

# Relatório de Empresa

Serviços Municipalizados de Saneamento Básico  
de Viana do Castelo

# Índice

- 1 - Introdução
- 2 - Aspectos Metodológicos
- 3 - Resultados Globais
- 4 - Resultados por Variável
- 5 - Hábitos de Consumo e Perceções de Preços
- 6 - Qualidade dos Resultados
- 7 - Recomendações
- 8 - Anexos

# 1 Introdução

- O presente Relatório tem como objetivo apresentar um conjunto de resultados da satisfação dos clientes dos SMSB de Viana do Castelo obtidos para o período 2014/2015, estimados no âmbito do projeto ECSI-Portugal (*European Customer Satisfaction Index - Portugal*).
- Este ano optou-se por corrigir o desfasamento existente entre o período de recolha de dados e a data de referência do Relatório. Deste modo, e excecionalmente, o presente relatório reporta-se ao período 2014/2015, de modo a que no próximo ano se possa produzir o Relatório referente ao ano 2016.
- Os resultados apresentados são analisados em comparação com o sector das Águas (abastecimento de água) e com as restantes entidades em estudo.

# Aspetos Metodológicos

# 2 Aspectos Metodológicos

## Estudo de Mercado

### ■ Seleção da amostra de clientes – População alvo:

No modelo ECSI, um cliente é definido como um indivíduo (com 15 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 com que, durante o período de referência, teve relações mais frequentes. No sector das Águas, considera-se a distribuidora que abastece a residência habitual do entrevistado.

# 2 Aspectos Metodológicos

## Estudo de Mercado

### ■ Seleção da amostra de clientes – Plano de Sondagem:

A amostra foi selecionada de modo aleatório e extraída da população portuguesa. Mais especificamente, dado que a recolha de informação é por via telefónica (rede fixa), a base de sondagem é definida como a população residente em alojamentos com telefone da rede fixa.

O plano de sondagem contempla 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 indivíduo, de entre os residentes, através de um método pseudoaleatório (data de aniversário mais próxima).

Uma vez selecionado o indivíduo pretendido, ele é classificado como cliente da entidade através de um conjunto de questões, designado por critérios de qualificação.

# 2 Aspectos Metodológicos

## Estudo de Mercado

### ■ Dimensão da Amostra:

Foram entrevistados, em média, 250 clientes de cada entidade de abastecimento de água o que, no total, corresponde a 2012 entrevistas realizadas para o sector das Águas (abastecimento de água). No caso dos SMSB de Viana do Castelo foram entrevistados **253 clientes.**

### ■ Período da realização das entrevistas:

O trabalho de campo para o sector das Águas decorreu no mês de **julho de 2015.**

# 2 Aspetos Metodológicos

## Estudo de Mercado

### ■ Entidades estudadas:

Em 2014/2015 foram estudadas as seguintes entidades ou distribuidoras:

- **Águas de Coimbra**
- **EPAL** (Empresa Portuguesa das Águas Livres)
- **SMAS de Almada** (Serviços Municipalizados de Água e Saneamento de Almada)
- **SMAS de Oeiras e Amadora** (Serviços Municipalizados de Água e Saneamento de Oeiras e Amadora)
- **SMAS de Sintra** (Serviços Municipalizados de Água e Saneamento de Sintra)
- **SMSB de Viana do Castelo** (Serviços Municipalizados de Saneamento Básico de Viana do Castelo)
- **Vimágua** (Empresa de Água e Saneamento de Guimarães e Vizela)
- **Outras entidades**

**Nota:** Utilizar-se-á indistintamente os termos entidades ou distribuidoras.

# 2 Aspectos Metodológicos

## Estudo de Mercado

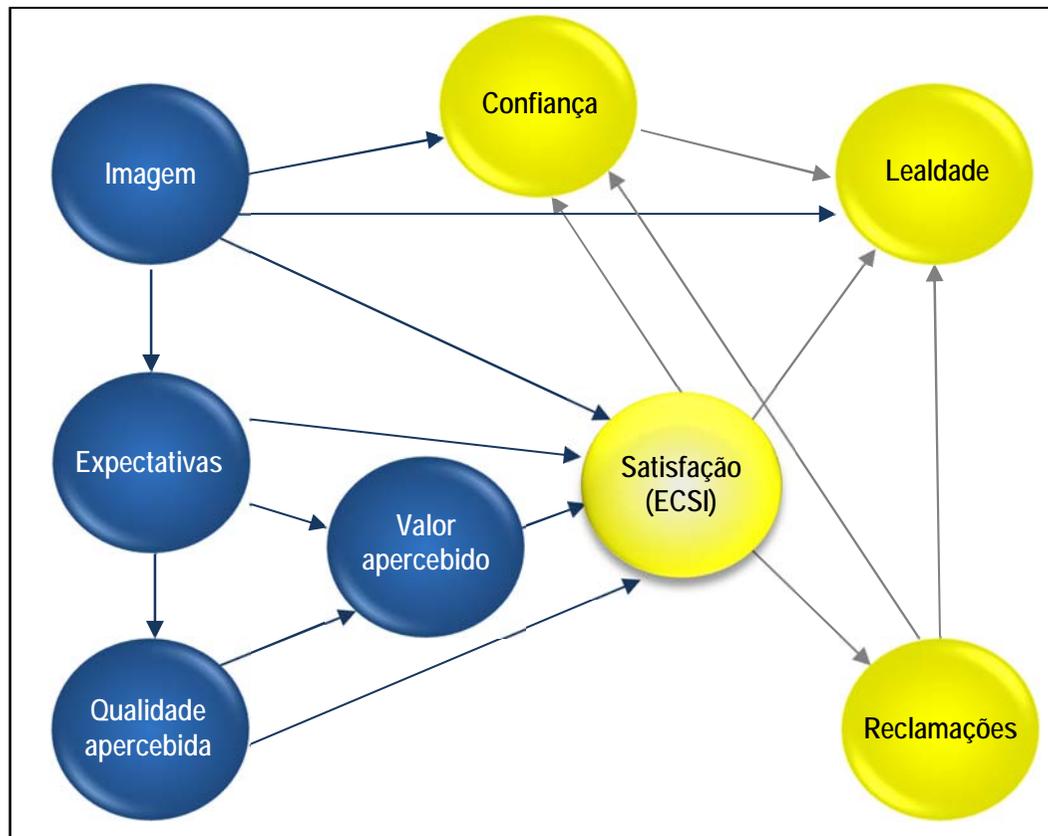
### ■ Questionário:

O questionário utilizado no estudo de 2014/2015 contém 48 questões, divididas da seguinte forma:

- 2 questões referentes aos critérios de qualificação dos clientes;
- 7 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 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 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

### Imagem

- 1-Empresa de confiança no que diz e no que faz
- 2-Empresa estável e implantada no mercado
- 3-Empresa com um contributo positivo para a sociedade
- 4-Empresa que se preocupa com os clientes
- 5-Empresa inovadora e virada para o futuro

### Expectativas

- 1-Expectativas globais sobre a empresa
- 2-Expectativas sobre a capacidade da empresa oferecer produtos e serviços que satisfaçam as necessidades do cliente
- 3-Expectativas relativas à fiabilidade, ou seja, à frequência com que as coisas podem correr mal

### Qualidade apercebida

- 1-Qualidade global apercebida
- 2-Qualidade da água
- 3-Diversidade de serviços
- 4-Atendimento
- 5-Fiabilidade dos produtos e serviços oferecidos
- 6-Clareza e transparência na informação prestada

### Valor apercebido

- 1-Avaliação da qualidade dos produtos e dos serviços, dado o preço pago
- 2-Avaliação do preço pago, dada a qualidade dos produtos e serviços

# 2 Aspectos Metodológicos

## Indicadores do Modelo de Medida por variável latente

### Satisfação

- 1- Satisfação global com a empresa
- 2- Satisfação comparada com as expectativas (realização das expectativas)
- 3-Comparação da empresa com a empresa ideal

### Resolução das Reclamações

- 1-Identificação dos clientes que reclamaram com a empresa
- 2-Forma como foi resolvida a última reclamação (para os que reclamaram)
- 3-Perceção sobre a forma como as reclamações seriam resolvidas (para os que não reclamaram)

### Confiança

- 1-Confiança global
- 2-Confiança no desempenho
- 3-Honestidade na prestação do serviço

### Lealdade

- 1-Intenção de permanecer como cliente
- 2-Sensibilidade ao preço
- 3-Intenção de recomendar a empresa a colegas e amigos

# Resultados Globais

# 3 Resultados Globais

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).

De notar que diferenças entre os índices superiores a 0,21 pontos são, de um modo geral, estatisticamente significativas.

# 3 Resultados Globais

## Síntese de Resultados

Os índices com maior valor médio para os SMSB de Viana do Castelo são os de **confiança (7,94 pontos) e de qualidade apercebida (7,92 pontos)**, seguidos pelo índice de imagem (7,79 pontos). Para o conjunto do sector das Águas, os índices melhor valorizados são os de qualidade apercebida (7,83 pontos), de confiança (7,79 pontos) e de imagem (7,68 pontos). De forma oposta, os índices de valor apercebido e de reclamações registam as menores valorizações médias, quer para os SMSB de Viana do Castelo, quer para o conjunto do sector.

Em 2014/2015, as Águas de Coimbra ocupam o máximo sectorial nos oito índices estimados. Por outro lado, os valores mínimos pertencem aos SMAS de Sintra, nos índices de imagem, de qualidade apercebida, de valor apercebido e de confiança; à Vimágua, no índice de lealdade; e ao conjunto das Outras entidades distribuidoras de água, nos restantes índices.

# 3 Resultados Globais

## Síntese de Resultados

No que diz respeito aos *drivers* da satisfação e da lealdade do cliente, destaca-se o facto de a imagem ser a dimensão mais importante na explicação da satisfação do cliente, seguida pelas expectativas. Do ponto de vista da lealdade, destaca-se a satisfação como a dimensão explicativa mais importante, seguindo-se a imagem e as expectativas.

Em 2014/2015, os SMSB de Viana do Castelo apresentam desempenhos superiores aos do conjunto do sector das Águas na totalidade dos índices estimados. De referir que a diferença registada entre os SMSB de Viana do Castelo e o sector, no índice de lealdade, é considerada estatisticamente significativa.

# 3 Resultados Globais

## Síntese de Resultados

Na satisfação do cliente, os SMSB de Viana do Castelo ocupam a 5ª posição, em 8 posições no ranking geral das entidades estudadas. Nos índices de valor apercebido e de lealdade, os SMSB de Viana do Castelo posicionam-se na 3ª posição do ranking, enquanto nos restantes índices detêm a 5ª posição.

Note-se, ainda, que os SMSB de Viana do Castelo apresentam 38,3% de clientes que podem ser considerados muito satisfeitos (índices superiores a 8), proporção superior à registada pelo sector das Águas (37,3%).

Ao comparar os clientes dos SMSB de Viana do Castelo com os do conjunto do sector, relativamente aos hábitos de consumo e perceções de preços, importa destacar uma maior utilização da água para *consumos exteriores* por parte dos clientes dos SMSB de Viana do Castelo (45,8% versus 35,5%) e uma menor utilização da água para beber (60,1% contra 74,2%). De notar que, os clientes dos SMSB de Viana do Castelo que afirmam não beber água da torneira, evocam em maior proporção a *qualidade/sabor da água* (44,6%) e ainda a *preferência/hábito de beber outras águas* (38,6%) para justificar a sua escolha.

# 3 Resultados Globais

## Síntese de Resultados

Com base, por um lado, no desempenho e, por outro lado, no impacto das variáveis determinantes da satisfação do cliente, verifica-se que a imagem e a qualidade apercebida devem ser, por esta ordem, as variáveis de atuação prioritária de modo a aumentar a satisfação do cliente dos SMSB de Viana do Castelo . Como estas variáveis não são objeto de observação direta, identificam-se de seguida os indicadores de atuação prioritária referentes a cada uma delas.

Desta forma, no caso da imagem, os SMSB de Viana do Castelo deverão procurar melhorar, em particular, os indicadores:

- Empresa que contribui positivamente para a sociedade;
- Empresa que se preocupa com os seus clientes.

# 3 Resultados Globais

## Síntese de Resultados

No caso da qualidade apercebida, os esforços dos SMSB de Viana do Castelo deverão ser associados à generalidade dos indicadores, uma vez que a *qualidade global apercebida* é um dos indicadores prioritários.

Desta forma, a atuação deverá ser orientada para melhorar os indicadores:

- Qualidade global apercebida;

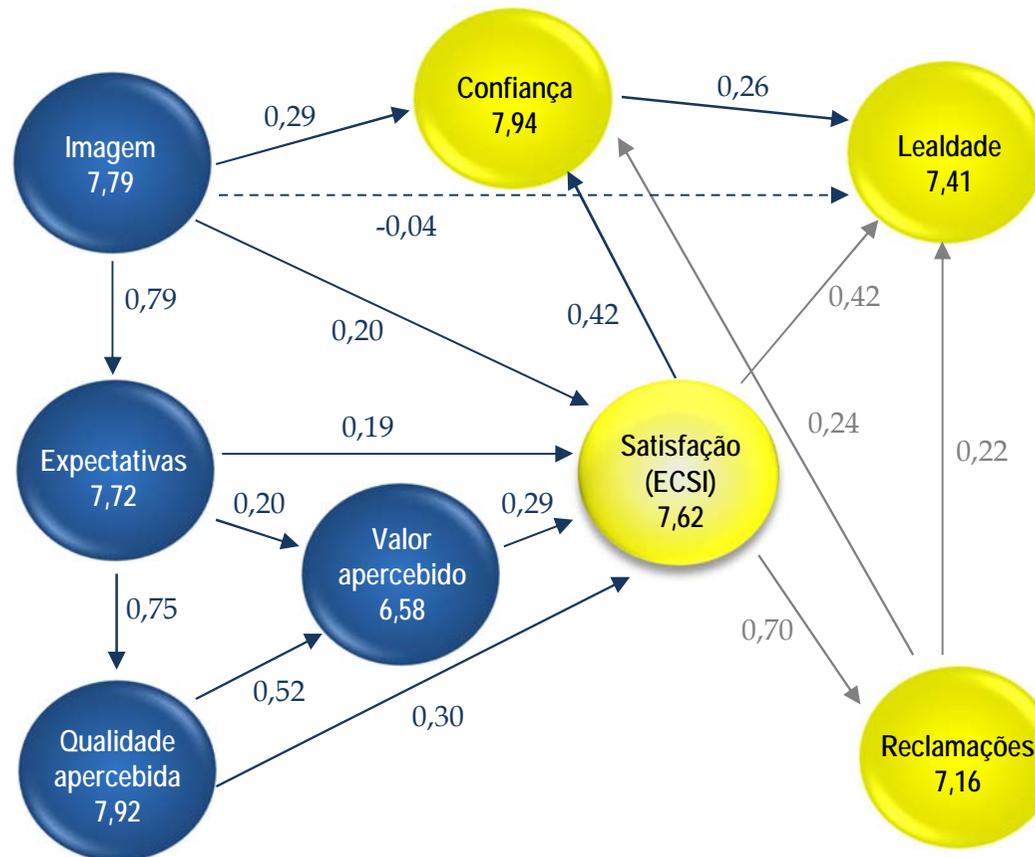
- Atendimento;

- Clareza e transparência na informação prestada;

- Funcionamento da assistência técnica/ piquetes de urgência.

# 3 Resultados Globais

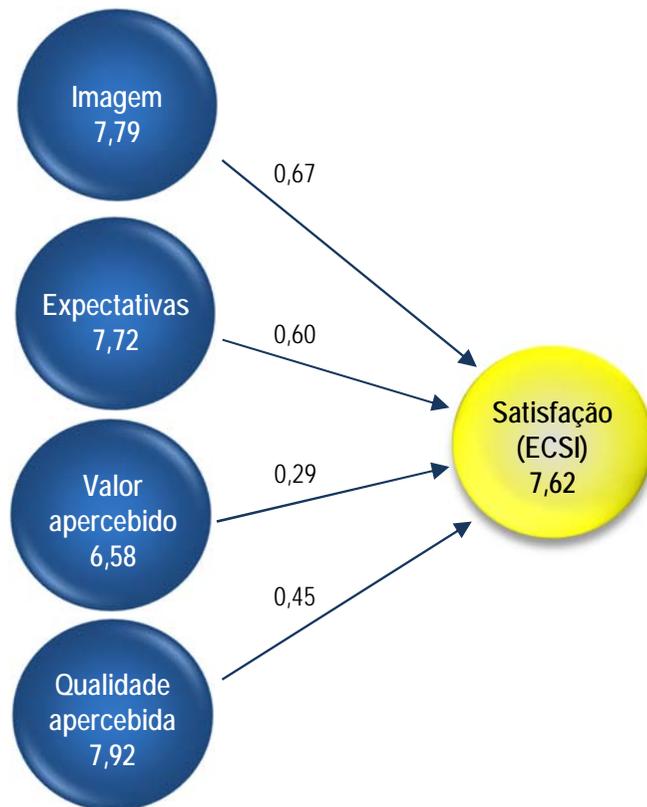
Resultados da aplicação do Modelo ECSI aos SMSB de Viana do Castelo



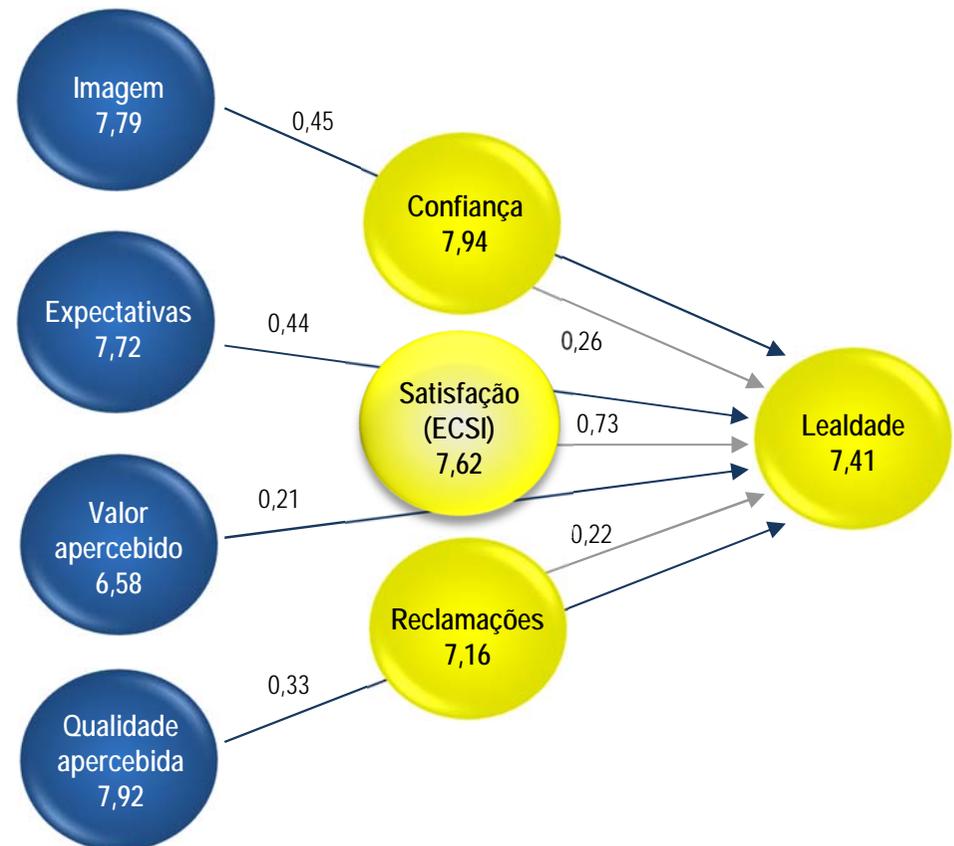
**Nota:** As setas representam as relações existentes entre as variáveis latentes.

# 3 Resultados Globais

Resultados da aplicação do Modelo ECSI aos SMSB de Viana do Castelo



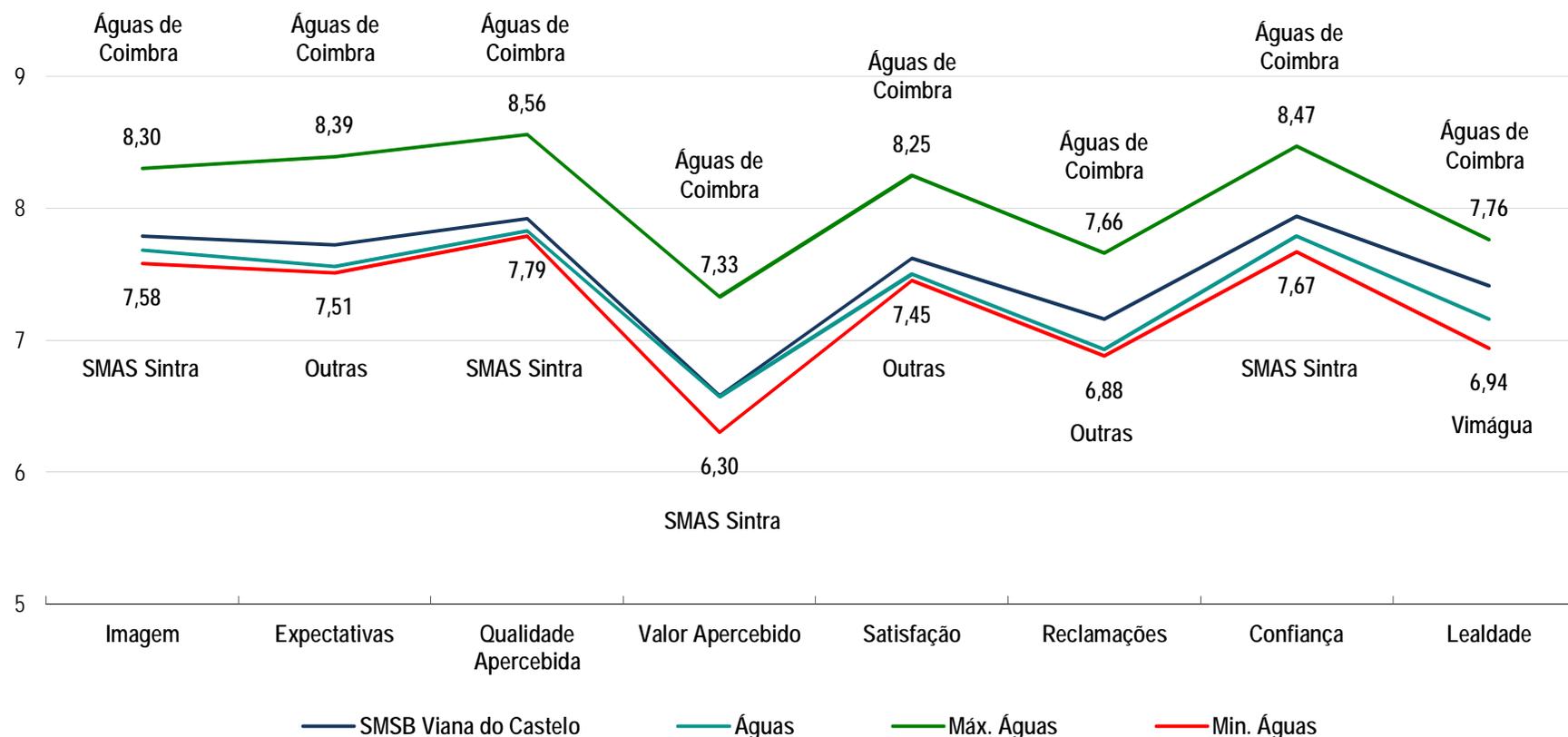
Impactos totais na Satisfação do cliente



Impactos totais na Lealdade do cliente

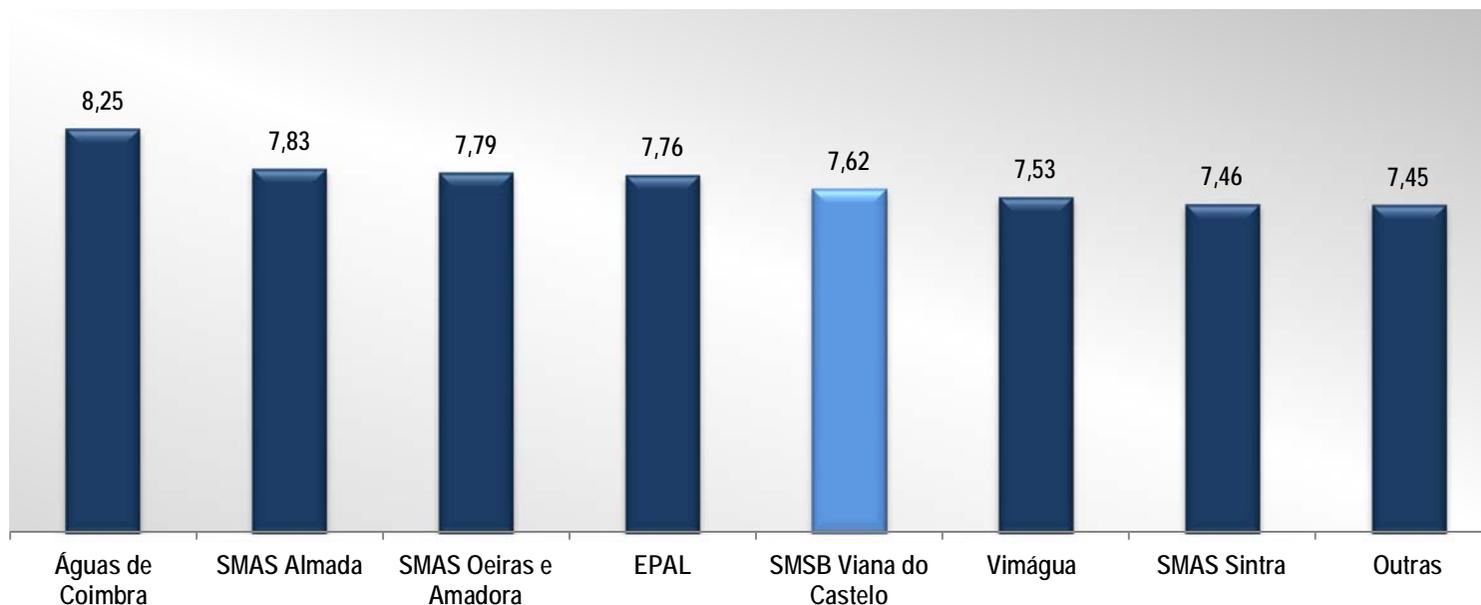
# 3 Resultados Globais

Posicionamento dos SMSB de Viana do Castelo e índices médios, máximos e mínimos do sector das Águas em 2014/2015



# 3 Resultados Globais

Posição relativa dos índices de Satisfação do Cliente em 2014/2015



# 3 Resultados Globais

Valores médios dos SMSB de Viana do Castelo e do sector das Águas e posicionamento dos SMSB de Viana do Castelo no sector das Águas em 2014/2015

Variáveis Latentes	Valores médios		Posicionamento dos SMSB de Viana do Castelo no sector
	SMSB de Viana do Castelo	Águas	
Imagem	7,79	7,68	0,11
Expectativas	7,72	7,56	0,16
Qualidade Apercebida	7,92	7,83	0,09
Valor Apercebido	6,58	6,57	0,01
Satisfação	7,62	7,50	0,12
Reclamações	7,16	6,93	0,23
Confiança	7,94	7,79	0,15
Lealdade	7,41	7,16	0,25

# 3 Resultados Globais

Índices de Satisfação das entidades estudadas e o seu posicionamento em 2014/2015

Entidades	Satisfação	Posição	Distribuição de Frequências			
			[1-4]	[4-6]	[6-8]	[8-10]
Águas de Coimbra	8,25	1	2,4	4,0	31,3	62,3
EPAL	7,76	4	1,2	10,4	45,2	43,2
SMAS Almada	7,83	2	2,0	9,1	44,3	44,7
SMAS Oeiras e Amadora	7,79	3	1,2	8,4	50,4	40,0
SMAS Sintra	7,46	7	2,0	13,2	56,2	28,6
SMSB Viana do Castelo	7,62	5	2,4	12,3	47,0	38,3
Vimágua	7,53	6	4,0	8,8	51,4	35,8
Outras	7,45	8	5,9	11,8	45,7	36,6
Águas	7,50	-	5,2	11,5	46,1	37,3

# 3 Resultados Globais

Posicionamento relativo das entidades estudadas em 2014/2015 para cada variável latente

Entidades	Imagem	Posição	Expectativas	Posição	Qualidade Apercibida	Posição	Valor Apercibido	Posição
Águas de Coimbra	8,30	1	8,39	1	8,56	1	7,33	1
EPAL	7,90	3	7,92	2	8,07	3	6,57	4
SMAS Almada	7,97	2	7,88	3	8,08	2	6,90	2
SMAS Oeiras e Amadora	7,85	4	7,77	4	7,98	4	6,56	6
SMAS Sintra	7,58	8	7,56	6	7,79	8	6,30	8
SMSB Viana do Castelo	7,79	5	7,72	5	7,92	5	6,58	3
Vimágua	7,77	6	7,55	7	7,80	6	6,50	7
Outras	7,64	7	7,51	8	7,80	6	6,57	4
Águas	7,68	-	7,56	-	7,83	-	6,57	-

# 3 Resultados Globais

Posicionamento relativo das entidades estudadas em 2014/2015 para cada variável latente

Entidades	Satisfação	Posição	Reclamações	Posição	Confiança	Posição	Lealdade	Posição
Águas de Coimbra	8,25	1	7,66	1	8,47	1	7,76	1
EPAL	7,76	4	7,21	4	8,11	3	7,38	4
SMAS Almada	7,83	2	7,34	2	8,25	2	7,56	2
SMAS Oeiras e Amadora	7,79	3	7,27	3	8,04	4	7,26	5
SMAS Sintra	7,46	7	6,95	6	7,67	8	7,00	7
SMSB Viana do Castelo	7,62	5	7,16	5	7,94	5	7,41	3
Vimágua	7,53	6	6,90	7	7,73	7	6,94	8
Outras	7,45	8	6,88	8	7,74	6	7,13	6
Águas	7,50	-	6,93	-	7,79	-	7,16	-

# Resultados por Variável

# 4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores da Imagem dos SMSB de Viana do Castelo e do sector das Águas

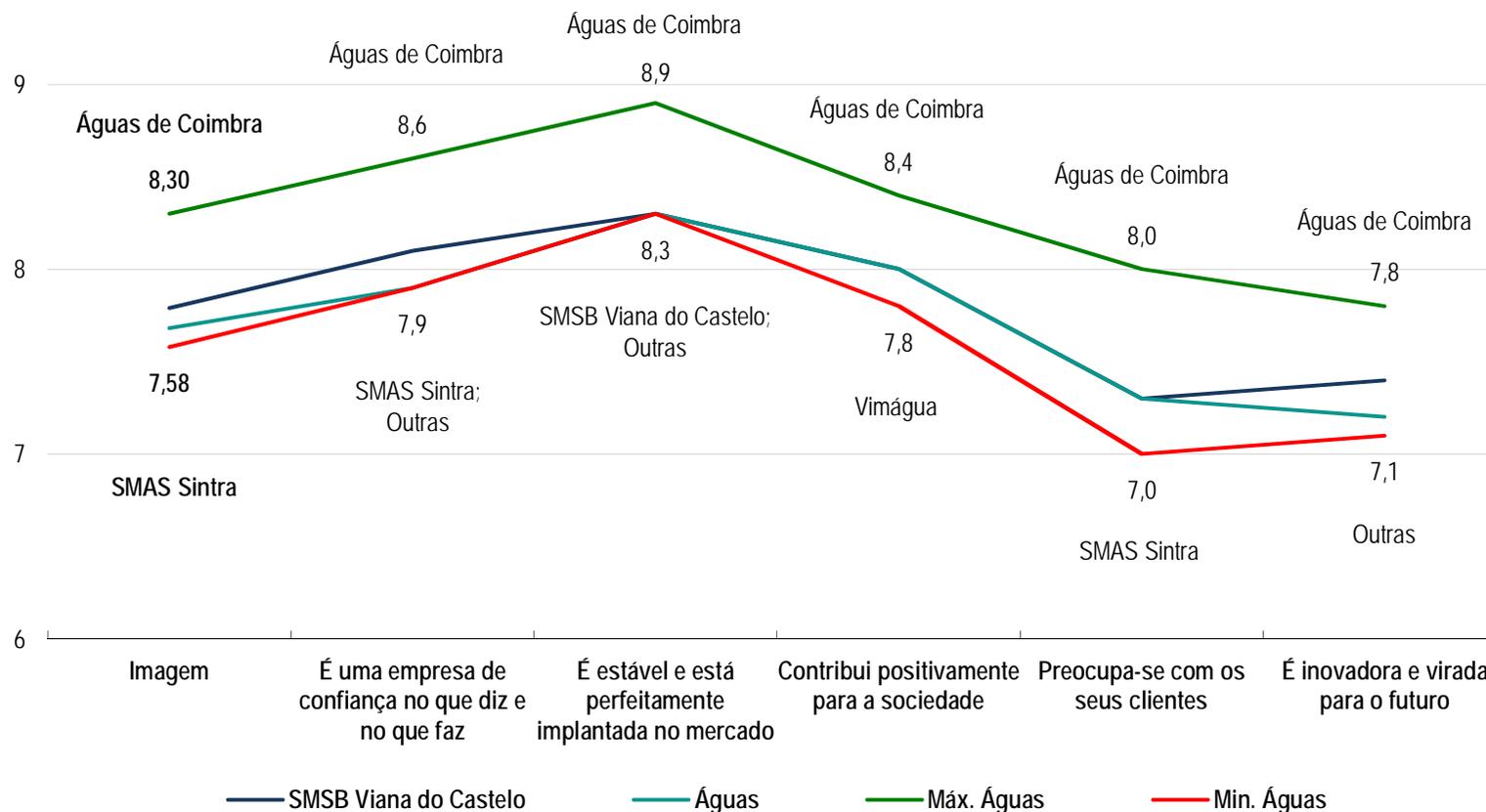


## Pesos dos indicadores de Imagem

Indicadores de Imagem	Pesos
É uma empresa de confiança no que diz e faz	0,20
É estável e está perfeitamente implantada no mercado	0,14
Contribui positivamente para a sociedade	0,21
Preocupa-se com os seus clientes	0,26
Inovadora e virada para o futuro	0,19

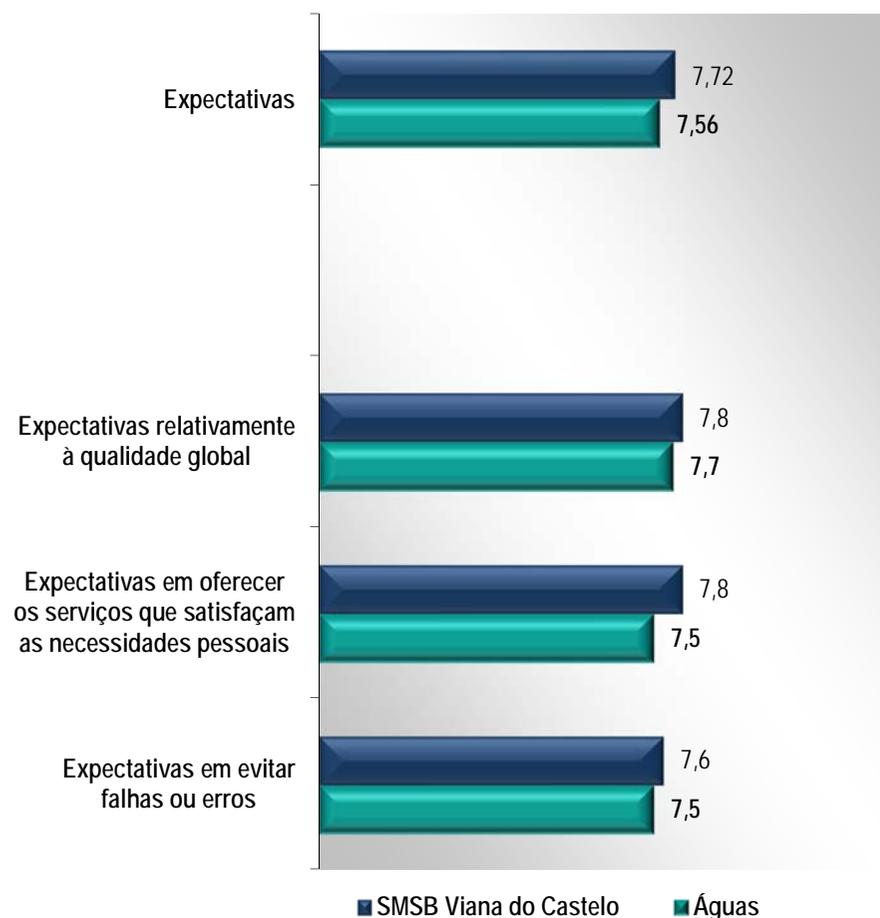
# 4 Resultados por Variável

Posicionamento dos SMSB de Viana do Castelo no índice e nos indicadores da Imagem. Valores médios, máximos e mínimos no sector das Águas



# 4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores das Expectativas dos SMSB de Viana do Castelo e do sector das Águas

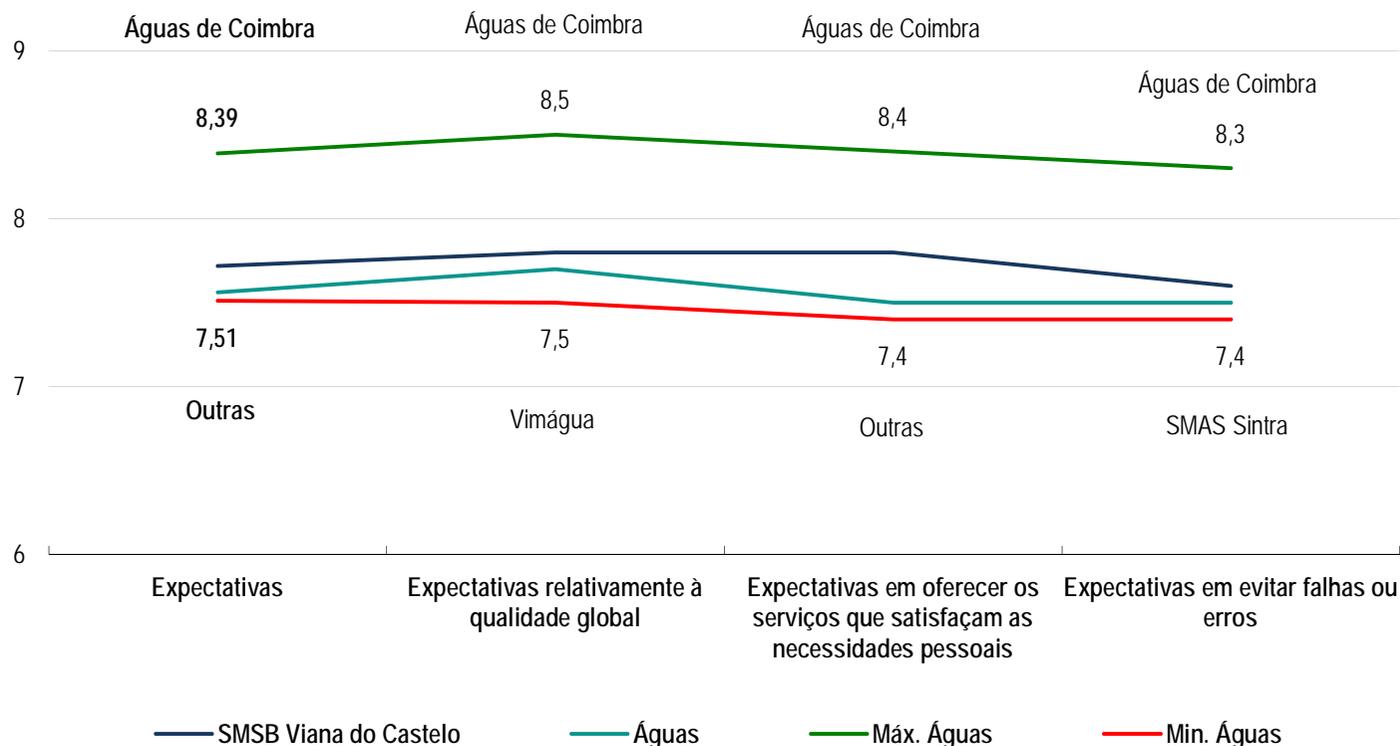


## Pesos dos indicadores de Expectativas

Indicadores de Expectativas	Pesos
Expectativas relativamente à qualidade global	0,33
Expectativas em oferecer os serviços que satisfaçam as suas necessidades pessoais	0,33
Expectativas em evitar falhas ou erros	0,35

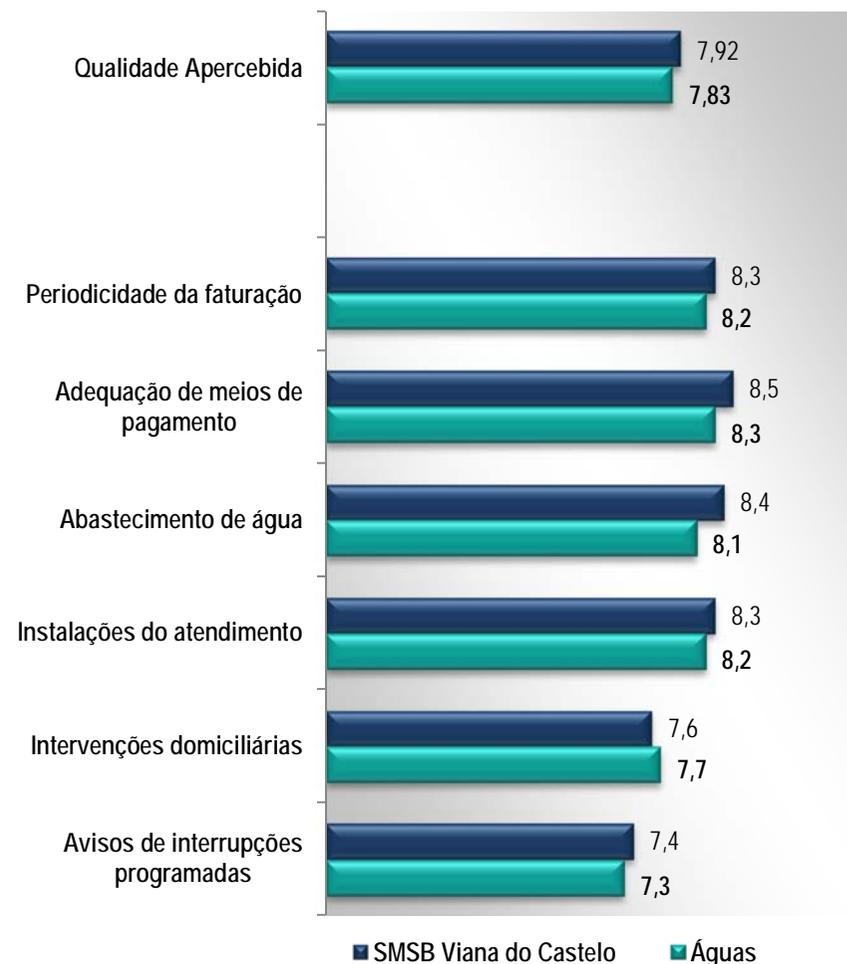
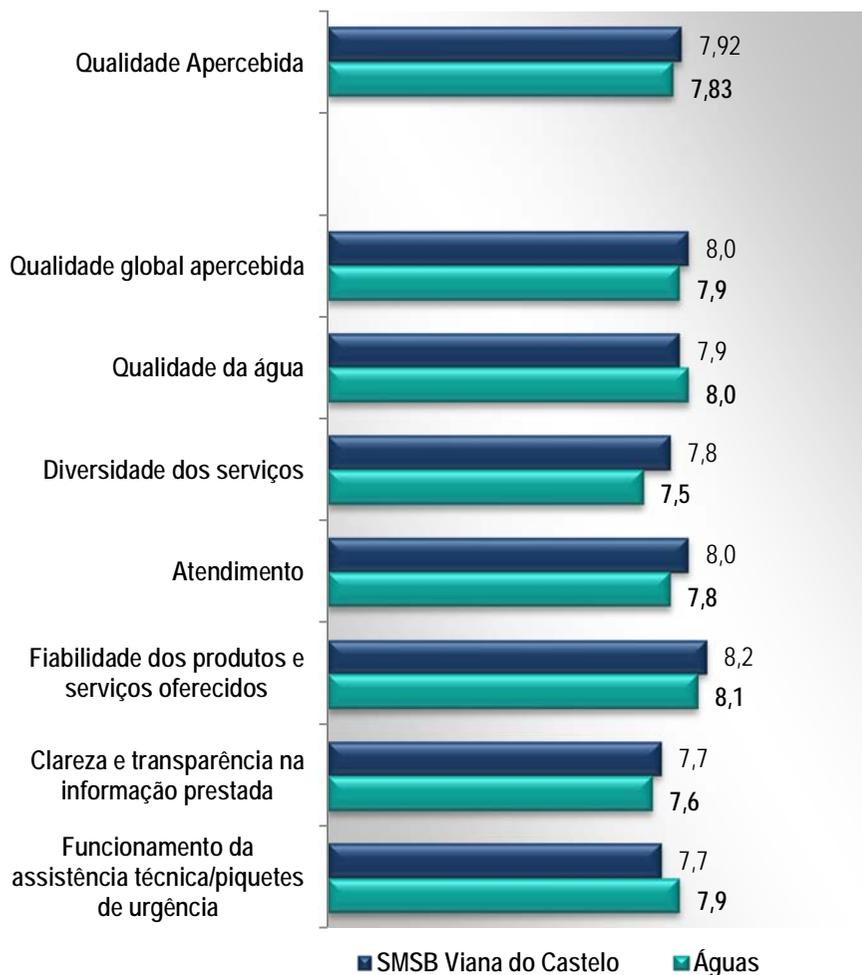
# 4 Resultados por Variável

Posicionamento dos SMSB de Viana do Castelo no índice e nos indicadores das Expectativas. Valores médios, máximos e mínimos no sector das Águas



# 4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores da Qualidade Aferida dos SMSB de Viana do Castelo e do sector das Águas



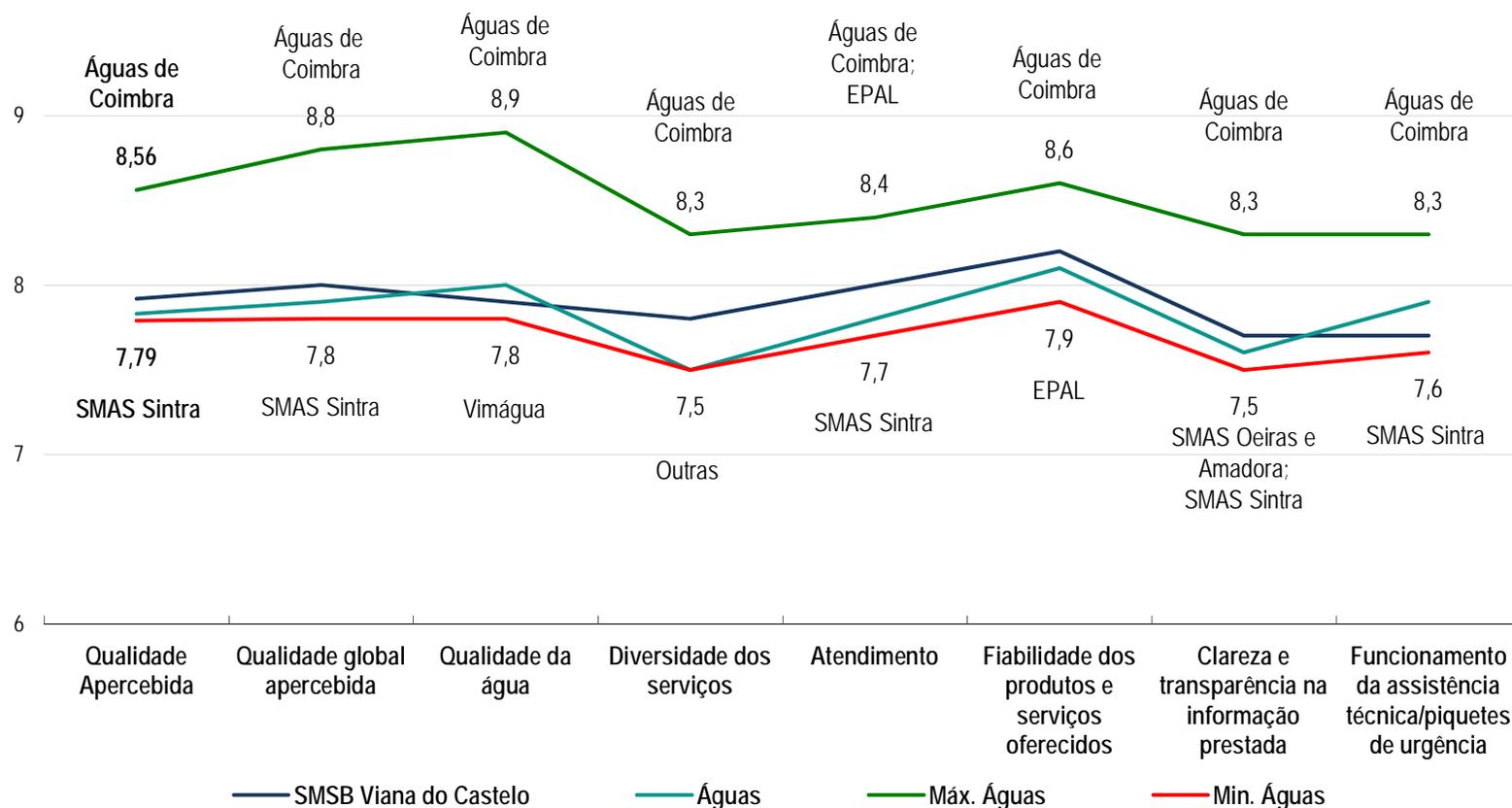
# 4 Resultados por Variável

## Pesos dos indicadores de Qualidade Apercebida

Indicadores de Qualidade Apercebida	Pesos
Qualidade global apercebida	0,18
Qualidade da água	0,12
Diversidade de serviços	0,19
Atendimento	0,20
Fiabilidade dos produtos e serviços oferecidos	0,14
Clareza e transparência na informação prestada	0,17

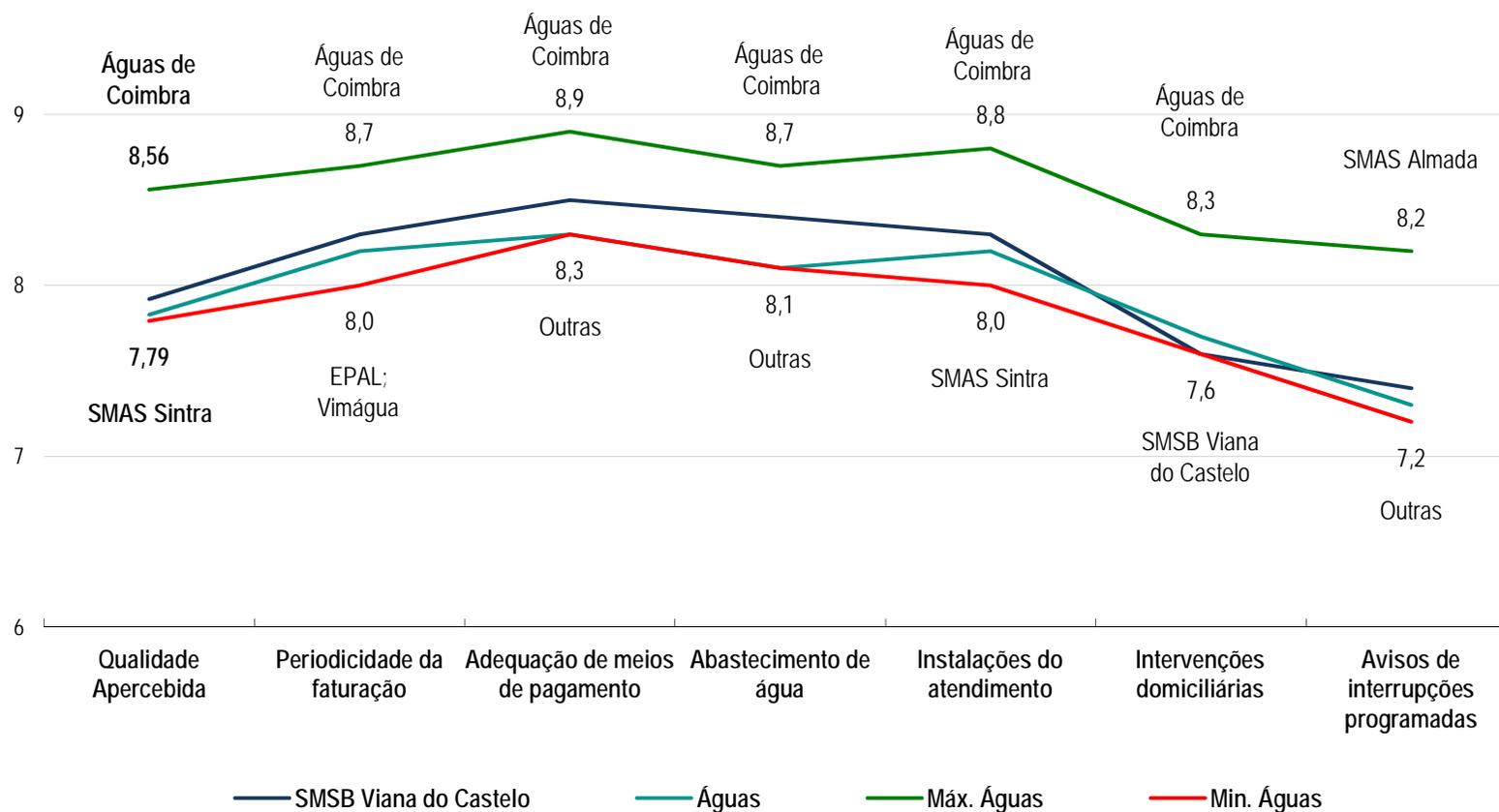
# 4 Resultados por Variável

Posicionamento dos SMSB de Viana do Castelo no índice e nos indicadores da Qualidade Apercebida. Valores médios, máximos e mínimos no sector das Águas



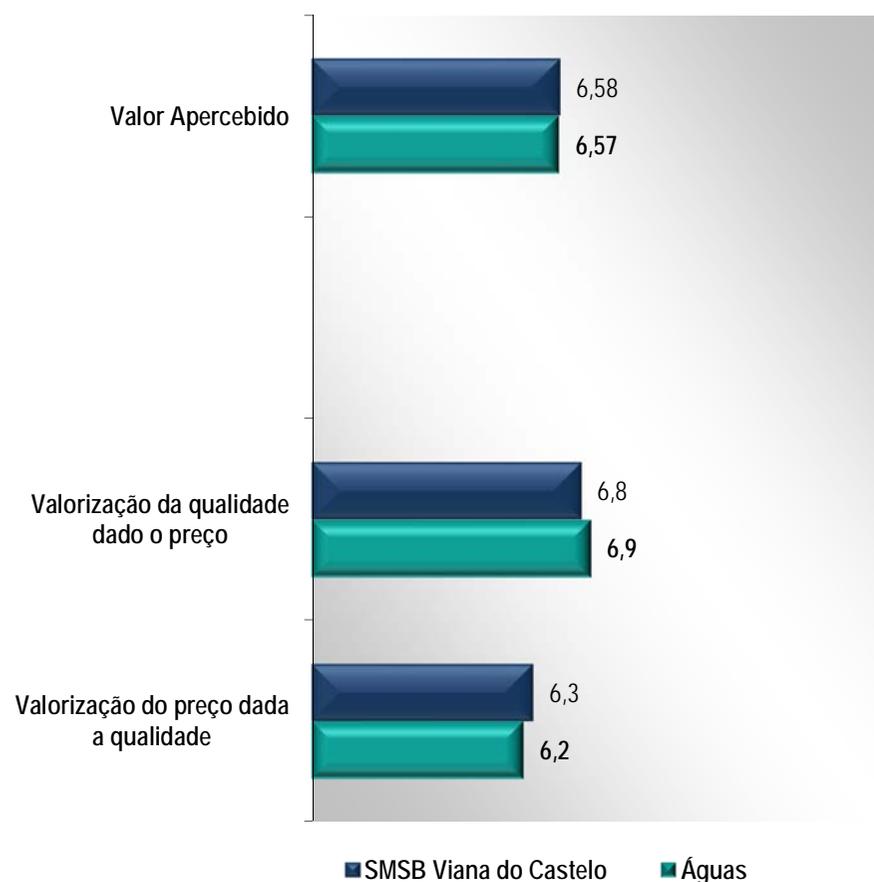
# 4 Resultados por Variável

Posicionamento dos SMSB de Viana do Castelo no índice e nos indicadores da Qualidade Apercebida. Valores médios, máximos e mínimos no sector das Águas (*continuação*)



# 4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores do Valor Apercebido dos SMSB de Viana do Castelo e do sector das Águas

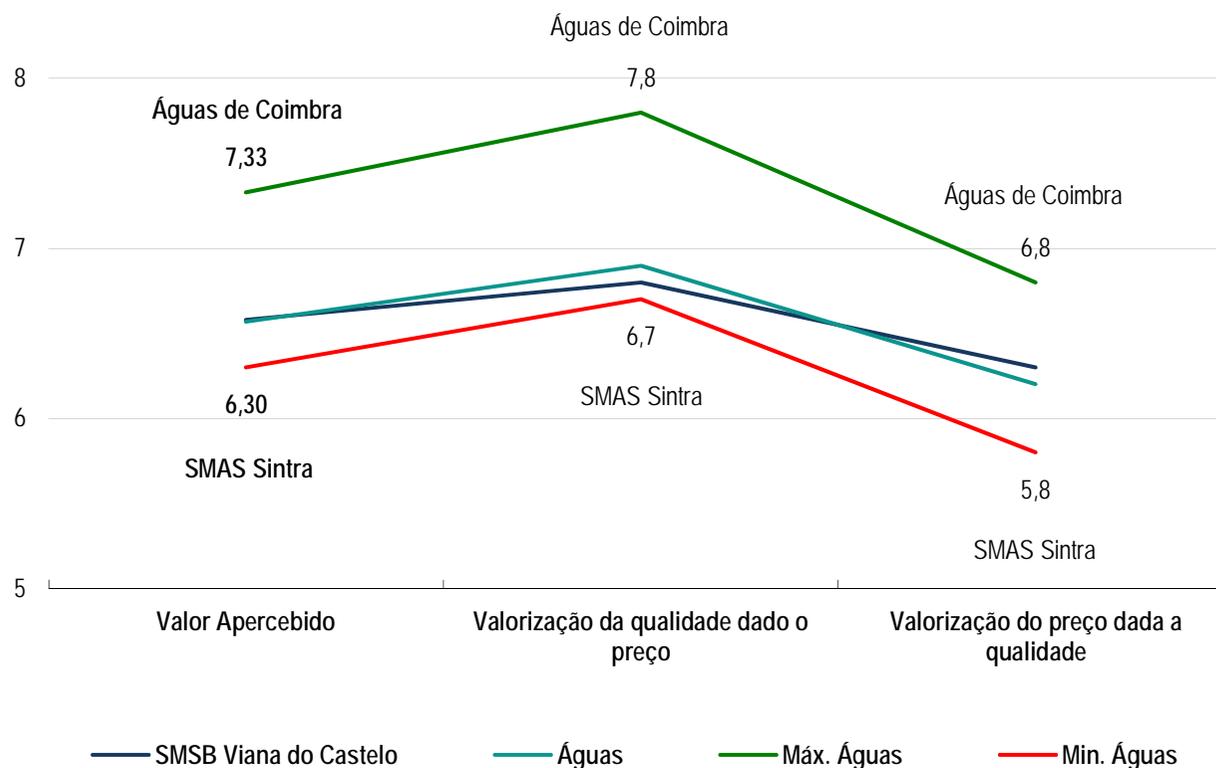


## Pesos dos indicadores de Valor Apercebido

Indicadores de Valor Apercebido	Pesos
Valorização da qualidade dado o preço	0,48
Valorização do preço dada a qualidade	0,52

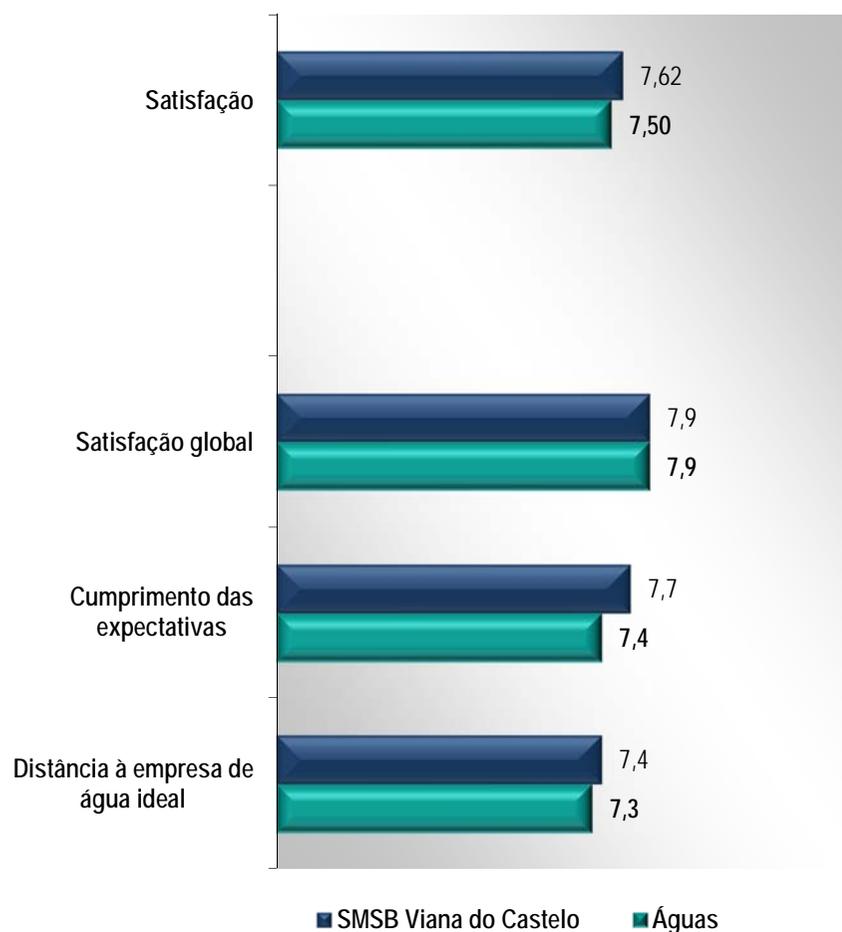
# 4 Resultados por Variável

Posicionamento dos SMSB de Viana do Castelo no índice e nos indicadores do Valor Apercebido. Valores médios, máximos e mínimos no sector das Águas



# 4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores da Satisfação dos SMSB de Viana do Castelo e do sector das Águas

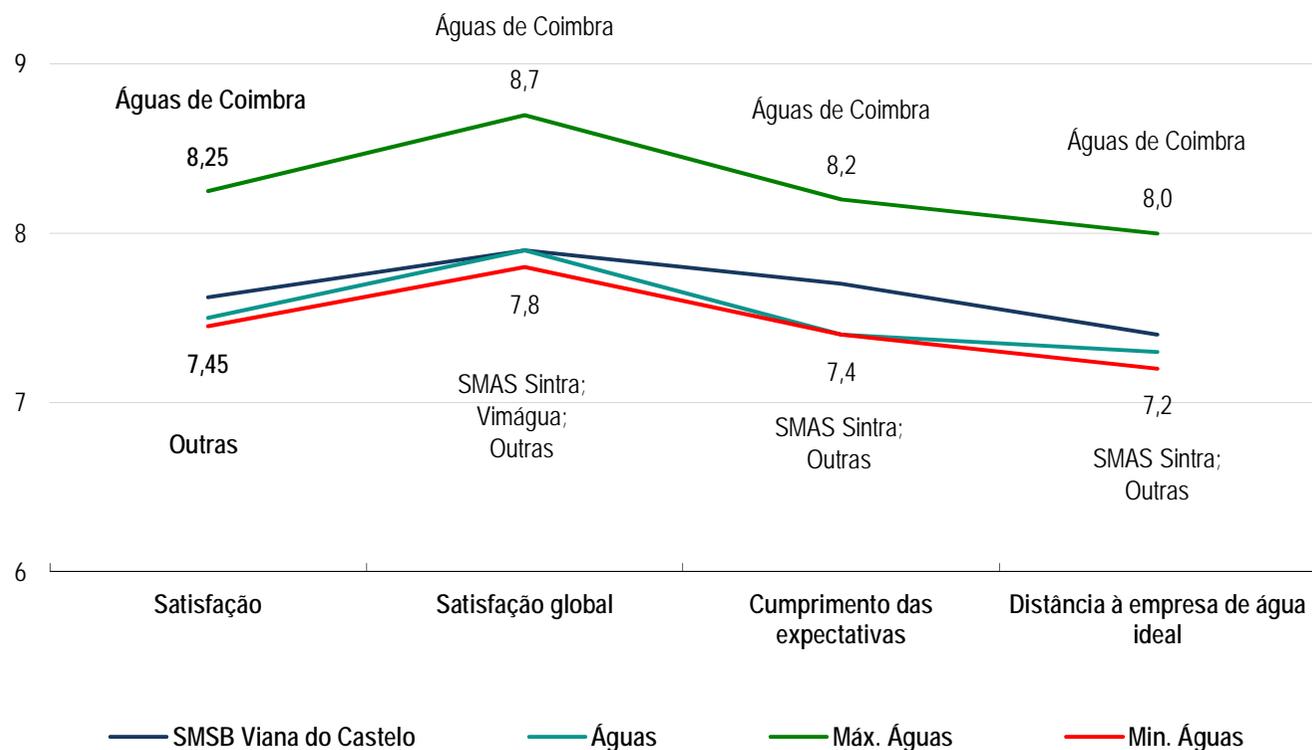


## Pesos dos indicadores de Satisfação

Indicadores de Satisfação	Pesos
Satisfação global	0,27
Cumprimento das expectativas	0,34
Empresa de água ideal	0,39

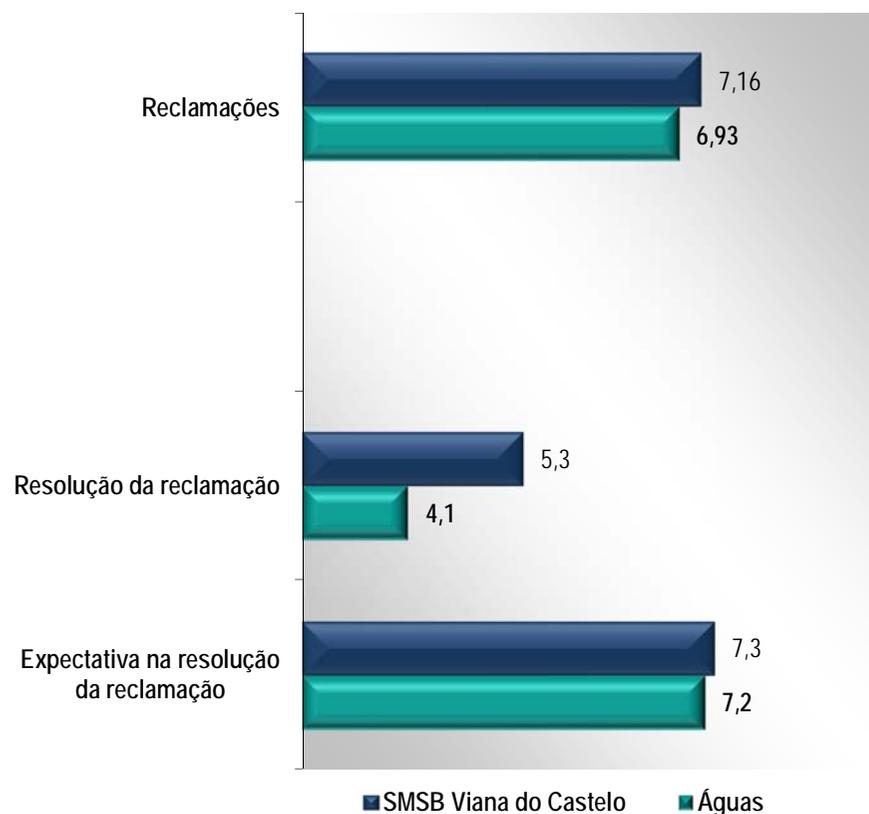
# 4 Resultados por Variável

Posicionamento dos SMSB de Viana do Castelo nos indicadores da Satisfação. Valores médios, máximos e mínimos no sector das Águas



# 4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores das Reclamações dos SMSB de Viana do Castelo e do sector das Águas

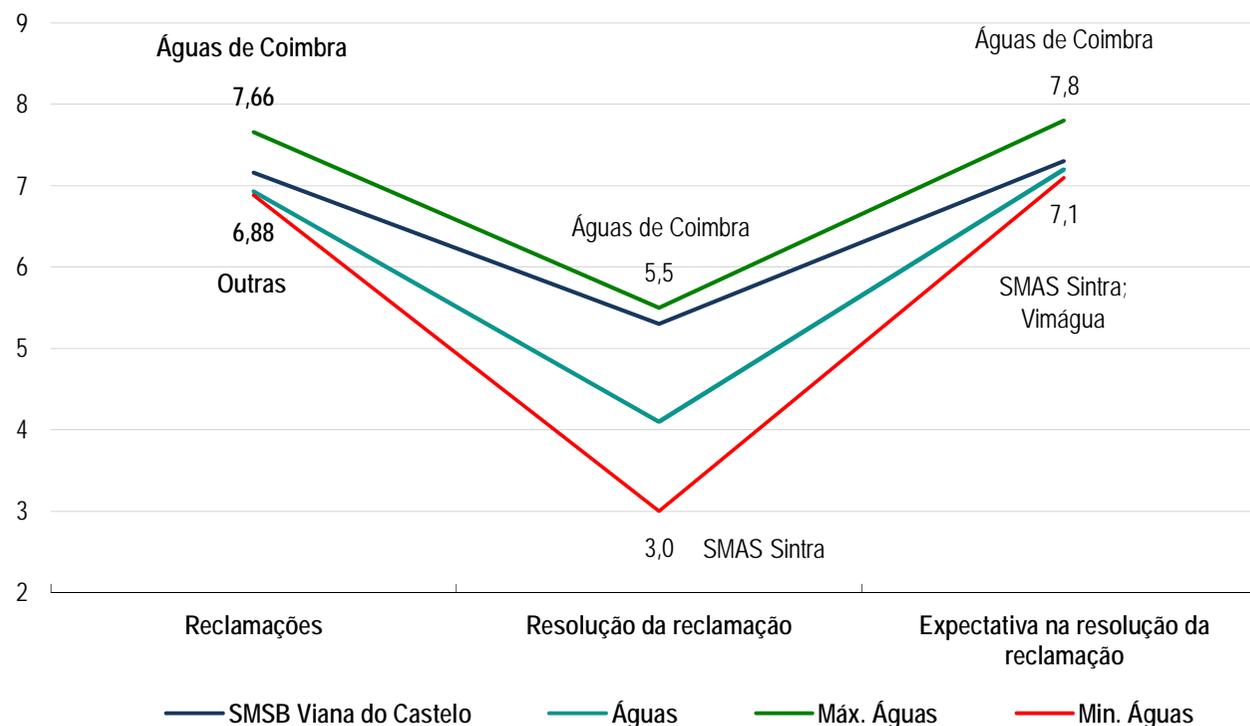


## Apresentação de reclamações (%)



# 4 Resultados por Variável

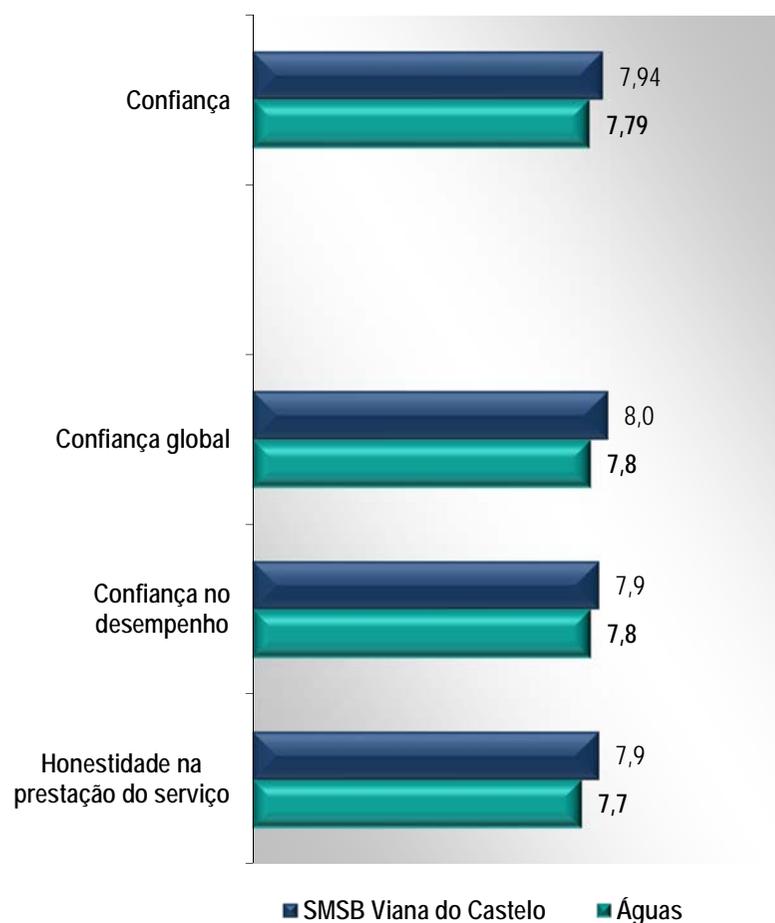
Posicionamento dos SMSB de Viana do Castelo no índice e nos indicadores das Reclamações. Valores médios, máximos e mínimos no sector das Águas



**Nota:** De notar que a margem de erro do indicador *resolução da reclamação* é elevada (1,51 pontos), já que é estimado utilizando apenas as respostas dos clientes que apresentaram uma reclamação, os quais representam 7,5% do total de clientes dos SMSB de Viana do Castelo .

# 4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores da Confiança dos SMSB de Viana do Castelo e do sector das Águas

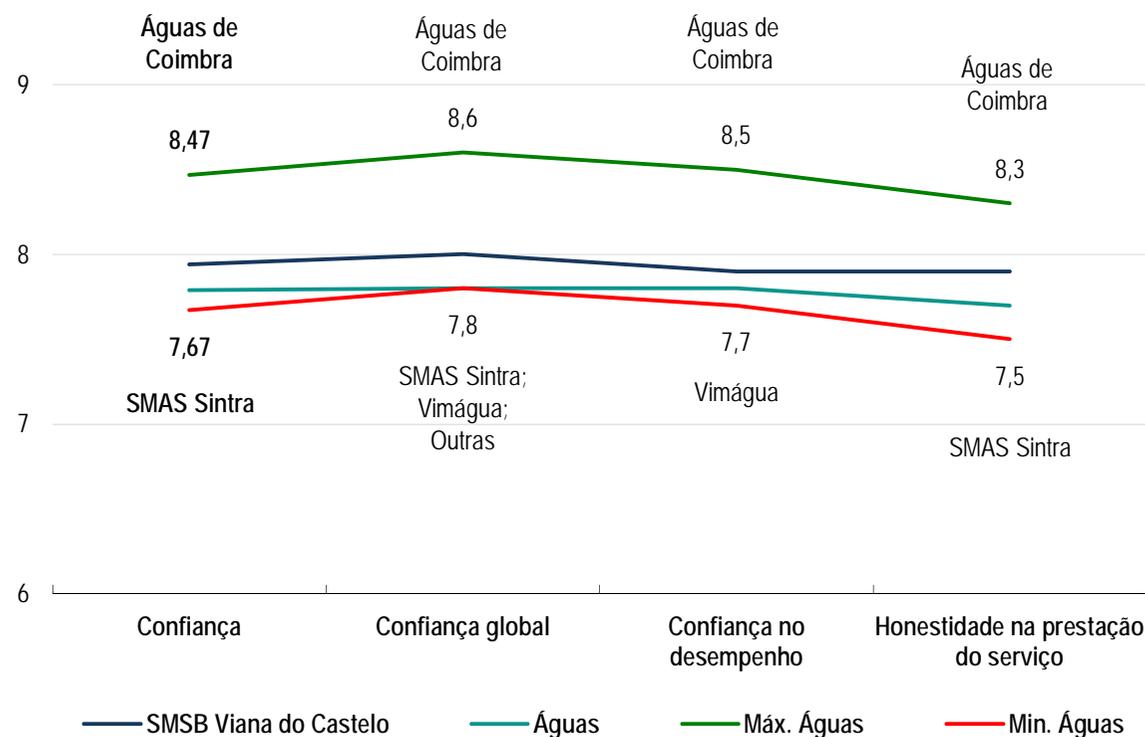


## Pesos dos indicadores de Confiança

Indicadores de Confiança	Pesos
Confiança global	0,34
Confiança no desempenho	0,35
Honestidade na prestação do serviço	0,31

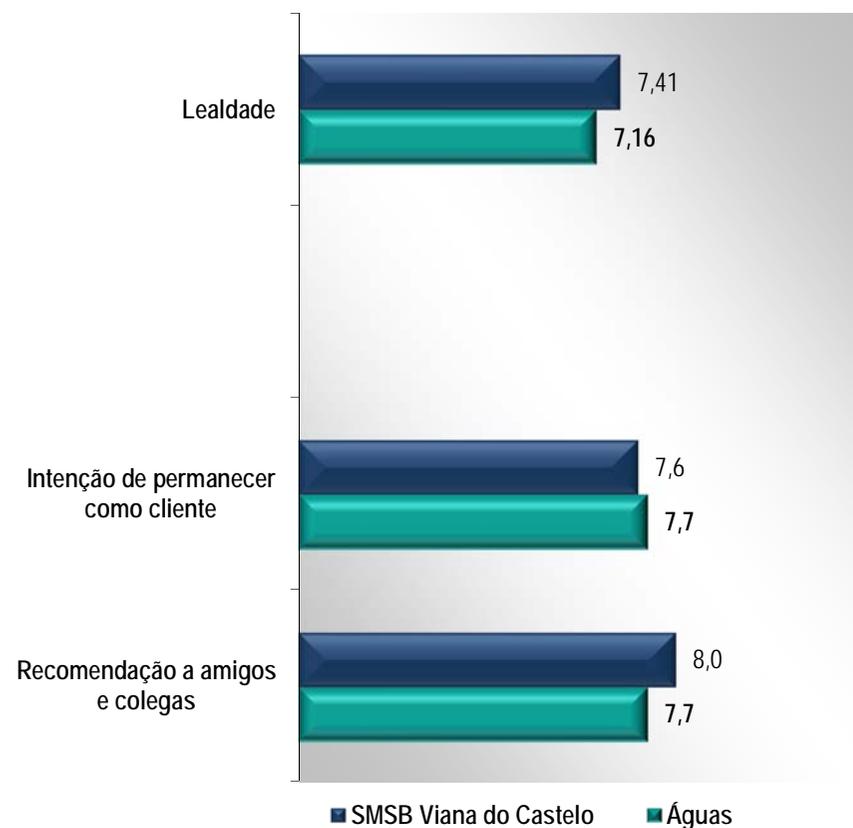
# 4 Resultados por Variável

Posicionamento dos SMSB de Viana do Castelo no índice e nos indicadores da Confiança. Valores médios, máximos e mínimos no sector das Águas



# 4 Resultados por Variável

Valores médios do índice e dos indicadores da Lealdade dos SMSB de Viana do Castelo e do sector das Águas

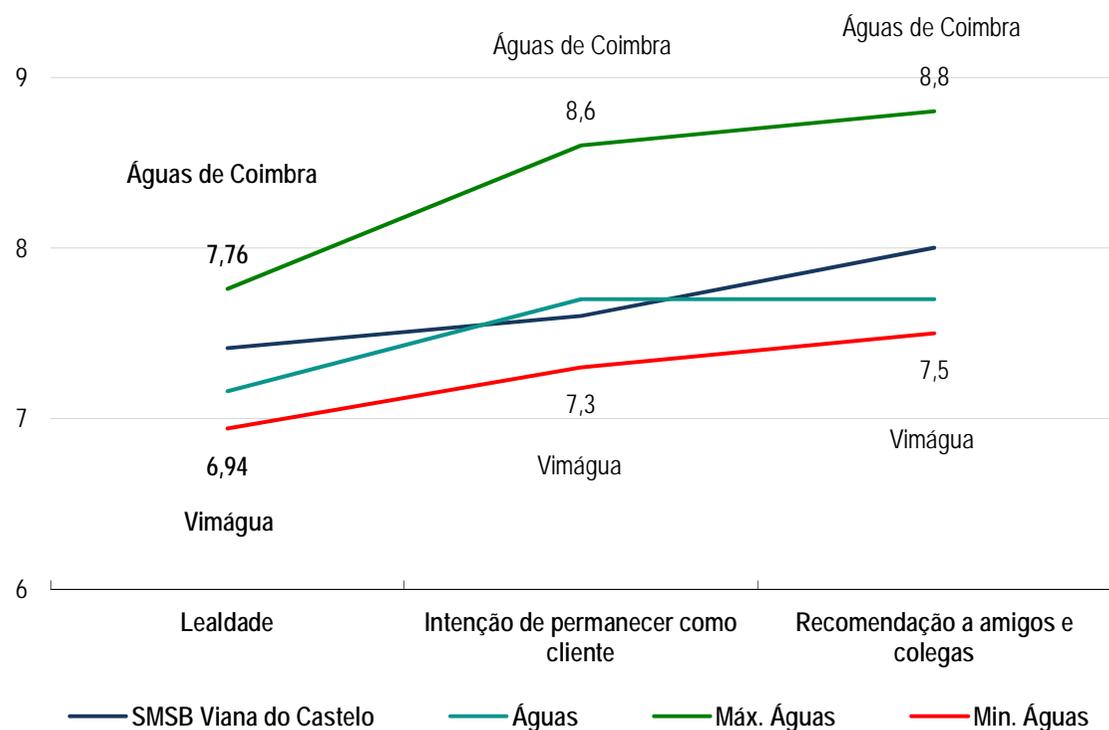


## Pesos dos indicadores de Lealdade

Indicadores de Lealdade	Pesos
Intenção de permanecer como cliente	0,42
Sensibilidade ao preço	0,15
Recomendação a amigos e colegas	0,43

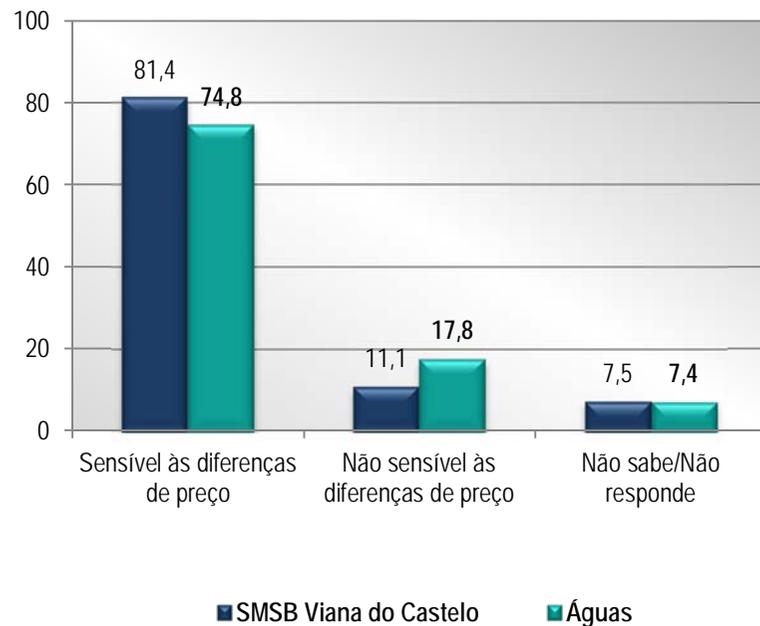
# 4 Resultados por Variável

Posicionamento dos SMSB de Viana do Castelo no índice e nos indicadores da Lealdade. Valores médios, máximos e mínimos no sector das Águas

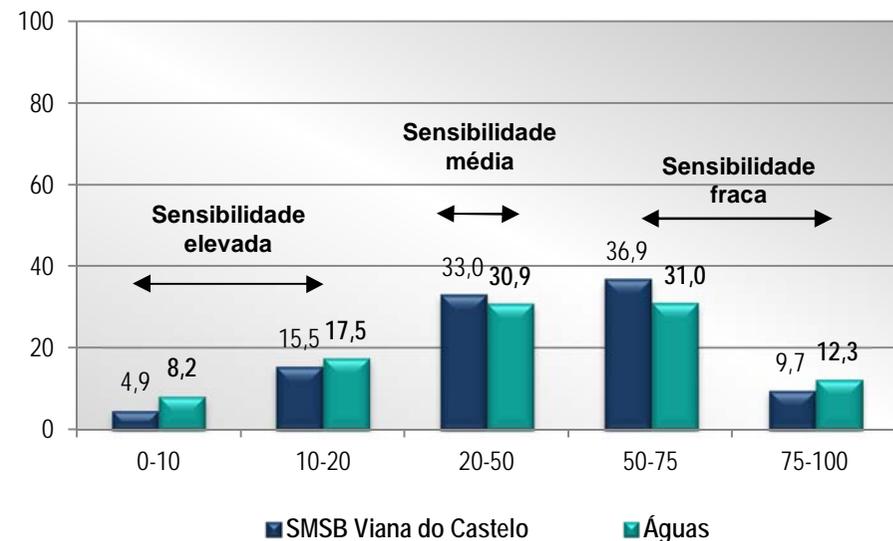


# 4 Resultados por Variável

## Sensibilidade ao preço (%)



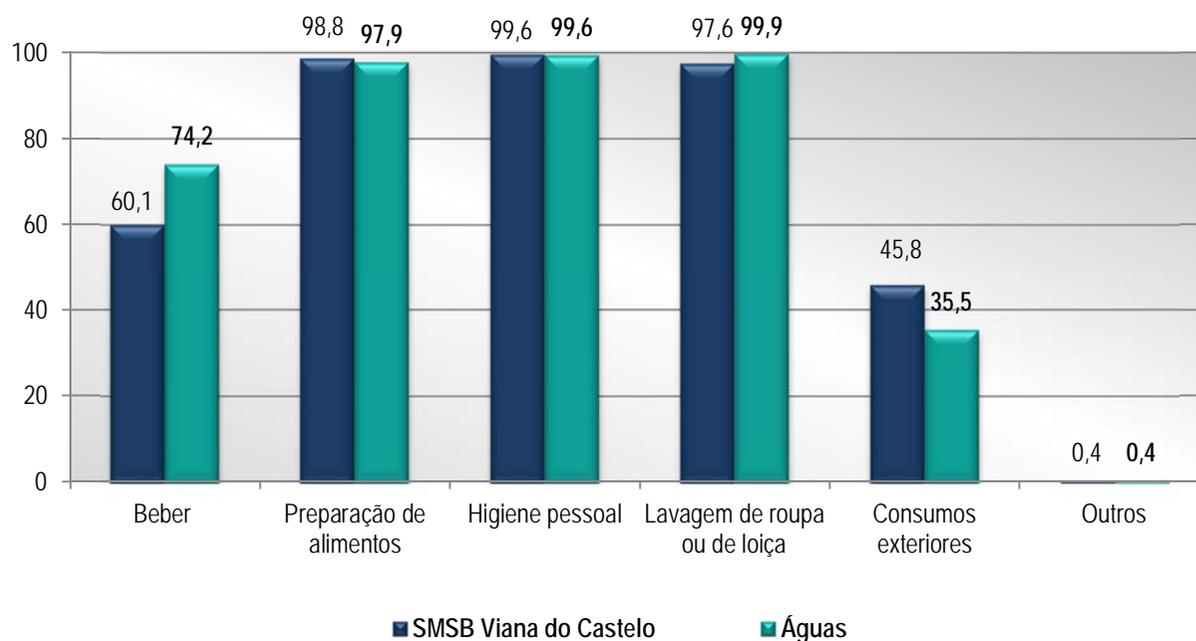
## Graus de sensibilidade ao preço (%)



# Hábitos de consumo e perceções de preços

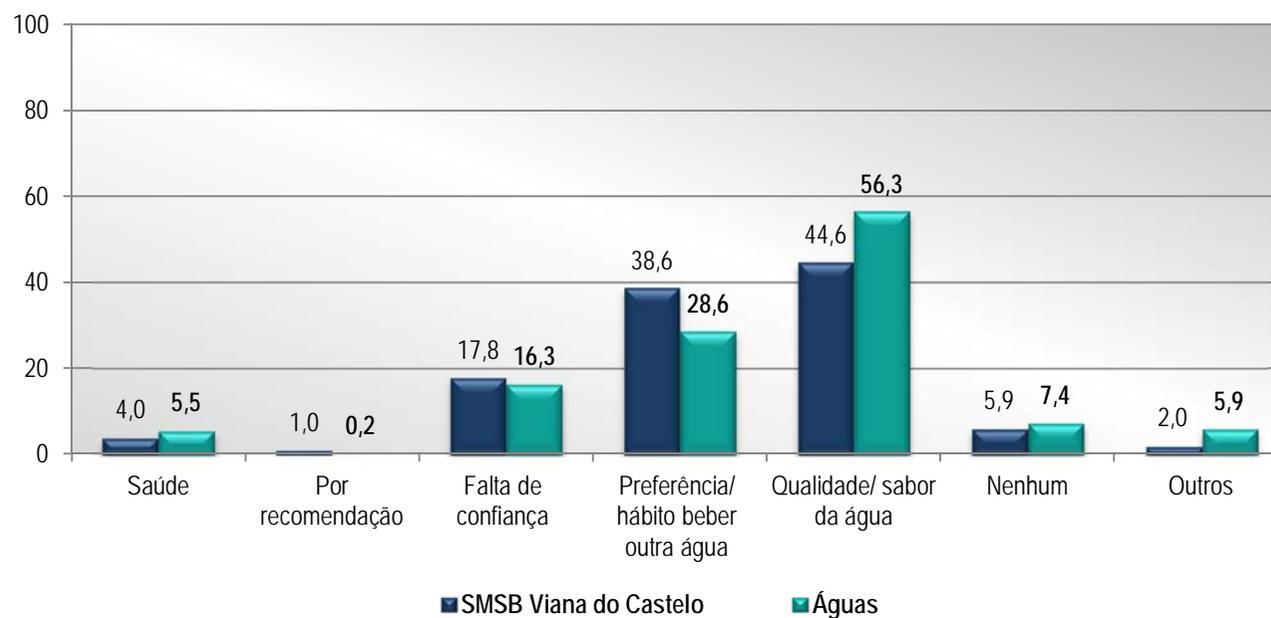
# 5 Hábitos de consumo e perceções de preços

Fins de utilização da água da torneira (%)



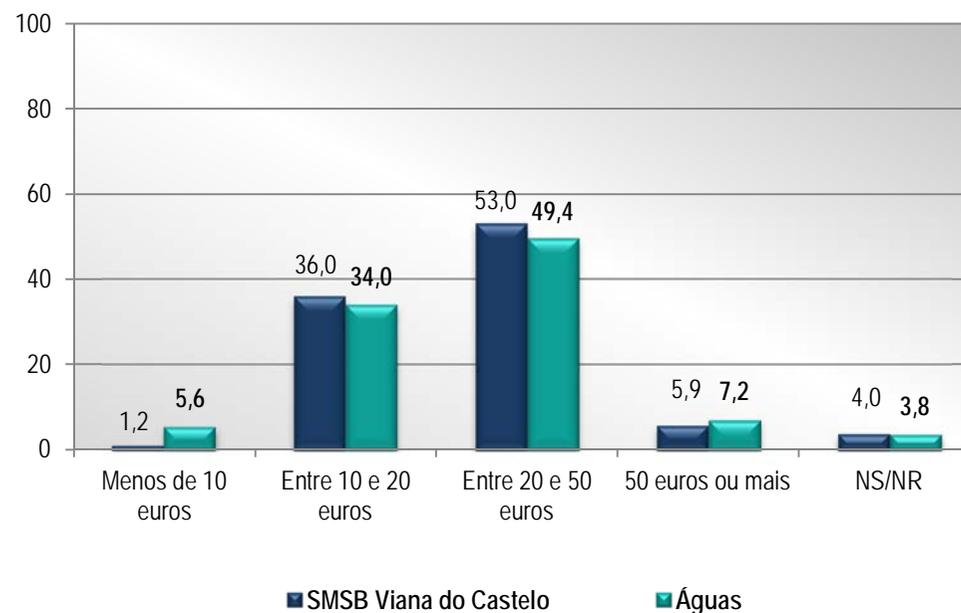
# 5 Hábitos de consumo e perceções de preços

Razões apresentadas para não beber água da torneira (%)



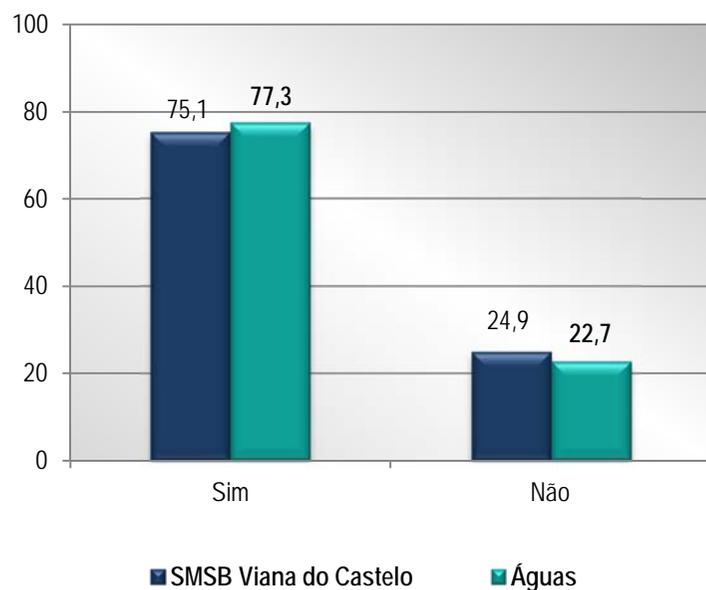
# 5 Hábitos de consumo e perceções de preços

Valor médio mensal da fatura da água (%)

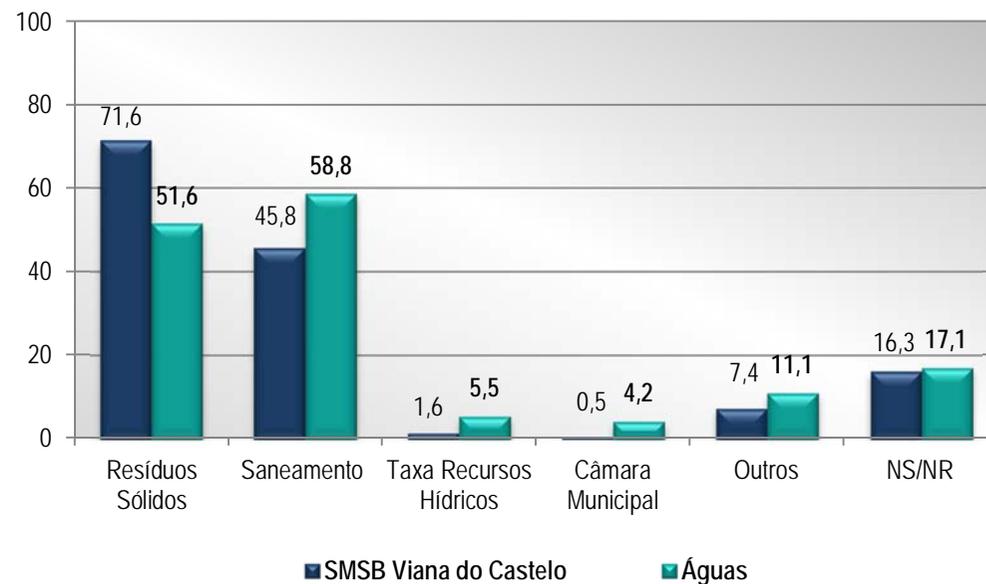


# 5 Hábitos de consumo e perceções de preços

Conhecimento de outras rubricas incluídas na faturação de água (%)

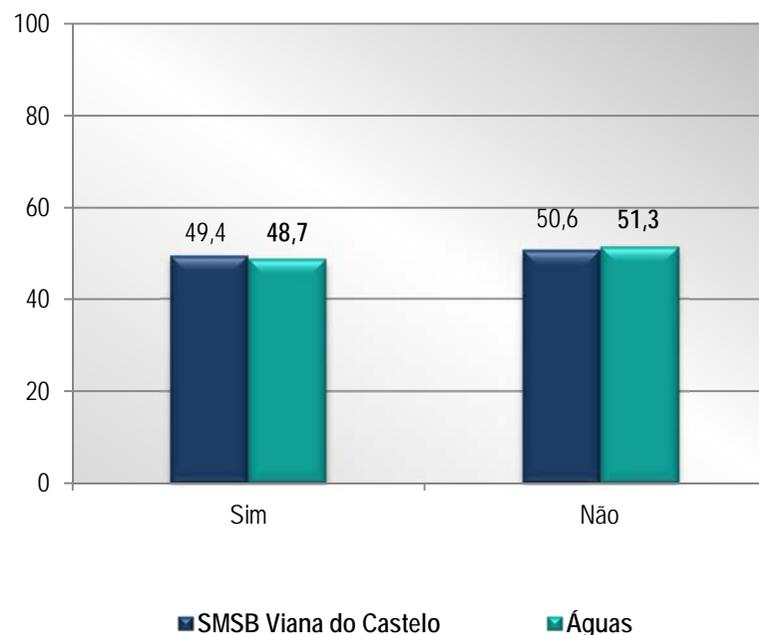


Especificação de outras rubricas incluídas na faturação de água (%)



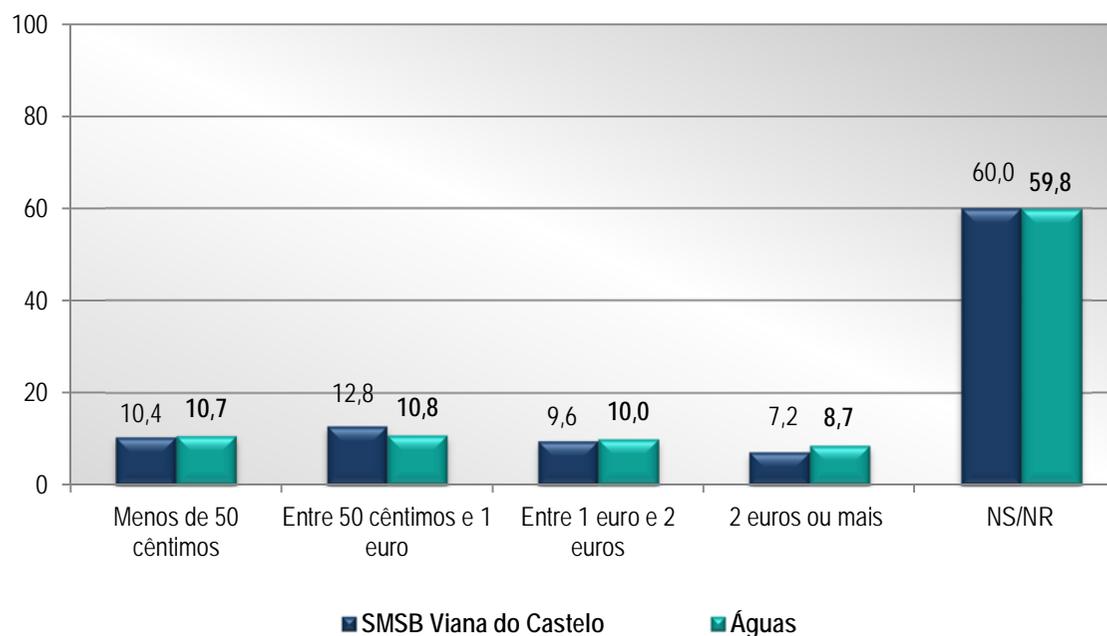
# 5 Hábitos de consumo e perceções de preços

Conhecimento da diferença de preço por litro entre a água engarrafada e a água da torneira (%)



# 5 Hábitos de consumo e percepções de preços

Distribuição de frequências da diferença de preço entre 5 litros de água engarrafada e 5 litros de água da torneira (%)



# Qualidade dos Resultados

# 6 Qualidade dos Resultados

## Medidas de qualidade global dos indicadores

Imagem	Margem de erro absoluta	Não sabe/não responde (%)
É uma empresa de confiança	0,21	1,6
É estável e está perfeitamente implantada no mercado	0,19	1,2
Contribui positivamente para a sociedade	0,24	2,0
Preocupa-se com os seus clientes	0,27	4,3
É inovadora e virada para o futuro	0,26	9,1
Expectativas		
Expectativas relativamente à qualidade global	0,20	0,8
Expectativas em oferecer p&s p/satisfazer as necessidades dos clientes	0,21	0,8
Expectativas em evitar falhas ou erros	0,25	2,4

# 6 Qualidade dos Resultados

## Medidas de qualidade global dos indicadores (*Continuação*)

Qualidade Apercebida	Margem de erro absoluta	Não sabe/não responde (%)
Qualidade global apercebida	0,19	0,4
Qualidade da água	0,22	0,0
Diversidade de serviços	0,25	7,5
Atendimento	0,26	11,5
Fiabilidade dos produtos e dos serviços oferecidos	0,20	0,4
Clareza e transparência na informação prestada	0,26	2,0
Funcionamento da assistência técnica/piquetes de urgência	0,30	24,9
Periodicidade da faturação	0,21	1,6
Adequação de meios de pagamento	0,19	0,8
Abastecimento de água	0,21	0,0
Instalações do atendimento	0,21	10,7
Intervenções domiciliárias	0,28	30,4
Avisos de interrupções programadas	0,31	22,9

# 6 Qualidade dos Resultados

## Medidas de qualidade global dos indicadores (*Continuação*)

Valor Apercebido	Margem de erro absoluta	Não sabe/não responde (%)
Valorização da qualidade dado o preço	0,26	0,8
Valorização do preço dada a qualidade	0,26	0,8
<b>Satisfação</b>		
Satisfação global	0,20	0,0
Cumprimento das expectativas	0,21	0,4
Empresa de água ideal	0,24	1,2
<b>Reclamações</b>		
Forma de resolução da reclamação	1,51	0,0
Expectativas na forma de resolução	0,27	5,1
<b>Confiança</b>		
Confiança global	0,22	0,0
Confiança no desempenho	0,22	0,8
Honestidade na prestação do serviço	0,23	2,0
<b>Lealdade</b>		
Intenção de permanecer como cliente	0,31	4,0
Sensibilidade ao preço (respostas de 1 a 100)	3,24	7,5
Recomendação a amigos e colegas	0,25	3,2

# 6 Qualidade dos Resultados

Medidas de precisão para a estimação das variáveis latentes

Variáveis Latentes	R <sup>2</sup> (%)	Margem de erro
Imagem	-	0,18
Expectativas	61,6	0,18
Qualidade Apercebida	56,0	0,17
Valor Apercebido	51,4	0,24
Satisfação	75,2	0,18
Reclamações	49,4	0,27
Confiança	71,7	0,21
Lealdade	63,2	0,22

# 6 Qualidade dos Resultados

Estimativas e erros padrão dos impactos do modelo estrutural

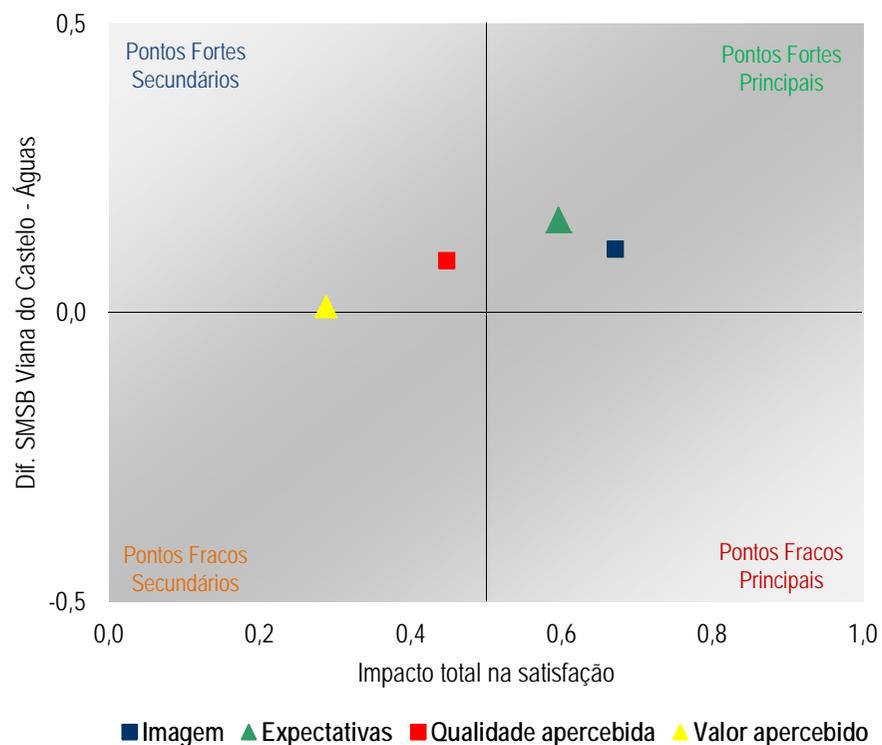
Variáveis Latentes	Expectativas	Qualidade Apercebida	Valor Apercebido	Satisfação	Reclamações	Confiança	Lealdade
Imagem	0,79 (0,04)			0,20 (0,07)		0,29 (0,07)	-0,04 (0,06)
Expectativas		0,75 (0,04)	0,24 (0,09)	0,19 (0,08)			
Qualidade Apercebida			0,52 (0,08)	0,30 (0,08)			
Valor Apercebido				0,29 (0,05)			
Satisfação					0,70 (0,04)	0,42 (0,07)	0,42 (0,09)
Reclamações						0,24 (0,07)	0,22 (0,08)
Confiança							0,26 (0,08)

# Recomendações

# 7 Recomendações

Como melhorar a Satisfação dos clientes dos SMSB de Viana do Castelo?

Distâncias dos SMSB de Viana do Castelo à média do sector das Águas e impactos totais dos antecedentes da Satisfação em 2014/2015



# 7 Recomendações

As recomendações aos SMSB de Viana do Castelo em 2014/2015

Variáveis e indicadores	2014/2015	
	Dif. ao sector	Peso
<b>IMAGEM</b>	<b>Prioridade nº1</b>	
É uma empresa de confiança	0,2	0,20
É estável e implantada no mercado	0,0	0,14
Contribui positivamente para a sociedade	0,0	0,21
Preocupa-se com os seus clientes	0,0	0,26
Inovadora e virada para o futuro	0,2	0,19
<b>QUALIDADE APERCEBIDA</b>	<b>Prioridade n.º 2</b>	
Qualidade global apercebida	0,1	0,18
Qualidade da água	-0,1	0,12
Diversidade de serviços	0,3	0,19
Atendimento	0,2	0,20
Fiabilidade dos produtos e serviços oferecidos	0,1	0,14
Clareza e transparência na informação prestada	0,1	0,17
Funcionamento da assistência técnica/piquetes de urgência	-0,2	-
Periodicidade da faturação	0,1	-
Adequação de meios de pagamento	0,2	-
Abastecimento de água	0,3	-
Instalações do atendimento	0,1	-
Intervenções domiciliárias	-0,1	-
Avisos de interrupções programadas	0,1	-

**Nota:** Os indicadores considerados prioritários encontram-se sombreados a cinzento.

# Anexos

# 8 Anexos

## Valores dos índices e dos indicadores por distribuidora em 2014/2015

Entidades	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
Águas de Coimbra	8,30	8,6	8,9	8,4	8,0	7,8
EPAL	7,90	8,3	8,7	8,1	7,5	7,5
SMAS Almada	7,97	8,2	8,7	8,2	7,6	7,7
SMAS Oeiras e Amadora	7,85	8,1	8,6	8,0	7,4	7,4
SMAS Sintra	7,58	7,9	8,5	7,9	7,0	7,2
SMSB Viana do Castelo	7,79	8,1	8,3	8,0	7,3	7,4
Vimágua	7,77	8,0	8,4	7,8	7,3	7,6
Outras	7,64	7,9	8,3	8,0	7,3	7,1
Águas	7,68	7,9	8,3	8,0	7,3	7,2

# 8 Anexos

Valores dos índices e dos indicadores por distribuidora em 2014/2015 (*Continuação*)

Entidades	Expectativas	Expectativas relativamente à qualidade global	Expectativas em oferecer os serviços que satisfizessem as suas necessidades pessoais	Expectativas em evitar falhas ou erros
Águas de Coimbra	8,39	8,5	8,4	8,3
EPAL	7,92	7,8	7,9	8,1
SMAS Almada	7,88	7,9	7,9	7,8
SMAS Oeiras e Amadora	7,77	7,7	7,7	7,9
SMAS Sintra	7,56	7,6	7,7	7,4
SMSB Viana do Castelo	7,72	7,8	7,8	7,6
Vimágua	7,55	7,5	7,6	7,5
Outras	7,51	7,6	7,4	7,5
Águas	7,56	7,7	7,5	7,5

# 8 Anexos

## Valores dos índices e dos indicadores por distribuidora em 2014/2015 (*Continuação*)

Entidades	Qualidade Apercebida	Qualidade global apercebida	Qualidade da água	Diversidade de serviços	Atendimento	Fiabilidade dos produtos e serviços oferecidos	Clareza e transparência na informação prestada	Funcionamento da assistência técnica/ piquetes de urgência
Águas de Coimbra	8,56	8,8	8,9	8,3	8,4	8,6	8,3	8,3
EPAL	8,07	8,3	8,1	7,8	8,4	8,4	7,7	8,2
SMAS Almada	8,08	8,2	8,2	7,9	8,0	8,4	7,9	8,1
SMAS Oeiras e Amadora	7,98	8,0	8,2	7,8	8,2	8,5	7,5	8,0
SMAS Sintra	7,79	7,8	8,1	7,6	7,7	8,1	7,5	7,6
SMSB Viana do Castelo	7,92	8,0	7,9	7,8	8,0	8,2	7,7	7,7
Vimágua	7,80	8,0	7,8	7,8	7,8	7,9	7,6	7,7
Outras	7,80	7,9	8,0	7,5	7,8	8,0	7,6	7,8
Águas	7,83	7,9	8,0	7,5	7,8	8,1	7,6	7,9

# 8 Anexos

Valores dos índices e dos indicadores por distribuidora em 2014/2015 (*Continuação*)

Entidades	Qualidade Apercebida	Periodicidade da faturação	Adequação de meios de pagamento	Abastecimento de água	Instalações do atendimento	Intervenções domiciliárias	Avisos de interrupções programadas
Águas de Coimbra	8,56	8,7	8,9	8,7	8,8	8,3	8,1
EPAL	8,07	8,0	8,6	8,4	8,4	8,2	7,9
SMAS Almada	8,08	8,4	8,7	8,6	8,4	8,1	8,2
SMAS Oeiras e Amadora	7,98	8,3	8,6	8,5	8,4	7,7	7,6
SMAS Sintra	7,79	8,4	8,5	8,3	8,0	7,7	7,3
SMSB Viana do Castelo	7,92	8,3	8,5	8,4	8,3	7,6	7,4
Vimágua	7,80	8,0	8,4	8,3	8,6	7,8	7,4
Outras	7,80	8,2	8,3	8,1	8,2	7,7	7,2
Águas	7,83	8,2	8,3	8,1	8,2	7,7	7,3

# 8 Anexos

Valores dos índices e dos indicadores por distribuidora em 2014/2015 (*Continuação*)

Entidades	Valor Apercebido	Valorização da qualidade dado o preço	Valorização do preço dada a qualidade
Águas de Coimbra	7,33	7,8	6,8
EPAL	6,57	6,9	6,2
SMAS Almada	6,90	7,2	6,6
SMAS Oeiras e Amadora	6,56	7,0	6,1
SMAS Sintra	6,30	6,7	5,8
SMSB Viana do Castelo	6,58	6,8	6,3
Vimágua	6,50	6,9	6,0
Outras	6,57	6,9	6,2
Águas	6,57	6,9	6,2

# 8 Anexos

Valores dos índices e dos indicadores por distribuidora em 2014/2015 (*Continuação*)

Entidades	Satisfação	Satisfação global	Cumprimento das expectativas	Empresa de água ideal
Águas de Coimbra	8,25	8,7	8,2	8,0
EPAL	7,76	8,1	7,7	7,6
SMAS Almada	7,83	8,1	7,8	7,7
SMAS Oeiras e Amadora	7,79	8,1	7,7	7,6
SMAS Sintra	7,46	7,8	7,4	7,2
SMSB Viana do Castelo	7,62	7,9	7,7	7,4
Vimágua	7,53	7,8	7,6	7,3
Outras	7,45	7,8	7,4	7,2
Águas	7,50	7,9	7,4	7,3

# 8 Anexos

Valores dos índices e dos indicadores por distribuidora em 2014/2015 (*Continuação*)

Entidades	Reclamações	Resolução da reclamação	Expectativa na resolução da reclamação
Águas de Coimbra	7,66	5,5	7,8
EPAL	7,21	3,9	7,3
SMAS Almada	7,34	5,2	7,5
SMAS Oeiras e Amadora	7,27	3,4	7,5
SMAS Sintra	6,95	3,0	7,1
SMSB Viana do Castelo	7,16	5,3	7,3
Vimágua	6,90	4,2	7,1
Outras	6,88	4,2	7,2
Águas	6,93	4,1	7,2

# 8 Anexos

Valores dos índices e dos indicadores por distribuidora em 2014/2015 (*Continuação*)

Entidades	Confiança	Confiança global	Confiança no desempenho	Honestidade na prestação do serviço
Águas de Coimbra	8,47	8,6	8,5	8,3
EPAL	8,11	8,2	8,1	8,0
SMAS Almada	8,25	8,3	8,3	8,1
SMAS Oeiras e Amadora	8,04	8,1	8,2	7,8
SMAS Sintra	7,67	7,8	7,8	7,5
SMSB Viana do Castelo	7,94	8,0	7,9	7,9
Vimágua	7,73	7,8	7,7	7,7
Outras	7,74	7,8	7,8	7,7
Águas	7,79	7,8	7,8	7,7

# 8 Anexos

Valores dos índices e dos indicadores por distribuidora em 2014/2015 (*Continuação*)

Entidades	Lealdade	Intenção de permanecer como cliente	Recomendação a amigos e colegas
Águas de Coimbra	7,76	8,6	8,8
EPAL	7,38	7,8	8,0
SMAS Almada	7,56	7,9	8,2
SMAS Oeiras e Amadora	7,26	7,7	7,9
SMAS Sintra	7,00	7,5	7,6
SMSB Viana do Castelo	7,41	7,6	8,0
Vimágua	6,94	7,3	7,5
Outras	7,13	7,6	7,6
Águas	7,16	7,7	7,7

# 8 Anexos

## Sensibilidade ao Preço por distribuidora em 2014/2015 (%)

Sensibilidade ao preço	Sensível às diferenças de preço	Não sensível às diferenças de preço	Não sabe /Não responde
Águas de Coimbra	68,3	27,0	4,8
EPAL	70,8	21,2	8,0
SMAS Almada	75,1	19,0	5,9
SMAS Oeiras e Amadora	72,8	19,6	7,6
SMAS Sintra	78,5	15,1	6,4
SMSB Viana do Castelo	81,4	11,1	7,5
Vimágua	85,1	9,6	5,2
Outras	74,8	17,7	7,5
Águas	74,8	17,8	7,4

# 8 Anexos

## Graus de Sensibilidade ao Preço por distribuidora em 2014/2015 (%)

Graus de sensibilidade ao preço	0-10	10-20	20-50	50-75	75-100
Águas de Coimbra	6,4	12,2	39,5	32,6	9,3
EPAL	3,4	13,6	36,2	34,5	12,4
SMAS Almada	5,3	7,9	37,9	36,8	12,1
SMAS Oeiras e Amadora	6,0	12,6	39,0	32,4	9,9
SMAS Sintra	5,1	17,3	38,1	29,4	10,2
SMSB Viana do Castelo	4,9	15,5	33,0	36,9	9,7
Vimágua	8,0	14,2	34,0	32,5	11,3
Outras	8,9	18,4	29,5	30,5	12,6
Águas	8,2	17,5	30,9	31,0	12,3

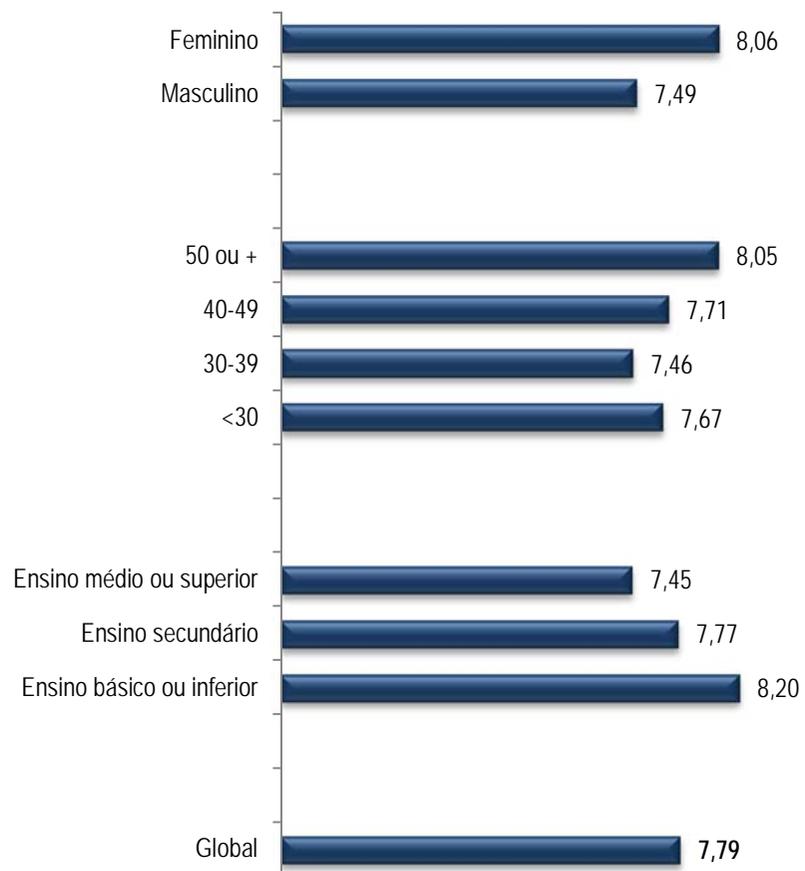
# 8 Anexos

## Índices das distribuidoras em 2014/2015 (Escala de 0 a 100)

Índices	Imagem	Expectativas	Qualidade Apercibida	Valor Apercibido	Satisfação	Reclamações	Confiança	Lealdade
Águas de Coimbra	81,1	82,1	83,9	70,4	80,6	74,0	83,0	75,1
EPAL	76,7	76,8	78,5	61,9	75,1	69,0	79,0	70,9
SMAS Almada	77,4	76,5	78,6	65,5	75,9	70,5	80,6	72,9
SMAS Oeiras e Amadora	76,1	75,2	77,5	61,8	75,4	69,6	78,2	69,6
SMAS Sintra	73,1	72,9	75,4	58,9	71,8	66,2	74,1	66,7
SMSB Viana do Castelo	75,4	74,7	76,9	62,0	73,5	68,5	77,1	71,2
Vimágua	75,2	72,8	75,6	61,2	72,6	65,5	74,8	66,0
Outras	73,8	72,3	75,5	61,9	71,7	65,3	74,8	68,1
Águas	74,2	72,9	75,9	61,9	72,2	65,9	75,4	68,4

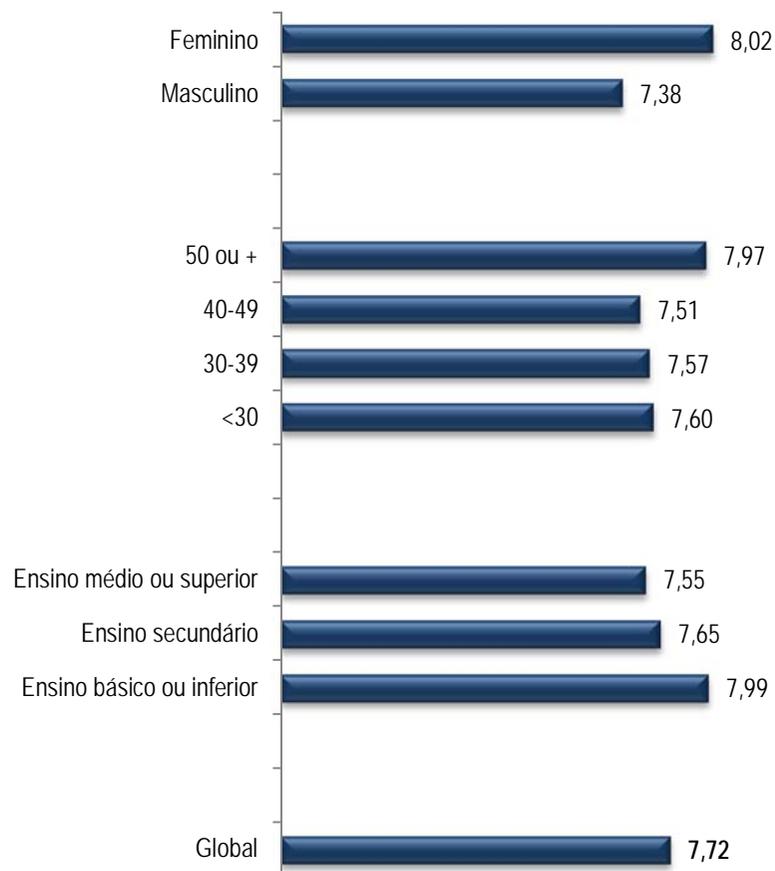
# 8 Anexos

## Índice de Imagem por categoria de clientes



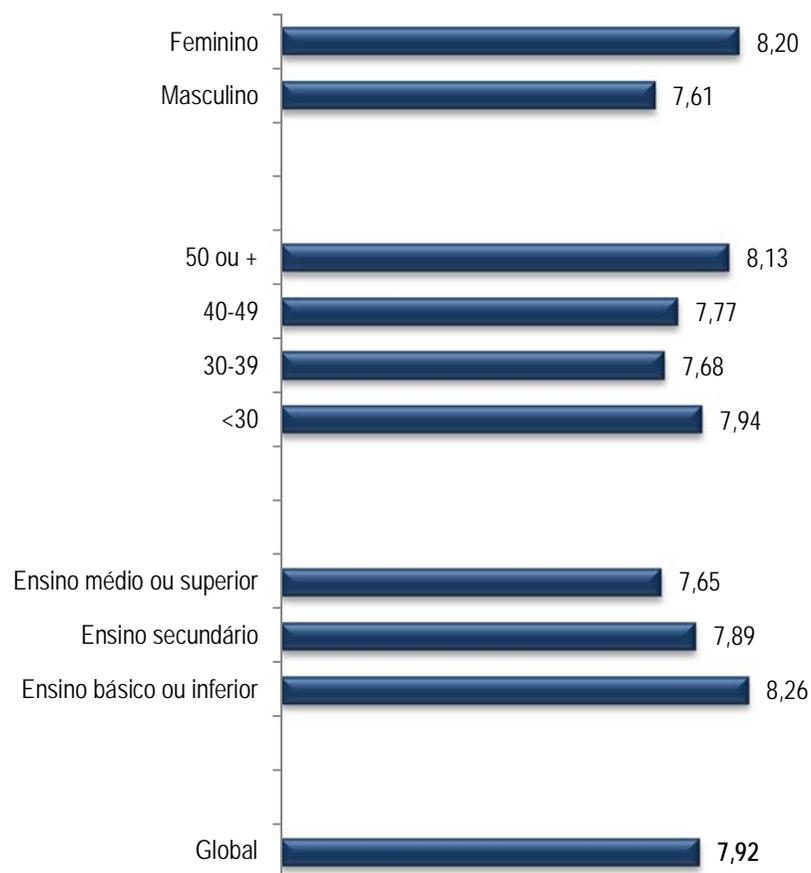
# 8 Anexos

## Índice de Expectativas por categoria de clientes



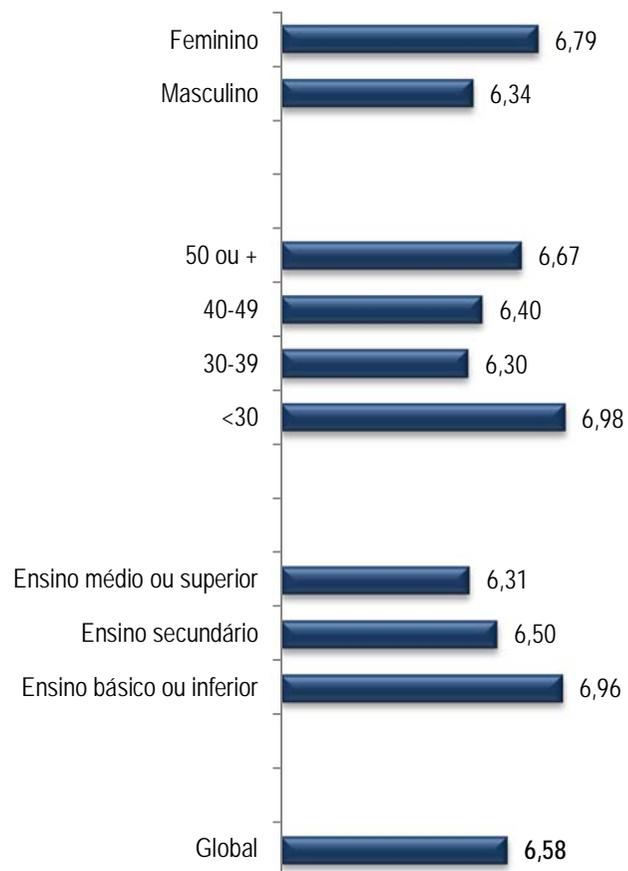
# 8 Anexos

## Índice de Qualidade Apercebida por categoria de clientes



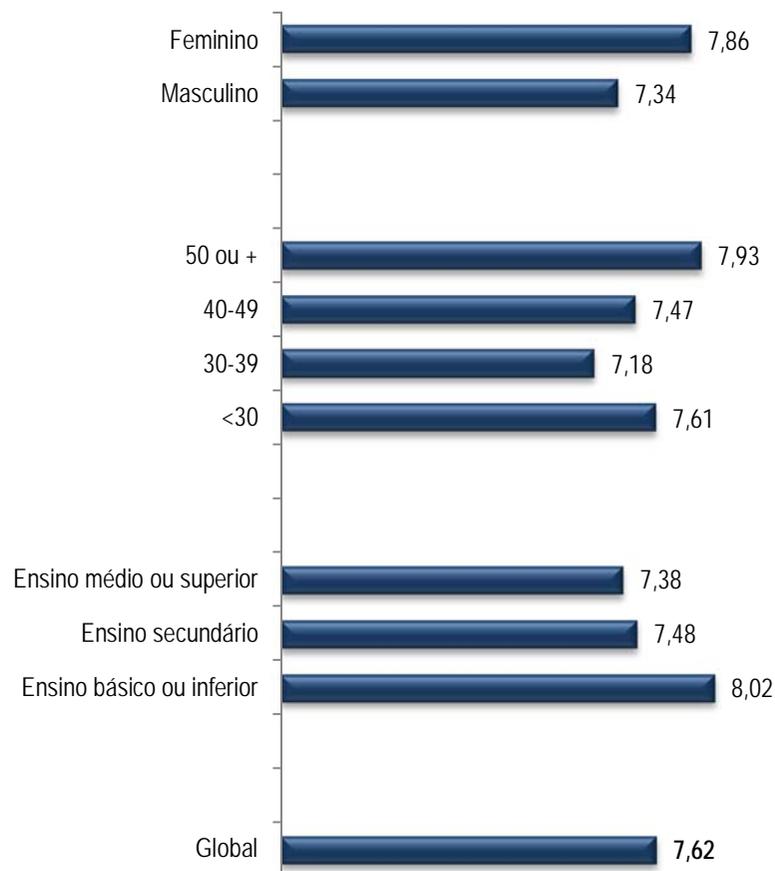
# 8 Anexos

## Índice de Valor Apercebido por categoria de clientes



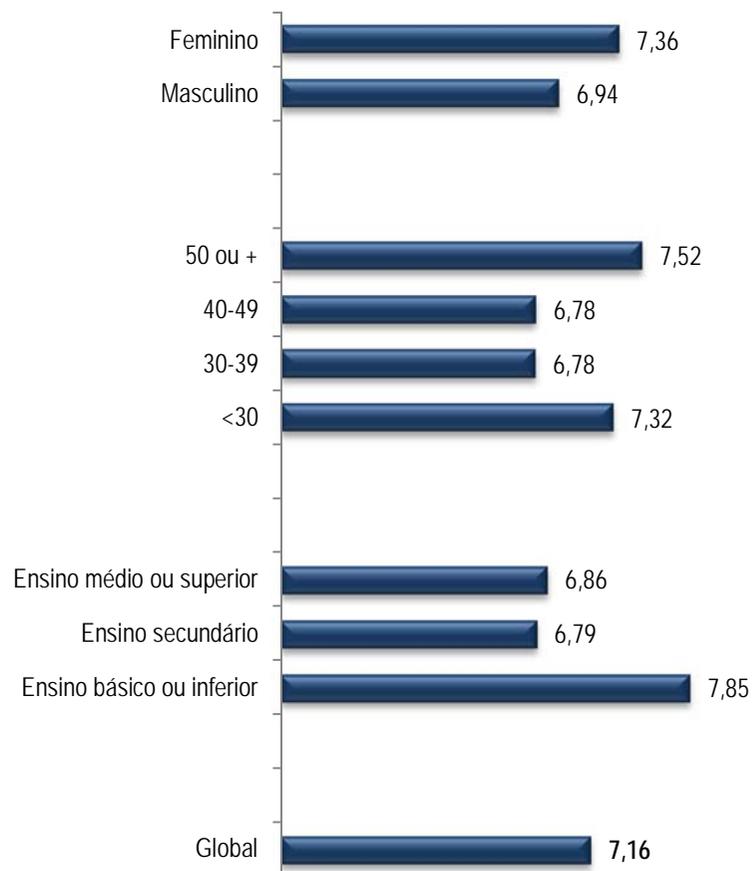
# 8 Anexos

## Índice de Satisfação por categoria de clientes



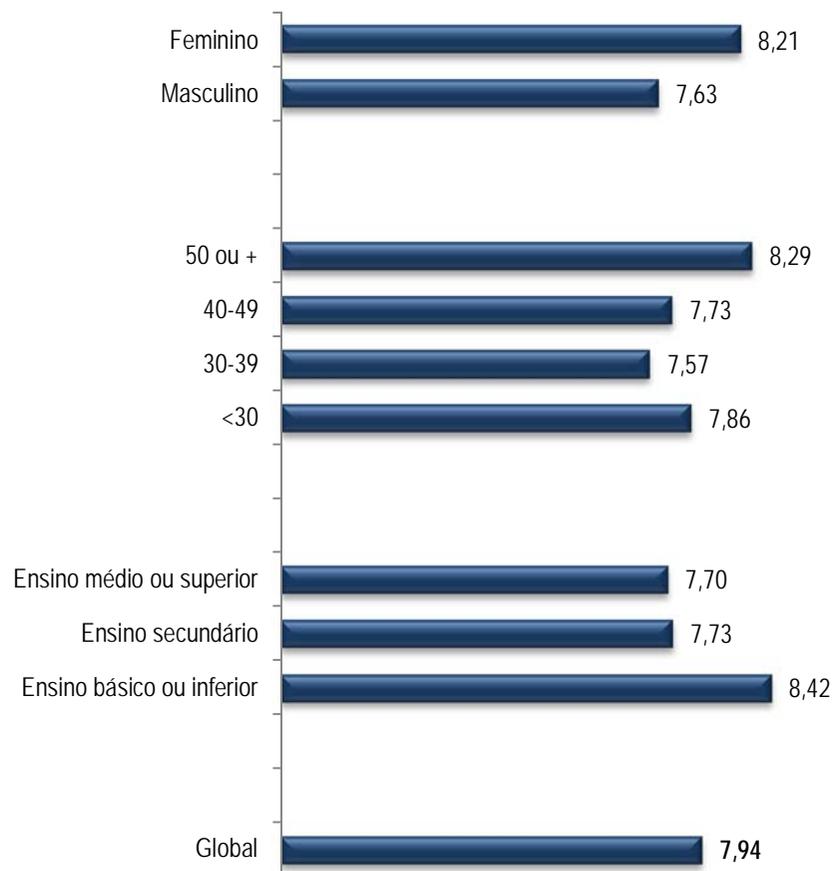
# 8 Anexos

## Índice de Reclamações por categoria de clientes



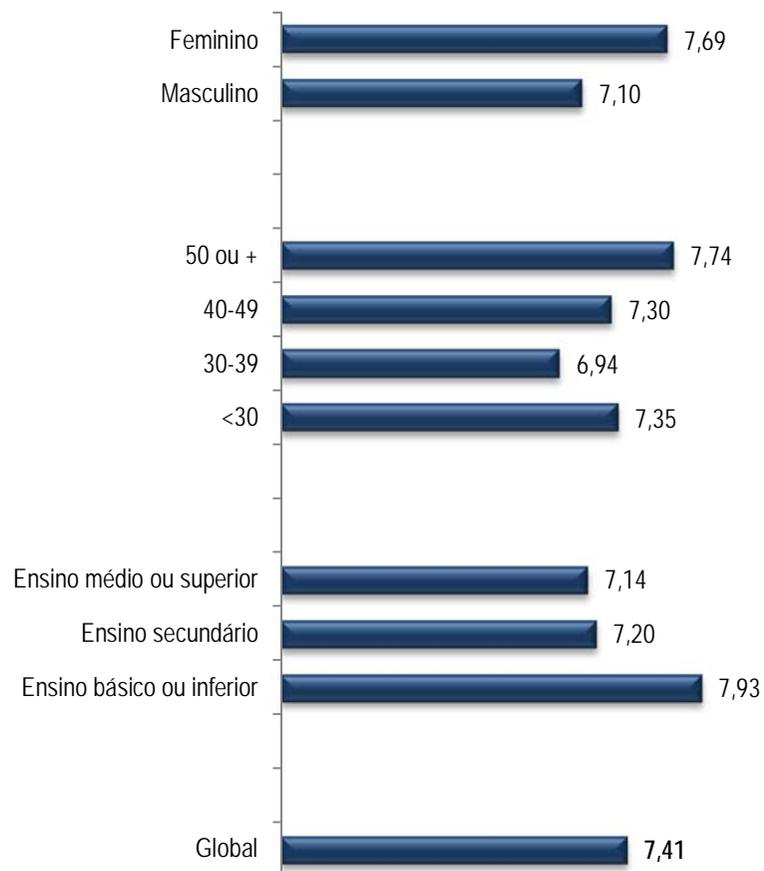
# 8 Anexos

## Índice de Confiança por categoria de clientes



# 8 Anexos

## Índice de Lealdade por categoria de clientes



# 8 Anexos

## Caracterização socioeconómica dos entrevistados (%)

Descritiva	Águas de Coimbra	EPAL	SMAS Almada	SMAS Oeiras e Amadora	SMAS Sintra	SMSB Viana do Castelo	Vimáguia	Outras
<b>Género</b>								
Feminino	59,1	60,0	56,1	60,4	54,6	53,0	55,0	61,0
Masculino	40,9	40,0	43,9	39,6	45,4	47,0	45,0	39,0
<b>Classe etária</b>								
<30 anos	9,1	6,8	7,1	6,4	9,2	13,8	18,5	10,2
30-39 anos	19,0	7,6	9,5	12,0	16,7	20,6	17,3	22,4
40-49 anos	17,9	12,0	20,6	20,4	25,5	24,1	23,3	17,7
>=50 anos	53,6	73,2	62,5	59,6	48,2	40,3	41,0	48,8
NS/NR	0,4	0,4	0,4	1,6	0,4	1,2	0,0	0,8
<b>Situação perante atividade económica</b>								
Empregado	59,1	42,0	46,2	45,2	50,2	54,9	59,8	53,9
Desempregado	5,2	4,8	9,5	9,6	17,1	14,2	9,2	10,6
Estudante	4,4	2,8	4,3	2,8	4,8	5,9	7,2	3,1
Doméstico	1,2	2,4	2,4	5,6	1,6	2,4	1,2	3,9
Reformado	29,8	46,8	37,2	34,8	26,3	21,7	22,5	26,8
Outra	0,4	0,4	0,0	0,4	0,0	0,4	0,0	0,4
NS/NR	0,0	0,8	0,4	1,6	0,0	0,4	0,0	1,2
<b>Situação na profissão</b>								
Patrão	2,0	3,7	3,4	0,8	0,8	2,1	3,4	3,5
Trabalhador por conta própria	12,0	15,7	11,9	7,6	8,7	12,8	7,4	7,8
Trabalhador por conta de outrem	86,0	76,9	83,9	84,7	90,5	84,4	89,3	87,2
Outra	0,0	0,9	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0
NS/NR	0,0	2,8	0,8	5,1	0,0	0,7	0,0	1,4
<b>Nível de instrução escolar</b>								
Básico ou menos	26,6	30,8	40,4	28,0	30,7	31,2	47,8	35,8
Secundário	19,0	17,6	26,1	26,0	33,5	29,6	28,5	27,2
Pós-secundário ou mais	54,4	50,4	32,4	43,6	34,3	38,3	22,9	35,5
NS/NR	0,0	1,2	1,2	2,4	1,6	0,8	0,8	1,6

# Relatório de Empresa

Serviços Municipalizados de Saneamento Básico  
de Viana do Castelo



ÍNDICE NACIONAL DE  
SATISFAÇÃO DO CLIENTE

## ÍNDICE NACIONAL DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE

### Instituto Português da Qualidade

Rua António Gão, 2  
2829-513 CAPARICA  
Tel 212 948 100  
Fax 212 948 223  
E-mail: [ecsi@mail.ipq.pt](mailto:ecsi@mail.ipq.pt)  
Endereço URL: [www.ipq.pt](http://www.ipq.pt)

### Associação Portuguesa para a Qualidade

Rua Carlos Alves, nº 3  
1600-515 LISBOA  
Tel 214 996 210  
Fax 214 958 449  
E-mail: [ecsi@apq.pt](mailto:ecsi@apq.pt)  
Endereço URL: [www.apq.pt](http://www.apq.pt)

### NOVA Information Management School

Universidade Nova de Lisboa  
Campus de Campolide  
1070-312 LISBOA  
Tel 213 828 610  
Fax 213 828 611  
E-mail: [ecsi@novaims.unl.pt](mailto:ecsi@novaims.unl.pt)  
Endereço URL: [www.novaims.unl.pt](http://www.novaims.unl.pt)

### EQUIPA DE PROJETO

#### Instituto Português da Qualidade

Ricardo Fernandes  
José Luís Graça  
Salette Timóteo

#### Associação Portuguesa para a Qualidade

Fernando Reis  
Carla Cunha  
Susana Monteiro

#### NOVA Information Management School

Universidade Nova de Lisboa  
Manuel Vilares  
Pedro Simões Coelho  
Cláudia Duarte  
Rita Lopes  
Teresa Mancelos

### RELATÓRIO DE EMPRESA

SMSB Viana do Castelo - Sector das Águas

#### Edição

Instituto Português da Qualidade  
Associação Portuguesa para a Qualidade  
NOVA Information Management School -  
Universidade Nova de Lisboa

#### Autores (NOVA IMS)

Cláudia Duarte  
Manuel Vilares (Coordenador)  
Pedro Simões Coelho (Coordenador)  
Rita Lopes  
Teresa Mancelos

#### Data

outubro 2015

#### Tiragem

1 exemplar

É proibida a sua reprodução