

Avaliação de satisfação dos  
clientes externos

2013

*Inspeção-Geral das Atividades Culturais*



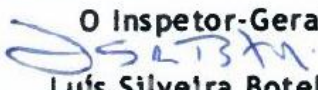
GOVERNO DE  
PORTUGAL

SECRETÁRIO DE ESTADO  
DA CULTURA



IGAC INSPEÇÃO-GERAL  
DAS ATIVIDADES  
CULTURAIS

1. Vista com agrado.  
2. Considero o presente instrumento particularmente útil e destaca a qualidade do trabalho realizado.  
3. Considero, ainda, muito pertinentes as propostas de melhoria cuja execução é muito importante.

**O Inspetor-Geral**  
  
**Luís Silveira Botelho**

2015-11-15



# 0 | Índice

<b>1. Nota introdutória</b>	<b>3</b>
<b>2. Objetivos</b>	<b>4</b>
<b>3. Metodologia</b>	<b>5</b>
3.1 Estrutura do inquérito	5
3.2 Método de recolha de dados	5
<b>4. Análise de indicadores</b>	<b>6</b>
4.1 Caracterização dos clientes	6
4.2 Caracterização dos meios	9
4.3 Satisfação com o atendimento	9
4.2.1. Atendimento presencial e telefónico (telefone e balcão de atendimento público (Lisboa e Porto)	10
4.2.2. Atendimento eletrónico (website e e-mail)	10
4.3 Caracterização do serviço	11
4.3.1 Inquiridos por áreas de atuação	11
4.3.2 Apreciação global dos serviços	11
4.3.3 O tratamento das reclamações na ótica do cliente	13
4.3.4 Qualidade global	13
<b>5. Análise de sugestões</b>	<b>14</b>
<b>6. Conclusões e recomendações</b>	<b>16</b>
6.1 Conclusões	16
6.2 Recomendações	16
6.3 Medidas adotadas por meio de contato	18
<b>7. Anexos</b>	<b>20</b>
8.1 Inquérito de avaliação da satisfação dos clientes da IGAC 2012	



# 1 | Nota Introdutória

A importância de avaliar a satisfação dos clientes externos, no sentido de obter *feed-back* relativamente ao desempenho da IGAC, tem sido uma das linhas orientadoras da IGAC, enquadrada no eixo estratégico “**Aproximar a IGAC dos clientes**”, que se apoia no aprofundamento da relação com o público interno e externo, antecipando as suas necessidades e orientando o serviço para a sua satisfação.

Para a concretização desta política, concorre o objetivo estratégico n.º 13 “**Promover a qualidade e a satisfação dos clientes**”, definido para o triénio 2012-2014, que prossegue a visão estratégica delineada em 2010.

O presente estudo segue a metodologia de auscultação externa realizada em anos anteriores, permitindo à organização elaborar, continuamente e de forma sustentada, uma análise de tendências com base na evolução dos resultados alcançados.

Este projeto tem a coordenação da Direção de Serviços de Estratégia, Inovação e Comunicação, com responsabilidade direta no lançamento, recolha e tratamento dos dados e análise dos resultados apurados que serviram de base ao “Estudo de Avaliação de Satisfação dos Clientes 2013”, que agora se apresenta.



# 2 | Objetivos

## 2.1 Objetivos Gerais

- ❖ Promover a qualidade e a satisfação dos clientes, através do objectivo estratégico nº 13, definido para o 2012-2014;
- ❖ Conhecer e diagnosticar as expectativas e os requisitos dos clientes da IGAC;
- ❖ Criar um mecanismo de *feedback* que sustente os planos de melhoria;
- ❖ Contribuir para a implementação de uma política de gestão integrada da qualidade do desempenho da IGAC, numa ótica de utilização sistemática de ferramentas de apoio à melhoria contínua;
- ❖ Avaliar os resultados e alocar recursos às áreas mais frágeis da organização;
- ❖ Disponibilizar informação fiável relativa à opinião dos clientes.

4



## 2.2 Objetivos Específicos

- ❖ Avaliar a qualidade do serviço prestado;
- ❖ Analisar o grau de satisfação dos canais de comunicação disponíveis;
- ❖ Quantificar as áreas de atuação utilizadas;
- ❖ Percecionar a imagem externa da organização;
- ❖ Identificar áreas de melhoria.

# 3 | Metodologia

## 3.1 Estrutura do inquérito

A realização do presente estudo assentou no tratamento estatístico dos **77** questionários validados e teve como base os critérios previamente definidos.

Composto por uma série sequencial de oito perguntas de resposta múltipla, o inquérito faz o levantamento sistemático aos canais externos de comunicação disponíveis, às áreas de atividade consultadas, à qualidade da informação transmitida, à apreciação qualitativa do atendimento prestado e ao nível de satisfação relativo ao tratamento das reclamações.

Numa perspetiva abrangente, indica ainda o índice global de satisfação dos clientes relativamente aos Serviços prestados pela IGAC.

Nas perguntas de carácter qualitativo são considerados 5 níveis de apreciação - excelente, muito bom, bom, razoável e mau. Nesta tipologia de questões existe sempre o campo NS/NR (não sabe/não responde).

No final do inquérito são introduzidas duas questões de carácter específico: uma para eventuais sugestões de melhoria e a última que faz a caracterização demográfica e social, bem como a estrutura habilitacional dos inquiridos.

De referir, ainda, que o inquérito esteve disponível para resposta **entre 7 maio de Maio e 12 de Novembro** do corrente ano, através do website da IGAC.

5



## 3.2 Método de recolha de dados

As **77** respostas validadas pelo inquérito foram recolhidas através da website da IGAC (<http://www.igac.pt/>)

# 4 | Análise de indicadores

## 4.1 Caracterização dos clientes

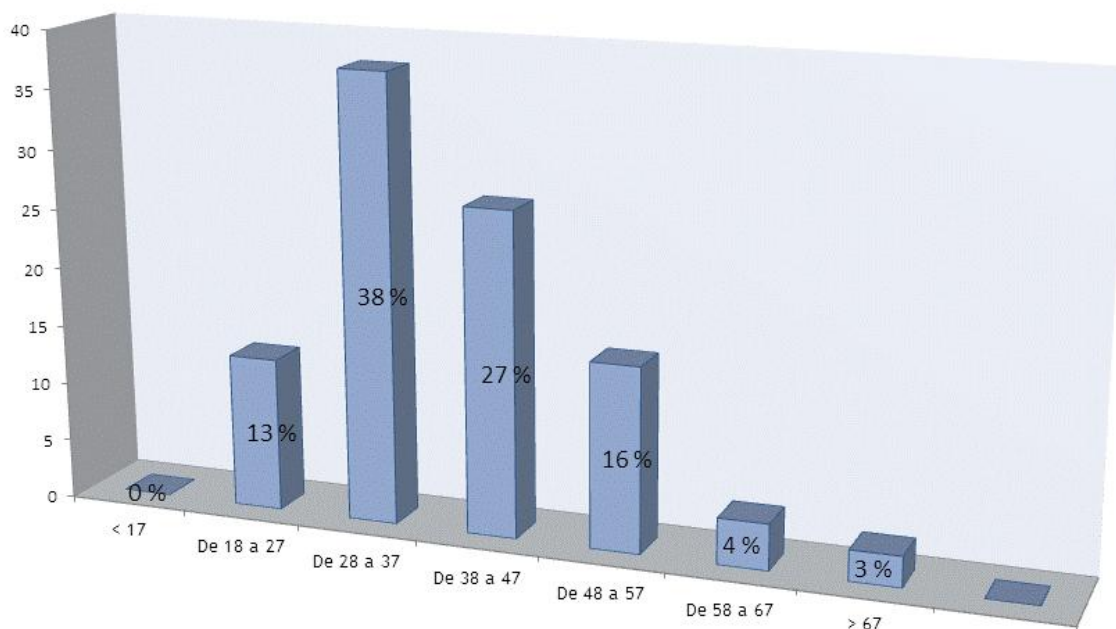
### ❖ Faixa Etária:

Foram considerados neste âmbito 7 níveis etários: o primeiro correspondente à idade igual ou inferior a 17 anos e o último referente aos clientes com idade superior a 68 anos.

Nos 77 inquiridos, observa-se uma incidência expressiva no intervalo entre os **28-37 anos** de idade (que corresponde a **38%**) e, imediatamente a seguir, a faixa etária dos **38-47 anos**, que corresponde a **27%**.

Saliente-se que a expressão conjunta destas duas faixas etárias totaliza **65%**, coincidindo com a idade ativa portuguesa.

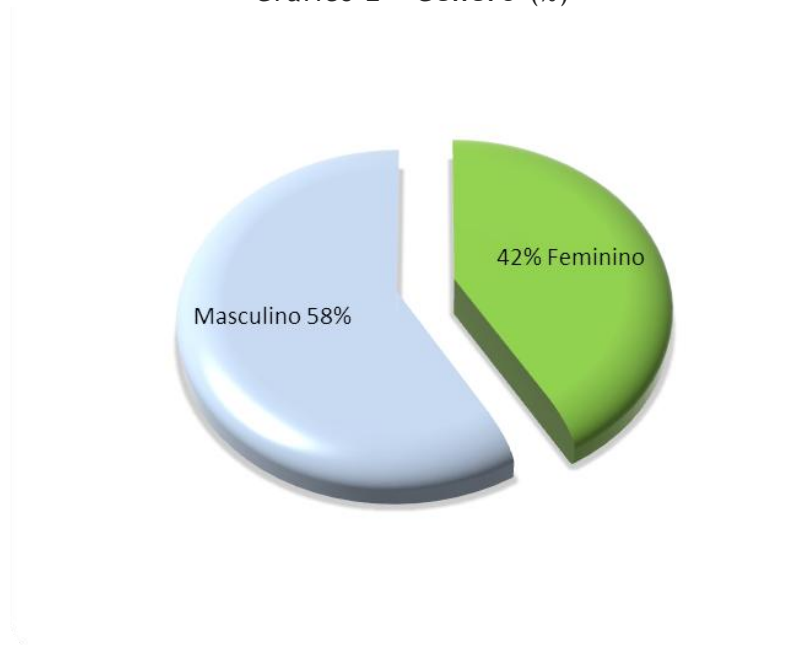
Gráfico 1 - Faixa etária (%)



### ❖ Género:

O género predominante deste estudo foi o masculino, atingindo 58%.

Gráfico 2 - Género (%)



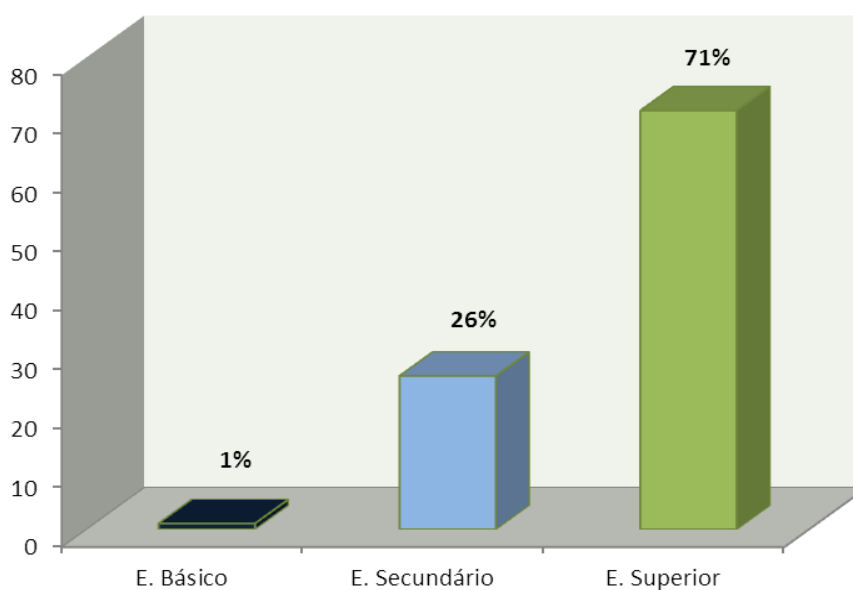
### ❖ Habilitações Literárias:

No que respeita às habilitações literárias, verifica-se uma predominância do ensino superior, que atinge os 71%. Refira-se que apenas 1% dos clientes têm o ensino básico como habilitação literária.

7



Gráfico 3 - Habilitações literárias (%)





### ❖ Profissão/Ocupação:

Os resultados apurados revelam que as profissões dos clientes inquiridos neste estudo são de natureza muito diversa.

Para além da incidência nas áreas relacionadas com o sector artístico (autor, escritor, designer, produtor), verificou-se neste estudo uma abertura a outras áreas, nomeadamente o direito, que não obteve destaque em anteriores estudos.

Por outro lado, a categoria estudante também foi digna de relevo, o que poderá estar relacionado com a crescente procura, por parte deste público, de informações ao nível do registo dos seus documentos (nomeadamente teses) e, também, para obtenção de dados para a realização de trabalhos académicos.

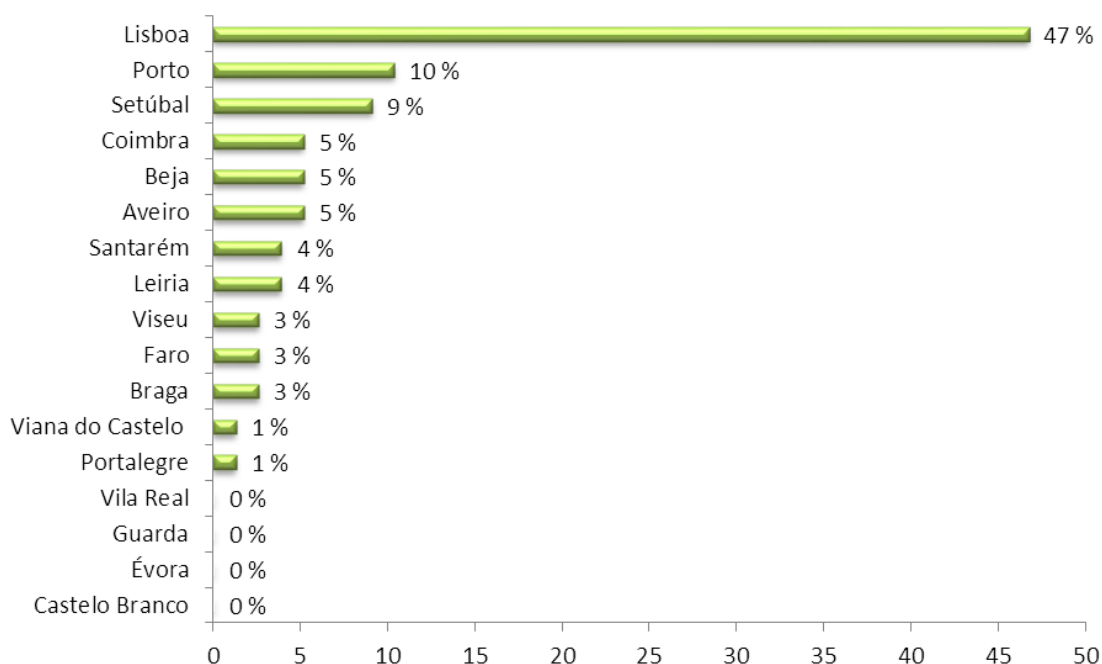
### ❖ Distribuição Geográfica:

No âmbito da distribuição geográfica, e como seria expectável, existe uma grande predominância de clientes da IGAC na região de **Lisboa (47%)**.

Os distritos que seguidamente registaram um maior número de utilizadores foram o **Porto (10%)** e **Setúbal (9%)**.



Gráfico 4 - Distribuição Geográfica (%)



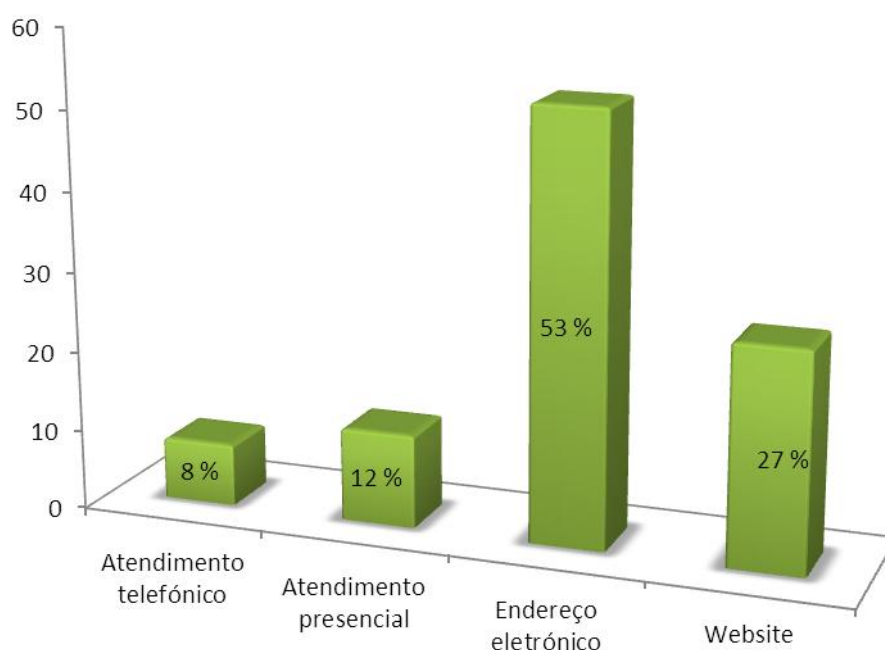
## 4.2 Caracterização dos meios

### ❖ Meio Utilizado:

O correio electrónico foi o meio mais utilizado (57%), seguido do Website com 27%, o que denota a preferência dos clientes pelos meios tecnológicos.

O atendimento telefónico foi aquele que registou menor incidência (8%).

Gráfico 5 - Meio Utilizado (%)



9



## 4.2 Satisfação com o atendimento

Para perceber o nível de satisfação dos clientes relativamente ao atendimento prestado, foi considerado o universo das quatro vias de comunicação:

- Telefone - Linha geral ou outra
- Gabinete de atendimento ao cliente (Lisboa, Porto)
- Website - <http://www.igac.pt>
- E-mail - [igacgeral@igac.pt](mailto:igacgeral@igac.pt); [igacresponde@igac.pt](mailto:igacresponde@igac.pt); [segundopedido@igac.pt](mailto:segundopedido@igac.pt); [igacespetaculos@igac.pt](mailto:igacespetaculos@igac.pt); [igacautores@igac.pt](mailto:igacautores@igac.pt); [tauomaquia@igac.pt](mailto:tauomaquia@igac.pt).

#### ❖ Nível global de satisfação do atendimento<sup>1</sup>:

Foi aferido um nível médio de satisfação relativamente ao atendimento de **80%**, o que denota uma apreciação positiva por parte dos clientes da IGAC relativamente a este Serviço.

#### 4.2.1 Telefone e Gabinete de atendimento ao cliente (Lisboa e Porto)

Relativamente aos clientes que recorreram à IGAC via telefónica ou via presencial, foram definidos os seguintes parâmetros de avaliação (cujo resultado se encontra no quadro 1):

- Disponibilidade e simpatia do colaborador;
- Clareza e objetividade da informação;
- Rapidez na resposta/serviço;

**Quadro 1** - Níveis de satisfação do atendimento telefónico e presencial

	Atendimento telefónico	Atendimento presencial
Disponibilidade e Simpatia do Colaborador	67 %	89 %
Clareza e Objetividade da Informação	67 %	100 %
Rapidez na resposta/Serviço	67 %	89 %

10



Devido ao elevado número de contactos telefónicos rececionados diariamente e ao número limitado de recursos para atender e encaminhar as chamadas, os serviços criaram vários endereços electrónicos para permitir uma triagem e o tratamento mais adequado. Não obstante, foram alcançados baixos níveis de satisfação ao nível do atendimento telefónico.

#### 4.2.2 Website e e-mail

Relativamente a estes canais de comunicação, foram colocadas questões específicas para a avaliação de cada um dos meios utilizados, tendo sido obtidos os seguintes níveis de satisfação:

#### ❖ Website:

- Organização e funcionalidade - 71%
- Objetividade da informação - 76%
- Apresentação gráfica - 76%

#### ❖ E-mail:

- Tempo de Resposta - 93%
- Objetividade das respostas - 88%

<sup>1</sup> O nível global de satisfação com o atendimento corresponde à média de todas as classificações “excelente, muito bom e bom” nos itens avaliados acerca dos vários tipos de atendimento (presencial, telefónico, electrónico e website).

## 4.3 Caracterização do Serviço

### ❖ 4.3.1 Inquiridos por áreas de atuação

Relativamente às áreas de atuação mais utilizadas pelos inquiridos, destaca-se o serviço de **propriedade intelectual**, com um nível de utilização de **40%**, e que se distancia dos restantes serviços procurados, como se pode observar no gráfico 6.

Seguidamente, com alguma expressão, a **licença de representação**, os **recintos e o registo de promotor** atingem **14%**, **9%** e **6%**, respetivamente.

Gráfico 6 - Inquiridos por áreas de atuação da IGAC (%)



11



### ❖ 4.3.2 Apreciação global dos serviços

A apreciação global dos Serviços prestados nas várias áreas de atuação disponíveis foi apurada através do cruzamento de 2 questões concretas que articulam o serviço e a sua qualificação.

De realçar que os níveis globais atingidos são um excelente incentivo à prossecução do trabalho desenvolvido:

Qualidade nos serviços prestados - 82%;  
Objetividade e clareza da informação - 83%;  
Relação qualidade/tempo - 81%;  
Capacidade de resolução de problemas - 78%;  
Simpatia e disponibilidade dos colaboradores - 81%

Considerando que a **propriedade intelectual** constitui uma área de negócio determinante no âmbito da organização, importa aferir os resultados obtidos neste serviço, bem como nos três que lhe são imediatamente subsequentes - **licença de representação**, os **recintos** e o **registo de promotor** que se encontram indicados no quadro 2.

Nas restantes áreas de atuação consultadas, e por apresentarem níveis de utilização muito baixos (gráfico 6), os resultados apurados não foram objeto de uma análise significativa.

**Quadro 2 - Níveis de satisfação atingidos nos serviços propriedade intelectual, licença de representação, recintos e registo de promotor**

SERVIÇOS	Propriedade intelectual		Licença de representação		Recintos de espetáculos de natureza artística		Registo de promotor	
	Nº de inquiridos	% de satisfação	Nº de inquiridos	% de satisfação	Nº de inquiridos	% de satisfação	Nº de inquiridos	% de satisfação
Qualidade nos serviços prestados	40	85%	11	100%	7	86%	5	100%
Objetividade e clareza da informação		88%		100%		86%		100%
Relação qualidade/ tempo		85%		90%		86%		80%
Capacidade de resolução de problemas		80%		100%		86%		100%
Simpatia e disponibilidade dos colaboradores		85%		90%		100%		100%

Nota: Os resultados obtidos poderão não refletir a realidade ou a opinião global dos clientes, uma vez que quanto menor a amostra (n.º de respondentes), maior é a possibilidade de ocorrência de uma estimativa com precisão insuficiente.



### 4.3.3 O tratamento das reclamações na ótica do cliente

As reclamações constituem um indicador chave em qualquer organização, através do qual é possível avaliar o seu desempenho e introduzir melhorias nas áreas e/ou processos mais frágeis.

Desta forma, o seu tratamento não deve ser descurado, pois é uma oportunidade única para reverter a insatisfação dos clientes.

Desta forma, o inquérito aborda duas questões para perceber o nível de satisfação dos clientes que efetuaram reclamações junto da IGAC.

O universo de clientes que cumpriu este requisito situa-se apenas nos 8%, contudo ressaltam-se os resultados positivos alcançados: há uma satisfação de 80% ao nível da rapidez no tratamento das reclamações e de 75% no âmbito da sua eficácia.



### 4.3.4 Qualidade global

A última questão do inquérito pretende traduzir a **qualidade global do serviço**, pelo que os seus resultados serão, talvez, a expressão mais significativa da imagem que os clientes percebem da IGAC.

Considerando os três níveis positivos - excelente, muito bom e bom - é de realçar que o valor atingido foi de **90%**, o que denota uma apreciação positiva sobre o trabalho desenvolvido.



**90%** Qualidade Global

## 5 | Análise de sugestões

Relativamente às sugestões de melhoria solicitadas, opcionalmente, no final do inquérito, denota-se uma grande incidência de apreciações nas seguintes áreas:

### ❖ Website

Esta foi a área onde se verificou um maior índice de sugestões, que apontam no sentido de:

- Maior clareza dos conteúdos apresentados no website;
- Atualização mais frequente dos conteúdos;
- Melhorar/alargar o âmbito dos Serviços online;
- Maior facilidade de registo no site.

### ❖ Correio Eletrónico

Nesta área foi registado um índice muito baixo de sugestões, o que poderá estar relacionado com a crescente satisfação dos clientes relativamente a este meio de contacto.

### ❖ Atendimento personalizado

Ao nível deste tipo de atendimento é sugerido o alargamento de horário e a agilização deste serviço tendo em conta o tempo de espera relativamente ao atendimento.

### ❖ Atendimento telefónico

As melhorias indicadas ao nível deste meio de contacto sugerem sobretudo a implementação de um atendimento telefónico de qualidade, uma vez que são referidas pelos clientes as grandes dificuldades de contacto telefónico com a IGAC.



## ❖ Diversos

Com menor expressão, foram ainda indicadas as seguintes sugestões:

- Diminuir o preço das taxas associadas aos vários serviços disponibilizados pela IGAC;
- Disponibilização de mecanismos para pagamento online;
- Diminuir o tempo de resposta associada aos registos online.





# 6 | Conclusões e Recomendações

## 6.1. Conclusões

Os dados apurados no presente estudo de avaliação de satisfação dos clientes da IGAC revelam uma tendência evolutiva favorável, uma vez que foi atingido um nível de qualidade global de 90%, pese embora se tenha registado um decréscimo do índice de satisfação dos clientes relativamente a algumas vertentes do atendimento ao cliente.

Neste estudo, foram identificadas como potenciais fatores de desenvolvimento organizacional as seguintes áreas:

- **Atendimento ao cliente** (concretamente vertente telefónica e website)
- **Serviços online.**

## 6.2. Recomendações

Atentas as principais conclusões e sugestões expressas no presente estudo, formulam-se algumas recomendações nas áreas indicadas:

### Atendimento ao cliente

16



- ❖ O **atendimento telefónico**, de acordo com as sugestões e apreciações dos clientes, demonstra ser a área mais sensível entre os vários meios de contacto disponibilizados pela IGAC, na medida em que tudo aponta para a necessidade da sua reorganização.



Neste sentido, deverão ser equacionadas algumas medidas, por parte dos vários serviços, no sentido de inverter esta tendência.

- ❖ Relativamente à **website**, foi apontada como sugestão de melhoria a implementar, com grande enfoque, a reformulação do site no sentido da simplificação e clareza dos conteúdos, bem como a sua atualização mais regular. Tal é coadjuvado pelo decréscimo acentuado ao nível da sua satisfação que, globalmente, atingiu os 74%.



A reorganização de conteúdos e revisão da informação do website de acordo com os requisitos do cliente traduz-se num investimento muito importante para a IGAC, na medida em que poderá conduzir à diminuição do recurso dos clientes a outros canais de atendimento.

## Serviços online

- ❖ A disponibilização de novos serviços através do website da IGAC tem sido uma necessidade identificada nos estudos de avaliação de satisfação dos clientes externos).



A implementação desta medida permitirá a desmaterialização de alguns processos e a sua consequente desburocratização, o que conduzirá a uma redução de custos, a uma maior eficiência e à simplificação/facilitação da utilização dos serviços por parte dos clientes.

Nota: Algumas das medidas aqui apontadas já se encontram em curso na IGAC, como se pode verificar no ponto seguinte, na medida em que são recorrentes e já haviam sido referidas no(s) estudo(s) de avaliação da satisfação do(s) ano(s) anterior(es).



### 6.3. Medidas adotadas por meio de contato

Para evidenciar a incorporação das sugestões de melhoria expressas pelos clientes nos inquéritos de satisfação, a Direção Superior tem levado a cabo a implementação de medidas capazes de colmatar as fragilidades referidas, indicadas no quadro 3.

Quadro 3 - Caracterização das ações de melhoria por área de atividade

Área de Atividade	Medida	Objetivos	Estado de implementação
Atendimento ao Cliente	Criação da equipa de projeto: <b>Atualização dos formulários da IGAC</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adequar os instrumentos de solicitação de um serviço às necessidades das respetivas UO;</li> <li>Facilitar a sua utilização pelos clientes</li> </ul>	Executado
	Desenvolvimento do projeto: <b>Atendimento multicanal e multitarefa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Codificar, melhorar e uniformizar as boas práticas associadas aos vários canais de atendimento da IGAC: presencial, telefónico e eletrónico.</li> </ul>	Em curso
Website	Constituição da equipa de projeto: <b>Internet IGAC</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Criar um suporte de divulgação externo que satisfaça os requisitos dos utilizadores</li> <li>Sistematizar e reorganizar informação</li> </ul>	Em curso
	Formulação de objetivos de melhoria, a nível das unidades orgânicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atualização e revisão de conteúdos</li> </ul>	Em curso
Serviços online	Disponibilização de <b>novos serviços online com tecnologias multicanal para atendimento e/ou comunicação e interligação com o website</b> , através da Candidatura QREN-SAMA, no âmbito do 1º aviso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Disponibilização de novos serviços online e interligação com SIIGAC<sup>2</sup>;</li> <li>Melhoria dos serviços online disponíveis através da sua integração direta com o SIIGAC;</li> </ul>	Em curso



<sup>2</sup> Sistema de informação integrado da IGAC

# 7 | Anexos



