

# RESULTADOS

ESTUDO DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES 2022



Serviço Público Municipal de Excelência

# RELATÓRIO

## RESULTADOS DO ESTUDO DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES 2022

**Palavras-chave:** Cliente; Utilizador; Satisfação; Transparência; Comunicação; Avaliação

## ÍNDICE

1. Introdução	.....	4
2. Objetivos do Estudo	.....	4
3. Aspetos Metodológicos	.....	4
4. Resultados Globais	.....	6
5. Resultados por Variável	.....	6
6. Perfil do Cliente	.....	13
7. Conclusões	.....	15

## 1. Introdução

O presente relatório apresenta os resultados obtidos a partir do questionário de avaliação da satisfação dos clientes dos SMAS de Almada.

## 2. Objetivos do Estudo

O presente estudo tem como objetivo aprofundar o conhecimento da perceção que os clientes têm do desempenho dos SMAS de Almada e das suas expectativas, como meio de obtenção de contributos para a melhoria contínua da qualidade do serviço prestado.

## 3. Aspetos Metodológicos

### 3.1. Segmento

Todos os clientes dos SMAS de Almada com informação de e-mail nos contactos, extraídos do “Sistema de Gestão de Clientes”.

Do segmento definido, resultaram 36 239 clientes com e-mail, num universo de aproximadamente 108 500 clientes com contrato ativo, à data da extração dessa informação de contacto.

### 3.2. Canal de comunicação

Envio de *direct* e-mail aos clientes, com link direcionado para o “Questionários de Satisfação dos clientes”.

### 3.3. Envio e Receção

Foram enviados, entre o dia 11 e 18 de novembro de 2022, os e-mail/convite de participação - “Dê-nos a sua opinião sobre os nossos Serviços - Questionário de Satisfação”.

A receção das respostas dos clientes ao questionário, decorreu entre os dias 11 de novembro e 15 de dezembro de 2022, inclusive.

### 3.4. Estrutura do questionário

O questionário foi construído com a ferramenta “*Google Forms*”

Cumpram com as regras de proteção de dados, com definições de preenchimento e envio anónimo e com os temas constantes no questionário, apenas para o fim a que se destina o estudo, não ponho em causa o titular dos dados pessoais de quem o preencha.

Contém, no total 9 questões, com opções de seleção do grau de satisfação (Nada Satisfeito; Pouco Satisfeito; Satisfeito; Muito Satisfeito; Não Sabe/Não Responde (de preenchimento obrigatório) e dois campos abertos (de preenchimento facultativo).

São estas:

1. Abastecimento, Saneamento e Outros Serviços;
2. Leituras, Faturação e Cobrança;
3. Atendimento Presencial;
4. Atendimento Telefónico - Outras Considerações (campo de preenchimento aberto/facultativo);
5. Site Institucional;
6. SMASOnline - Área de Cliente;
7. Redes Sociais;
8. Reclamações e/ou Sugestões;
9. Avaliação Global dos SMAS de Almada - "Outras sugestões, informações, ou questões relevantes para a melhoria da qualidade dos nossos serviços" (campo de preenchimento aberto e facultativo).

Integra ainda uma secção de caracterização do participante no estudo (campos de seleção e preenchimento facultativo):

- Freguesia do Local de Consumo;
- Tipo de Consumidor;
- Idade;
- Situação Profissional;
- Nível de escolaridade;

### 3.4. Tratamento da Informação

A extração dos dados para análise e elaboração deste relatório realizou-se no dia 15 de dezembro de 2022, através da plataforma “Google Forms”.

Os gráficos com os respetivos resultados quantitativos, foram retirados diretamente dessa plataforma da Google.

As respostas de preenchimento “aberto” foram extraídas do ficheiro excel, existente em “Google Forms”, para análise de conteúdo e tipificação da informação enviada.

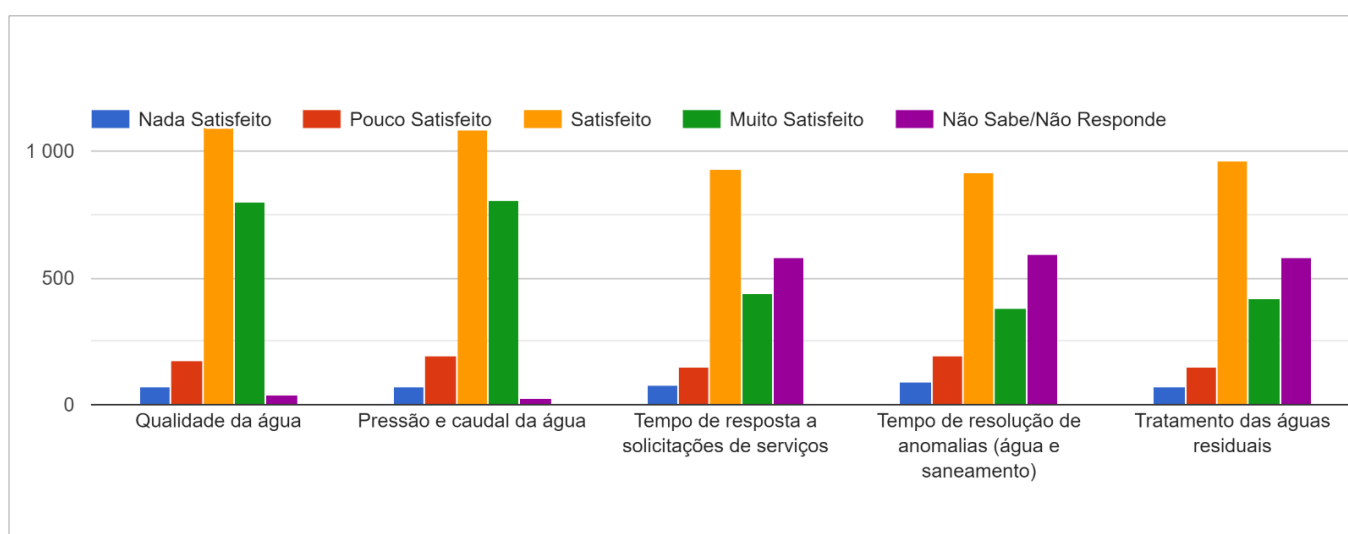
## 4. Resultados Globais

Do total de 36 239 e-mail com o questionário de satisfação, foram rececionadas 2 183 participações, o correspondente a 6% do universo. Tendo sido consideradas inválidas 3 participações, por receção dos campos em branco.

## 5. Resultados por Variável

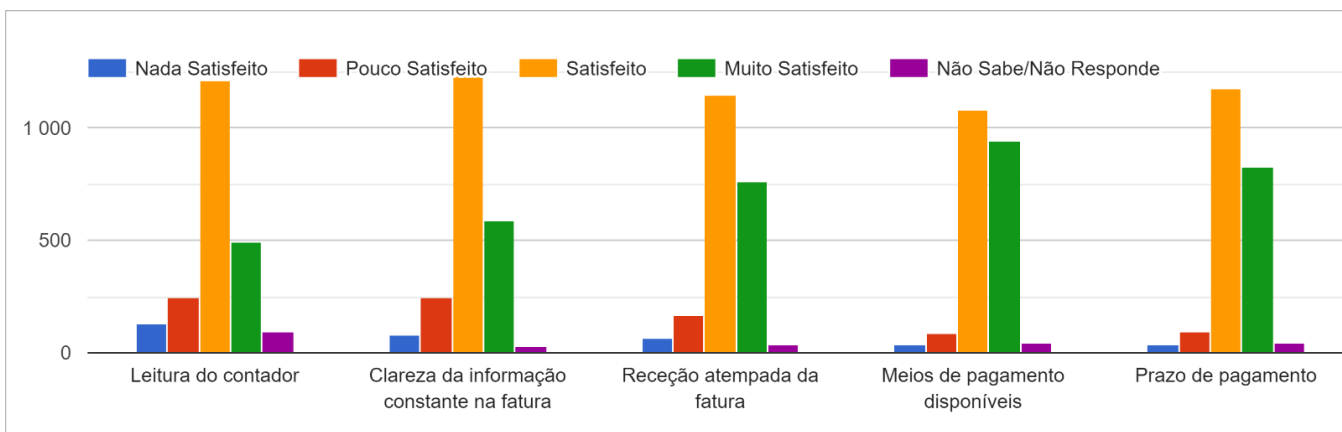
### 1. Abastecimento, Saneamento e Outros Serviços

Foram atribuídos elevados graus de satisfação na generalidade dos aspetos diretamente relacionados com estes serviços prestados ao cliente.



## 2. Leituras, Faturação e Cobrança

Também os aspetos inerentes à relação contratual, pautaram-se por resultados de satisfação muito positivos, como se destacam no gráfico.

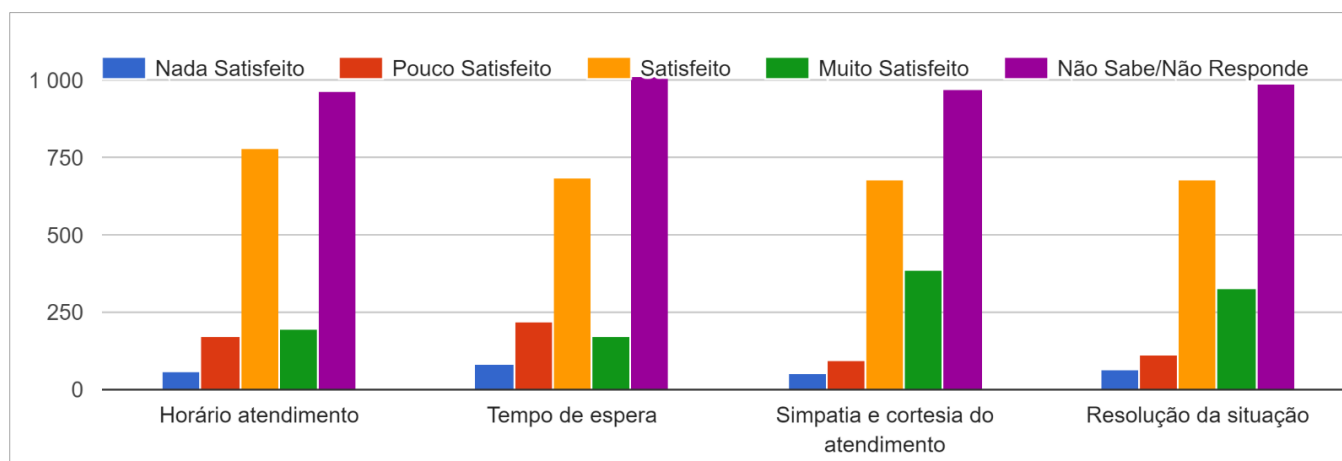


### Questões referentes a atendimento:

## 3. Atendimento Presencial

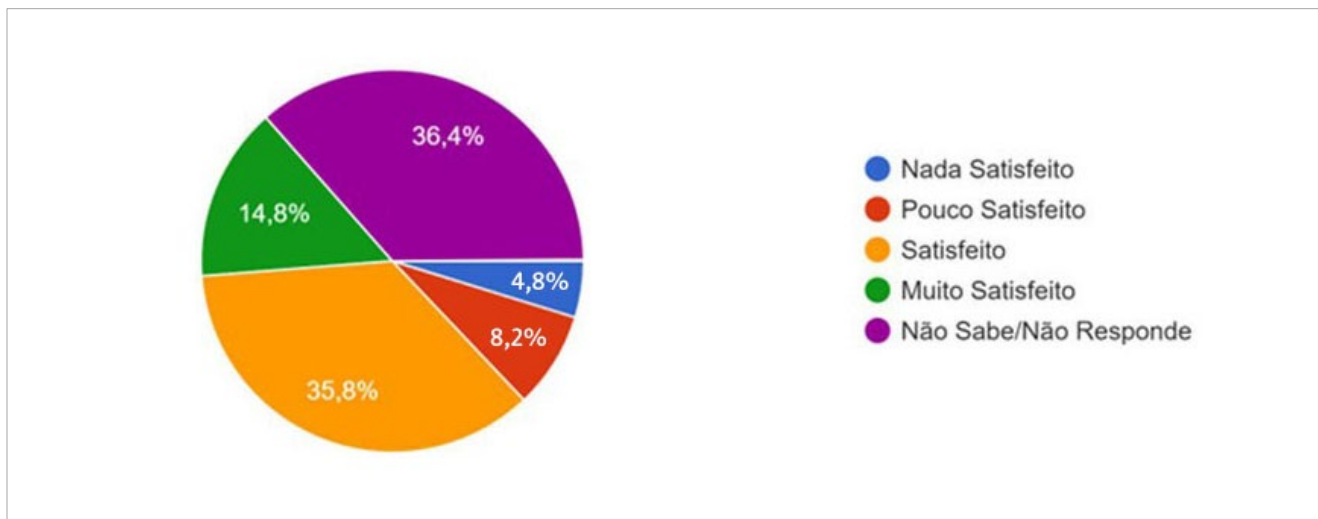
Na satisfação relativa ao **atendimento presencial**, a maioria dos participantes optou pela resposta “não sabe/não responde” e de seguida classificam os itens nos índices de satisfação “satisfeito e muito satisfeito”.

Neste caso, em concreto, a existência de um campo aberto de “Outras considerações” permitiu aferir que o motivo de “não sabe/não responde” é o real desconhecimento, pela não existência de deslocação e contacto direto com o atendimento presencial, há já algum tempo.



#### 4. Atendimento Telefónico

Relativamente ao atendimento telefónico 36,4% dos participantes não sabem/não respondem a esta questão, e 35,8% estão satisfeitos, a que se somam 14,8% muito satisfeitos.



#### Outras considerações

Apesar deste campo aberto e de preenchimento facultativo ser relativo ao atendimento, os participantes optaram também pelo envio de considerações, sugestões, elogios ou reclamações, relativas a diversos temas.

Foram enviados um total de 214 “outras considerações”, com grande parte delas sem mais informação a acrescentar e como tal atribuída a classificação de “Outros” na tabela abaixo.

Observa-se que os contributos foram diversificados, com ligeiro destaque para as 3 linhas assinaladas a azul e que incidiram sobre - Leituras (10,75%); Elogios (10,28%); Atendimento telefónico (9,81%).



Da análise e tipificação ao que foi exposto resultou o seguinte quadro:

CLASSIFICAÇÃO	Total	%
Leituras	23	10,75%
Elogio	22	10,28%
Atendimento Telefónico	21	9,81%
Atendimento Presencial	14	6,54%
APP_Leituras	12	5,61%
Qualidade Água	12	5,61%
SMASOnline	11	5,14%
Sugestão	11	5,14%
Faturação	10	4,67%
Interrupção Água	10	4,67%
Pagamento	9	4,21%
Fatura Eletrónica	7	3,27%
Redes Abastecimento	7	3,27%
Tarifário	5	2,34%
Sustentabilidade	2	0,93%
Pressão Água	1	0,47%
Saneamento	1	0,47%
RSU_CMA	0	0,00%
Sítio Institucional	0	0,00%
Outros*	36	16,82%
<b>TOTAL</b>	<b>214</b>	<b>100,00%</b>

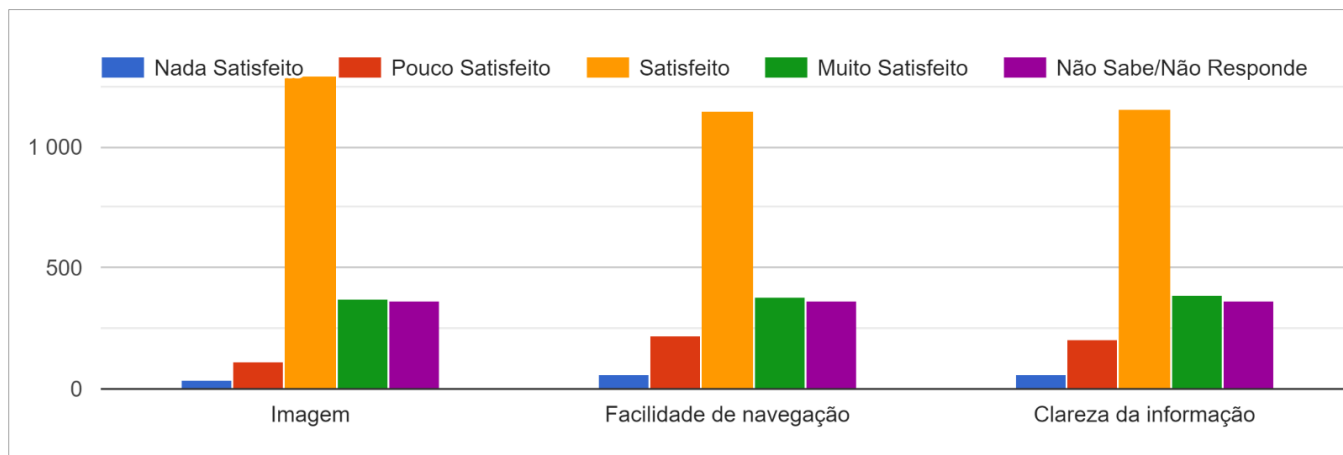
\*Respostas tipo: “Nada a acrescentar; Nada a Assinalar; Não sabe/não responde; Está tudo bem”.

## Questões referentes a serviços e comunicação por via internet:

### 5. Site Institucional

A página internet dos SMAS [www.smasalmada.pt](http://www.smasalmada.pt) reuniu uma satisfação generalizada nos aspetos apreciados: imagem; facilidade de navegação e clareza da informação.

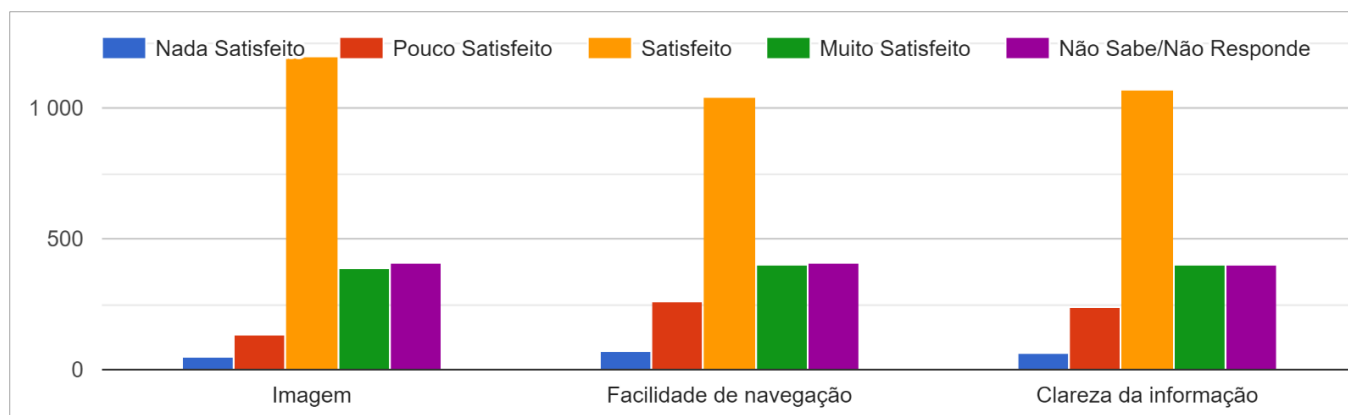
Sobre este gráfico observam-se com resultados equitativos na atribuição de “Muito Satisfeito e Não sabe/não Responde”.



### 6. SMASOnline - Área de Cliente

Esta área reservada do cliente com serviços online disponibilizados, é avaliada satisfatoriamente pelos clientes nos itens indicados - imagem; navegação; informação.

À semelhança do site manteve depois a equidade de resultados em “Muito satisfeito e Não Sabe/Não Responde”.



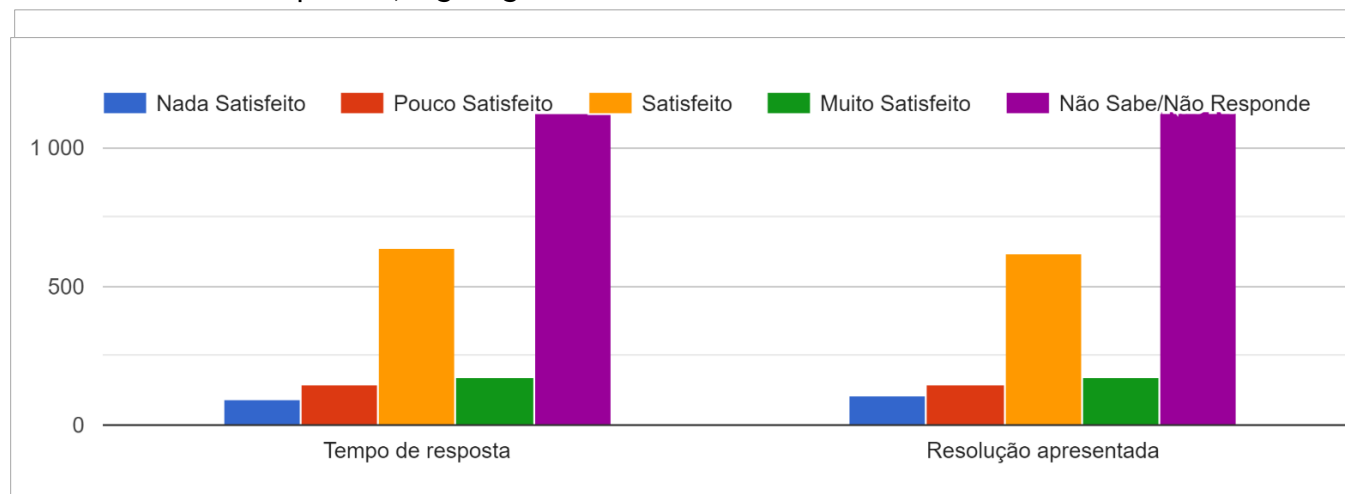
## 7. Redes Sociais

Os SMAS de Almada estão presentes em diversas redes sociais, há já alguns anos - Facebook; Twitter; LinkedIn; Instagram; Youtube; Flickr.

Questão sobre reclamações/sugestões:

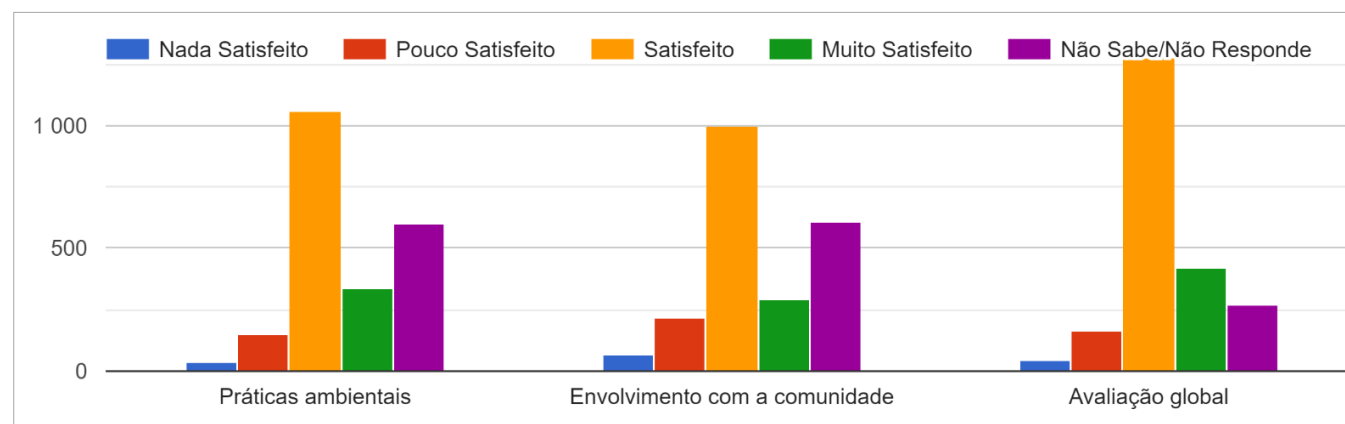
## 8. Reclamações e/ou Sugestões

Manteve-se o padrão da resposta atribuída pelos clientes que participaram no estudo, pelo destaque de “Não sabe/não responde”, logo seguido de “satisfeito”.



Questão de apreciação/avaliação global:

## 9. Avaliação Global dos SMAS de Almada



As práticas ambientais dos SMAS Almada, assim como o envolvimento com a comunidade são avaliados como satisfatórios.

Considerando a importância de obter uma percepção da satisfação dos clientes sobre os SMAS de Almada no geral, nesta questão foi contemplado um parâmetro designado de “Avaliação Global” do qual procuramos extrair mais informação e resumimos no quadro dos seguintes dados:

Muito Satisfeito (MS)	Satisfeito (S)	MS+S	Pouco Satisfeito (PS)	Nada Satisfeito (NS)	PS+NS	Não Sabe/ Não Responde (NA/NR)	Total
417 (19,13%)	1276 58,53%)	1693 (77,66%)	167 (7,66%)	47 (2,16%)	214 (9,82%)	273 (12,52%)	2180 (100%)

1693 (77,66%) clientes estão **globalmente satisfeitos** com os SMAS de Almada, destes 417 (19,13%) estão muito satisfeitos.

Constatamos que dos 2 180 que responderam ao questionário, 214 (9,82%) clientes estão “**Pouco satisfeitos**” ou “**Nada Satisfeitos**” com os SMAS de Almada e 273 (12,52%) clientes “**Não Sabe /não responde**”.

No campo “Apresente outras sugestões, informações, ou questões relevantes para a melhoria da qualidade dos nossos serviços”, de preenchimento facultativo, os participantes apresentaram outras sugestões, informações ou questões relevantes para a melhoria da qualidade dos nossos serviços.

Da análise e tipificação ao que foi exposto resultou o seguinte quadro:

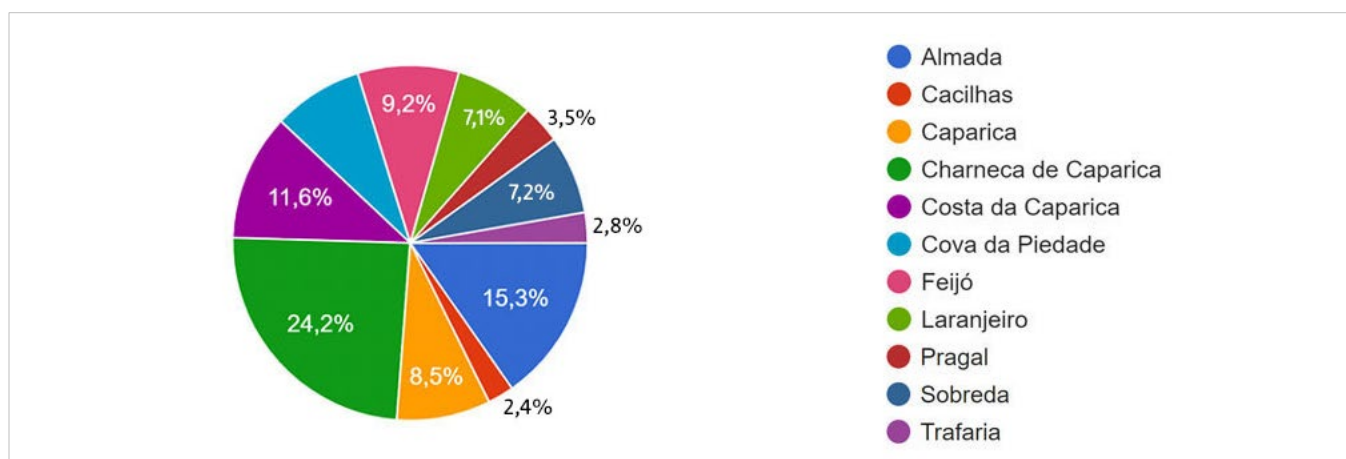
CLASSIFICAÇÃO	Total	%
Leituras	29	10,66%
Qualidade Água	26	9,56%
APP_Leituras	25	9,19%
SMASOnline	21	7,72%
Tarifário	19	6,99%
Interrupção Água	18	6,62%
Elogio	16	5,88%
Pagamento	16	5,88%
Redes Abastecimento	15	5,51%
Atendimento Presencial	10	3,68%
Faturação	9	3,31%
Saneamento	7	2,57%
Sustentabilidade	7	2,57%

Atendimento Telefónico	6	2,21%
RSU_CMA	6	2,21%
Sugestão	5	1,84%
Pressão Água	3	1,10%
Sítio Institucional	2	0,74%
Fatura Eletrónica	1	0,37%
Outros	31	11,40%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100,00%</b>

Os serviços sobre “Leituras; Qualidade da Água e a APP Leituras (descontinuada)”, reuniram as maiores percentagens de sugestões/ informação recebidas.

## 6. Perfil do Cliente

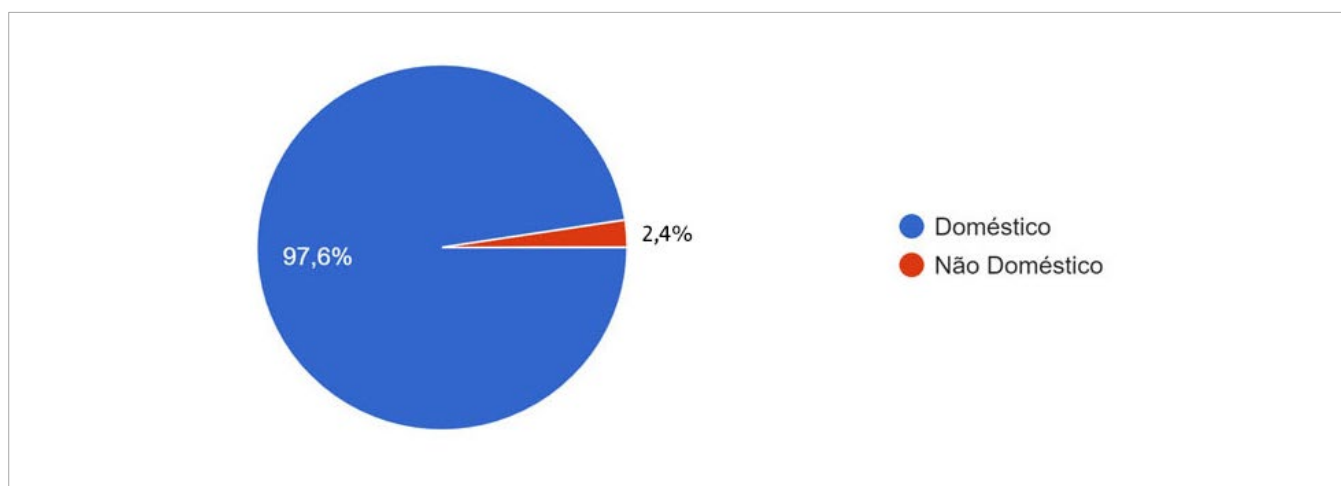
Entre as 2095 respostas a esta questão de caracterização, de preenchimento facultativo, verifica-se que a maior percentagem corresponde a clientes residentes nas freguesias mais populosas do Concelho. Assim, da freguesia da Charneca de Caparica obtiveram-se 24,2% de respostas, seguido da freguesia de Almada (15,3%) e da Costa da Caparica (11,6%). Seguiram-se os clientes com local de consumo no Feijó e na Caparica, com uma representação de 9,2% e 8,5%, respetivamente.



Questões referentes à sua caracterização socioeconómica

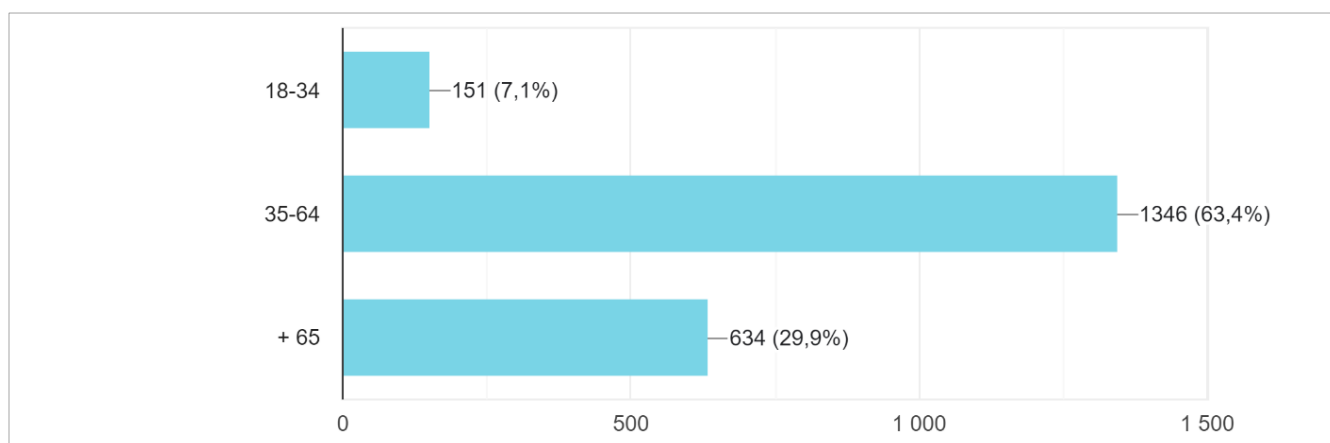
### Tipo de Consumidor

Os consumidores de tipo “doméstico” representam a esmagadora maioria dos participantes no estudo (97,6%), resumindo-se o cliente de tipologia “não doméstico” a 2,4%, no universo de 2029 respostas.



### Classe Etária

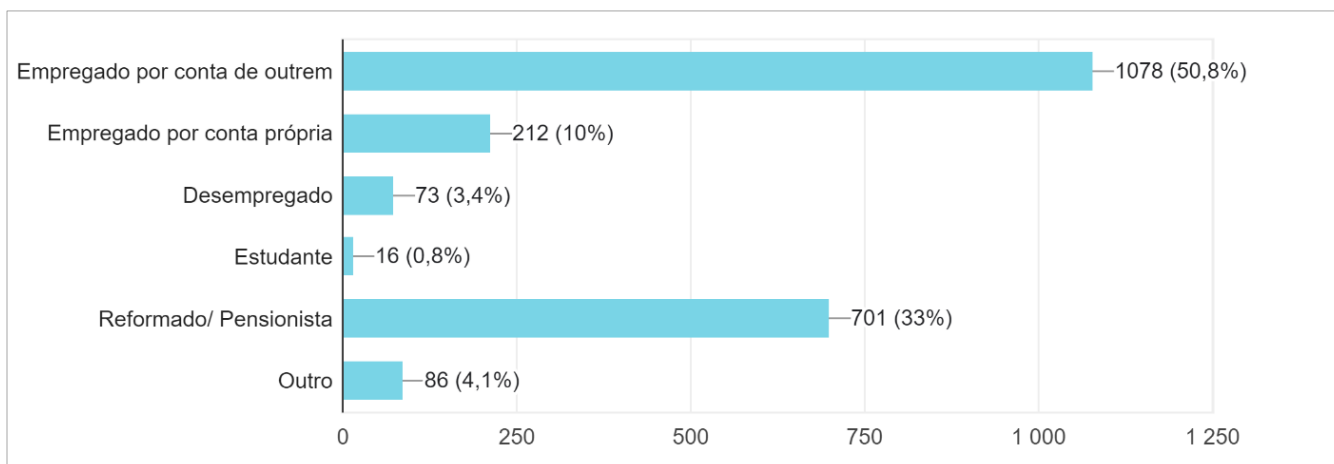
A maioria dos clientes que responderam ao questionário de satisfação encontram no segmento etário compreendido entre os 35 e os 64 anos de idade (63,2%). Os que têm + de 65 anos (30,1%) e dos 18 aos 34 anos tiveram uma participação mais residual correspondente a 7,2%.



### Situação Profissional

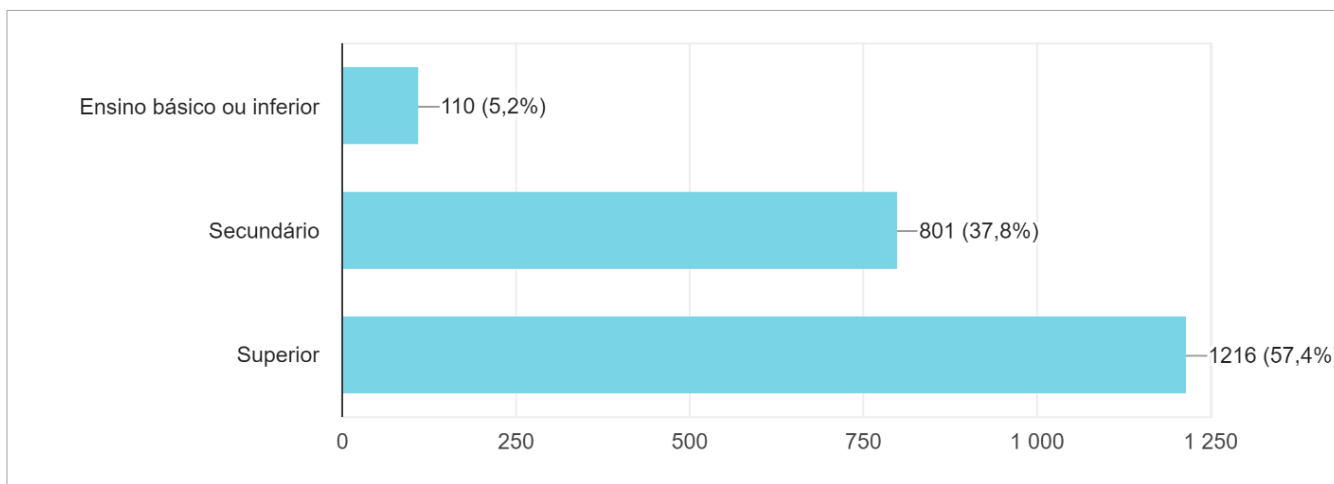
Analisando o gráfico da situação profissional, constata-se que a maior parte das respostas foram da população empregada, seguida de reformados/pensionistas. E observando as linhas referentes à

população ativa e aos reformados pensionistas poderá ser feita uma leitura/ interpretação da existência de relação deste dado com os respetivos escalões etários dos clientes, anteriormente apresentado.



### Nível de Escolaridade

A escolaridade “superior” destaca-se entre os participantes (57,4%), seguido do secundário (37,8%).



## 7. Conclusões

Em termos gerais os resultados obtidos na maioria das 9 questões que integram o estudo de satisfação demonstram que os clientes estão satisfeitos com os SMAS de Almada.

Analisando o universo de e-mails enviados versus a percentagem de adesão com respostas (36 239 e-mail/ 2 183 participações) correspondente a 6% do universo o que poderá induzir à interpretação de muito baixa representatividade dos resultados.

No entanto, não será de desvalorizar, sobretudo estando cientes que atualmente clientes e população em geral são confrontados diariamente com uma massificação de pedidos para participação em estudos, avaliações, questionários, inquéritos, que conduz à não adesão por excesso.

Porque cada cliente conta e a sua opinião é importante para a melhoria contínua, focamo-nos nos resultados e extraímos a informação e leitura.