



Relatório Preliminar

SMAS da Maia

BECX - Best European Customer Experience

Índice

- Introdução
- Aspectos Metodológicos
- Resultados Globais
- Resultados por Variável
- Outros Indicadores
- Qualidade dos Resultados
- Anexos

1 Introdução

O presente Relatório tem como objetivo apresentar um conjunto de resultados da experiência dos clientes dos SMAS da Maia obtidos em 2021, estimados no âmbito do projeto Melhor Experiência do Cliente, ou BECX (*Best European Customer Experience*).

Aspetos Metodológicos

2 Aspectos Metodológicos

Estudo de Mercado

■ Seleção da amostra de clientes – População alvo:

No modelo de Experiência do Cliente, um cliente é definido como um indivíduo (com 18 anos ou mais no momento da entrevista) com experiência corrente de consumo/aquisição dos produtos ou serviços de uma dada entidade. No caso de ser cliente de mais de uma entidade, considera-se aquela que, durante o período de referência (três meses), é, no caso do setor das Águas, a distribuidora que abastece a residência habitual do entrevistado.

2 Aspectos Metodológicos

Estudo de Mercado

■ Seleção da amostra de clientes – Plano de Sondagem:

O plano de sondagem contempla o contacto telefónico por rede fixa para 50% da amostra necessária, sendo a base de sondagem definida como a população residente em alojamentos com telefone da rede fixa.

É realizada uma primeira seleção de números de telefone (correspondentes a alojamentos) através de um plano assimilável a uma sondagem aleatória com probabilidades iguais e sem reposição. Em cada alojamento da amostra é então selecionado um dos principais decisores e responsáveis pelo contacto com a entidade de abastecimento de água, sendo classificado como cliente da entidade através de um conjunto de questões, designado por critérios de qualificação.

Para as respostas *online* (restantes cerca de 50% da amostra) recorre-se a uma base painel de utilizadores de Internet em Portugal.

2 Aspectos Metodológicos

Estudo de Mercado

■ Dimensão da Amostra:

Foram entrevistados 253 clientes dos SMAS da Maia.

■ Período da realização das entrevistas:

O trabalho de campo para os SMAS da Maia decorreu nos meses de março a agosto de 2021.

2 Aspectos Metodológicos

Estudo de Mercado

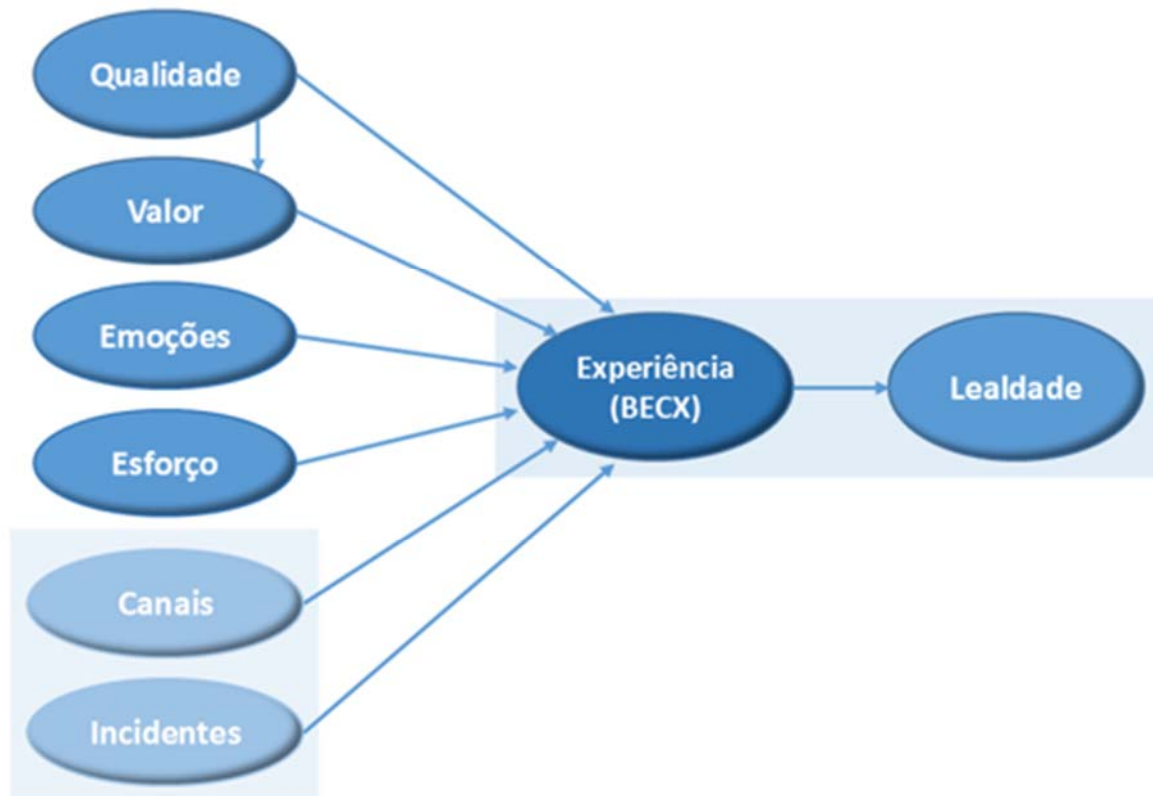
■ Questionário:

O questionário utilizado no estudo de 2021 contém cerca de 60 questões, divididas da seguinte forma:

- 4 questões referentes aos critérios de qualificação dos clientes;
- 4 questões referentes à sua caracterização socioeconómica;
- a grande maioria das restantes referentes a indicadores das oito variáveis latentes do modelo.

2 Aspectos Metodológicos

Modelo de Experiência do Cliente: Este modelo é constituído por dois submodelos: o **modelo estrutural** e o **modelo de medida**.



Modelo Estrutural:

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

Modelo de Medida:

Constituído pelo conjunto de equações que definem as relações entre as variáveis latentes e os indicadores ou variáveis de medida.

2 Aspectos Metodológicos

Indicadores do Modelo de Medida por variável latente

Qualidade
Qualidade global apercebida
Qualidade da água
Fiabilidade dos produtos e serviços oferecidos
Diversidade de serviços
Atendimento
Instalações do atendimento
Capacidade de inovação nos produtos e/ou serviços oferecidos
Clareza e transparência na informação fornecida
Capacidade de resolução de problemas/ funcionamento da assistência técnica/ piquetes de urgência
Clareza e transparência dos preços e faturação
Periodicidade da faturação
Adequação de meios de pagamento
Abastecimento de água
Intervenções domiciliárias
Avisos de interrupções programadas
Qualidade do serviço de saneamento e de tratamento de águas residuais
Qualidade do serviço de recolha do lixo

Valor
Avaliação do preço dada a qualidade
Avaliação do preço comparativamente com o das outras empresas
Avaliação da qualidade dado o preço
Experiência (BECX)
Satisfação global
Cumprimento das expectativas
Distância à empresa ideal
Experiência global
Lealdade
Intenção de voltar a escolher a empresa
Intenção de permanecer como cliente
Intenção de adquirir novos produtos/ serviços
Recomendar a empresa a amigos e colegas
Desencorajar outras pessoas a trabalhar com a empresa

2 Aspectos Metodológicos

Indicadores do Modelo de Medida por variável latente

Emoções

Oportunismo-Benevolência
Desconfiança-Confiança
Rancor-Simpatia
Ingratidão-Gratidão
Desapontamento-Satisfação
Sentiu-se desvalorizado - Importante
Sentiu-se banal - Exclusivo
Indiferença-Compromisso
Insegurança-Segurança
Tensão-Descontração
Avaliação global das emoções geradas pela empresa

Canais

Os canais disponíveis resolvem as minhas necessidades
Sinto-me globalmente bem tratado nos canais disponíveis
Consigo interagir com a “empresa” da forma que me é conveniente
A “empresa” tem uma boa diversidade de canais de contacto

Esforço

Facilidade em resolver problemas com a empresa
Facilidade em adquirir ou usar o serviço da empresa
Facilidade em obter ajuda por parte da empresa
Facilidade em interagir com a empresa, de um modo global

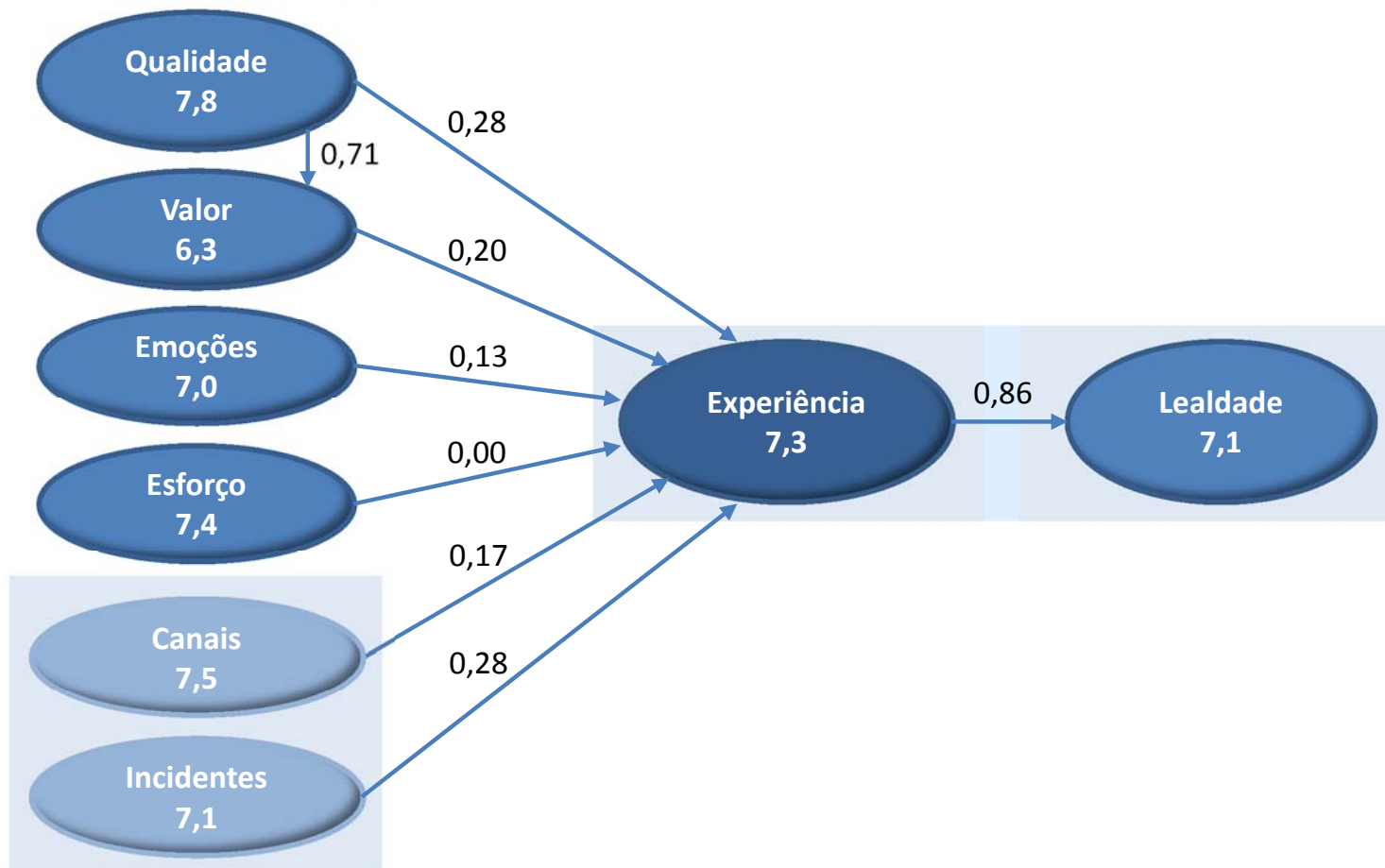
Incidentes

Importância da experiência negativa
Importância da experiência positiva
Avaliação das experiências com a empresa no último ano

Resultados Globais

3 Resultados Globais

Resultados da aplicação do Modelo BECX dos SMAS da Maia
- Índices médios e impactos diretos



3 Resultados Globais

Resultados da aplicação do Modelo BECX dos SMAS da Maia
- Impactos totais

Dimensão	Impactos totais		
	Valor	Experiência (BECX)	Lealdade
Qualidade	0,71	0,42	0,36
Valor	-	0,20	0,17
Emoções	-	0,13	0,11
Esforço	-	0,00	0,00
Canais	-	0,17	0,15
Incidentes	-	0,28	0,24
Experiência (BECX)	-	-	0,86

Resultados por Variável

4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores de Qualidade dos SMAS da Maia



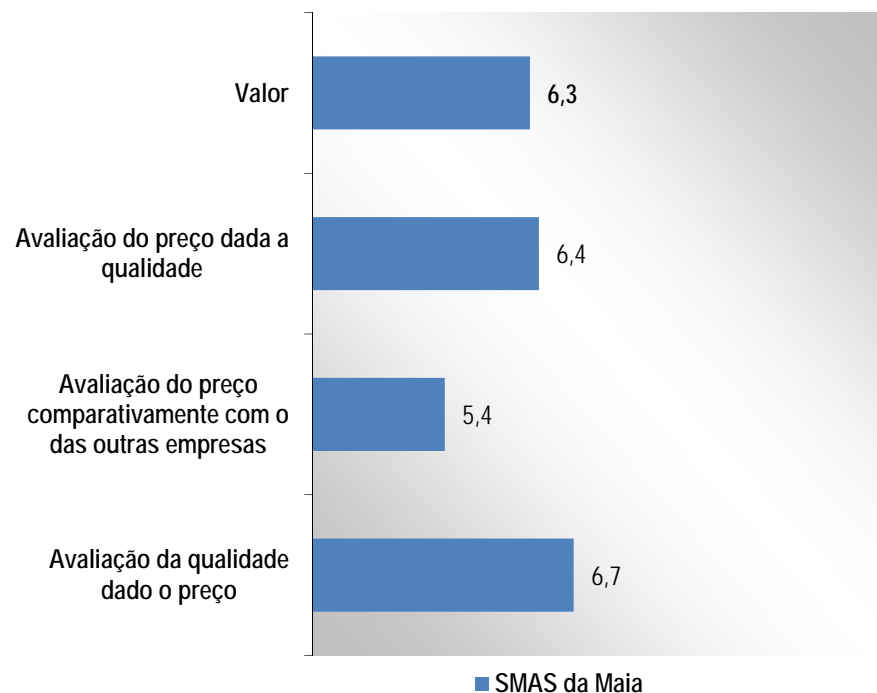
4 Resultados por Variável

Pesos dos indicadores de Qualidade

Indicadores de Qualidade	Pesos
Qualidade global apercebida	0,08
Qualidade da água	0,06
Fiabilidade dos produtos e serviços oferecidos	0,06
Diversidade de serviços	0,07
Atendimento	0,07
Instalações do atendimento	0,05
Capacidade de inovação nos produtos e/ou serviços oferecidos	0,08
Clareza e transparência na informação fornecida	0,08
Capacidade de resolução de problemas/ funcionamento da assistência técnica/ piquetes de urgência	0,07
Clareza e transparência dos preços e faturação	0,08
Periodicidade da faturação	0,06
Adequação de meios de pagamento	0,06
Abastecimento de água	0,06
Intervenções domiciliárias	0,06
Avisos de interrupções programadas	0,06
Qualidade do serviço de saneamento e de tratamento de águas residuais	-
Qualidade do serviço de recolha do lixo	-

4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores de Valor dos SMAS da Maia

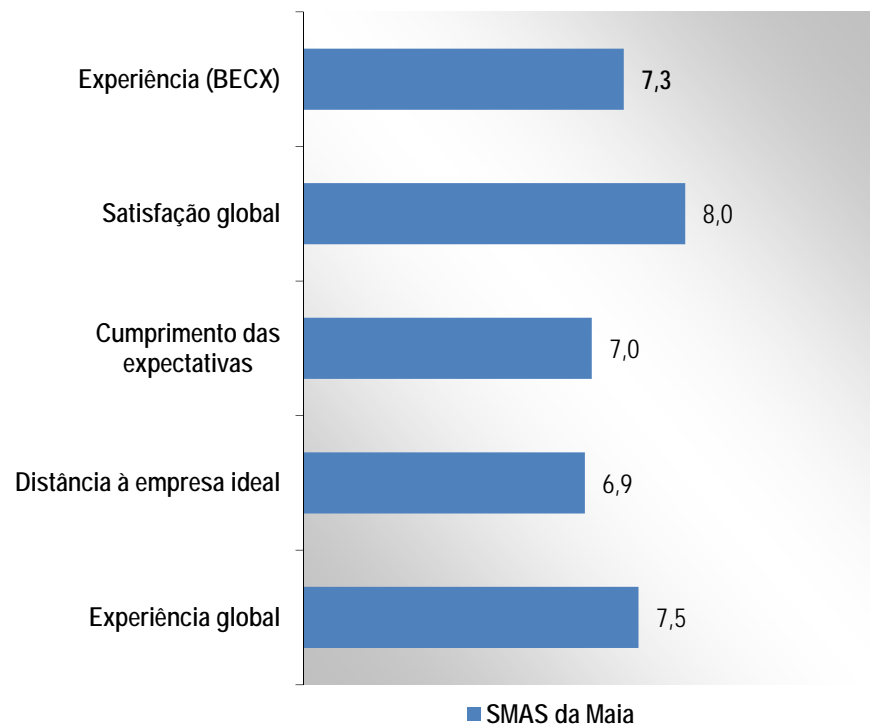


Pesos dos indicadores de Valor

Indicadores de Valor	Pesos
Avaliação do preço dada a qualidade	0,36
Avaliação do preço comparativamente com o das outras empresas	0,24
Avaliação da qualidade dado o preço	0,40

4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores de Experiência dos SMAS da Maia



Pesos dos indicadores de Experiência

Indicadores de Experiência	Pesos
Satisfação global	0,23
Cumprimento das expectativas	0,24
Distância à empresa ideal	0,26
Experiência global	0,27

4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores de Lealdade dos SMAS da Maia



Pesos dos indicadores de Lealdade

Indicadores de Lealdade	Pesos
Intenção de voltar a escolher a empresa	0,25
Intenção de permanecer como cliente	0,19
Intenção de adquirir novos produtos/ serviços	0,17
Recomendar a empresa a amigos e colegas	0,24
Desencorajar outras pessoas a trabalhar com a empresa	0,15

4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores de Emoções dos SMAS da Maia

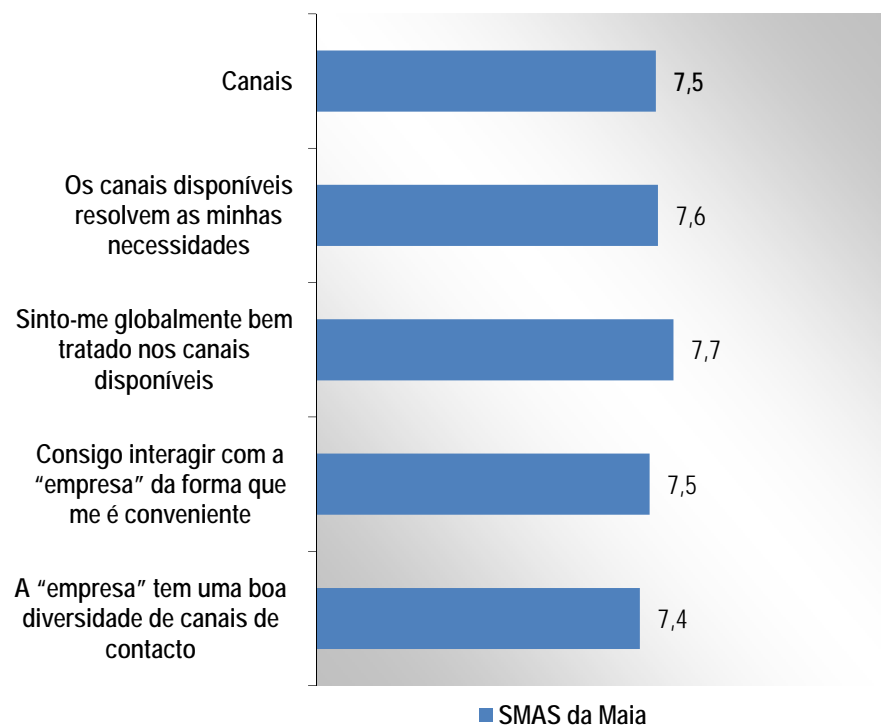


Pesos dos indicadores de Emoções

Indicadores de Emoções	Pesos
Oportunismo-Benevolência	0,09
Desconfiança-Confiança	0,08
Rancor-Simpatia	0,09
Ingratidão-Gratidão	0,09
Desapontamento-Satisfação	0,09
Sentiu-se desvalorizado-Importante	0,09
Sentiu-se banal-Exclusivo	0,09
Indiferença-Compromisso	0,09
Insegurança-Segurança	0,08
Tensão-Descontração	0,09
Avaliação global das emoções geradas pela empresa	0,11

4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores de Canais dos SMAS da Maia

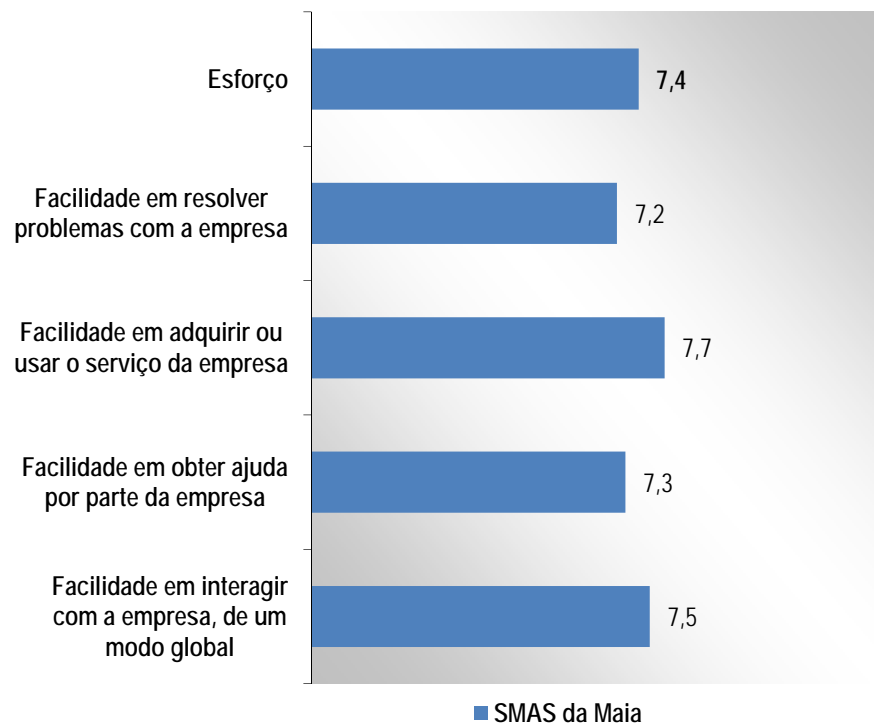


Pesos dos indicadores de Canais

Indicadores de Canais	Pesos
Os canais disponíveis resolvem as minhas necessidades	0,26
Sinto-me globalmente bem tratado nos canais disponíveis	0,27
Consigo interagir com a "empresa" da forma que me é conveniente	0,23
A "empresa" tem uma boa diversidade de canais de contacto	0,24

4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores de Esforço dos SMAS da Maia

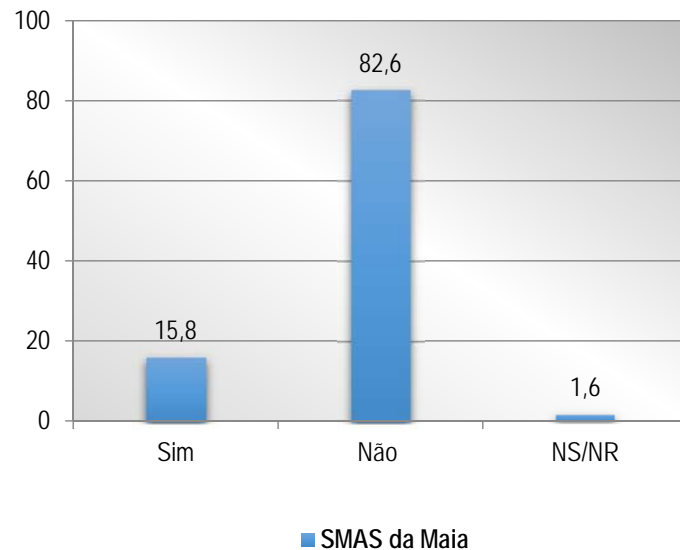


Pesos dos indicadores de Esforço

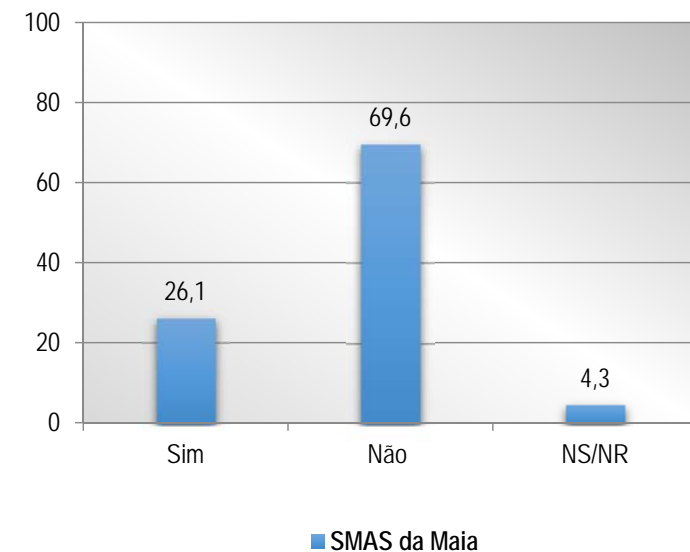
Indicadores de Esforço	Pesos
Facilidade em resolver problemas com a empresa	0,26
Facilidade em adquirir ou usar o serviço da empresa	0,23
Facilidade em obter ajuda por parte da empresa	0,25
Facilidade em interagir com a empresa, de um modo global	0,26

4 Resultados por Variável

No último ano, teve alguma experiência negativa com os SMAS da Maia? (%)

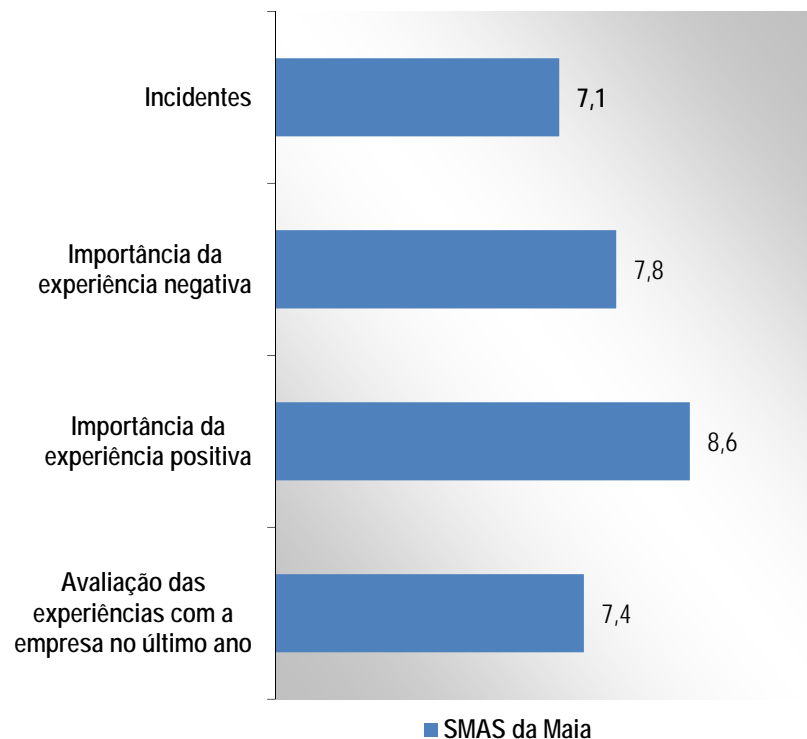


No último ano, teve alguma experiência positiva com os SMAS da Maia? (%)



4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores de Incidentes dos SMAS da Maia

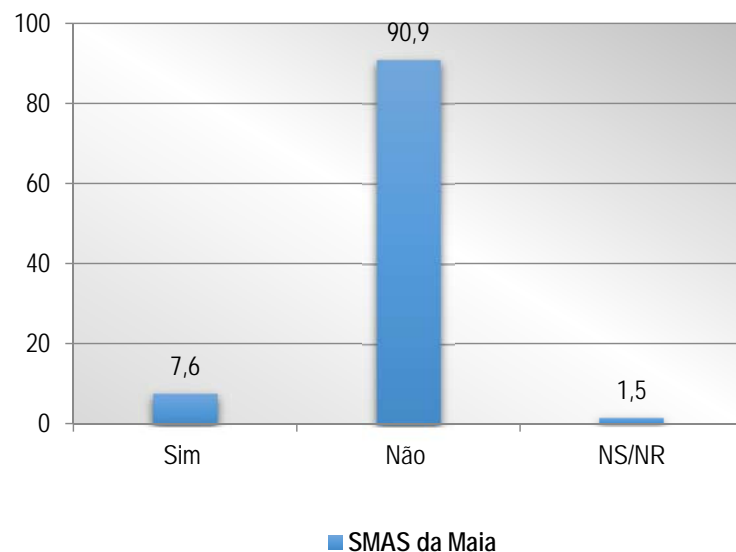


Pesos dos indicadores de Incidentes

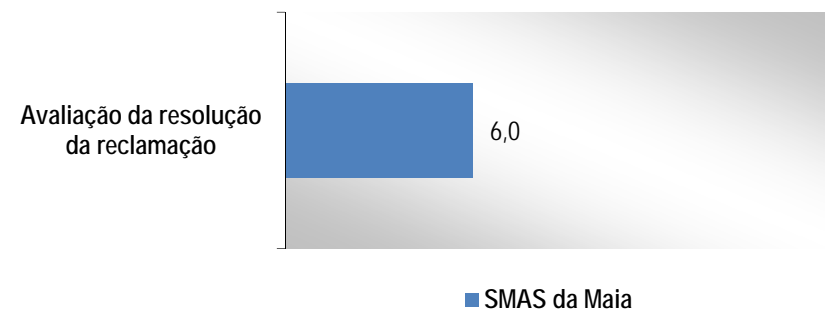
Indicadores de Incidentes	Pesos
Importância da experiência negativa	0,28
Importância da experiência positiva	0,28
Avaliação das experiências com a empresa no último ano	0,44

4 Resultados por Variável

Apresentação de reclamações (%)



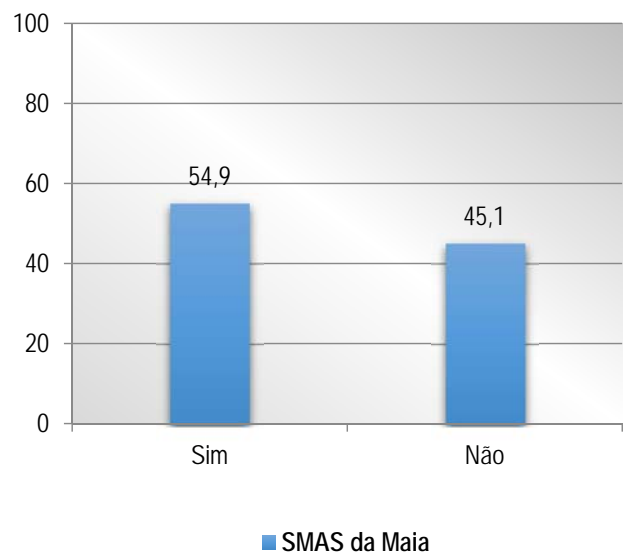
Avaliação média da resolução da reclamação apresentada



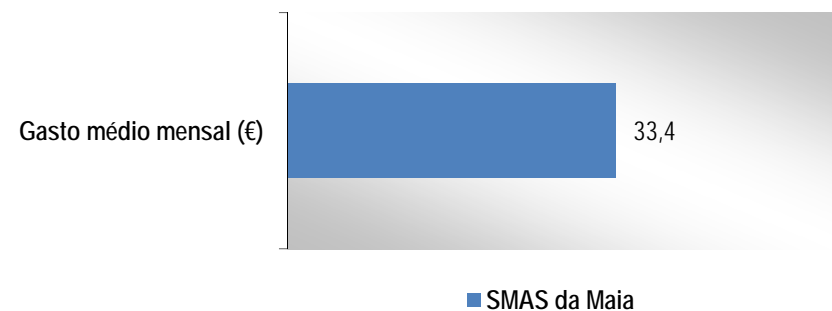
**Outros
Indicadores**

5 Outros Indicadores

Bebe água da torneira habitualmente? (%)

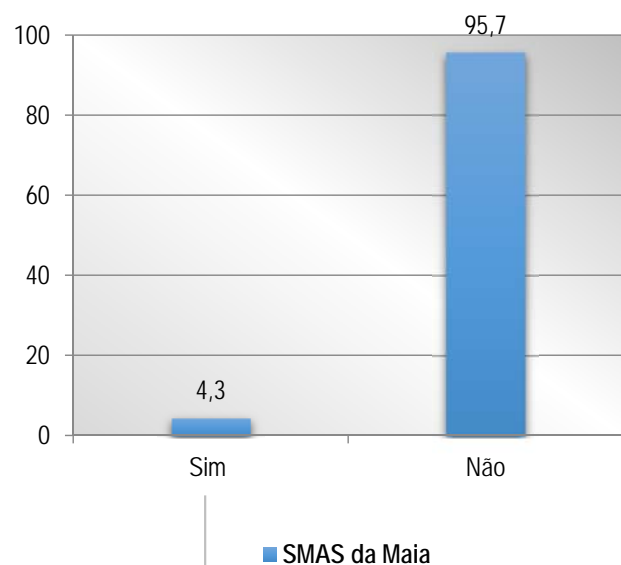


Valor médio mensal da fatura da água (%)



5 Outros Indicadores

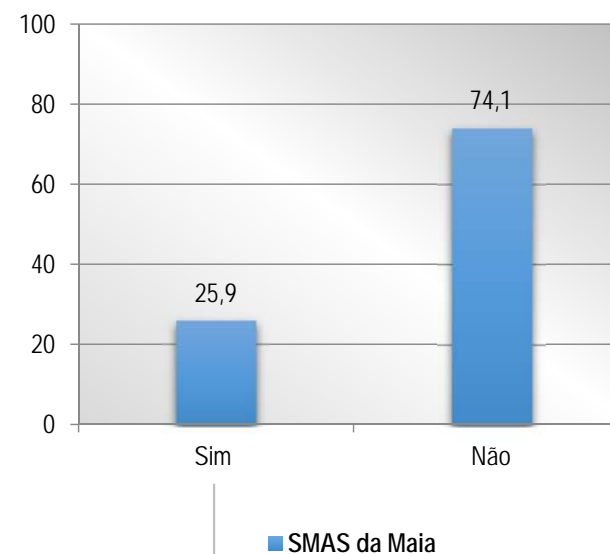
Tenciona aumentar o seu gasto médio mensal? (%)



Se sim, em média, tenciona aumentar o gasto mensal em

11,6 €

Tenciona reduzir o seu gasto médio mensal? (%)



Se sim, em média, tenciona reduzir o gasto mensal em

10,3 €

Qualidade dos Resultados

6 Qualidade dos Resultados

Medidas de qualidade global dos indicadores

Dimensões e indicadores BECX Águas	Margem de erro absoluta	Não sabe/ não responde (%)
Qualidade		
Qualidade global apercebida	0,21	0,0
Qualidade da água	0,21	0,8
Fiabilidade dos produtos e serviços oferecidos	0,21	1,2
Diversidade de serviços	0,26	11,5
Atendimento	0,27	14,6
Instalações do atendimento	0,24	25,3
Capacidade de inovação nos produtos e/ou serviços oferecidos	0,29	16,6
Clareza e transparência na informação fornecida	0,26	2,4
Capacidade de resolução de problemas/ funcionamento da assistência técnica/ piquetes de urgência	0,30	21,7
Clareza e transparência dos preços e faturação	0,26	0,8
Periodicidade da faturação	0,21	0,8
Adequação de meios de pagamento	0,18	0,4
Abastecimento de água	0,19	1,2
Intervenções domiciliárias	0,35	45,1
Avisos de interrupções programadas	0,34	21,7
Qualidade do serviço de saneamento e de tratamento de águas residuais	0,24	12,3
Qualidade do serviço de recolha do lixo	0,26	2,0
Valor		
Avaliação do preço dada a qualidade	0,28	1,6
Avaliação do preço comparativamente com o das outras empresas	0,31	20,9
Avaliação da qualidade dado o preço	0,28	1,2

6 Qualidade dos Resultados

Medidas de qualidade global dos indicadores (*Continuação*)

Dimensões e indicadores BECX Águas	Margem de erro absoluta	Não sabe/ não responde (%)
Experiência (BECX)		
Satisfação global	0,21	0,0
Cumprimento das expectativas	0,26	3,6
Distância à empresa ideal	0,26	2,4
Experiência global	0,25	0,0
Lealdade		
Intenção de voltar a escolher a empresa	0,33	2,8
Intenção de permanecer como cliente	0,26	1,2
Intenção de adquirir novos produtos/ serviços	0,39	7,9
Recomendar a empresa a amigos e colegas	0,34	2,4
Desencorajar outras pessoas a trabalhar com a empresa	0,33	2,8
Emoções		
Oportunismo-Benevolência	0,29	16,6
Desconfiança-Confiança	0,33	17,4
Rancor-Simpatia	0,34	20,2
Ingratidão-Gratidão	0,33	16,6
Desapontamento-Satisfação	0,34	19,8
Sentiu-se desvalorizado-Importante	0,32	21,7
Sentiu-se banal-Exclusivo	0,34	19,4
Indiferença-Compromisso	0,33	19,0
Insegurança-Segurança	0,33	21,3
Tensão-Descontração	0,33	22,5
Avaliação global das emoções geradas pela empresa	0,26	0,8

6 Qualidade dos Resultados

Medidas de qualidade global dos indicadores (*Continuação*)

Dimensões e indicadores BECX Águas	Margem de erro absoluta	Não sabe/ não responde (%)
Canais		
Os canais disponíveis resolvem as minhas necessidades	0,28	2,4
Sinto-me globalmente bem tratado nos canais disponíveis	0,26	2,4
Consigo interagir com a “empresa” da forma que me é conveniente	0,29	3,6
A “empresa” tem uma boa diversidade de canais de contacto	0,29	7,1
Esforço		
Facilidade em resolver problemas com a empresa	0,29	12,3
Facilidade em adquirir ou usar o serviço da empresa	0,23	7,1
Facilidade em obter ajuda por parte da empresa	0,27	11,5
Facilidade em interagir com a empresa, de um modo global	0,26	4,0
Incidentes		
Importância da experiência negativa	0,65	84,2
Importância da experiência positiva	0,31	73,9
Avaliação das experiências com a empresa no último ano	0,27	3,6

6 Qualidade dos Resultados

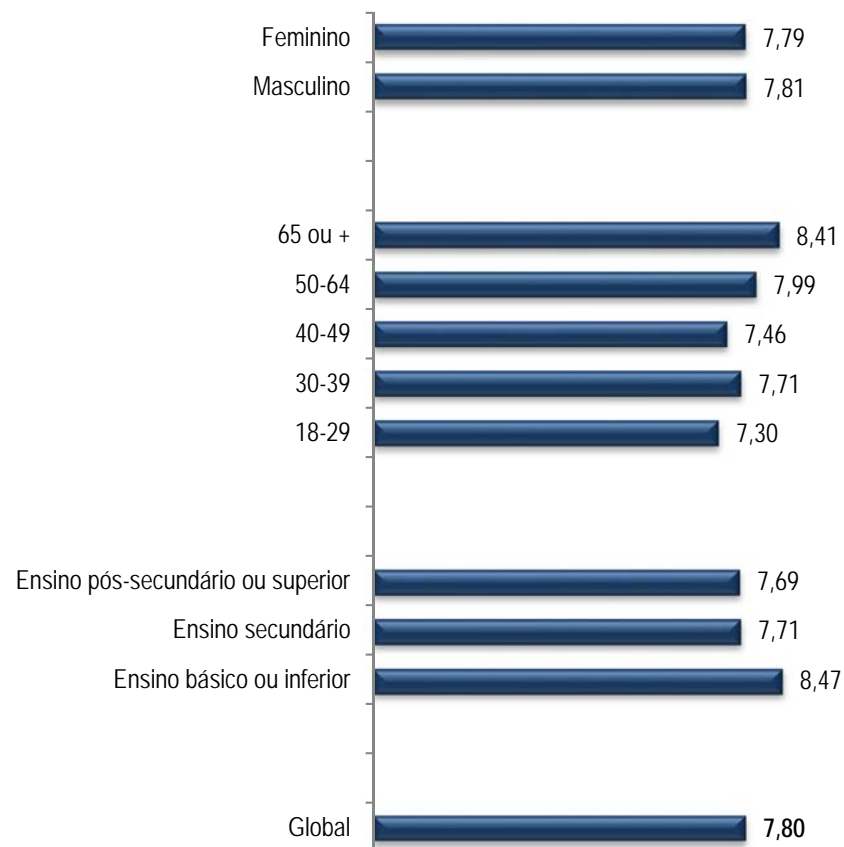
Medidas de precisão para a estimação das variáveis latentes

Variáveis Latentes	R ² (%)	Margem de erro
Qualidade	-	0,17
Valor	50,0	0,24
Experiência	87,7	0,22
Lealdade	73,6	0,23
Emoções	-	0,23
Canais	-	0,25
Esforço	-	0,26
Incidentes	-	0,22

Anexos

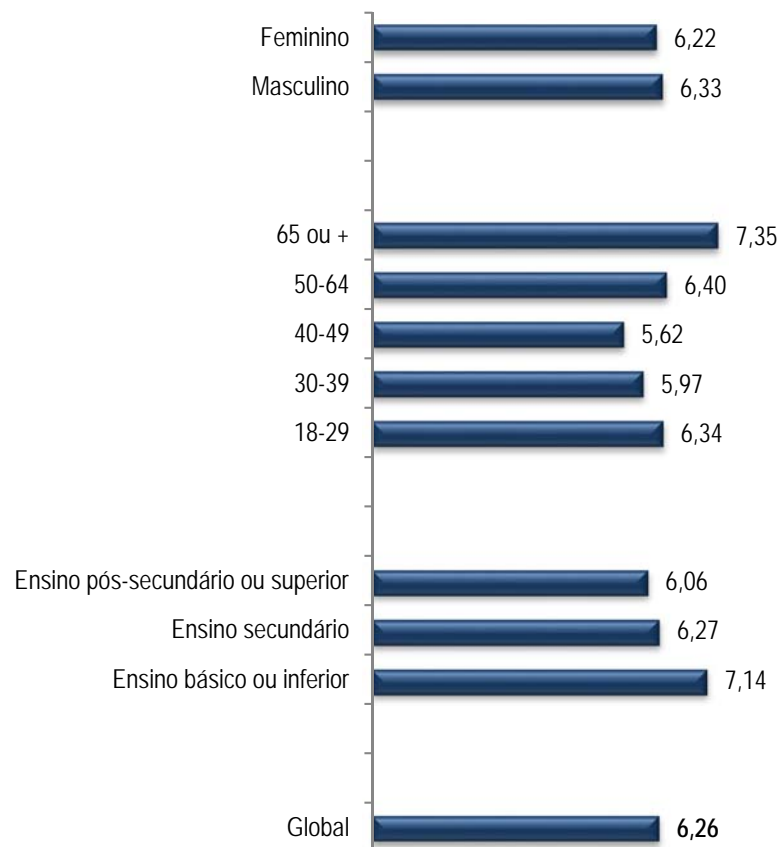
7 Anexos

Índice de Qualidade por categoria de clientes



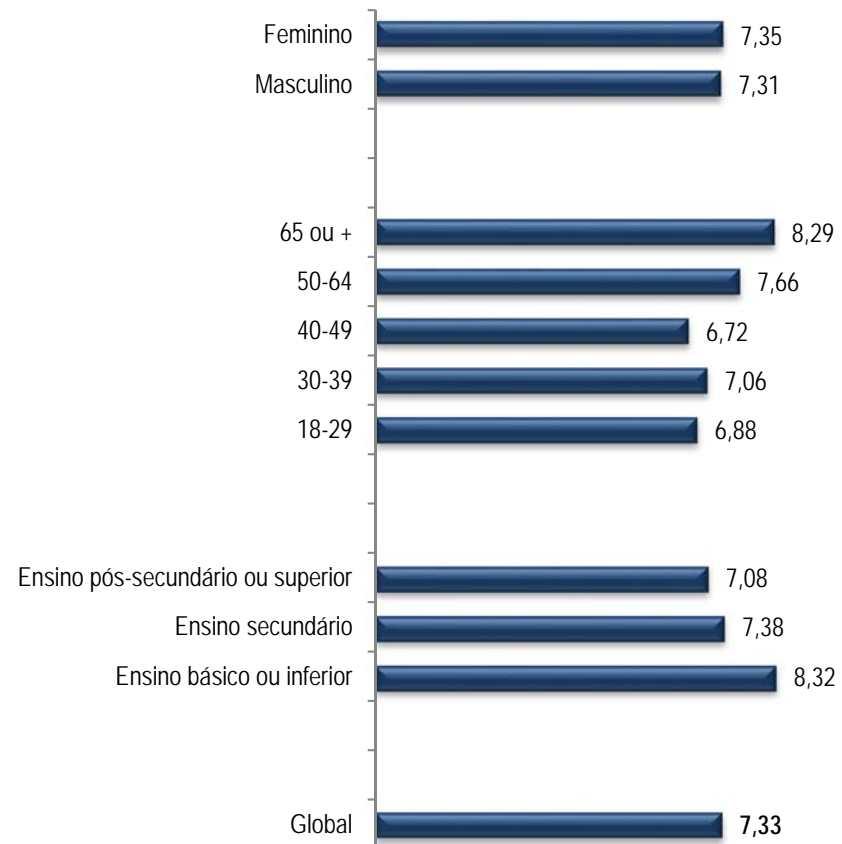
7 Anexos

Índice de Valor por categoria de clientes



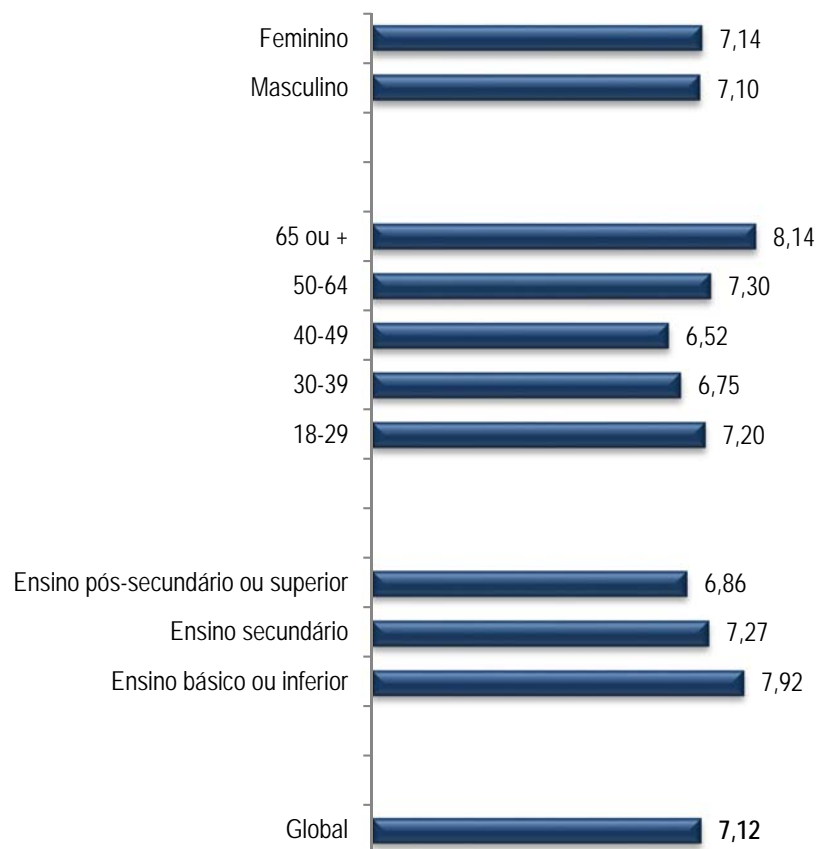
7 Anexos

Índice de Experiência (BECX) por categoria de clientes



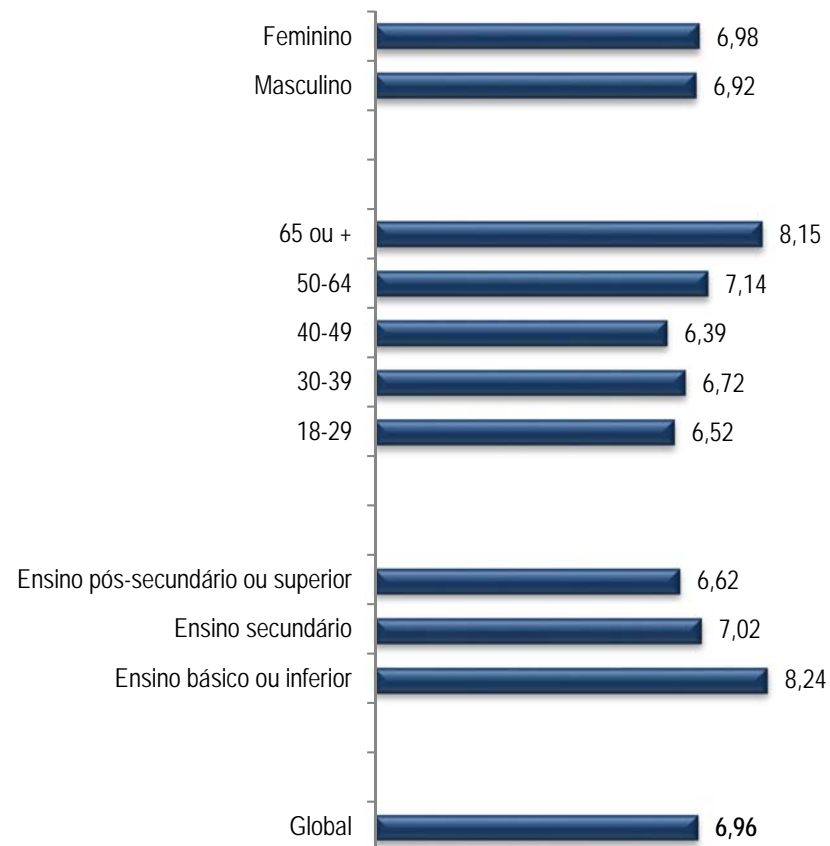
7 Anexos

Índice de Lealdade por categoria de clientes



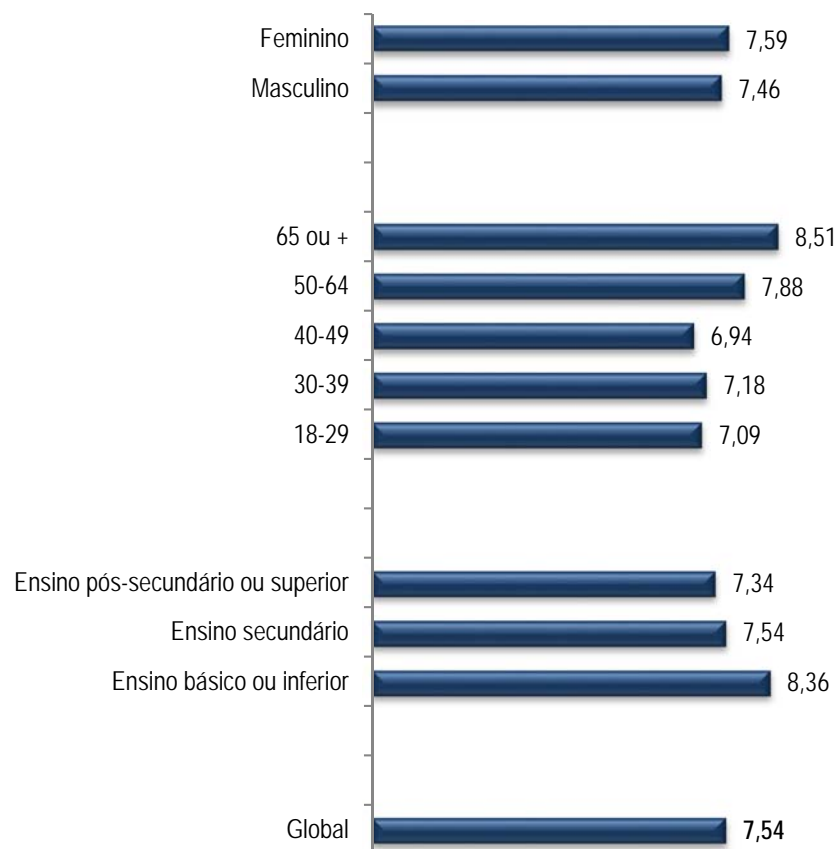
7 Anexos

Índice de Emoções por categoria de clientes



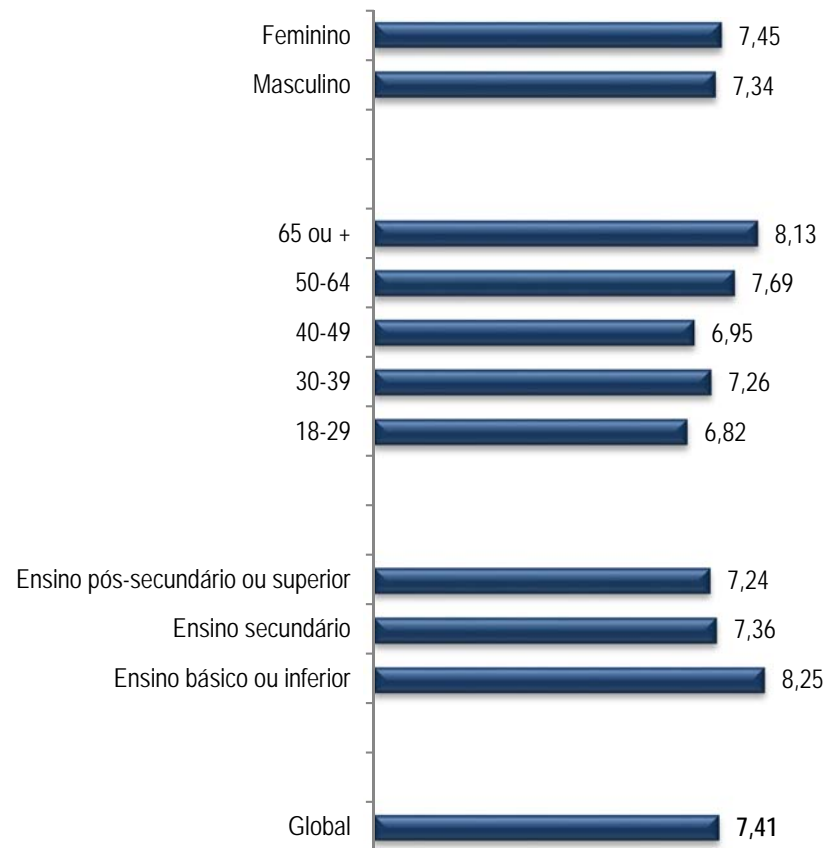
7 Anexos

Índice de Canais por categoria de clientes



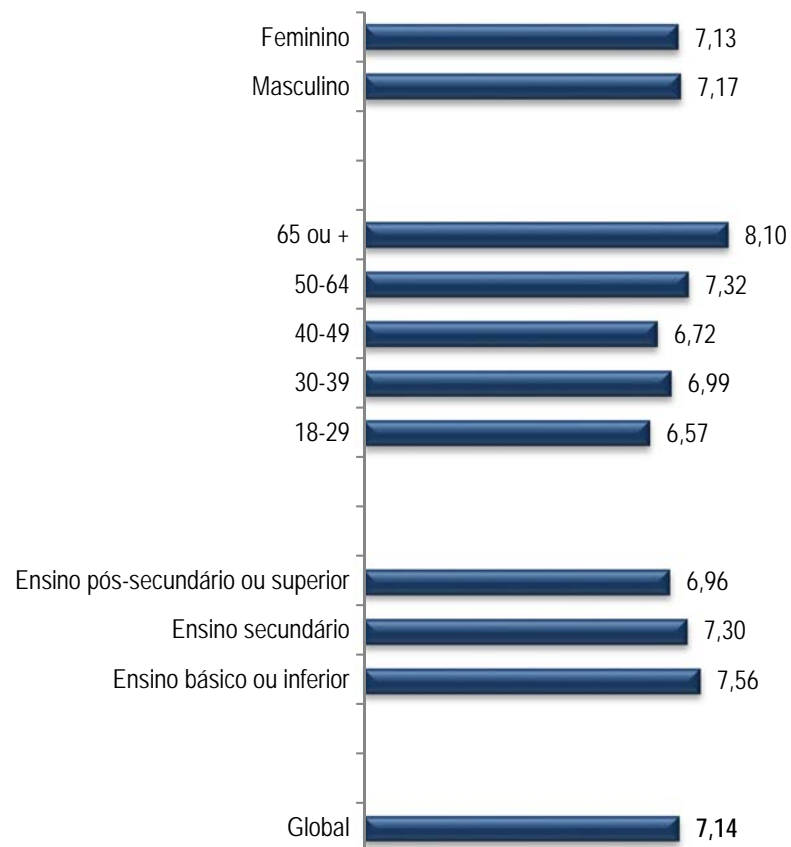
7 Anexos

Índice de Esforço por categoria de clientes



7 Anexos

Índice de Incidentes por categoria de clientes





Relatório Preliminar

SMAS da Maia

BECX - Best European Customer Experience