

***Semana da Responsabilidade Social
5ª Edição, Lisboa 6 de Maio de 2010***

ECSI Portugal – Índice Nacional de Satisfação do Cliente

METODOLOGIA E RESULTADOS DO SECTOR DOS SEGUROS

O projecto é apoiado no sector das
Comunicações, Águas e Seguros pela:



EUROPEAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX

- Foi lançado em **1999** pelas Organizações Europeias na área da qualidade (EOQ e EFQM), com o apoio da Comissão Europeia
- Aderiram vários países, entre os quais PORTUGAL
- Actualmente **EPSI Rating** – Extended Performance Satisfaction Index

Introdução

ECSI – PORTUGAL



ÍNDICE NACIONAL DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Em Portugal a equipa de projecto é constituída por:

- **APQ** - ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA A QUALIDADE
- **IPQ** - INSTITUTO PORTUGUÊS DA QUALIDADE
- **ISEGI/UNL** - INSTITUTO SUPERIOR DE ESTATÍSTICA E GESTÃO DE INFORMAÇÃO DA UNL

→ Em 2008 o ECSI Portugal contou com os apoios da **ANACOM**, **APDA** e **APS**, respectivamente, para os sectores das **comunicações**, **águas** e **seguros**

Introdução

Os índices de satisfação do cliente são um sistema de medida da qualidade dos produtos e serviços disponibilizados por uma dada empresa, sector de actividade ou economia, pela via da **satisfação do cliente**.

Os índices de satisfação do cliente permitem:

- ✓ Medir os activos intangíveis, como a satisfação dos clientes;
- ✓ Estimar as relações entre os valores destes activos e os resultados das organizações;
- ✓ Conhecer os impactos de decisões estratégicas das organizações sobre estes activos.

Introdução

- ✓ As empresas têm vindo a atribuir uma importância crescente à análise da **satisfação e da lealdade dos seus clientes**, justificada pela maior competitividade a que estão sujeitas, bem como pela maior exigência dos clientes relativamente à qualidade dos produtos e serviços.
- ✓ Pretende apresentar-se um resumo dos **resultados relativos à satisfação dos clientes do sector dos Seguros para o ano 2008**, estimados no âmbito do modelo ECSI-Portugal (European Customer Satisfaction Index - Portugal).
- ✓ Os resultados apresentados são analisados em comparação com os restantes sectores do ECSI em estudo: **Banca, Comunicações – Telecomunicações Fixas, Telecomunicações Móveis, Televisão por Subscrição, Internet e Postais, Combustíveis, Gás em Garrafa, Transportes Públicos de Passageiros e Águas.**
- ✓ Os resultados são também comparados com **resultados Internacionais do sector dos Seguros.**

Aspectos Metodológicos

- Selecção da amostra de clientes – População alvo:

No modelo ECSI 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 empresa. No caso de ser cliente de mais de uma empresa, considera-se aquela com que, durante o período de referência (seis meses, no caso do sector dos Seguros), teve relações mais frequentes.

Em 2008 a população alvo do sector dos seguros inclui clientes de todos os ramos (propriedade, vida, saúde e outros).

Aspectos Metodológicos

- Selecção da amostra de clientes – Plano de sondagem:

O plano de sondagem contempla uma selecção aleatória de clientes de cada uma das seguradoras estudadas através de um plano assimilável a uma sondagem aleatória com probabilidades iguais e sem reposição.

Uma vez seleccionado o indivíduo pretendido, este é submetido a um conjunto de questões de qualificação, que o classificam como cliente do sector e de uma ou mais seguradoras.

Aspectos Metodológicos

- Dimensão da amostra:

Foram entrevistados, aproximadamente 250 clientes de cada marca o que, no total, corresponde a **3717** entrevistas realizadas para o sector dos Seguros.

- Período da realização das entrevistas:

O trabalho de campo para o Sector dos Seguros decorreu entre Fevereiro e Março de 2009.

Aspectos Metodológicos

- Marcas estudadas:

Em 2008 foram estudadas os seguintes seguradores:

Seguradores
Companhia de Seguros Allianz, S.A
AXA Portugal Companhia de Seguros S.A
AXA Portugal Companhia de Seguros de Vida S.A
Companhia de Seguros Fidelidade Mundial
Generali Companhia de Seguros, S.A
Multicare Seguros de Saúde, S.A
Império Bonança Companhia de Seguros
MAPFRE Seguros Gerais, S.A

Seguradores
MÉDIS Companhia Portuguesa de Seguros de Saúde, S.A
T-Vida, Companhia de Seguros, S.A
Ocidental Companhia Portuguesa de Seguros, S.A
Ocidental Companhia Portuguesa de Seguros de Vida, S.A
OK! teleseguros - Companhia de Seguros, S.A
Seguro Directo Gere - Companhia de Seguros, S.A
Companhia de Seguros Tranquilidade, S.A

Aspectos Metodológicos

- Questionário:

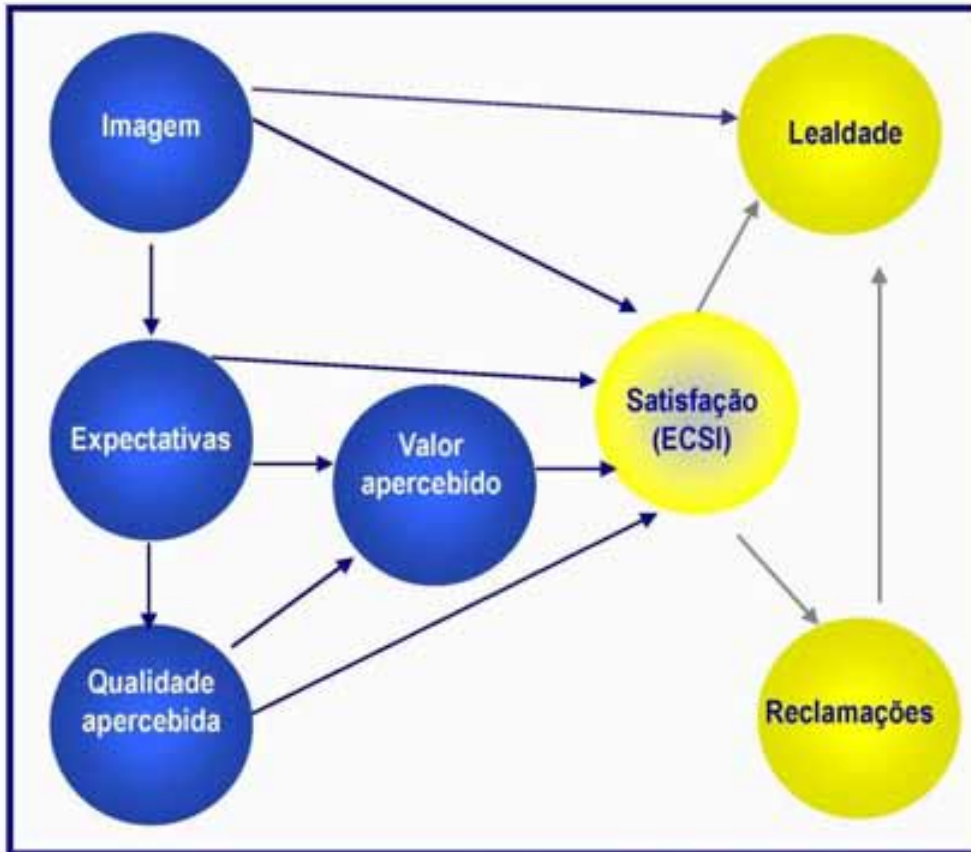
O questionário utilizado no estudo de 2008 para o sector segurador contém 70 questões, divididas da seguinte forma:

- 4 questões referentes aos critérios de qualificação dos clientes;
- 8 questões à sua caracterização socio-económica;
- 35 questões associadas à estimação das sete variáveis latentes do modelo de satisfação;
- 23 questões de caracterização do cliente (nomeadamente sobre posse e utilização de diversos tipos de seguro).

O questionário adoptado para o sector segurador foi testado através do lançamento de um inquérito piloto a um número reduzido de clientes.

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 (Escala de 1 a 10).

Modelo de Medida:

Constituído pelo conjunto de equações que definem as relações entre as variáveis latentes e as variáveis de medida (Escala de 1 a 10).

Aspectos Metodológicos

Equações do Modelo Estrutural:

$$\eta = \beta\eta + \gamma\xi + \nu$$

$$E(\nu | \xi) = \mathbf{0}$$

Aspectos Metodológicos

Equações do Modelo Estrutural:

$$\begin{bmatrix} \eta_1 \\ \eta_2 \\ \eta_3 \\ \eta_4 \\ \eta_5 \\ \eta_6 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ \beta_{21} & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ \beta_{31} & \beta_{32} & 0 & 0 & 0 & 0 \\ \beta_{41} & \beta_{42} & \beta_{43} & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & \beta_{54} & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & \beta_{64} & \beta_{65} & 0 \end{bmatrix} \begin{bmatrix} \eta_1 \\ \eta_2 \\ \eta_3 \\ \eta_4 \\ \eta_5 \\ \eta_6 \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} \gamma_{11} \\ 0 \\ 0 \\ \gamma_{41} \\ 0 \\ \gamma_{61} \end{bmatrix} \xi_1 + \begin{bmatrix} v_1 \\ v_2 \\ v_3 \\ v_4 \\ v_5 \\ v_6 \end{bmatrix}$$

onde ξ_1 : imagem, η_1 : expectativas dos clientes, η_2 : qualidade apercebida dos produtos e serviços, η_3 : valor apercebido, η_4 : satisfação do cliente, η_5 : reclamações, η_6 : lealdade do cliente.

Aspectos Metodológicos

$$\mathbf{y} = \Lambda_y \boldsymbol{\eta} + \boldsymbol{\varepsilon}$$

$$\mathbf{x} = \Lambda_x \boldsymbol{\xi} + \boldsymbol{\delta}$$

$$E(\boldsymbol{\varepsilon}) = E(\boldsymbol{\delta}) = E(\boldsymbol{\varepsilon} | \boldsymbol{\eta}) = E(\boldsymbol{\delta} | \boldsymbol{\xi}) = \mathbf{0}$$

Aspectos Metodológicos

INDICADORES DO MODELO DE MEDIDA POR VARIÁVEL LATENTE:

Imagem

- 1-Segurador de confiança no que diz e no que faz
- 2-Segurador estável e implantado no mercado
- 3-Segurador com um contributo positivo para a Sociedade
- 4-Segurador que se preocupa com os clientes
- 5-Segurador inovador e virado para o futuro

Expectativas

- 1-Expectativas globais sobre o segurador
- 2-Expectativas sobre a capacidade do segurador 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 dos produtos e serviços oferecidos
- 3-Atendimento e capacidade de aconselhamento
- 4-Acessibilidade por via das novas tecnologias
- 5-Diversidade de produtos e serviços
- 6-Fiabilidade dos produtos e serviços oferecidos
- 7-Clareza e transparência na informação prestada
- 8-Disponibilidade das agências
- 9-Qualidade das agências
- 10-Disponibilidade do atendimento telefónico
- 11-Qualidade do site do "seu segurador"
- 12-Avaliação da resolução da participação/ Expectativa na forma de resolução da participação

Aspectos Metodológicos

INDICADORES DO MODELO DE MEDIDA POR VARIÁVEL LATENTE:

Valor apercebido

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

Satisfação

- 1- Satisfação global com o segurador
- 2- Satisfação comparada com as expectativas (realização das expectativas)
- 3- Distância do segurador ideal

Resolução das Reclamações

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

Lealdade

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

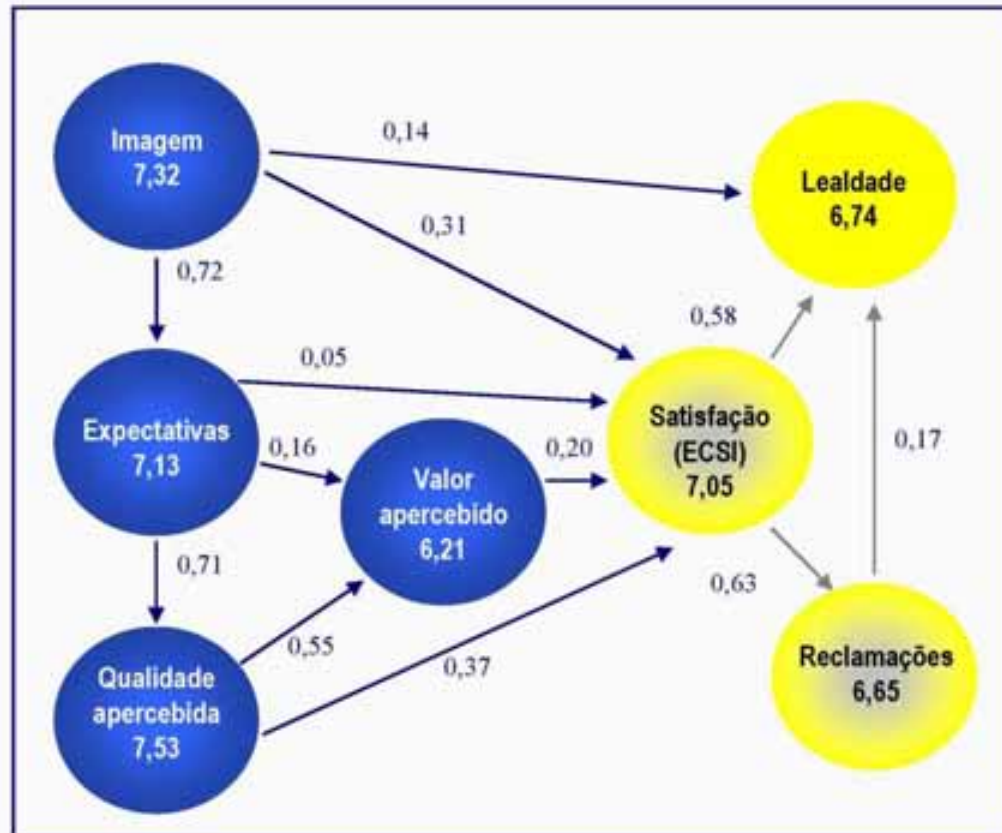
ECSI-PORTUGAL 2008

RESULTADOS GLOBAIS



Resultados Globais

RESULTADOS DA APLICAÇÃO DO MODELO ECSI AO SECTOR DOS SEGUROS

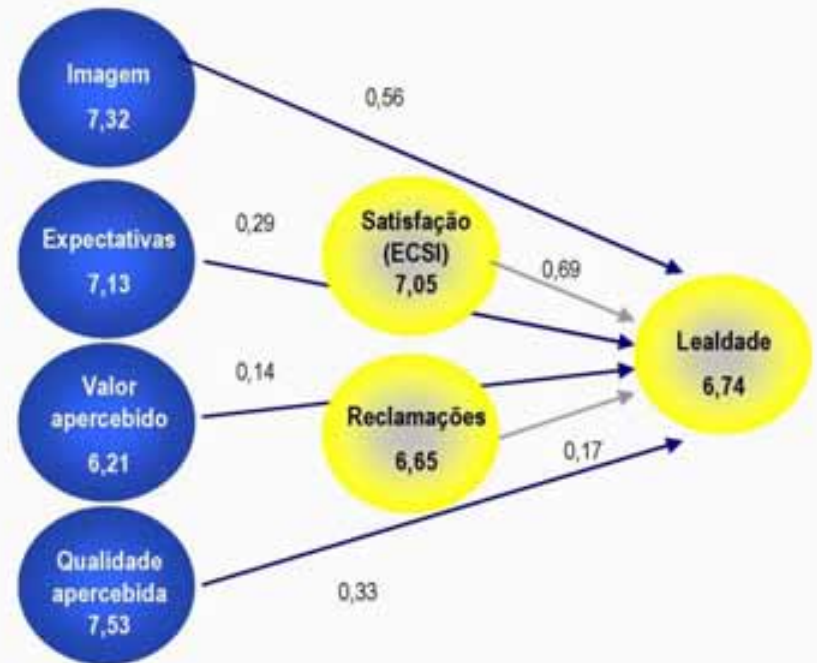


Resultados Globais

RESULTADOS DA APLICAÇÃO DO MODELO ECSI AO SECTOR DOS SEGUROS



Impactos totais na Satisfação do cliente



Impactos totais na Lealdade do cliente

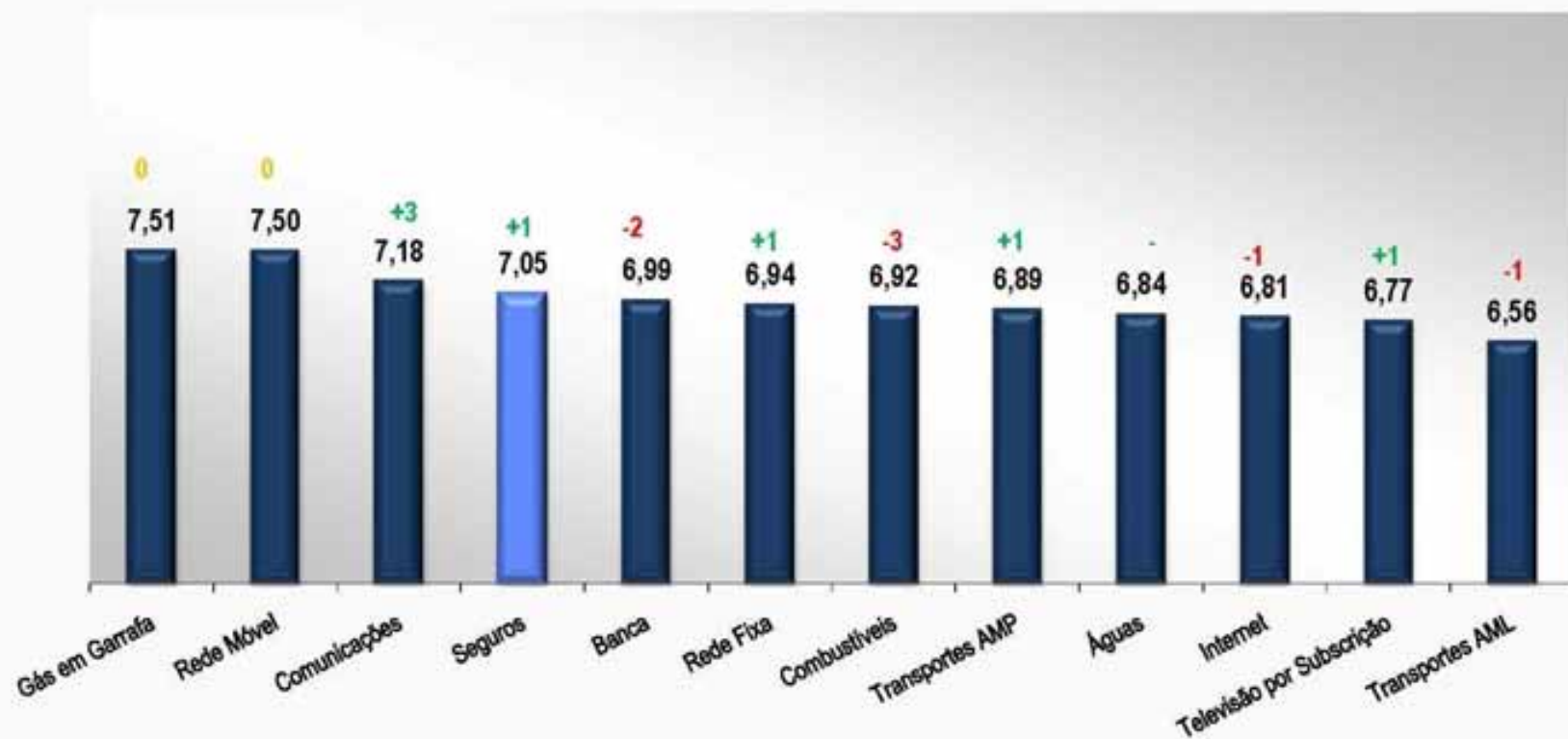
Qualidade dos Resultados

MEDIDAS DE PRECISÃO PARA A ESTIMAÇÃO DAS VARIÁVES LATENTES

Variáveis Latentes	R ² (%)	Margem de erro
Imagem	-	0,09
Expectativas	52,3	0,09
Qualidade apercebida	51,0	0,08
Valor apercebido	45,2	0,11
Satisfação	69,3	0,10
Reclamações	40,1	0,13
Lealdade	66,3	0,13

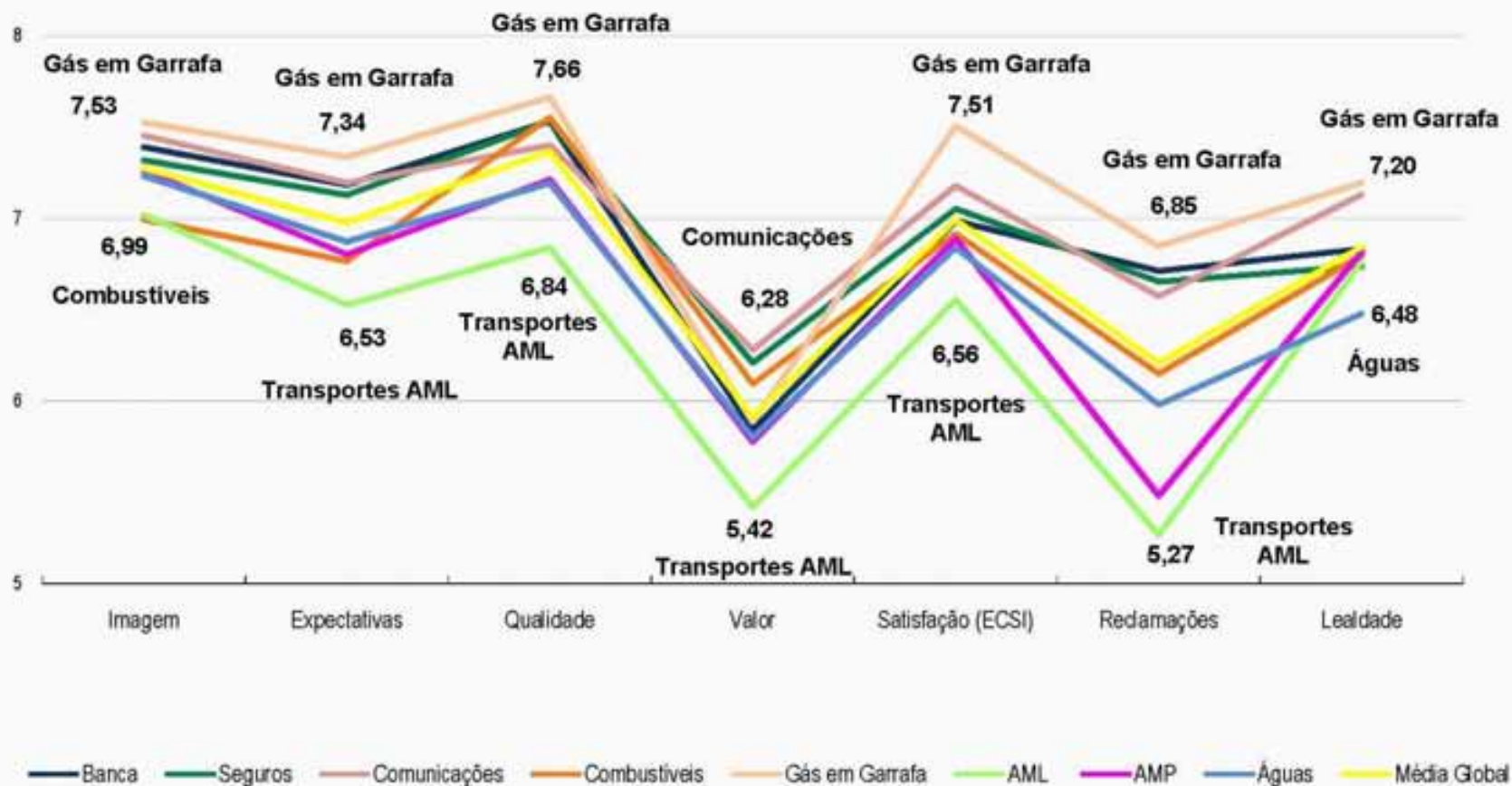
Ranking de Satisfação

POSICIONAMENTO NACIONAL DO SECTOR DOS SEGUROS NA SATISFAÇÃO

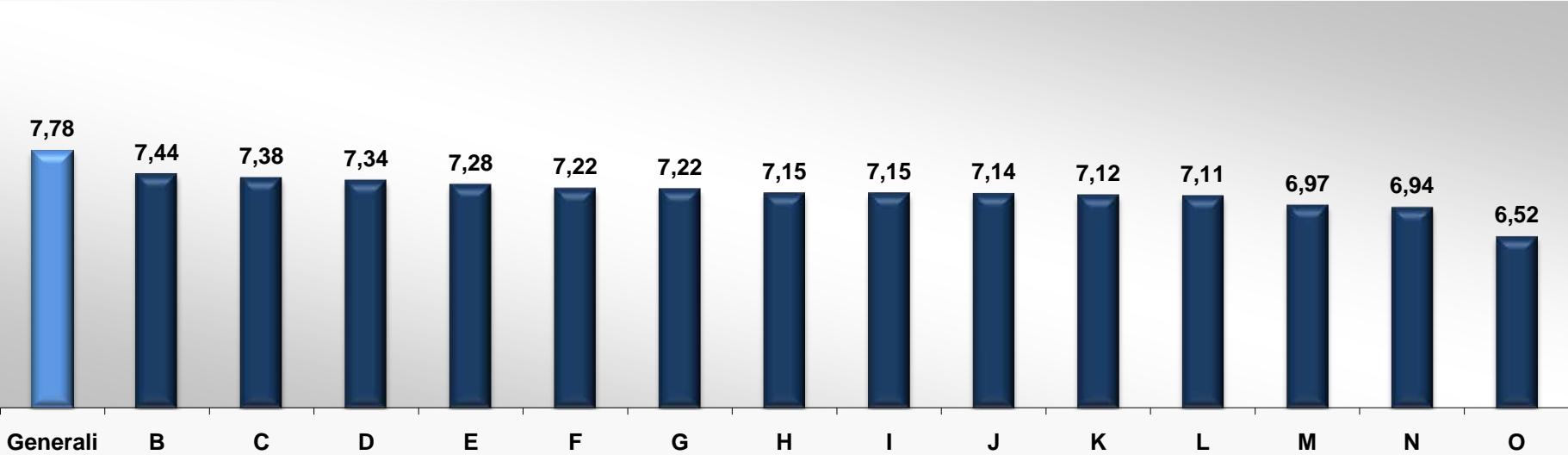


O Sector dos Seguros no ECSI 2008

ÍNDICES DOS SECTORES EM 2008

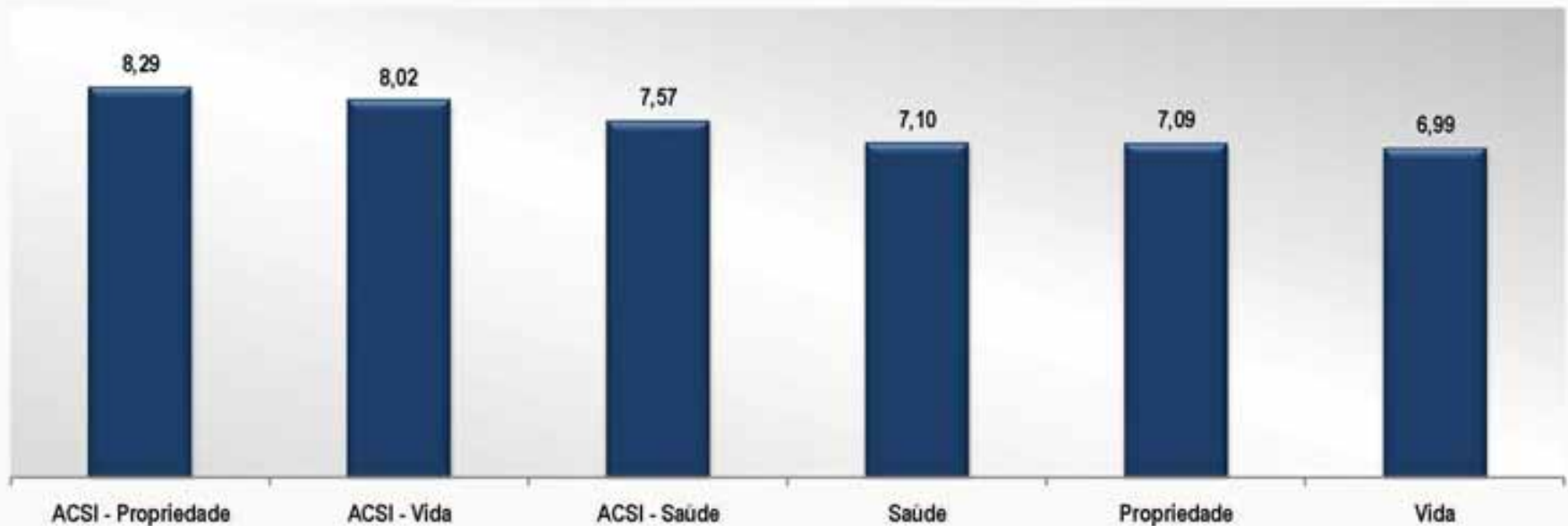


Sector dos Seguros – Ranking da Satisfação em 2008



Sector dos Seguros – Ranking da Satisfação em 2008

POSICIONAMENTO INTERNACIONAL DO SECTOR DOS SEGUROS NA SATISFAÇÃO EM 2008



Fonte: ACSI – American Customer Satisfaction Index



Índice Nacional de Satisfação do Cliente

Ricardo Fernandes

rfernandes@mail.ipq.pt