

Na primeira pessoa...

MIGUEL PEREA
DIRETOR DE CLIENTES

#Digitalização #ApoioOmnicanal #AliançasPúblicoPrivadas #Consciencialização



“No apoio ao cliente, a transparência é essencial”

Aqualia trabalha, diariamente, para cuidar e satisfazer as necessidades dos seus clientes, contribuindo para o seu bem-estar, preservando o valor dos recursos hídricos, respeitando a natureza e minimizando o impacto ambiental da sua atividade.

Miguel Perea dirige a área dedicada ao apoio e assistência aos clientes da empresa. Dada a sua atividade, o termo *clientes* para a Aqualia implica tanto as Administrações públicas como os utilizadores finais do seu serviço. Após o crescimento internacional da empresa durante 2022, esta área teve o desafio de que ambos percebam, nos 18 países onde a empresa está presente, a qualidade da sua gestão e as melhorias implementadas para o acesso à água. Além disso, esta área também gera um impacto social notável, ativando mecanismos como o diferimento das tarifas para os utilizadores mais vulneráveis ou implementando tarifas sociais junto das câmaras municipais.

Como é que a Aqualia responde às diferentes necessidades dos clientes nos 18 países onde está presente atualmente? Quais os serviços de que dispõe para tal?

Para uma empresa que opera a nível global e que presta um serviço cujo valor não é claramente percebido, como a Aqualia, é

fundamental o compromisso de avançar numa orientação estratégica para o cliente final e apostar nos canais de que dispomos para comunicar com os clientes. Atualmente, este objetivo representa um desafio, uma vez que em cada um dos países onde operamos temos situações diferentes. Por exemplo, na Geórgia, a nossa mais recente incorporação, temos de nos adaptar ao facto de que existe apenas um regulador.

Por conseguinte, realizamos grandes esforços e somos flexíveis para adaptar ao máximo possível os nossos canais ao que os utilizadores precisam. Aprendemos muito nos anos afetados pela pandemia. Além disso, este ano promovemos especialmente o investimento tecnológico.

Outro ponto essencial é a transparência. É a chave para que os cidadãos entendam o valor que oferecemos com o nosso serviço. Além disso, a legislação também nos exige que os cidadãos disponham de mais informação sobre a água urbana, conforme consta na Diretiva 2020/2084. Neste sentido, em Espanha implementamos um canal de informação para os utilizadores que colocaremos na página da *Internet* dos municípios onde prestamos serviços. Consideramos que é muito positivo implementar este canal em colaboração público-privada, porque o setor da

água depende de muitos intervenientes e devemos trabalhar juntos para o melhorar.

A Aqualia envolve os clientes nas suas campanhas de consciencialização ambiental? As administrações públicas exigem mais consciência para o cuidado do recurso?

Sempre realizamos ações de consciencialização e sensibilização sobre a importância do cuidado da água e, por extensão, do meio ambiente. Também ativamos iniciativas para a promoção da fatura eletrónica que nos permitem, por um lado, eliminar a fatura em papel e, por outro, evitar as deslocações que devem ser realizadas para a sua distribuição e, consequentemente, as emissões que essa distribuição produz. Em 2022, a faturação eletrónica passou de 19% para 20,45% em Espanha, com um total de 1.284.945 clientes que já optam por esta opção.

Todas estas ações que realizamos atualmente são percebidas pelas administrações como um valor acrescentado. Vemos isto no contacto diário com eles, mas também nos estudos de satisfação que realizamos e que revelam que os nossos clientes estão cada vez mais conscientes da importância destas iniciativas e que se interessam pelos compromissos ambientais e sociais de um operador de

água. Cerca de 80% consideram *excelente* ou *muito bom* o compromisso social e ambiental da Aqualia, aumentando anualmente, o que reforça o nosso compromisso com o Plano Estratégico de Sustentabilidade 2021-2023. E, a nível global, a satisfação com o serviço da empresa é muito boa: recebemos uma classificação de 4 numa escala de 1 a 5.

O acesso a água de qualidade é um fator de coesão social. A nossa colaboração com as Administrações públicas e as ONG no âmbito dos mecanismos tarifários é extremamente importante. Durante 2022, a nossa ação social permitiu-nos realizar mais de 6.600 planos de pagamento de acordo com as necessidades de cada cliente. No total, mais de 2.300.000 de clientes em Espanha tiveram acesso a tarifas bonificadas e, nos restantes países, o número excede os 210.000 clientes.

Pensando em 2022, que ações ou projetos destacaria pela sua contribuição de valor para os clientes? Que feitos foram alcançados este ano?

Este ano, devido à internacionalização, considero que o feito tenha sido adquirir a flexibilidade suficiente para atender os nossos clientes em todos os locais onde prestamos serviços e manter, entre nós, um elevado nível de comunicação. Para tal, em 2022 celebramos as Primeiras Jornadas Internacionais de Gestão de Clientes, onde partilhamos histórias de sucesso das diferentes regiões. Considero que foi uma boa prática que devemos manter.

O acesso a água de qualidade é um fator de coesão social. A nossa colaboração com as Administrações públicas e as ONG no âmbito dos mecanismos tarifários é extremamente importante

No que diz respeito à melhoria no apoio ao cliente, a aplicação da tecnologia representa grandes vantagens. Atualmente, os nossos utilizadores podem consultar, através de *Aqualia contact*, o seu consumo caso disponham de um *smart meter*. Além disso, durante 2022 foi oferecida a possibilidade de definir os seus próprios alertas; por exemplo, caso não exista consumo na casa de uma pessoa vulnerável ou exista consumo numa segunda residência que esteja vazia. Outro ponto importante é que, no caso de deteção de uma fuga na casa de um cliente, a Aqualia contacta-o

para o informar de modo a que possa verificar a sua instalação o mais rapidamente possível e procurar danos graves.

Após estes feitos, quais são os próximos desafios que a Aqualia deve enfrentar de modo a melhorar o serviço prestado aos seus clientes?

Sem dúvida, considero que o crescimento da empresa nos coloca enormes desafios para nos adaptarmos às particularidades de cada região. No entanto, a digitalização será um aliado muito poderoso para nos conseguirmos adaptar e oferecer uma experiência de qualidade omnicanal. Para tal, é fundamental a integração de todos os canais, a procura por recursos e tecnologias que permitam uma gestão mais ágil.

Por outro lado, queremos estar à altura das expectativas dos nossos utilizadores. Devemos trabalhar para fornecer um serviço e informações o mais personalizadas possíveis e em tempo real. Consideramos que isto também nos ajudará a envolver os utilizadores no cuidado do ciclo integral da água. Através desta melhoria na comunicação e na transparência, gostaríamos de transformar os utilizadores em aliados na hora de preservar e de cuidar da água.