

Divulgação de Resultados – ECSI 2011

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



Parceiro no sector
das Águas

ANACOM



AUTORIDADE
NACIONAL
DE COMUNICAÇÕES

Patrocinador
do sector das
Comunicações

Equipa ECSI:

Instituto Português da Qualidade



MINISTÉRIO DA ECONOMIA
E DO EMPREGO



ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA A QUALIDADE




Índice

- Introdução
- Aspectos Metodológicos
- Resultados Globais
 - Posicionamento dos sectores em 2011
- Resultados por Variável
- Resultados por Sector
- Notas Finais

1 Introdução

■ Apresentação de resultados da satisfação dos clientes obtidos para o ano 2011, estimados no âmbito do modelo ECSI-Portugal (*European Customer Satisfaction Index - Portugal*).

■ Foram estudados catorze sectores (subsectores):

- **Banca**
- **Seguros**
- **Comunicações**
 - Serviço Telefónico Fixo
 - Serviço Telefónico Móvel
 - Televisão por Subscrição
 - Internet Fixa
 - Internet Móvel
- **Combustíveis**
- **Gás em Garrafa**
- **Gás Natural**
- **Eletricidade** 
- **Transportes Públicos de Passageiros**
 - Área Metropolitana de Lisboa
 - Área Metropolitana do Porto
- **Águas**

Aspetos Metodológicos

2 Aspetos Metodológicos

Sectores e empresas estudadas no ECSI-Portugal 2011

Banca	Seguros	Comunicações		Combustíveis
<ul style="list-style-type: none"> • BES • BPI • CGD • Millennium BCP • Santander Totta • Outros bancos 	<ul style="list-style-type: none"> • Allianz • Axa Seguros • Fidelidade Mundial • Generali • Império Bonança • MetLife • Tranquilidade • Outras Seguradoras 	<u>Serviços Postais</u> <u>Serviço Telefónico Fixo</u> <u>Serviço Telefónico Móvel</u> <ul style="list-style-type: none"> • Optimus • TMN • Vodafone <u>Internet Móvel</u> <ul style="list-style-type: none"> • Optimus • TMN • Vodafone 	<u>Televisão por Subscrição</u> <ul style="list-style-type: none"> • Grupo PT • Grupo ZON • Outros TV por Subscrição <u>Internet Fixa</u> <ul style="list-style-type: none"> • Grupo PT • Grupo ZON • Grupo Optimus Comunicações • Cabovisão 	<ul style="list-style-type: none"> • Galp Energia • BP • Repsol • Hipers • Outras marcas de postos de combustível
Gás em Garrafa	Gás Natural	Eletricidade	Transportes AML e AMP	Águas
<ul style="list-style-type: none"> • Galp Energia • BP • Repsol • OZ Energia 	<ul style="list-style-type: none"> • Lisboagás • Beiragás • Lusitaniagás • Setgás • Duriensegás • Medigás • Dianagás • Paxgás • Tagusgás • EDP Gás • Sonorgás 	<ul style="list-style-type: none"> • EDP • Galp Energia 	<u>AML</u> <ul style="list-style-type: none"> • Carris • CP - Lisboa • Metropolitano de Lisboa • Outros operadores de transporte AML <u>AMP</u> <ul style="list-style-type: none"> • Metro do Porto • Outros operadores de transporte AMP 	<ul style="list-style-type: none"> • Águas de Coimbra • Águas Santo André • EPAL • SMAS Almada • SMAS Oeiras e Amadora • SMAS Sintra • SMAS Ponta Delgada • SMSB Viana do Castelo • Outras entidades

2 Aspectos Metodológicos

Estudo de Mercado

■ Seleção 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 seleção de clientes (a partir do conjunto da população residente no território nacional) é feita em duas etapas:
 - Seleção aleatória de alojamentos; seleção aleatória de um residente em cada alojamento;
 - Qualificação do potencial entrevistado como cliente de um sector de atividade 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 seleção 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 2011 foram entrevistados:

- 1488 clientes no sector da **Banca**
- 2004 clientes no sector dos **Seguros**
- 3778 clientes no sector das **Comunicações**
- 1453 clientes no sector dos **Combustíveis**
- 1114 clientes no sector do **Gás em Garrafa**
- 1395 clientes no sector do **Gás Natural**
- 374 clientes no sector da **Eletricidade**
- 1083 clientes no sector dos **Transportes**
- 2258 clientes no sector das **Águas**

TOTAL DA AMOSTRA = 14947 entrevistas

2 Aspectos Metodológicos

■ Questionário

Os questionários adotados em 2011 para cada sector contêm, em média, 50 questões, sendo uma a quatro referentes a critérios de qualificação dos clientes, sete à sua caracterização socioeconómica e a maioria das restantes associadas à estimação das variáveis latentes do modelo de satisfação.

Em geral, é adotada 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

Modelo de Satisfação do Cliente

Exemplo de indicadores do Modelo de Medida para a variável latente Imagem

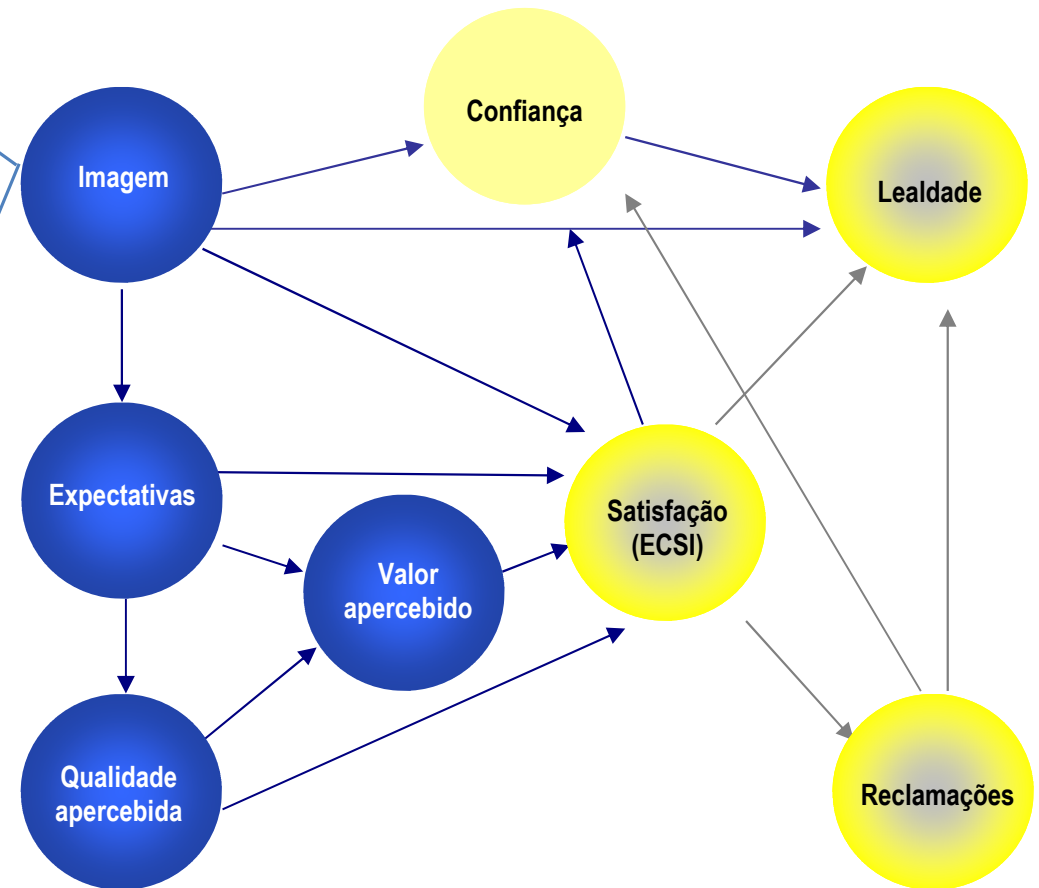
É uma empresa de confiança no que diz e no que faz

É estável e está perfeitamente implantada no mercado

Contribui positivamente para a sociedade

Preocupa-se com os seus clientes

É inovadora e virada para o futuro



Modelo Estrutural:

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

2 Aspectos Metodológicos

■ Propriedades dos índices

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

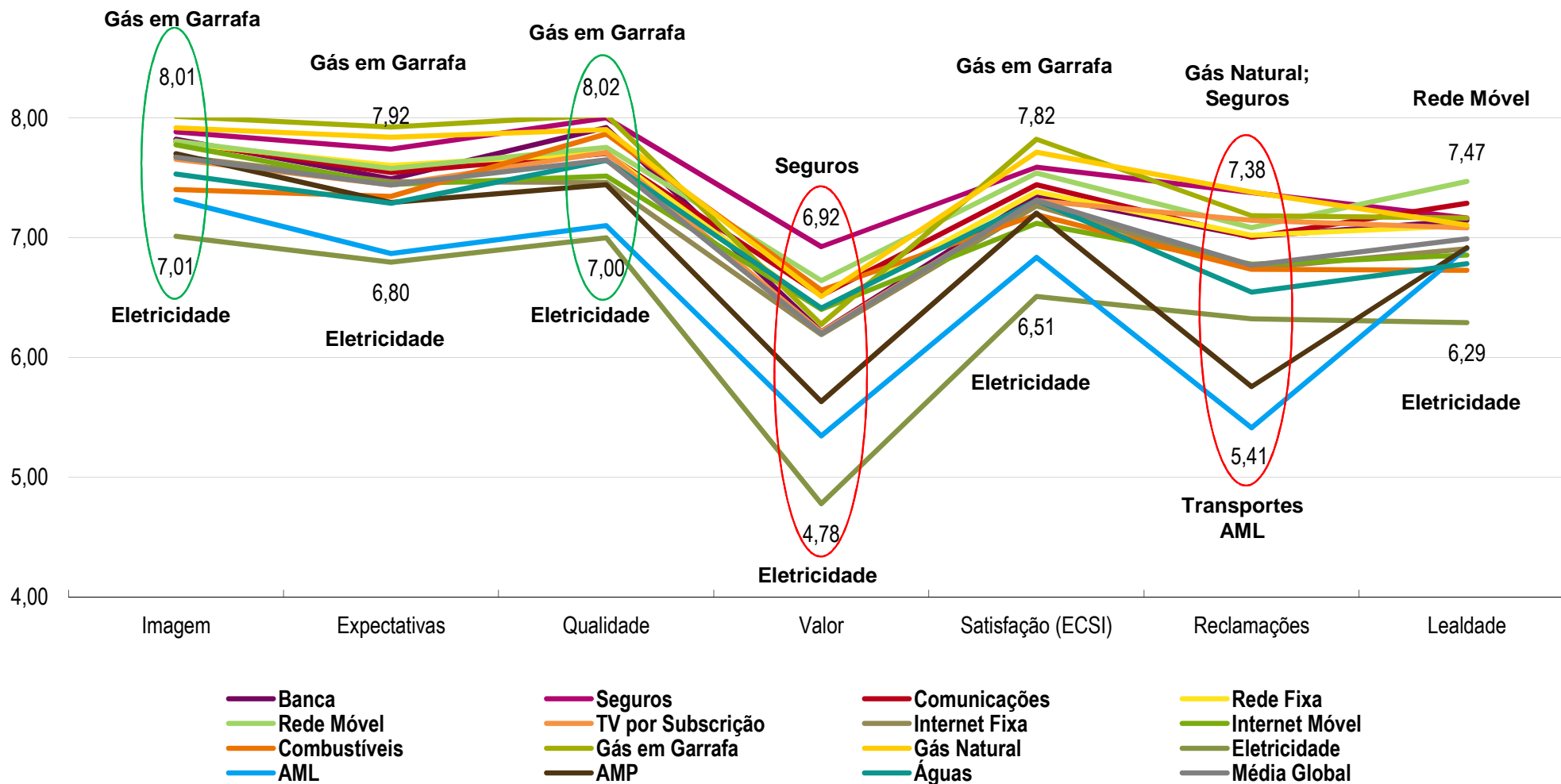
■ Documentos produzidos

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

Resultados Globais

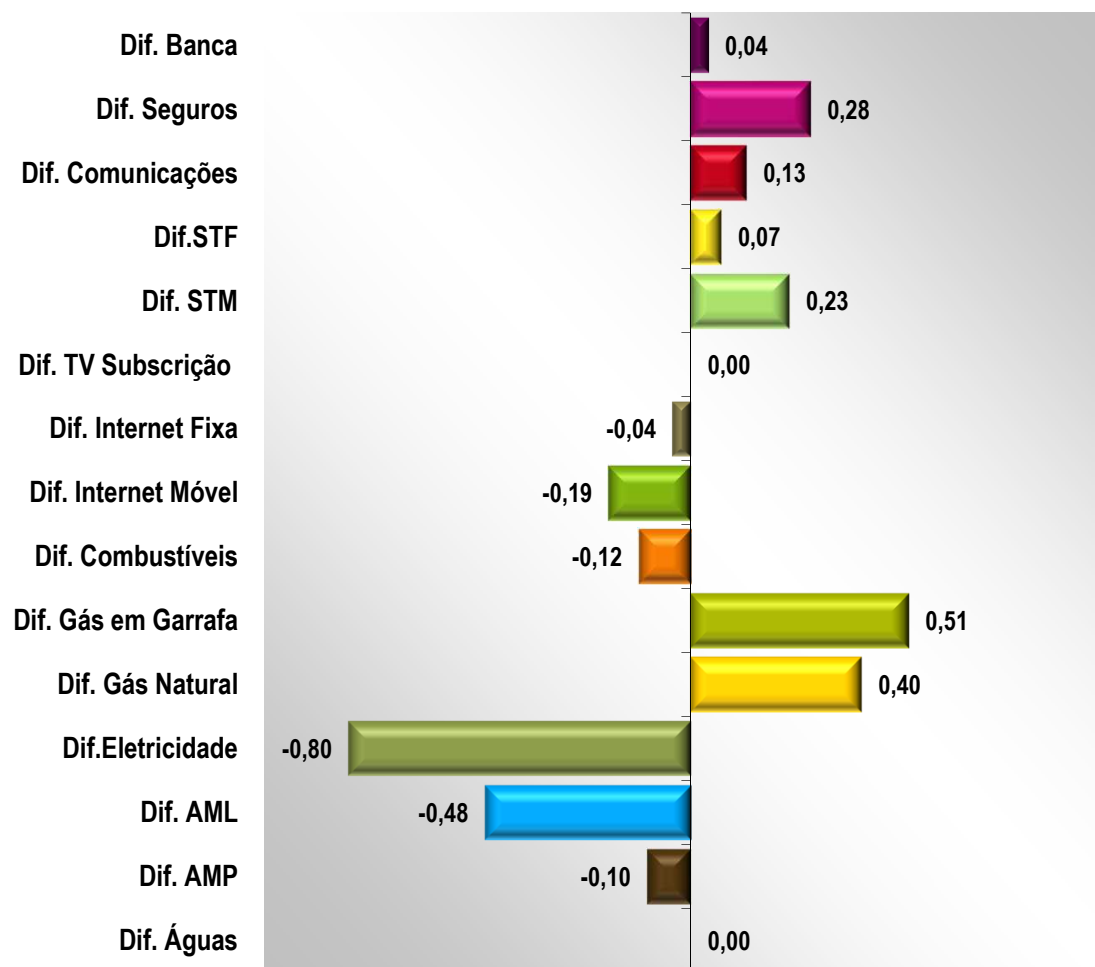
3 Resultados Globais

Posicionamento dos sectores em 2011



3 Resultados Globais

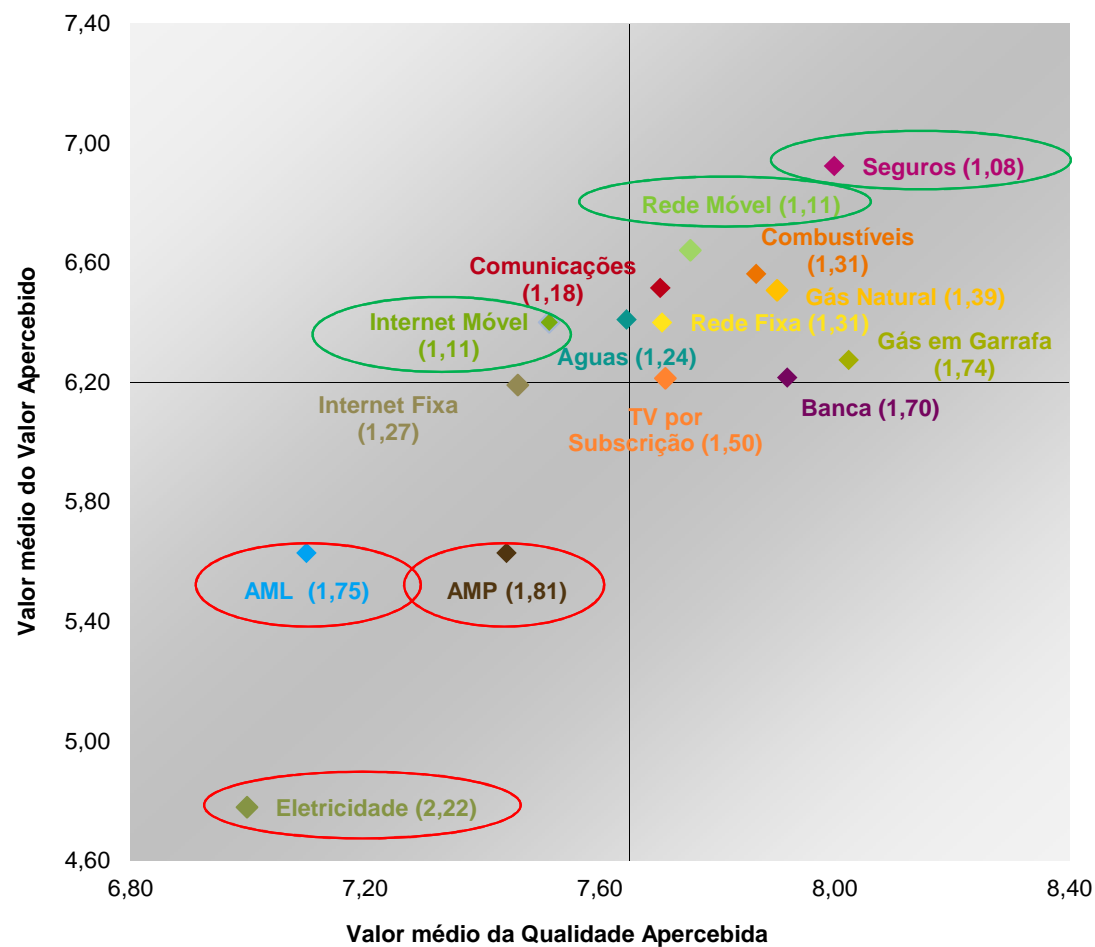
Diferenças dos sectores e subsectores à média global no índice de satisfação



3 Resultados Globais

Mapa Percetual Qualidade – Valor apercebido

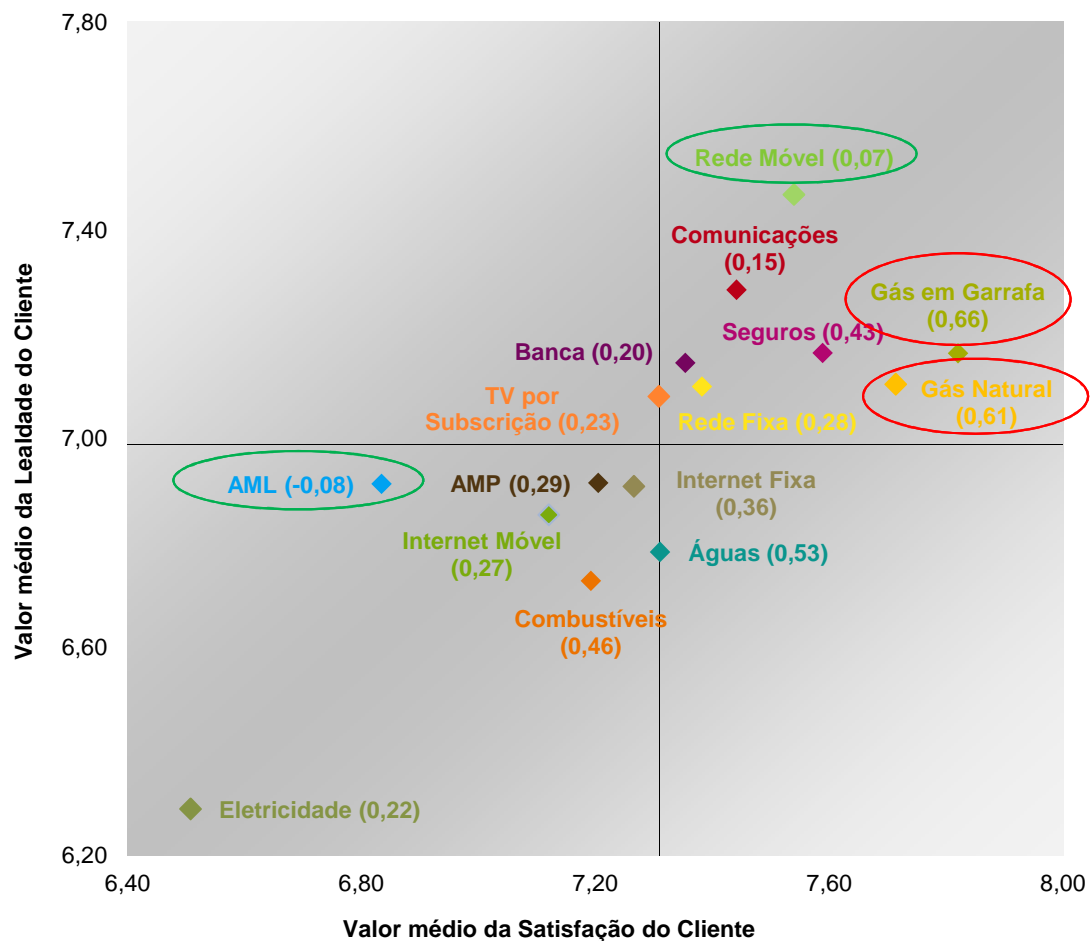
Índices das variáveis latentes da Qualidade apercebida (eixo das abcissas) e do Valor apercebido (eixo das ordenadas) por sector e subsectores em 2011



3 Resultados Globais

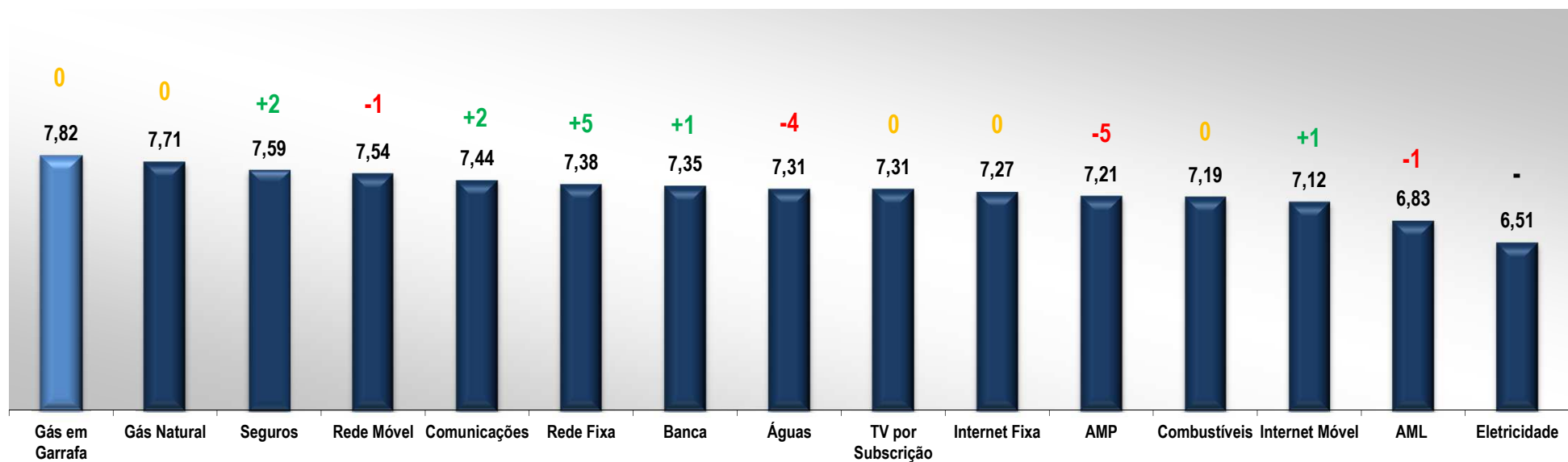
Mapa Percetual Satisfação – Lealdade do cliente

Índices das variáveis latentes da Satisfação (eixo das abcissas) e da Lealdade (eixo das ordenadas) por sector e subsectores em 2011



3 Resultados Globais

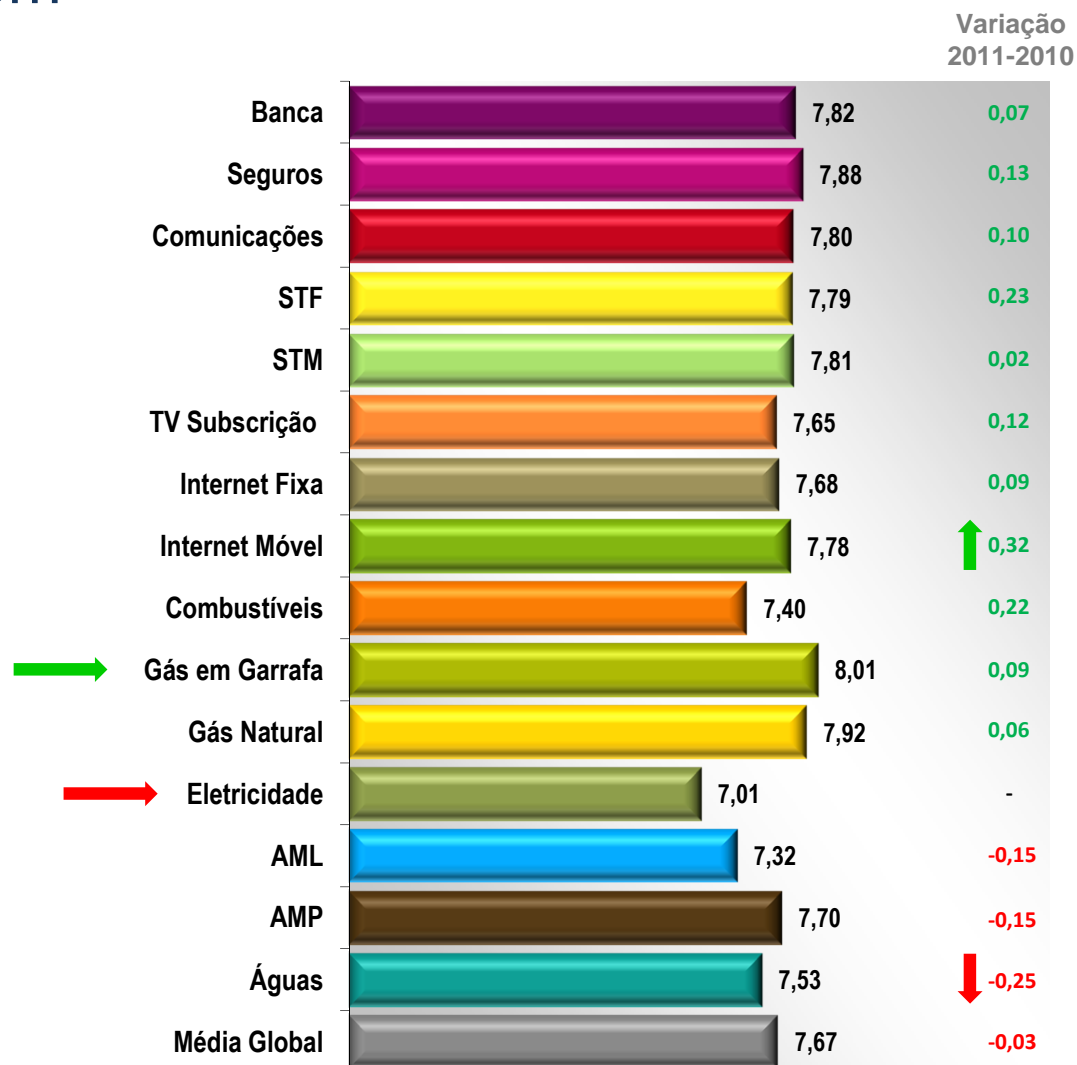
Ranking da Satisfação dos Clientes por Sectores em 2011



Resultados por Variável

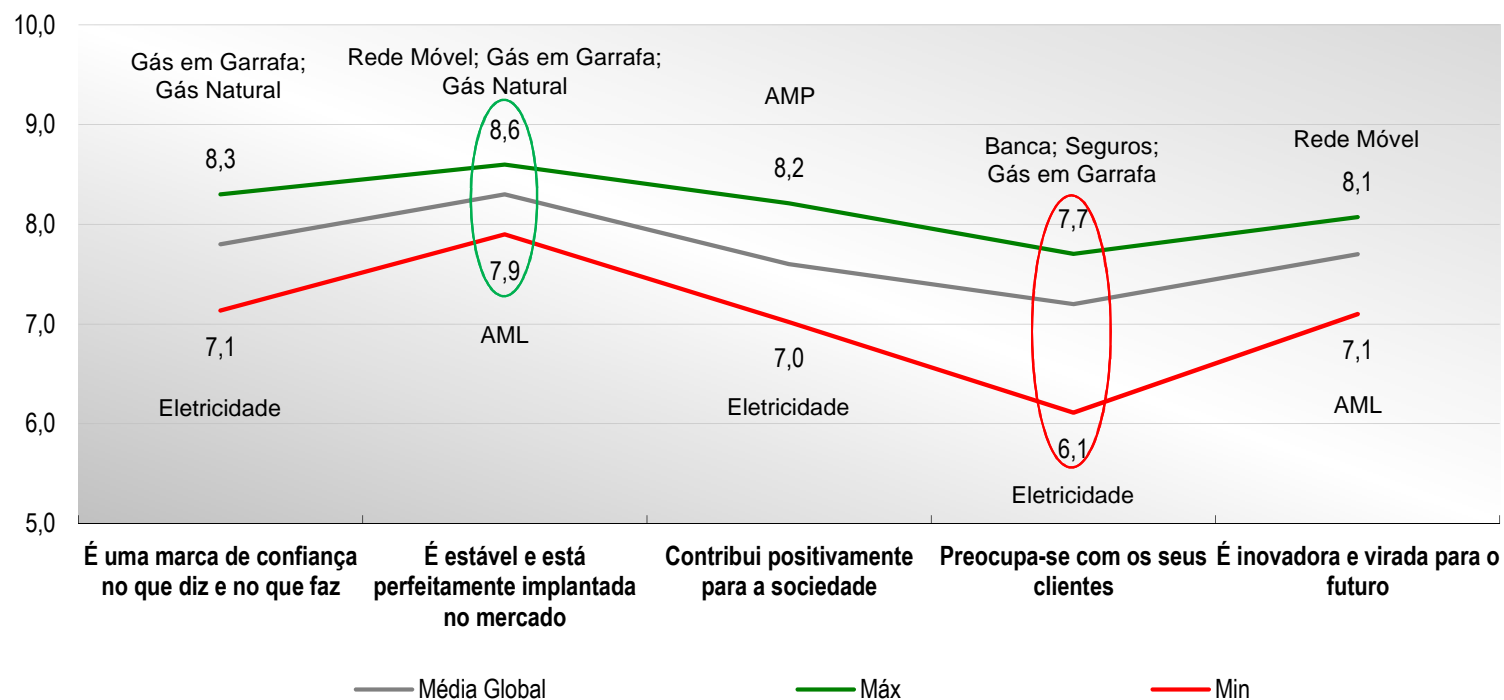
4 Resultados por Variável

Índice de Imagem



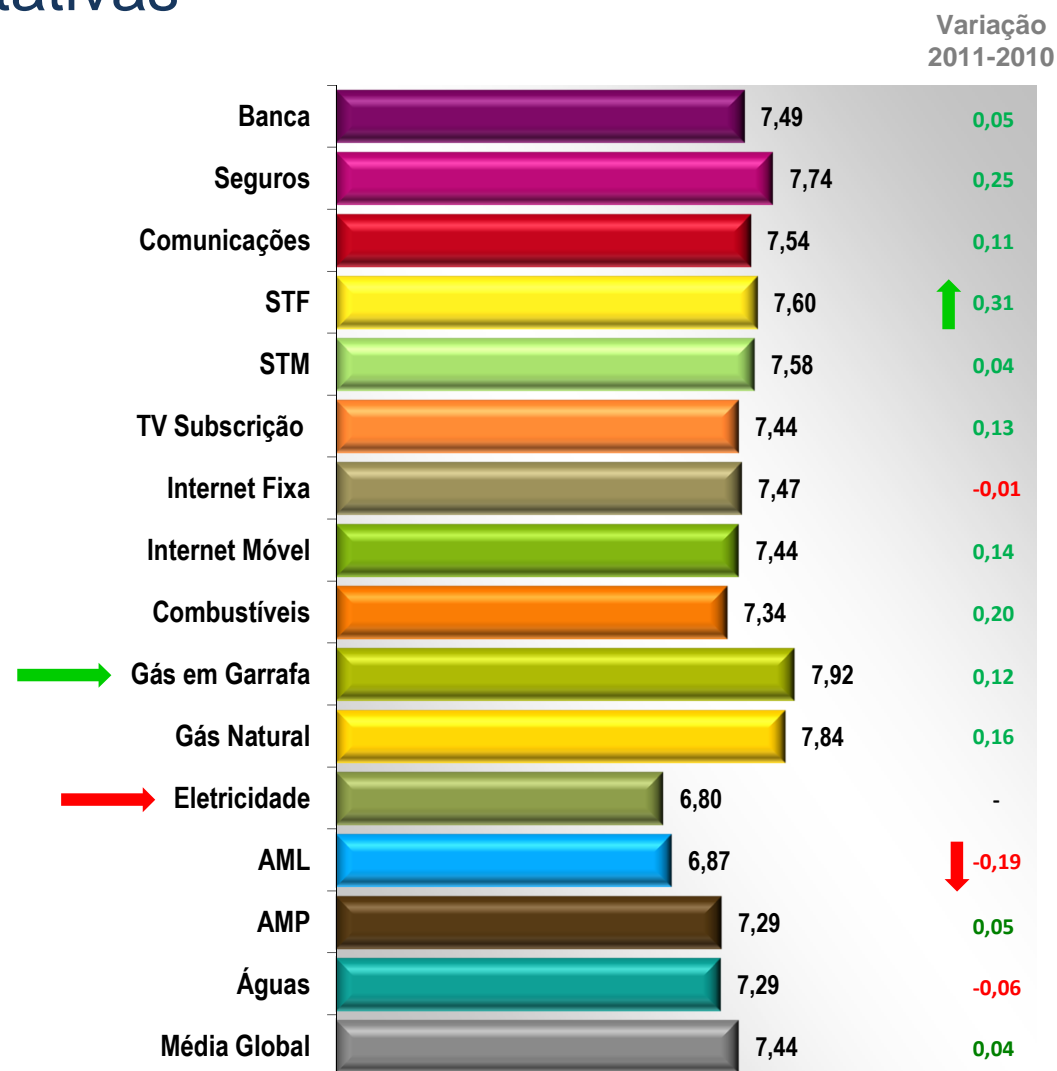
4 Resultados por Variável

Indicadores de Imagem



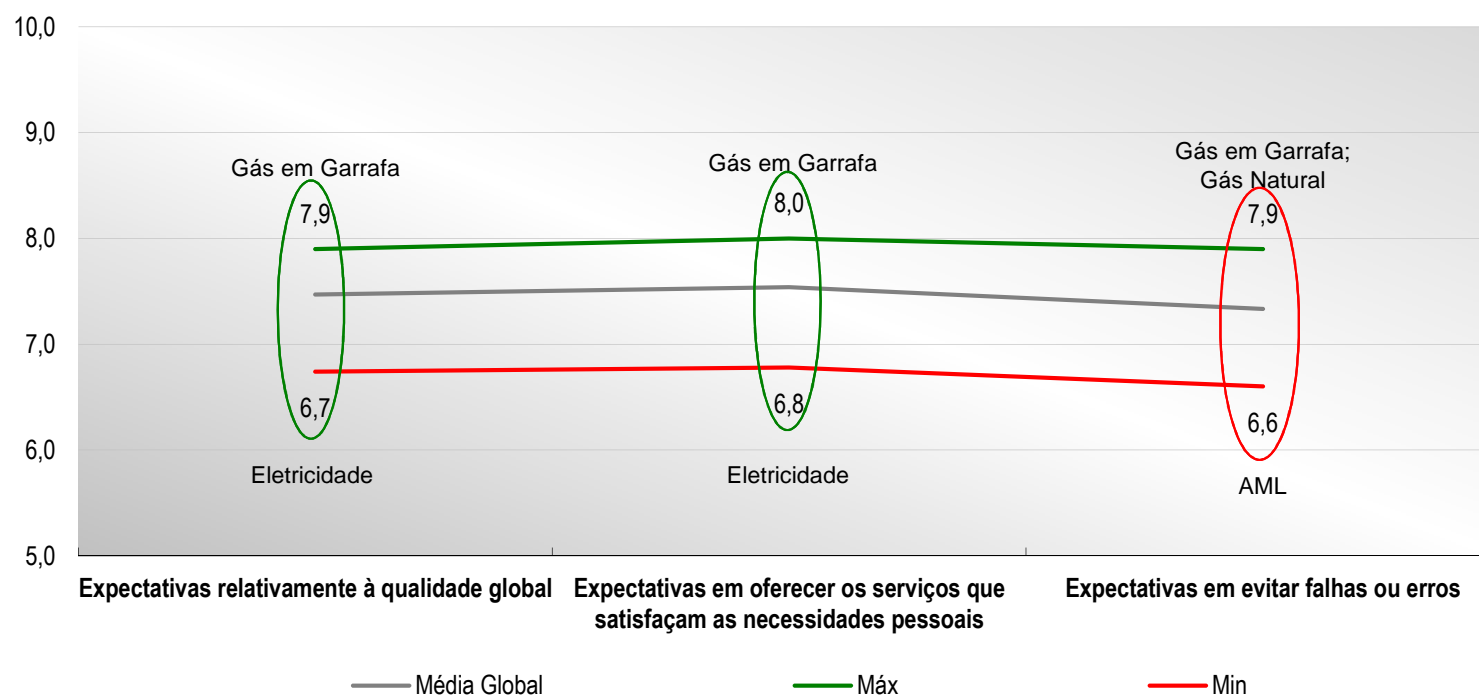
4 Resultados por Variável

Índice de Expectativas



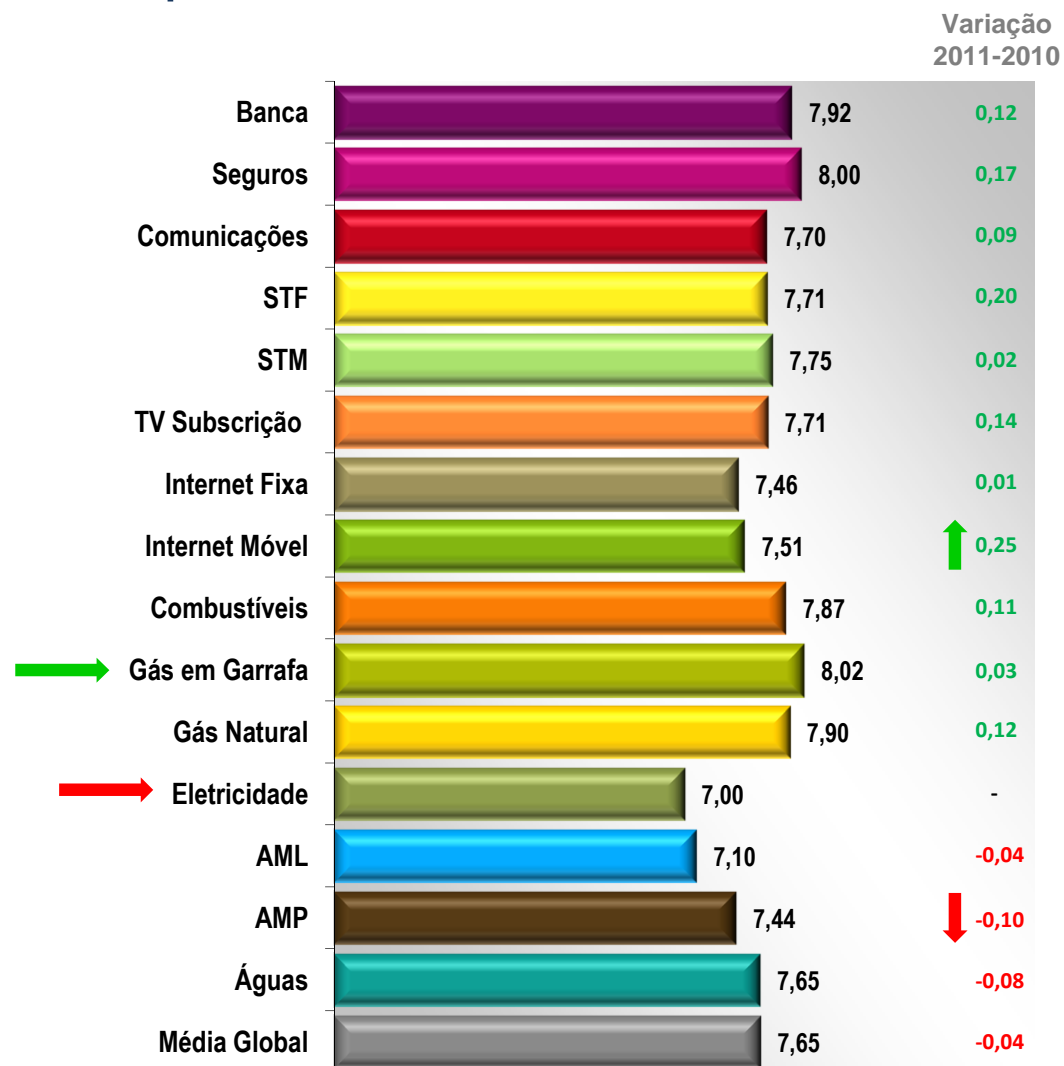
4 Resultados por Variável

Indicadores de Expectativas



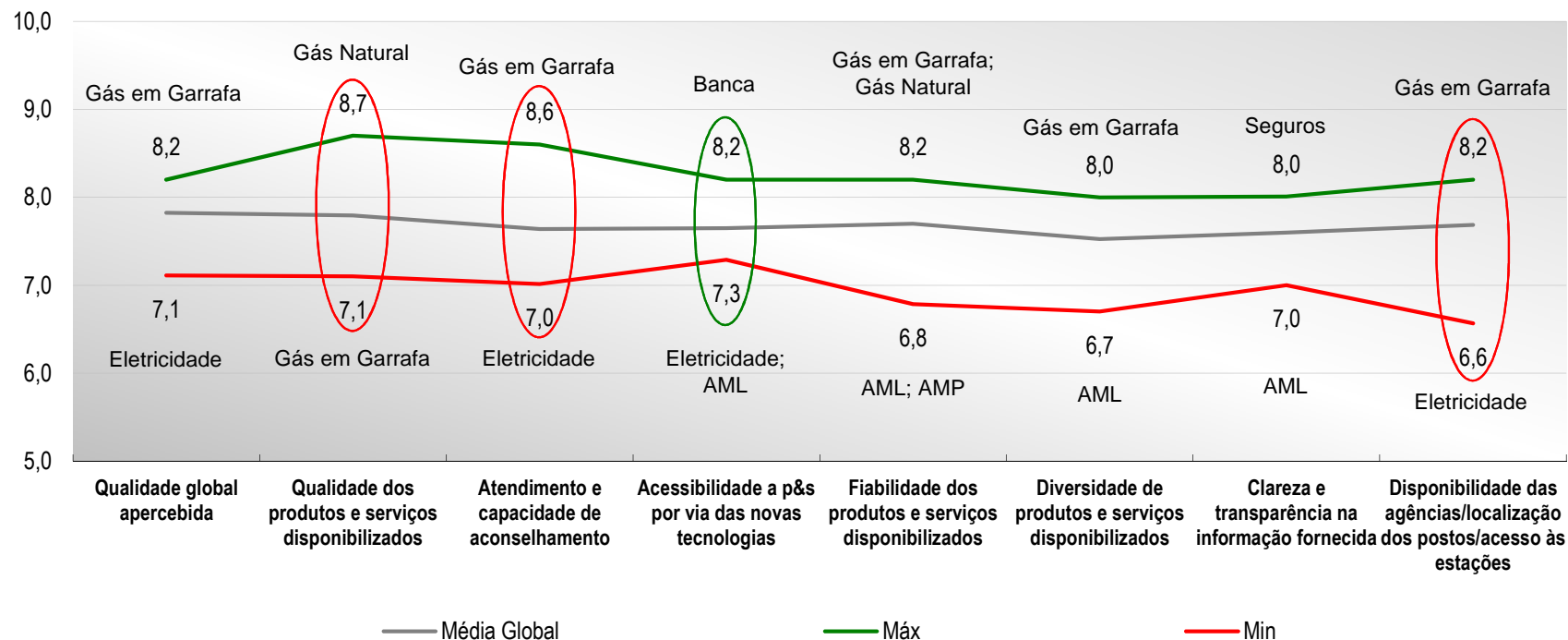
4 Resultados por Variável

Índice de Qualidade Apercebida



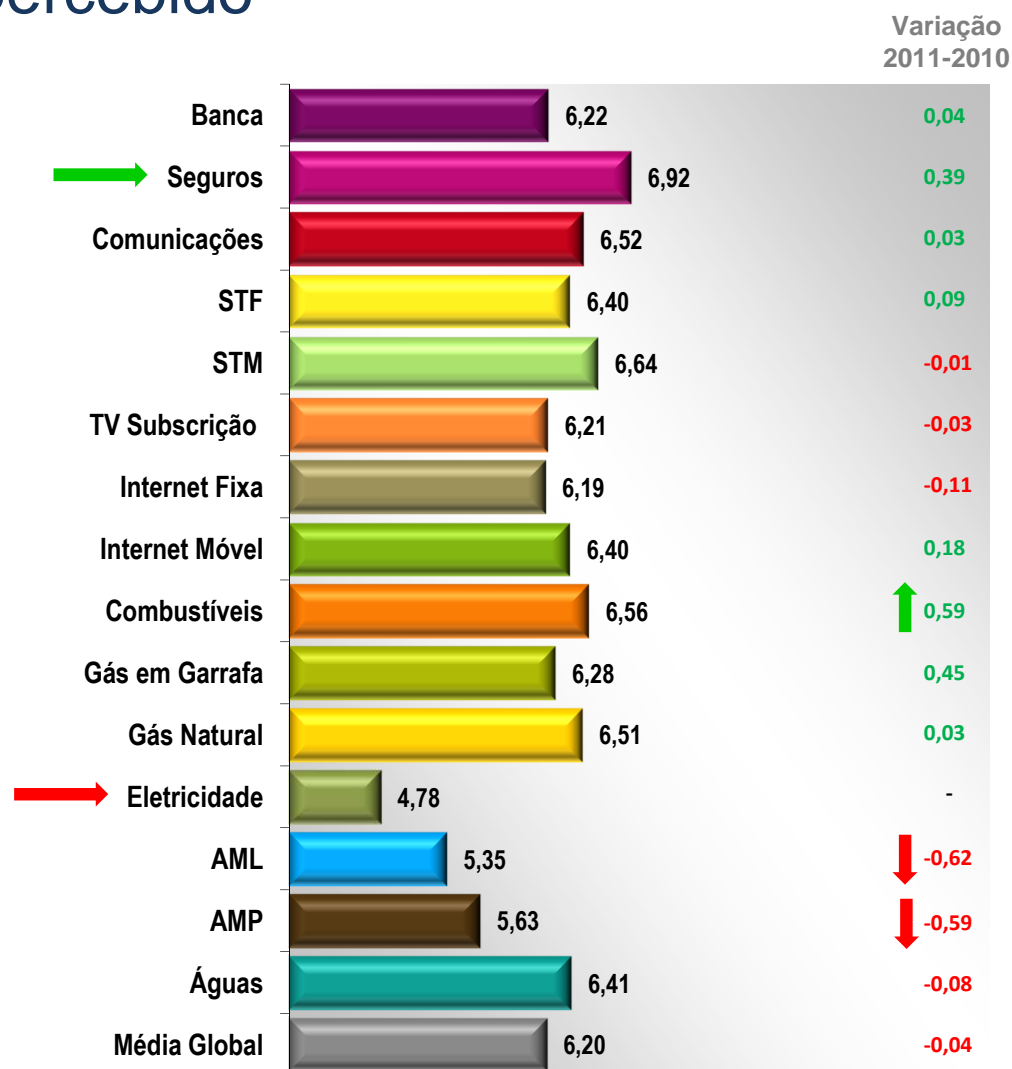
4 Resultados por Variável

Indicadores de Qualidade Apercebida



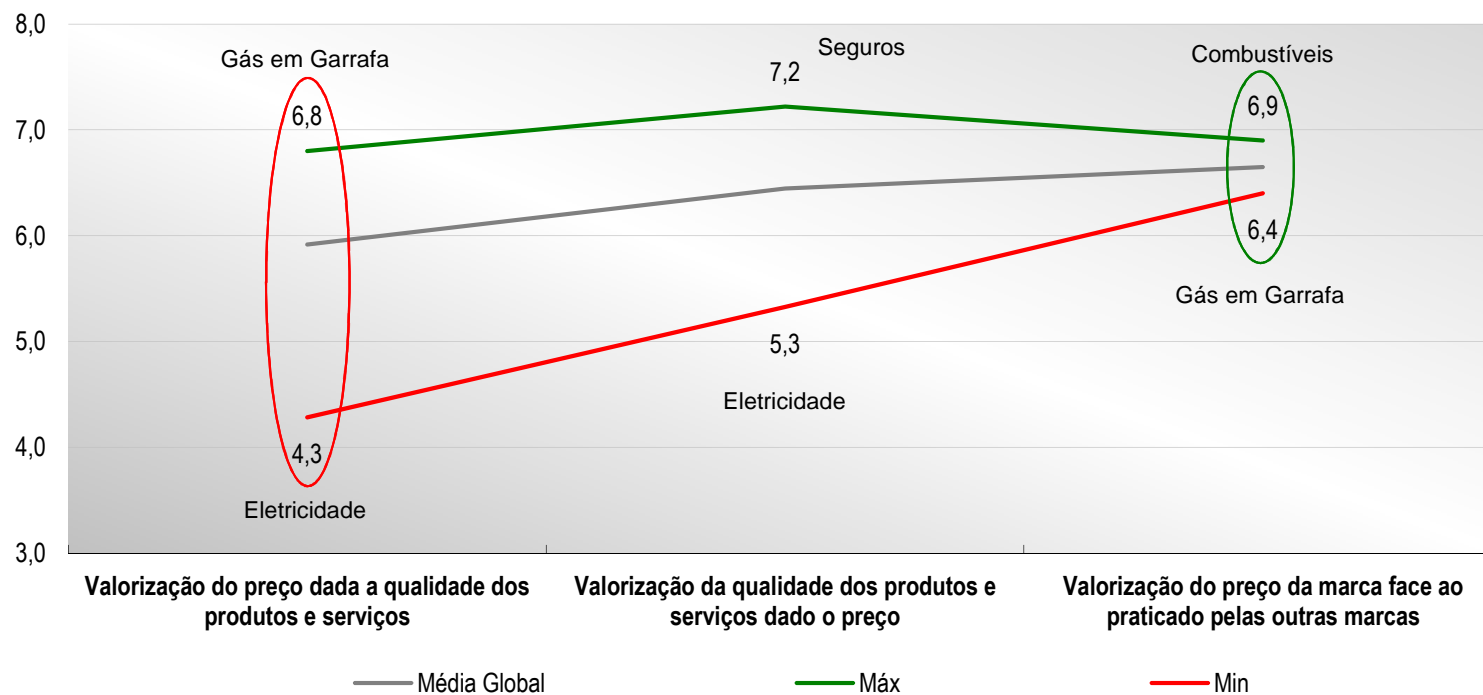
4 Resultados por Variável

Índice de Valor Apercebido



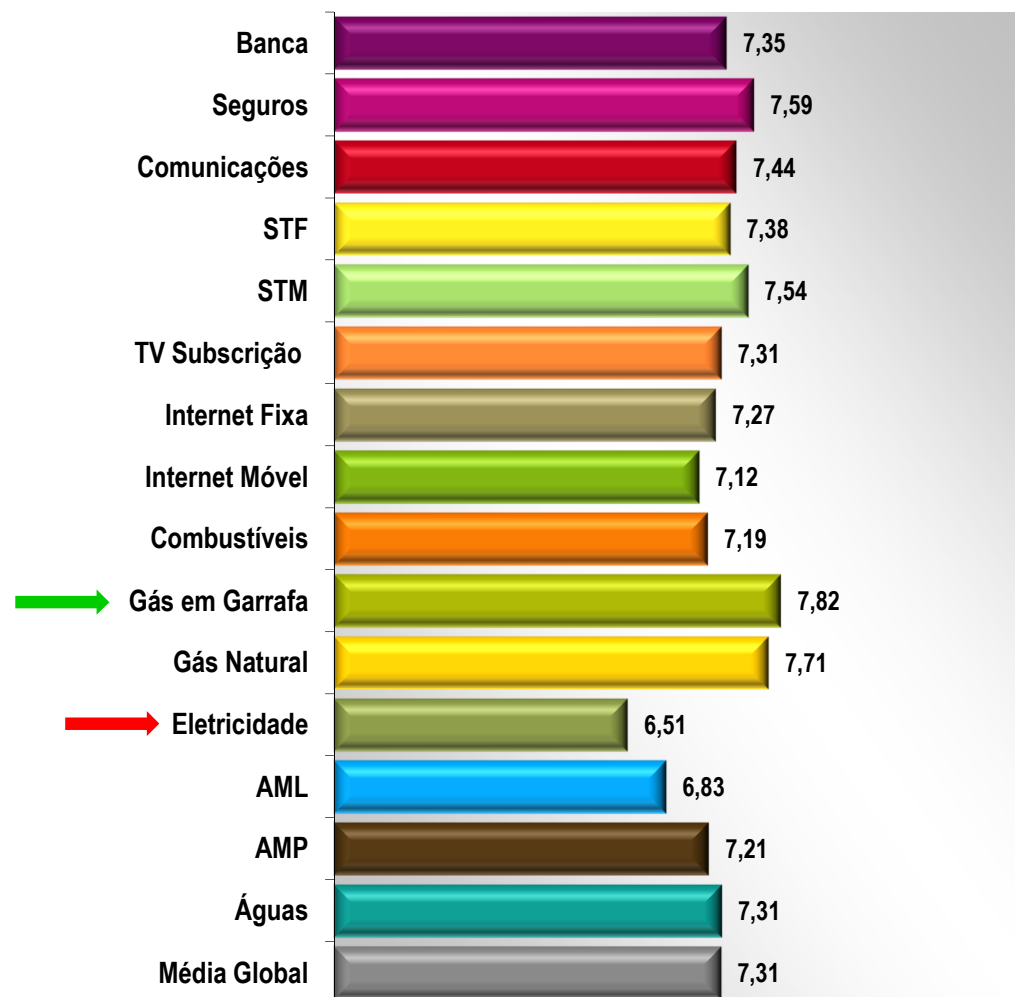
4 Resultados por Variável

Indicadores de Valor Apercebido



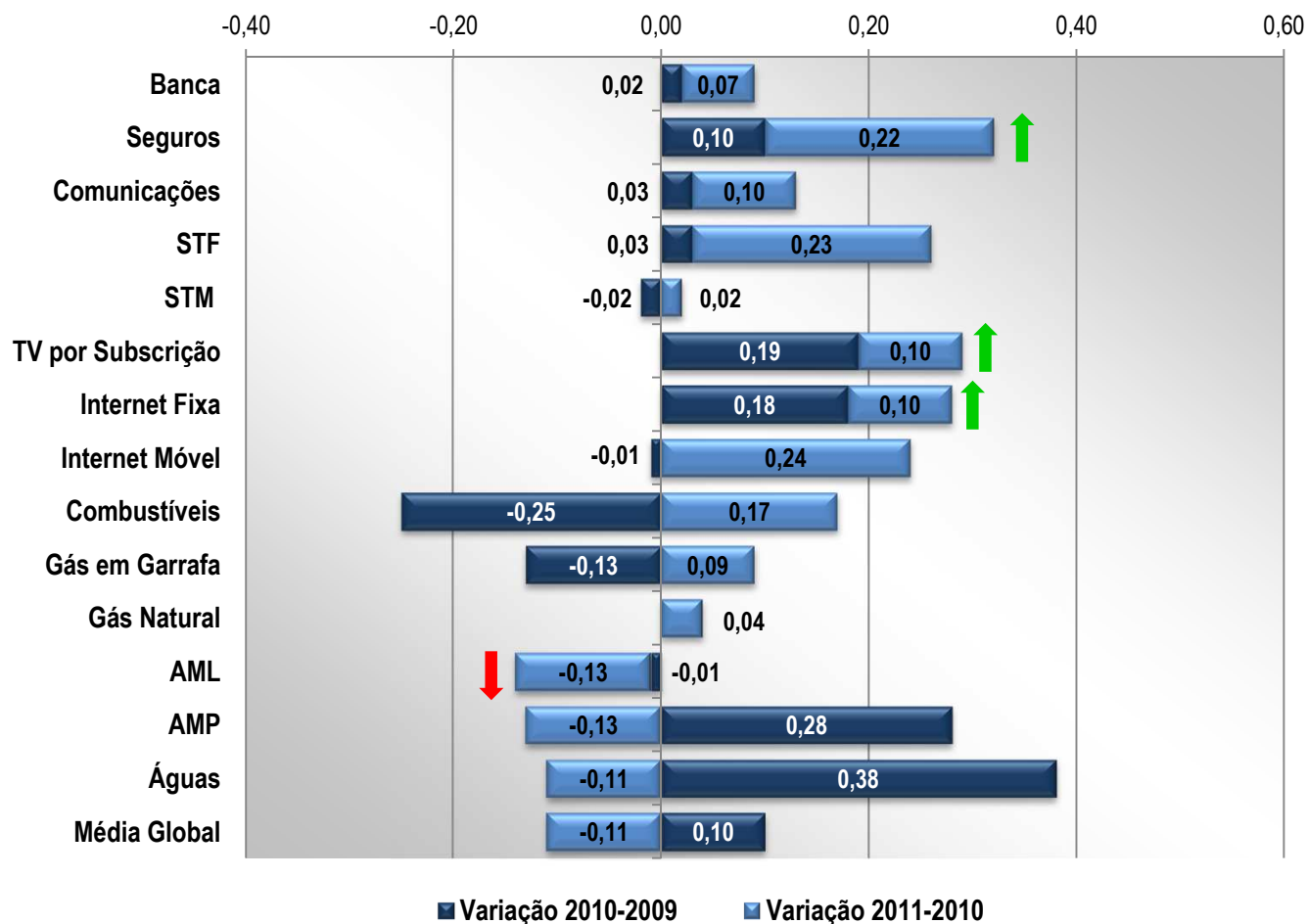
4 Resultados por Variável

Índice de Satisfação



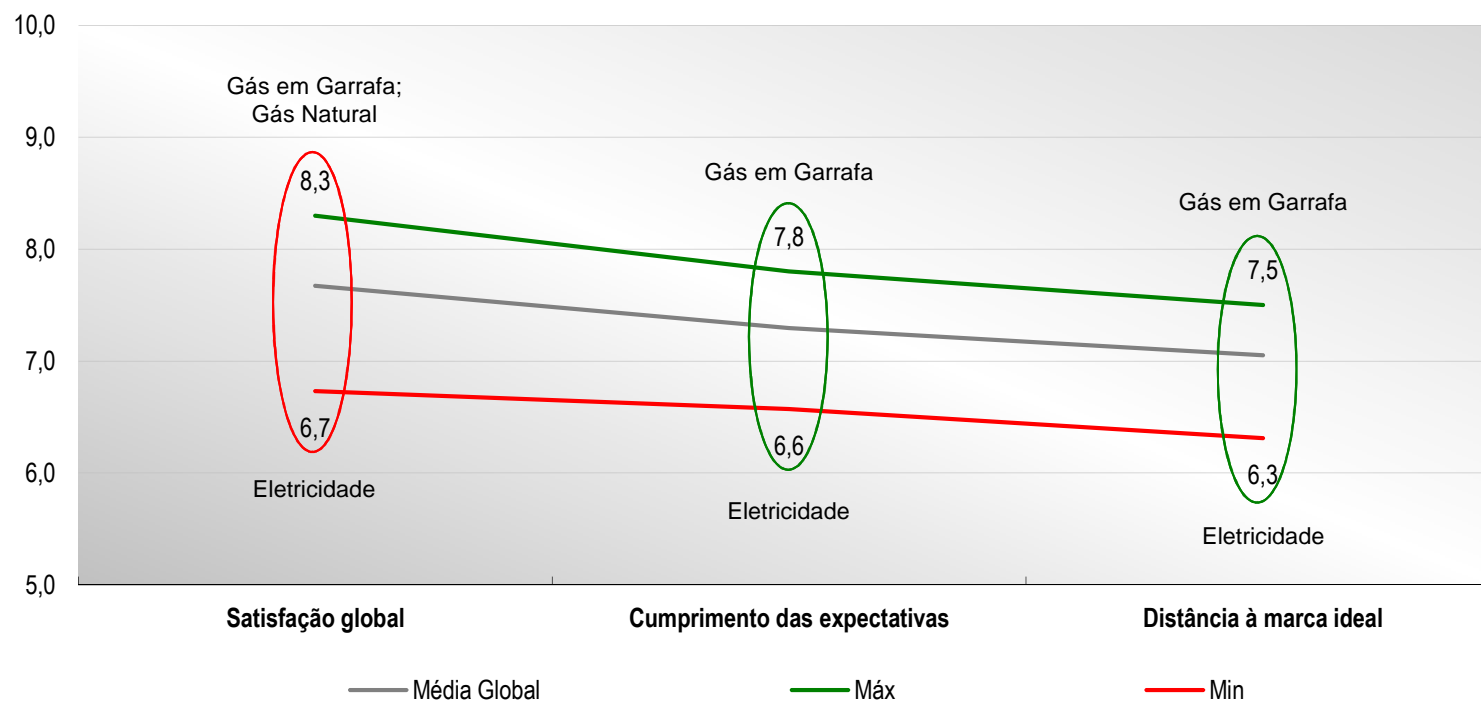
4 Resultados por Variável

Variação dos sectores e subsectores no Índice de Satisfação entre 2009 e 2010 e entre 2010 e 2011



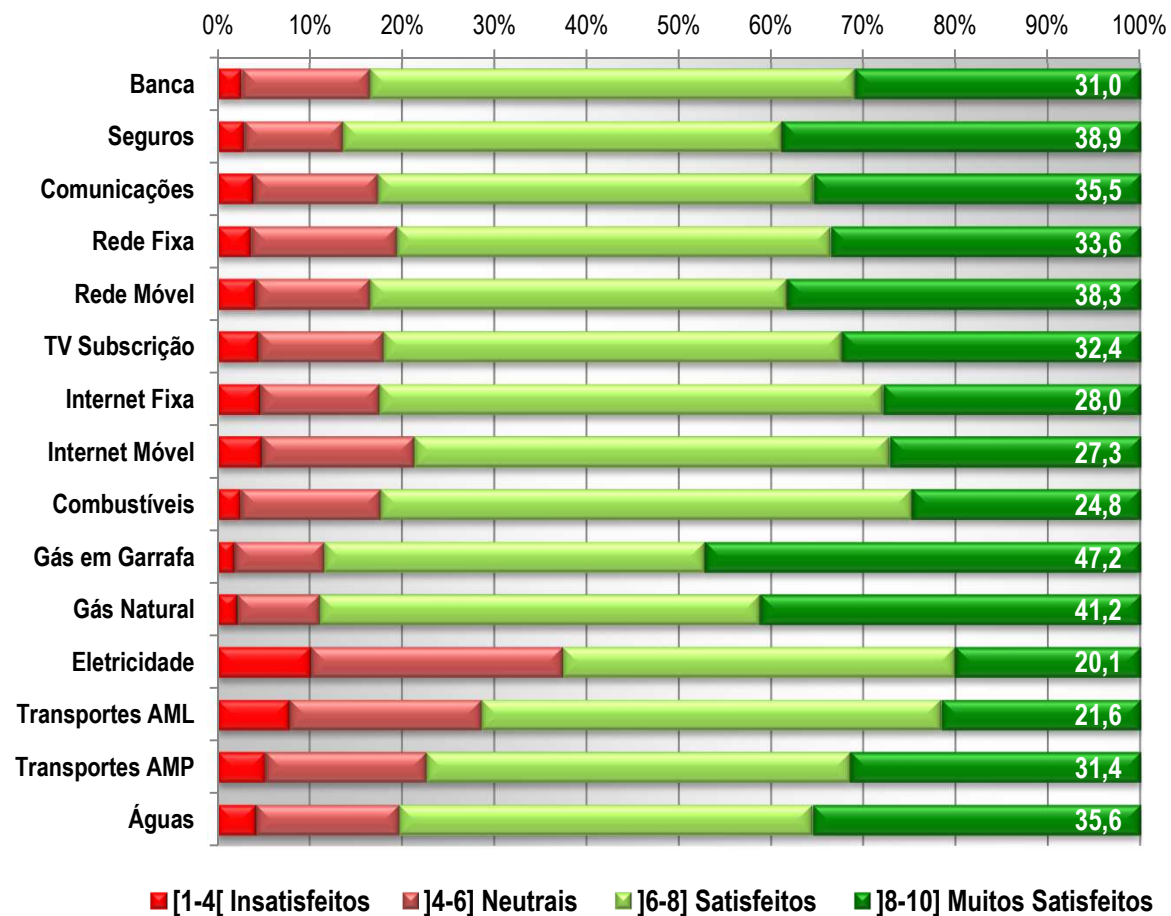
4 Resultados por Variável

Indicadores de Satisfação



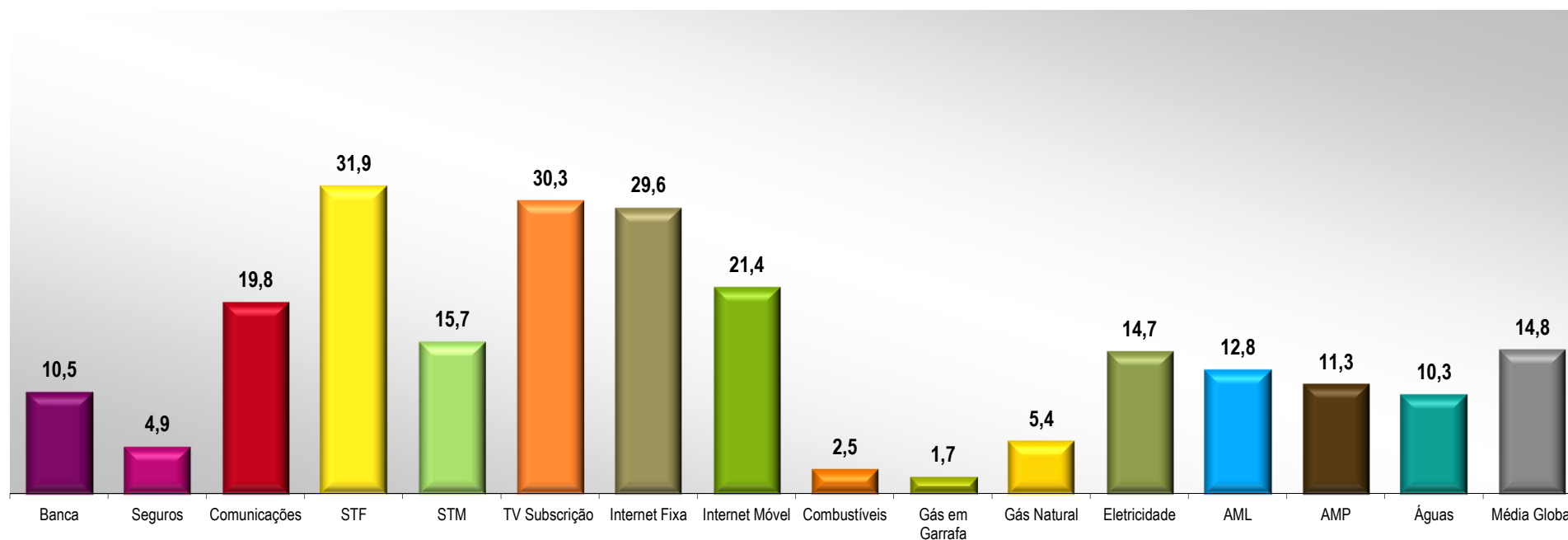
4 Resultados por Variável

Frequências relativas da Satisfação por sector e subsector



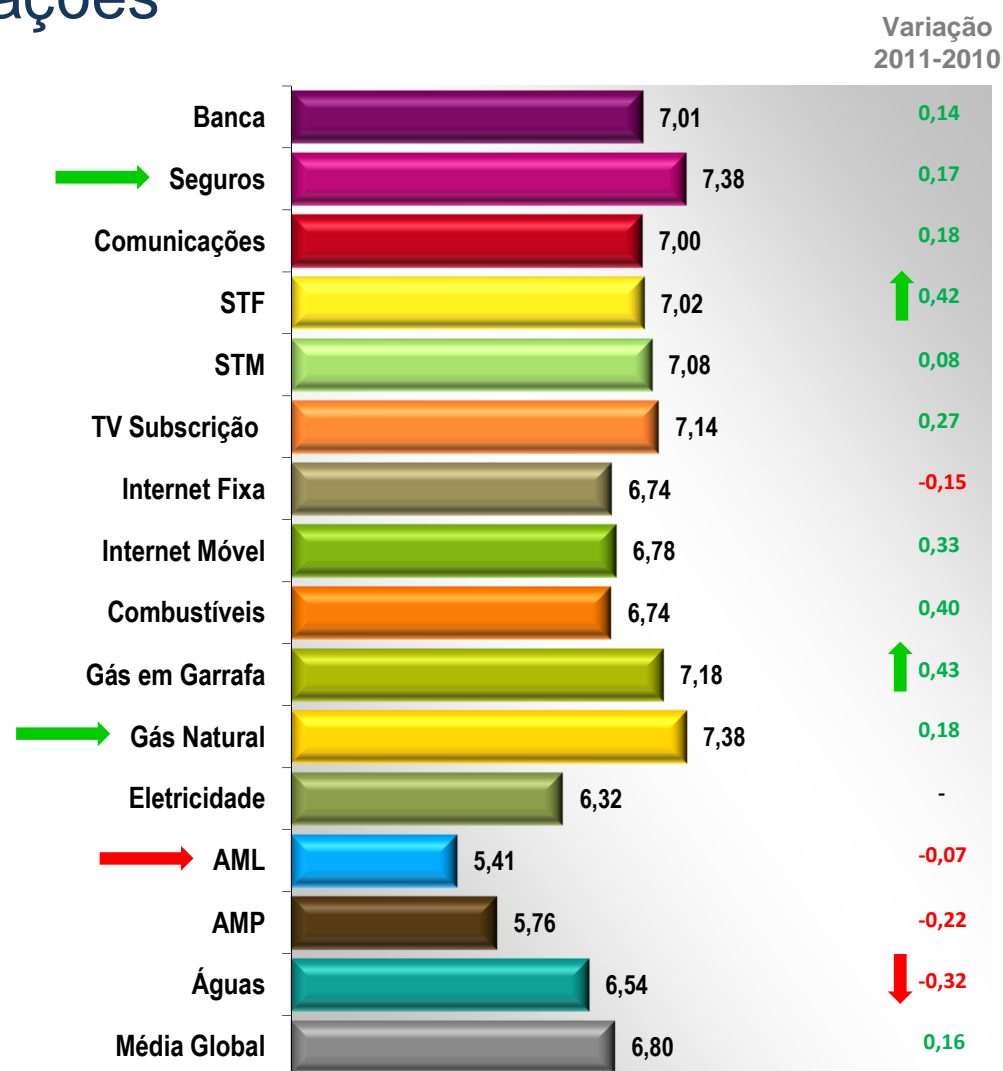
4 Resultados por Variável

Reclamações – Clientes que apresentaram reclamações (em %)



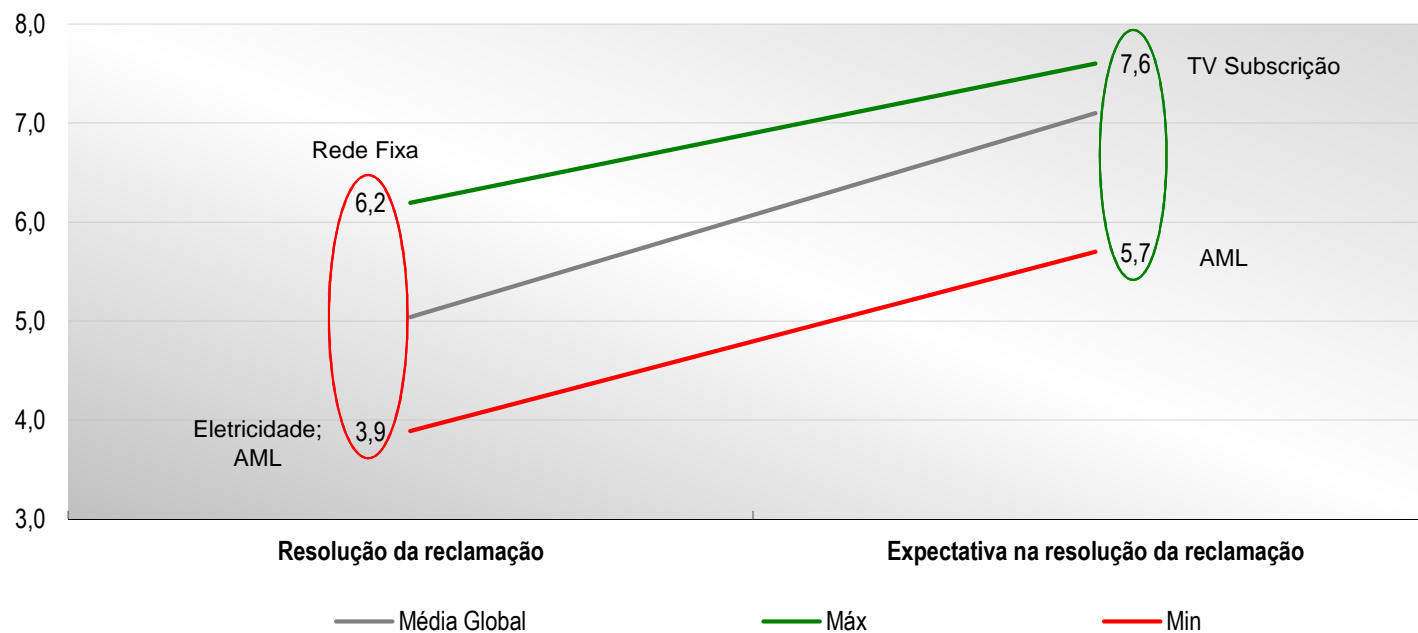
4 Resultados por Variável

Índice de Reclamações



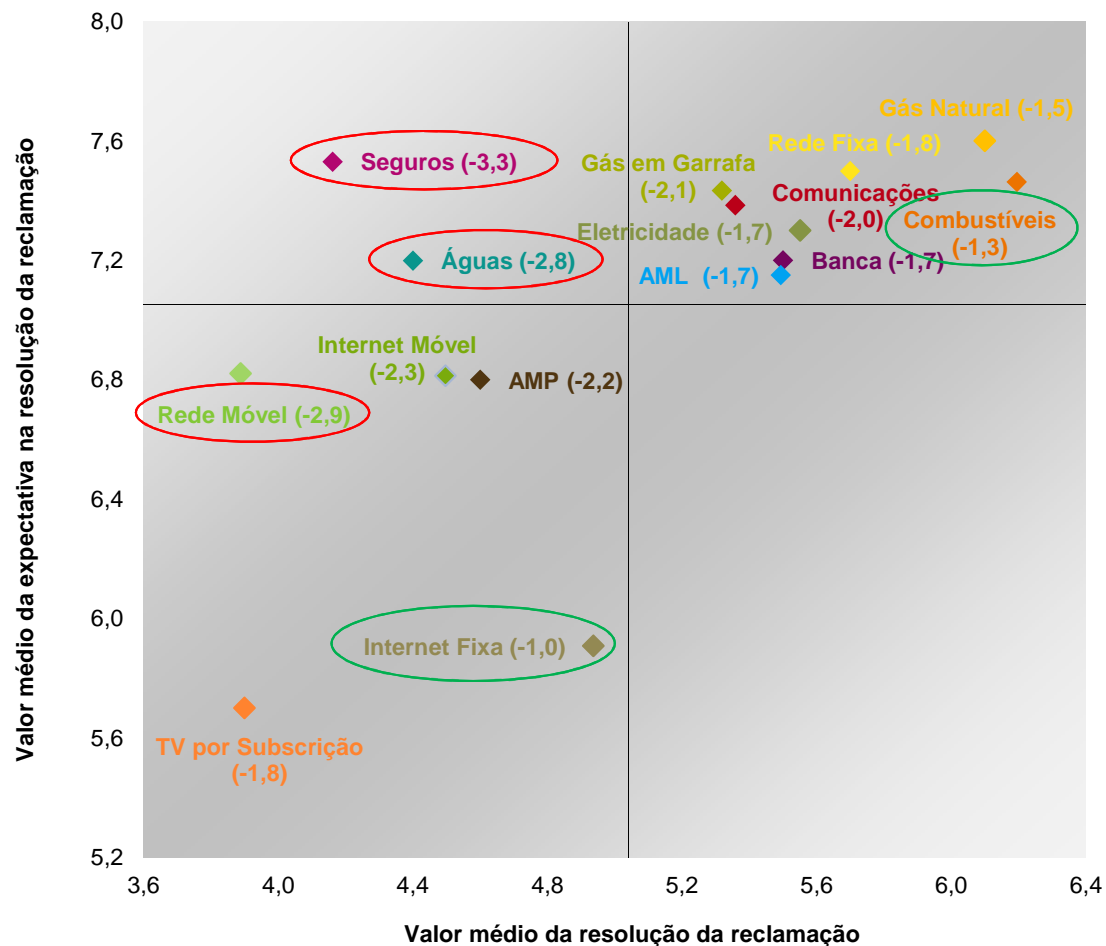
4 Resultados por Variável

Indicadores de Reclamações



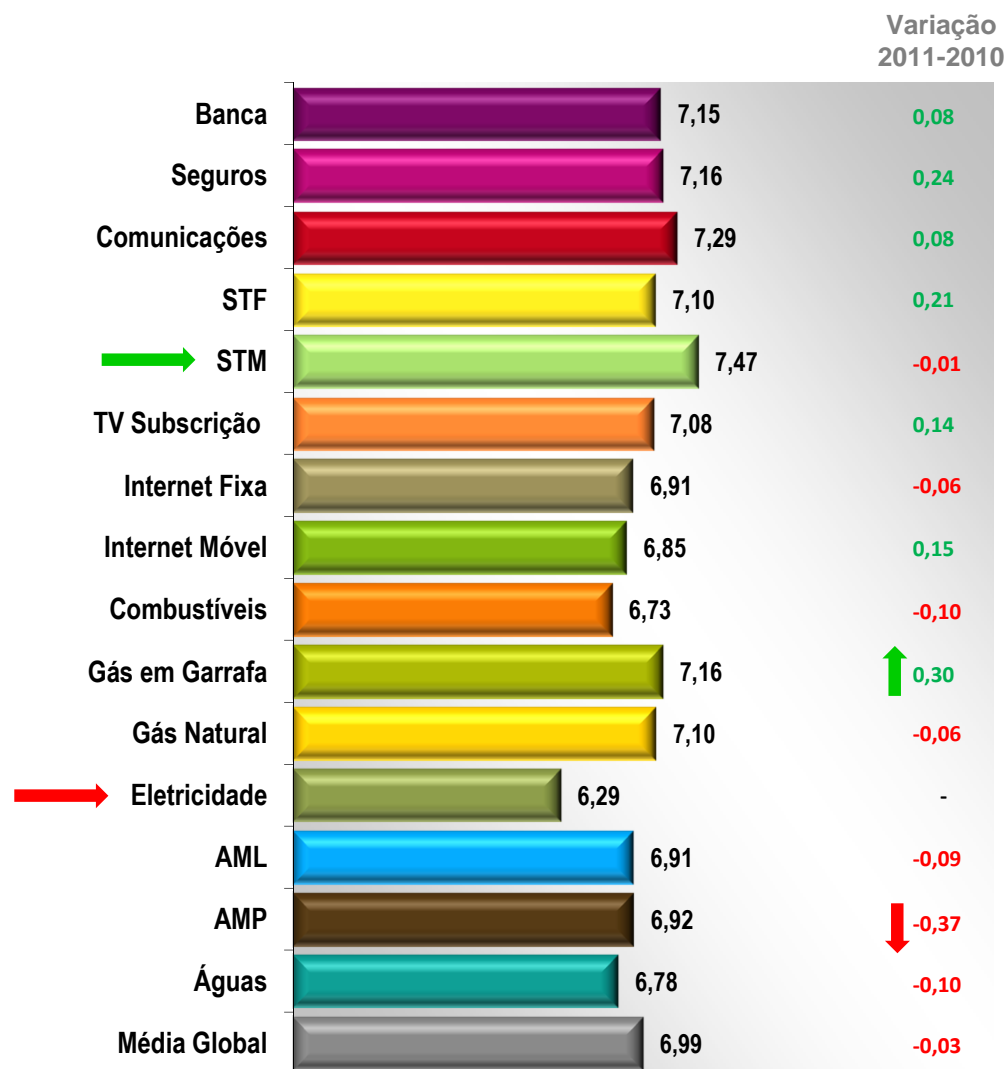
4 Resultados por Variável

Mapa perceptual - Indicadores de Reclamações



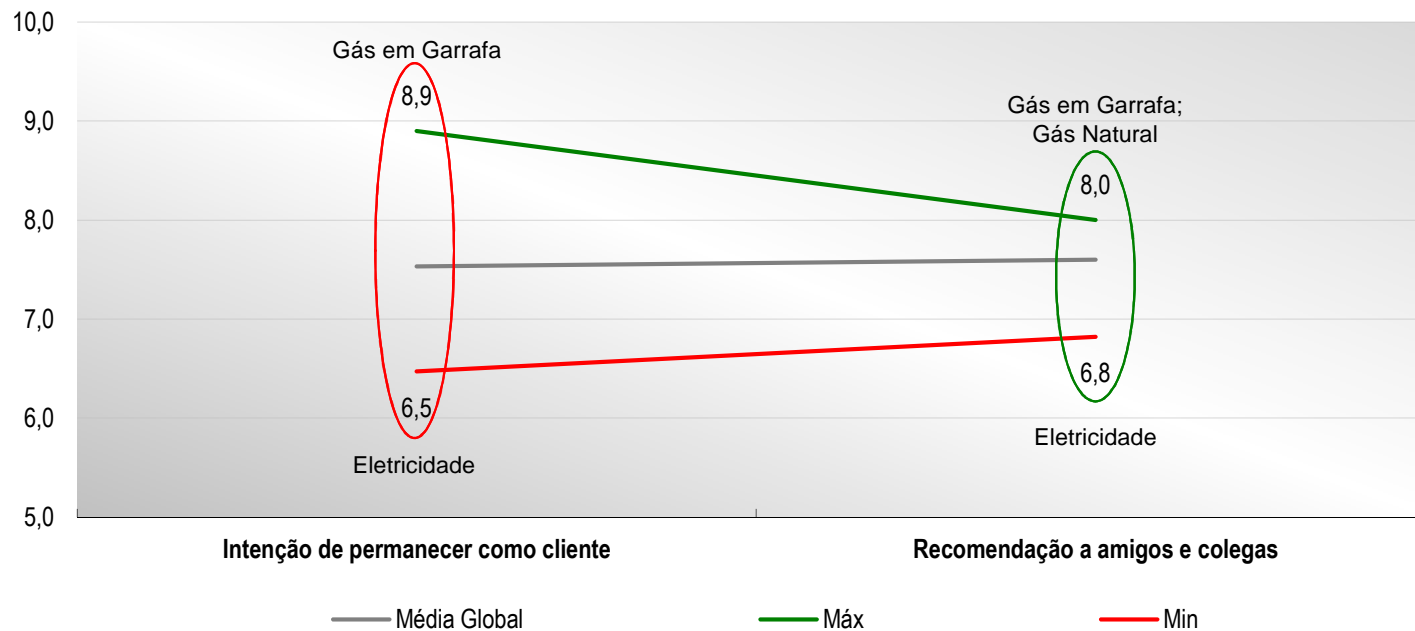
4 Resultados por Variável

Índice de Lealdade



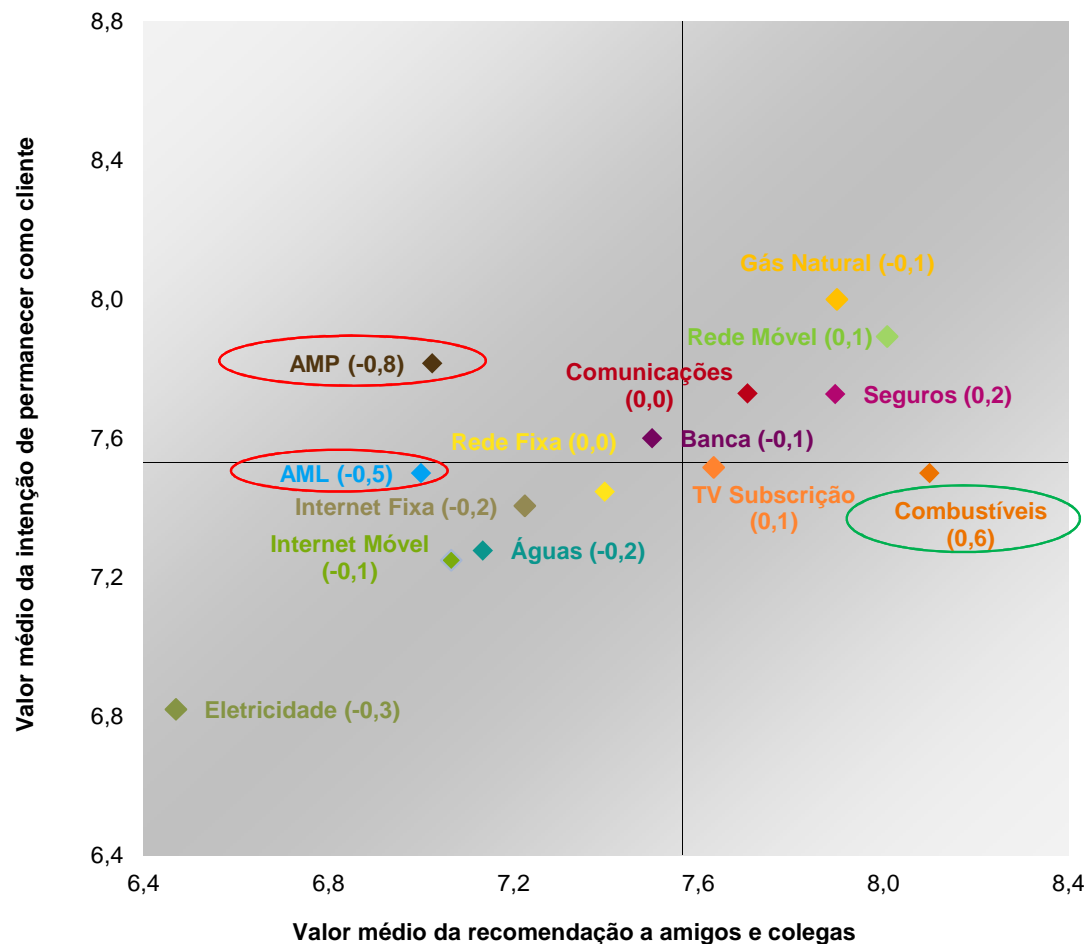
4 Resultados por Variável

Indicadores de Lealdade



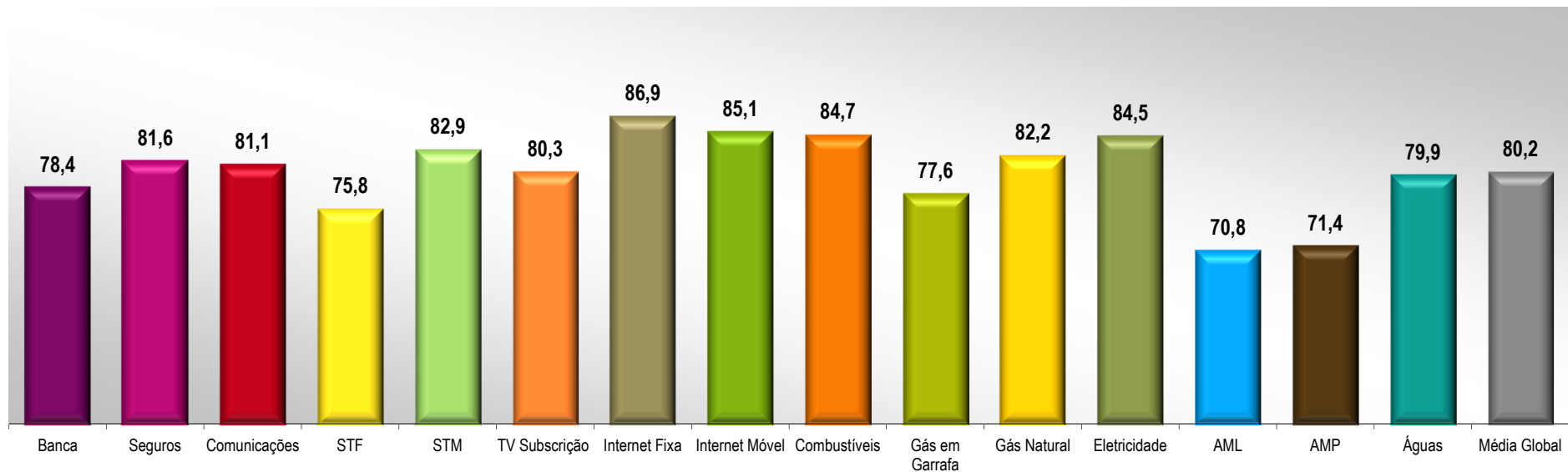
4 Resultados por Variável

Mapa Percetual - Indicadores de Lealdade



4 Resultados por Variável

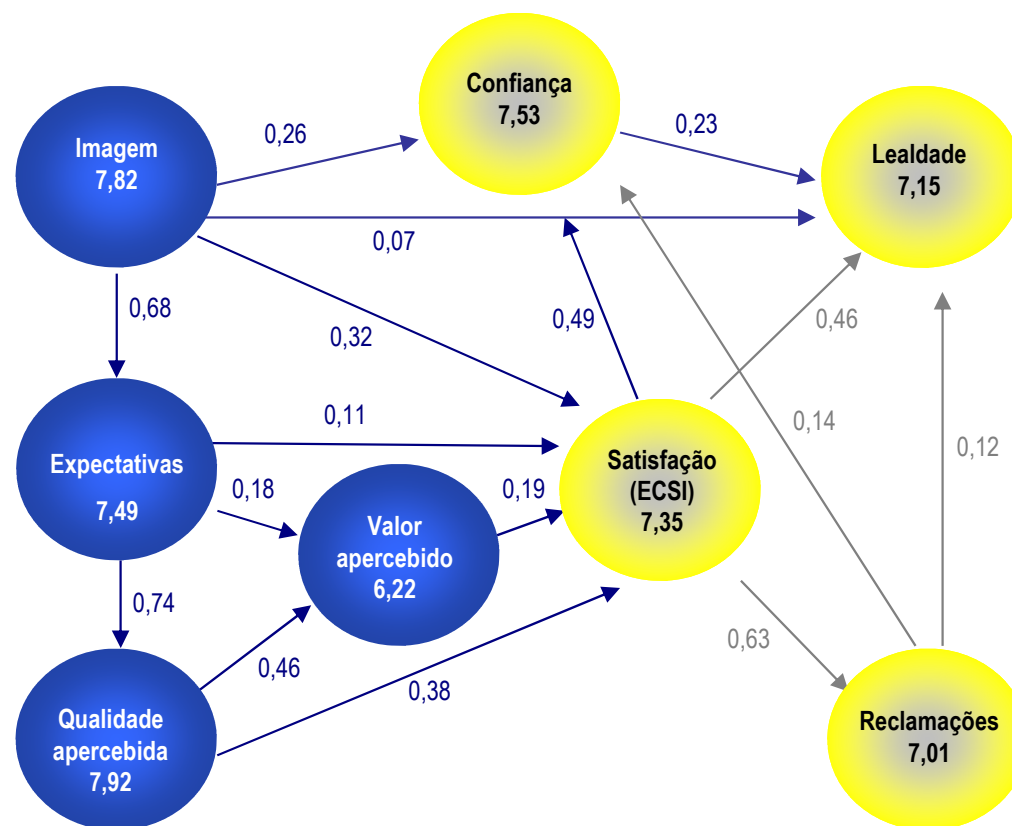
Lealdade – Sensibilidade ao preço (em %)



Resultados por Sector

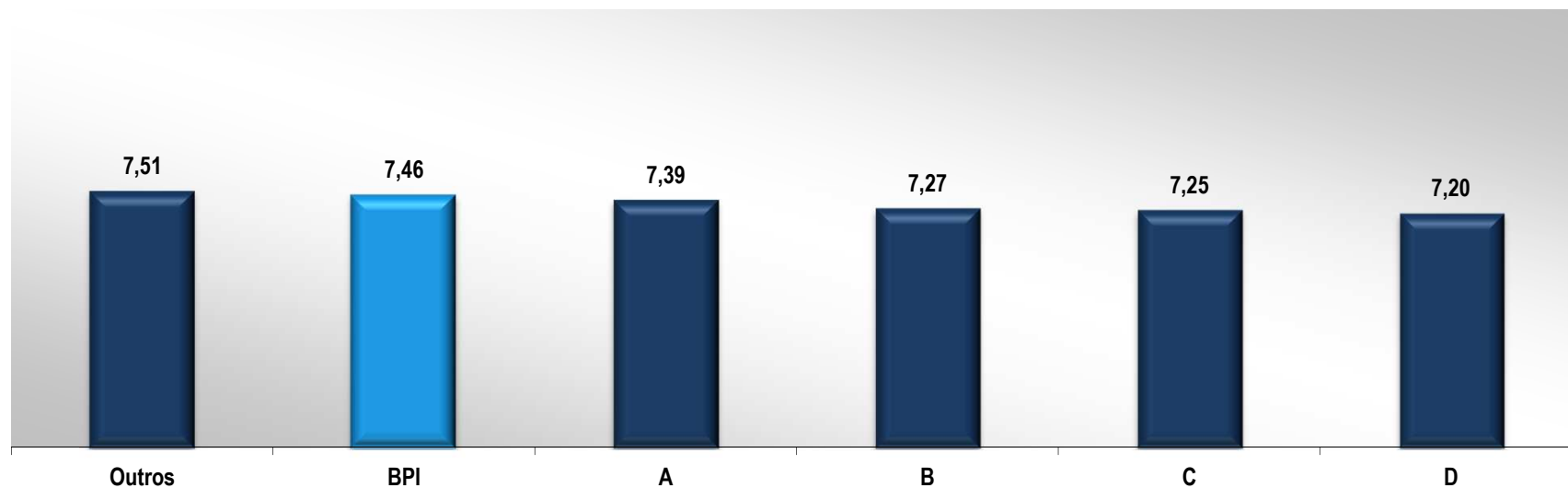
5 Resultados por Sector

Sector da Banca



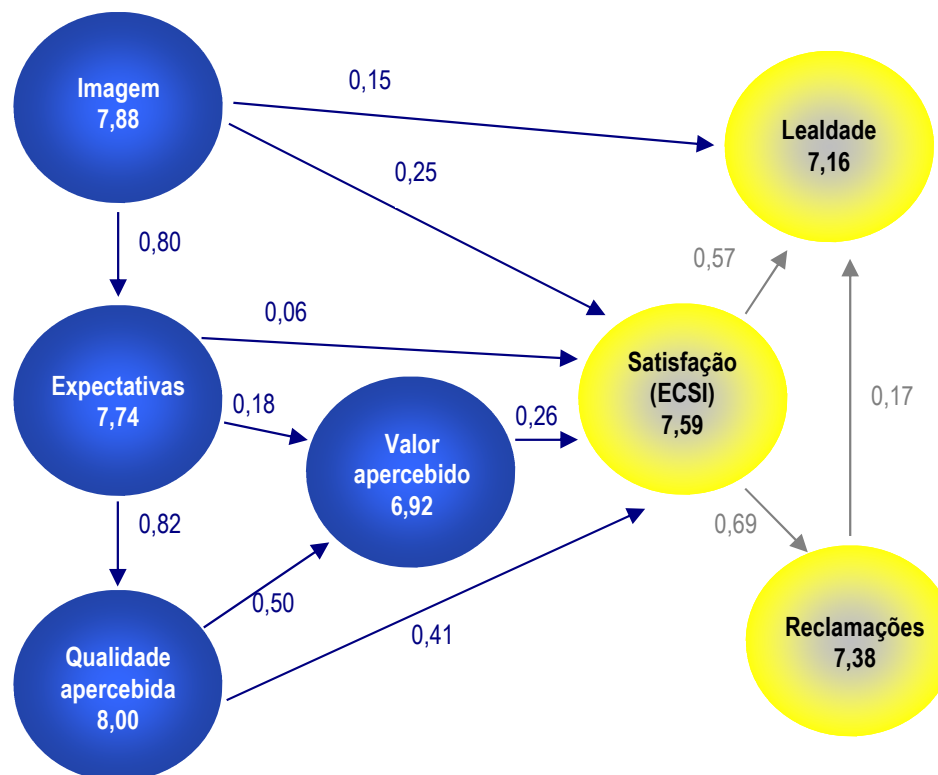
5 Resultados por Sector

Sector da Banca - Ranking da Satisfação em 2011



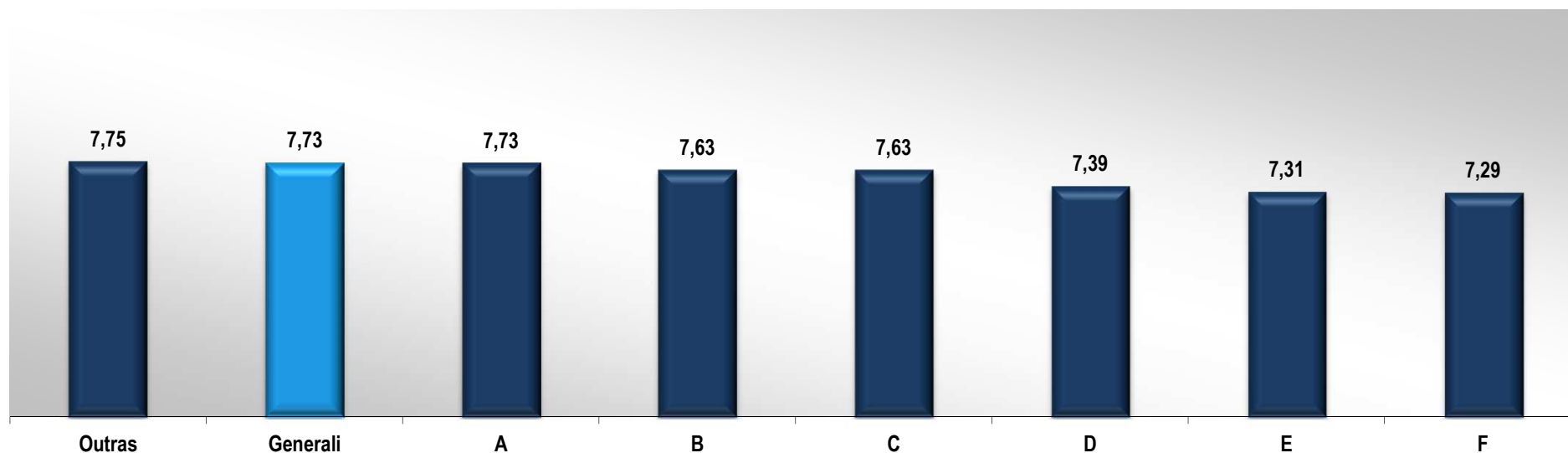
5 Resultados por Sector

Sector dos Seguros



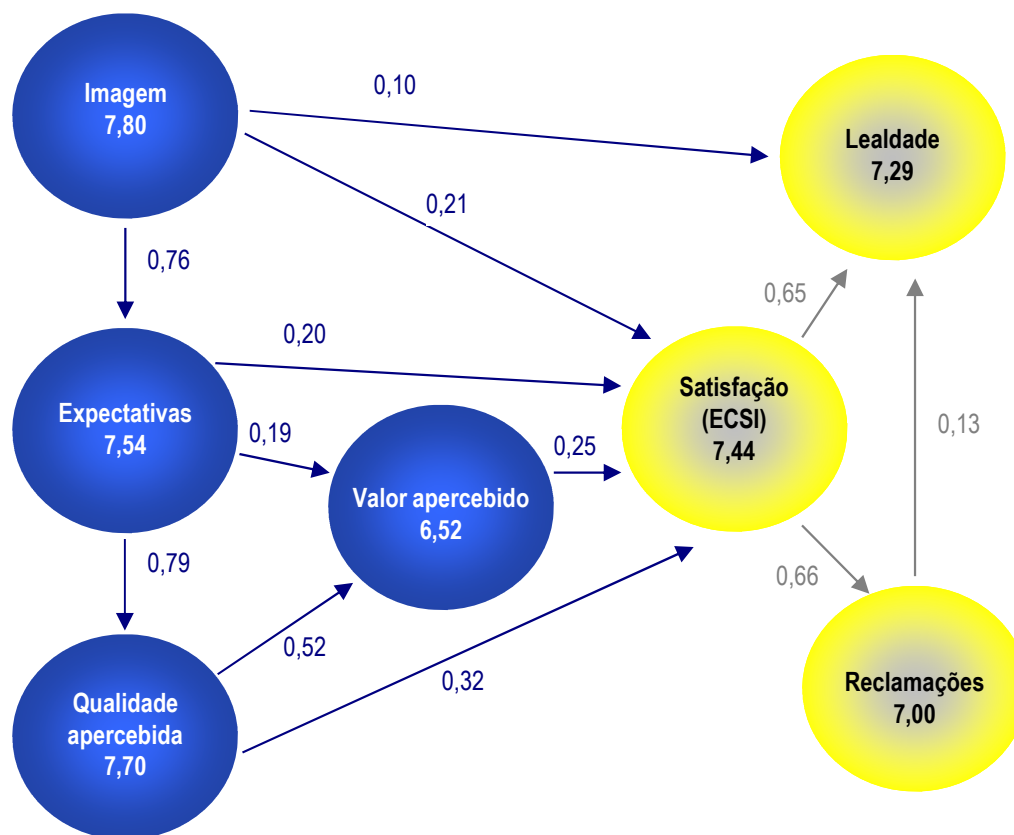
5 Resultados por Sector

Sector dos Seguros - Ranking da Satisfação em 2011



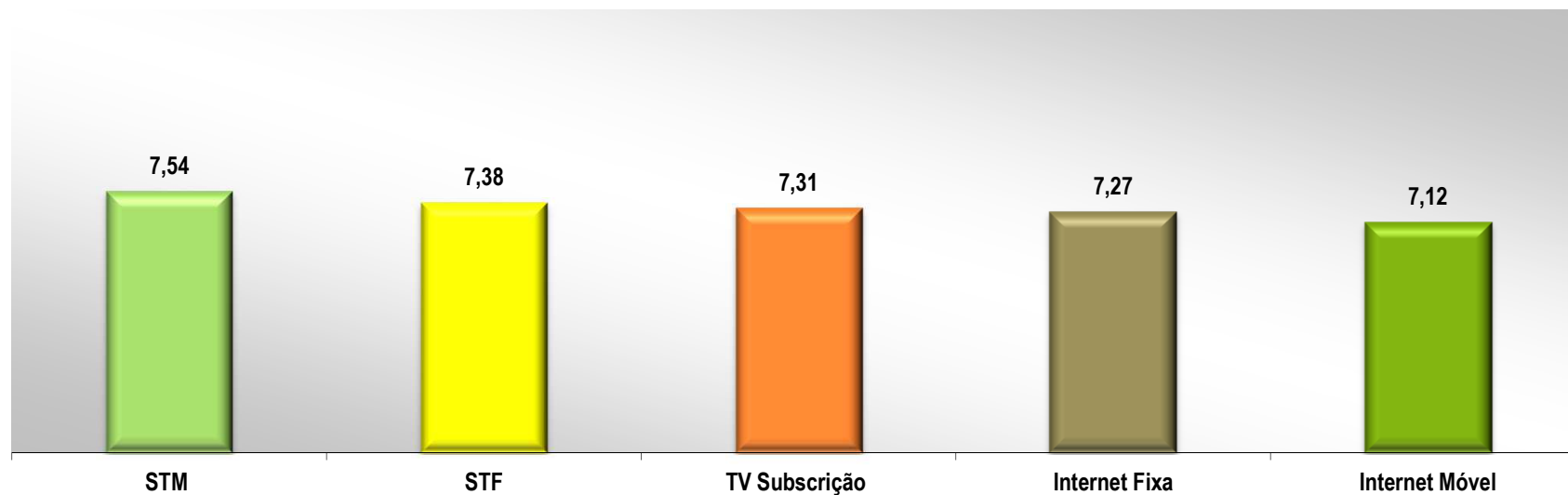
5 Resultados por Sector

Sector das Comunicações



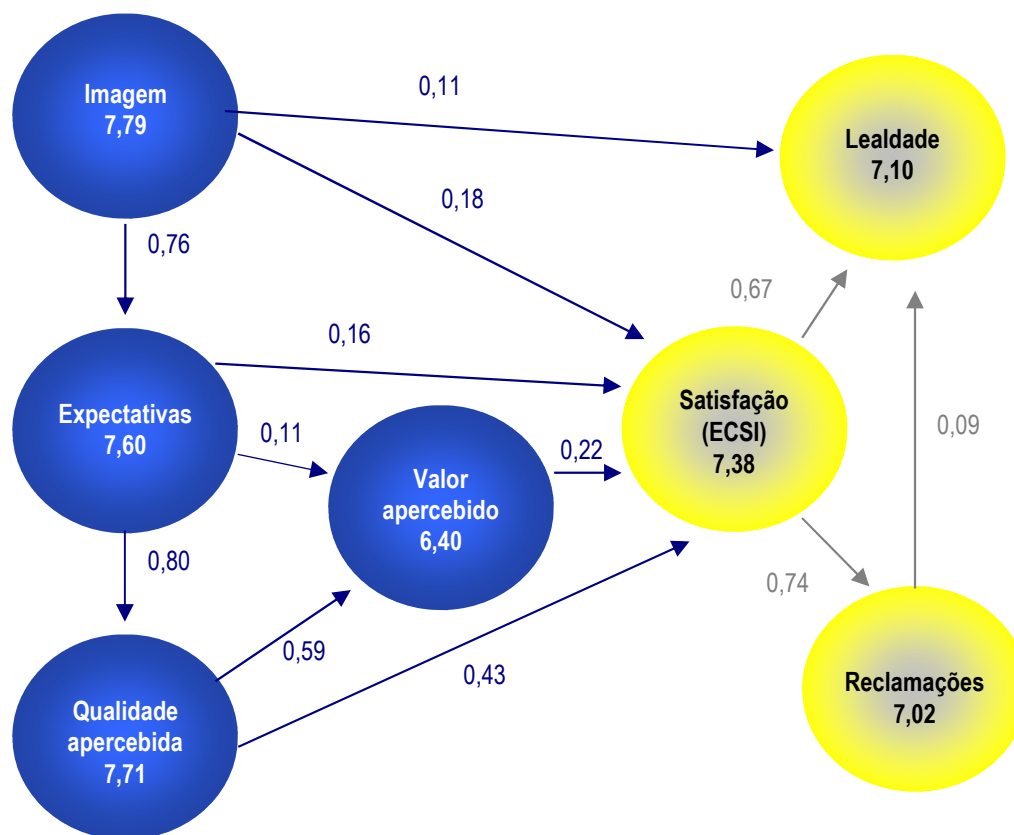
5 Resultados por Sector

Sector das Comunicações - Ranking da Satisfação em 2011



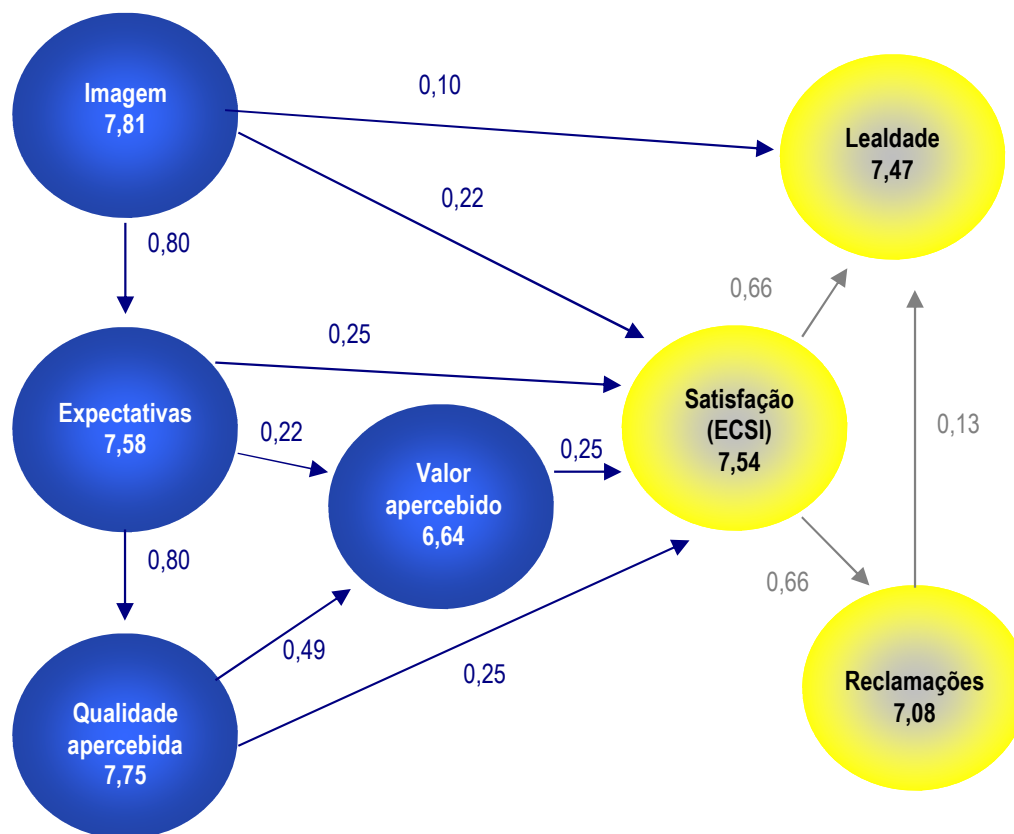
5 Resultados por Sector

Subsector das Telecomunicações Fixas (STF)



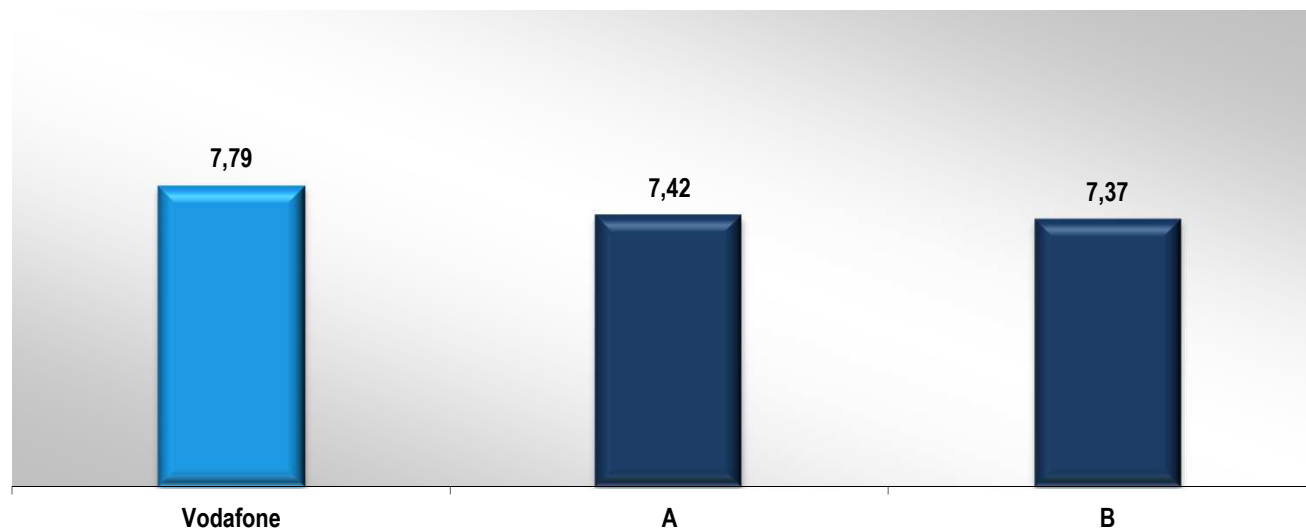
5 Resultados por Sector

Subsector das Telecomunicações Móveis (STM)



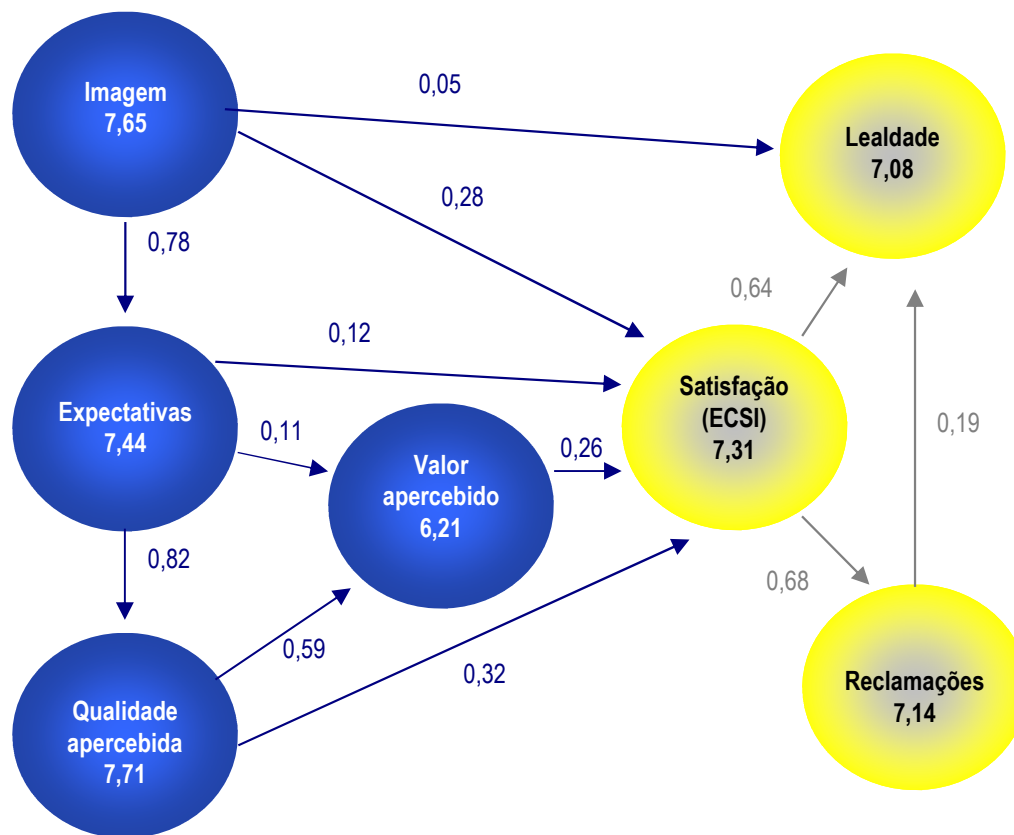
5 Resultados por Sector

Subsector das Telecomunicações Móveis - Ranking da Satisfação em 2011



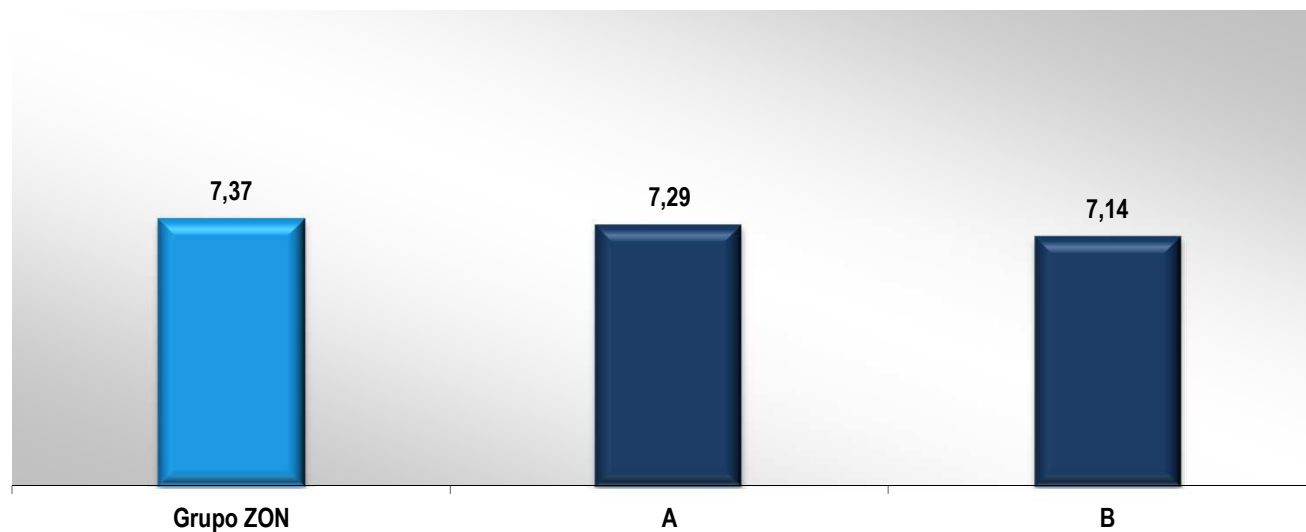
5 Resultados por Sector

Subsector da Televisão por Subscrição



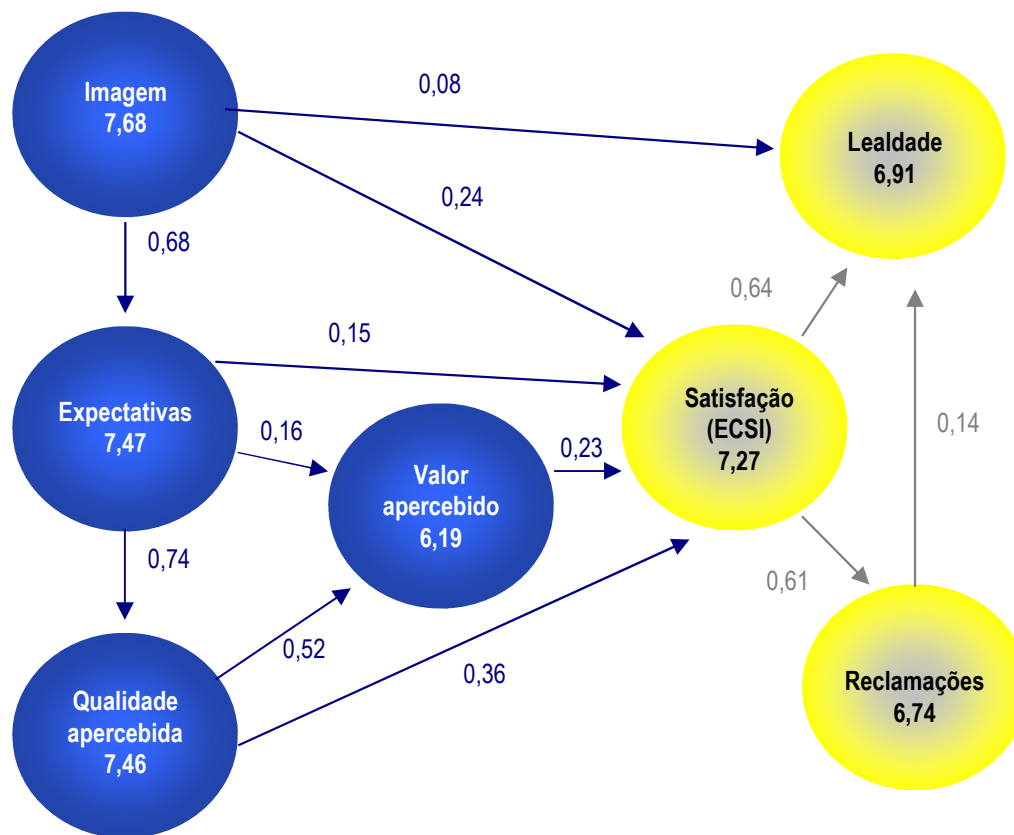
5 Resultados por Sector

Subsector da Televisão por Subscrição - Ranking da Satisfação em 2011



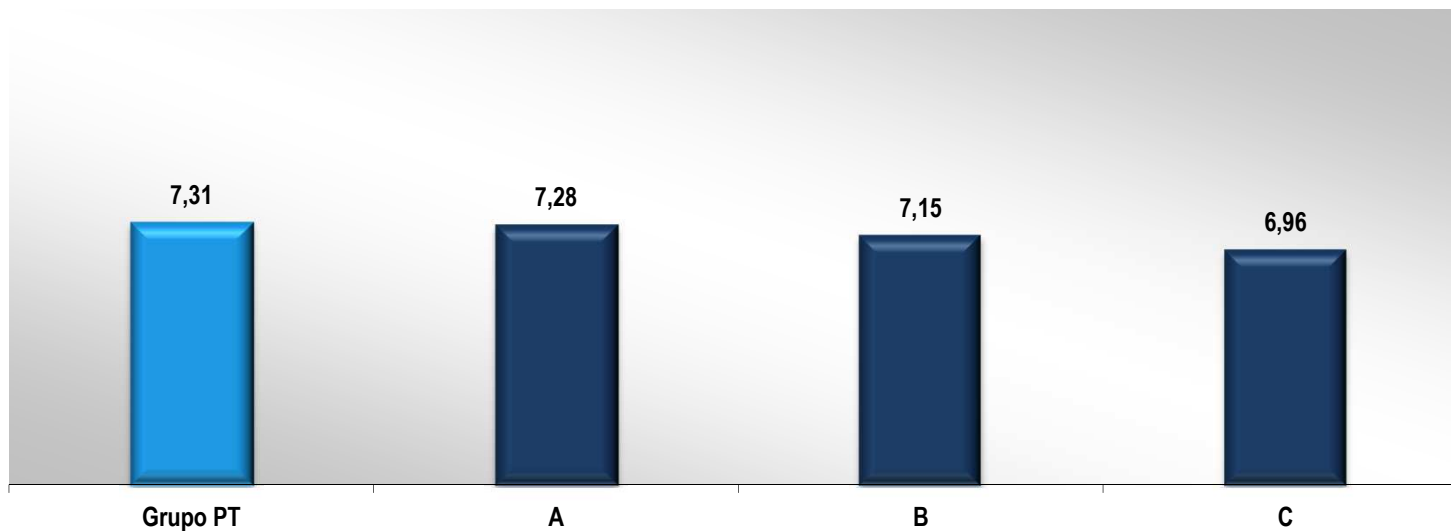
5 Resultados por Sector

Subsector da Internet Fixa



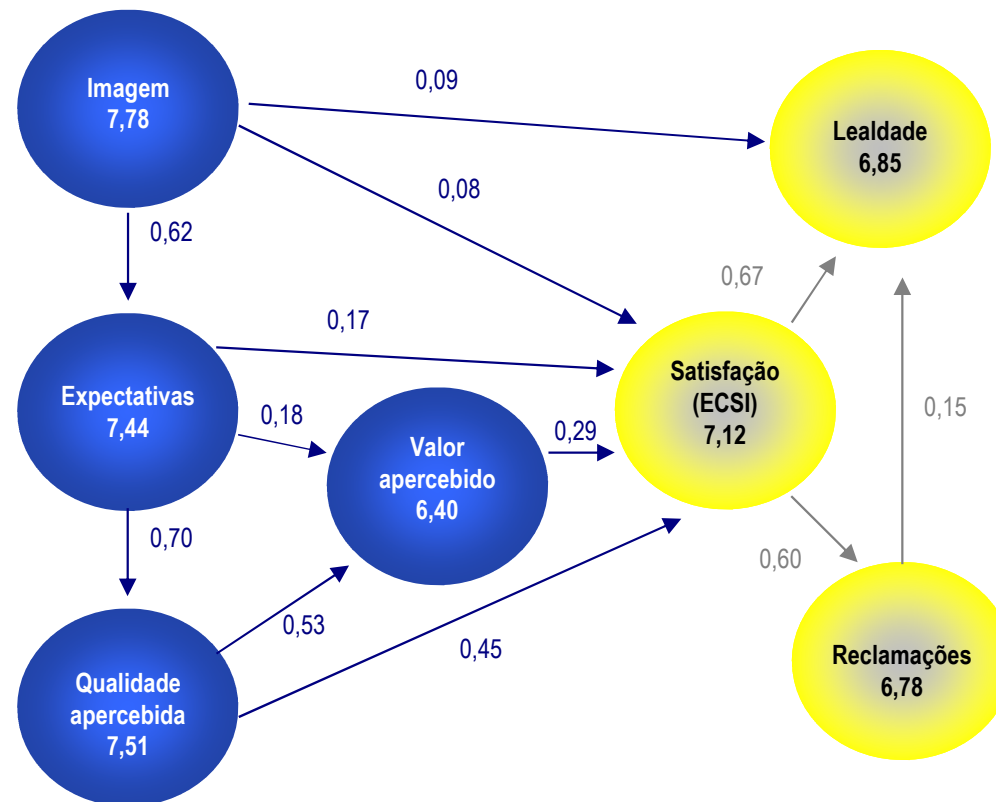
5 Resultados por Sector

Subsector da Internet Fixa - Ranking da Satisfação em 2011



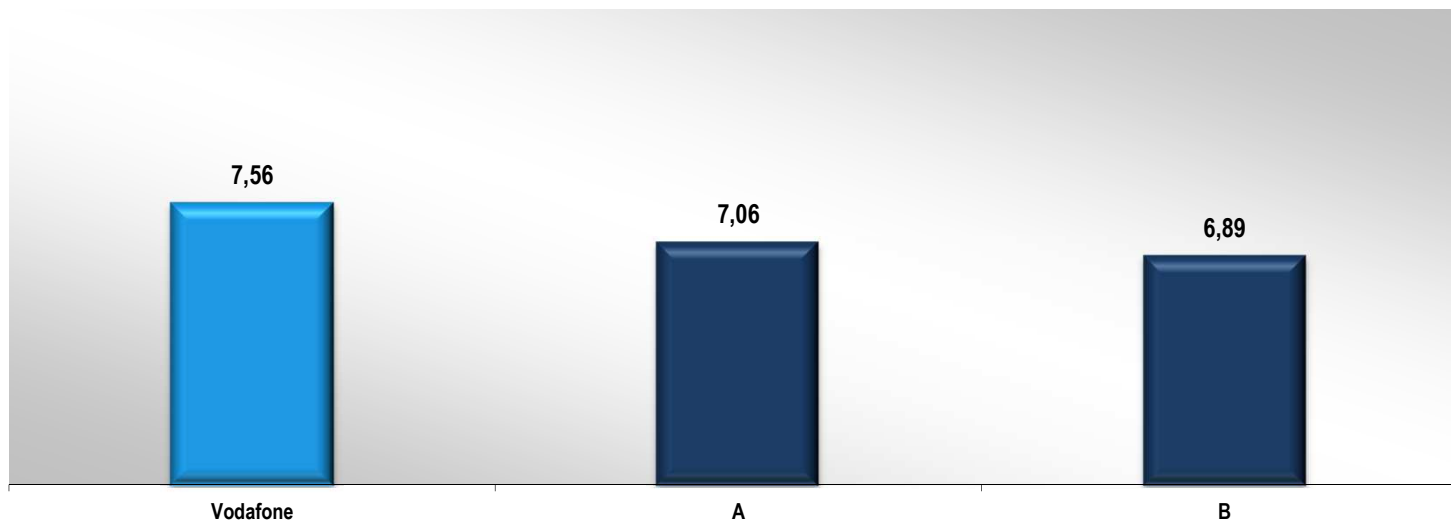
5 Resultados por Sector

Subsector da Internet Móvel



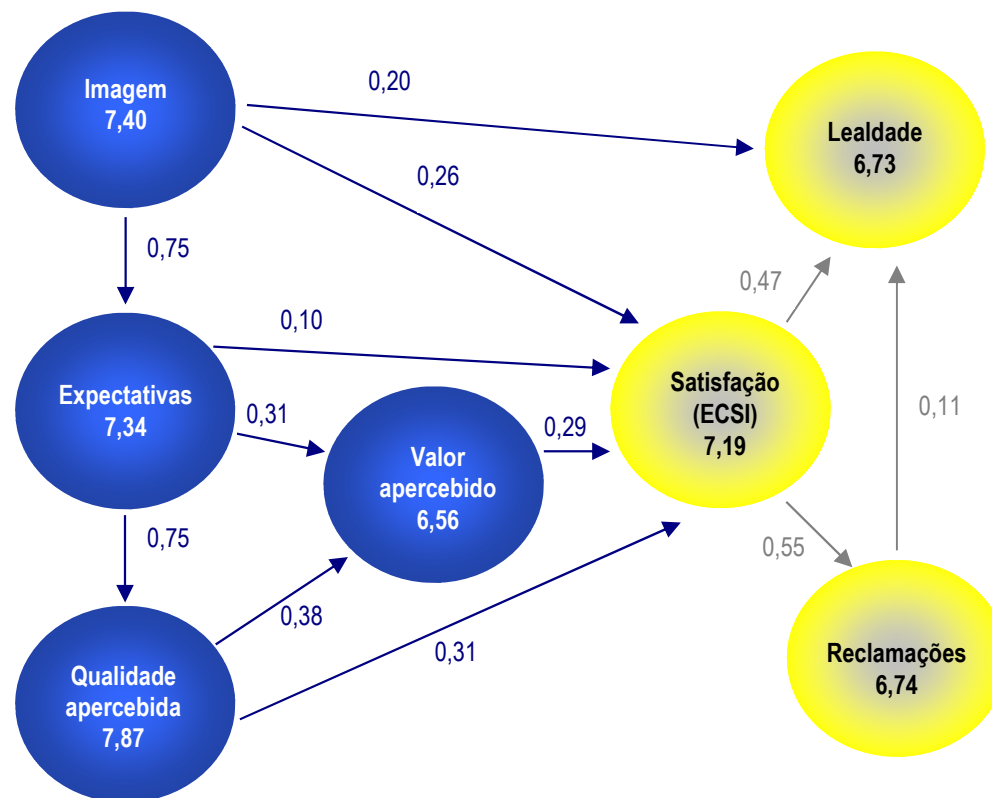
5 Resultados por Sector

Subsector da Internet Móvel - Ranking da Satisfação em 2011



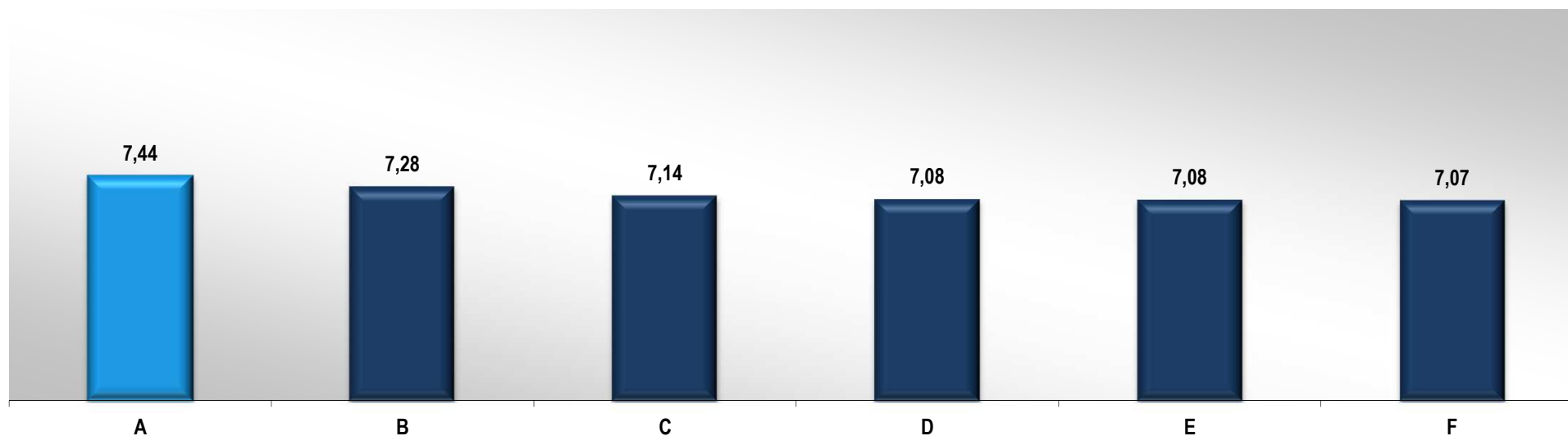
5 Resultados por Sector

Sector dos Combustíveis



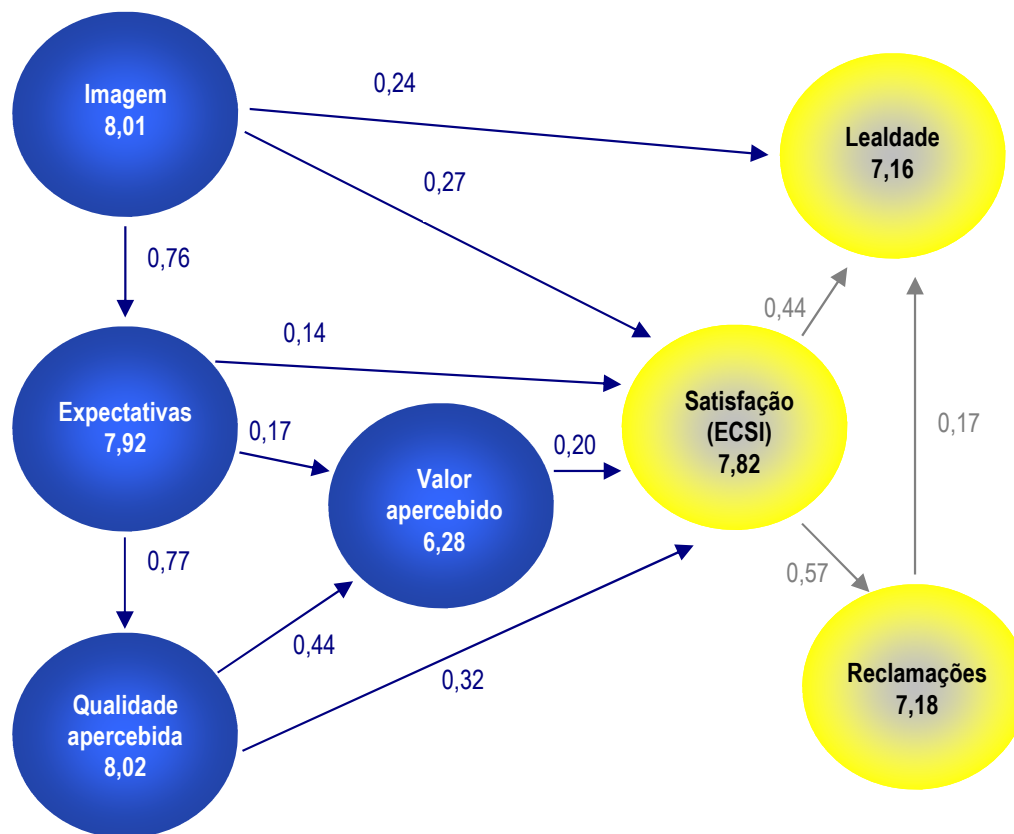
5 Resultados por Sector

Sector dos Combustíveis - Ranking da Satisfação em 2011



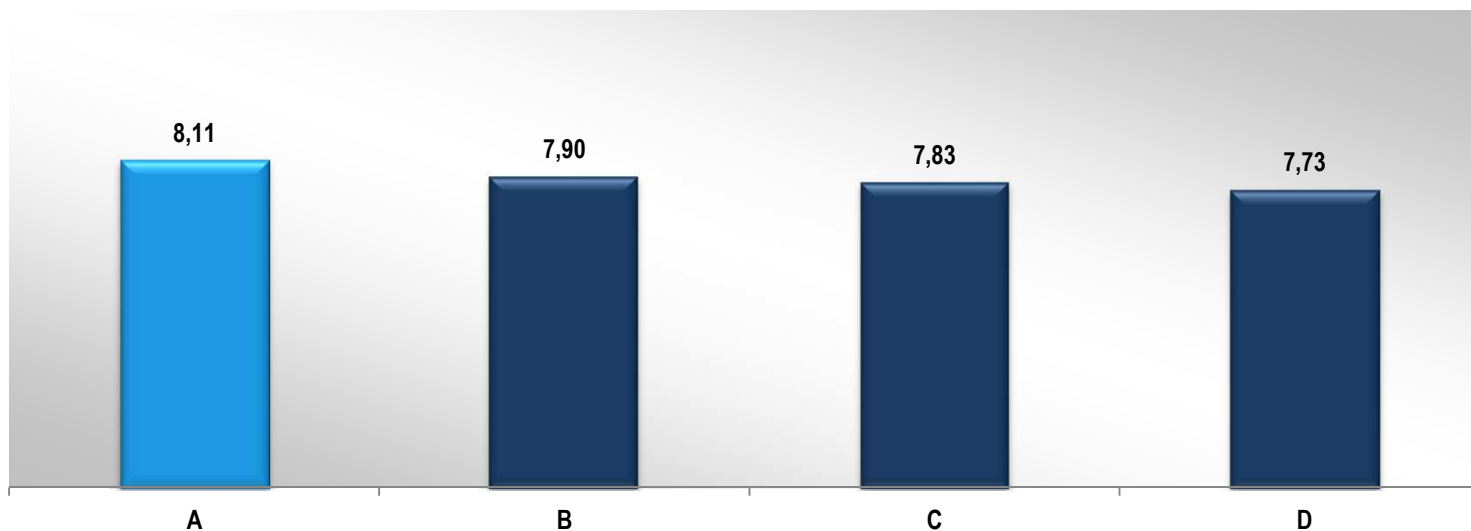
5 Resultados por Sector

Sector do Gás em Garrafa



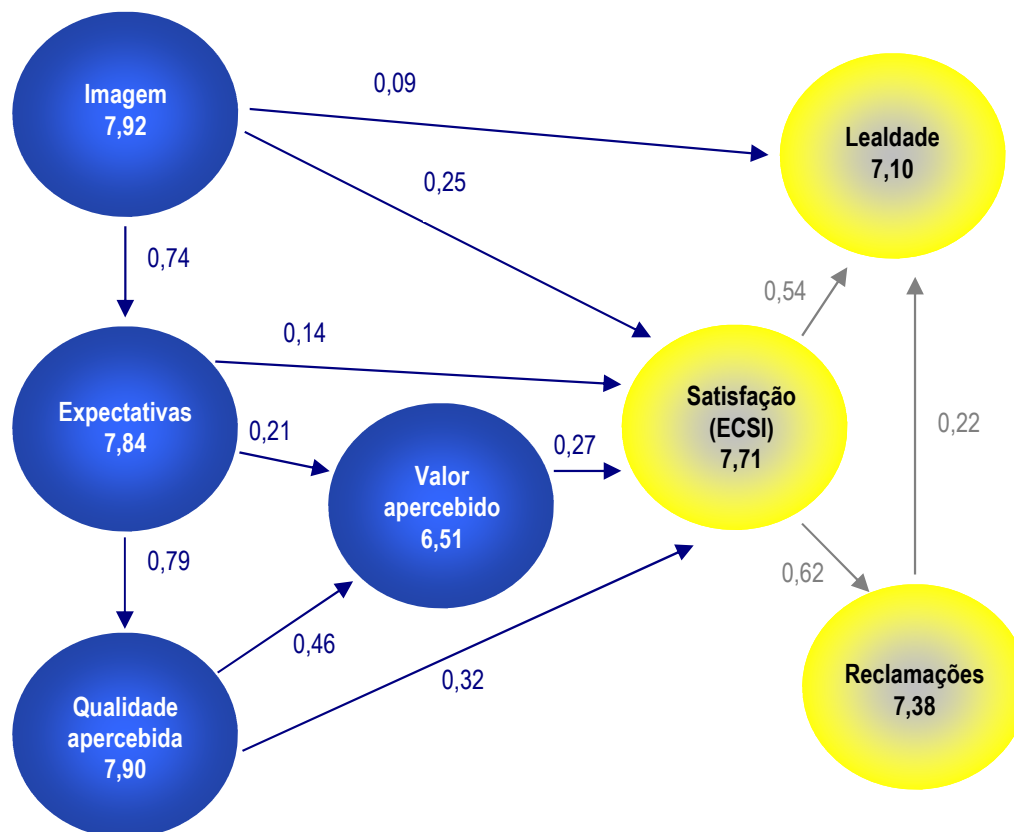
5 Resultados por Sector

Sector do Gás em Garrafa - Ranking da Satisfação em 2011



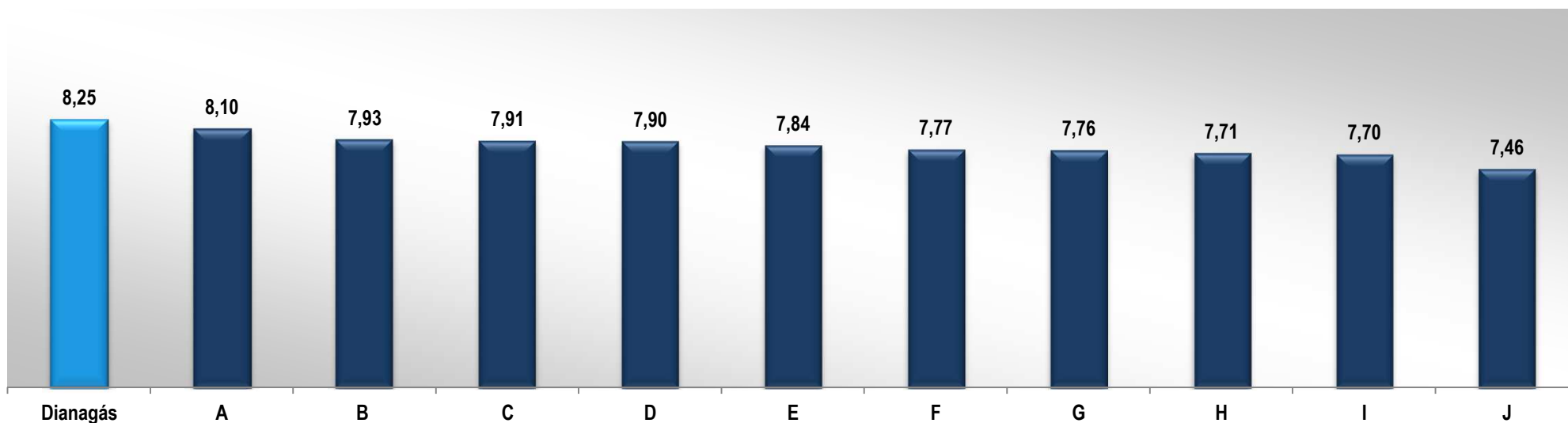
5 Resultados por Sector

Sector do Gás Natural



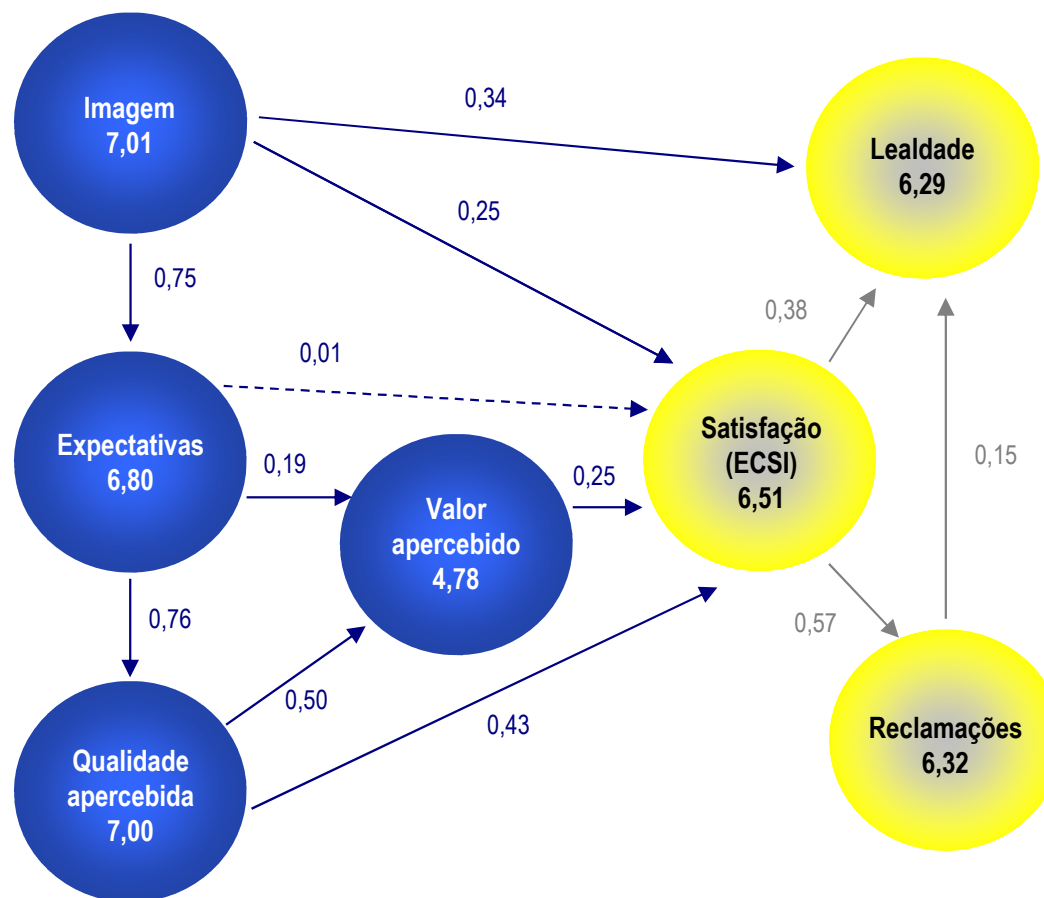
5 Resultados por Sector

Sector do Gás Natural - Ranking da Satisfação em 2011



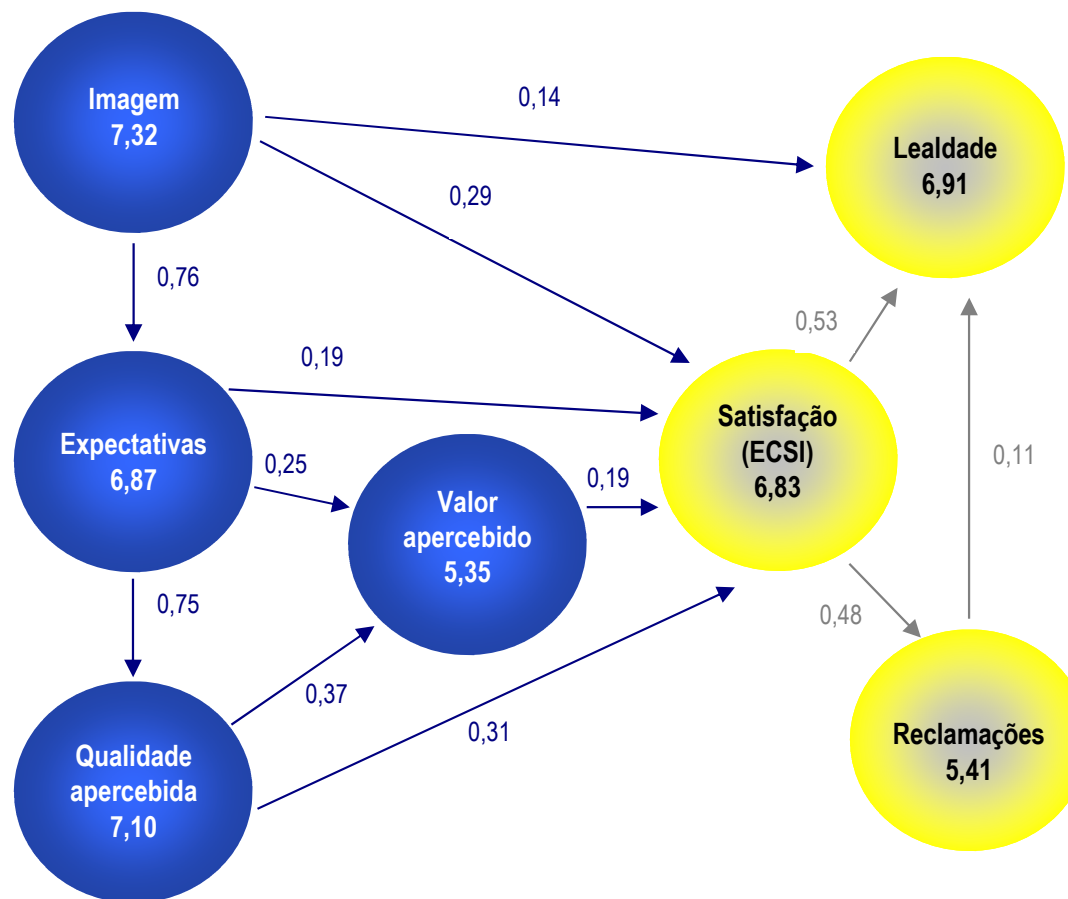
5 Resultados por Sector

Sector da Eletricidade



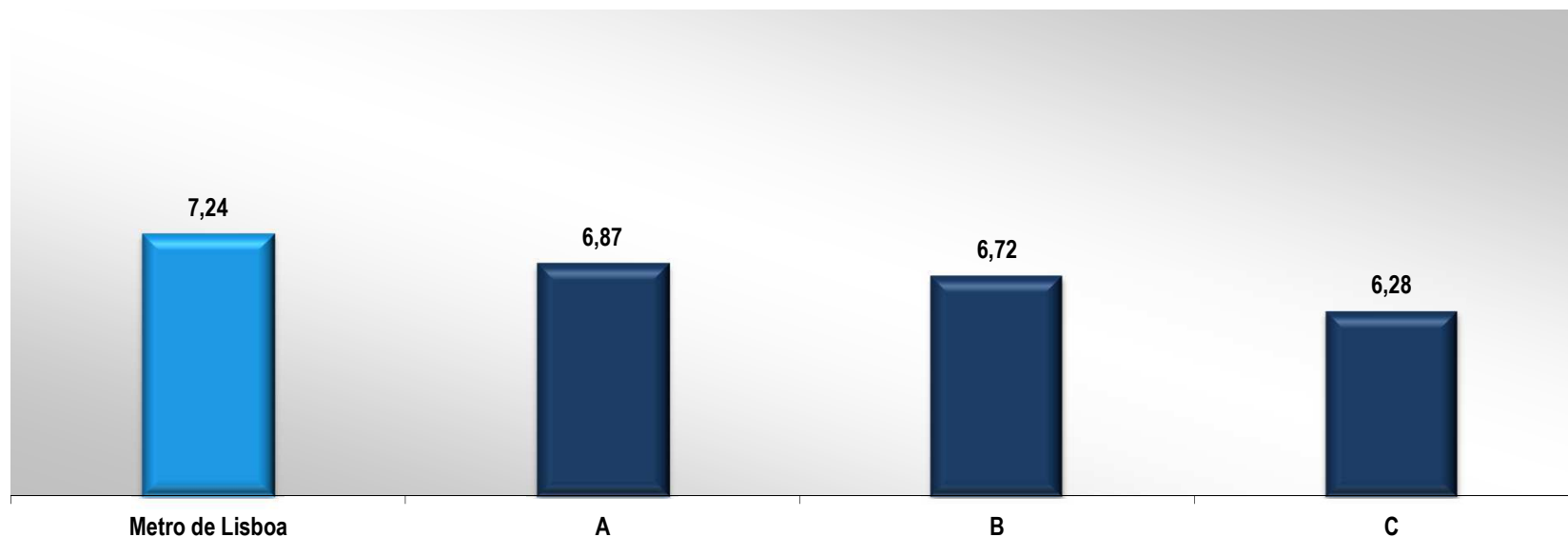
5 Resultados por Sector

Sector dos Transportes da AML



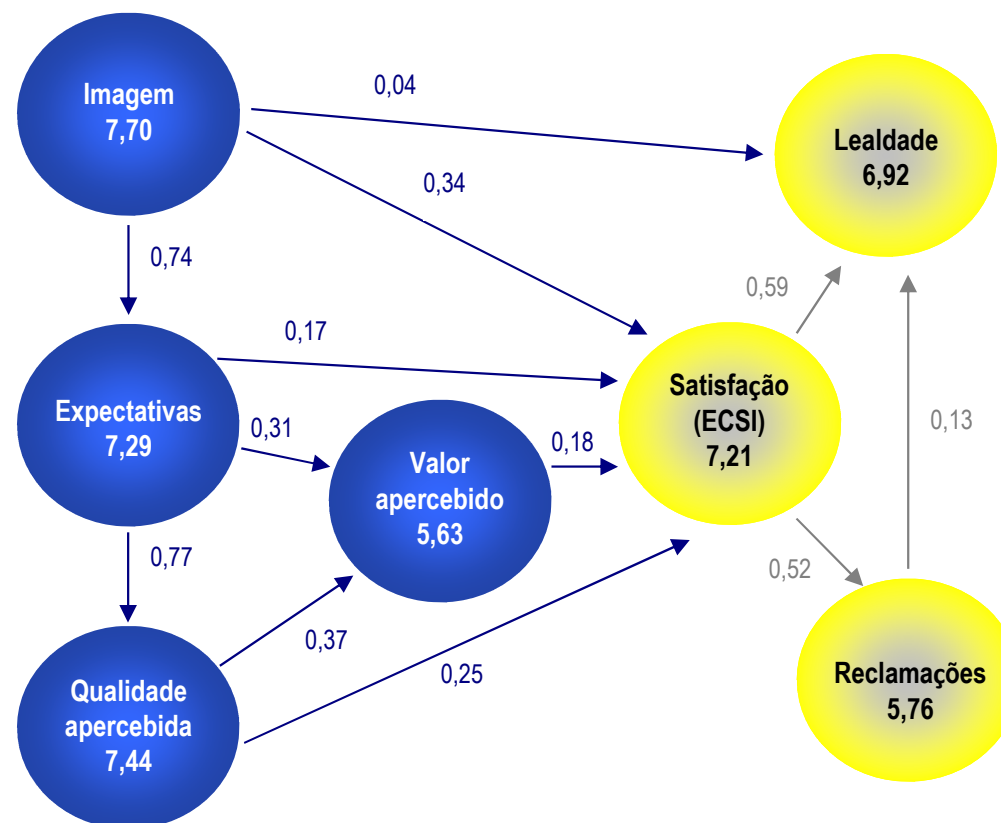
5 Resultados por Sector

Sector dos Transportes da AML - Ranking da Satisfação em 2011



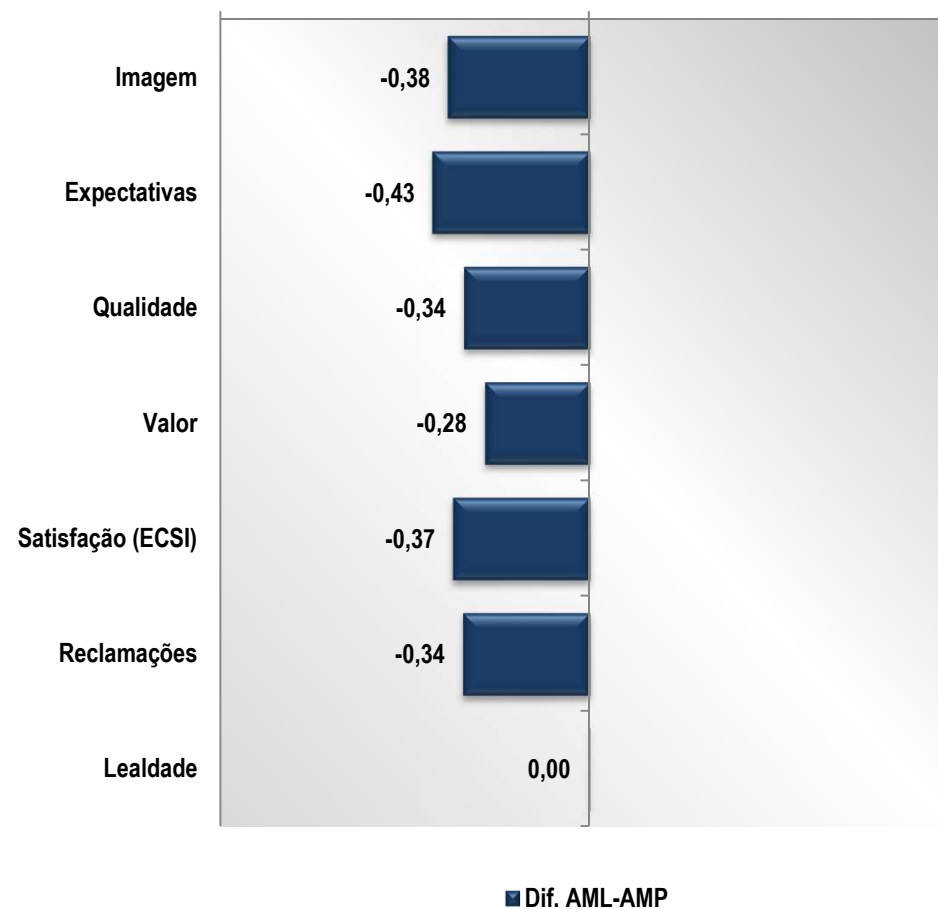
5 Resultados por Sector

Sector dos Transportes da AMP



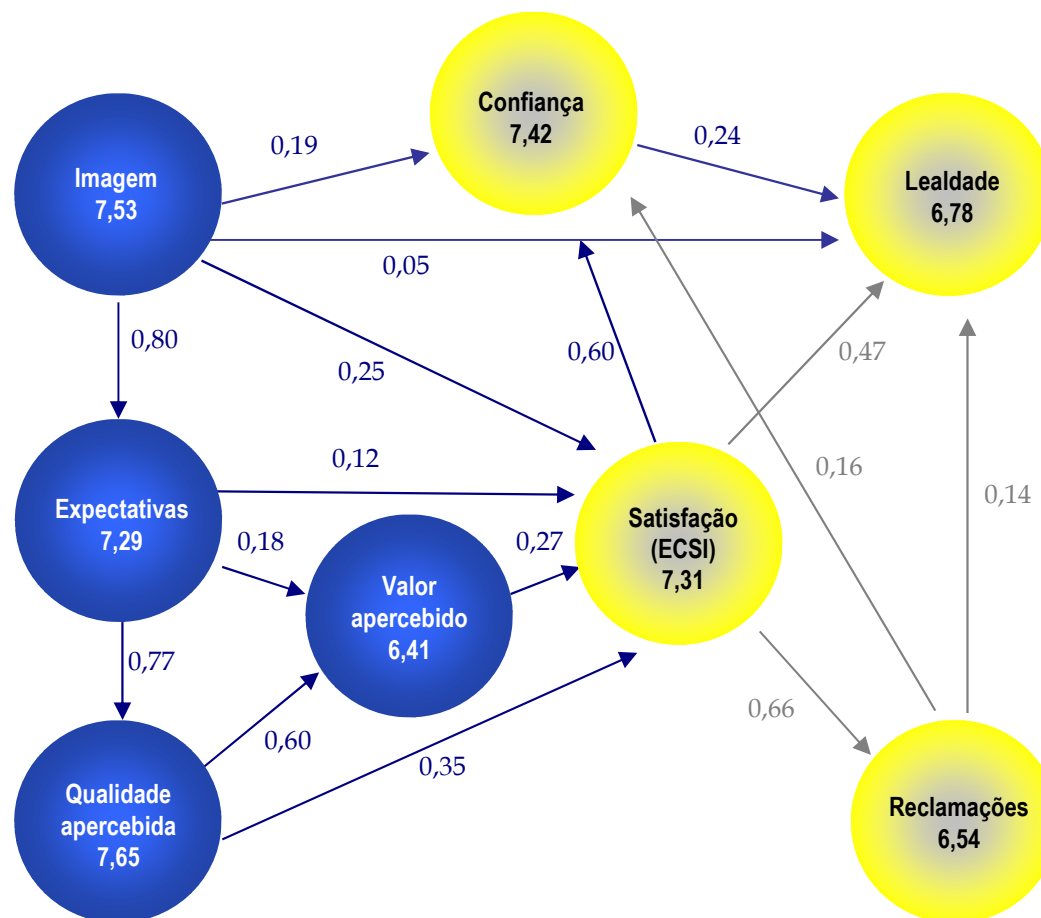
5 Resultados por Sector

Sector dos Transportes – diferenças da AML à AMP



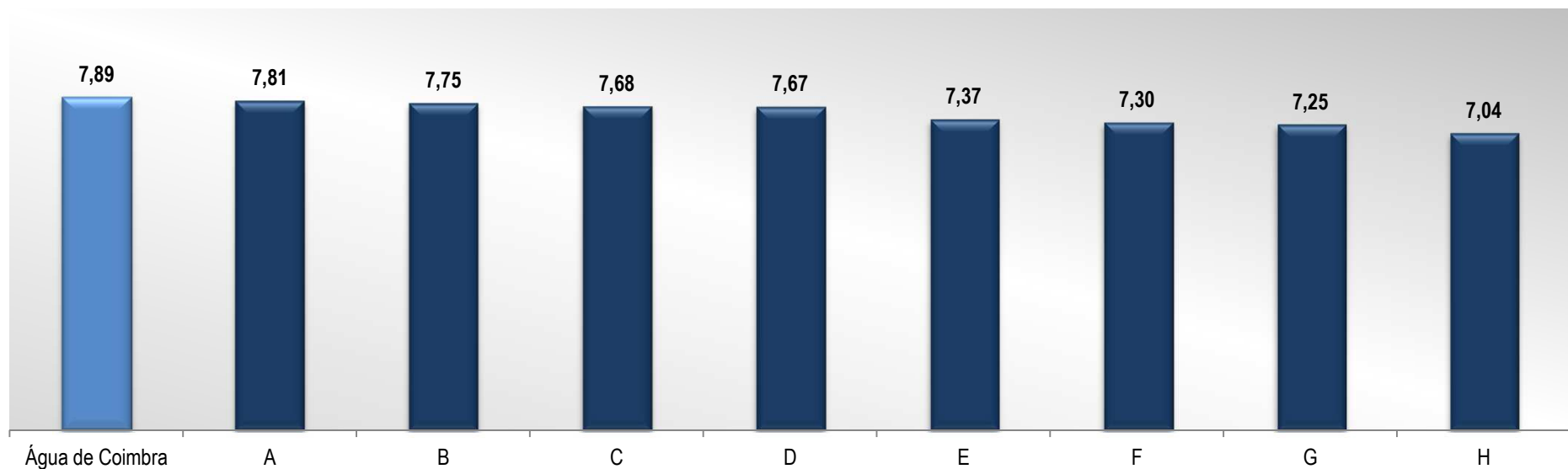
5 Resultados por Sector

Sector das Águas



5 Resultados por Sector

Sector das Águas - Ranking da Satisfação em 2011



Notas Finais

6 Notas Finais

- Índices com melhores desempenhos:
imagem e qualidade apercebida;
- Índices com piores desempenhos:
valor apercebido (relação qualidade/preço) e tratamento das ***reclamações***.
- Sector com melhores desempenhos:
Gás em Garrafa – Na maioria dos índices;
- Sector com piores desempenhos:
Eletricidade – Na quase totalidade dos índices.

6 Notas Finais

- Maior ***Sensibilidade ao preço***: subsectores de **Internet Fixa** e de **Internet Móvel** e sector dos **Combustíveis**;
- Menor ***Sensibilidade ao preço***: sectores dos **Transportes** (AML e AMP).
- Melhor relação qualidade/preço: sectores dos **Seguros**, **Serviço Telefónico Móvel** e **Internet Móvel**;
- Pior relação qualidade/preço: sectores de **Eletricidade** e **Transportes Públicos de Passageiros** (AML e AMP).
- Variações positivas mais significativas entre 2010 e 2011 na ***Satisfação do cliente***: sectores dos **Seguros** e dos **Combustíveis**;
- Variações negativas mais significativas entre 2010 e 2011 na ***Satisfação do cliente***: subsectores dos **Transportes da Área Metropolitana de Lisboa** e do **Porto**.

Divulgação de Resultados – ECSI 2011

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



Parceiro no sector
das Águas

ANACOM



AUTORIDADE
NACIONAL
DE COMUNICAÇÕES

Patrocinador
do sector das
Comunicações

Equipa ECSI:

Instituto Português da Qualidade



MINISTÉRIO 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 82 86 10
Fax 213 82 86 11

E-mail: ecsi@isegi.unl.pt
Endereço URL: www.isegi.unl.pt

EQUIPA DE PROJETO

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
Patrícia Lopes
Sónia Santos

SÍNTESE DE RESULTADOS ECSI 2011

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)
Patrícia Lopes
Pedro Simões Coelho (Coordenador)
Sónia Santos

Data

Julho 2012