



Setor financeiro

NPS como métrica para incumbentes e disruptores



Eduardo Rosman
BTG Pactual

Renata Faber
BTG Pactual

Rafaella Dortas
BTG Pactual

Ricardo Buchpiguel
BTG Pactual

Thiago Paura
BTG Pactual

Vitor de Melo
BTG Pactual

Agenda

- 1. Por que o NPS
- 2. O que é o NPS
- 3. Estabelecendo a mesma base de comparação
- 4. NPS mais alto reflete maior qualidade e eficiência
- 5. Conclusão

1. Por que o NPS (Net Promoter Score)

NPS é reconhecido como a melhor ferramenta para medir a qualidade do serviço, e satisfação do cliente



NPS pode ser usado como ferramenta para construção de uma estratégia ESG:



Definir a materialidade é um ponto de partida fundamental para avaliar quais questões impactarão o negócio e seus stakeholders. O NPS pode ser usado como uma ferramenta para as empresas criarem uma estratégia e metas ESG de longo prazo. Os investidores podem consultar diferentes stakeholders, realizar estudos de benchmark e/ou utilizar o Mapa de Materialidade do Sustainability Accounting Standard Board (“SASB”).



O NPS é reconhecido como a ferramenta mais eficaz para medir a qualidade do serviço e a satisfação do cliente. Para o setor financeiro, um tema central é como os bancos tratam os clientes.



Com o advento da economia digital, a rapidez com que os clientes podem contratar ou cancelar produtos/serviços, os clientes têm um poder enorme. Nesta nova economia, sua voz pode ser usada para desenvolver novos produtos/procedimentos internos de empresas (ou seja, transparência de dados).



ESG e NPS estão fortemente correlacionados, já que o “S” está relacionado à forma como uma empresa trata os clientes.

2. O quê é o NPS

Em uma escala de 0-10, quão provável que você recomende determinada empresa a um amigo ou colega?

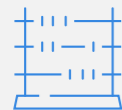
Métrica usada em programa de experiência do usuário:



Ele mede a lealdade, a satisfação e o entusiasmo dos clientes de uma empresa perguntando-lhes: em uma escala de 0 a 10, qual a probabilidade de você recomendar essa empresa a um amigo ou colega? Os entrevistados dão uma classificação entre 0 (improvável) e 10 (muito provável). Com base em sua resposta, os clientes se enquadram em 1 das 3 categorias para estabelecer um NPS



Promotores respondem com notas entre 9-10, e tendem a ser clientes leais e entusiasmados.



Passivos respondem com notas entre 7-8. Eles estão satisfeitos com o serviço, mas não estão felizes o suficientes para promoverem a marca.



Detratores respondem com notas entre 0-6. São clientes insatisfeitos e com pouca probabilidade de recorrência na compra, e até desencorajam outros a comprar.



Existem dois tipos de NPS: (i) **Bottom-up:** pesquisas realizadas com clientes que tiveram experiências anteriores com a empresa/marca analisada, e (ii) **Percepção NPS:** o respondente é identificado, mas não há provas de que ele teve uma experiência real de marca. Assim, a opinião do entrevistado pode ser resultado de uma experiência recente, antiga ou até mesmo nunca vista, mas ele tem uma percepção da marca com base em relatos de outras pessoas, publicidade, aparições positivas ou negativas na mídia e redes sociais.

Recomendação:



É fácil calcular o NPS. Basta subtrair a % de Detratores da % de Promotores. Se 10% são Detratores, 20% são Passivos e 70% são Promotores, o cálculo a ser feito é: $70 - 10 = 60$. Um NPS mais alto é desejável.

$$NPS = \% \text{ Promotores} - \% \text{ Detratores}$$



O NPS é frequentemente considerado a métrica de experiência do cliente padrão-ouro e é usado por milhões de empresas para medir e rastrear como são percebidos pelos clientes.



Quase tudo pode ser medido usando um NPS. Ele pode ser usado com benchmarks de NPS do setor para ver como as empresas estão se saindo em comparação com seus concorrentes. O objetivo crítico é aumentar sua pontuação capturando clientes mais entusiasmados que se tornarão divulgadores da marca em vez de “apenas” consumidores.

3. Estabelecendo a mesma base de comparação

Avaliação terceirizada para estabelecer uma base comum sobre a percepção dos clientes

SoluCX possui números superlativos:



Embora alguns bancos já relatem seu NPS, preferimos usar uma avaliação de terceiros para estabelecer uma percepção comum dos clientes em relação aos bancos.



A SoluCX é uma empresa de tecnologia que realiza pesquisas de satisfação transacional para identificar necessidades de melhoria no atendimento ao cliente. A consultoria possui dois produtos: pesquisa de satisfação e NPS Benchmark - ferramenta de pesquisa e percepção de mercado. O NPS Benchmark permite que a empresa monitore, em tempo real, a satisfação do consumidor em diferentes segmentos de mercado e compare as pontuações do NPS por marca, extraindo insights sobre as dores do segmento e customizando as regiões de coleta de opinião. Números SoluCX:

- +18m de pesquisas emitidas
- +20m de respondentes anuais
- +120 marcas.

A SoluCX divulgou os resultados de uma pesquisa de percepção realizada em São Paulo entre 15 de abril de 2020 e 23 de junho de 2021, onde entrevistou +8 mil pessoas sobre sua opinião sobre as instituições financeiras locais (ver figura 1).

Pesquisa realizada:

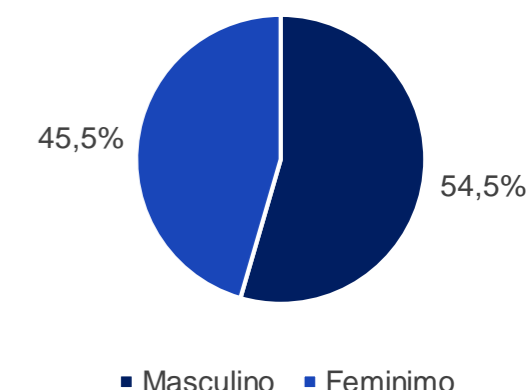
Tabela1: Instituições envolvidas na pesquisa



8.207 pessoas foram questionadas na pesquisa realizada pela SoluCX:

1. Você já teve alguma experiência com a marca?
2. Em uma escala de 0 (improvável) a 10 (muito provável), quanto você recomendaria o banco a um amigo/parente? **O NPS é calculado com base nos números obtidos nesta pergunta.**
3. Você gosta ou não gosta desses tópicos? (i) facilidade/disponibilidade de saques; (ii) apps/web; (iii) qualidade do serviço; (iv) eficiência do serviço; (v) limite de crédito; e (vi) tarifas/taxas.

Gráfico1: Gênero pesquisado



Para garantir a representatividade dos números, a empresa diversificou seus respondentes (54,5% mulheres; 45,5% homens). Faixa etária: a maioria das respostas veio dos 24-34 anos (32%), seguidos dos 18-24 (20,2%). A pesquisa pode ser acessada via Android, Windows ou Apple, sendo o Android o mais popular (67,8% das respostas).



Para garantir que os dados sejam confiáveis, a pesquisa SoluCX tem um erro de amostragem de 5% (em ambas as direções) e um nível de confiança adequado. Normalmente, as pontuações do NPS não são auditadas - um processo que geralmente acontece quando a pesquisa é pública (por exemplo, pesquisa eleitoral).

4. NPS mais alto reflete maior qualidade e eficiência

Nubank e Inter apresentaram o NPS mais alto entre os bancos pesquisados

1- A pergunta #1 mede “*share of mind*”, indicando quais marcas são mais populares entre os entrevistados. Como mostra o gráfico 2, as marcas mais conhecidas são Itaú, Bradesco e Santander, os três grandes bancos incumbentes (privados) no Brasil.

2- De acordo com os dados abaixo, os bancos com maior NPS foram o Nubank e o Banco Inter, com 69,4 e 52,6 pontos.

3 e 4 - Para compreender melhor as pontuações de cada instituição, observamos que as percepções dos respondentes sobre a qualidade e eficiência do serviço refletem, de forma muito proporcional, as pontuações do NPS (tabelas 3-4). Bancos e instituições financeiras conhecidos pela eficiência e qualidade do serviço geralmente apresentam pontuações de NPS mais altas.

Gráfico2: Share of Mind

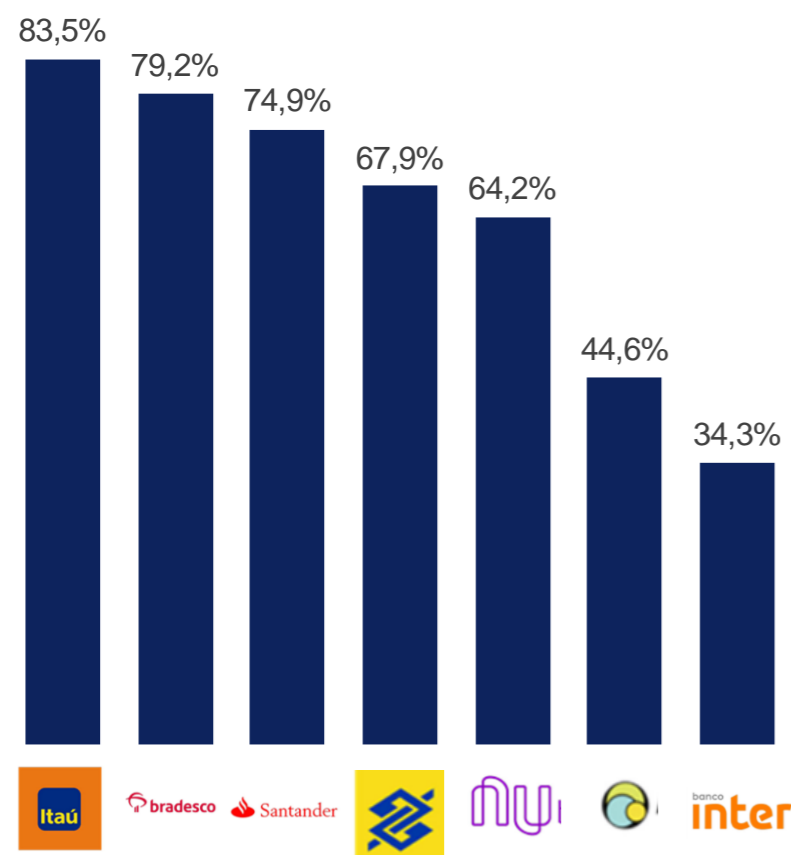


Gráfico3: NPS

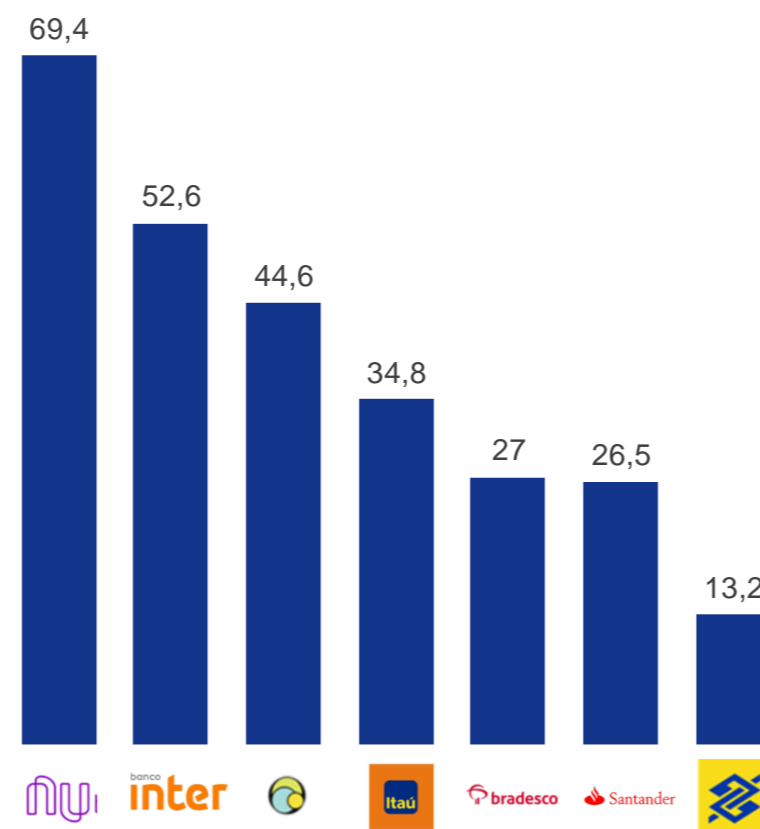


Gráfico4: Ranking de eficiência do serviço

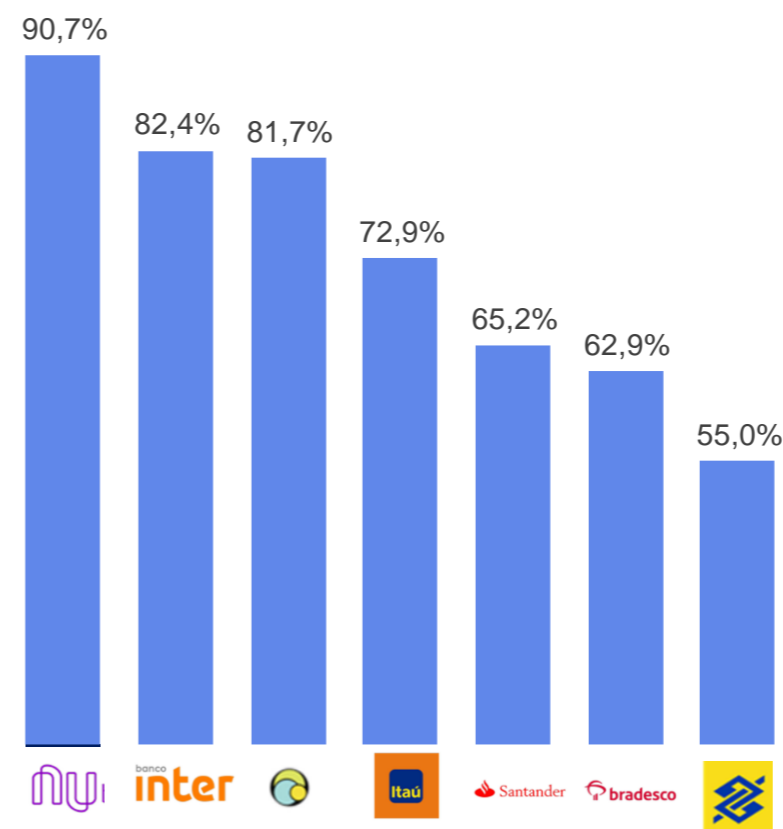
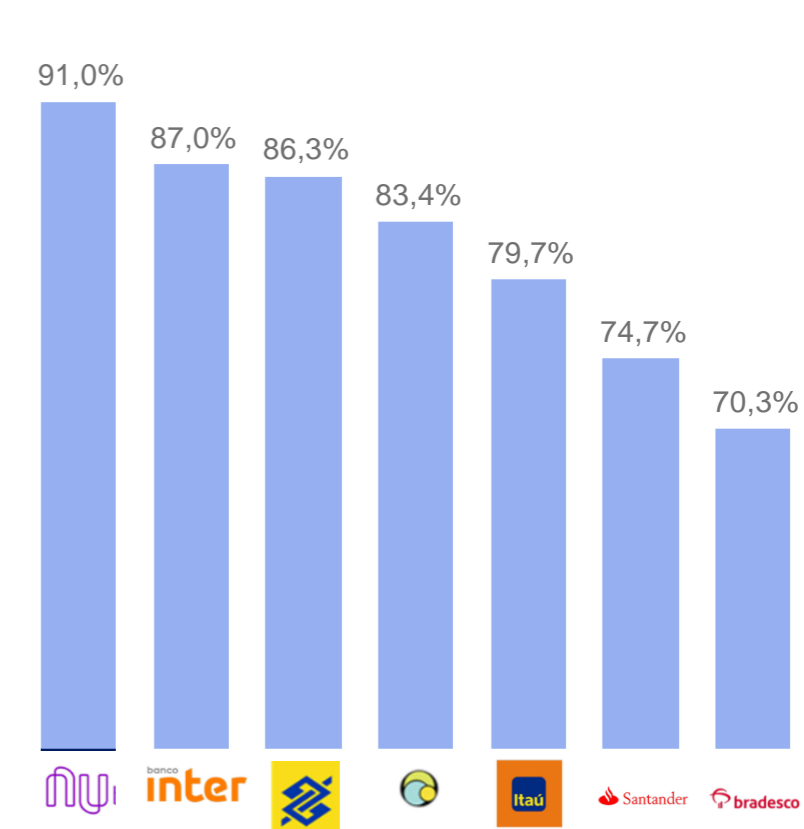


Gráfico5: Ranking de qualidade do serviço



5. Conclusão

Os mercados estão sempre buscando métricas simples que contam uma história

NPS tem um papel central como métrica estratégica:



O valor é a chave para a marca de uma empresa e deve ser medido de forma consistente para ajudar as empresas a traçar estratégias operacionais/de marketing eficazes.



As necessidades do cliente estão mudando o tempo todo, o que significa que a percepção de valor está sujeita a uma série de fatores, como pessoas, qualidade, comunicações, concorrentes e tempo, para citar alguns.



O NPS deve, portanto, ser monitorado regularmente para rastrear as mudanças nas percepções de valor e para buscar altos níveis de valor percebido ao longo do tempo. Nesse sentido, concluímos esta pesquisa com três razões importantes que ilustram que o NPS é genuinamente uma métrica chave.



O NPS pode ser usado como um indicador de crescimento do negócio. Quando o NPS de uma empresa é alto (ou, pelo menos, maior do que a média do setor), pode-se inferir que ela tem um relacionamento saudável com os clientes que provavelmente agirão como evangelistas da marca, fomentarão o boca a boca e gerarão um ciclo de crescimento.

Um objetivo chave de toda empresa deve ser aumentar seu valor:



Para uma empresa grande e listada, isso é facilmente medido pelo preço de suas ações. Para outros, o NPS parece ser uma excelente alternativa métrica que permite aos participantes do mercado comparar facilmente uma empresa com outra em um campo semelhante. Uma pequena empresa pode medir seu valor em relação aos concorrentes sem exigir um IPO.



O NPS não mede valor, mas é um bom preditor das chances de uma empresa ganhar ou perder participação no mercado. Um NPS alto não significa, por si só, que uma empresa ganhará participação se todas as outras empresas com as quais ela compete obtiverem pontuação tão alta/mais alta. Mas uma empresa com um NPS significativamente maior do que outras com as quais compete será aquela que registrará ganhos de participação de mercado.



A pontuação do NPS é simples e também se infere que uma pontuação alta se correlaciona fortemente com as perspectivas de crescimento. No entanto, além da coisa óbvia de tentar aumentar o número de promotores e diminuir o número de detratores, o NPS não fornece orientação sobre como as empresas podem alcançar o crescimento.



Outras métricas exclusivas que ajudam a avaliar o sucesso de uma organização em relação a seus concorrentes também podem existir e desempenhar suas funções, mas está claro para nós que toda empresa deve se preocupar em alcançar altas pontuações de NPS, a fim de expandir seus negócios. Clientes satisfeitos ou "promotores" falam sobre a empresa com entusiasmo, permitindo que o boca a boca atraia mais clientes. Nesse sentido, é importante obter pontuações altas em uma pesquisa NPS.



Disclaimer

Informações Importantes

Para informações complementares e detalhadas entre em contato com o seu assessor ou com a Equipe de Renda Variável do Banco BTG Pactual Digital.

Preços das ações refletem preços de fechamento no mercado à vista.

Rentabilidades passadas não oferecem garantias de resultados futuros.

Os retornos indicados como performance são baseados em valorização do capital incluindo dividendos e excluindo custos de transação da B3, da Corretora, comissionamentos, juros cobrados sobre limites de crédito, margens etc. Ajustar o desempenho da carteira aos custos resultará em redução dos retornos totais demonstrados.

Disclaimer Global

O conteúdo dos relatórios não pode ser reproduzido, publicado, copiado, divulgado, distribuído, resumido, extraído ou de outra forma referenciado, no todo ou em parte, sem o consentimento prévio e expresso do BTG Pactual digital. Nossas análises são baseadas em informações obtidas junto a fontes públicas que consideramos confiáveis na data de publicação, dentre outras fontes. Na medida em que as opiniões nascem de julgamentos e estimativas, estão naturalmente sujeitas a mudanças. O conteúdo dos relatórios é gerado consoante as condições econômicas, de mercado, entre outras, disponíveis na data de sua publicação, de modo que as conclusões apresentadas estão sujeitas a variações em virtude de uma gama de fatores sobre os quais o BTG Pactual digital não tem qualquer controle. Cada relatório somente é válido na sua respectiva data, sendo que eventos futuros podem prejudicar suas conclusões. Rentabilidade obtida no passado não representa garantia de rentabilidade futura. O BTG Pactual digital não assume nenhuma responsabilidade em atualizar, revisar, retificar ou anular tais relatórios em virtude de qualquer acontecimento futuro.

Nossos relatórios possuem caráter informativo e não representam oferta de negociação de valores mobiliários ou outros instrumentos financeiros em qualquer jurisdição. As análises, informações e estratégias de investimento têm como único propósito fomentar o debate entre os analistas do BTG Pactual digital e os seus clientes. O BTG Pactual digital ressalta que os relatórios não incluem aconselhamentos de qualquer natureza, como legal ou contábil. O conteúdo dos relatórios não é e nem deve ser considerado como promessa ou garantia com relação ao passado ou ao futuro, nem como recomendação para qualquer fim. Cada cliente deve, portanto, desenvolver suas próprias análises e estratégias.

As informações disponibilizadas no conteúdo dos relatórios não possuem relação com objetivos específicos de investimentos, situação financeira ou necessidade particular de qualquer destinatário específico, não devendo servir como única fonte de informações no processo decisório do investidor que, antes de decidir, deverá realizar, preferencialmente com a ajuda de um profissional devidamente qualificado, uma avaliação minuciosa do produto e respectivos riscos face a seus objetivos pessoais e à sua tolerância a risco. Portanto, nada nos relatórios constitui indicação de que a estratégia de investimento ou potenciais recomendações citadas são adequadas ao perfil do destinatário ou apropriadas às circunstâncias individuais do destinatário e tampouco constituem uma recomendação pessoal.

Os produtos e serviços mencionados nos relatórios podem não estar disponíveis em todas as jurisdições ou para determinadas categorias de investidores. Adicionalmente, a legislação e regulamentação de proteção a investidores de determinadas jurisdições podem não se aplicar a produtos e serviços registrados em outras jurisdições, sujeitos à legislação e regulamentação aplicável, além de previsões contratuais específicas.

O recebimento do conteúdo dos relatórios não faz com que você esteja automaticamente enquadrado em determinadas categorias de investimento necessárias para a aplicação em alguns produtos e serviços. A verificação do perfil de investimento de cada investidor deverá, portanto, sempre prevalecer na checagem dos produtos e serviços aptos a integrarem sua carteira de investimentos, sendo certo que nos reservamos ao direito de eventualmente recusarmos determinadas operações que não sejam compatíveis com o seu perfil de investimento.

O Banco BTG Pactual S.A. mantém, ou tem a intenção de manter, relações comerciais com determinadas companhias cobertas nos relatórios. Por esta razão, os clientes devem estar cientes de eventuais conflitos de interesses que potencialmente possam afetar os objetivos dos relatórios. Os clientes devem considerar os relatórios apenas como mais um fator no eventual processo de tomada de decisão de seus investimentos.

O Banco BTG Pactual S.A. confia no uso de barreira de informação para controlar o fluxo de informação contida em uma ou mais áreas dentro do Banco BTG Pactual S.A., em outras áreas, unidades, grupos e filiais do Banco BTG Pactual S.A.. A remuneração do analista responsável pelo relatório é determinada pela direção do departamento de pesquisa e pelos diretores seniores do BTG Pactual S.A. (excluindo os diretores do banco de investimento). A remuneração do analista não é baseada nas receitas do banco de investimento, entretanto a remuneração pode ser relacionada às receitas do Banco BTG Pactual S.A. como um todo, no qual o banco de investimento, vendas e trading (operações) fazem parte.

O BTG Pactual digital não se responsabiliza assim como não garante que os investidores irão obter lucros. O BTG Pactual digital tampouco irá dividir qualquer ganho de investimentos com os investidores assim como não irá aceitar qualquer passivo causado por perdas. Investimentos envolvem riscos e os investidores devem ter prudência ao tomar suas decisões de investimento. O BTG Pactual digital não tem obrigações fiduciárias com os destinatários dos relatórios e, ao divulgá-los, não apresenta capacidade fiduciária.

O BTG Pactual digital, suas empresas afiliadas, subsidiárias, seus funcionários, diretores e agentes não se responsabilizam e não aceitam nenhum passivo oriundo de perda ou prejuízo eventualmente provocado pelo uso de parte ou da integralidade do conteúdo dos relatórios.

Certificação dos analistas: Cada analista da área de Análise & Research primariamente responsável pelo conteúdo desse relatório de investimentos, total ou em parte, certifica que: i) Todos os pontos de vista expressos refletem suas opiniões e pontos de vista pessoais sobre as ações e seus emissores e tais recomendações foram elaboradas de maneira independente, inclusive em relação ao BTG Pactual S.A. e / ou suas afiliadas, conforme o caso. ii) nenhuma parte de sua remuneração foi, é ou será, direta ou indiretamente, relacionada a quaisquer recomendações ou opiniões específicas aqui contidas ou relacionadas ao preço de qualquer valor mobiliário discutido neste relatório.

Parte da remuneração do analista é proveniente dos lucros do Banco BTG Pactual S.A. como um todo e/ou de suas afiliadas e, conseqüentemente, das receitas oriundas de transações realizadas pelo Banco BTG Pactual S.A. e / ou suas afiliadas.

Quando aplicável, o analista responsável por este relatório e certificado de acordo com as normas brasileiras será identificado em negrito na primeira página deste relatório e será o primeiro nome na lista de assinaturas.

O Banco BTG Pactual S.A., atuou como coordenador-líder ou coordenador de uma oferta pública dos ativos de emissão de uma ou mais companhias citadas neste relatório nos últimos 12 meses. Também atua como formador de Mercado de ativo de emissão de uma ou mais companhias citadas neste relatório.

Para obter um conjunto completo de disclosures associadas às empresas discutidas neste relatório, incluindo informações sobre valuation e riscos, acesse www.btgpactual.com/research/Disclaimers/Overview.aspx