



Revista eletrônica de ciências sociais aplicadas.

ISSN: 1980-0193

ARTIGOS COMPLETOS/COMPLETS ARTICLES

INSATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR: UMA ANÁLISE NOS SERVIÇOS PRESTADOS POR CONCESSIONÁRIAS DE ENERGIA ELÉTRICA

CONSUMER'S DISSATISFACTION: AN ANALYSIS IN THE SERVICES PROVIDED BY ELECTRIC POWER CONCESSIONAIRES

Fabricio Quadros Borges ⁽¹⁾

Marco Antônio Silva Lima ⁽²⁾

Universidade da Amazônia – UNAMA/PA

RESUMO

Os serviços prestados por concessionárias de energia elétrica têm sido cada vez mais objeto de insatisfação por parte dos consumidores brasileiros. O desconhecimento detalhado de características vinculadas às causas desta insatisfação compromete o processo de planejamento de ações que venham modificar este cenário. Este estudo teve por objetivo analisar os meandros das causas da insatisfação com os serviços de prestados por estas concessionárias. O método utilizado foi explicativo e descritivo, com abordagem quantitativa, utilizando técnicas de estatística descritiva e multivariada: Análise de Distribuição de Frequência e Análise de Clusters. Foram entrevistados 282 consumidores em pesquisa de campo nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador, com abordagem probabilística aleatória. A análise de distribuição de frequência utilizou as dimensões atendimento, tempo e fornecimento de energia. A Análise de Cluster indicou a presença de três agrupamentos de consumidores denominados de moderados, descontentes e impacientes. As análises indicaram que as causas da insatisfação verificada junto aos consumidores de serviços prestados pelas concessionárias Eletropaulo S.A., Light S.A. e Coelba S.A. são decorrentes de uma combinação de percepções de insatisfação promovida pelo tratamento estratégico deficiente, por parte destas concessionárias, notadamente localizada nos ambientes de atendimento telefônico e de fornecimento de energia.

Palavras-Chave: Satisfação; Insatisfação; Consumidor; Concessionárias; Energia elétrica.

ABSTRACT

The services provided by electric power concessionaires have increasingly been the subject of dissatisfaction among Brazilian consumers. The lack of detailed features linked to the causes of this dissatisfaction affects the actions planning process that may change this scenario. This study aims to analyze the intricacies of the causes of dissatisfaction with the services provided by these concessionaires. The used method was descriptive and explanatory with a quantitative approach, using descriptive statistics techniques and multivariate: analysis of frequency distribution analysis and cluster analysis. 282 consumers were interviewed in field research in the cities of Sao Paulo, Rio de Janeiro and Salvador, with random probabilistic approach. The analysis of frequency distribution used the service dimensions, time and energy supplies. The Cluster Analysis indicated the presence of three consumer groups called moderates, dissatisfied and restless. The analysis indicated the causes of the dissatisfaction found among consumers of services provided by concessionaires Eletropaulo SA, Light Coelba SA and SA are due of a perceptions

combination of discontent fostered by strategic treatment deficient by these concessionaires, especially in localized environments telephone service and power supply.

Key Words: Satisfaction; Dissatisfaction; Consumer; Dealers; Electricity.

INTRODUÇÃO

Os serviços de energia elétrica compreendem serviços de utilidade pública, onde a Administração pública possui o dever de prestar diretamente ou através de concessionárias, em condições regulamentadas e sob seu controle, mas por conta e risco dos prestadores, mediante remuneração cobrada dos usuários (MEIRELES, 2005). Estes serviços têm sido cada vez mais objeto de insatisfação por parte dos consumidores brasileiros na medida em que o número de reclamações dos serviços prestados pelas concessionárias de eletricidade cresce gradualmente.

Este estudo aborda os meandros do comportamento de consumidores residenciais de energia elétrica e pretende responder a seguinte questão central: Qual o grau de satisfação/insatisfação de consumidores de serviços prestados pelas concessionárias de energia elétrica nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador? Diante desta proposta de pesquisa, o objetivo geral do estudo, é o de analisar a grau de satisfação/insatisfação destes consumidores, utiliza-se dos objetivos específicos para identificar e descrever as causas, notadamente, da insatisfação na prestação destes serviços.

Costa e Zotes (2005), ao desenvolverem investigações sobre os serviços prestados por algumas concessionárias afirmam que muitas delas não foram impactadas negativamente pela privatização, e muitos indicadores observados nestes estudos sustentam esta afirmação. Porém, esta realidade não

representa a totalidade destas concessionárias no país. Independentemente das relações com o processo de privatização, de fragilidades nos sistemas de gestão de atendimento, ou nos procedimentos de distribuição de energia elétrica, o fato é que a prestação destes serviços amplia cada vez mais a insatisfação de consumidores de São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador.

Todo este contexto que envolve o ambiente de insatisfação de consumidores está inserido em uma das áreas de pesquisa mais trabalhadas nas últimas décadas. Conforme estudos de Peterson e Wilson (1992), no início da década de 1990, já existiam cerca de 15.000 artigos práticos e acadêmicos publicados na área de satisfação do consumidor.

A satisfação do consumidor tem sido foco de atenção de acadêmicos e de organizações, particularmente, daquelas preocupadas com a melhoria da qualidade. As pesquisas teóricas estão interessadas na construção de conceitos e compreensão do processo de formação da satisfação, já as pesquisas práticas empresariais estão mais direcionadas à mensuração dos níveis de satisfação (SOUZA, 2010).

Neste sentido, o entendimento dos meandros que envolvem a insatisfação dos consumidores de serviços prestados por concessionárias de energia elétrica representa o fortalecimento de possibilidades de reversão do alto grau de insatisfação verificado junto a estas concessionárias. Parte-se da hipótese de que o desconhecimento detalhado de características vinculadas às causas da insatisfação por parte dos consumidores de eletricidade

compromete o processo de planejamento de ações que venha a debelar este cenário. Uma melhoria deste serviço a partir dos resultados deste estudo representará uma redução de perdas financeiras referentes aos processos judiciais e altas multas, além de harmonizar o relacionamento com seu consumidor.

A importância desta investigação constitui-se na construção de ferramentas na busca permanente do atendimento das expectativas do consumidor. Estudos que propõem a verificação de características da insatisfação de consumidores e que objetivam maximizar posteriores ações promotoras da satisfação, já são bastante utilizados (HANSON, 1992; WITTINK & BAYER, 1994; ANDERSON & MITTAL, 1999; BEBER & ROSSI, 2006) e na oportunidade do presente estudo, esta verificação de características será direcionada aos consumidores de serviços prestados por concessionárias de energia elétrica.

Além desta introdução, esta investigação está dividida em cinco partes: os procedimentos metodológicos, as concessionárias de serviços de energia elétrica, uma breve revisão de literatura, a apresentação de resultados e as considerações finais.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa. Conforme taxonomia proposta por Vergara (2007), o tipo de pesquisa pode ser definida quanto aos fins e quanto aos meios de investigação. Quanto aos fins, a pesquisa é explicativa, pois objetiva esclarecer a origem do cenário de insatisfação com os serviços prestados pelas concessionárias de energia elétrica. Para tal, também é descritiva, pois expõem às

características pertinentes as causas da insatisfação destes serviços prestados. Quanto aos meios, esta investigação é classificada basicamente como pesquisa de campo na medida em que realizou levantamento de dados junto a consumidores de serviços prestados por concessionárias de energia elétrica.

O universo da pesquisa constituiu-se por consumidores residenciais de serviços prestados por três concessionárias de energia elétrica do país (usuários domiciliares conectados regularmente às redes de distribuição de eletricidade). São elas: AES Eletropaulo S.A., Light S.A. e Coelba Grupo Neoenergia S.A.

A investigação foi construída basicamente em três etapas: pesquisa bibliográfica, coleta de dados e as análises estatísticas. A pesquisa bibliográfica foi desenvolvida a partir de bases conceituais vinculadas às categorias satisfação e insatisfação de consumidores na intenção de aperfeiçoamento das interpretações e sustentação das categorias fundamentais de análise que compõem esta investigação. Como observa Vergara (2007), a pesquisa bibliográfica é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, ou seja, materiais acessíveis ao público em geral.

Por meio da coleta dos dados procurou-se identificar as características do grau de satisfação dos consumidores de serviços prestados por concessionárias de energia elétrica. A obtenção dos dados se deu por meio de uma pesquisa de campo com utilização de questionários. A organização dos questionários foi de forma sequencial em estrutura lógica de perguntas a partir da escala de resposta psicométrica de Likert com cinco opções de resposta, evoluindo entre 1

para insatisfação mínima, 2 para pouco insatisfeito, 3 para insatisfação média, 4 para muito insatisfeito e 5 para completamente insatisfeito. Foram aplicados 320 questionários, sendo que destes, apenas 282 questionários foram considerados válidos. A coleta de dados foi realizada entre janeiro e março de 2011 nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador. A abordagem escolhida para o tratamento dos dados foi quantitativa.

A amostra nesta investigação foi composta por 282 consumidores domiciliados nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador, cidades escolhidas por deterem as maiores concentrações de unidades consumidoras de serviços de eletricidade conectadas às concessionárias pesquisadas. Estes consumidores responderam a questionários por telefone, pessoalmente, através de e-mail e pelos correios. O processo de escolha da amostra possuiu natureza probabilística aleatória, onde a seleção casual desta amostra assegurou que todos os elementos do universo possuíram a mesma possibilidade de serem considerados. Na classificação dos graus de satisfação destes consumidores utilizaram-se três dimensões de análise: atendimento, tempo e fornecimento de energia.

As análises estatísticas, por seus turnos, tiveram início com o tabulamento das questões através de estatística descritiva e multivariada com a utilização do programa estatístico SPSS® (Statistical Package for the Social Sciences) versão 17. A partir daí efetuou-se o emprego de duas técnicas: a análise de distribuição de frequência e a análise de Cluster.

Na análise de distribuição de frequência verifica-se uma disposição de dados numéricos, de acordo com o tamanho ou magnitude dos mesmos. A distribuição de frequência pode ser apresentada por valor

(único) ou por grupo de escalares (classes), discriminando a frequência dos mesmos. Nesta análise, efetuou-se o cálculo dos índices das variáveis e das dimensões usadas no presente estudo.

Na análise de Cluster reúne-se um conjunto de métodos que tem por propósito classificar e agrupar elementos pela similaridade (HAIR et al, 2005; FAVERO et al, 2009). Nesta análise foi utilizado o procedimento hierárquico do tipo aglomerativo, que inicia a partir dos indivíduos em separado. Os consumidores de opiniões mais semelhantes foram combinados para a formação de agrupamentos. Essa operação se mantém até a obtenção de um único agrupamento que pode ser representado graficamente utilizando-se um dendograma (HAIR et al, 2005). Na obtenção dos agrupamentos escolheu-se a medida de similaridade ou de dissimilaridade entre os indivíduos.

CONCESSIONÁRIAS DE SERVIÇOS DE ENERGIA ELÉTRICA

As concessionárias de serviços de eletricidade compreendem organizações que possuem o papel de atender as demandas pelo insumo elétrico a partir de condições regulamentadas e com supervisão de uma agência reguladora, a ANEEL - Agência Nacional de Energia Elétrica, mediante tarifas pagas por seus consumidores. A ANEEL, que é uma autarquia em regime especial vinculada ao Ministério de Minas e Energia, foi criada para regular o setor elétrico brasileiro, por meio da Lei nº 9.427/1996 e do Decreto nº 2.335/1997 (ANEEL, 2012).

De acordo com Kessler (2006), no conjunto de normas que regulamentam a atividade das concessionárias de distribuidores de eletricidade estão definidos vários indicadores pelos quais o regulador

controla a qualidade e a eficiência da empresa na prestação do serviço regulado. Ainda segundo Kessler (2006), dentre estes indicadores destacam-se a qualidade do fornecimento de eletricidade, o desempenho econômico-financeiro e a satisfação dos consumidores.

Neste estudo, abordam-se três concessionárias: a AES Eletropaulo S.A., que atende cidade de São Paulo; a Light S.A., que atende a cidade do Rio de Janeiro; e a Coelba Grupo Neoenergia, que é responsável pelos serviços de eletricidade em Salvador. A seguir, apresenta-se uma breve caracterização destas concessionárias.

Na cidade de São Paulo, o consumo total de energia elétrica é da ordem de 125.483 Gwh. A AES Eletropaulo, concessionária que atua no estado, é uma empresa de capital aberto e integra a Governança Corporativa da BM&F Bovespa. A companhia é a maior distribuidora de energia elétrica em consumo e faturamento da América Latina. No estado de São Paulo, a Eletropaulo atende 24 municípios, atingindo o número de 16,5 milhões de pessoas atendidas (ELETROPAULO, 2012).

No Rio de Janeiro o consumo total de eletricidade registra 35.615 Gwh. A Light S.A. concessionária que atende o estado, compreende uma holding que controla integralmente subsidiárias que participam em três segmentos de negócio: a Light SESA, em distribuição de energia, a Light Energia, em geração de energia e, em comercialização e serviços de energia, com a Light Esco e a LightCom. No estado do Rio de Janeiro, a Light atende 31 municípios, englobando mais de 10 milhões de pessoas (LIGHT, 2012).

Já em Salvador, o consumo total de energia elétrica pontua 21.440 Gwh. A Coelba é a terceira maior distribuidora de energia elétrica do país em número de clientes e

concessionária que atende o estado, foi a primeira aquisição do Grupo Neoenergia, cuja participação atual no total de ações da Companhia é de 87,8%. No estado da Bahia, a Coelba atende 415 municípios, registrando mais de 14 milhões de pessoas atendidas (COELBA, 2012).

Todavia, o atendimento de toda esta demanda por parte destas concessionárias de serviços de eletricidade apresenta sérias dificuldades quando a questão é atender as expectativas dos consumidores. A insatisfação passa cada vez mais a fazer parte da realidade das ouvidorias ou setores de atendimento ao público destas concessionárias.

Na Eletropaulo S.A. - Eletricidade de São Paulo, o número de consumidores insatisfeitos com os serviços cresce anualmente na medida em que os problemas recentes de falta de energia na capital paulista indicam que a melhoria do serviço não acontece. Desde 2003, a concessionária foi multada pelo PROCON em R\$ 18 milhões pela má prestação do serviço de eletricidade (PROCON, 2011).

A Light - Light Serviços de Eletricidade S.A é recordista de processos nos juizados especiais. A companhia, que atende o Estado do Rio de Janeiro, precisou desembolsar indenizações para conter a ira de clientes insatisfeitos com os seus serviços. Em 2010, mais de 25 mil consumidores entraram com reclamações na Justiça contra a concessionária (PROCON, 2011).

A Coelba S.A. - Companhia de Eletricidade do Estado da Bahia também é alvo dos consumidores quanto aos serviços prestados. A defensoria pública registra números crescentes de consumidores insatisfeitos com a Companhia e precisou inclusive montar um posto especializado para atender as reclamações, que chegam a

300 por mês (MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA, 2011).

A ANEEL dispõe de uma ferramenta de mensuração da satisfação do consumidor na prestação de serviços de concessionárias de energia elétrica chamado IASC - Índice Aneel de Satisfação do Consumidor. A ferramenta é composta pelas dimensões: qualidade percebida, valor percebido, satisfação global, confiança no fornecedor e fidelidade. Todavia, esta estrutura não permite o delineamento detalhado junto às causas especificamente da insatisfação destes consumidores, considerando dimensões a partir de diferentes graus de intensidade de insatisfação.

De acordo com Marchetti e Prado (2004) o cálculo do Índice Aneel de Satisfação do Consumidor deveria ainda considerar a posição relativa da concessionária com referência ao ponto máximo possível de ser alcançado por ela. Independentemente das contribuições da utilização do IASC pela ANEEL e das críticas que lhe são endereçadas. O fato é que o grande número de reclamações tem causado prejuízos às concessionárias abordadas nesta investigação.

REVISÃO DE LITERATURA

Nesta seção desenvolve-se uma breve exposição das categorias fundamentais de análise utilizadas nesta investigação. A satisfação e a insatisfação dos consumidores, os processos de reclamações destes consumidores e a relação entre as causas destas reclamações e a orientação ao processo decisório dentro das concessionárias compõem esta abordagem.

A satisfação, em sentido amplo, conforme Oliver (1997), deriva dos termos em latim *satis*, que significa suficiente, e *facere*, que significa fazer; já em sentido restrito,

satisfação pode ser definida como atendimento de uma demanda consumidora em um determinado segmento de atividade econômica. De acordo com Kotler (1998) a satisfação compreende o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto ou serviço em relação às expectativas do consumidor. A satisfação é frequentemente definida como uma continuidade unidimensional opondo dois polos extremos: satisfeito ou insatisfeito (ROSSI e SLONGO, 1997). Já a insatisfação compreende uma categoria tão relevante quanto conseguir a satisfação do consumidor na medida em que é composta de sentimentos negativos.

Oliver (1993) analisou a satisfação e a insatisfação como agentes causais de sentimentos positivos e negativos, respectivamente. Por meio deste estudo, foi demonstrada a complexidade do processo de formação da satisfação, com resultados que sugerem o mecanismo pelo qual as respostas afetivas medeiam os efeitos dos atributos na satisfação.

De acordo com Singh e Wilkes (1996), em cômputo geral, os processos de reclamação de consumidores têm três características: os consumidores possuem objetivos bem definidos quando reclamam; não existe um padrão de comportamento absoluto (o que faz o consumidor insatisfeito agir de uma série de maneiras diferentes); e a maioria dos consumidores realiza mais de uma ação de reclamação. Muitas vezes, estes processos podem ocorrer de maneira simultânea; em outras, separadamente, sendo influenciados por diferentes fatores.

Na medida em que conhecem suas causas os profissionais de marketing conseguirão executar seu trabalho de forma mais eficiente (KINNEAR, 1987; CHURCHILL, Jr., e GILBERT, 1995), pois

disporão de informações mais selecionadas para a tomada de decisão visando não apenas do aumento da satisfação, mas também à diminuição desta insatisfação (BEBER e ROSSI, 2006).

As empresas devem promover mecanismos internos para o fluxo das reclamações dos consumidores, para que as más notícias possam chegar aonde são tomadas as decisões corretivas, sem a possibilidade de serem barradas ou deturpadas no caminho por falhas na comunicação interna (FORNELL e WESTBROOK, 1984).

De acordo com Rossi e Slongo (1997), a pesquisa de satisfação de clientes está diretamente vinculada aos processos de qualidade, que fortalecem a competitividade das organizações, e insere-se entre os pré-requisitos que sustentam ações eficazes de marketing. Além destes aspectos, observam-se vários outros benefícios proporcionados pela pesquisa de satisfação de consumidores, dentre eles: percepção mais positiva dos consumidores quanto à empresa; informações precisas e atualizadas quanto às necessidades dos consumidores; relações de lealdade com os consumidores, baseadas em ações corretivas; e confiança desenvolvida em função de uma maior aproximação com o consumidor (ROSSI e SLONGO, 1997).

Os consumidores frequentemente atribuem mais atenções ao desempenho de uma organização quando algo não vai bem. Conforme afirmam Berry e Parasuraman (1992), serviços com falhas produzem uma emoção mais intensa e, assim, uma avaliação mais negativa por parte do consumidor do que o serviço impecável. Ainda segundo Berry e Parasuraman (1992), os consumidores reagem com certa indiferença aos serviços realizados conforme o planejado e esta indiferença dá lugar a um exame atento da

maneira como a empresa de serviços trata do assunto.

O problema, como alertam Moller e Barlow (1996) é que os clientes insatisfeitos podem manifestar ou não sua insatisfação: na primeira situação, dizem algo; na segunda, vão embora, e os que vão embora estão tirando das empresas qualquer oportunidade de reparar a insatisfação. É justamente aí que reside relevância da contribuição de investigações baseadas em estudo de campo, na medida em que fornecem indicativos para a possibilidade de alteração de um quadro de insatisfação.

Estudos sobre o grau de satisfação de serviços de energia elétrica ainda são bastante escassos na literatura na medida em que o monopólio natural da distribuição de eletricidade não se caracteriza pela competição. O monopólio natural compreende situações onde os investimentos em determinado segmento de atividade são elevados e inviabilizam que mais de um grupo econômico explore a atividade em uma mesma região. Entretanto, os gastos das concessionárias com indenizações aos consumidores passaram a chamar a atenção nos últimos anos para a necessidade de investigações que visem o aperfeiçoamento deste atendimento e conseqüentemente do grau de satisfação destes consumidores.

Dentre a literatura que trata a satisfação de consumidores de serviços de energia elétrica destaca-se o estudo de Marchetti e Prado (2004), que apresentou um modelo de avaliação da satisfação do consumidor quanto ao setor elétrico brasileiro, baseado em modelo de equações estruturais. O modelo procurou criar condições para o acompanhamento de todas as concessionárias de energia brasileiras sob a forma de indicadores globais (satisfação

global) e específicos (itens de desconformidade).

APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

A apresentação de resultados deste estudo foi dividida em duas partes. A primeira mostra a Análise de Distribuição de Frequência a partir da opinião dos consumidores entrevistados. A segunda parte demonstra os resultados da análise de Cluster com a formação dos agrupamentos.

Análise de Distribuição de Frequência

A Análise de Distribuição de Frequência compreende um conjunto dos valores de uma variável estatística e das correspondentes frequências. Sua disposição

organizada de dados proporciona uma apresentação em forma analítica de modo a se obter informações úteis a respeito do comportamento do atributo estudado.

A seguir apresentam-se através da Tabela 1, as dimensões utilizadas neste estudo, os questionamentos aplicados, a frequência das respostas por meio da escala de insatisfação dos consumidores de serviços prestados por concessionárias de energia elétrica, e os índices calculados através da fórmula:

$$\text{Índice} = ((n1 \times 0,00) + (n2 \times 0,25) + (n3 \times 0,50) + (n4 \times 0,75) + (n5 \times 1,00)) / N$$

Onde N corresponde ao número de integrantes da amostra (282).

TABELA 1 - Dimensões e indicadores obtidos a partir da análise da insatisfação de consumidores de serviços prestados por concessionárias de energia elétrica.

DIMENSÕES	1	2	3	4	5	Índice	Desvio-padrão
Atendimento							
1. Os atendentes são gentis e cordiais?	75	110	63	12	22	0,31	0,40
2. Existe facilidade de contato telefônico com a companhia?	16	19	37	104	106	0,71	0,45
3. Existe facilidade de contato pessoalmente nas agências de atendimento?	25	129	85	28	15	0,38	0,49
4. Existe clareza nas informações prestadas?	51	110	88	15	18	0,35	0,42
Tempo							
5. O atendimento telefônico é rápido?	15	31	134	63	39	0,55	0,47
6. O atendimento de campo é imediato?	23	25	113	67	54	0,57	0,37
7. O tempo de espera pela realização do serviço é extenso?	16	34	101	59	72	0,60	0,33
8. O tempo de espera para o retorno de informações é extenso?	32	68	71	47	64	0,52	0,17
Fornecimento de energia elétrica							
9. A duração das interrupções de fornecimento de energia elétrica é longa?	22	15	55	81	109	0,69	0,40
10. As oscilações de energia elétrica em sua residência são frequentes?	16	74	77	66	49	0,53	0,25
11. As interrupções de fornecimento de energia elétrica são frequentes?	18	19	44	88	113	0,70	0,43
12. A energia elétrica está disponibilizada adequadamente em sua residência?	75	90	63	31	23	0,34	0,29

FONTE: Elaborado pelos autores

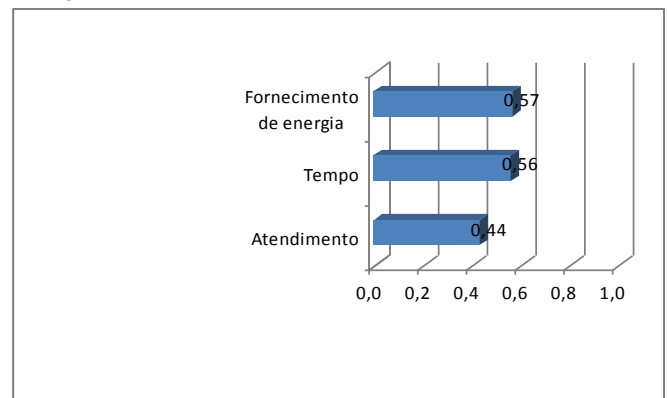
A análise dos índices baseou-se nas seguintes escalas de referência: de 0,00 a 0,39 - grau baixo, de 0,40 a 0,69 - grau médio, e de 0,70 a 1,00 - grau alto. Diante dos resultados da Análise de Distribuição de Frequência observaram-se índices de grau médio em cada uma das três dimensões utilizadas no estudo (Gráfico 1). Entretanto, quando se verificam os questionamentos que compõem cada dimensão, constata-se que o item que trata a respeito da “facilidade de contato telefônico com a concessionária” registra um grau alto de insatisfação (0,71), seguido do item “frequência nas interrupções de fornecimento de eletricidade” (0,70). As interrupções no fornecimento de eletricidade são frequentes, o que ocasiona um aumento substancial no número de ligações na intenção de solucionar o problema. Assim, a insatisfação cresce severamente durante períodos de interrupções.

No tocante a “facilidade de contato telefônico com a concessionária” que registra uma alta insatisfação por parte dos consumidores, identifica-se como um polo extremo de insatisfação junto à amostra analisada. Considerando, como observam Rossi e Slong (1997), que a satisfação é frequentemente definida como uma continuidade unidimensional opondo dois polos extremos: satisfeito ou insatisfeito, registra-se a dificuldade de contato telefônico com as concessionárias, como o elemento mais extremo de insatisfação.

O menor grau de insatisfação foi registrado no item “atendentes são gentis e cordiais” (0,31), o que revela um preparo por parte dos profissionais de atendimento, que independe das dificuldades enfrentadas pelas concessionárias em normalizar problemas referentes aos serviços prestados de energia elétrica.

No tocante aos resultados dos índices médios de insatisfação em cada uma das três dimensões analisadas, verificou-se que as dimensões “fornecimento de energia” (0,57) e “tempo” (0,56) são as dimensões com maior índice de insatisfação, o que indica a necessidade de revisão dos procedimentos operacionais por parte das concessionárias (Ver Gráfico 1).

GRÁFICO 1 - Índices médios de insatisfação dos consumidores nas dimensões de análise dos serviços prestados por concessionárias de energia elétrica.



FONTE: Elaborado pelos autores.

Diante destes indicadores de maior insatisfação, as concessionárias estudadas neste estudo dispõem de informações selecionadas para o processo de tomada de decisão. Com destacam Beber e Rossi (2006), esta tomada de decisão deve direcionar-se não apenas ao aumento da satisfação, mas também à redução da insatisfação dos consumidores; e esta insatisfação foi registrada, sobretudo, através das dimensões “fornecimento de energia” e “tempo”.

Quanto às escalas de referência, os índices médios de insatisfação dos consumidores classificaram-se como de grau médio. Particularmente no tocante a dimensão “atendimento”, as respostas de todos os questionamentos foram classificadas como de

grau baixo de insatisfação, todavia, a resposta referente a “facilidade de contato telefônico com a concessionária” (0,71) contribuiu substancialmente para classificar a dimensão atendimento como de grau médio.

É relevante destacar, que seria limitado concluir que a problemática poder ser debelada ao indicar para as concessionárias a necessidade de um pequeno investimento na tecnologia das centrais telefônicas e na contratação de pessoal. Na realidade, o problema reside na necessidade de aperfeiçoamento da infraestrutura e da dinâmica de procedimentos junto ao ambiente de fornecimento de energia elétrica, particularmente, em mecanismos capazes de reduzir significativamente a frequência de interrupções de fornecimento de eletricidade, assim como de reduzir a duração destas interrupções. Os prejuízos oriundos da energia elétrica não comercializada e aqueles decorrentes de multas impostas pelo PROCON decorrentes do não fornecimento de eletricidade dentro das bases contratuais, já representam razões extremamente relevantes para que as concessionárias possam melhor planejar o processo de prestação de seus serviços.

Outro ponto a ser destacado é a heterogeneidade dos comportamentos apresentados pelos indivíduos integrantes da amostra, uma vez que um significativo número de indicadores possui um desvio-padrão mais elevado, demonstrando que os consumidores se comportam de maneira significativamente distinta em relação às variáveis analisadas pelos indicadores. Esta característica sugere a existência de diversos padrões comportamentais em relação às variáveis utilizadas para a análise e avaliação da insatisfação dos consumidores. Portanto, identificar estes padrões apresentados pelos integrantes da amostra estudadas implica, em um primeiro momento, na redução das

dimensões de análise, para posteriormente identificar as aglomerações de consumidores com características comportamentais semelhantes.

Neste sentido, observa-se uma das características apontadas por Singh e Wilkes (1996), a inexistência de um padrão de comportamento absoluto, isto é, o consumidor insatisfeito pode agir de uma série de maneiras distintas diante de seu estado de insatisfação ou desapontamento.

Análise de Clusters

A Análise de Cluster é uma técnica de interdependência que possibilita agrupar os objetos ou indivíduos com a maior homogeneidade possível entre si e a maior diferença entre os grupos (FAVERO et al, 2009). Primeiro, os dados foram padronizados para evitar que valores discrepantes comprometessem os resultados. Posteriormente, empregou-se a técnica de agrupamentos que utiliza critérios hierárquicos para reunir os objetos.

A determinação do número de clusters foi definido pela chamada regra de parada, onde o número de agrupamentos observou as medidas de similaridades. Desta forma, no momento em que ocorre um aumento desproporcional nos coeficientes de proximidade, deve ser selecionada a solução imediatamente anterior para definir o número indicado de agrupamentos. Diante deste procedimento, foi selecionado o estágio com a maior similaridade dos grupos e com as maiores diferenças entre grupos (HAIR et al, 2005). Assim, chegou-se ao resultado de três clusters distintos (Ver Tabela 2).

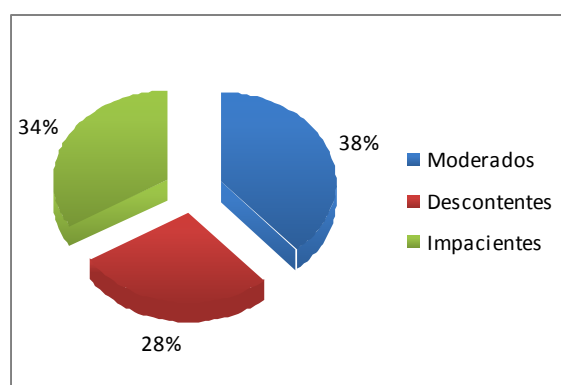
TABELA 2 - Análise do número de clusters

Etapa do processo	Nº de clusters encontrados	Coeficientes de proximidade	Variação dos coeficientes	
			Variação absoluta	Variação percentual
276	6	1,096	0,700	69,95
277	5	1,132	1,051	105,14
278	4	1,133	1,202	120,18
279	3	1,138	1,413	141,32
280	2	1,227	2,645	264,48
281	1	1,274	3,926	392,64

FONTE: Elaborado pelos autores.

O primeiro *Cluster* e maior de todos envolveu 109 consumidores (38%) que foram denominados neste estudo de “moderados”. O segundo foi formado por 95 consumidores (34%) e foram denominados “impacientes”. E o terceiro *Cluster*, constituído por 78 consumidores (28%) que se convencionou chamar aqui de “descontentes” (Ver Gráfico 2).

GRÁFICO 2 - Distribuição dos consumidores de serviços prestados por concessionárias de eletricidade nos Clusters



FONTE: Elaborado pelos autores.

Os indicadores de Insatisfação nos Clusters dos consumidores nos serviços prestados por concessionárias de energia elétrica envolvendo as três dimensões utilizadas neste estudo podem ser observados através do Gráfico 3. O maior grau de

insatisfação é registrado pelos “impacientes”, particularmente na dimensão “Tempo”. O agrupamento denominado “descontentes” registrou o segundo maior indicador médio de insatisfação, notadamente na dimensão “fornecimento de energia elétrica”. Na dimensão “fornecimento” aloca-se elementos pertinentes ao último estágio de prestação de serviços de energia elétrica e a duração das interrupções no fornecimento e a frequência destas interrupções foi, notadamente, responsável pelo alto grau de insatisfação deste Cluster.

Os resultados da análise de cluster evidenciam que os indivíduos podem ser classificados em três grupos com distintas características de comportamento. No primeiro agrupamento, denominado “moderados”, pode-se observar que as médias dos indicadores nas três dimensões da análise permaneceram com valores referentes ao grau médio de insatisfação, ou seja, neste agrupamento, que reúne a maior parcela de indivíduos, não existe um alto grau de insatisfação em nenhuma das dimensões avaliadas neste estudo.

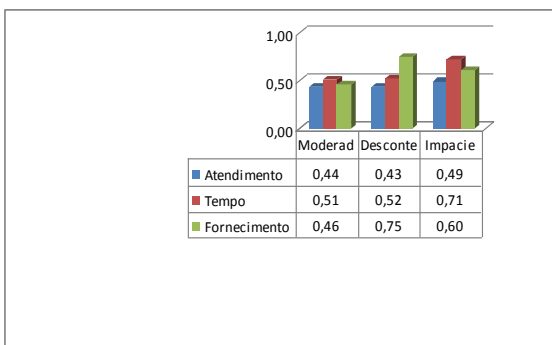
No segundo agrupamento, denominado “descontentes”, e que reúne o menor número de ocorrências, as médias dos indicadores demonstram a existência de um

grau médio de insatisfação nas dimensões “atendimento” e “tempo”, porém, registram um alto grau de insatisfação da dimensão “fornecimento”.

Quanto ao terceiro agrupamento, intitulado “impacientes”, que reúne o segundo maior número de indivíduos, as dimensões “atendimento” e “fornecimento” registram um grau de insatisfação considerado médio, em função das médias apresentadas pelos respectivos indicadores, porém foi evidenciado um alto grau de insatisfação na dimensão “tempo”.

A análise de Clusters envolvendo todas as dimensões observadas indicou uma média de insatisfação de 0,47 para os “moderados”, 0,56 para os “descontentes” e 0,60 para os “impacientes”.

GRÁFICO 3 - Indicadores de insatisfação nos Clusters dos consumidores nos serviços prestados por concessionárias de eletricidade.



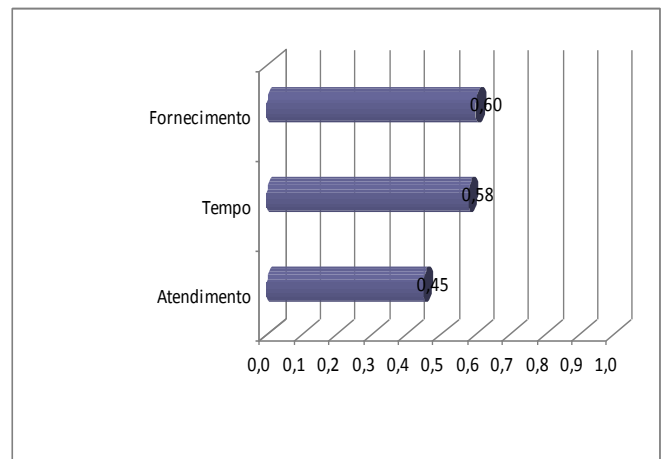
FONTE: Elaborado pelos autores.

Ao observar estes números verifica-se a complexidade do processo de formação da satisfação onde, como destaca Oliver (1993), as respostas afetivas interferem nos efeitos dos atributos da satisfação, ou seja, impressões emocionais negativas, muitas vezes oriundas de um histórico negativo de insatisfação, interferem no estado de satisfação.

Quanto aos indicadores médios de insatisfação verificados junto aos consumidores de energia elétrica em cada dimensão estudada, a análise constatou que a

dimensão “fornecimento” ficou com o maior indicador médio de insatisfação, 0,60, a dimensão “tempo” registrou indicador médio de 0,58, e o “atendimento” foi a dimensão que ficou com o menor indicador médio de insatisfação, 0,45 (Ver Gráfico 4).

GRÁFICO 4 - Indicadores médios de insatisfação dos consumidores nos serviços prestados por concessionárias de eletricidade por dimensão



FONTE: Elaborado pelos autores.

A dimensão “fornecimento”, além de deter o maior indicador médio de insatisfação envolvendo os três Clusters, é alvo de altas multas e inúmeras compensações financeiras para com os consumidores. Isto ocorre na medida em que esta dimensão engloba aspectos fins da atividade desenvolvida pelas concessionárias. Neste sentido, há a necessidade de serem revistos procedimentos operacionais e de gestão estratégica na intenção de reduzir perdas financeiras e recuperar a credibilidade junto ao seu público alvo.

Diante desta constatação, é importante que as organizações possam fomentar mecanismos para que os indicativos desta insatisfação na dimensão “fornecimento” possam chegar ao local onde são tomadas as decisões corretivas, como destacam oportunamente Fornell e Westbrook (1984).

Observa-se ainda, que, embora algumas das variáveis, isoladamente, tenham apresentado indicadores considerados de alto grau de insatisfação, todas as dimensões nas quais as variáveis foram agrupadas apresentaram grau de insatisfação considerado médio. Isto indica que algumas ações utilizadas pelas concessionárias junto ao processo de atendimento e disponibilização de energia elétrica ao consumidor possuem aspectos satisfatórios, no entanto, a necessidade de eficiência completa do processo, onde os consumidores dispõem de atenção, transparência, agilidade, disponibilização de eletricidade, continua falando mais alto nas preferências destes consumidores.

Em cômputo geral, observa-se que as concessionárias estão investindo na qualidade das informações comerciais e estratégias mercado em suas respectivas áreas de abrangência. A modernização do processo de leitura, o aperfeiçoamento da qualidade no atendimento, inadimplência e perdas comerciais caracterizam alguns destes esforços. O ambiente gerencial também é objeto de aprimoramento na medida em que inseri novas ferramentas em seus modelos de gerenciamento.

Estudos de Costa e Zotes (2005) demonstraram que o nível de qualidade dos serviços prestados por algumas concessionárias não foram impactados pelo processo de privatização, e os investimentos realizados por estas concessionárias representaram uma evolução significativa dos indicadores DEC (Duração das interrupções no fornecimento de eletricidade) e FEC (Frequência das interrupções no fornecimento de eletricidade).

Entretanto, quando os autores analisaram mais detalhadamente a Light S.A., objeto de seu estudo, constataram uma insatisfação crescente por parte dos

consumidores nos seguintes itens pesquisados: atendimento, fatura, imagem e satisfação geral. A decorrência da análise de Costa e Zotes (2005) mostrou graves problemas com a imagem da concessionária junto aos seus consumidores, onde para cada 100 exposições na mídia, somente 49% foram consideradas pela própria Light como positivas, 40% negativas e 11% neutras.

Diferentemente dos estudos de Costa e Zotes (2005), que atribuem parte da insatisfação dos consumidores da Light aos problemas com a imagem da concessionária na mídia, destaca-se aqui que esta imagem da concessionária, assim como da Eletropaulo S.A. e da Coelba S.A. é reflexo do tratamento estratégico deficiente, notadamente nos meandros de atendimento telefônico e de fornecimento de energia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A insatisfação dos consumidores com os serviços prestados pelas concessionárias de eletricidade analisadas neste estudo foi além das inúmeras reclamações por telefone. Os processos judiciais e as multas impostas pelo judiciário vêm, cada vez mais, retratando a realidade desta relação entre consumidores de eletricidade e concessionárias. A justificativa está pautada em dois aspectos básicos. O primeiro refere-se à natureza do insumo utilizado, que é essencial a conquista e manutenção da qualidade de vida destes consumidores. Não é difícil entender que a ausência de energia elétrica pode ocasionar diversos problemas na rotina das pessoas. O segundo é pertinente à má prestação de serviços de eletricidade por parte das concessionárias deste insumo energético, desde o atendimento até o fornecimento deste serviço.

Diante deste contexto, este estudo apresentou como questão central a mensuração do grau de satisfação/insatisfação de consumidores de serviços prestados pelas concessionárias de energia elétrica nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador e partiu da hipótese de que o desconhecimento detalhado de características vinculadas às causas, especialmente, da insatisfação por parte dos consumidores de energia elétrica compromete a eficácia das ações planejadas no enfrentamento desta insatisfação.

Na intenção de contribuir para a construção de ferramentas capazes de atender as expectativas dos consumidores, o que reduziria as perdas financeiras por parte destas concessionárias em processos judiciais, esta investigação teve o objetivo de analisar o grau de satisfação/insatisfação de consumidores de serviços de eletricidade, de modo a identificar e descrever as causas da insatisfação com os serviços prestados por três concessionárias de eletricidade: Eletropaulo S.A., Light S.A. e Coelba S.A., utilizando-se de técnicas de estatística multivariada: Análise de Distribuição de Frequência e Análise de Clusters.

A análise de distribuição de frequência, que utilizou as dimensões “atendimento”, “tempo” e “fornecimento” de energia elétrica, apontou esta última como àquela que detém o maior indicador médio de insatisfação (0,60). A dimensão “fornecimento”, além de deter o maior indicador médio de insatisfação dentre os consumidores analisados, é alvo de multas e compensações financeiras para com os consumidores. Isto ocorre na medida em que esta dimensão engloba aspectos fins da atividade desenvolvida pelas concessionárias. Neste sentido, há a necessidade de serem revistos procedimentos operacionais e de gestão estratégica na intenção de reduzir perdas financeiras e recuperar a credibilidade junto a estes consumidores.

A Análise de Cluster indicou a presença de três agrupamentos. O primeiro Clusters e maior de todos envolveu 109 consumidores (38%) que foram denominados neste estudo de “moderados”. O segundo foi formado por 95 consumidores (34%) e foram denominados “Impacientes”. E o terceiro Clusters, constituído por 78 consumidores (28%) que se convencionou chamar aqui de “Descontentes”. Observando as dimensões “atendimento”, “tempo” e “fornecimento de energia elétrica” a análise de Clusters indicou uma média de insatisfação de 0,47 para os “moderados”, 0,56 para os “descontentes” e 0,60 para os “impacientes”.

Em suma, os meandros das causas da insatisfação verificada junto aos consumidores de serviços prestados pelas concessionárias Eletropaulo S.A., Light S.S. e Coelba S.A. revelam uma combinação de percepções de insatisfação promovidas por pelo reflexo do tratamento estratégico deficiente, por parte destas concessionárias, notadamente nos ambientes de atendimento telefônico (dificuldade de contato com a concessionária), e de fornecimento de energia (alta quantidade de interrupções e da duração destas interrupções).

Assim, o grau de satisfação/insatisfação de consumidores de serviços de eletricidade em São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador, que é a questão central desta investigação, revelou que as dificuldades de contato com a concessionária e a elevada quantidade de interrupções e da duração destas interrupções compreendem as principais causas da insatisfação destes consumidores. É neste sentido, que estas causas devem ser foco de revisão de procedimentos por parte das concessionárias. Cabe às organizações, conforme Fornell e Westbrook (1984), permitir que o perfil desta insatisfação chegue ao ponto de decisão sem a chance de serem interrompidas ou

modificadas em virtude de dificuldades de comunicação organizacional interna.

Quanto às limitações deste estudo, evidencia-se que: foi realizado junto a apenas três concessionárias de prestação de serviços de energia elétrica, totalizando apenas 282 questionários válidos; não se utilizou de um questionário mais completo quanto ao perfil dos consumidores; foi direcionado apenas aos consumidores do setor residencial, deixando de fora os consumidores do setor agropecuário, industrial, comercial e público.

Ainda dentre as limitações desta investigação, cogitou-se inicialmente uma necessidade de verificação mais criteriosa quanto aos fatores conjunturais referentes ao período de coleta dos dados, pautada na possibilidade de influência destes fatores junto à situação econômica dos consumidores residenciais pesquisados e por consequência

interferência no grau de insatisfação. Entretanto, conforme estudos de Falco (2010), os fatores conjunturais interferem na situação econômica e no conforto das famílias brasileiras, mas não no potencial de consumo de energia elétrica das mesmas.

Quanto aos novos estudos, recomenda-se: a ampliação da amostra de consumidores respondentes; aumento do número de concessionárias de prestação de serviços de energia elétrica, assim como optando por pelo menos uma concessionária por região brasileira; e a inclusão de aspectos pertinentes ao perfil dos entrevistados como sexo, idade, renda e área geográfica na intenção fornecer uma base de dados mais diversificada. Estudos similares também podem ser aplicados em outros segmentos estratégicos ao desenvolvimento do país como os serviços prestados por empresas de telecomunicações.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE ENERGIA ELÉTRICA - ANEEL. Índice Aneel de Satisfação do Consumidor. Disponível em: <http://www.aneel.gov.br/> Acessado em: 20 de fevereiro de 2011.

_____. Institucional. Disponível em: <http://www.aneel.gov.br/area.cfm>. Acessado em: 15 de junho de 2012.

BEBER, S. J. N. e ROSSI, C. A. V. Estudo da Insatisfação do Consumidor nos Serviços Prestados por Assistências Técnicas Autorizadas de Automóveis. Revista de Administração Contemporânea - RAC, v. 10, n. 2, Abr./Jun. 2006.

BERRY, L. e PARASURAMAN, A. Serviços de marketing: competindo através da qualidade. São Paulo: Maltese-Norma, 1992.

CHURCHILL, Jr., e GILBERT A. Marketing Research: Methodological Foundations. Orlando/FL: The Dryden Press, 1995.

COELBA. Coelba hoje. Disponível em: <http://www.coelba.com.br>. Acessado em: 21 de junho de 2012.

COSTA, A. F. de S. e ZOTES, L. P. Os impactos da privatização sobre a qualidade dos serviços: o caso de uma distribuidora de energia elétrica. II Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. São Paulo: SEGET, 2005.

ELETROPAULO. Perfil. Disponível em:

<http://www.aeseletropaulo.com.br/empresa/Paginas/Perfil.aspx>. Acessado em 15 de junho de 2012.

FAVERO, L.P.; BELFIORE, P.; SILVA, F.L.; CHAM, B.L. Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisão. São Paulo: Campus, 2009.

FALCO, G. de P. O perfil econômico do consumidor residencial de energia elétrica. Revista das Faculdades Integradas Vianna Junior. V.1 N.1 Juiz de Fora: FIVJ, 2010

FORNELL, C., & WESTBROOK, R. The vicious circle of consumer complaints, Journal of Marketing. July/September, 1984.

HAIR, J.F, Jr; ANDRESON, R.E.; TATHAM, R.L.; BLACK, W.C. Análise multivariada de dados. São Paulo: Bookman, 2005.

KESSLER, M. R. A regulação econômica no setor elétrico brasileiro: teoria e evidências. Porto Alegre: PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA/UFRGS, 2006 (Dissertação de Mestrado).

KINNEAR, T. C., e Taylor, J. R. Marketing Research. New York: McGraw-Hill Book Company, 1987.

KOTLER, P. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1998.

LIGHT. O grupo Light. Disponível em: <http://www.light.com.br>. Acessado em: 16 de junho de 2012.

MARCHETTI, R. e PRADO, P. H. M. Avaliação da satisfação do consumidor Utilizando o método de equações estruturais: um Modelo Aplicado ao Setor Elétrico Brasileiro. Revista de Administração Contemporânea - RAC, v. 8, n. 4, Out./Dez. 2004.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. Técnicas de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2006.

MEIRELLES, Hely Lopes. *Direito Administrativo Brasileiro*. São Paulo: Malheiros, 2005.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA. Consumidor. Disponível em:
<http://www.mp.ba.gov.br/atuacao/ceacon>. Acessado em: 20 de novembro de 2011.

MOLLER, C. e BARLOW, J. *Reclamação de cliente? Não tem melhor presente: usando feedback do cliente como uma ferramenta estratégica*. São Paulo: Futura, 1996.

OLIVER, R. L. Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of Consumer Research*. Vol. 20, p. 418-430, dec. 1993.

_____. *Satisfaction: a behavioral approach*. Nova York: McGraw-Hill, 1997.

PETERSON, R. A., WILSON, W. R. Measuring customer satisfaction: fact and artifact. *Journal of the Academy of Marketing Science*. V. 20, n. 1, p. 61-71, 1992.

PROCON. Procon-SP multa Eletropaulo. Disponível em:
<http://www.procon.sp.gov.br/categoria.asp?id=57>. Acessado em: 25 de junho de 2011.

_____. Light é a segunda na lista do Procon. Disponível em:
<http://www.procon.sp.gov.br/categoria.asp>. Acessado em: 25 de junho de 2011.

ROSSI, Carlos. Alberto. V. e SLONGO, Luiz. Antônio. *Pesquisa de satisfação de clientes: estado-da-arte e proposição de um método brasileiro*. Anais do XXI ENANPAD . Rio de Janeiro: RJ, 1997.

SINGH, J., e WILKES, R. E. When consumers complain: a path analysis of the key antecedents of consumer complaint response estimates. *Journal of the Academy of Marketing Science*. October/December, 1996.

SOUZA, A. da S. *A pesquisa de satisfação de clientes como forma de análise da qualidade dos serviços de manutenção de veículos: um estudo comparativo*. Disponível em:
<http://pt.scribd.com/doc/19738982>. Acessado em: 4 de março de 2010.

VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 2007.

NOTAS

⁽¹⁾ Pós-Doutor em Gestão de Tecnologia IPEN/USP

Doutor em Desenvolvimento socioambiental / UFPA

Área de estudo: Gestão Energética

Professor Permanente do Programa de Mestrado em Administração

UNAMA - Universidade da Amazônia

Av. Alcindo Cacela, 287 - 4º Andar BI E - CEP 66060-000 - PA / Brasil

E-mail: doctorborges@bol.com.br

⁽²⁾ Doutor em Desenvolvimento socioambiental / UFPA

Área de Estudo: Marketing e competitividade

Professor Colaborador do Programa de Mestrado em Administração

UNAMA - Universidade da Amazônia

Av. Alcindo Cacela, 287 - 4º Andar BI E - CEP 66060-000 - PA / Brasil

E-mail: adm.marcoantonio@bol.com.br

Enviado: 06/07/2011

Aceito: 04/07/2012

Publicado: 31/07/2013