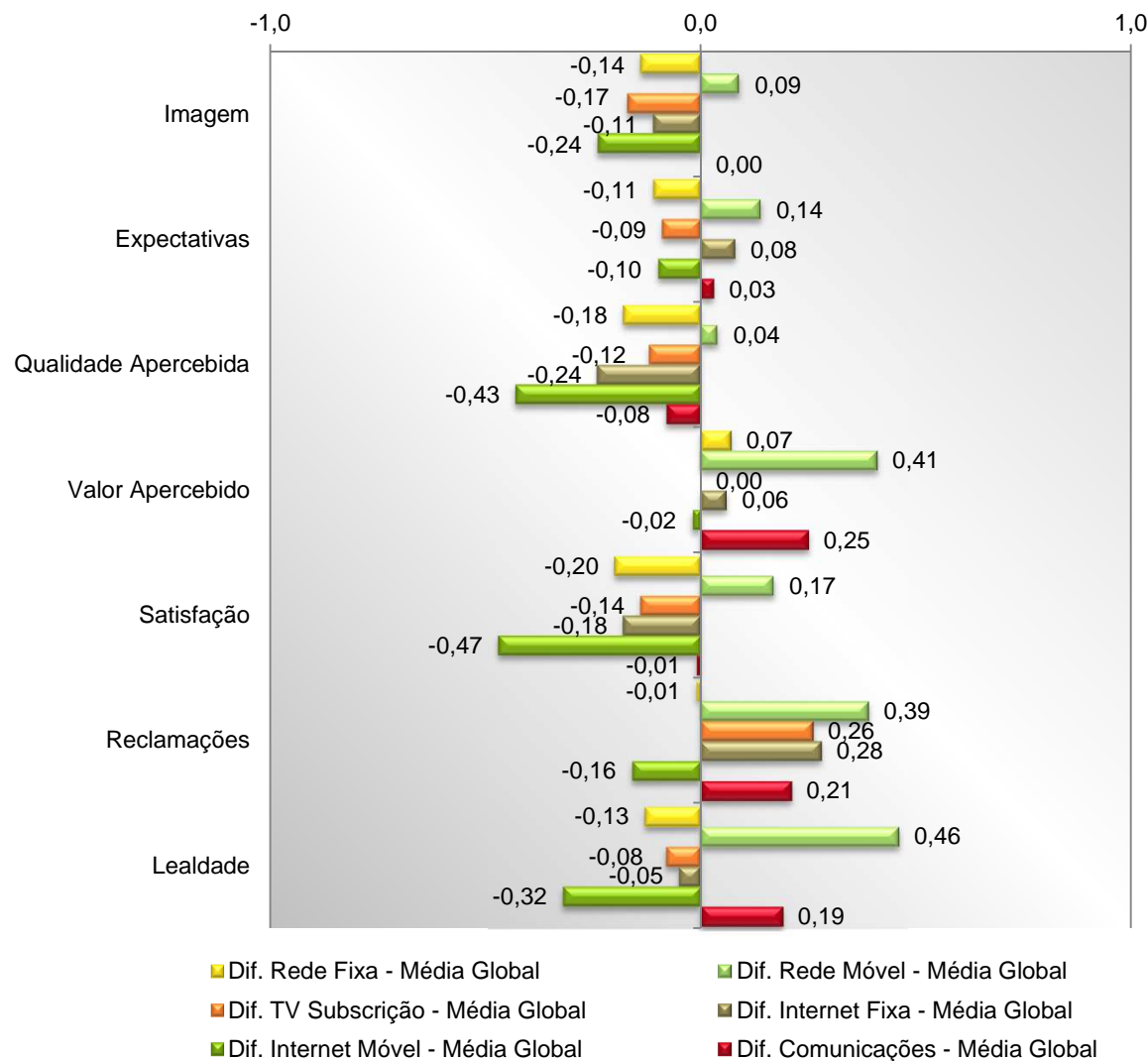
5 Resultados Globais

Diferenças dos
sectores à
média global
(Continuação)



5 Resultados Globais

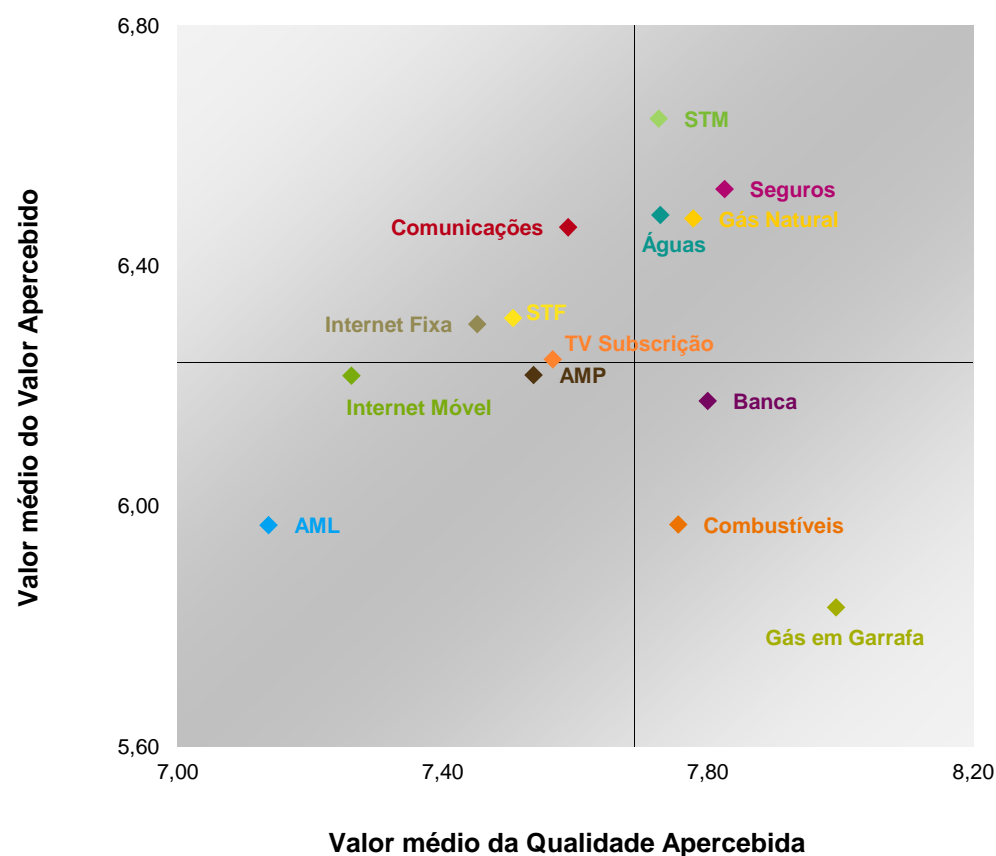
Diferenças dos
sectores das
Comunicações à
média global



5 Resultados Globais

Mapa Perceptual Qualidade – Valor apercibido

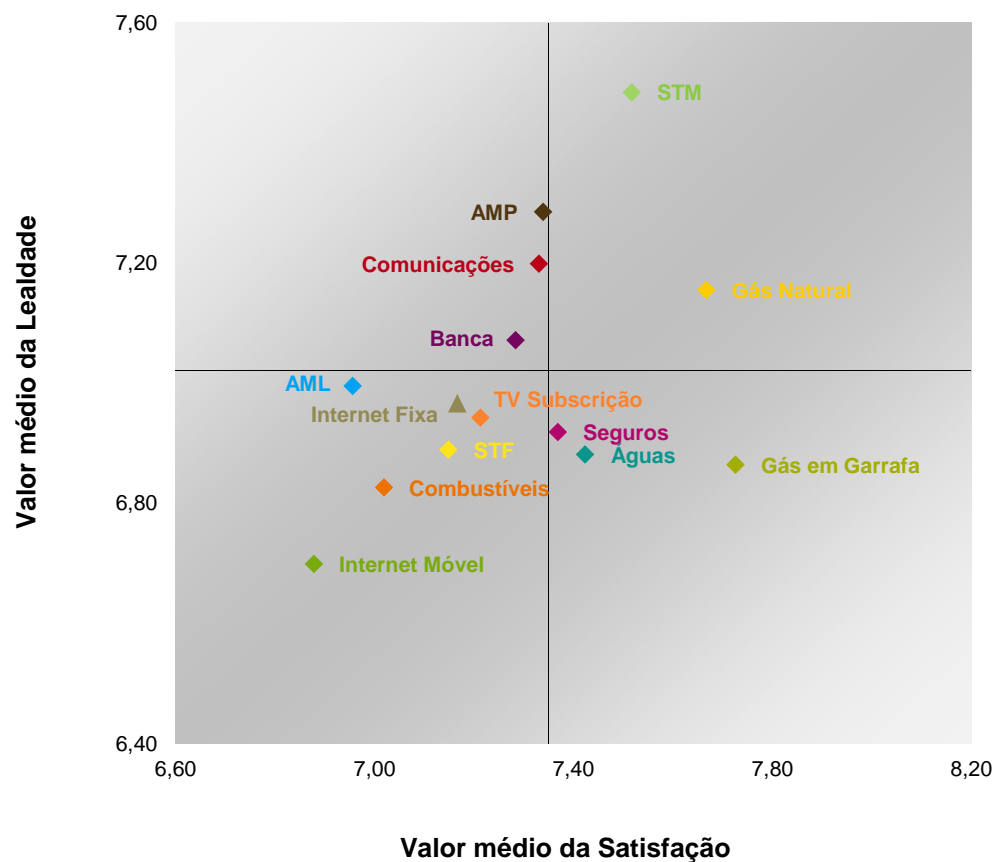
Índices das variáveis latentes da Qualidade apercibida (eixo das abcissas) e do Valor apercibido (eixo das ordenadas) por sector e subsectores das Comunicações em 2010



5 Resultados Globais

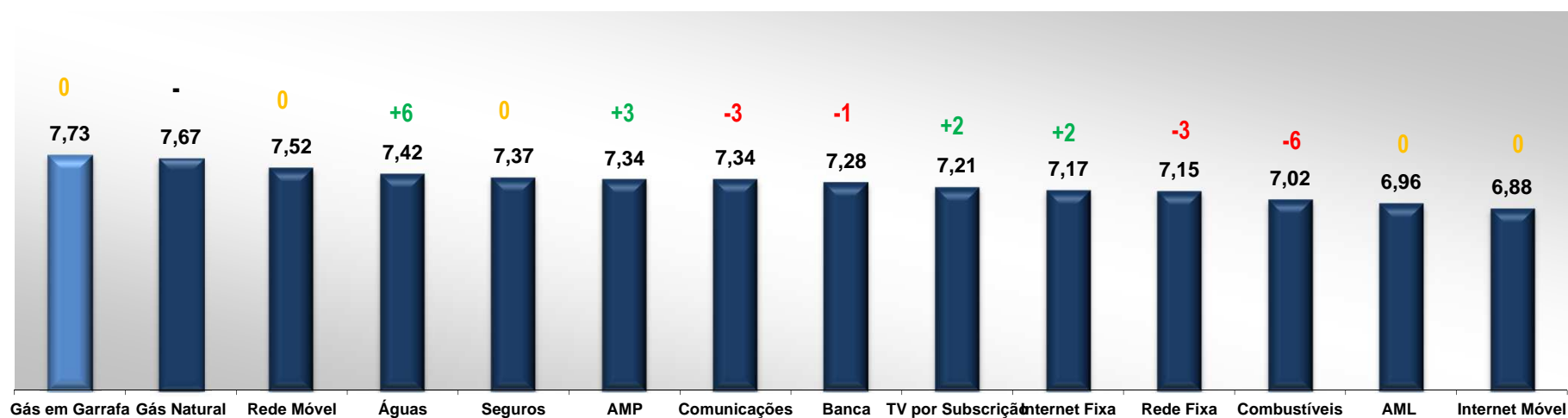
Mapa Perceptual Satisfação – Lealdade do cliente

Índices das variáveis latentes da Satisfação (eixo das abcissas) e da Lealdade (eixo das ordenadas) por sector e subsectores das Comunicações em 2010



5 Resultados Globais

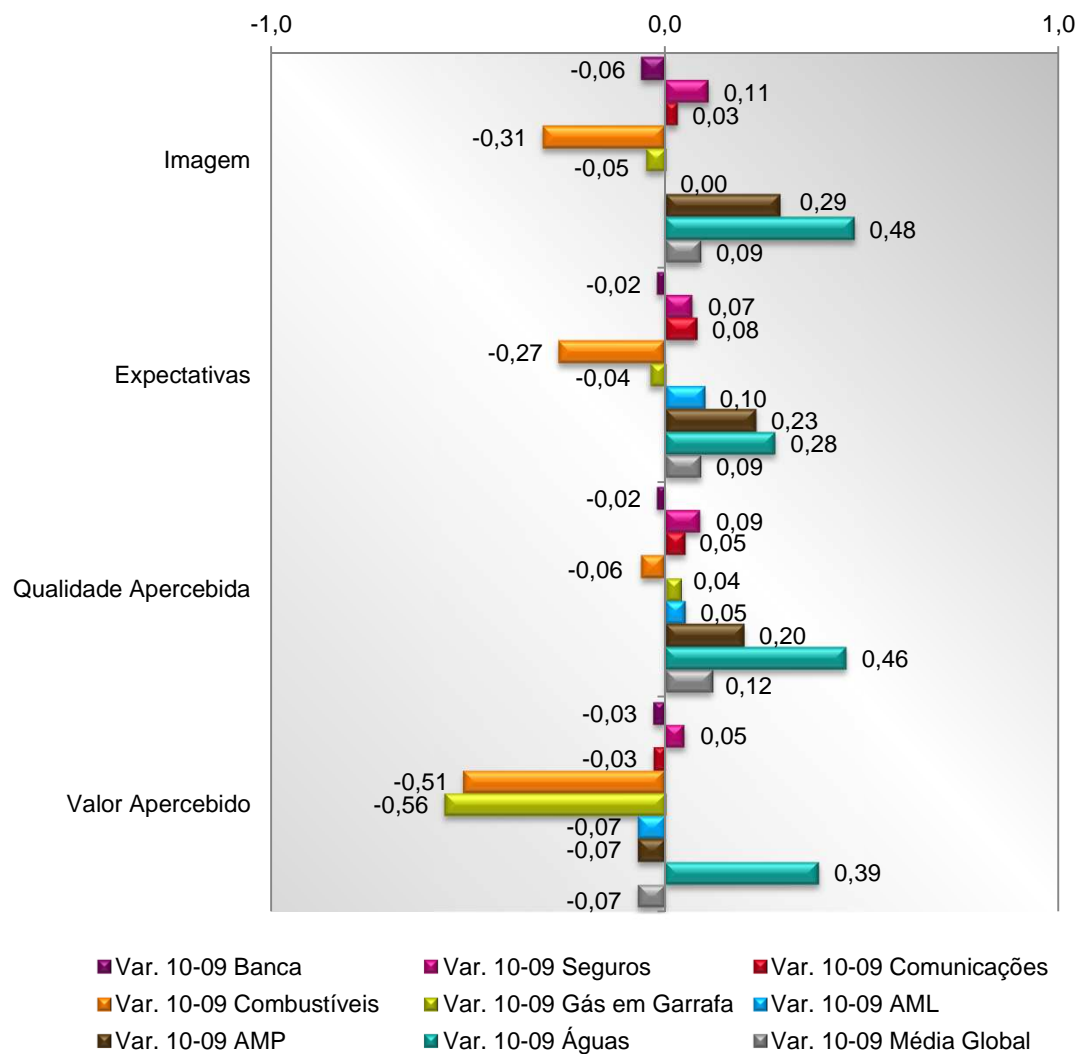
Ranking ECSI dos Sectores em 2010



Nota: Os valores numéricos sobre as barras indicam mudanças de posicionamento no ranking. Por exemplo, de 2009 para 2010, o sector das Águas subiu 6 posições no ranking dos sectores.

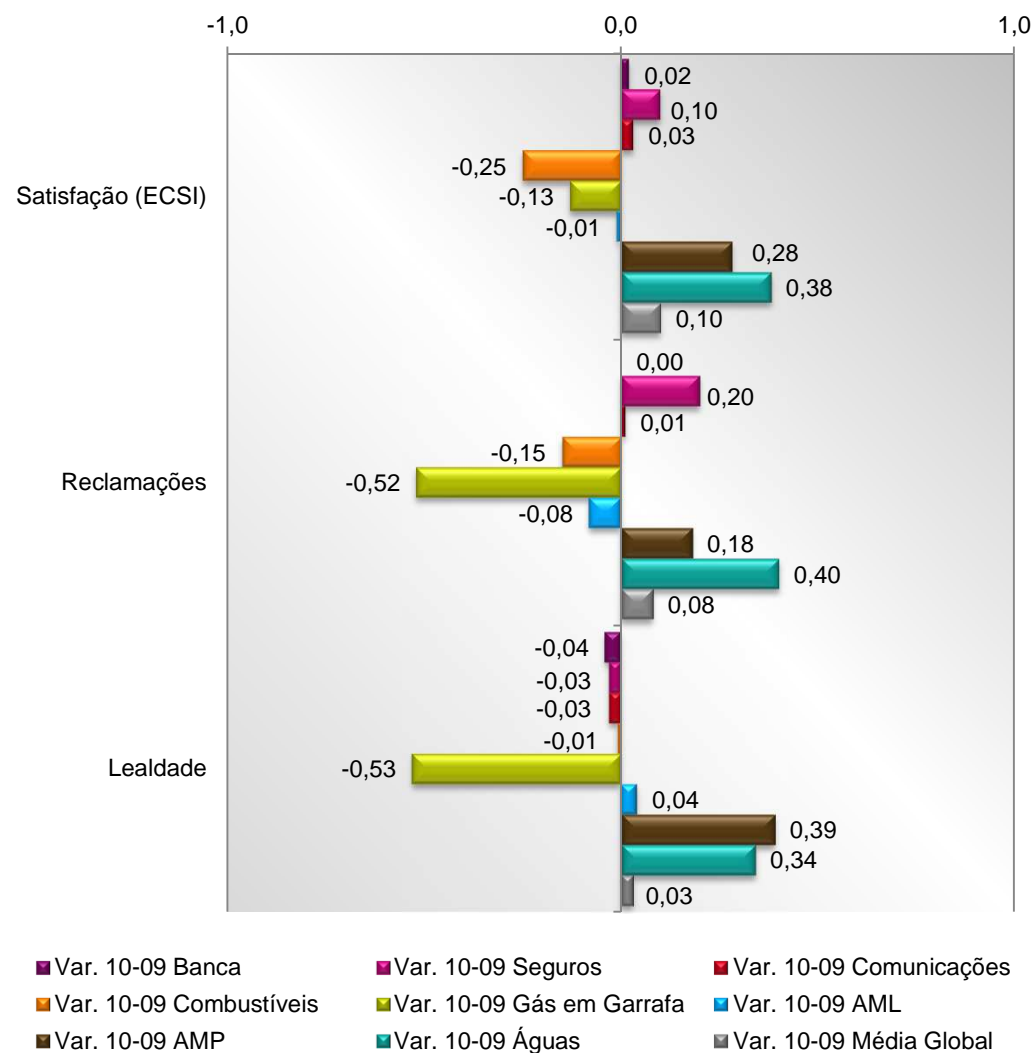
5 Resultados Globais

Variação 2009/2010 dos Sectores



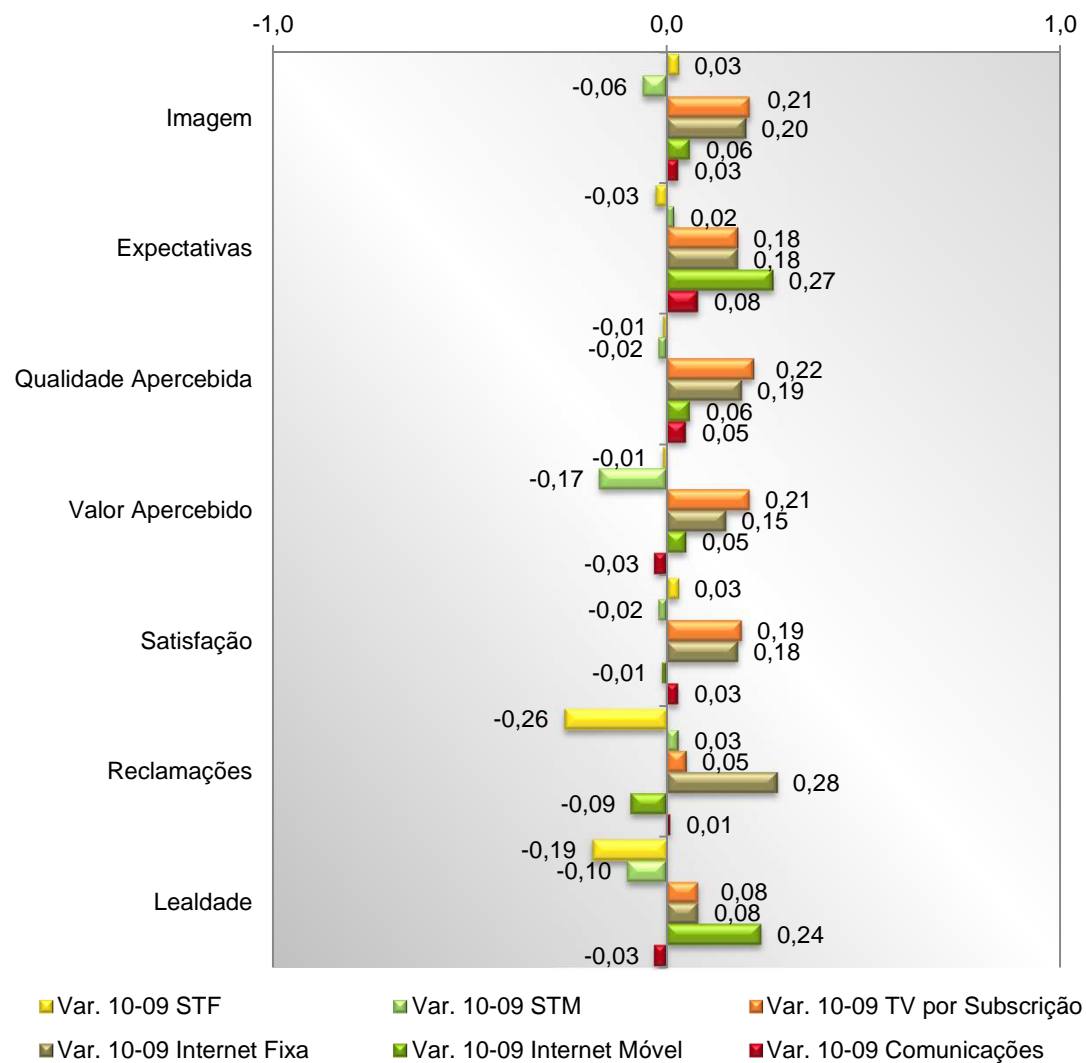
5 Resultados Globais

Variação 2009/2010 dos Sectores (Continuação)



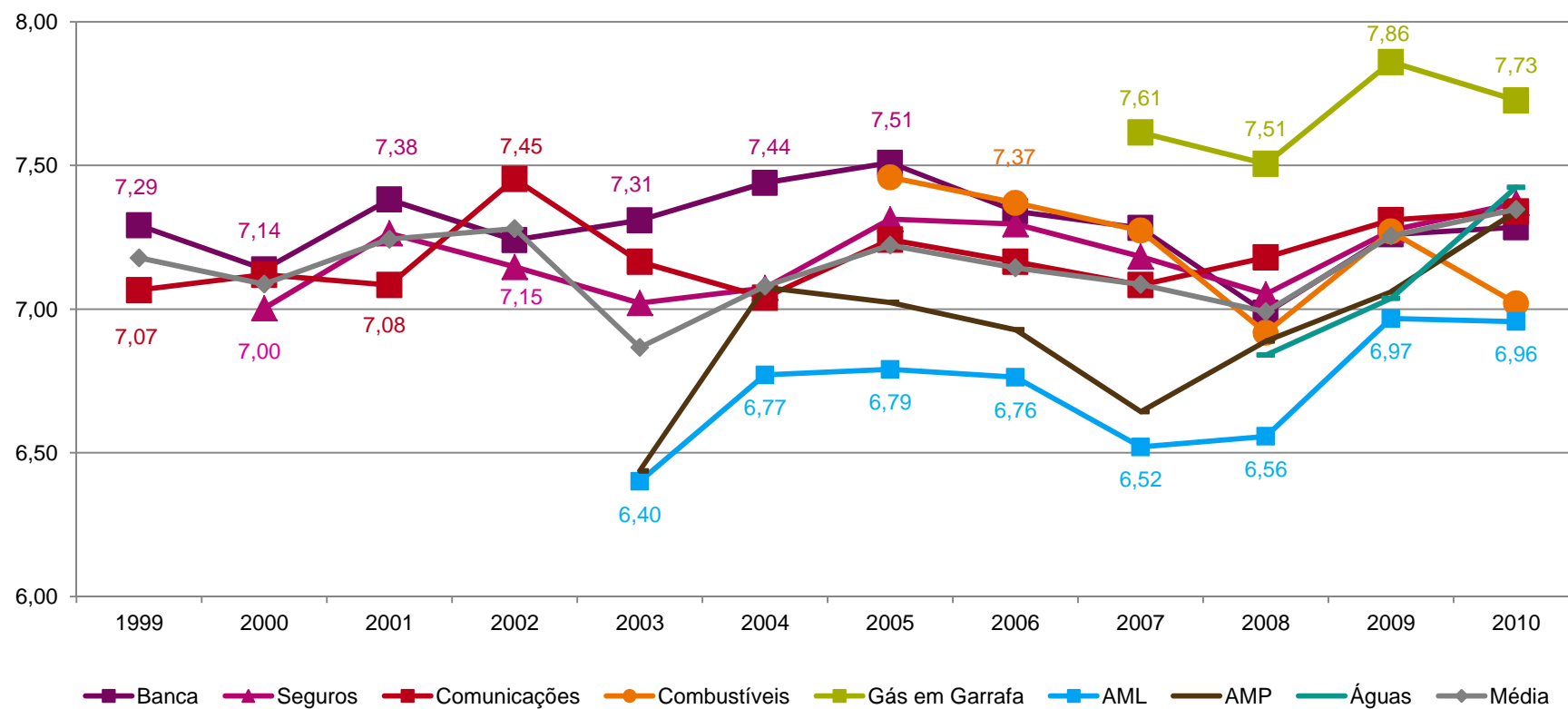
5 Resultados Globais

Variação 2009/2010 dos Subsectores das Comunicações



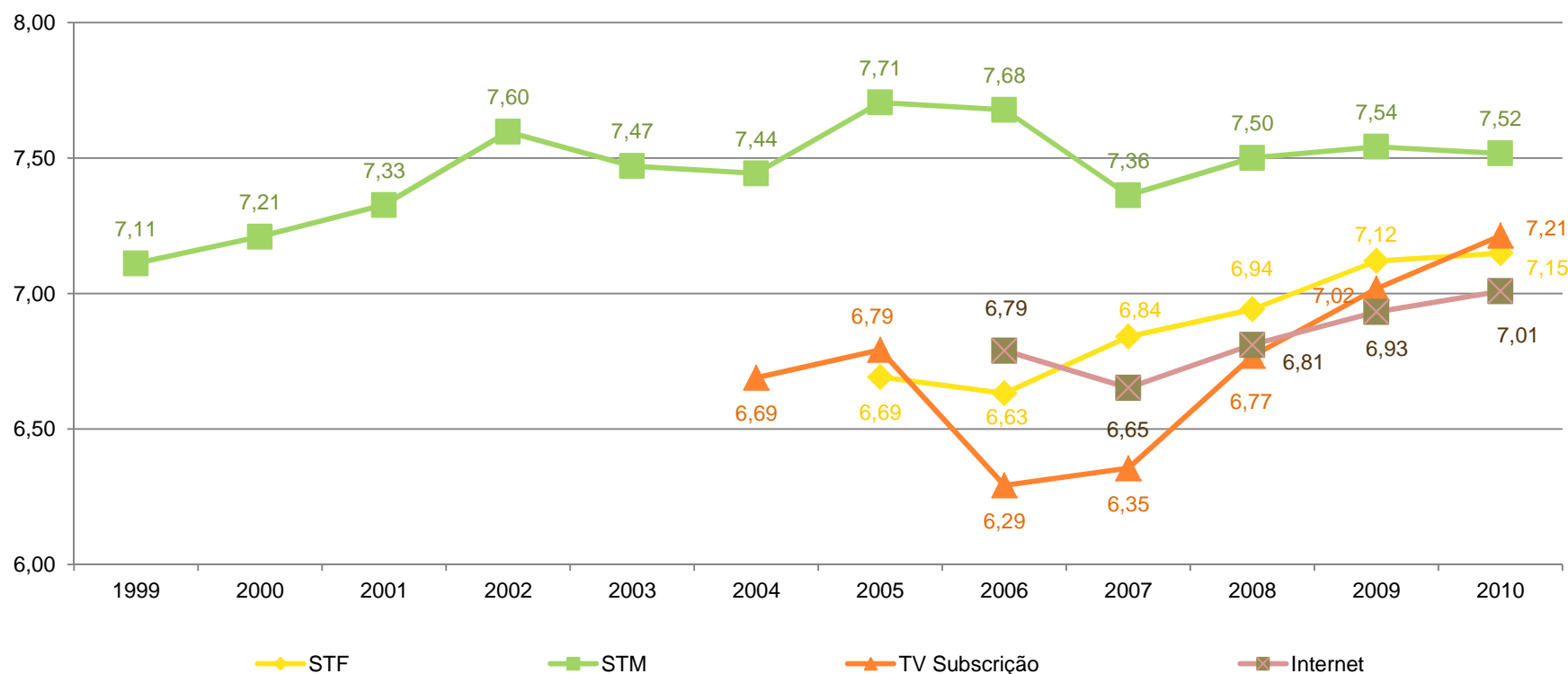
5 Resultados Globais

Evolução da Satisfação do Cliente desde 1999



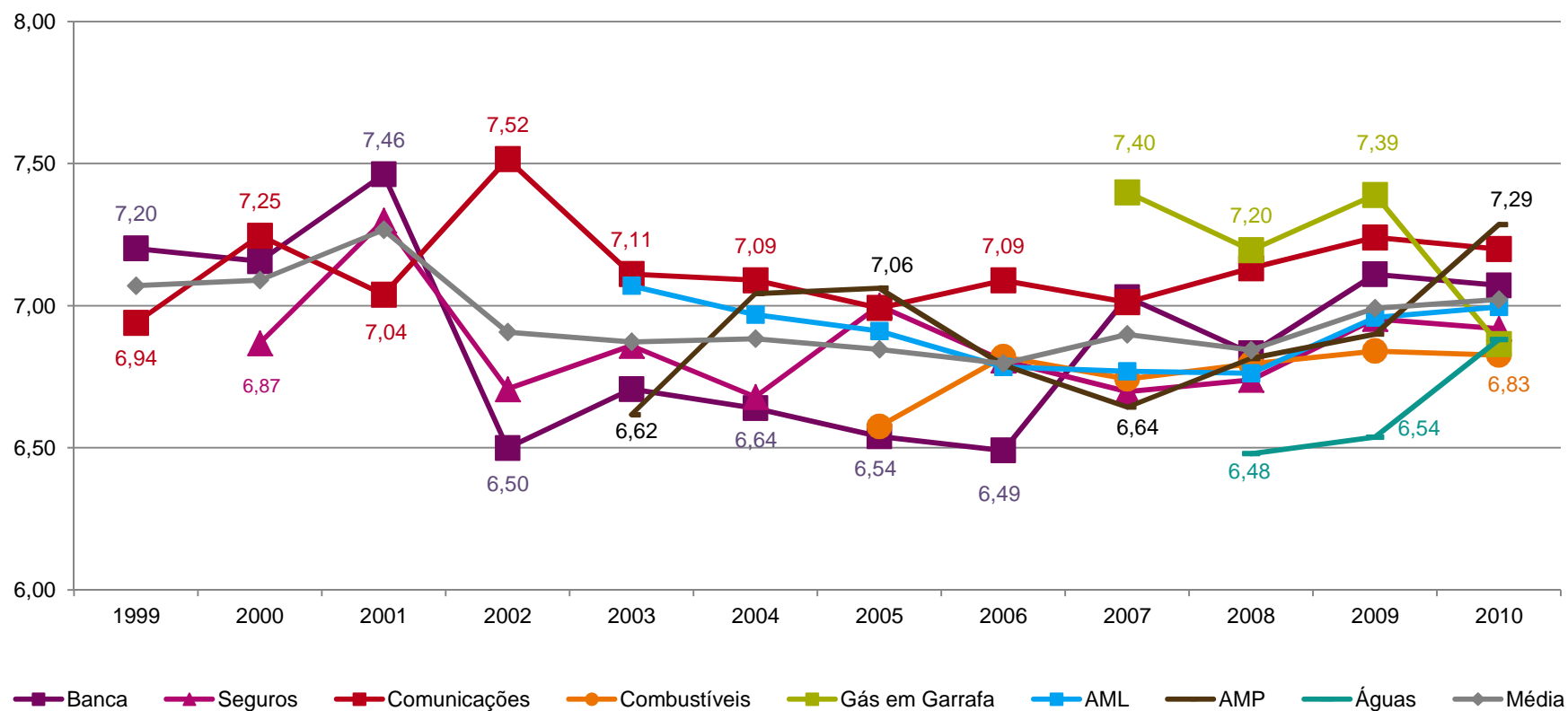
5 Resultados Globais

Evolução da Satisfação do Cliente desde 1999 no sector das Comunicações



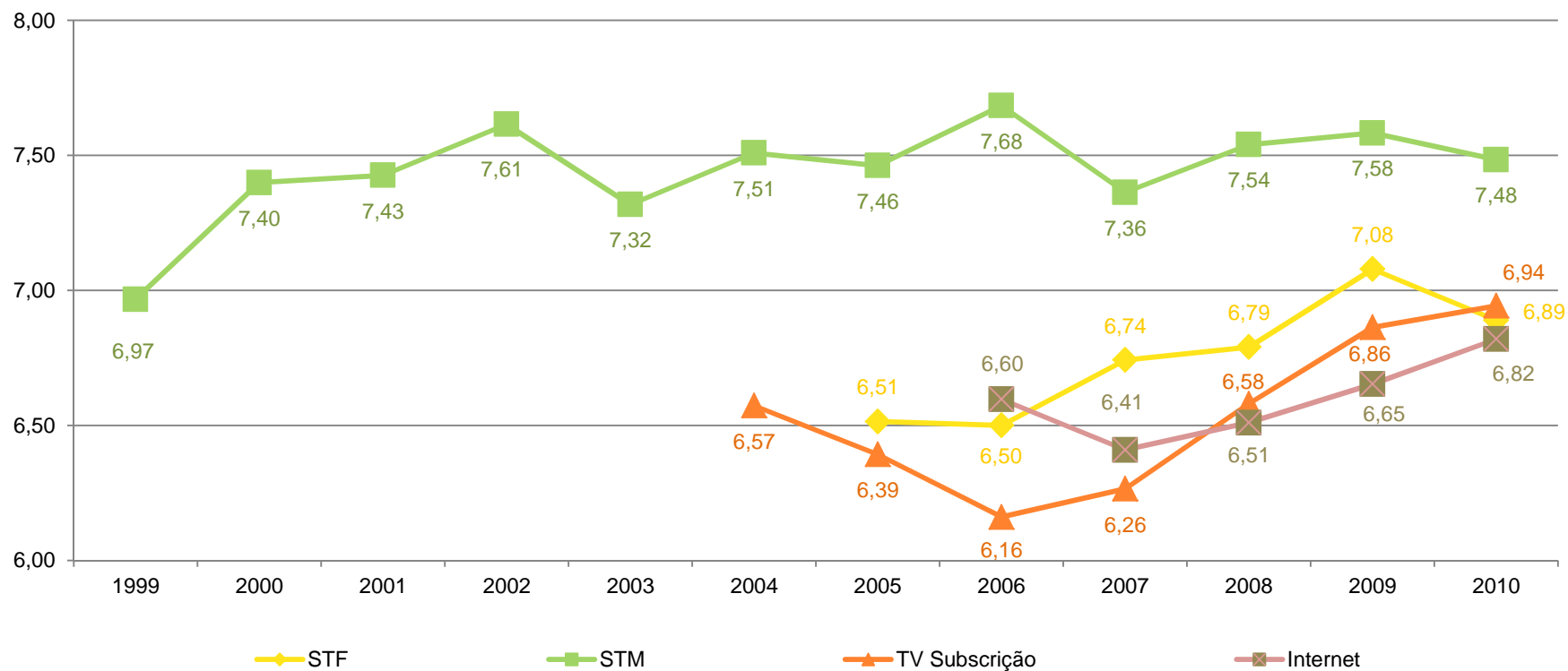
5 Resultados Globais

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 2010

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

Equipa ECSI:



Instituto Português da Qualidade



MINISTERIO DA ECONOMIA E DO EMPREGO



ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA A QUALIDADE





ÍNDICE NACIONAL DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Instituto Português da Qualidade

Rua António Gião, 2
2829-513 CAPARICA

Tel 212 94 81 00

Fax 212 94 82 23

E-mail: ecsi@mail.ipq.pt

Endereço URL: www.ipq.pt

Associação Portuguesa para a Qualidade

Rua Carlos Alves, nº 3

1600-515 LISBOA

Tel 214 99 62 10

Fax 214 95 84 49

E-mail: ecsi@apq.pt

Endereço URL: www.apq.pt

Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - UNL

Campus de Campolide

1070-312 LISBOA

Tel 213 87 15 74

Fax 213 87 21 40

E-mail: info@isegi.unl.pt

Endereço URL: www.isegi.unl.pt

EQUIPA DE PROJECTO

Instituto Português da Qualidade

Ricardo Fernandes

Rita Cruz

Associação Portuguesa para a Qualidade

Fernando Reis

Isabel Almeida

Susana Monteiro

Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - UNL

Manuel Vilares

Pedro Simões Coelho

Cláudia Duarte

Mónica Melo

Patrícia Lopes

Sónia Santos

SÍNTESE DE RESULTADOS ECSI 2010

A Satisfação do Cliente por Sectores

Edição

Instituto Português da Qualidade

Associação Portuguesa para a Qualidade

Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação
- UNL

Autores (ISEGI-UNL)

Cláudia Duarte

Manuel Vilares (Coordenador)

Mónica Melo

Patrícia Lopes

Pedro Simões Coelho (Coordenador)

Sónia Santos

Data

Julho 2011