

RESULTADOS DA AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DO CLIENTE - 2024

Abril, 2025



INFORMAÇÃO SOBRE O INQUÉRITO

Foi utilizado um questionário online (Google Forms), anónimo e confidencial, enviado a todos os clientes com endereço eletrónico.

O formato do inquérito manteve-se relativamente ao triénio (2021-2023), tendo apenas sido efetuadas duas alterações:

- Inserida uma questão relativa aos Serviços Online – Área de Cliente;
- Inserida uma questão relativa às medidas de contingência para a rega dos espaços verdes.

O inquérito foi enviado em janeiro de 2025, permanecendo disponível para resposta durante um período de 20 dias. No total, foi remetido a 14878 endereços de correio eletrónico.

OBJETIVOS

- Medir o nível de satisfação geral
- Identificar pontos fortes
- Detetar pontos de melhoria

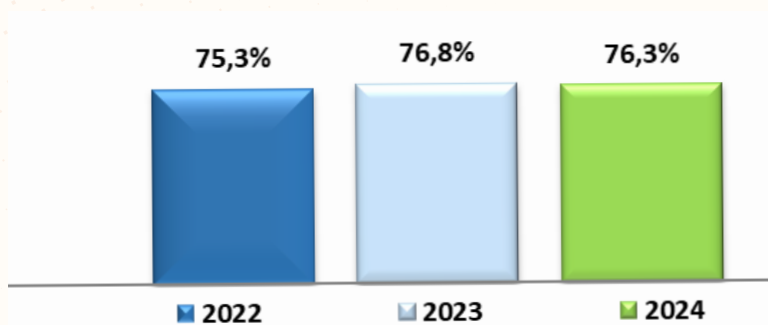
A DESTACAR

- Taxa de satisfação
- Evolução do NPS – EU
- Distribuição do nº de respostas
- Taxa de satisfação por áreas
- Análise de insatisfação
- Considerações finais

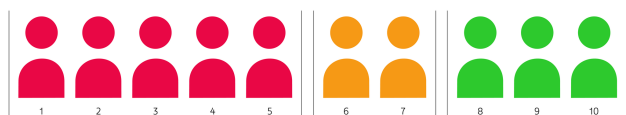
TAXA DE SATISFAÇÃO

A taxa de satisfação média foi determinada através da questão presente na primeira etapa, questão destinada à avaliação da satisfação geral com os serviços prestados pela empresa (numa escala de avaliação de 1 a 10).

Foram obtidas 931 respostas, tendo a taxa de satisfação média obtida de 76,3%, em linha com os resultados obtidos nos anos anteriores.



NPS - EU



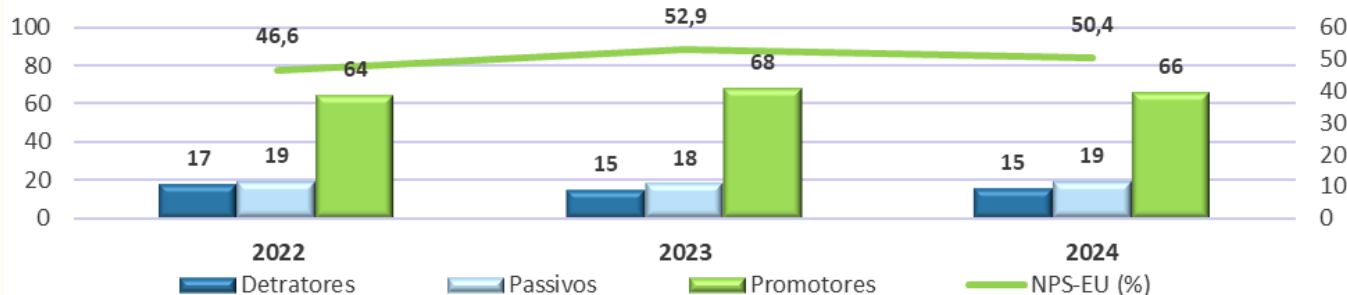
Net Promoter Score = ●% Promoters - ●% Detractors

EVOLUÇÃO DO NPS - EU

Esta metodologia permitiu ainda um cálculo adaptado do Net Promoter Score (NPS). Este índice mede a fidelidade do cliente face a uma empresa, com uma única pergunta "Qual a probabilidade de recomendar o seu produto ou serviço a outros". Neste caso, considera-se um cálculo adaptado, uma vez que a pergunta utilizada não foi a convencionalizada pelo NPS, mas sim "Como classifica a sua satisfação geral com os serviços prestados pela Tavoraverde".

Desta forma, utilizando o NPS-EU, o resultado obtido foi de 50,4%. O gráfico resume os resultados obtidos e compara-os com os anos anteriores.

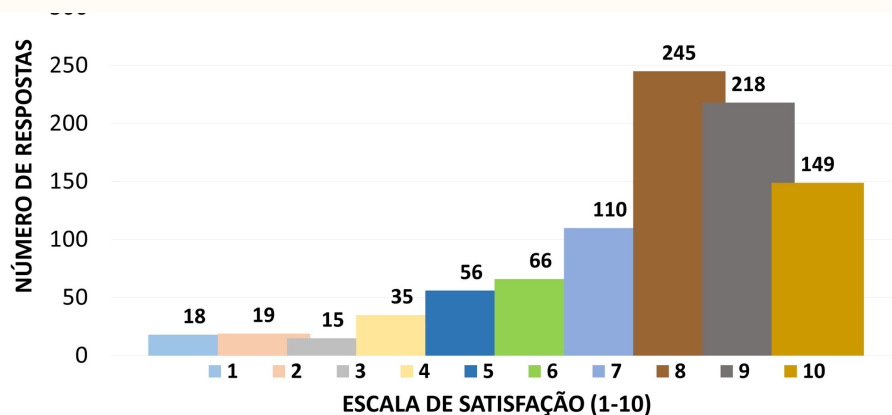
Evolução do NPS - EU (%)





DISTRIBUIÇÃO DO N° DE RESPOSTAS

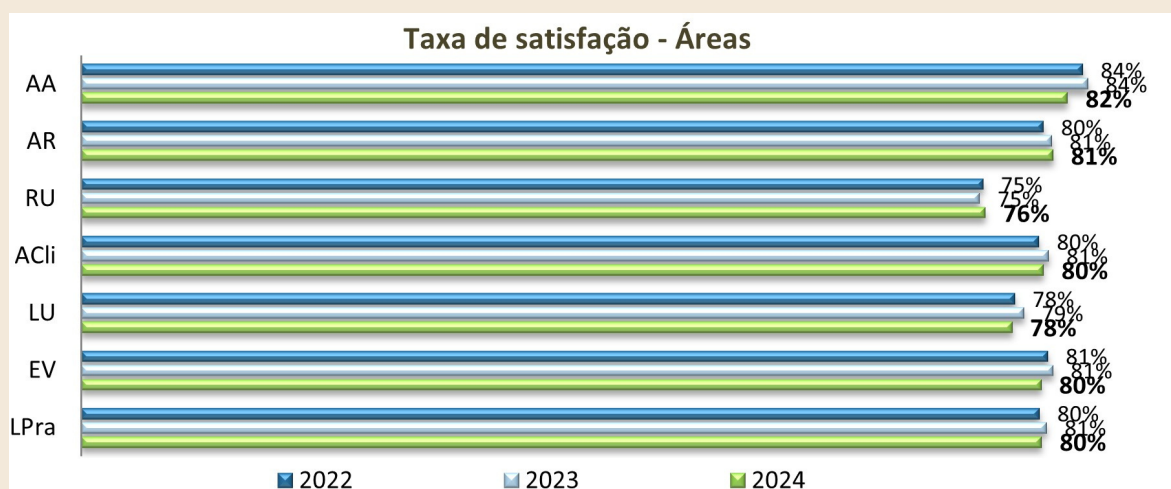
Na análise da distribuição do número de respostas pela escala de satisfação de 1 a 10, observa-se que as classes de satisfação 8 e 9 são as que apresentam um maior número de respostas, correspondentes a 50% do número de respostas totais.



TAXA DE SATISFAÇÃO POR ÁREAS

Analisando a taxa de satisfação por áreas e comparando com os 2 anos anteriores, para as áreas equivalentes, verifica-se que os resultados são muito similares.

Na globalidade, verifica-se que a taxa de satisfação média para cada área se situa genericamente entre os 75% e os 84%, valores considerados muito positivos.



ANÁLISE DA INSATISFAÇÃO



A análise das questões assinaladas como motivo de insatisfação, revela que a recolha de resíduos continua a ser a área com maior incidência de comentários, destacando-se a limpeza das zonas envolventes aos contentores, tendência que se mantém em linha com os resultados dos anos anteriores.

Estas situações resultam de deposições ilícitas por parte dos utilizadores do sistema, fenómeno que persiste apesar das campanhas de sensibilização e da disponibilização gratuita de serviços de recolha domiciliária de resíduos volumosos.

Outras áreas, como a limpeza urbana, a manutenção de espaços verdes e a limpeza de praias, também são objeto de comentários negativos, sobretudo no que diz respeito à qualidade e regularidade dos serviços prestados. No entanto, é igualmente reconhecido que as más práticas dos utilizadores contribuem significativamente para a degradação do serviço e para a perceção negativa da sua eficácia.

Para o abastecimento de água, as questões de falta de pressão são as mais expressivas, mas em número similar ao ano transato, pelo que não se identificam indícios de problemas estruturais na rede, nem de impactos diretos das medidas de mitigação da seca.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para reforço da comunicação com as partes interessadas, apostou-se na continuidade do desenvolvimento de campanhas promocionais, alusivas às temáticas mais sensíveis, em que é necessário influenciar os comportamentos do público. Assim, durante o ano de 2024, foi dada continuidade à divulgação das campanhas publicitárias “Concelho Limpo” e “Uso eficiente da Água” e criada a campanha para a Bandeira Azul “O Mar Precisa de Líderes – A Tua Praia é a Tua Causa”, divulgadas através de vários canais (outdoors, mupis, spots de rádio, redes sociais, etc.).

A avaliação global dos resultados dos inquéritos foi satisfatória, tanto ao nível da participação, bem como no que se refere ao grau geral de satisfação com a empresa, tendo-se obtido uma taxa de satisfação média do serviço de 76,3 %.

Relativamente à taxa de satisfação por área de intervenção, verifica-se também uma boa estabilidade dos resultados, sendo que todas as áreas obtiveram uma satisfação entre os 76 % e os 82%.

Em suma, os valores registados apresentam-se muito positivos, reconhecendo e premiando o trabalho desenvolvido pelas nossas equipas. A aposta da empresa passa pela contínua consolidação das metodologias, do serviço prestado e da nossa proposta de valor para o cliente, tendo em vista continuar a merecer a sua confiança e reconhecimento.

MUITO OBRIGADO PELA
PARTICIPAÇÃO

