

**RELATÓRIO DO INQUÉRITO EXTERNO  
LOJA DO CIDADÃO DA MADEIRA**

**2017**

# Índice

- **Introdução**

- **Modo conceptual e metodologia**

- **Apresentação dos resultados:**

1- Caracterização do nosso utente

1.1 Faixa etária

1.2 Sexo

1.3 Situação profissional

2 – Frequência

2.1 Horário de frequência da LC?

3 – Fidelização/expetativa

3.1 Esta loja corresponde às expetativas?

3.2 Que outros serviços gostaria de ver na Loja?

4- Grau de satisfação:

4.1 Atendimento:

4.1.1 Simpatia, cortesia e educação dos colaboradores;

4.1.2 Qualidade da informação prestada;

4.1.3 Tempo de espera;

4.1.4 Nível global do atendimento.

4.2 Espaço Físico:

4.2.1 Comodidade das instalações;

4.2.2 Higiene e limpeza;

4.2.4 Sinalização do espaço.

4.3 Serviços gerais:

4.3.1 Serviço de cafetaria;

4.3.2 Serviço de fotocópias;

4.3.3 Serviço balcão de informação (receção).

5- Sugestões

- **Apresentação da matriz – Avaliação do Índice de Satisfação do Utente**

- **Conclusão**

- **Anexo I – Modelo do inquérito**

## **Introdução:**

O inquérito de satisfação do cliente externo realizado em 2017 manteve-se igual ao realizado no ano de 2015. Desta forma, temos um grupo de questões que englobam uma caracterização do nosso utente, uma definição dos hábitos de frequência, uma perspectiva de fidelização/expectativa relativamente aos nossos serviços, e ainda quais os serviços que os utentes gostariam de encontrar na loja e que não têm.

Importa realçar que a realização do inquérito externo continua a ser intercalado anualmente com o inquérito interno, e é aplicado de dois em dois anos.

## **Modo conceptual e metodologia:**

Foi aplicado o modelo de inquérito por questionário em papel, tendo sido realizado de 1 a 31 de agosto de 2017. A base obrigatória para análise é de 1000 inquéritos.

O estudo teve como população alvo os utentes que a qualquer título, acorreram aos serviços da Loja, convidando estes a colaborar ativamente na resposta em suporte de papel, com o apoio das hospedeiras.

O tratamento dos dados foi realizado com recurso ao Excel, cujos resultados foram posteriormente lançados na matriz de forma a apurar o "Índice de satisfação do utente".

Foram introduzidas três grupos que não são contabilizadas para efeitos da matriz, mas que constituem um complemento de informação:

### 1- Caracterização do nosso utente

- 1.1 Faixa etária
- 1.2 Sexo
- 1.3 Situação profissional

### 2 – Frequência

- 2.1 Horário de frequência da LC?

### 3 – Fidelização/expectativa

- 3.1 Esta loja corresponde às expectativas?
- 3.2 Outros serviços que gostaria de ver na LC

As alíneas de questões permanentes e constantes para efeitos de aplicação da matriz, inseridas no inquérito foram as seguintes:

### 4- Grau de satisfação:

#### 4.1 Atendimento:

- 4.1.1 Simpatia, cortesia e educação dos colaboradores;
- 4.1.2 Qualidade da informação prestada;
- 4.1.3 Tempo de espera;
- 4.1.4 Nível global do atendimento.

#### 4.2 Espaço Físico:

- 4.2.1 Comodidade das instalações;
- 4.2.2 Higiene e limpeza;
- 4.2.4 Sinalização do espaço.

#### 4.3 Serviços gerais:

- 4.3.1 Serviço de cafetaria;
- 4.3.2 Serviço de fotocópias;
- 4.3.3 Serviço balcão de informação (recepção).

No fim do inquérito foi reservado um espaço para as sugestões.

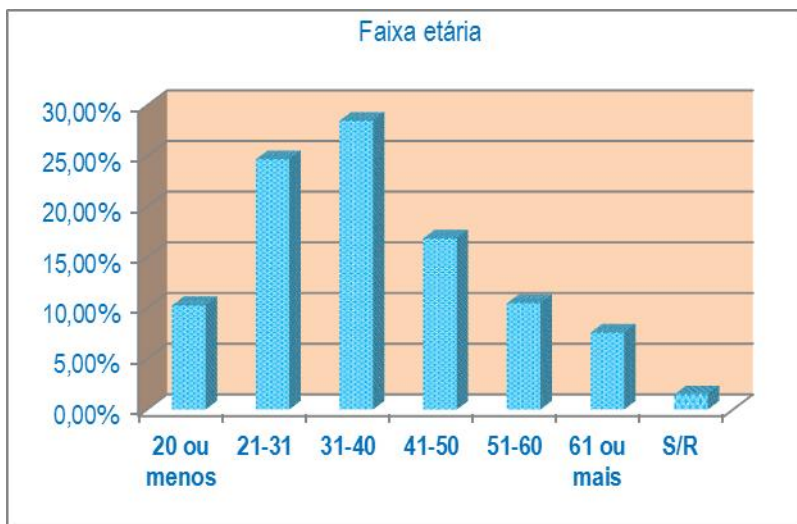
A versão final do inquérito encontra-se em anexo (Anexo1)

## Apresentação dos resultados

### 1 – Caracterização do nosso utente:

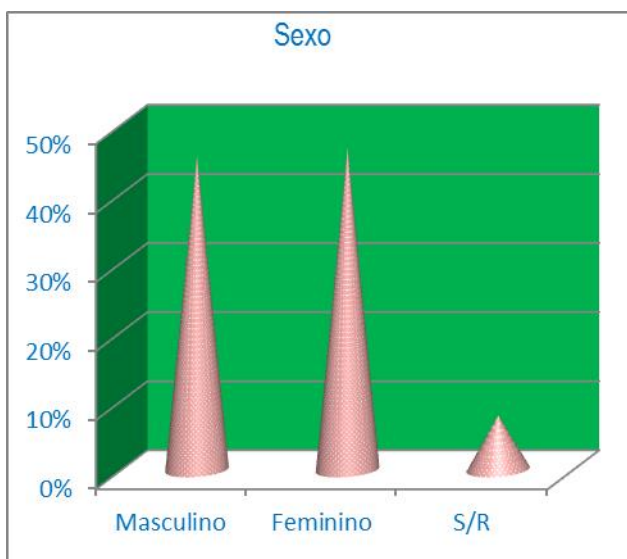
#### 1.1

Faixa etária	20 ou menos	21-31	31-40	41-50	51-60	61 ou mais	S/R	
	103	247	285	169	105	76	15	1000
%	10,30%	24,70%	28,50%	16,90%	10,50%	7,60%	1,50%	100,00%



#### 1.2

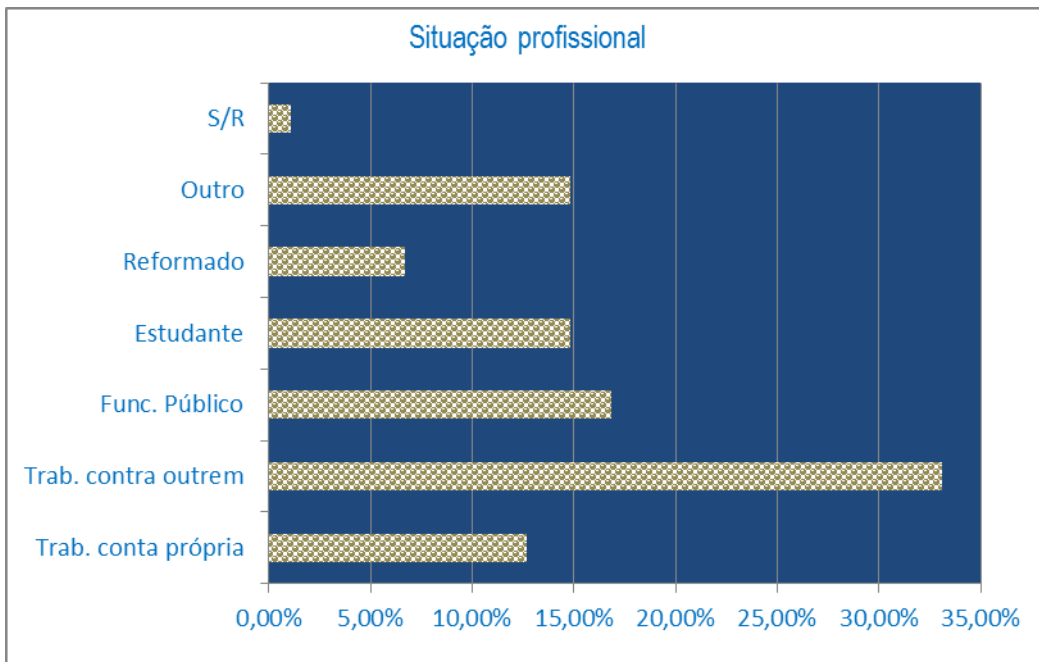
Sexo			
Masculino	Feminino	S/R	
46%	47%	8%	100%



### 1.3

Situação profissional						
Trab. conta própria	Trab. contra outrem	Func. Público	Estudante	Reformado	Outro	S/R
12,70%	33,10%	16,80%	14,80%	6,70%	14,80%	1,10%

100,00%

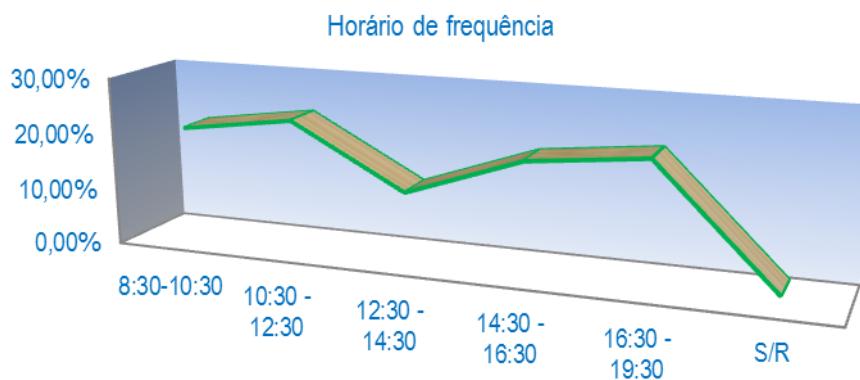


## 2 – Frequência

### 2.1-Horário de frequência

Horário de frequência					
8:30-10:30	10:30 - 12:30	12:30 - 14:30	14:30 - 16:30	16:30 - 19:30	S/R
20,62%	23,47%	12,57%	19,78%	21,96%	1,59%

100,00%



Relativamente ao horário de frequência, os dados apontam para uma maior procura dos nossos serviços no período de manhã, das 10:30 às 12:30. Durante a parte da tarde, o período com maior procura é das 16:30 às 17:30.

### 3 – Fidelização/expetativa

#### 3.1

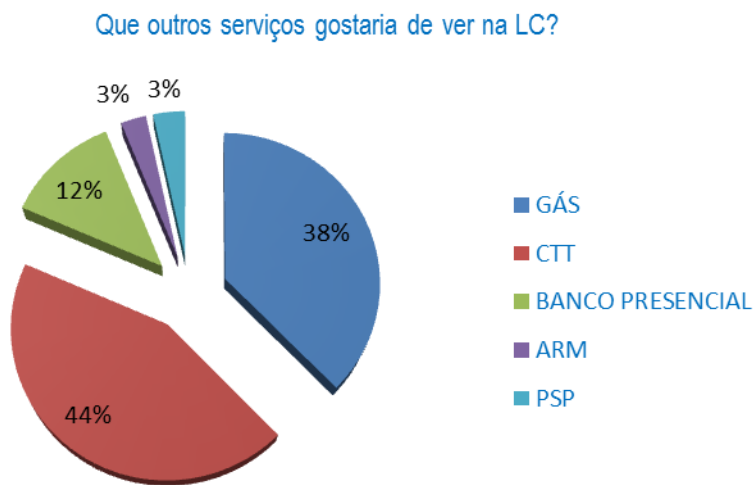
Esta Loja corresponde às expetativas					
Mto. Abaixo	Abaixo	Coincide	Acima	Mto. Acima	S/R
0,70%	5,60%	62,30%	23,70%	6,70%	1,00%

100,00%



### 3.2

GÁS	55	38%
CTT	64	44%
BANCO PRESENCIAL	18	12%
ARM	4	3%
PSP	5	3%
	<b>146</b>	<b>100%</b>



Este grupo englobava duas questões, nomeadamente, 3.1 – “Esta loja corresponde às suas expectativas?”, e 3.2 – “Que outros serviços gostaria de ver na LC?”.

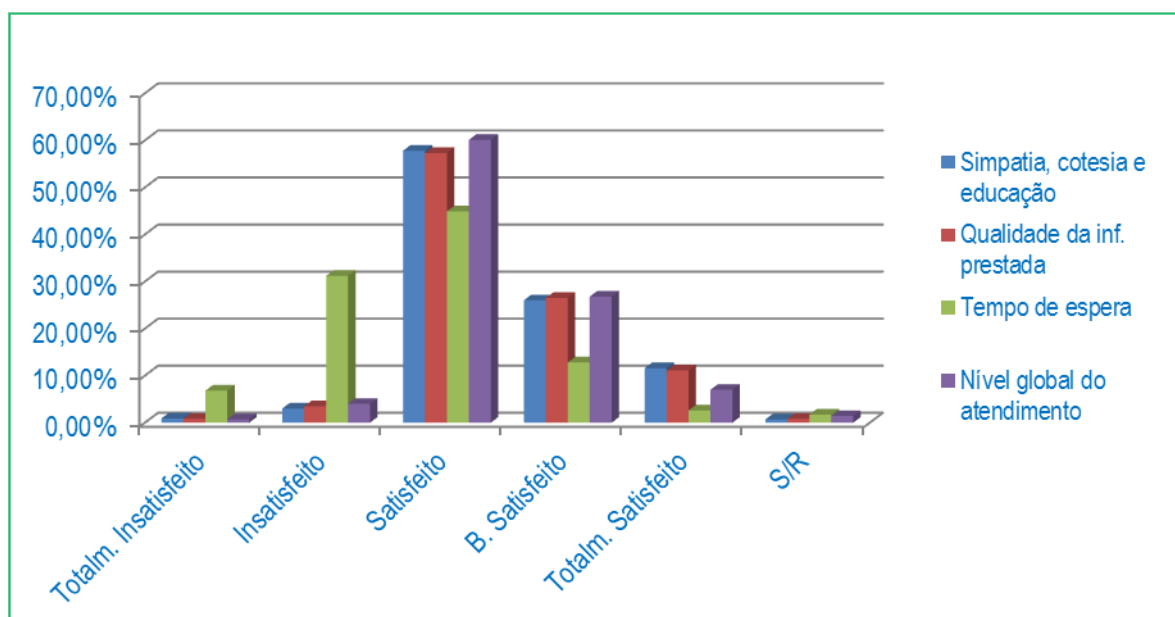
Analisando o primeiro gráfico, constatámos que 62,30, % dos inquiridos afirmaram que a Loja corresponde às suas expectativas. 23,70% acha que está acima das suas expectativas e 6,70%, considera que a Loja do Cidadão está muito acima do esperado. No lado oposto, temos 5,60 % a considerar a Loja abaixo das suas expectativas e 0,70%, muito abaixo. Apenas 1,00% não responderam a esta questão.

No segundo gráfico, podemos ver que quando inquiridos acerca dos serviços que gostariam de ver na Loja, 44% os serviços dos CTT, 38% uma companhia de gás, 12% gostaria de volta a ter um Banco com serviço presencial e 3% divide-se entre águas e Resíduos da Madeira-ARM e a Polícia de Segurança Pública -PSP.

Esta informação é muito importante porque permite-nos aferir que a Loja continua a corresponder às expectativas dos seus utentes.

#### 4-1 Satisfação com o atendimento

	4.1.1	4.1.2	4.1.3	4.1.4
	Simpatia, cotesia e educação	Qualidade da inf. prestada	Tempo de espera	Nível global do atendimento
Totalm. Insatisfeito	0,90%	0,80%	6,80%	0,70%
Insatisfeito	3,00%	3,50%	31,20%	4,00%
Satisfeito	57,80%	57,30%	44,90%	60,10%
B. Satisfeito	26,00%	26,50%	12,80%	26,80%
Totalm. Satisfeito	11,60%	11,10%	2,60%	7,00%
S/R	0,70%	0,80%	1,70%	1,40%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



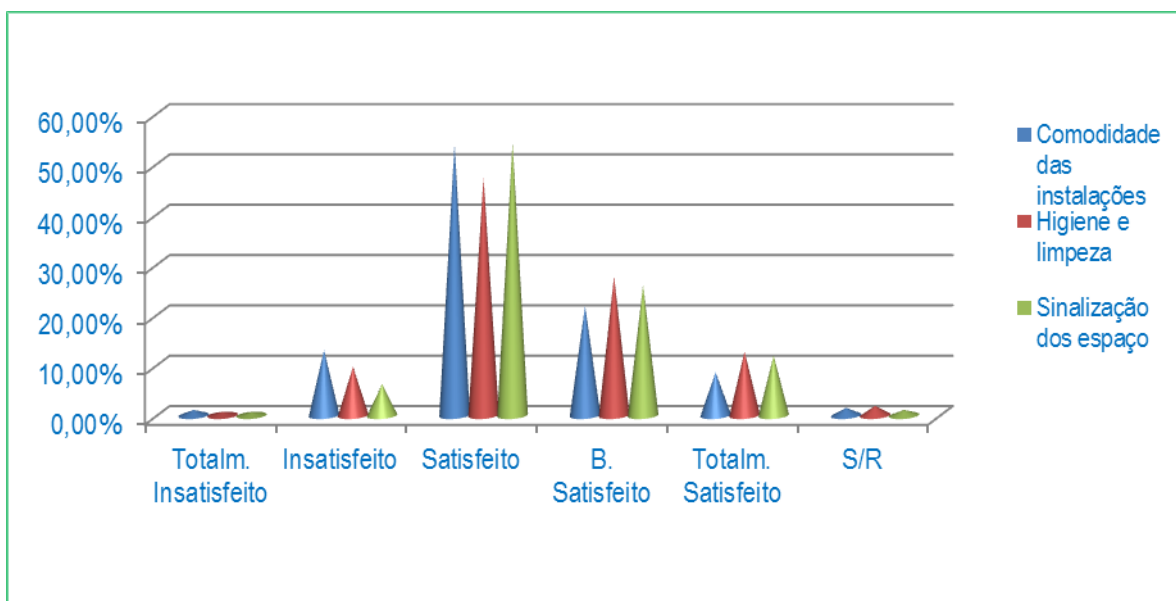


Pela análise gráfica dos resultados, quase todos os itens medidos: a simpatia, cortesia e educação; a qualidade da informação prestada e o nível global de atendimento, ultrapassam os 50%, no que concerne à satisfação. Contudo, relativamente ao tempo de espera, 30% mostraram-se insatisfeitos.

As percentagens de respostas abonatórias quanto ao “nível global do atendimento” revelam que apesar da insatisfação com o tempo de espera, do ponto de vista do utente, este fator é em parte compensada pelos elementos mais positivos da interação, nomeadamente pela atitude empática e empenho dos colaboradores no âmbito do atendimento e à comodidade de resolver vários assuntos numa só deslocação, que acabam por resultar numa habituação do próprio utente aos moldes em que a Loja funciona, levando consequentemente, a um grau de tolerância maior face aos elementos mais desfavoráveis.

#### **4.2 Satisfação com o espaço físico**

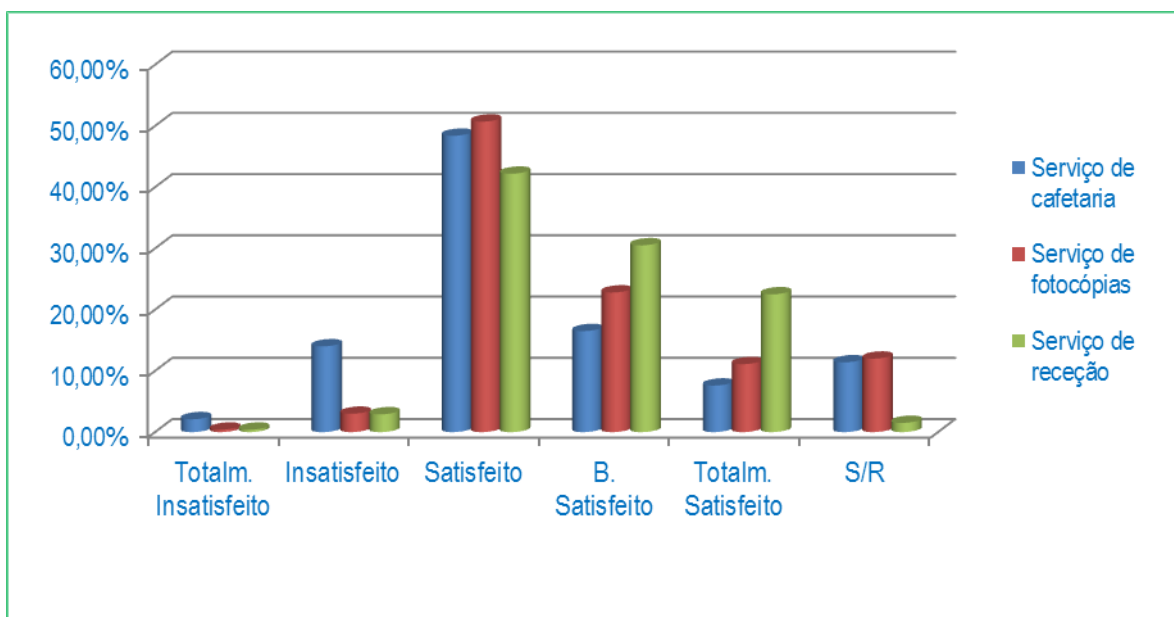
	<b>4.2.1</b>	<b>4.2.2</b>	<b>4.2.3</b>
	<b>Comodidade das instalações</b>	<b>Higiene e limpeza</b>	<b>Sinalização dos espaço</b>
Totalm. Insatisfeito	1,10%	0,70%	0,60%
Insatisfeito	13,00%	9,70%	6,20%
Satisfeito	54,00%	47,30%	54,30%
B. Satisfeito	21,80%	27,70%	25,90%
Totalm. Satisfeito	8,60%	12,70%	11,90%
S/R	1,50%	1,90%	1,10%
	100,00%	100,00%	100,00%



Dos 3 itens avaliados, o que obteve melhor classificação geral foi a “sinalização dos espaços” com 50,40%.” A “higiene e limpeza” obteve 27,70% de respostas “bastante satisfeito”.

#### 4.3 Satisfação com os serviços gerais disponibilizados

	4.3.1 Serviço de cafetaria	4.3.2 Serviço de fotocópias	4.3.3 Serviço de recepção
Totalm. Insatisfeito	2,10%	0,40%	0,40%
Insatisfeito	14,00%	3,00%	2,90%
Satisfeito	48,40%	50,70%	42,20%
B. Satisfeito	16,50%	22,80%	30,50%
Totalm. Satisfeito	7,60%	11,10%	22,50%
S/R	11,40%	12,00%	1,50%
	100,00%	100,00%	100,00%



Instados a manifestarem opinião quanto aos serviços gerais disponibilizados na Loja, 22,50% consideram o serviço de receção totalmente satisfatório. Relativamente ao serviço de fotocópias 22,80% e aos serviços de cafetaria, 16,50%, encontram-se bastante satisfeitos.

## 5- Sugestões

As sugestões apresentadas foram agrupadas 6 áreas específicas, nomeadamente:

- Atendimento;
- Espaço físico;
- Novos serviços/alargamento de serviços existentes;
- Gestão de filas de espera/senhas;
- Louvores;
- Inquéritos;
- Entidade.

<b>Atendimento</b>	
Mais funcionários nos serviços de identificação fiscal	
Organização e rapidez	
Agendamento sem ser por via de internet	
Marcação presencial sem necessidade de confirmar por e-mail	
Mais colaboradores nos balcões com mais afluência	
Melhorar atendimento na cafetaria	
Mais apoio para idosos e pessoas com incapacidades	
Os funcionários não deviam fazer pausas quando há utentes à espera	
Melhoria nos serviços de identificação civil	
Colocar mais funcionários nas horas de mais movimento	
Mais rapidez dos funcionários, principalmente no balcão das Finanças e mais simpatia dos mesmos	
Mais paciência e respeito por parte dos colaboradores	
Aplicação para o telémovele para conseguir visualizar o nº de atendimento de cada balcão	
Senha prioritária em todos os balcões	
<b>Espaço Físico</b>	
Melhoria de ar condicionado e ventilação	
Mais cadeiras	
Cafetaria com preços elevados	
Melhor sinalização da sala de espera e cafetaria	
Dispensadores novos	
Deixar entrar os animais desde que estejam dentro de uma transportadora	
Mais uma caixa multibanco	
Musica ambiente	
Sala de espera com espaço infantil	
Limpeza com mais controle	
ecrã á entrada da loja com informação das senhas	
<b>Novos serviços/Alargamento de serviços</b>	
Gás	
CTT	
CGD presencial	
SDC	
<b>Louvores</b>	
Totalmente satisfeito	
<b>Gestão de filas de espera/senhas</b>	
Melhorar o tempo de espera	

## **Apresentação da Matriz – Avaliação do Índice de Satisfação do Utente da Loja do Cidadão**

No quadro seguinte apresentamos a relação entre os capítulos e as alíneas e respetivos pesos e ponderações que nos permitem apurar o “*índice de satisfação do utente*” referido no início deste relatório.

<b>CAP.</b>	<b>ALÍNEA</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>PONDERAÇÃO</b>	<b>PESO</b>
<b>4.1</b>		<b>ATENDIMENTO</b>	<b>50%</b>	
	4.1.1	Simpatia, cortesia e educação		20%
	4.1.2	Qualidade da informação prestada		40%
	4.1.3	Tempo de espera		10%
	4.1.4	Higiene e Limpeza		30%
<b>4.2</b>		<b>ESPAÇO FÍSICO</b>	<b>20%</b>	
	4.2.1	Tempo de Espera		20%
	4.2.2	Acolhimento		50%
	4.2.3	Qualidade da Informação		30%
<b>4.3</b>		<b>SERVIÇOS GERAIS</b>	<b>30%</b>	
	4.3.1	Serviço de cafetaria		30%
	4.3.2	Serviço de fotocópias		30%
	4.3.3	Serviço balcão de informação		40%

Todos os itens são avaliados segundo cinco escolhas possíveis, que são desde o Totalmente Insatisfeito ao Totalmente Satisfeito, cabendo a cada escolha a valoração que vai desde o -1 (TI) até ao 4 (TS).

Na página seguinte são apresentados os resultados da aplicação da matriz, a partir da qual concluímos que o **índice de satisfação do utente no ano de 2017 é de 2070,51.**

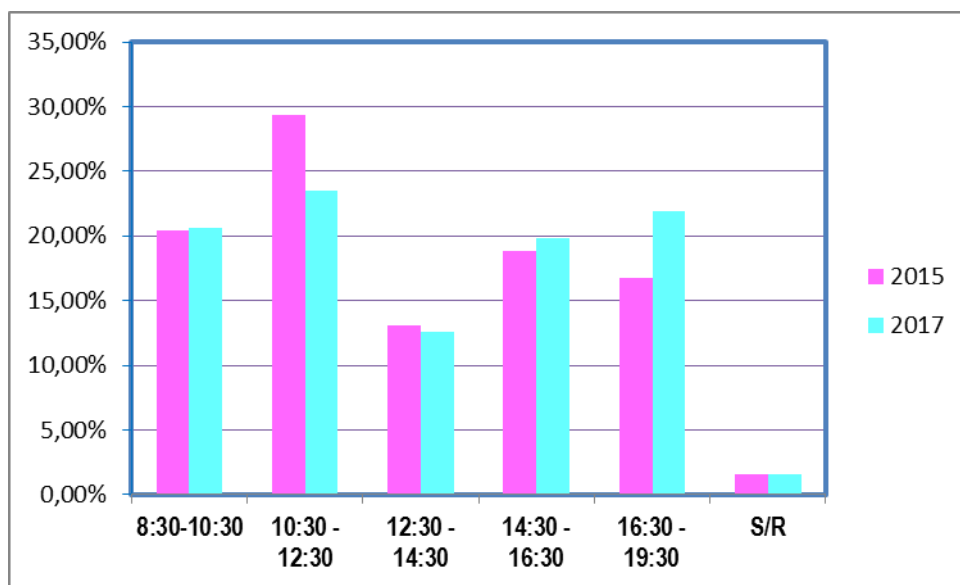
MATRIZ INQUÉRITO EXTERNO 2017											
Atendimento											
		Totalmente Insatisfeito	Insatisfeito	Satisfeito	Bastante Satisfeito	Totalmente Satisfeito					
4.1.1	Simpatia, cortesia e educação dos colaboradores	-1	2	2,5	3	4					
		9	30	578	260	116	993				
		-9	60	1445	780	464	2740	20%	548		
4.1.2	Qualidade da informação prestada (clara e precisa)	-1	2	2,5	3	4					
		8	35	573	265	111	992				
		-8	70	1433	795	444	2734	40%	1093,4		
4.1.3	Tempo de espera	-1	2	2,5	3	4					
		68	312	449	128	26	983				
		-68	624	1123	384	104	2167	10%	216,65		
4.1.4	Nível global do atendimento	-1	2	2,5	3	4					
		7	40	601	268	70	986				
		-7	80	1503	804	280	2660	30%	797,85		
							índice	2655,9	50%	1327,95	
Espaço Físico											
4.2.1	Comodidade das instalações	-1	2	2,5	3	4					
		11	130	540	218	86	985				
		-11	260	1350	654	344	2597	20%	519,4		
4.2.2	Higiene e limpeza	-1	2	2,5	3	4					
		7	97	473	277	127	981				
		-7	194	1182,5	831	508	2708,5	50%	1354,25		
4.2.3	Sinalização dos espaços	-1	2	2,5	3	4					
		6	62	543	259	119	989				
		-6	124	1357,5	777	476	2728,5	30%	818,55		
							índice	2692,2	20%	538,44	
Serv. Gerais											
4.3.1	Serviço de cafetaria	-1	2	2,5	3	4					
		21	140	484	165	76	886				
		-21	280	1210	495	304	2268	30%	680,4		
4.3.2	Serviço de fotocópias	-1	2	2,5	3	4					
		4	30	507	228	111	880				
		-4	60	1267,5	684	444	2451,5	30%	735,45		
4.3.3	Serviço balcão de informação (receção)	-1	2	2,5	3	4					
		4	29	422	305	225	985				
		-4	58	1055	915	900	2924	40%	1169,6		
							índice	680,4	30%	204,12	
							<b>ÍNDICE FINAL</b>	<b>2070,51</b>			

Novembro 2017

## Comparação de resultados de 2015-2017

### Horário de frequência

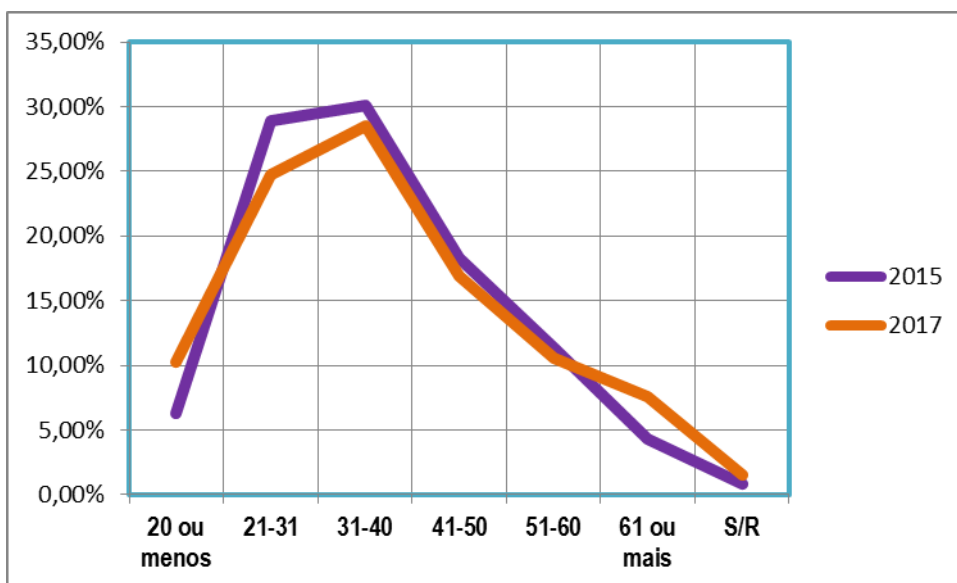
	8:30-10:30	10:30 - 12:30	12:30 - 14:30	14:30 - 16:30	16:30 - 19:30	S/R
2015	20,43%	29,40%	13,08%	18,80%	16,75%	1,54%
2017	20,62%	23,47%	12,57%	19,78%	21,96%	1,59%



Analisando o gráfico comparativo entre os resultados de frequência da Loja do Cidadão entre 2015 e 2017 denotamos que em 2017, no horário da manhã, entre as 10h30 e as 12h30, baixou de 29,40% para 23,47%. Em contrapartida, no horário das 16h30 às 19h30, a frequência de utentes aumentou de 16,75% para 21,96%.

## Faixa Etária

	20 ou menos	21-31	31-40	41-50	51-60	61 ou mais	S/R
<b>2015</b>	6,30%	28,90%	30,10%	18,30%	11,30%	4,30%	0,80%
<b>2017</b>	10,30%	24,70%	28,50%	16,90%	10,50%	7,60%	1,50%



Comparando os resultados das faixas etárias dos utentes que frequentam a Loja, entre o ano 2015 e o 2017, concluímos que os jovens até aos 20 anos passaram a utilizar mais os serviços disponíveis na loja, com um aumento de 4%. A frequência de adultos com mais de 60 anos a utilizar a Loja, também aumentou de 4,30% para 7,60%.



## **Conclusão:**

Pela realização deste inquérito conseguimos reunir informação que permitiu traçar o perfil do nosso utente e dos seus hábitos de frequência bem, como definir os níveis de fidelização, expectativa e satisfação quanto aos nossos serviços.

Da análise realizada, salientámos o confronto entre a dimensão mais problemática na Loja – os tempos de espera-, relativamente aos bons resultados em termos de satisfação global do atendimento. De facto, os períodos de maior afluência geram cada vez mais momentos de congestionamento, originando consequências menos propícias ao bom desenrolar da interação inerente ao serviço prestado, nomeadamente, o aumento dos tempos de espera e a exiguidade do espaço (falta de lugares sentados, desconforto térmico, excesso de ruído etc.). Afigura-se importante continuar a gerir este congestionamento através de medidas de organização de espaços de espera, aumentando o conforto dos utentes, reduzindo a sua perceção do tempo de espera.

Neste contexto, os nossos colaboradores assumem igualmente um papel fundamental de moderador de estados de espírito menos favoráveis, por via da empatia criada no decurso do atendimento. Os resultados abonatórios ao nível da simpatia, cortesia e educação dos colaboradores, bem como da qualidade da informação prestada, demonstram exatamente isto. A disponibilidade de ouvir e apoiar o utente, gera estados de satisfação e automaticamente, uma maior tolerância face aos aspetos menos favoráveis apontados anteriormente.

Todavia, este equilíbrio é difícil face à realidade, mas nunca devemos esquecer que a razão de ser da existência da Loja do Cidadão são os nossos utentes, pelo que devemos continuar a primar por um serviço de qualidade orientado para o cidadão, procurando continuamente reforçar os nossos pontos fortes.

Agradecemos a colaboração de todos.