

RELATÓRIO DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES EXTERNOS DA DIREÇÃO DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS | 2024

Maio 2025



FICHA TÉCNICA

TÍTULO

Relatório de Satisfação dos Clientes Externos da Direção de Comunicação e Relações Públicas | 2024

PROPRIEDADE

Serviços Partilhados do Ministério da Saúde, E.P.E.

AUTOR e PAGINAÇÃO

Direção de Planeamento e Desenvolvimento Organizacional (DPDO)

Núcleo de Planeamento, Qualidade e Responsabilidade Social (NPQRS)

CONTACTOS

Morada: Avenida da República 61

1050-099 Lisboa

Tel.: 21 154 5600

E-mail: dpdo@spms.min-saude.pt

www.spms.min-saude.pt

CONTROLO DE PUBLICAÇÕES

Versão	Autor	Verificador	Aprovador	Data aprovação
V1.0	NPQRS	DPDO	CA	

APROVAÇÃO

Em reunião de CA de 21/05/2025.

ÍNDICE

1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	5
2. PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS	7
2.1. Caracterização do público-alvo	9
3. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	10
3.1. Qualidade geral dos serviços prestados	11
3.2. Portal do SNS	11
3.3. Newsletters	12
3.4. Criação de site da Entidade pela SPMS	12
3.5. Eventos organizados pela SPMS.....	13
3.6. Elaboração e produção de materiais gráficos	14
3.7. Gestão das redes sociais do SNS	15
3.8. Campanhas de comunicação.....	15
3.9. Análise do indicador NPS.....	16
3.10. Relatos de experiências positivas	16
4. PISTAS DE MELHORIA	17
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	18
ANEXOS.....	19
QUESTIONÁRIO DE SATISFAÇÃO – DCRP	20

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Caracterização do público-alvo.....	9
Tabela 2 – Distribuição das respostas por categorias do indicador NPS.....	16

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Cronograma de atividades.....	8
Figura 2 – Pistas de melhoria	17

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Média de satisfação global	10
Gráfico 2 – Média de satisfação por dimensão avaliada.....	10
Gráfico 3 – Média de satisfação por fator – dimensão Qualidade.....	11
Gráfico 4 – Média de satisfação por fator – dimensão Portal SNS	11
Gráfico 5 – Média de satisfação por fator – dimensão <i>Newsletters</i>	12
Gráfico 6 – Média de satisfação por fator – dimensão Criação de site da Entidade pela SPMS.....	12
Gráfico 7 – Média de satisfação por fator – dimensão Eventos	13
Gráfico 8 – Média de satisfação por fator – dimensão Materiais gráficos	14
Gráfico 9 – Média de satisfação por fator – dimensão Redes Sociais SNS.....	15
Gráfico 10 – Média de satisfação por fator – dimensão Campanhas de Comunicação.....	15

GLOSSÁRIO DE SIGLAS & ACRÓNIMOS

CA	Conselho de Administração
DCRP	Direção de Comunicação e Relações Públicas
DPDO	Direção de Planeamento e Desenvolvimento Organizacional
MS	Ministério da Saúde
NPQRS	Núcleo de Planeamento, Qualidade e Responsabilidade Social
NPS	<i>Net Promotor Score</i>
P&S	Produtos e Serviços
SNS	Serviço Nacional de Saúde

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

A metodologia de avaliação da satisfação dos clientes constitui uma boa prática das entidades que pretendem aferir e melhorar o alinhamento entre os serviços prestados e as necessidades e expectativas dos seus clientes, numa lógica de melhoria contínua. Trata-se de um procedimento que decorre da gestão estratégica e operacional das organizações, a partir do qual, nos últimos anos, a SPMS – Serviços Partilhados do Ministério da Saúde, E.P.E. (doravante SPMS) tem preconizado as suas ações.

No âmbito das atribuições da Direção de Planeamento e Desenvolvimento Organizacional (doravante DPDO), de acordo com o Regulamento Interno (aprovado em 11 de novembro de 2023 e homologado em 30 de novembro de 2023 disponível em: <https://www.spms.min-saude.pt/instrumentos-de-gestao>), é da sua responsabilidade assegurar a monitorização dos níveis de satisfação dos clientes internos e externos, bem como a promoção e implementação de atividades de melhoria contínua, em articulação com a Unidade de Gestão de Clientes e Desenvolvimento Sustentável e com as direções e unidades que constituem os serviços partilhados da SPMS, E.P.E.

Assim, numa lógica de melhoria contínua dos serviços prestados, foram aplicados, no total, 183 questionários de avaliação da satisfação aos clientes da Direção de Comunicação e Relações Públicas (doravante DCRP), com o objetivo de aferir a sua satisfação em relação ao desempenho e aos serviços disponibilizados por esta Direção, tendo por referência o ano 2024.

No âmbito da presente avaliação de satisfação foram consideradas as seguintes dimensões:

- Qualidade geral dos serviços prestados;
- Portal do SNS;
- Newsletters;
- Criação de sites pela SPMS;
- Eventos organizados pela SPMS;
- Desenvolvimento e produção de materiais gráficos;
- Gestão das redes sociais do SNS;
- Campanhas de comunicação do SNS;
- Satisfação global;
- Índice *Net Promotor Score* (NPS).

Os grandes objetivos que estão na égide do desenvolvimento deste relatório, são:

- Aferir o grau de satisfação com os serviços prestados pela DCRP no ano de 2024;
- Identificar os aspetos positivos e os aspetos que suscitam maior preocupação na interação destas áreas funcionais com os clientes externos;
- Sinalizar eventuais sugestões de melhoria e/ou aspetos menos positivos, apresentando uma proposta de ação e de melhoria contínua para os problemas identificados.

Da aplicação dos questionários, apurou-se¹ o seguinte:

- A média de satisfação global é de 4,63 (numa escala de 1 a 6 valores), situando-se este valor no intervalo positivo da escala (≥ 4 valores), mais especificamente no nível “ligeiramente satisfeito”.
- O desenvolvimento e produção de materiais gráficos regista a média de satisfação mais elevada (5,64);
- A gestão das redes sociais apresenta uma média de satisfação de 5,18;
- As campanhas de comunicação do SNS registam uma média de satisfação de 5,10;
- A organização de eventos e a elaboração de *newsletters* apresentam médias de satisfação de 5,09 e 5,08, respetivamente.
- A qualidade geral dos serviços prestados regista uma média de satisfação de 4,85;
- O portal do SNS apresenta uma média de 4,78;
- A criação de sites pela SPMS constitui a dimensão com menor média de satisfação (4,22).

Através dos procedimentos metodológicos implementados, foi possível apurar com maior detalhe as áreas que refletem um menor nível de satisfação por parte dos clientes da DCRP e assim, identificar prioridades de intervenção, que se prendem diretamente com:

- A criação de *sites* para as Entidades do MS, designadamente no que respeita a fatores como o *design* e o *webdesign*,
- O portal do SNS, nomeadamente o suporte à utilização e a sugestão de maior divulgação de boas práticas no âmbito da sustentabilidade no setor da Saúde;
- A qualidade geral do serviço prestado pela DCRP mais especificamente no que respeita à resolução de problemas/questões e a articulação/proximidade com as ULS.

O presente documento está organizado em quatro partes. A primeira dá a conhecer os pressupostos metodológicos. A segunda parte destina-se à apresentação dos resultados do questionário. A terceira parte apresenta as pistas de melhoria alinhadas com os resultados da análise dos questionários de satisfação e, por último, a quarta parte destina-se às considerações finais.

¹ Na medida em que não foi verificado o critério de representatividade estatística da amostra, os resultados apresentados no presente relatório não podem ser generalizados à população dos clientes da CCS, pelo que devem ser interpretados com reservas.

2. PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS

A avaliação da satisfação dos clientes externos da DCRP iniciou-se com a fase de planeamento e conceção das atividades a desenvolver, designadamente:

- a) a conceção da metodologia e a preparação do cronograma das atividades a desenvolver;
- b) a articulação com a DCRP no sentido de definir e validar o conteúdo dos questionários.

O modelo de questionário encontra-se disponível para consulta, no Anexo I do presente relatório. O questionário é composto por questões de resposta fechada e obrigatória (quantitativa) e por questões de resposta aberta e facultativa, para formulação de comentários, no sentido de complementar a avaliação quantitativa.

Numa perspetiva de melhoria contínua, foram implementadas alterações tanto na estrutura do questionário bem como na escala de avaliação utilizada. Desta forma, foi adotada uma escala do tipo *Likert* com 6 níveis de avaliação, em que 1 representa uma avaliação mais negativa e 6 uma avaliação mais positiva. A conceção da escala garantiu também a opção de resposta neutra “Não responde/Não se aplica”. Estas alterações marcam, assim, o início de um novo ciclo de avaliação, sendo doravante garantida a comparabilidade anual dos resultados.

Concluída a fase de planeamento e conceção das atividades, seguiu-se a fase de **desenvolvimento**, marcada pela apresentação dos pressupostos metodológicos para validação superior.

Com a aprovação da metodologia de trabalho pelo Conselho de Administração (CA), procedeu-se, ao carregamento do questionário na plataforma *Microsoft Forms*. Paralelamente, foi definida a amostra, sendo composta pela totalidade dos clientes da DCRP.

Seguiu-se a fase de **lançamento** dos inquéritos e recolha de dados.

O envio dos questionários aos clientes externos da DCRP, foi assegurado pela SPMS com a colaboração da própria Direção. Importa ainda referir que a resposta ao questionário era de natureza confidencial e anónima.

A recolha de dados ocorreu entre os dias 24 de março e 17 de abril de 2025, período em que o questionário esteve disponível *online* para preenchimento.

Terminado o prazo de resposta, seguiu-se a fase de **tratamento e sistematização dos resultados**. Nesta fase, foi efetuada uma análise ao universo de inquiridos, apurada a taxa de resposta, com identificação dos inquéritos válidos, verificada a representatividade da amostra recolhida e analisadas as respostas quantitativas bem como qualitativas.

Os dados foram organizados de forma sistematizada e objetiva, materializados no presente relatório, aprovado pelo Conselho de Administração da SPMS.

Apresenta-se, na figura infra, o cronograma ilustrativo das atividades decorridas:

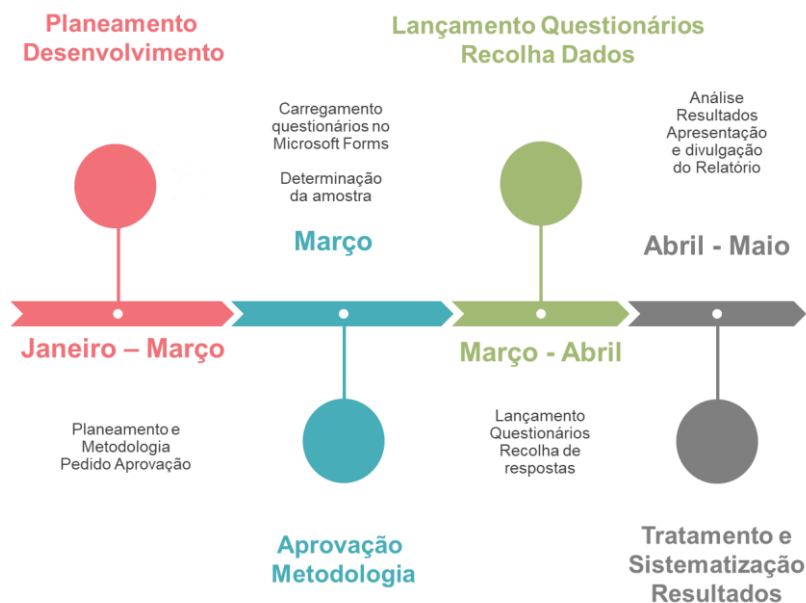


Figura 1 – Cronograma de atividades

2.1. CARACTERIZAÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

Público-alvo	Universo da população	Nº questionários enviados	Nº questionários entregues ²	Respostas válidas	Taxa de resposta	Representatividade de amostra ³
Clientes DCRP	183	183	182	24	13,19 %	Não

Tabela 1 – Caracterização do público-alvo

Dos 183 questionários enviados, 182 foram efetivamente entregues, sendo este o universo considerado a partir do qual foi calculada a taxa de resposta. Quanto aos dados recolhidos, foram rececionadas 24 respostas, todas contabilizadas como válidas. Desta forma, a taxa de resposta aferida é de 13,19%.

No entanto, importa referir que, atendendo ao número de respostas rececionadas, versus o universo da população, não se verifica a representatividade estatística sendo a margem de erro, para um grau de confiança de 95%, superior a 5%. Por conseguinte, os dados recolhidos em matéria de satisfação não podem ser generalizados ao universo dos clientes desta Direção.

Não obstante, decidiu-se proceder a uma análise quantitativa dos resultados de forma a tecer uma visão, ainda que meramente indicativa, da perceção dos clientes quanto aos serviços prestados pela DCRP. Assim, esta análise tem por objeto apoiar as equipas na identificação de oportunidades de melhoria de forma a responder, cada vez melhor, às necessidades e expectativas dos seus clientes.

² O número de questionários entregues foi determinado a partir do relatório gerado pela plataforma e-goi usada para o envio dos e-mails aos clientes externos da DCRP.

³ Com margem de erro de 5% para um grau de confiança de 95%.

3. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

O questionário de avaliação de satisfação foi enviado a um grupo de destinatários previamente identificados pela DCRP e que corresponde aos interlocutores com os quais esta Direção interagiu, no âmbito das suas atividades no decurso do ano de 2024.

Tal como se pode verificar pela análise do Gráfico 1, a média de satisfação global aferida para os clientes da DCRP é de 4,63 (numa escala de 1 a 6 valores), encontrando-se este resultado no intervalo positivo da escala (≥ 4 valores), mais especificamente no intervalo correspondente ao nível “ligeiramente satisfeito”.

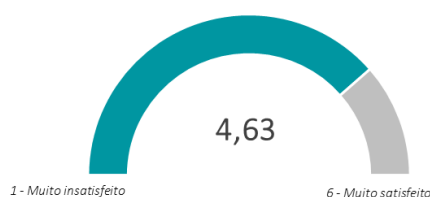


Gráfico 1 – Média de satisfação global

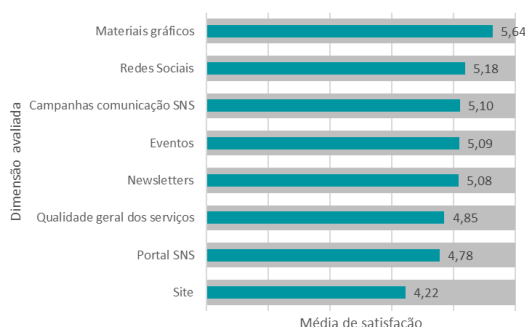


Gráfico 2 – Média de satisfação por dimensão avaliada

O Gráfico 2 ilustra que o desenvolvimento e produção de matérias gráficos regista a média de satisfação mais elevada (5,64), seguindo-se a gestão das redes sociais do SNS (5,18) e a campanhas de comunicação do SNS (5,10).

A organização de eventos e a elaboração de *newsletters* apresentam uma média de satisfação de 5,09 e 5,08, respetivamente.

A média de satisfação aferida nestas dimensões integra o intervalo da escala correspondente ao nível “satisfeito”.

A criação de *sites* pela SPMS constitui a dimensão com menor média de avaliação (4,22), seguindo-se o Portal do SNS (4,78) e a qualidade geral dos serviços prestados (4,85). A média aferida nestas dimensões inscreve-se no intervalo da escala correspondente ao nível “ligeiramente satisfeito”.

Os capítulos seguintes apresentam uma análise detalhada de cada uma das dimensões alvo de avaliação.

3.1. QUALIDADE GERAL DOS SERVIÇOS PRESTADOS

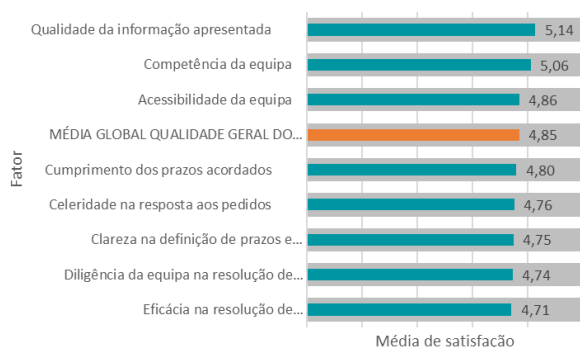


Gráfico 3 – Média de satisfação por fator – dimensão Qualidade

segundo-se a diligência na resolução de problemas (4,74) e a clareza na definição de prazos e expectativas (4,75).

Adicionalmente foram registados 3 comentários nesta dimensão que incidem na necessidade de uma maior articulação e proximidade da DCRP com as ULS.

Como é possível verificar a qualidade da informação apresentada constitui o fator com a média de satisfação mais elevada (5,14), seguindo-se a competência e a acessibilidade da equipa com uma média de satisfação de 5,06 e de 4,86 respetivamente.

O cumprimento dos prazos acordados e a celeridade na resposta aos pedidos registam uma média de satisfação de 4,80 e 4,76, respetivamente.

A eficácia na resolução de questões/problemas é o fator com menor média de satisfação (4,71),

3.2. PORTAL DO SNS

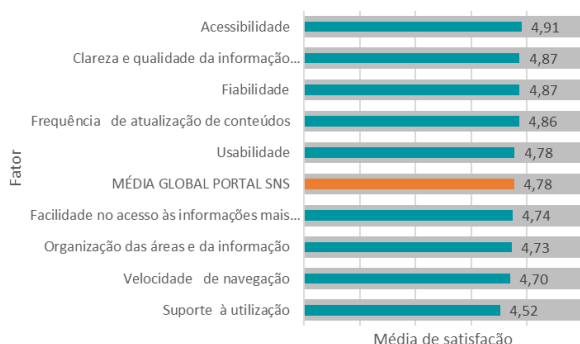


Gráfico 4 – Média de satisfação por fator – dimensão Portal SNS

O suporte à utilização apresenta-se como o fator com menor média de satisfação (4,52), seguindo-se a velocidade de navegação (4,70), a organização das áreas de da informação (4,73) e a facilidade no acesso às informações mais procuradas (4,74).

Em complemento da avaliação quantitativa, foram registados 3 comentários relativos ao Portal do SNS, cuja transcrição se apresenta nos pontos infra:

- *O material de ensino podia ser distribuído pelas instituições de forma editável para se adaptar a cada realidade;*
- *Mais contactos com GCI;*
- *Partilha de boas práticas, ao nível da sustentabilidade no setor da Saúde.*

Como se pode verificar pela análise do Gráfico 4, todos os fatores da dimensão Portal do SNS apresentam uma média de satisfação compreendida no intervalo da escala correspondente ao nível “ligeiramente satisfeito”.

A acessibilidade do Portal do SNS é o fator com média de satisfação mais elevada (4,91), seguindo-se a clareza e qualidade da informação apresentada e da fiabilidade, ambas com uma média de satisfação de 4,87. A Frequência de atualização dos conteúdos regista uma média de 4,86 e a usabilidade do Portal, 4,78.

3.3. NEWSLETTERS

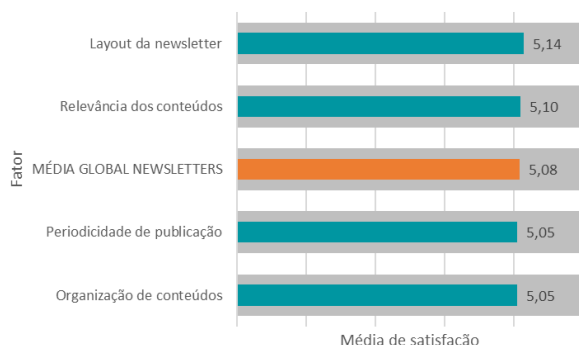


Gráfico 5 – Média de satisfação por fator – dimensão Newsletters

Relativamente às *newsletters*, verifica-se que todos os fatores apresentam uma média de satisfação inscrita no intervalo da escala correspondente ao nível “satisfeito”.

O layout das *newsletters* revela-se como o fator com maior média de satisfação (5,14) seguindo-se a relevância dos conteúdos (5,10).

A periodicidade de publicação e a organização dos conteúdos são os fatores com menor média de satisfação (5,05).

Foram ainda formulados os seguintes comentários no campo de resposta aberta:

- Incluir informação remetida pelos GCI das ULS;
- Exploração de temáticas como a inteligência artificial e a sustentabilidade.

3.4. CRIAÇÃO DE SITE PELA SPMS

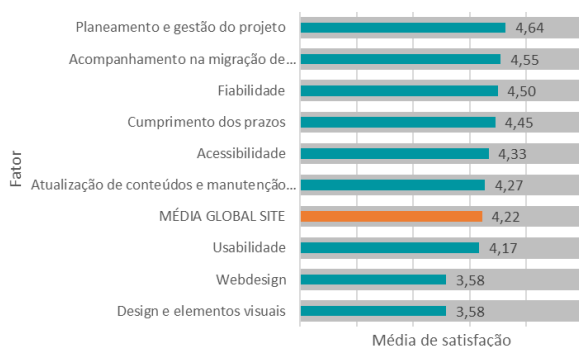


Gráfico 6 – Média de satisfação por fator – dimensão Criação de site da Entidade pela SPMS

Das 24 respostas rececionadas, foram obtidas 12 avaliações para esta dimensão na medida em que só era aplicável às situações em que se verificasse a criação do *site* da Entidade pela SPMS.

O planeamento e gestão do projeto constitui o fator com maior média de satisfação (4,64), seguindo-se o acompanhamento na migração de dados (4,55) e a fiabilidade (4,50).

O cumprimento dos prazos regista uma média de 4,45. A acessibilidade apresenta uma média de satisfação de 4,33 e a atualização de conteúdos e manutenção do *site* de 4,27. A Usabilidade apresenta uma média de 4,17.

A média de satisfação aferida nos fatores *design* e elementos visuais e *webdesign* (ambas de 3,58) encontra-se no intervalo negativo da escala e que corresponde ao nível “ligeiramente insatisfeito”.

Em complemento, foram formuladas sugestões pelos inquiridos e que incidem nas seguintes temáticas:

- Maior apoio às ULS com menor capacidade financeira no desenvolvimento de soluções de comunicação (*website*, intranet, extranet, etc.) permitindo uma gestão integrada de todo o fluxo de comunicação com os vários *stakeholders*;
- Maior autonomia (2 menções);
- Conteúdos mais dinâmicos;
- Maior diversidade no *design* e estrutura das páginas/artigos.

3.5. EVENTOS ORGANIZADOS PELA SPMS

Relativamente à organização de eventos pela SPMS, verifica-se que todos os fatores desta dimensão apresentam uma avaliação positiva por parte dos inquiridos, situada entre 5,24 (“satisfeito”) e 4,93 (“ligeiramente satisfeito”).

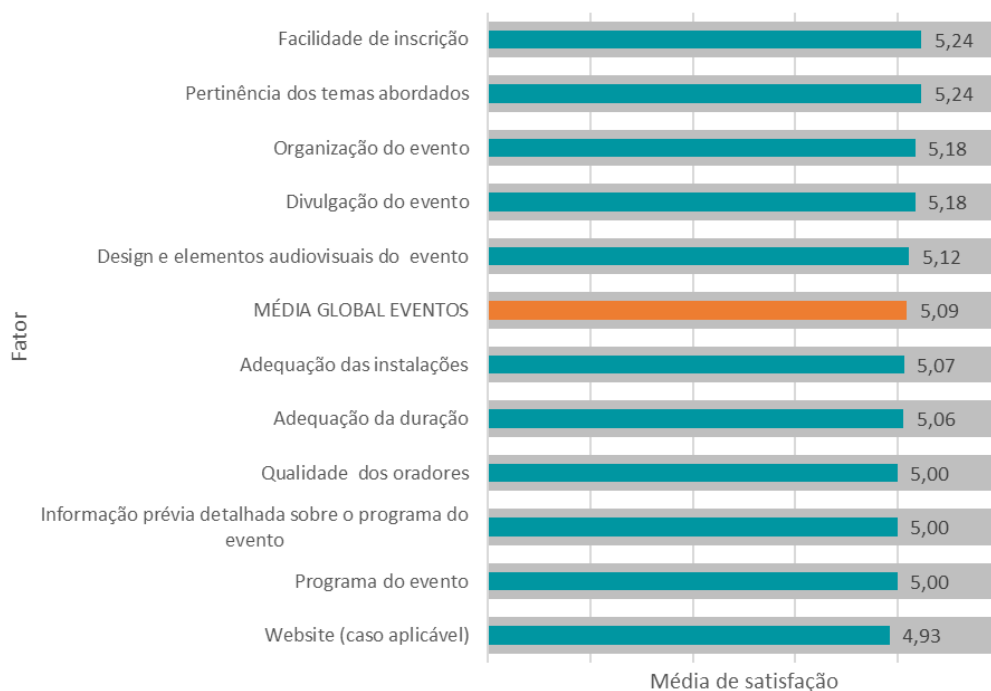


Gráfico 7 – Média de satisfação por fator – dimensão Eventos

A facilidade de inscrição e a pertinência dos temas abordados constituem os fatores com média de satisfação mais elevada (5,24), seguindo-se a organização e a divulgação do evento (5,18). O fator *design* e elementos audiovisuais do evento apresenta uma média de satisfação de 5,12.

A adequação das instalações regista uma média de 5,07 e a adequação da duração de 5,06.

O *website* regista a menor média de satisfação (4,93), seguindo-se os fatores programa do evento, informação prévia sobre o programa e qualidade dos oradores, com média de satisfação de 5,00.

Em complemento, foram registados dois comentários que se prendem com, designadamente:

- Uma maior descentralização na organização de eventos;
- A realização de eventos mais curtos, de índole setorial e local.

3.6. ELABORAÇÃO E PRODUÇÃO DE MATERIAIS GRÁFICOS

Como se pode verificar pela análise do Gráfico 8, a média aferida em cada fator da dimensão elaboração e produção de materiais gráficos oscila entre um máximo de 5,90 e um mínimo de 5,40, situando-se desta forma no nível “satisfeito”.

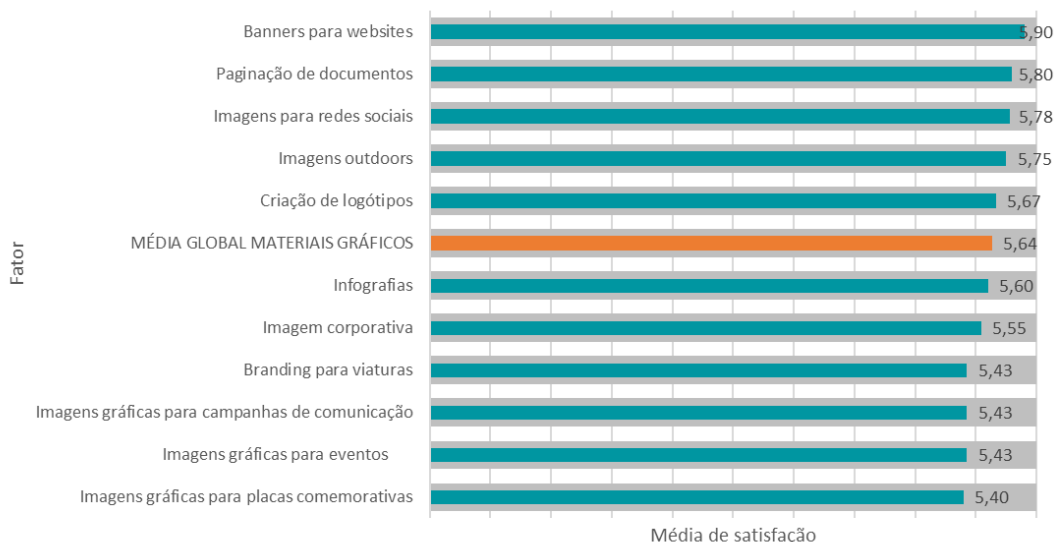


Gráfico 8 – Média de satisfação por fator – dimensão Materiais gráficos

Os *banners* para *websites* constitui o fator com a média de satisfação mais elevada (5,90), seguindo-se a paginação de documentos (5,80), as imagens para redes sociais (5,78) e as imagens para *outdoors* (5,75).

A criação de logótipos regista uma média de satisfação de 5,67, as infografias, de 5,60 e a imagem corporativa de 5,55.

O fator imagens gráficas para placas comemorativas apresenta-se como aquele com menor média de satisfação (5,40). os fatores imagens gráficas para eventos, imagens gráficas para campanhas de comunicação e *branding* para viaturas registam uma média de satisfação de 5,43.

Em complemento, foi formulado um comentário relacionado com a necessidade de maior apoio na elaboração de vídeos referentes às ULS.

3.7. GESTÃO DAS REDES SOCIAIS DO SNS

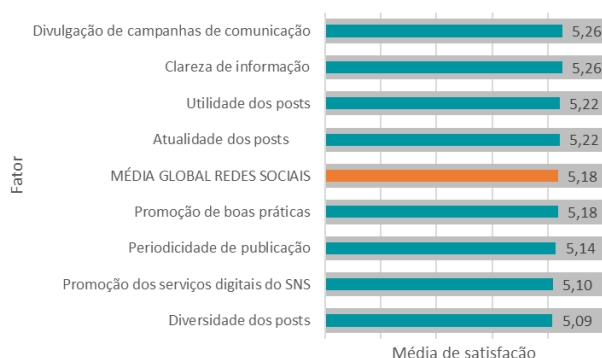


Gráfico 9 – Média de satisfação por fator – dimensão Redes Sociais SNS

Como é possível verificar pela análise do Gráfico 9, a generalidade dos fatores da dimensão gestão das redes sociais do SNS apresenta uma média de satisfação correspondente ao nível “satisfeito”.

A divulgação de campanhas de comunicação e a clareza da informação constituem os fatores com a média de satisfação mais elevada (5,26), seguindo-se a utilidade e a atualidade dos *posts* (5,22).

A diversidade dos *posts* apresenta-se como o fator com menor média de satisfação (5,09), seguindo-se a promoção dos serviços digitais do SNS (5,10), a periodicidade de publicação (5,14) e a promoção de boas práticas (5,18).

Registaram-se ainda dois comentários, cuja transcrição se apresenta infra:

- *Mais reposts dos conteúdos das ULS;*
- *Garantir que o conteúdo seja acessível a todos, incluindo pessoas com deficiência.*

3.8. CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO

Relativamente às campanhas de comunicação, verifica-se uma avaliação positiva dos inquiridos em todos os fatores que compõem esta dimensão, situando-se a média de satisfação entre o valor máximo de 5,17 e o mínimo de 5,04, correspondente ao intervalo “satisfeito”.

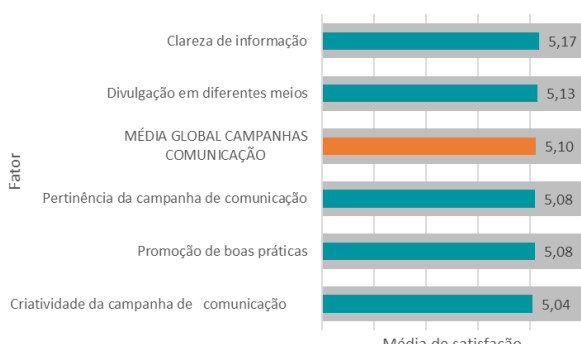


Gráfico 10 – Média de satisfação por fator – dimensão Campanhas de Comunicação

A clareza de informação apresenta-se como o fator com maior média de satisfação (5,17), seguindo-se a divulgação em diferentes meios (5,13).

A criatividade da campanha de comunicação apresenta a menor média de satisfação (5,04), seguida da promoção de boas práticas e da pertinência da campanha, ambas com média de satisfação de 5,08.

Foi ainda registado um comentário sugerindo a produção de um maior número de campanhas sazonais.

3.9. ANÁLISE DO INDICADOR NPS

O *Net Promotor Score* (NPS) é um indicador utilizado para medir a fidelidade e a satisfação dos clientes em relação aos serviços prestados. Este indicador avalia a probabilidade de um cliente recomendar os serviços da empresa a outros colegas ou organizações, numa escala de 1 (nada provável) a 10 (muito provável).

As respostas a esta questão são classificadas em 3 grupos, com base na avaliação atribuída:

- **Promotores (classificação 9-10):** clientes entusiasmados e fiéis, que provavelmente continuarão a recomendar os serviços prestados junto de colegas ou organizações;
- **Neutros (classificação 7-8):** clientes satisfeitos, mas não entusiásticos o suficiente para promover ativamente os serviços;
- **Detratores (classificação 1-6):** clientes insatisfeitos, com potencial de prejudicar a reputação da empresa através de críticas negativas.

Considerando as respostas registadas no questionário de satisfação, verifica-se a seguinte distribuição:

Categoria	Nº de classificações na categoria	Percentagem
Promotores	7	29,71%
Neutros	10	41,67%
Detratores	7	29,71%

Tabela 2 – Distribuição das respostas por categorias do indicador NPS

Com base nestes valores, verifica-se que o indicador NPS⁴ é de 0 representando um equilíbrio exato entre o número de promotores e de detratores. Neste sentido recomenda-se o planeamento e implementação de ações no sentido de aumentar o número de promotores.

3.10. RELATOS DE EXPERIÊNCIAS POSITIVAS

O questionário de satisfação aplicado aos clientes da DCRP continha ainda uma pergunta de resposta aberta para a identificação de experiências positivas na interação com esta Direção.

Esta questão registou um total de 5 comentários que incidiram, unanimemente, na campanha “Ligue Antes, Salve Vidas” o que demonstra o impacto e importância desta campanha de comunicação.

⁴ Indicador NPS = %promotores - %detratores

4. PISTAS DE MELHORIA

Para prosseguir com o compromisso da SPMS em cumprir com os mais elevados padrões de qualidade e de satisfação dos clientes, tornando os seus serviços mais eficientes, é fundamental desenvolver mecanismos com ações de melhoria em torno da satisfação dos clientes da DCRP. O principal objetivo passa por identificar eventuais pistas de melhoria que servirão de base ao estabelecimento de um plano de ação que permita um melhor alinhamento dos serviços prestados por esta Direção com as necessidades e expectativas dos seus clientes.

Para tal, mediante os resultados obtidos nos questionários, foram definidas pistas de melhoria a considerar na definição do plano de ação, conforme ilustrado na figura *infra*:



Figura 2 – Pistas de melhoria

Desta forma as pistas de melhoria incidem em 3 grandes áreas de intervenção:

- Criação de *sites*;
- Portal do SNS;
- Qualidade.

Relativamente à criação de sites, recomenda-se a definição de ações de forma a melhorar a satisfação dos clientes com aspetos relacionados com o *design* e o *webdesign*.

Quanto ao Portal do SNS, sugere-se o planeamento de ações que permitam melhorar o suporte à utilização. Paralelamente, recomenda-se a consideração de uma maior divulgação de boas práticas no âmbito da sustentabilidade no setor da Saúde.

Por fim, no que concerne à Qualidade preconiza-se o desenvolvimento de ações no sentido de melhorar a perceção dos clientes relativamente à resolução de problemas/questões, designadamente no que respeita à eficácia, diligência e celeridade. Para além disso, o desenvolvimento de ações para melhorar a proximidade com as ULS poderá também contribuir não apenas para melhorar a satisfação nesta dimensão como também o indicador NPS.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente relatório demonstra que a média de satisfação global dos clientes da DCRP, numa escala de 1 a 6, é de 4,63 o que corresponde a um nível de satisfação “ligeiramente satisfeito”.

Apesar da impossibilidade de generalizar as conclusões tecidas neste relatório ao universo dos clientes da DCRP, devido à não verificação da representatividade estatística da amostra, os resultados aferidos nas diversas dimensões alvo de avaliação traduzem um grau de satisfação positivo.

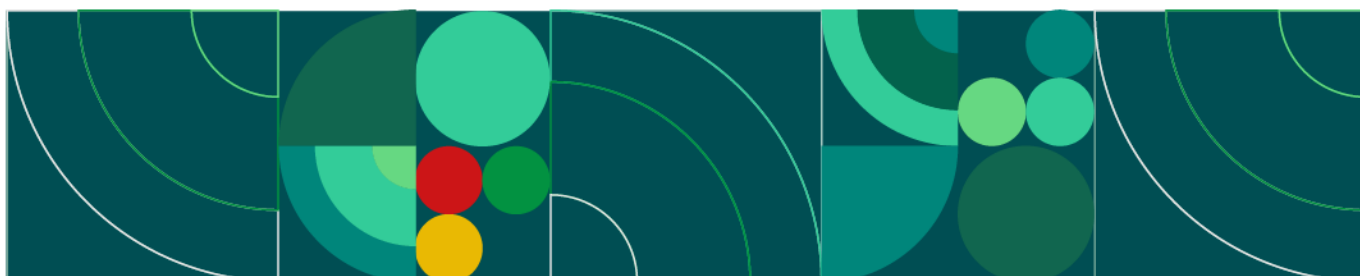
Através dos procedimentos metodológicos implementados, é possível apurar com maior detalhe as áreas que refletem um menor nível de satisfação por parte dos clientes da DCRP e assim, identificar prioridades de intervenção, que se prendem diretamente com:

- A criação de *sites*, designadamente no que respeita a fatores como o *design* e o *webdesign*,
- O portal do SNS, nomeadamente o suporte à utilização e maior divulgação de boas práticas no âmbito da sustentabilidade no setor da Saúde;
- A qualidade, nomeadamente no que respeita à resolução de problemas/questões e a articulação/proximidade com as ULS.

Concluída a análise dos resultados da aplicação dos questionários de satisfação, segue-se a divulgação deste relatório junto dos dirigentes da DCRP para análise e definição de um plano de ação com o objetivo de promover um melhor alinhamento dos serviços prestados com as necessidades e expectativas dos seus clientes, numa lógica de melhoria contínua.

Paralelamente e numa perspetiva de transparência, proceder-se-á à publicação do relatório no *site* da SPMS de forma a apresentar aos inquiridos o *feedback* do processo de avaliação de satisfação bem como as principais pistas de melhoria a implementar.

ANEXOS



QUESTIONÁRIO DE SATISFAÇÃO – DCRP

Instruções de preenchimento

Este questionário tem por objetivo aferir o grau de satisfação com os serviços prestados no ano de 2024 pela **Direção de Comunicação e Relações Públicas da SPMS (Serviços Partilhados do Ministério da Saúde)**.

Não há respostas certas ou erradas, pretende-se, apenas, uma opinião sincera e objetiva, devendo, para o efeito, responder às questões de acordo com uma escala de 1 a 6, em que 1 representa uma avaliação mais negativa e 6 uma avaliação mais positiva.

O tempo estimado de preenchimento do questionário é de **5 minutos**.

É garantida a confidencialidade dos dados fornecidos. O tratamento das respostas seguirá uma análise global, respeitando o anonimato dos inquiridos, pelo que nenhuma resposta será analisada ou reportada individualmente.

Legenda da escala de resposta:

1 = Muito insatisfeito | 2 = Insatisfeito | 3 = Ligeiramente insatisfeito | 4 = Ligeiramente satisfeito | 5 = Satisfeito | 6 = Muito satisfeito.

NR/NA - Não Responde/ Não se aplica

NOTA: No final de cada bloco de questões existem perguntas de resposta aberta, nas quais é dada a possibilidade de complementar a avaliação realizada, contribuindo, assim, para a melhoria do desempenho das equipas da SPMS.

Consentimento informado:

Declaro que li e aceito as condições da minha participação

- Compreendi os objetivos e o que me é solicitado em termos de participação, atendendo à finalidade do questionário.
- Estou ciente e de acordo com o facto de as minhas respostas ao questionário serem anónimas, por estarem garantidos todos os princípios éticos e legais e confidencialidade e proteção de dados.
- Sei que posso interromper a minha colaboração a qualquer momento do preenchimento sem que os dados que, entretanto, tenha introduzido fiquem registados.

() Sim → avançar para seguinte

() Não → fim do questionário

1. QUALIDADE GERAL DO SERVIÇO PRESTADO

1.1 Por favor, indique a sua satisfação relativamente a*⁵:

Legenda da escala de resposta: 1 - Muito insatisfeito | 2 - Insatisfeito | 3 - Ligeiramente insatisfeito | 4 - Ligeiramente satisfeito | 5 - Satisfeito | 6 - Muito satisfeito | NR/NA – Não responde/Não se aplica

	1	2	3	4	5	6	NR/NA
Acessibilidade da equipa da DCRP							
Celeridade na resposta aos pedidos							
Eficácia na resolução de questões/problemas							
Cumprimento dos prazos acordados							
Competência dos colaboradores							
Diligência dos colaboradores na resolução de problemas							
Qualidade da informação apresentada							
Clareza na definição de prazos e expectativas							

1.2. Na sua opinião, que aspetos podem ser melhorados na qualidade geral dos serviços prestados pela DCRP?

2. PORTAL DO SNS

2.1. Por favor, indique a sua satisfação relativamente aos seguintes aspetos do Portal do SNS*:

Legenda da escala de resposta: 1 - Muito insatisfeito | 2 - Insatisfeito | 3 - Ligeiramente insatisfeito | 4 - Ligeiramente satisfeito | 5 - Satisfeito | 6 - Muito satisfeito | NR/NA – Não responde/Não se aplica

	1	2	3	4	5	6	NR/NA
Acessibilidade							
Usabilidade							
Fiabilidade							
Velocidade de navegação							
Organização das áreas e da informação							
Facilidade no acesso às informações mais procuradas							
Clareza e qualidade da informação apresentada							
Frequência de atualização de conteúdos							
Suporte à utilização							

2.2. Na sua opinião, que aspetos podem ser melhorados no Portal do SNS?

⁵ * Pergunta de resposta obrigatória

3. NEWSLETTERS

3.1. Por favor, indique a sua satisfação relativamente aos seguintes aspetos das newsletters elaboradas pela SPMS (SNS e Somos + Saúde) *:

Legenda da escala de resposta: 1 - Muito insatisfeito | 2 - Insatisfeito | 3 - Ligeiramente insatisfeito | 4 - Ligeiramente satisfeito | 5 - Satisfeito | 6 - Muito satisfeito | NR/NA – Não responde/Não se aplica

	1	2	3	4	5	6	NR/NA
Relevância dos conteúdos							
Organização de conteúdos							
Layout da newsletter							
Periodicidade de publicação							

3.2. Na sua opinião, que aspetos podem ser melhorados nas newsletters?

4. SITE DA ENTIDADE CRIADO PELA SPMS

4.1 O site da sua Entidade foi desenvolvido pela SPMS*?

Sim → ir para pergunta 4.2

Não → ir para pergunta 5

4.2. Por favor, indique a sua satisfação relativamente aos seguintes aspetos:

Legenda da escala de resposta: 1 - Muito insatisfeito | 2 - Insatisfeito | 3 - Ligeiramente insatisfeito | 4 - Ligeiramente satisfeito | 5 - Satisfeito | 6 - Muito satisfeito | NR/NA – Não responde/Não se aplica

	1	2	3	4	5	6	NR/NA
Planeamento e gestão do projeto							
Cumprimento dos prazos							
Acompanhamento na migração de conteúdos							
Atualização de conteúdos e manutenção do site							
Acessibilidade							
Usabilidade							
Fiabilidade							
Design e elementos visuais							
Webdesign							

4.3. Na sua opinião, que aspetos podem ser melhorados na criação de Sites pela SPMS?

5. EVENTOS ORGANIZADOS PELA SPMS

5.1 Por favor, indique a sua satisfação relativamente aos seguintes aspetos*:

Legenda da escala de resposta: 1 - Muito insatisfeito | 2 - Insatisfeito | 3 - Ligeiramente insatisfeito | 4 - Ligeiramente satisfeito | 5 - Satisfeito | 6 - Muito satisfeito | NR/NA – Não responde/Não se aplica

	1	2	3	4	5	6	NR/NA
Programa do evento							
Divulgação do evento							
Organização do evento							
Pertinência dos temas abordados							
Facilidade de inscrição							
Informação prévia detalhada sobre o programa do evento							
Adequação das instalações							
Adequação da duração							
Design e elementos audiovisuais do evento							
Qualidade dos oradores							
Website (caso aplicável)							

5.2. Na sua opinião, que aspetos podem ser melhorados na organização de eventos pela SPMS?

6. DESENVOLVIMENTO E PRODUÇÃO DE MATERIAIS GRÁFICOS

6.1 A SPMS já desenvolveu material gráfico para a sua Entidade*?

Sim → ir para pergunta 6.2

Não → ir para pergunta 7

6.2 Por favor, indique a sua satisfação relativamente aos seguintes aspetos*:

Legenda da escala de resposta: 1 - Muito insatisfeito | 2 - Insatisfeito | 3 - Ligeiramente insatisfeito | 4 - Ligeiramente satisfeito | 5 - Satisfeito | 6 - Muito satisfeito | NR/NA – Não responde/Não se aplica

	1	2	3	4	5	6	NR/NA
Imagem corporativa							
Imagens gráficas para eventos							
Imagens gráficas para campanhas de comunicação							
<i>Branding</i> para viaturas							
Imagens gráficas para placas comemorativas							
Imagens <i>outdoors</i>							
<i>Banners</i> para <i>websites</i>							
Infografias							
Criação de logótipos							
Imagens para redes sociais							
Paginação de documentos							

6.3. Na sua opinião, que aspetos podem ser melhorados no desenvolvimento e produção de materiais gráficos pela SPMS?

7. GESTÃO DAS REDES SOCIAIS DO SNS

7.1. Por favor, indique a sua satisfação relativamente aos seguintes aspetos*:

Legenda da escala de resposta: 1 - Muito insatisfeito | 2 - Insatisfeito | 3 - Ligeiramente insatisfeito | 4 - Ligeiramente satisfeito | 5 - Satisfeito | 6 - Muito satisfeito | NR/NA – Não responde/Não se aplica

	1	2	3	4	5	6	NR/NA
Atualidade dos <i>posts</i>							
Diversidade dos <i>posts</i>							
Utilidade dos <i>posts</i>							
Promoção dos serviços digitais do SNS							
Promoção de boas práticas							
Clareza de informação							
Periodicidade de publicação							
Divulgação de campanhas de comunicação							

7.2. Na sua opinião, que aspetos podem ser melhorados na gestão das redes sociais do SNS pela SPMS?

8. CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO SNS

8.1. Por favor, indique a sua satisfação relativamente aos seguintes aspetos*:

Legenda da escala de resposta: 1 - Muito insatisfeito | 2 - Insatisfeito | 3 - Ligeiramente insatisfeito | 4 - Ligeiramente satisfeito | 5 - Satisfeito | 6 - Muito satisfeito | NR/NA – Não responde/Não se aplica

	1	2	3	4	5	6	NR/NA
Criatividade da campanha de comunicação							
Promoção de boas práticas							
Pertinência da campanha de comunicação							
Clareza de informação							
Divulgação em diferentes meios							

8.2 Na sua opinião, que aspetos podem ser melhorados na gestão de campanhas de comunicação SNS pela SPMS?

9. SATISFAÇÃO GLOBAL

9.1. Em termos globais, como avalia a experiência de colaboração com a DCRP*:

- (1) Totalmente insatisfeito
- (2) Insatisfeito,
- (3) Ligeiramente satisfeito
- (4) Satisfeito
- (5) Muito satisfeito
- (6) Totalmente satisfeito

9.2 Qual a probabilidade de recomendar a equipa DCRP a outros colegas ou organizações*?

1 - Nada provável ----- 10 - Muito provável

9.3 Descreva uma experiência positiva que resultou da interação com a DCRP:

9.4 Que aspetos podem ser alvo de melhoria:

Obrigado pela sua participação e contributo!



REPÚBLICA
PORTUGUESA

SAÚDE



SNS
SERVIÇO NACIONAL
DE SAÚDE



SPMS^{EPE}
Serviços Partilhados do
Ministério da Saúde