



Relatório Síntese

SMAS da Maia

BECX 2022

Índice

Introdução.....	3
Aspetos Metodológicos.....	7
Resultados Globais.....	18
Resultados por Variável.....	25
Caracterização do Cliente.....	37
Recomendações.....	39

Introdução

1. Introdução

O presente Relatório tem como objetivo apresentar um conjunto de resultados da experiência dos clientes dos SMAS da Maia obtidos em 2022 e estimados no âmbito do projeto BECX (*Best European Customer Experience*).

Os resultados apresentados são analisados em comparação com o sector das águas e com as restantes empresas em estudo.

O projeto BECX (*Best European Customer Experience*) ou Melhor Experiência do Cliente pretende ser uma refundação do projeto ECSI (*European Customer Satisfaction Index*), alargando o seu âmbito e adaptando-o às novas realidades, designadamente aos múltiplos canais com que presentemente as empresas interagem com os seus clientes e que dão origem a um elevado número de pontos contacto.

1. Introdução

(continuação)

Esta abordagem assenta nas seguintes características fundamentais:

- É suportada por respostas obtidas a questionários cuidadosamente elaborados junto de amostras representativas dos clientes das organizações estudadas e não apenas nas opiniões de um reduzido grupo de clientes;
- Permite a produção de um conjunto de índices suportado por um modelo de experiência do cliente que avalia não apenas a experiência, mas também as principais dimensões com esta relacionadas. Deste modo é possível identificar os fatores que contribuem para uma melhor experiência do cliente, bem como aqueles que contribuem para uma experiência negativa;
- Fornece resultados baseados num *dashboard* flexível, com possibilidade de realização de cruzamentos e múltiplos filtros;

1. Introdução

(continuação)

Esta abordagem assenta nas seguintes características fundamentais:

- Utiliza a mais avançada metodologia de modelação da experiência do cliente, baseada em modelos de equações estruturais;
- Adota uma abordagem semelhante e compatível com a usada na rede internacional do projeto ACSI, permitindo a realização de *benchmarks*;
- Fornece estimadores mais robustos dos vários índices como tem sido demonstrado em várias publicações científicas e em aplicações a centenas de setores e a milhares de empresas.

Aspetos Metodológicos

2. Aspetos Metodológicos

Estudo de Mercado

Amostragem

O estudo de cada setor é baseado em amostras representativas dos clientes das empresas estudadas, selecionadas probabilisticamente com periodicidade trimestral.

Recolha de dados

A recolha de dados é feita através de um questionário administrado às amostras de clientes selecionados, utilizando duas vias alternativas e complementares:

- online, por via CAWI (*computer assisted web interview*);
- telefónica, por via CATI (*computer assisted telephone interview*).

2. Aspectos Metodológicos

Estudo de Mercado

Período da realização das entrevistas

O trabalho de campo decorreu no último mês de cada trimestre.

Dimensão da Amostra

Foram entrevistados, de um modo geral, 250 clientes de cada marca em estudo, o que, no total, corresponde a 1988 entrevistas realizadas para o sector das Águas. No caso dos SMAS da Maia foram entrevistados 244 clientes.

2. Aspetos Metodológicos

Estudo de Mercado

Marcas estudadas

Em 2022, foram estudadas as seguintes entidades:

- **AGERE de Braga** (Empresa de Águas, Efluentes e Resíduos de Braga)
- **Águas de Coimbra**
- **Águas de Gaia, EM, SA**
- **Águas do Alto Minho**
- **EPAL** (Empresa Portuguesa das Águas Livres)
- **SMAS da Maia** (Serviços Municipalizados de Eletricidade, Água e Saneamento da Maia)
- **SMAS de Vila Franca de Xira** (Serviços Municipalizados de Água e Saneamento de Vila Franca de Xira)
- **Outras entidades**

2. Aspectos Metodológicos

Estudo de Mercado

Questionário

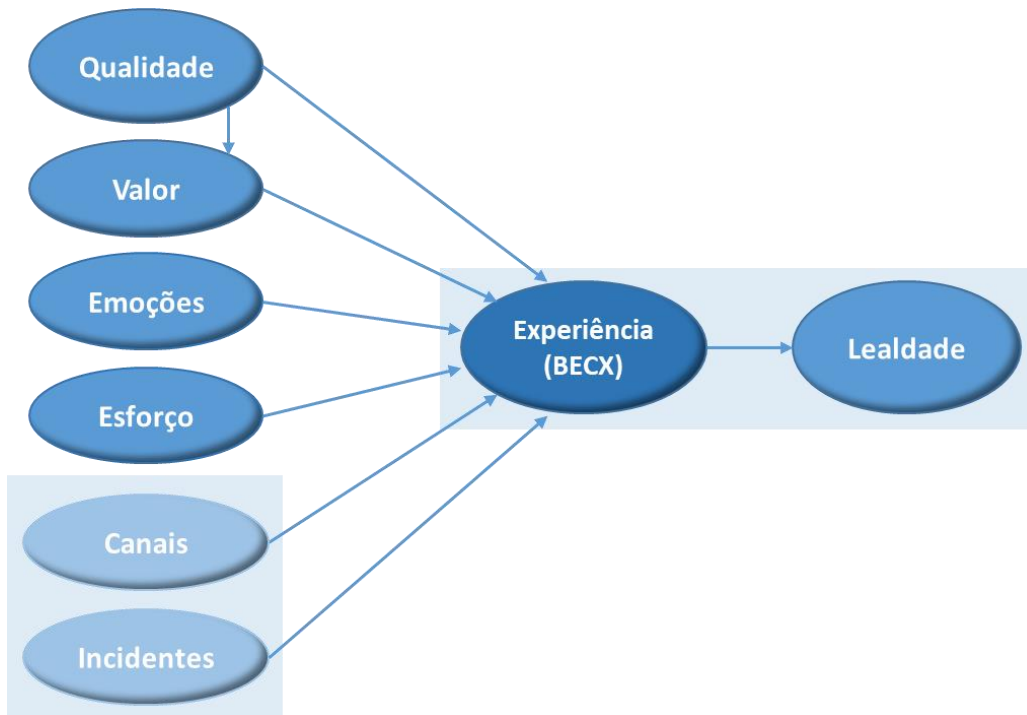
O questionário adotado está organizado em grandes áreas, concordantes com as dimensões do modelo:

- Qualidade
- Valor
- Experiência do Cliente (BECX)
- Lealdade do Cliente
- Emoções
- Esforço
- Canais*
- Incidentes*

* Análise detalhada em 2 trimestres do ano. Canais – 2º e 4º Trimestre; Incidentes – 1º e 3º Trimestre

2. Aspectos Metodológicos

Modelo de Satisfação 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 variáveis latentes que não são medidas diretamente.

Modelo de Medida:

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

2. Aspectos Metodológicos

Modelo de Satisfação do Cliente

- O modelo BECX ou da Experiência do Cliente apresenta algumas diferenças significativas em relação ao modelo ECSI ou da Satisfação do Cliente.
 - A satisfação do cliente do modelo ECSI dá lugar à experiência do cliente que é um conceito mais abrangente;
 - O modelo BECX contém quatro dimensões, dedicadas às emoções, incidentes críticos, canais e esforço, que não existiam no modelo ECSI.

Como as dimensões do modelo de Experiência do Cliente não são observadas, cada uma delas é medida por um conjunto de indicadores, que é equivalente a um igual número de questões que integram o questionário.

2. Aspectos Metodológicos

Modelo de Satisfação do Cliente – Modelo Estrutural

Qualidade - pretende avaliar a qualidade dos produtos e/ou serviços disponibilizados, quer de forma global, quer através de um conjunto de dimensões específicas.

Valor - define-se como a relação qualidade/preço, procurando avaliar os preços praticados pela empresa dada a qualidade dos seus produtos e serviços, e vice-versa, e comparar os preços com os das empresas concorrentes.

Experiência do Cliente - pretende avaliar de forma global toda a experiência e satisfação do cliente com a empresa, a realização das expectativas que o cliente tinha e a aproximação a uma empresa ideal.

Lealdade do Cliente - além da intenção de permanecer como cliente e de recomendar a empresa a outras pessoas, procura saber se o cliente desencoraja outras pessoas a trabalhar com a empresa e se tem a intenção de vir a adquirir novos produtos e/ou serviços à empresa.

2. Aspectos Metodológicos

Modelo de Satisfação do Cliente – Modelo Estrutural

Emoções - pretende conhecer as emoções que a empresa/marca desperta no cliente.

Esforço - procura estimar o esforço do cliente para contactar, resolver problemas e adquirir serviços à empresa.

Canais - procura:

- conhecer os canais mais utilizados e os preferidos pelos clientes para contactar a empresa e adquirir serviços;
- avaliar a experiência proporcionada pelos diferentes canais de contacto.

Incidentes - pretende saber:

- se o cliente teve experiências positivas ou negativas com a empresa/marca e o contexto em que tais experiências se verificaram;
- as ações planeadas, na sequência das experiências.

2. Aspectos Metodológicos

Indicadores do Modelo de Medida por variável latente

Emoções

- 1-Oportunismo-Benevolência
- 2-Desconfiança-Confiança
- 3-Rancor-Afeto
- 4-Ingratidão-Gratidão
- 5-Desapontamento-Alegria
- 6-Desvalorizado-Importante
- 7-Banal-Exclusivo
- 8-Indiferença-Compromisso
- 9-Insegurança-Segurança
- 10-Tensão-Descontração
- 11-Avaliação das emoções geradas pela empresa

Canais

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

Esforço

Facilidade em...

- 1-resolver problemas com a “empresa”
- 2-adquirir ou usar o serviço da “empresa”
- 3-obter ajuda por parte da “empresa”
- 4-interagir com a “empresa”, de um modo global

2. Aspectos Metodológicos

Indicadores do Modelo de Medida por variável latente

Incidentes

- 1-Em que medida considera importante essa experiência negativa?
- 2-Em que medida considera importante essa experiência positiva?
- 3-Avaliação das experiências com a empresa no último ano

Qualidade

- 1-Qualidade global apercebida
- 2-Qualidade dos produtos e serviços oferecidos
- 3-Fiabilidade dos produtos e serviços oferecidos
- 4-Diversidade de produtos e serviços
- 5-Atendimento e capacidade de aconselhamento
- 6-Qualidade das instalações
- 7-Capacidade de inovação nos produtos e/ou serviços oferecidos
- 8-Clareza e transparência na informação fornecida
- 9-Capacidade de resolução de problemas
- 10-Clareza e transparência dos preços e faturação

Valor

- 1-Avaliação do preço dada a qualidade
- 2-Avaliação do preço comparativamente com o das outras empresas
- 3-Avaliação da qualidade dado o preço

BECX

- 1-Satisfação global
- 2-Cumprimento das expectativas
- 3-Distância à empresa ideal
- 4-Experiência global

Lealdade

- 1-Intenção de voltar a escolher a empresa
- 2-Intenção de permanecer como cliente
- 3-Recomendar a empresa a amigos e colegas
- 4-Desencorajar outras pessoas a trabalhar com a empresa
- 5-Intenção de adquirir novos produtos/ serviços

Resultados Globais

3. Resultados Globais

Síntese de Resultados

Os índices das variáveis latentes são apresentados na escala de 1 a 10, de modo a facilitar a sua comparação com os indicadores que lhes dão origem (os quais são obtidos na mesma escala).

A interpretação do diagrama da página 20 indica que a dimensão com maior impacto na Experiência é a Qualidade, ou seja, se a valorização média da Qualidade subir um ponto, a Experiência subirá 0,32 pontos.

Em 2022, os SMAS da Maia apresentam a sua maior valorização média no índice de Qualidade (7,7 pontos). O sector das Águas, à semelhança dos SMAS da Maia, regista a maior valorização média no índice Qualidade (7,4 pontos).

De forma oposta, o menor valor médio estimado é registado no Valor, quer no caso dos SMAS da Maia (6,5 pontos), quer no sector (6,3 pontos).

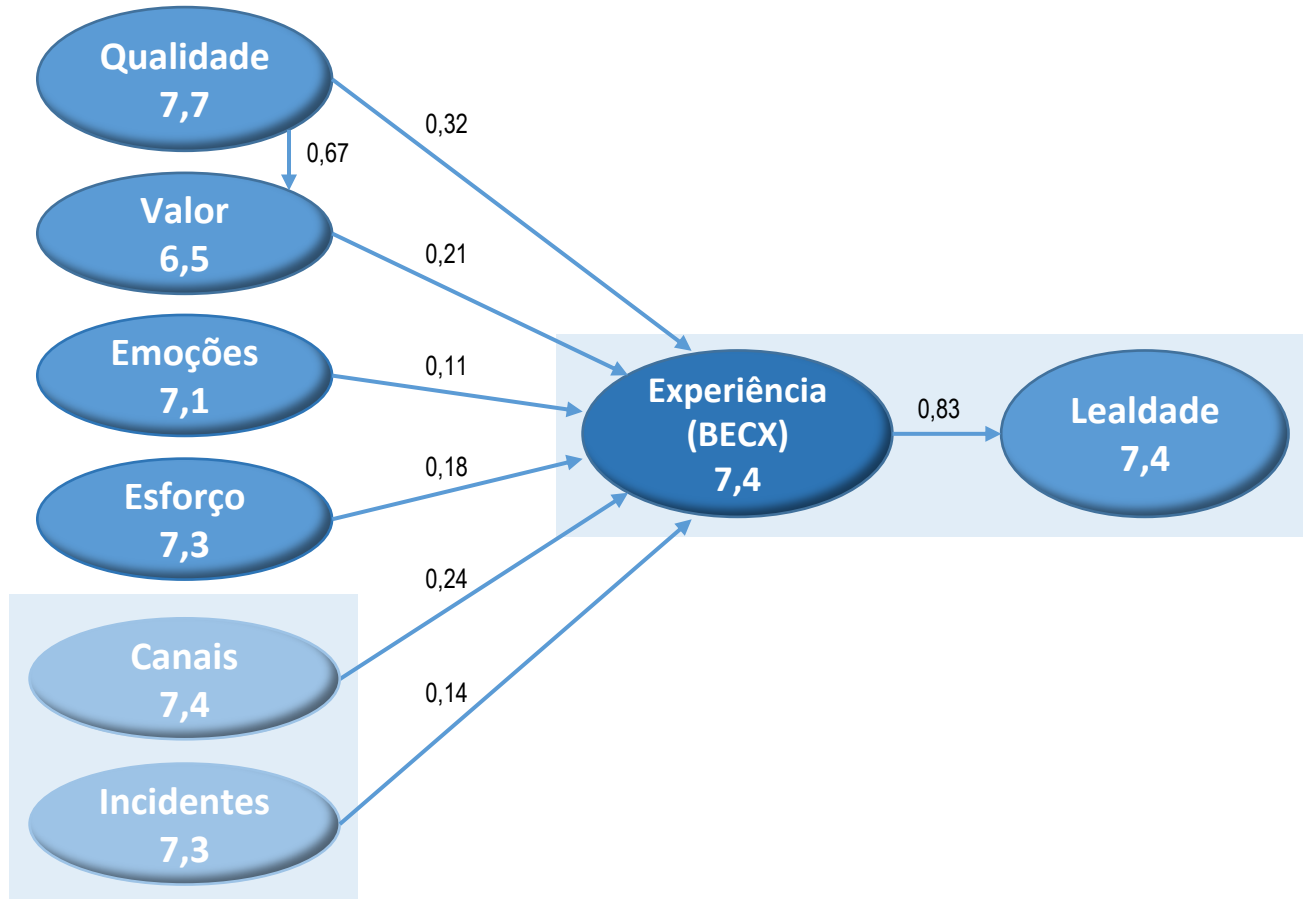
Os SMAS da Maia apresentam, em 2022, desempenhos médios superiores aos do setor, em todos os índices estudados. Salientar que, o maior desvio é verificado no índice Lealdade (0,48 pontos) e o menor desvio é observado no índice de Valor (0,14 pontos).

Relativamente às evoluções registadas entre 2021 e 2022, verifica-se que os SMAS da Maia conheceram variações positivas na maioria dos índices estudados. As exceções verificam-se nos índices Qualidade, Canais e Esforço, onde se registam evoluções negativas a oscilar entre os -0,10 pontos, nos Canais, e os -0,08 pontos, na Qualidade.

No índice Experiência do cliente, os SMAS da Maia apresentam um valor médio estimado em 7,4 pontos, ocupando a 5ª posição no ranking das empresas estudadas no setor. No índice de Lealdade a empresa ocupa o quinto lugar do ranking.

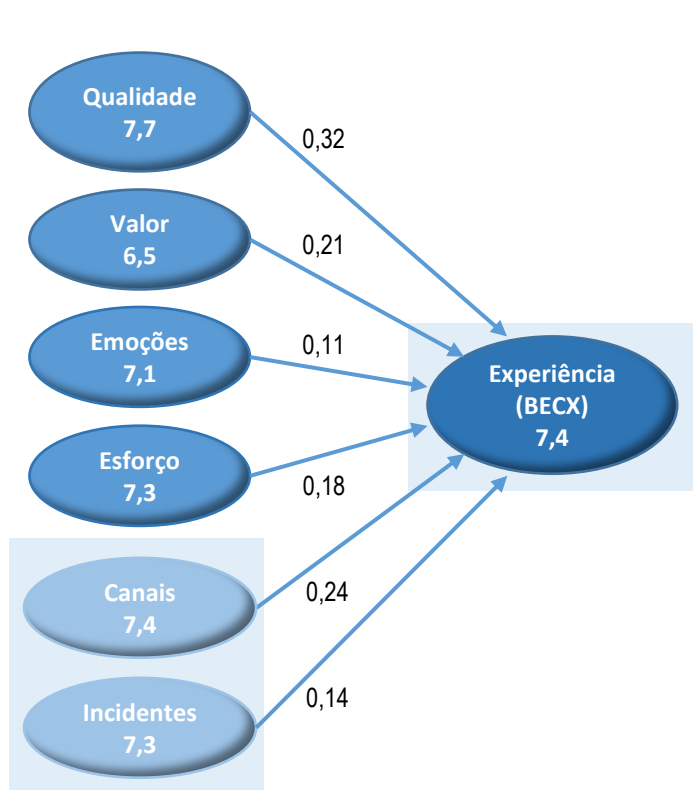
3. Resultados Globais

Resultados da aplicação do Modelo BECX aos SMAS Maia

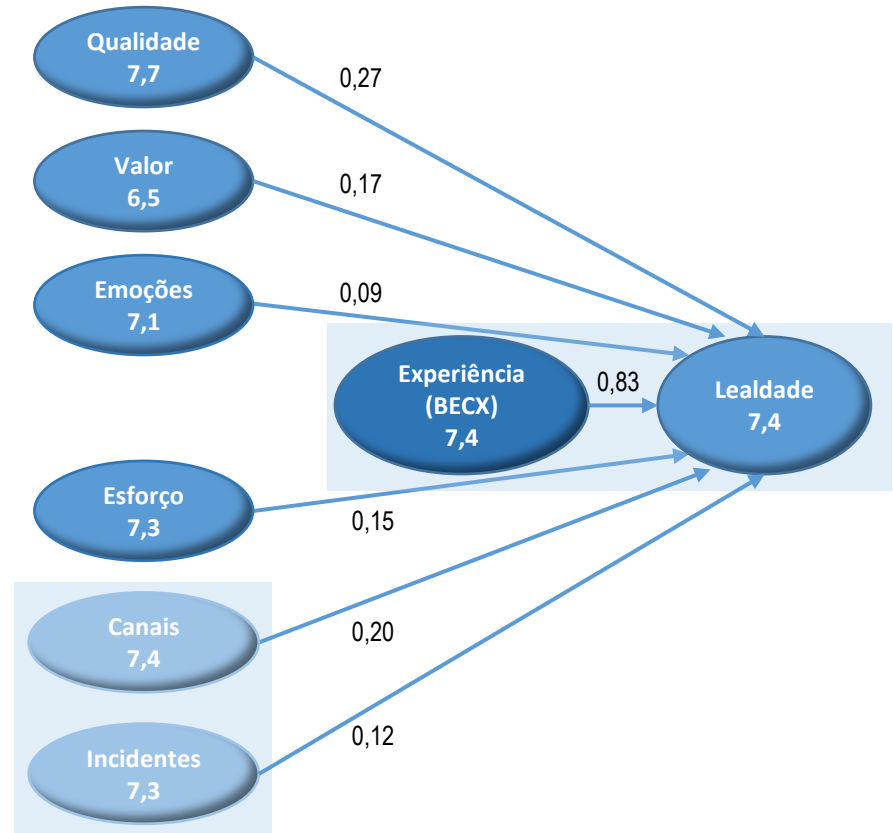


3. Resultados Globais

Resultados da aplicação do Modelo BECX aos SMAS Maia



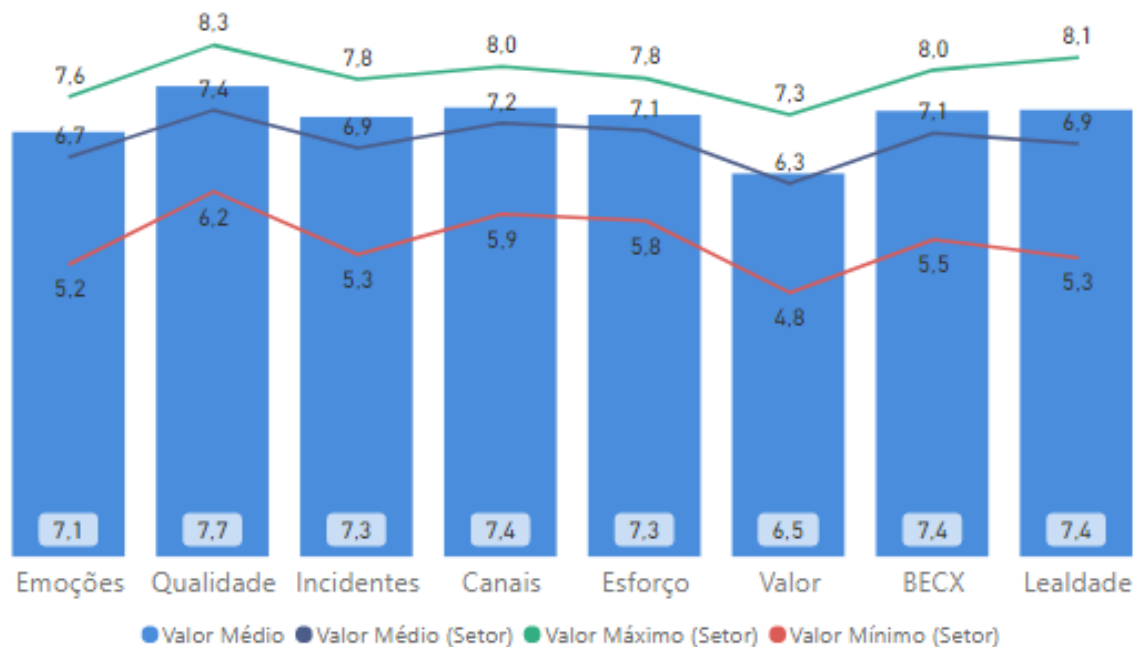
Impactos totais na Experiência (BECX) do cliente



Impactos totais na Lealdade do cliente

3. Resultados Globais

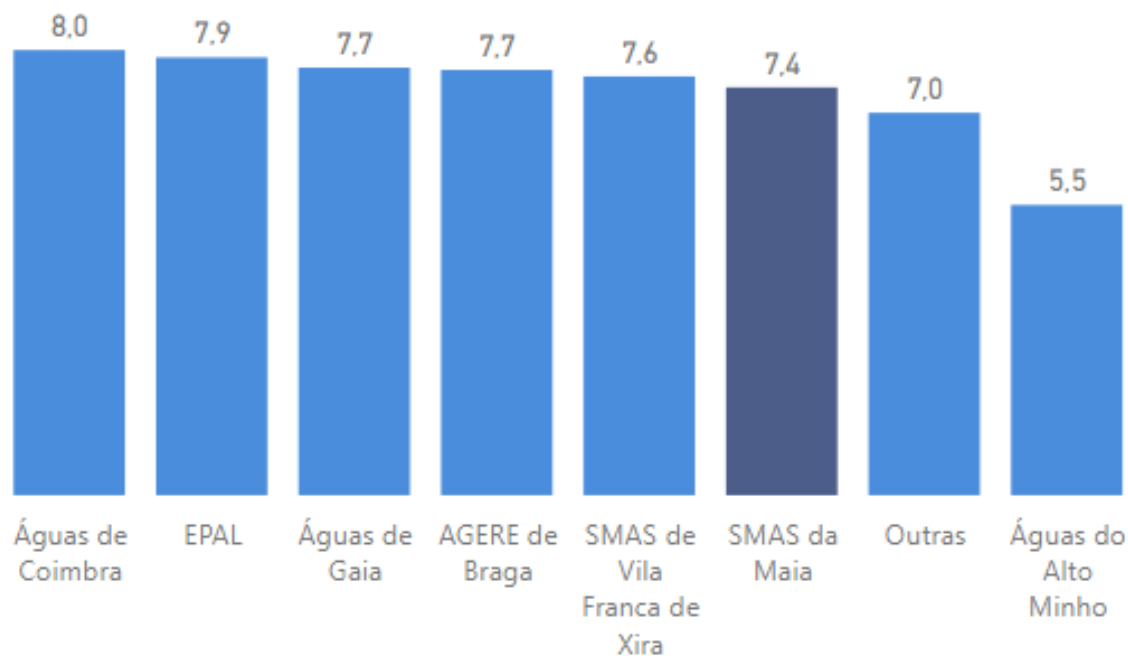
Posicionamento dos SMAS da Maia e índices médios, máximos e mínimos do sector das Águas em 2022



Para mais informações consultar Dashboard – Resultados Globais – 2022 | 4T(acumulado) | Águas | SMAS da Maia

3. Resultados Globais

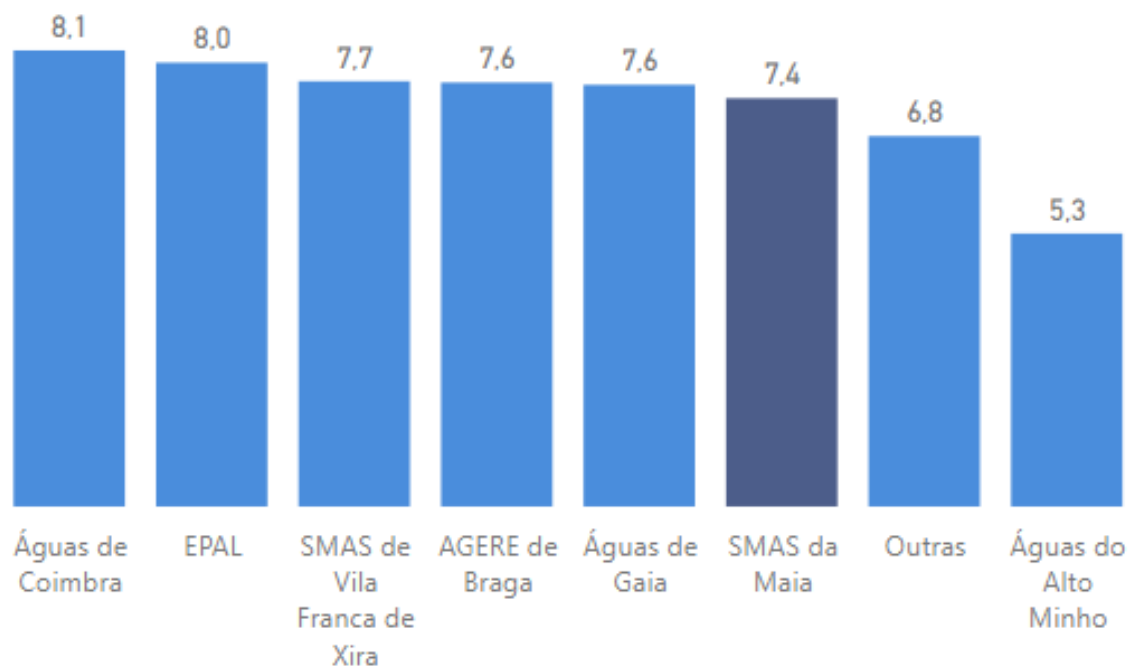
Ranking dos índices de Experiência (BECX) do Cliente em 2022



Para mais informações consultar Dashboard – Resultados Globais – 2022 | 4T(acumulado) | Águas | Tudo | BECX

3. Resultados Globais

Ranking dos índices de Lealdade do Cliente em 2022



Para mais informações consultar Dashboard – Resultados Globais – 2022 | 4T(acumulado) | Águas | Tudo | Lealdade

3. Resultados Globais

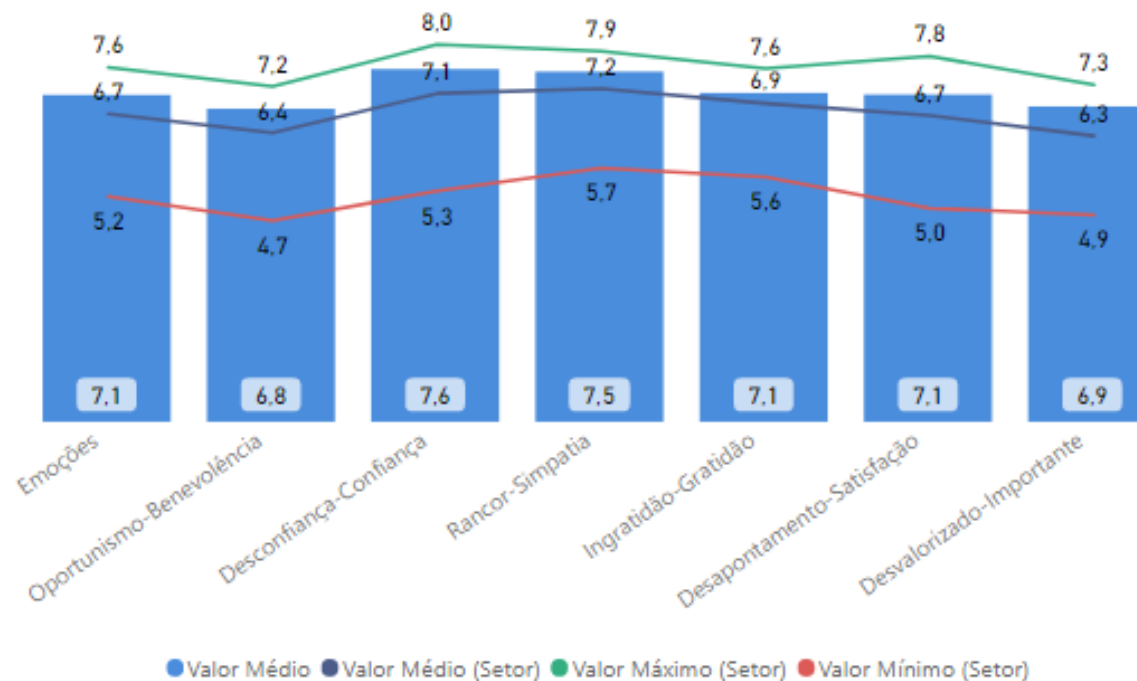
Valores médios dos SMAS da Maia e do setor das Águas, variação entre 2021 e 2022 e posicionamento dos SMAS da Maia no setor das Águas

Variáveis Latentes	Valores médios 2022		Variação entre 2021 e 2022		Posicionamento da SMAS da Maia no sector das Águas	
	SMAS da Maia	Águas	SMAS da Maia	Águas	2022	2021
Emoções	7,1	6,7	0,13	0,21	0,35	0,43
Qualidade	7,7	7,4	-0,08	0,00	0,34	0,43
Incidentes	7,3	6,9	0,11	0,20	0,45	0,53
Canais	7,4	7,2	-0,10	0,07	0,22	0,40
Esforço	7,3	7,1	-0,09	0,10	0,22	0,41
Valor	6,5	6,3	0,18	0,23	0,14	0,19
BECX	7,4	7,1	0,05	0,06	0,32	0,33
Lealdade	7,4	6,9	0,30	0,07	0,48	0,25

**Resultados
por Variável**

4. Resultados por Variável

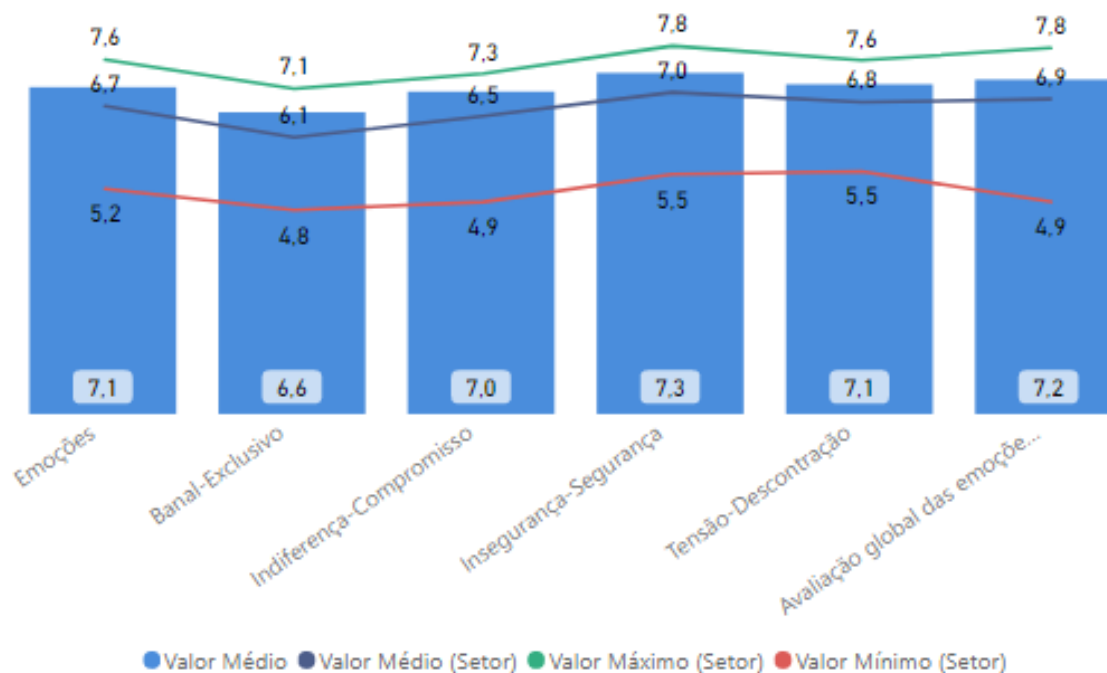
Posicionamento dos SMAS da Maia e valores médios, máximos e mínimos do sector das Águas – em Emoções



Para mais informações consultar Dashboard – Emoções – 2022 | 4T(acumulado) | Águas | SMAS da Maia

4. Resultados por Variável

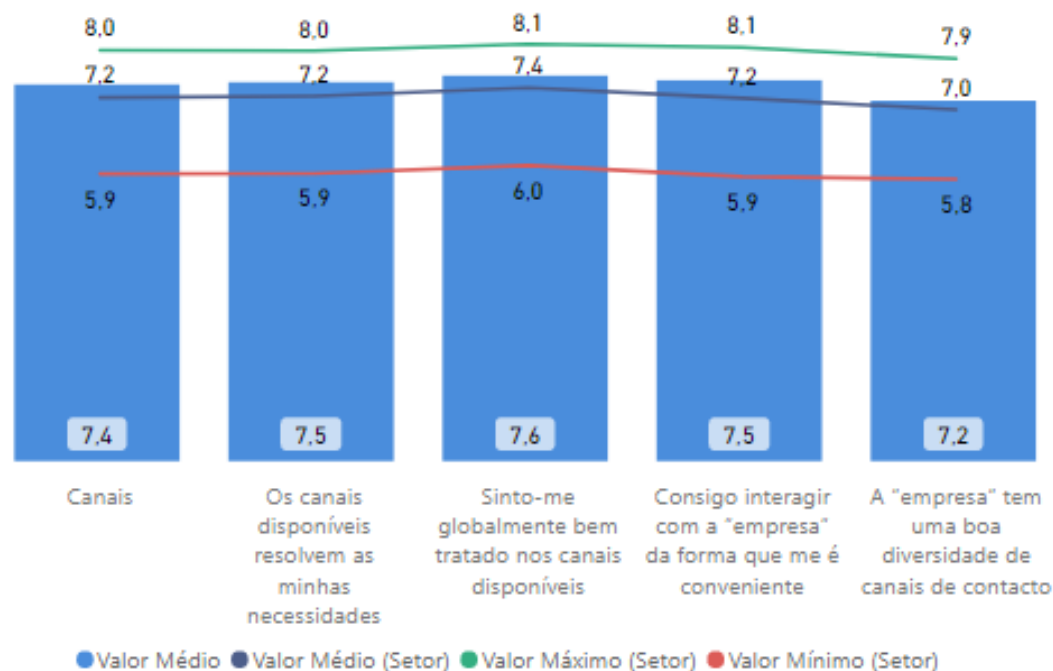
Posicionamento dos SMAS da Maia e valores médios, máximos e mínimos do sector das Águas – em Emoções (*continuação*)



Para mais informações consultar Dashboard – Emoções – 2022 | 4T(acumulado) | Águas | SMAS da Maia

4. Resultados por Variável

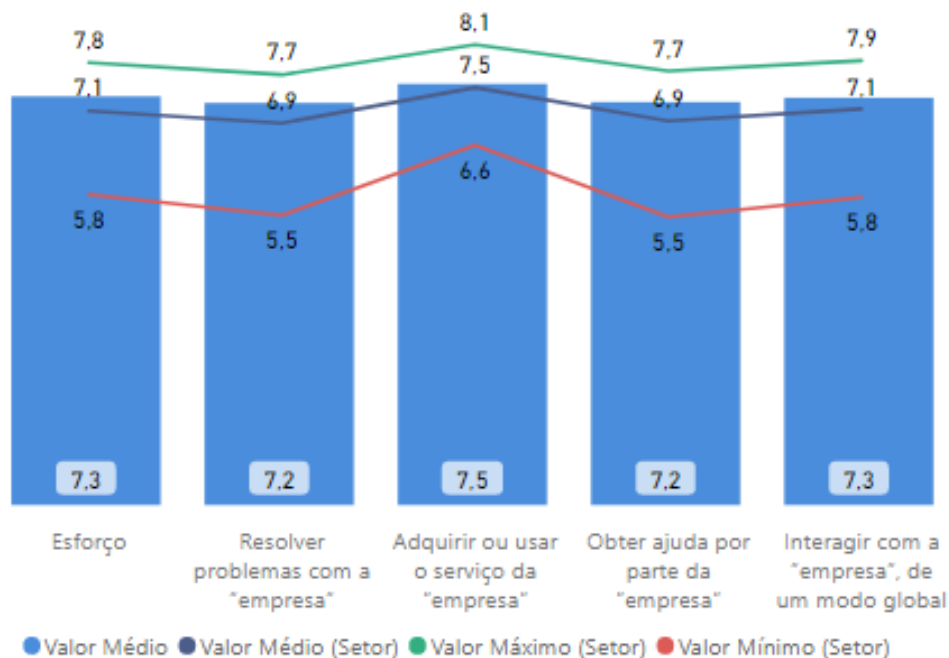
Posicionamento dos SMAS da Maia e valores médios, máximos e mínimos do sector das Águas – em Canais



Para mais informações consultar Dashboard – Multicanalidade – 2022|4T(acumulado)|Águas|SMAS da Maia

4. Resultados por Variável

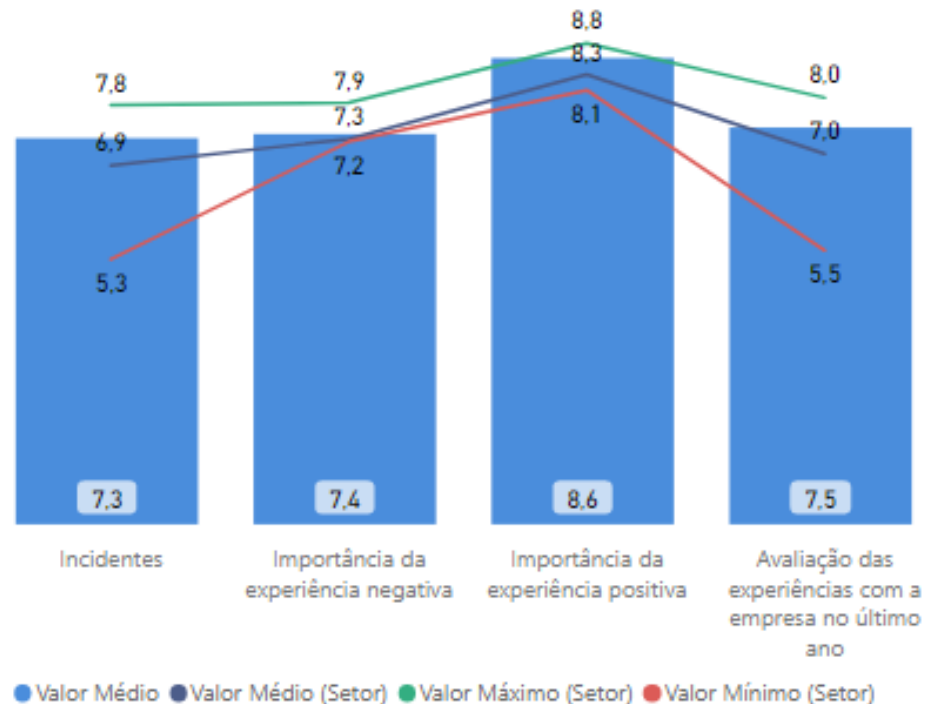
Posicionamento dos SMAS da Maia e valores médios, máximos e mínimos do sector das Águas – em Esforço



Para mais informações consultar Dashboard – Esforço – 2022 | 4T(acumulado) | Águas | SMAS da Maia

4. Resultados por Variável

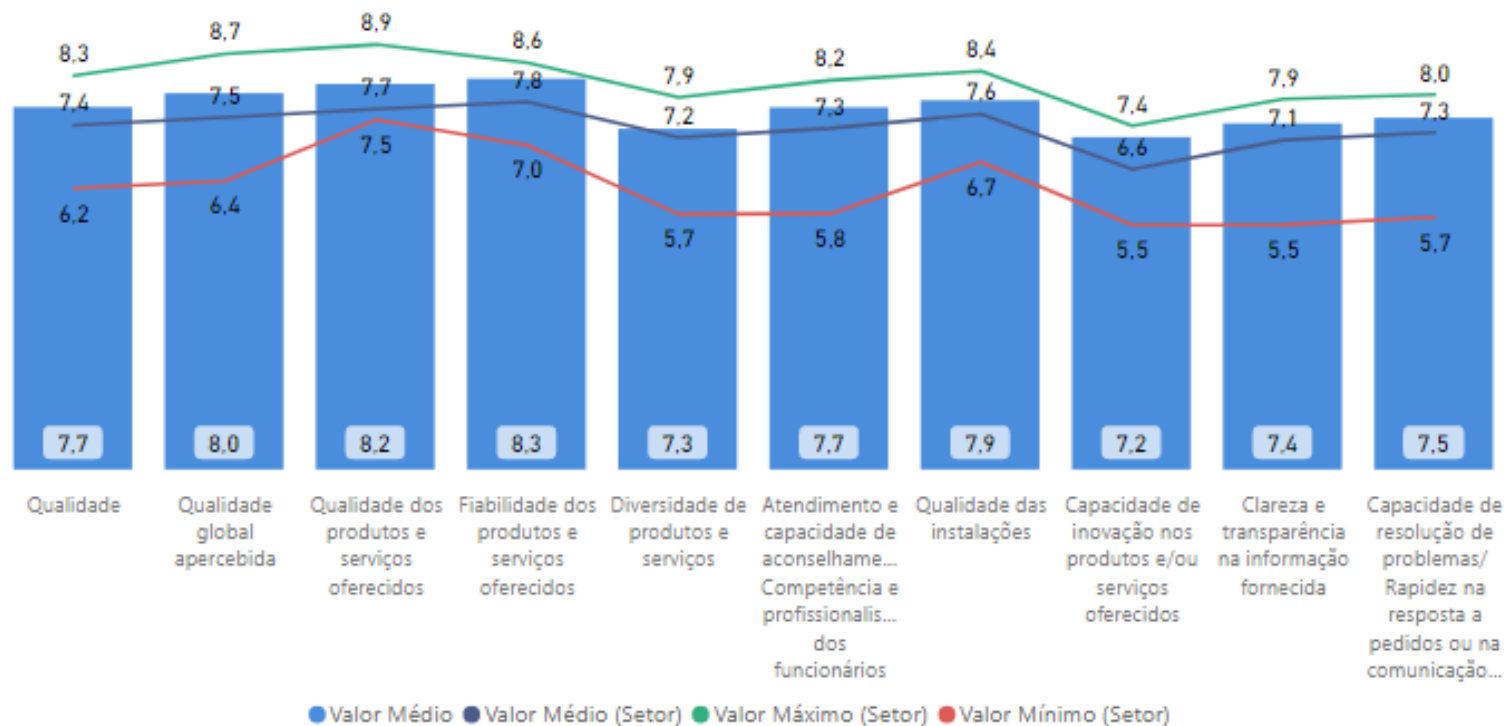
Posicionamento dos SMAS da Maia e valores médios, máximos e mínimos do sector das Águas – em Incidentes



Para mais informações consultar Dashboard – Incidentes – 2022|4T(acumulado)|Águas|SMAS da Maia

4. Resultados por Variável

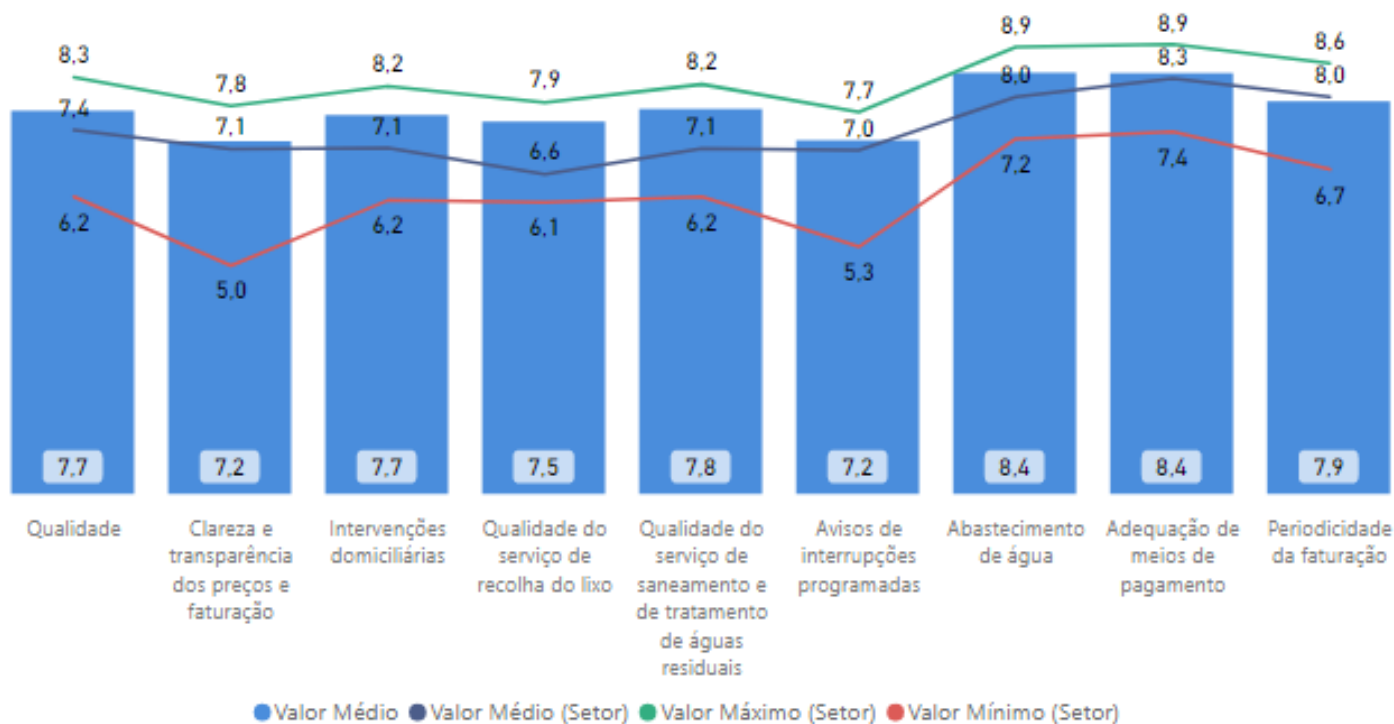
Posicionamento dos SMAS da Maia e valores médios, máximos e mínimos do sector das Águas – em Qualidade



Para mais informações consultar Dashboard – Qualidade – 2022|4T(acumulado)|Águas|SMAS da Maia

4. Resultados por Variável

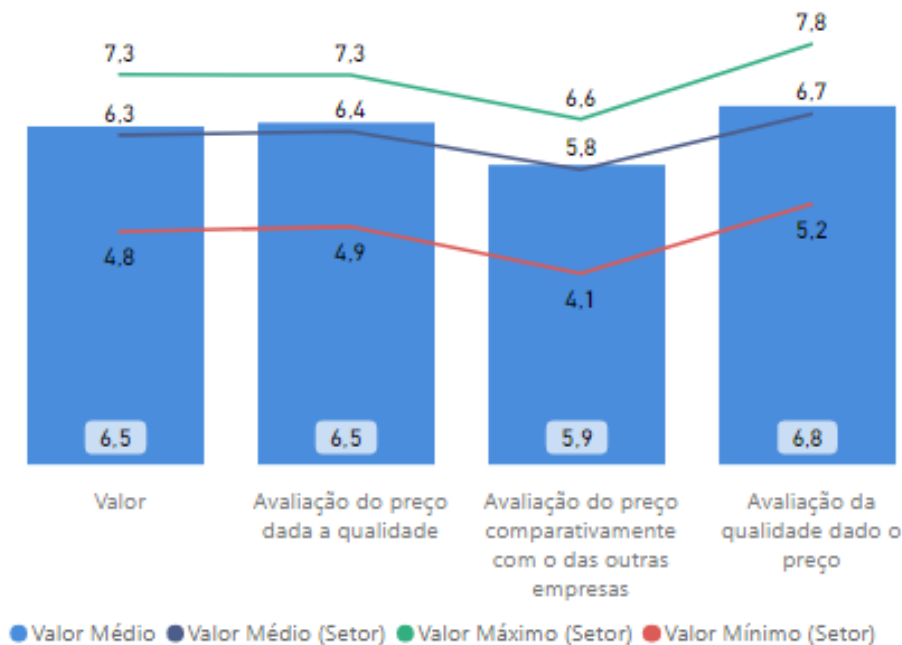
Posicionamento dos SMAS da Maia e valores médios, máximos e mínimos do sector das Águas – em Qualidade (*continuação*)



Para mais informações consultar Dashboard – Qualidade – 2022|4T(acumulado)|Águas|SMAS da Maia

4. Resultados por Variável

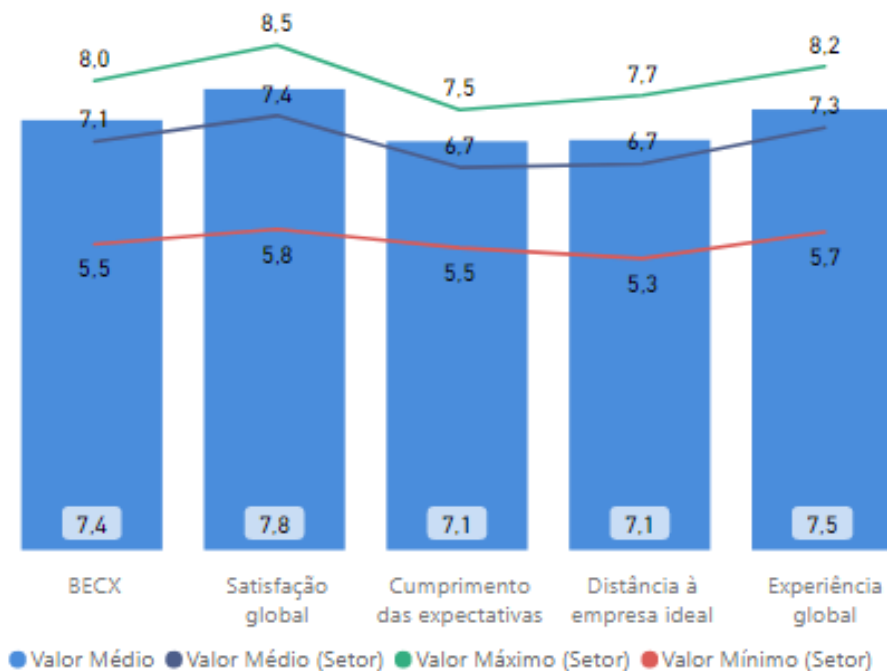
Posicionamento dos SMAS da Maia e valores médios, máximos e mínimos do sector das Águas – em Valor



Para mais informações consultar Dashboard – Valor – 2022 | 4T(acumulado) | Águas | SMAS da Maia

4. Resultados por Variável

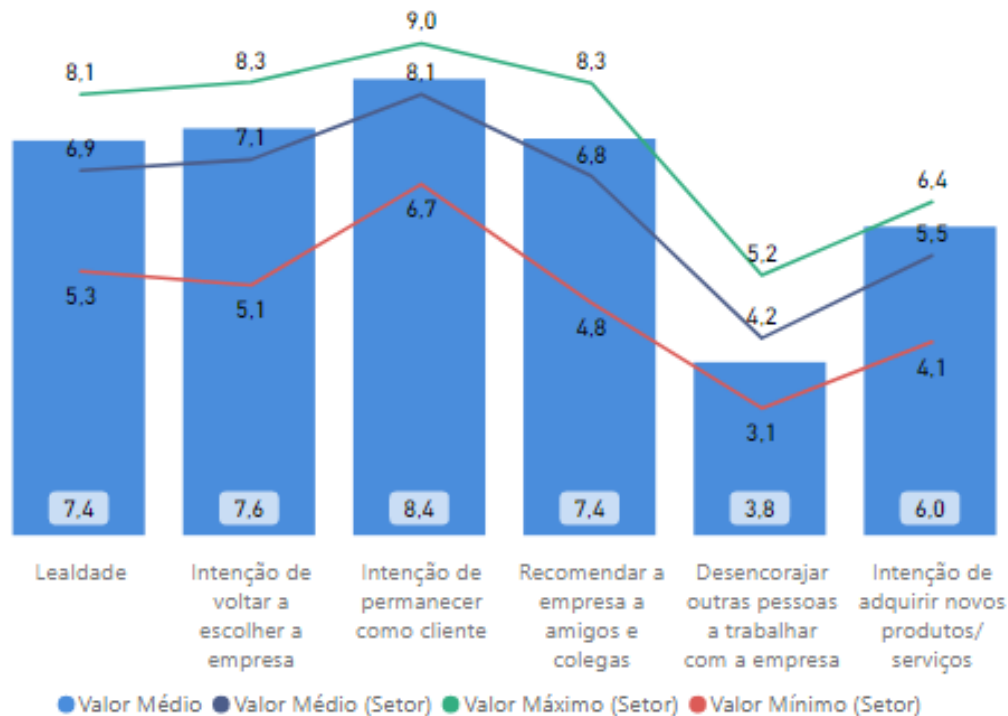
Posicionamento dos SMAS da Maia e valores médios, máximos e mínimos do sector das Águas – em Experiência (BECX)



Para mais informações consultar Dashboard – Experiência (BECX) – 2022 | 4T(acumulado) | Águas | SMAS da Maia

4. Resultados por Variável

Posicionamento dos SMAS da Maia e valores médios, máximos e mínimos do sector das Águas – em Lealdade

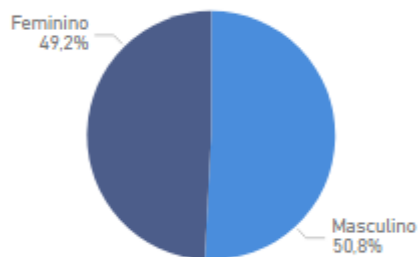


Para mais informações consultar Dashboard – Lealdade – 2022 | 4T(acumulado) | Águas | SMAS da Maia

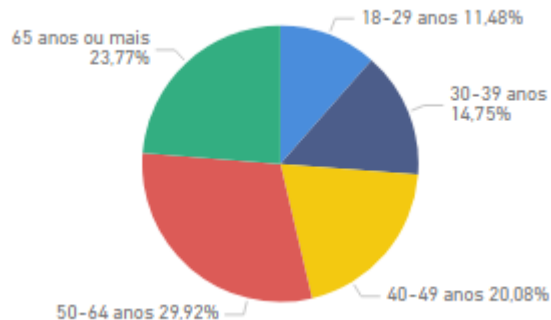
Caracterização do Cliente

5. Caracterização do Cliente

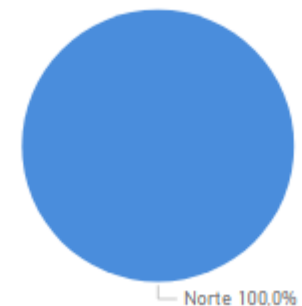
Género



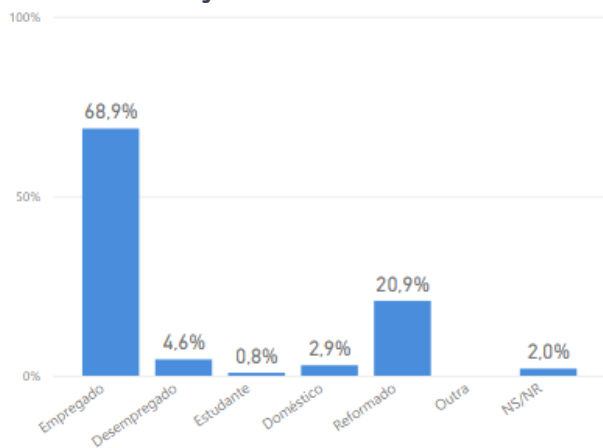
Idade



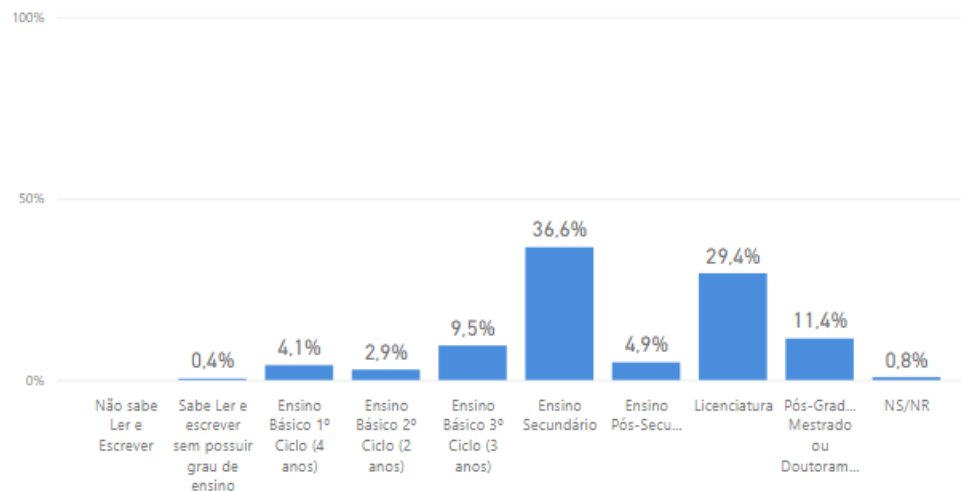
NUTS II



Situação Profissional



Nível de Ensino



Número de entrevistas: **244**

Para mais informações consultar Dashboard –Caracterização – 2022 | 4T(acumulado) | Águas | SMAS da Maia

Recomendações

7. Recomendações

A análise que se segue tem em vista a melhoria da Experiência do cliente dos SMAS da Maia. Note-se que, existindo um impacto muito significativo (quer direto, quer total) da Experiência na lealdade, a melhoria da experiência contribui igualmente para um aumento da lealdade do cliente.

O gráfico da página 42 apresenta, nas abcissas, os impactos totais das variáveis explicativas sobre a Experiência do cliente dos SMAS da Maia e, nas ordenadas, a diferença entre os índices dos SMAS da Maia e a média do sector das Águas.

O objetivo é representar o desempenho dos SMAS da Maia para cada uma das variáveis explicativas da Experiência, bem como a sua importância na explicação desta variável. O gráfico é dividido em quatro quadrantes.

- No **primeiro quadrante** (Pontos Fortes Principais) incluem-se as variáveis com índice superior ao do sector (diferenças positivas) e que, simultaneamente, maior impacto têm na experiência do cliente. São variáveis para as quais se recomenda a manutenção e, se possível, o aumento do seu nível médio.
- No **quarto quadrante** (Pontos Fracos Principais) estão incluídas as variáveis com índice inferior ao do sector (diferenças negativas), mas com grande impacto na experiência do cliente. Estas variáveis constituem, assim, as primeiras prioridades de atuação.
- No **segundo** (Pontos Fortes Secundários) e **terceiro quadrantes** (Pontos Fracos Secundários) incluem-se as variáveis com baixo impacto na experiência do cliente. As variáveis que se encontram no terceiro quadrante apresentam, no entanto, diferenças negativas, pelo que requerem uma forte monitorização, bem como algum esforço de melhoria, embora de menor prioridade que a associada ao quarto quadrante. Finalmente, as que se encontram no segundo quadrante são variáveis onde a atuação é a menos prioritária, requerendo, se possível, a manutenção dos níveis atuais.

7. Recomendações

Síntese de Resultados

Saliente-se, em primeiro lugar, a ausência de variáveis no terceiro e no quarto quadrante, o que resulta do facto dos SMAS da Maia ter um desempenho superior à média do conjunto das Águas nas variáveis explicativas da Experiência do cliente.

As variáveis Qualidade, Canais e Valor encontram-se no primeiro quadrante, pelos seus maiores impactos totais na experiência do cliente.

As variáveis Esforço, Emoções e Incidentes situam-se no segundo quadrante, pelos seus menores impactos totais na experiência do cliente.

Neste contexto, a Qualidade deverá constituir as prioridades de atuação dos SMAS da Maia.

Uma vez identificadas as variáveis a serem objeto de atuação, há que encontrar formas de operacionalizar estas ações, já que as variáveis, sendo latentes, não são observáveis.

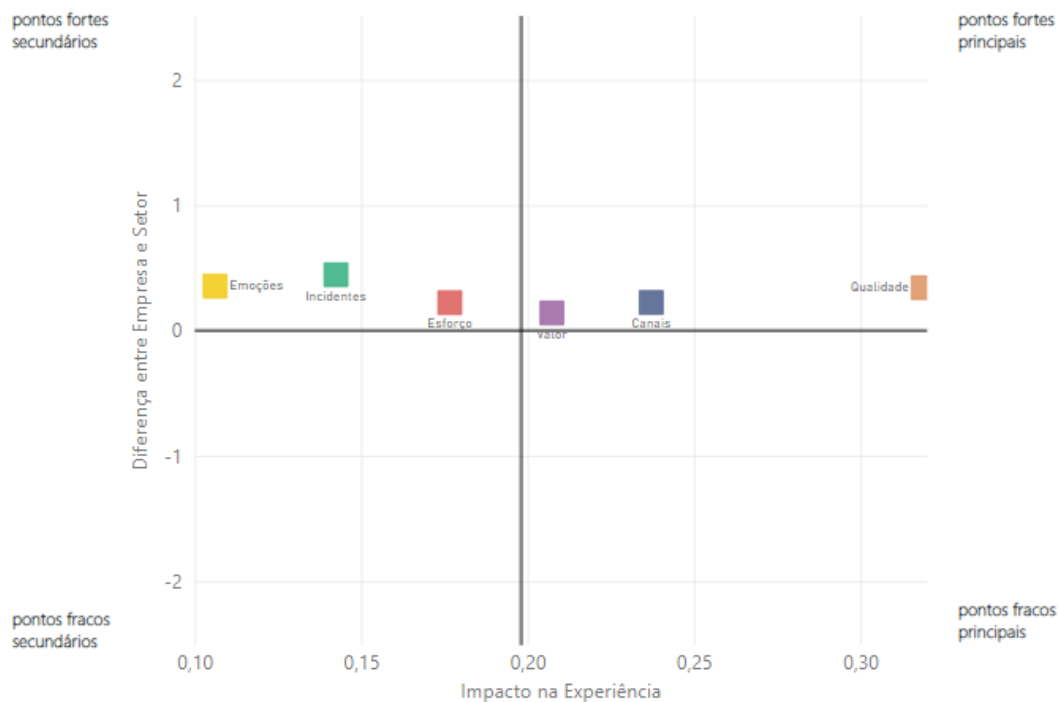
A atuação processa-se através dos indicadores associados a cada variável, tendo em atenção, por um lado, o desempenho relativo da empresa no indicador e, por outro, o seu peso na formação do índice da variável.

No caso da Qualidade os esforços deverão ser associados, em particular, à *clareza e transparência dos preços e faturação*, à *qualidade global apercebida* e à *clareza e transparência na informação recebida*, uma vez que estes indicadores apresentam pesos significativos na formação do índice de qualidade apercebida e/ou diferenças mais expressivas face à média do setor.

7. Recomendações

Como melhorar a Experiência dos clientes dos SMAS da Maia?

Distâncias dos SMAS da Maia à média do sector das Águas e impactos totais dos antecedentes da Experiência em 2022



Para mais informações consultar Dashboard – Modelação – 2022 | 4T(acumulado) | Águas | SMAS da Maia

7. Recomendações

As recomendações aos SMAS da Maia em 2022

Variáveis	Valor Médio	Valor Médio (Águas)	Dif. ao sector	Impacto	Índice de atuação preferencial
Qualidade	7,7	7,4	0,34	0,32	26,2%
Canais	7,4	7,2	0,22	0,24	20,4%
Valor	6,5	6,3	0,14	0,21	18,3%
Esforço	7,3	7,1	0,22	0,18	15,2%
Incidentes	7,3	6,9	0,45	0,14	11,3%
Emoções	7,1	6,7	0,35	0,11	8,7%

Nota: As variáveis consideradas prioritárias encontram-se sombreadas a cinzento.

Devido ao impacto nulo do Esforço na Experiência do cliente, esta variável não apresenta índice de atuação preferencial.

7. Recomendações

As recomendações aos SMAS da Maia em 2022

Variáveis e indicadores	Dif. ao sector	Peso	Índice de atuação preferencial
QUALIDADE		Prioridade nº1	
Clareza e transparência dos preços e faturação	0,14	0,07	11,8%
Qualidade global apercebida	0,45	0,10	11,6%
Clareza e transparência na informação fornecida	0,31	0,07	11,3%
Diversidade de produtos e serviços	0,16	0,06	10,5%
Capacidade de resolução de problemas/ Rapidez na resposta a pedidos ou na comunicação das decisões	0,27	0,06	10,1%
Periodicidade da faturação	-0,08	0,06	9,9%
Capacidade de inovação nos produtos e/ou serviços oferecidos	0,60	0,06	9,7%
Atendimento e capacidade de aconselhamento/ Competência e profissionalismo dos funcionários	0,39	0,06	9,7%
Adequação de meios de pagamento	0,10	0,06	9,6%
Abastecimento de água	0,42	0,08	9,2%
Fiabilidade dos produtos e serviços oferecidos	0,43	0,08	9,0%
Avisos de interrupções programadas	0,17	0,05	8,7%
Qualidade dos produtos e serviços oferecidos	0,47	0,07	8,5%
Qualidade das instalações	0,26	0,06	7,9%
Intervenções domiciliárias	0,58	0,06	7,7%

Nota: As variáveis consideradas prioritárias encontram-se sombreadas a cinzento.



Relatório Síntese

SMAS da Maia

BECX 2022