



# ESTUDO DE AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DE CLIENTES EXTERNOS 2020

INSPEÇÃO-GERAL DAS ATIVIDADES CULTURAIS



REPÚBLICA  
PORTUGUESA  
CULTURA



IGAC INSPEÇÃO-GERAL  
DAS ATIVIDADES  
CULTURAIS



# **ESTUDO DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES EXTERNOS 2020**

**INSPEÇÃO-GERAL DAS ATIVIDADES CULTURAIS**

## **FICHA TÉCNICA**

**PROPRIEDADE E EDIÇÃO  
COORDENAÇÃO E TRATAMENTO DE DADOS**

INSPEÇÃO-GERAL DAS ATIVIDADES CULTURAIS  
IGAC | DSEIC

**DESIGN GRÁFICO**

IGAC | DSEIC

**ELABORAÇÃO**

LURDES AZEVEDO (IGAC | DSEIC)

**DATA DE PUBLICAÇÃO**

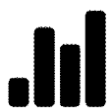
janeiro 2021

## ÍNDICE

---

	<b>LISTA DE GRÁFICOS E FIGURAS</b>	<b>4</b>
	<b>I. NOTA INTRODUTÓRIA</b>	<b>5</b>
	<b>II. OBJETIVOS</b>	<b>6</b>
	<b>III. METODOLOGIA</b>	<b>7</b>
	<b>IV. PRINCIPAIS RESULTADOS</b>	<b>9</b>
	<b>V. CARACTERIZAÇÃO DOS CLIENTES</b>	<b>10</b>
	<b>VI. SATISFAÇÃO COM OS SERVIÇOS ONLINE</b>	<b>11</b>
	<b>VII. SATISFAÇÃO COM O ATENDIMENTO PRESENCIAL</b>	<b>13</b>
	<b>VIII. AVALIAÇÃO DO SITE WWW.IGAC.PT</b>	<b>13</b>
	<b>IX. AVALIAÇÃO DA IMAGEM DO SITE WWW.IGAC.PT</b>	<b>15</b>
	<b>X. ANEXO   QUESTIONÁRIO</b>	<b>17</b>

---



## LISTA DE GRÁFICOS E FIGURAS

### GRÁFICOS

<b>GRÁF. 1</b> – Distribuição dos clientes por faixa etária, em 2020 (%)	<b>10</b>
<b>GRÁF. 2</b> – Procura dos serviços online, em 2020 (%)	<b>12</b>
<b>GRÁF. 3</b> – Taxa média de satisfação de qualidade do serviço procurado, em 2020 (%)	<b>12</b>
<b>GRÁF. 4</b> – Percentagem de utilização de serviços online, em 2020 (%)	<b>13</b>
<b>GRÁF. 5</b> – Frequência de utilização/ visitas ao site, em 2020 (%)	<b>14</b>
<b>GRÁF. 6</b> – Grau de satisfação em relação ao site, por critérios, em 2020 (%)	<b>15</b>
<b>GRÁF. 7</b> – Satisfação global relativamente ao site da IGAC, em 2020 (%)	<b>16</b>

### FIGURAS

<b>FIG. 1</b> – Modelo GAP ou modelo concetual da qualidade	<b>10</b>
<b>FIG. 2</b> – Ranking de procura de serviços, em 2020 (%)	<b>11</b>



## I. NOTA INTRODUTÓRIA

O estudo em apreço tem por objetivo avaliar a satisfação dos clientes externos/cidadãos da Inspeção-Geral das Atividades Culturais (IGAC), possibilitando assim medir a qualidade de serviço que a IGAC transmite aos seus destinatários.

O ano 2020, fruto da pandemia COVID-19, desafiou em elevado grau a capacidade de resposta da IGAC nos serviços online, em contraste com o atendimento presencial, que apenas funcionou, regulamente, até março de 2020.

O questionário realizado é um instrumento que permite conhecer o sentimento e expectativa dos clientes e, nessa sequência, planejar modelos de resposta adequados às suas perceções e expectativas, nas diferentes áreas de intervenção da IGAC.

Permite, deste modo, o incremento da qualidade na prestação de serviços, o qual pode e deve partir, em primeiro lugar, do escrutínio dos clientes/cidadãos em relação ao tratamento que a IGAC confere às respetivas solicitações.

A metodologia seguida, de avaliar os serviços através de sondagem aos clientes/cidadãos, é um exercício periódico que deve existir muito para além de qualquer imposição legal, pois a prestação de contas exige da IGAC persistência, empenho e transparência na sua relação com o exterior.

Por outra via, a modernização dos serviços públicos, onde a IGAC se inclui, conduz a que os resultados apurados funcionem, também, como um estímulo reengenharia de processos e melhoria contínua dos serviços que presta.

O objetivo em causa está refletido no Plano de Atividades de 2020, na Atividade 31 - *Promover a satisfação dos clientes da IGAC* - enquadrada no Eixo Estratégico II - *Aproximar a IGAC dos clientes* - e no Objetivo Estratégico 3 - *Promover a qualidade e satisfação dos clientes*.

Por último, sublinhar que só com pessoas empenhadas é possível caminhar na perseguição da excelência e a IGAC, enquanto serviço público, deve exigir de si mesma o objetivo de alcançar um grau muito elevado de satisfação dos seus destinatários, especialmente em épocas muito difíceis onde a ansiedade e a velocidade dos tempos exigem respostas rápidas e com qualidade.



## II. OBJETIVOS

### Gerais

- Incrementar a qualidade dos serviços prestados pela IGAC.
- Aumentar a satisfação dos cidadãos-clientes com os serviços prestados.
- Construir e melhorar a confiança na IGAC através da implementação de processos transparentes e monitorizáveis.
- Melhorar continuamente os processos, no sentido da certificação da sua qualidade.
- Medir a eficiência e qualidade.
- Melhorar a nova cultura de gestão que envolve os clientes (internos e externos).
- Criar condições para prever as necessidades e expectativas dos clientes (internos e externos).
- Melhorar os mecanismos de gestão de elogios e sugestões.
- Melhorar o apoio ao cidadão-cliente, no seu contacto com os serviços.

### Específicos

- Avaliar a qualidade dos serviços prestados.
- Quantificar as áreas de atuação utilizadas.
- Percecionar a imagem externa da organização.
- Identificar áreas de melhoria.



### III. METODOLOGIA

#### Estrutura do Inquérito

O estudo efetuado teve por base o inquérito que decorreu durante o mês de dezembro de 2020 até ao dia 20 de janeiro de 2021. Diferentemente do estudo efetuado no ano anterior (2019), só foi possível efetuar este inquérito via online para o e-mail de 973 clientes externos da IGAC com um link de acesso ao questionário online, o qual contou com uma participação de 124 clientes, o que corresponde a 12,75%.

No questionário online de 2020, as questões colocadas mantiveram-se as mesmas do ano 2019, relativamente ao nível do grau de satisfação com os serviços online objeto de procura, com os meios de contacto disponibilizados e com a performance geral da IGAC.

No que concerne às perguntas de resposta fechada, foram considerados 4 tipos de classificação (por ordem decrescente): “Satisfaz Plenamente”, “Satisfaz Bem”, “Satisfaz Pouco” e “Não Satisfaz”. A este nível, importa referir que, em termos de análise, uma resposta positiva varia entre “Satisfaz Plenamente” e “Satisfaz Bem”.

O inquérito online assenta numa amostra, pouco representativa, de 124 inquiridos em 973 alvo de desafio, com recurso ao método de amostragem não-probabilística.

#### Estrutura do documento

O estudo encontra-se estruturado de acordo com a seguinte lógica:

- Resumo dos principais resultados apurados, para uma rápida identificação dos aspetos mais relevantes do estudo. A informação qualitativa - pontos fortes e fracos e sugestões dos clientes - encontra-se listada, dada a sua relevância para a tomada de decisões.
- Breve caracterização social da procura externa dos serviços, visando um melhor conhecimento dos clientes/ utilizadores externos da IGAC.
- Apresentação da *Oferta de serviços* por grau de utilização pelo clientes externos e avaliação da satisfação por tipo de serviço, que permitirá compreender as áreas de intervenção da IGAC que carecem de uma atenção suplementar.

- Avaliação da importância do *website* enquanto canal institucional privilegiado de comunicação, pela utilidade deste instrumento enquanto referência para os vários *stakeholders* da IGAC.
- Avaliação da imagem da IGAC, resultante do encontro entre as expectativas dos clientes face aos serviços (utilizadores externos) e a perceção institucional das necessidades dos clientes, de forma a aferir até que ponto a IGAC consegue satisfazer as necessidades dos seus utilizadores.
- Recomendações emitidas em função dos resultados apurados, que devem ser acauteladas pela Direção da IGAC aquando do exercício da tomada de decisão.

## Modelo de avaliação da satisfação do cliente – Modelo GAP

O estudo foi elaborado tendo por referência o “modelo GAP” (*vide* Fig. 1), de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), que mede a qualidade dos serviços através de 5 situações de discrepância (ou *gap*):

- Entre a expectativa do cliente e a perceção da organização sobre essa expectativa (por não conhecer os clientes) – *Gap 1*.
- Entre a perceção dos gestores da organização quanto às expectativas dos clientes e a transformação dessas expectativas em normas que regulem a prestação de serviços e termos de qualidade (por normas inadequadas ou inexistentes) – *Gap 2*.
- Entre o serviço fornecido ao cliente e as normas e especificações da empresa (por deficiência no desempenho do serviço) – *Gap 3*.
- Entre o serviço prestado e a promessa realizada pela comunicação externa (por desvio entre o prometido e o prestado) – *Gap 4*.
- Entre a expectativa do cliente e a sua perceção do serviço, traduzindo a satisfação do cliente (por desvio entre as expectativas e perceções) – *Gap 5*.

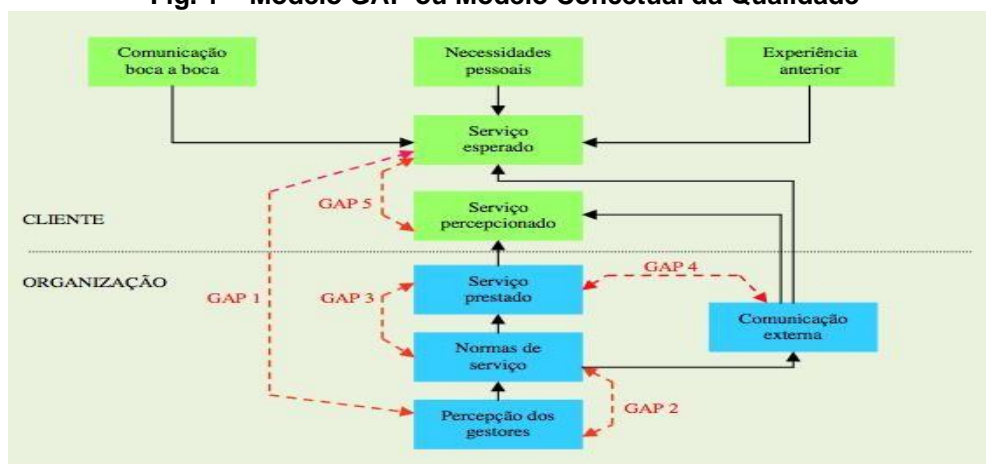
O *Gap 5* é o único que se encontra associado ao consumidor, já que os outros estão associados à organização, constituindo o pilar do modelo, podendo derivar de qualquer dos outros *gaps* e daí que este modelo de qualidade dos serviços possa ser expresso através da seguinte fórmula:

$$\text{Gap 5} = f(\text{Gap 1}, \text{Gap 2}, \text{Gap 3}, \text{Gap 4}, \text{Gap 5})$$



Daqui resulta que se a organização corrigir os desvios dos *Gaps* 1 a 4, então melhorará significativamente o *Gap* 5, aumentando a satisfação do cliente com a prestação do desempenho pela organização.

Fig. 1 – Modelo GAP ou Modelo Conceitual da Qualidade



Fonte: Adaptado de Parasuraman *et al.* (1985:40)



## IV. PRINCIPAIS RESULTADOS

- A maioria dos indicadores de 2020 situa-se ao nível dos valores registados em 2019 (ano do último estudo de avaliação).
- A taxa de satisfação global dos clientes externos em 2020 é de 86%.
- A taxa média de satisfação com a qualidade dos serviços tem um valor de 81,25% para 2020.
- A taxa média de satisfação em relação ao *website* da IGAC é de, em 2020, em 80%.
- Os serviços mais utilizados em 2020, mantiveram-se a comunicação de espetáculos de natureza artística e o registo de obras literárias e artísticas (e direitos conexos).



## V. CARACTERIZAÇÃO DOS CLIENTES

No estudo efetuado em 2020, os clientes externos da IGAC caracterizam-se por:

### Em género:



(sexo feminino) **52,5%**,

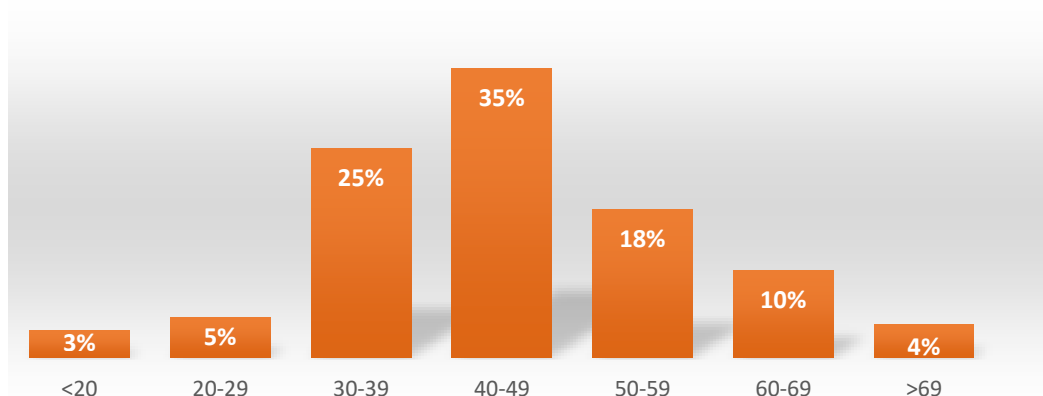


(sexo masculino) **47,5%**,

Tal como em 2019, mantem-se a predominância do sexo feminino na procura dos serviços da IGAC.

A faixa etária predominante, é a dos clientes que apresentam idades compreendidas entre os 40-49 anos, com 34%, seguida da faixa etária dos 30 - 39 anos com 25%. A distribuição dos clientes por faixa etária em 2020 (*vide* Gráf. 1) regista, relativamente a 2019, um decréscimo de 5,60 p.p. na categoria entre os 40-49 anos e um acréscimo de 7,18 p.p. para os 30 - 39 anos (*vide* Gráf. 1).

**GRÁF. 1 – Distribuição dos clientes por faixa etária, em 2020 (%)**





## VI. SATISFAÇÃO COM OS SERVIÇOS ONLINE

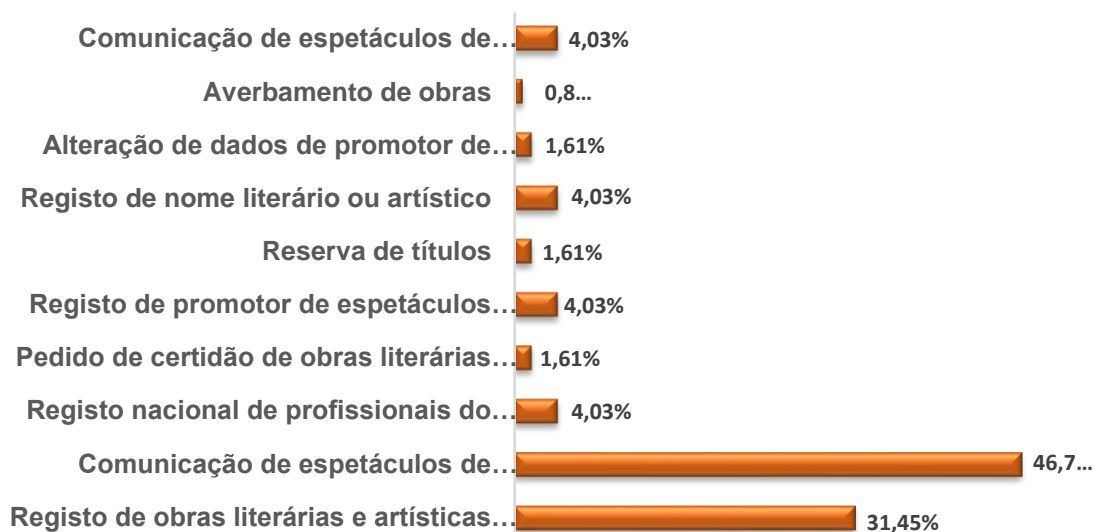
Em 2020, o **serviço online mais utilizado** pelos clientes externos da IGAC respondentes, foi novamente o de **comunicação de espetáculos de natureza artística** com **46,77%** da procura total de serviços, seguindo-se o **registo de obras literárias e artísticas (e direitos conexos)** com **33%** (vide Fig. 2) e (Graf.2). Os restantes serviços não manifestaram expressão significativa.

Os dados obtidos foram relativamente aos 12 serviços online (vide Graf. 2);

**FIG. 2 – Ranking da procura de serviços online, em 2020 (%)**

<b>1</b>	Comunicação de espetáculos de natureza artística	<b>46,77%</b>
<b>2</b>	Registo de obras literárias e artísticas (e direitos conexos)	<b>31,45%</b>
<b>3</b>	Registo de nome literário ou artístico	<b>4,03%</b>
<b>3</b>	Comunicação de espetáculos de natureza artística promovidos por promotores ocasionais	<b>4,03%</b>
<b>3</b>	Registo de promotor de espetáculos de natureza artística	<b>4,03%</b>
<b>3</b>	Registo nacional de profissionais do setor das atividades artísticas, culturais e do espetáculo	<b>4,03%</b>
<b>4</b>	Pedido de certidão de obras literárias ou artísticas	<b>1,61%</b>
<b>4</b>	Reserva de títulos	<b>1,61%</b>
<b>4</b>	Alteração de dados de promotor de espetáculos de natureza artística	<b>1,61%</b>
<b>5</b>	Averbamento de obras	<b>0,81%</b>

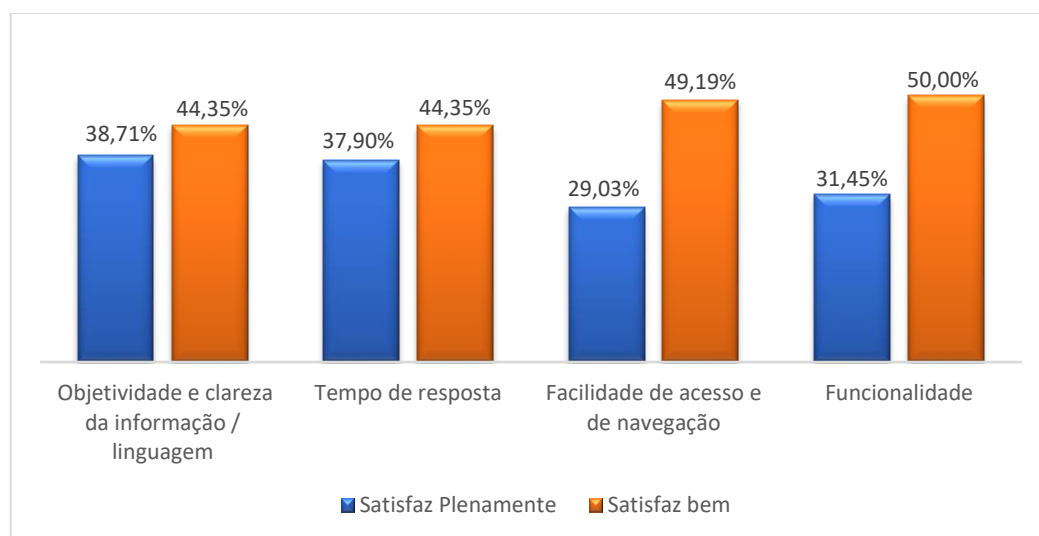
GRÁF. 2 – Procura de serviços online, em 2020 (%)



Relativamente ao nível de satisfação por serviço prestado constata-se que:

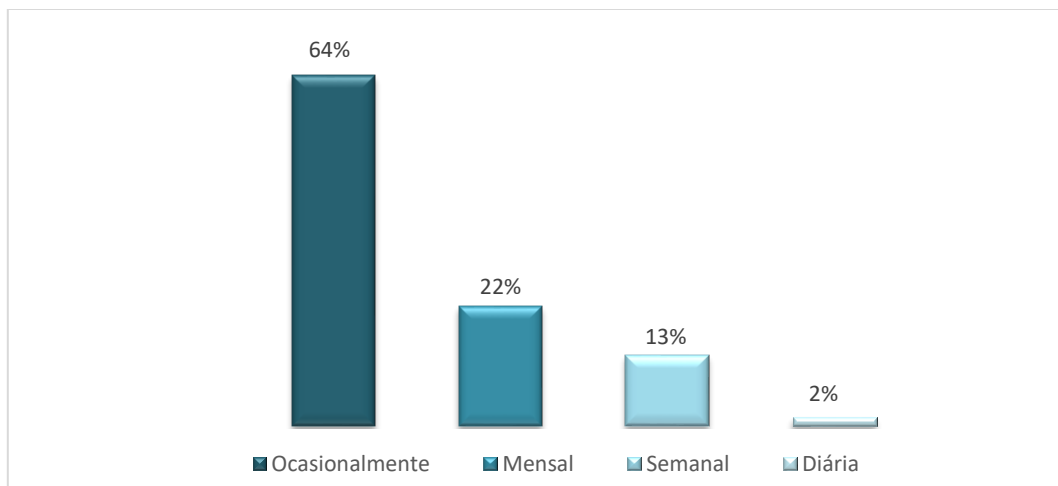
- Todos os serviços online procurados apresentaram uma taxa média de satisfação – calculada a partir da avaliação de 4 critérios: (a) objetividade e clareza da informação/linguagem, (b) tempo de resposta, (c) facilidade de acesso e de navegação e (d) funcionalidade (*vide* GRÁF. 3).
- A Satisfação Média com a Qualidade dos Serviços Online foi de **81,25%**.

GRÁF. 3– Taxa média de satisfação da qualidade do serviço procurado, em 2020 (%)



Também se verificou que **64%** da utilização **dos serviços online**, ocorre **ocasionalmente**, sendo esta a percentagem mais elevada;

**GRÁF. 4 – Percentagem de utilização dos serviços online, em 2020**



## VII. SATISFAÇÃO COM O ATENDIMENTO PRESENCIAL

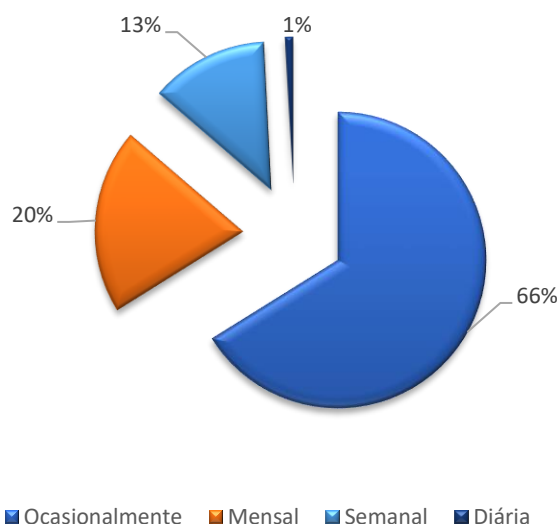
Devido à Pandemia da COVID-19, não foi possível efetuar em 2020 o questionário de satisfação de atendimento presencial, uma vez que apenas teve lugar por marcação, que foi muito residual.



## VIII. AVALIAÇÃO DO SITE [WWW.IGAC.PT](http://WWW.IGAC.PT)

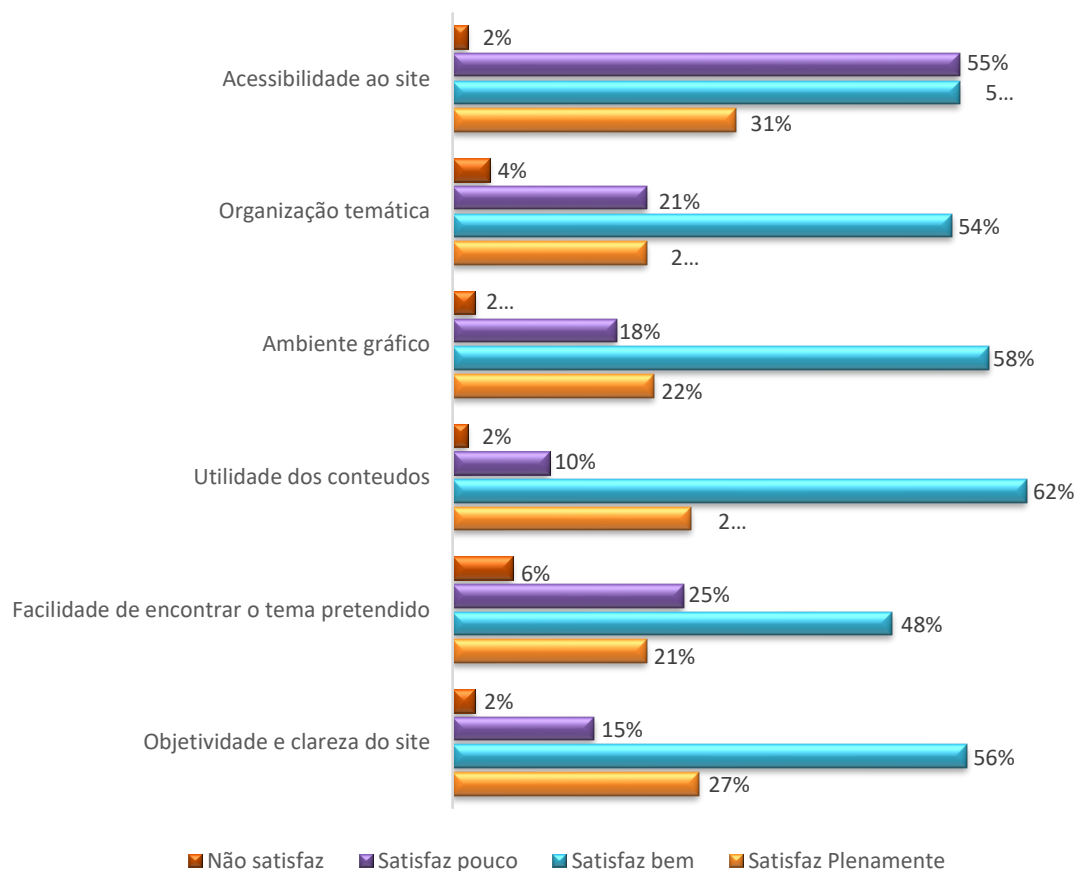
No estudo efetuado, foi possível apurar que cerca de **66%** dos clientes que utilizam o *website* da IGAC, fazem-no **ocasionalmente**.

GRÁF. 5 – Frequência de utilização / visitas ao *síte*, em 2020 (%)



Após análise dos resultados apurados por critério (*vide* Gráf. 6), concluiu-se que a taxa de satisfação média relativamente ao *website* é de **80%**, sendo inferior à de 2019, que foi de **85%**, situação que se justifica pela quebra dramática da atividade cultural, pelas razões amplamente conhecidas.

GRÁF. 6 – Grau de satisfação em relação ao site, por critério, em 2020 (%)

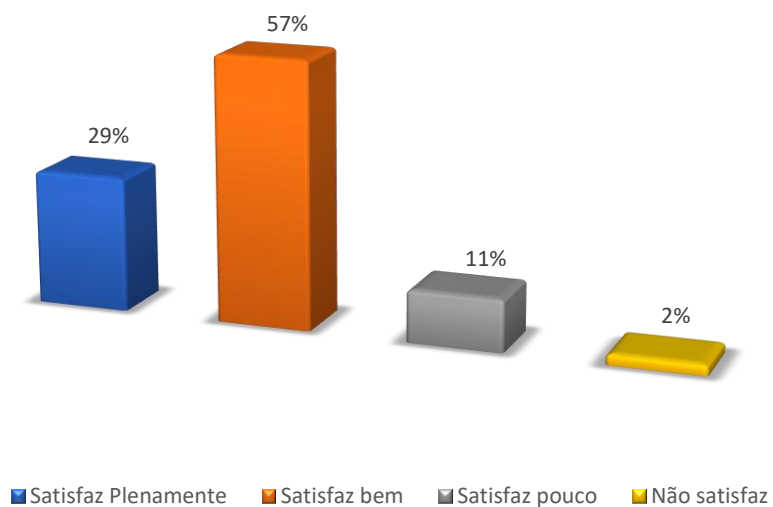


## IX. AVALIAÇÃO DA IMAGEM DO SITE DA IGAC

O estudo em 2020 permitiu apurar os seguintes resultados:

- A **avaliação da imagem do site do organismo**, percecionada pelos utilizadores externos, **86%** dos inquiridos avaliou-a de forma positiva. Também é observável o destaque da classificação **Satisfaz bem** com **57%** (vide Gráf. 7).

GRÁF. 7 – Satisfação global relativamente ao site da IGAC, em 2020 (%)



- Relativamente à **avaliação global da organização**, detetou-se uma taxa média elevada cifrada nos **86%**.





## X. ANEXO I

### QUESTIONÁRIO



1. CARACTERIZAÇÃO DOS CLIENTES - Idade\*

Indique, por favor, a sua faixa etária:

- < 20
- 20 - 29
- 30 - 39

1.1. CARACTERIZAÇÃO DOS CLIENTES - Género\*

Indique, por favor, o seu género:

- Feminino
- Masculino

2 de 9

1.1. CARACTERIZAÇÃO DOS CLIENTES - Género\*

Indique, por favor, o seu género:

- Feminino
- Masculino

2 de 9

**2. SERVIÇOS ONLINE - Utilização\***

De entre os Serviços Online abaixo indicados, prestados pela IGAC, indique qual ou quais mais utilizou em 2020:

- Registo de obras literárias e artísticas (e direitos conexos)
- Averbamento de obras
- Registo de nome literário ou artístico
- Pedido de certidão de obras literárias ou artísticas
- Consulta de registos
- Registo nacional de profissionais do setor das atividades artísticas, culturais e do espetáculo

← ANTERIOR PRÓXIMO →

3 de 9

- Registo nacional de profissionais do setor das atividades artísticas, culturais e do espetáculo
- Averbamento ao registo nacional de profissionais
- Registo de promotor de espetáculos de natureza artística
- Alteração de dados de promotor de espetáculos de natureza artística
- Comunicação de espetáculos de natureza artística
- Comunicação de espetáculos de natureza artística promovidos por promotores ocasionais
- Reserva de títulos

← ANTERIOR PRÓXIMO →

3 de 9

**2.1. SERVIÇOS ONLINE - Qualidade\***

Em relação aos serviços selecionados e no âmbito de interação com a IGAC, indique o seu grau de satisfação em relação aos seguintes parâmetros:

	Satisfaz plenamente	Satisfaz bem	Satisfaz pouco	Não satisfaz
Objetividade e clareza da informação / linguagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tempo de resposta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facilidade de acesso e de navegação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Funcionalidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

← ANTERIOR PRÓXIMO →

4 de 9

**2.2. SERVIÇOS ONLINE - Frequência de utilização\***  
Indique, por favor, a frequência de utilização:

Diária     Semanal     Mensal  
 Ocasional

← ANTERIOR    PRÓXIMO →

5 de 9

**3. SITE INSTITUCIONAL - Satisfação\***  
Indique, o seu grau de satisfação em relação aos seguintes parâmetros:

	Satisfaz plenamente	Satisfaz bem	Satisfaz pouco	Não satisfaz
Objetividade e clareza de conteúdos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facilidade de encontrar o tema pretendido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilidade dos conteúdos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

← ANTERIOR    PRÓXIMO →

6 de 9

**3. SITE INSTITUCIONAL - Satisfação\***  
Indique, o seu grau de satisfação em relação aos seguintes parâmetros:

	Satisfaz plenamente	Satisfaz bem	Satisfaz pouco	Não satisfaz
Utilidade dos conteúdos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ambiente gráfico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organização temática	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acessibilidade ao Site	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

← ANTERIOR    PRÓXIMO →

6 de 9

3.1. SITE INSTITUCIONAL - Frequência de consulta\*

Indique, por favor, a frequência da consulta / visita:

Diária     Semanal     Mensal

Ocasional

← ANTERIOR    PRÓXIMO →

7 de 9

This screenshot shows a survey question on a green background with a hand pointing at a progress bar. The question asks for the frequency of website consultation. There are four radio button options: Diária, Semanal, Mensal, and Ocasional. Navigation buttons for 'ANTERIOR' and 'PRÓXIMO' are visible, along with a progress indicator showing '7 de 9'.

Questionário de Avaliação da Satisfação  
dos Clientes da IGAC - 2020

Obrigado pela sua colaboração!

← ANTERIOR    ENVIAR

9 de 9

This screenshot shows the final slide of the survey. It features a white box with the title 'Questionário de Avaliação da Satisfação dos Clientes da IGAC - 2020' and a green message 'Obrigado pela sua colaboração!'. Navigation buttons for 'ANTERIOR' and 'ENVIAR' are present, and the progress indicator shows '9 de 9'.