



Relatório

Questionário de Satisfação aos

Clientes

| 2023-2024 |

Realizado a: 16/10/2024

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	2
2. AVALIAÇÃO GLOBAL DA TENDÊNCIA DA SATISFAÇÃO DOS CLIENTES	2
3. AVALIAÇÃO DA TENDÊNCIA DA SATISFAÇÃO POR ÁREA DE INTERVENÇÃO (RESPOSTAS SOCIAIS E SERVIÇOS)	4
3.1. AFID KIDS	4
3.1.1 Creche Venteira	5
3.1.2 Creche Geração	11
3.1.3 Creche e Pré-Escolar CRZ	18
3.2. AFID REAB	24
3.2.1 Formação Profissional	24
3.2.2 Lar Residencial	29
3.2.3 Centro de Atividades e Capacitação para a Inclusão (CACI)	34
3.3. AFID SENIOR	39
3.3.1 SAD	40
3.3.2 ERPI	46
3.4. OUTROS SERVIÇOS	52
3.4.1 Centro de Medicina Física e Reabilitação (CMFR)	52
3.4.2 Centro de Recursos para a Inclusão (CRI)	56
4. PRINCIPAIS CONCLUSÕES E AÇÕES A DESENVOLVER	60

1. Introdução

A Avaliação de Satisfação é um processo fundamental para conhecer a experiência das partes interessadas, em todas as interações com a instituição, iniciando-se com a criação ou revisão do questionário, aplicação e transformação dos dados recolhido para melhoria dos fatores que impactam com a satisfação dos mesmos.

A Avaliação de Satisfação conduzida às partes interessadas da Fundação AFID Diferença, foi efetuada via mail, com link ao formulário digital, e via papel, tendo sido disponibilizado durante um mês para preenchimento (10 de Julho de 2024 a 23 de Agosto de 2024) e sendo o seu preenchimento de natureza confidencial e anónima. A avaliação contemplou os últimos quatro meses de 2023 e o primeiro semestre de 2024.

Estabeleceu-se como prioridade identificar os pontos fortes e áreas prioritárias de atuação tendo em vista aumentar a satisfação dos clientes, através de questões de resposta fechada e aberta. Para tal, foi utilizado o Modelo ServQual, o qual pressupõe as questões estarem agrupadas em 5 domínios: Espaços, Alimentação e Comunicação; Prestação de Serviços; Apoio Prestado aos Clientes; Confiança e Conhecimento dos Colaboradores; e Abordagem Centrada no Cliente. O questionário passa também a utilizar uma escala métrica de valorização que varia de 1 a 7, correspondendo 1 a Nada Satisfeito e 7 a Muito Satisfeito. Pelo facto de a escala métrica ter sido alterada, os resultados serão comparados com os anos anteriores, através de percentagem. Para análise e reflexão dos resultados, ter-se-á como critério:



2. Avaliação Global da Tendência da Satisfação dos Clientes

De acordo com o estabelecido como prioridade a avaliar, cada resposta social e serviço contempla o seu questionário de satisfação, por forma ir ao encontro dos pontos fortes e constrangimentos:

- [Questionário de Satisfação dos Clientes \(KIDS, REAB e SENIOR\)](#)
- [Questionário de Satisfação dos Clientes de CRI](#)
- [Questionário de Satisfação dos Clientes de CMFR](#)

Os questionários de satisfação foram enviados a todos os clientes que usufruem das respostas sociais e serviços da Fundação AFID Diferença (755 questionários). Deste, foram obtidas 358 respostas, o que se traduz no aumento de 15,04 % de respostas, face ao ano anterior.

O quadro 1 faz uma análise comparativa do número geral respostas obtidas desde 2021. Constatou-se que o a taxa de adesão relativa à satisfação de 2023-2024, é a mais alta desde 2019 (52,21%).

	2021	2022-2023	2023-2024
Nº de Questionários Enviados	950	701	755
Nº de Respostas Obtidas	379	227	358
% de Respostas	39,89 %	32,38 %	47,42 %

Quadro 1 – Análise comparativa do número geral de respostas obtidas, relativas à avaliação de satisfação (anos 2021, 2022-2023 e 2023-2024)

Através do gráfico 1 é possível constatar que a mesma subiu 0,61% face ao ano anterior, verificando-se que a tendência negativa anteriormente verificada, se está a inverter:

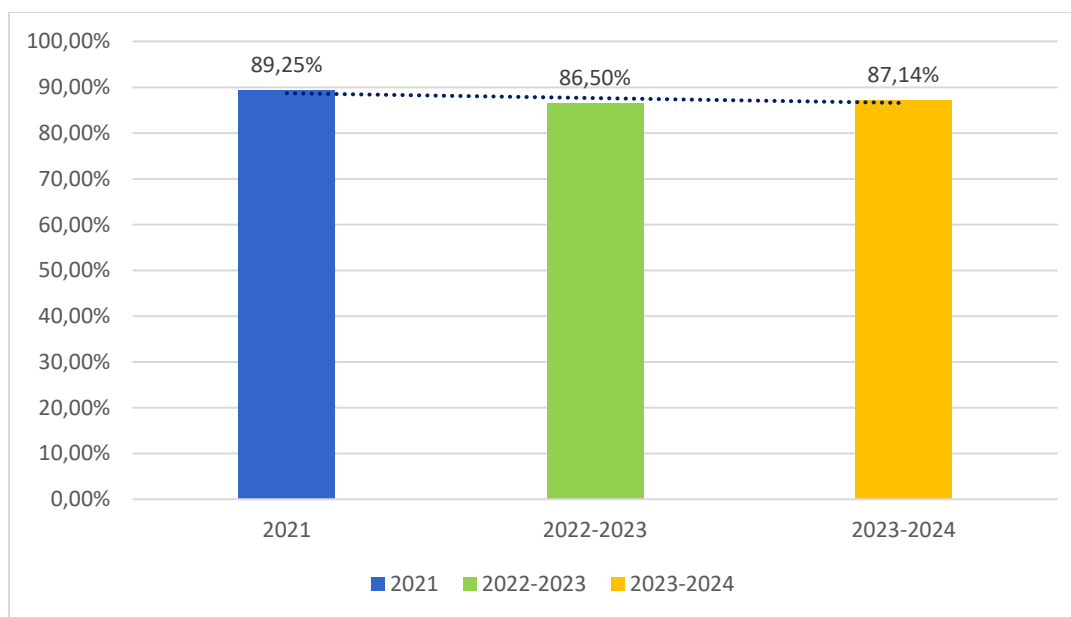


Gráfico 1 – Taxa da Satisfação Global dos Clientes da Fundação (anos 2021, 2022-2023 e 2023-2024)

Comparando os resultados globais da satisfação dos clientes por resposta social/ serviços, a partir do gráfico 2, é possível constatar que 4 em 10 melhoraram a taxa de satisfação – FP, CRI, ERPI e SAD; e que as restantes, com exceção do Lar Residencial, têm vindo tendencialmente a diminuir desde 2021:

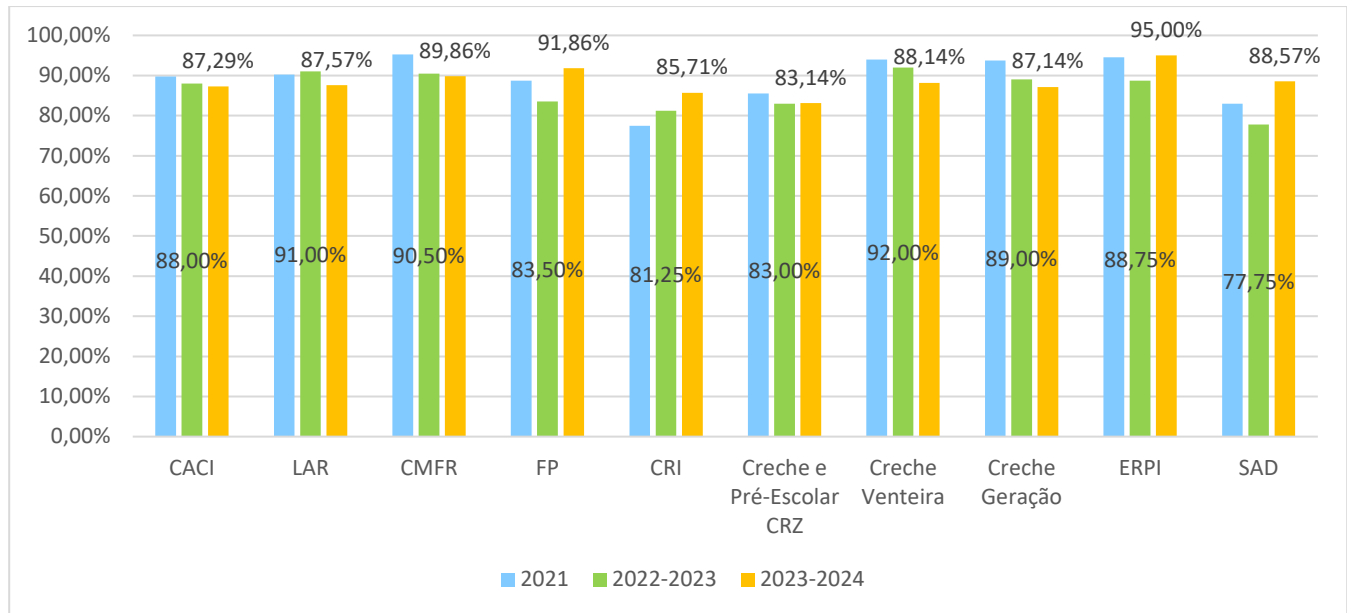


Gráfico 2 – Satisfação Geral dos Clientes por Resposta Social / Serviço (anos 2021, 2022-2023 e 2023-2024)

3. Avaliação da Tendência da Satisfação por Área de Intervenção (Respostas Sociais e Serviços)

3.1. AFID KIDS

A AFID KIDS contempla três creches (Venteira, Geração e CRZ) e um pré-escolar. Para o ano letivo de 2023-2024, foram enviados 158 questionários e foram obtidas 101 respostas (taxa de adesão global de 63,92%). O quadro 2 faz uma comparação dos valores obtidos e taxa de adesão, entre as creches e pré-escolar, verificando-se que tanto a creche Venteira como a creche Geração obtiveram taxas de adesão superiores a 75%, aspecto muito positivo:

	Creche Venteira	Creche Geração	Creche e Pré-Escolar CRZ
Nº de Questionários Enviados	39	40	79
Nº de Respostas Obtidas	31	37	33
Taxa de Adesão	79,49 %	92,50 %	41,77 %

Quadro 2 – Análise comparativa do número de respostas obtidas entre as várias creches e pré-escolar, em 2023-2024

Através da análise do gráfico 3, é possível constatar que a classificação da satisfação em todas, é superior a 75%; contudo, todos os resultados, com exceção da Creche e Pré-Escolar CRZ, são inferiores ao ano anterior sendo, por isso, necessário analisar a possibilidade de aplicar estratégias.

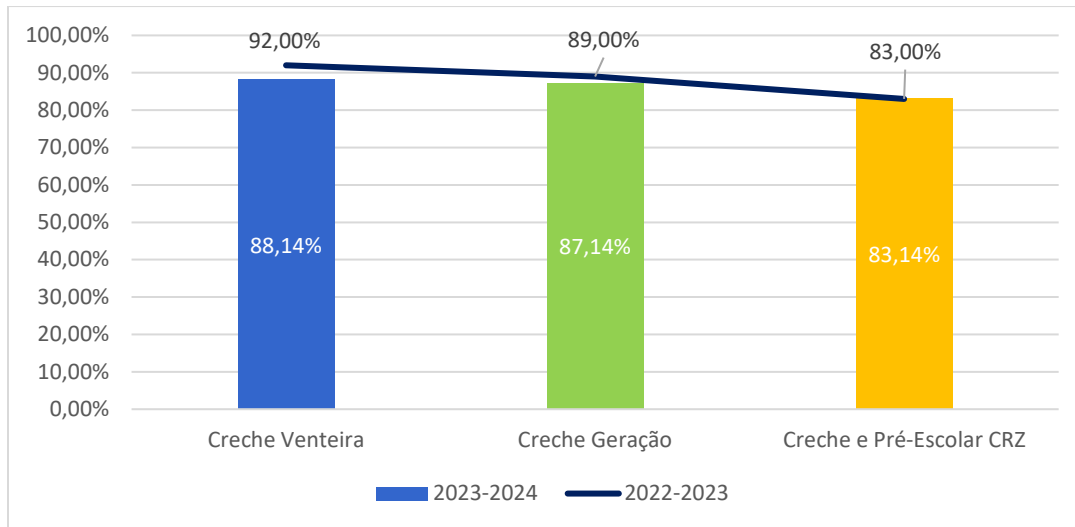


Gráfico 3 – Comparação da satisfação global entre creches e pré-escolar da AFID KIDS

3.1.1 Creche Venteira

Tal como acima referido, foram enviados 39 questionários, tendo-se obtido 31 respostas. Observando o gráfico 4, é possível verificar que a satisfação tem estado sempre acima dos 75%; ainda assim, face ao ano anterior, houve uma diminuição de 5,86% na taxa de satisfação:

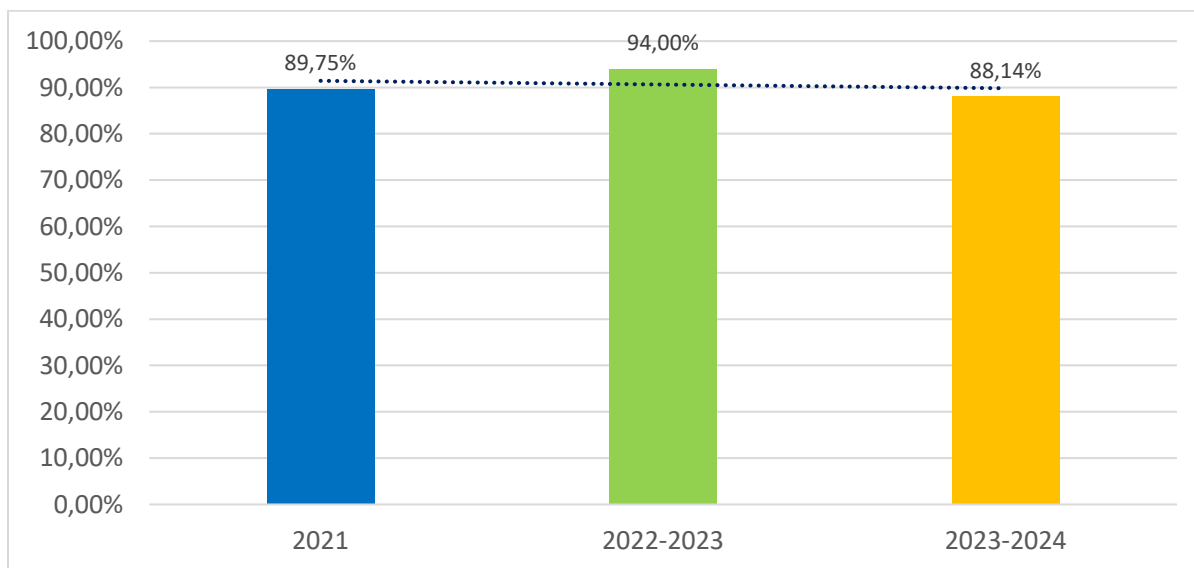


Gráfico 4 – Satisfação dos clientes da creche Venteira (anos 2021, 2022-2023 e 2023-2024)

Relativamente aos 5 domínios em avaliação da satisfação dos clientes, é possível verificar através do quadro 3 que, tendencialmente, os resultados embora acima dos 75%, têm vindo a decrescer desde 2021:

	2021		2022-2023		2023-2024
Espaços, Alimentação e Comunicação	92,25%	↓	90,00%	↓	82,95%
Prestação de Serviços	94,19%	↓	93,44%	↓	90,67%
Apoio Prestado aos Clientes	97,38%	↓	93,75%	↓	89,17%
Confiança e Conhecimento dos Colaboradores	92,50%	↓	92,42%	↓	91,06%
Abordagem Centrada no Cliente	91,31%	=	91,31%	↓	87,67%

Quadro 3 – Tendências dos resultados obtidos entre 2021 e 2023-2024, por domínio de avaliação

O gráfico 5 permite visualizar o decréscimo acima referido, comparando com os anos anteriores:

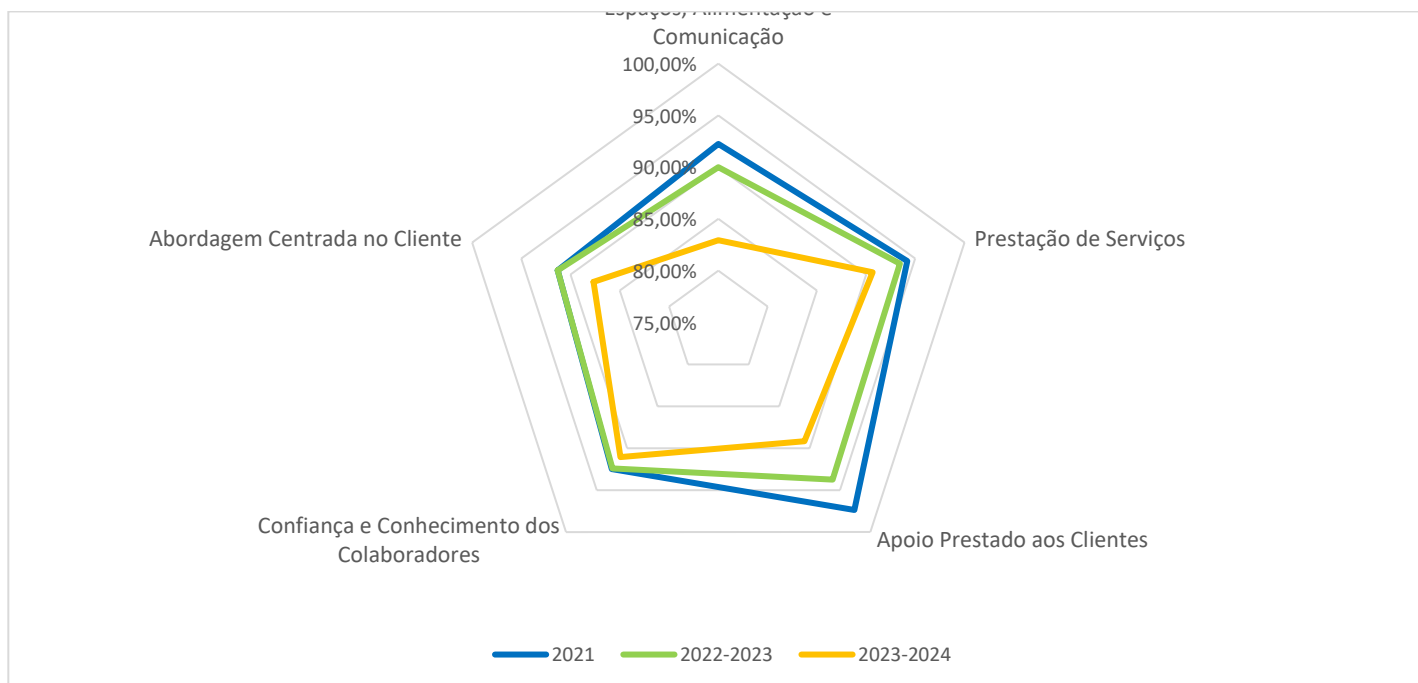


Gráfico 5 – Taxa de Satisfação dos Clientes da Creche Venteira, por domínio em avaliação, para 2023-2024

Observando os resultados por questão, através do gráfico 6, é possível verificar que todos embora todos os resultados estejam acima de 75%, todos são inferiores ao ano anterior, com exceção das questões relativas ao contributo da AFID para a qualidade de vida dos clientes (questão 2.4., com subida de 0,09%), o horário de funcionamento adequado às necessidades das famílias (questão 3.2., com subida de 2,55%) e quanto ao profissionalismo e competência da equipa (questão 4.5., com subida de 0,42%). De salientar que ao questionário anterior, foram adicionadas duas questões relacionadas com o apoio dos colaboradores nas AVD's e nos direitos das crianças e famílias:

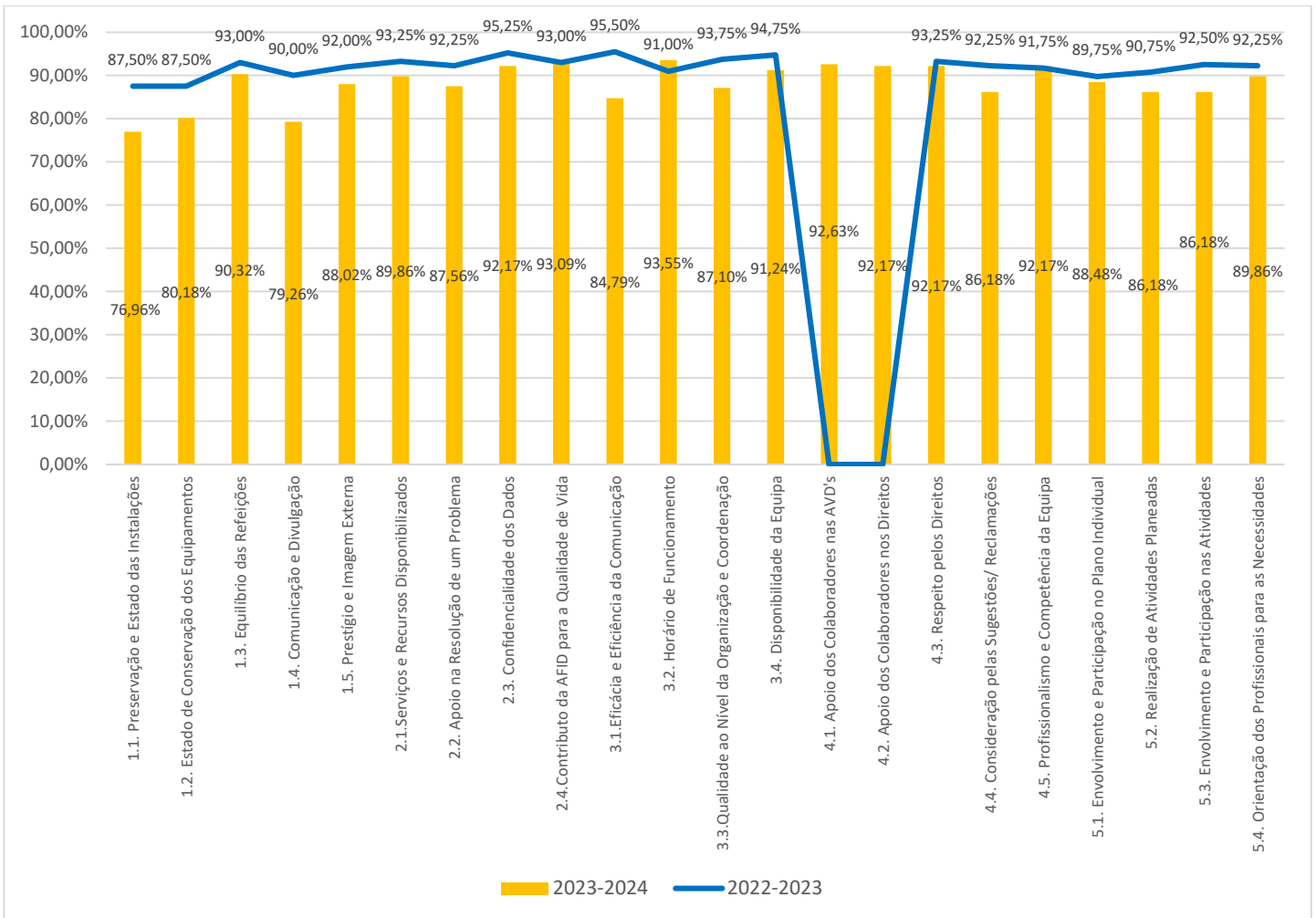


Gráfico 6 – Resultados obtidos por questão em 2023-2024 e comparação com o ano 2022-2023

Relativamente à satisfação global das famílias quanto aos serviços que recebem, verifica-se a partir do gráfico 7 que, embora os resultados obtidos estejam acima de 75%, ao longo do tempo esta satisfação tem vindo a decrescer, sendo por isso necessário refletir sobre os resultados obtidos e analisar com detalhe para elaborar estratégias:

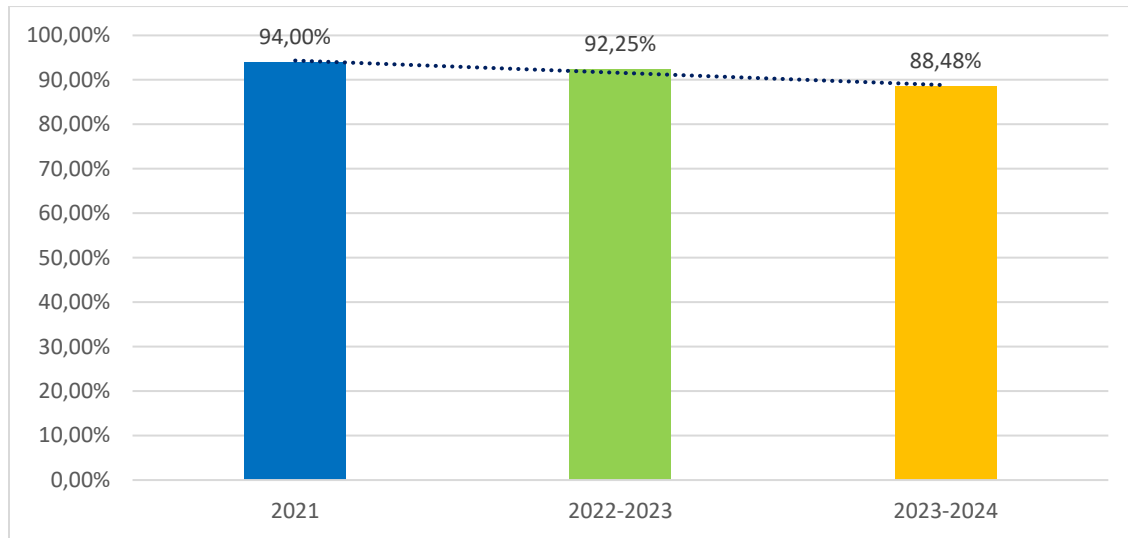


Gráfico 7 – Resultados da Questão 6. “Globalmente, quanto aos serviços que recebo/ o meu familiar recebe da AFID, sinto-me...”

No que concerne à forma como as famílias tomaram conhecimento da AFID, é possível constatar através do gráfico 8 que a maioria (80,65%) foi através de um amigo/ conhecido, seguido de outra forma (12,90%), nomeadamente através de pesquisas online:

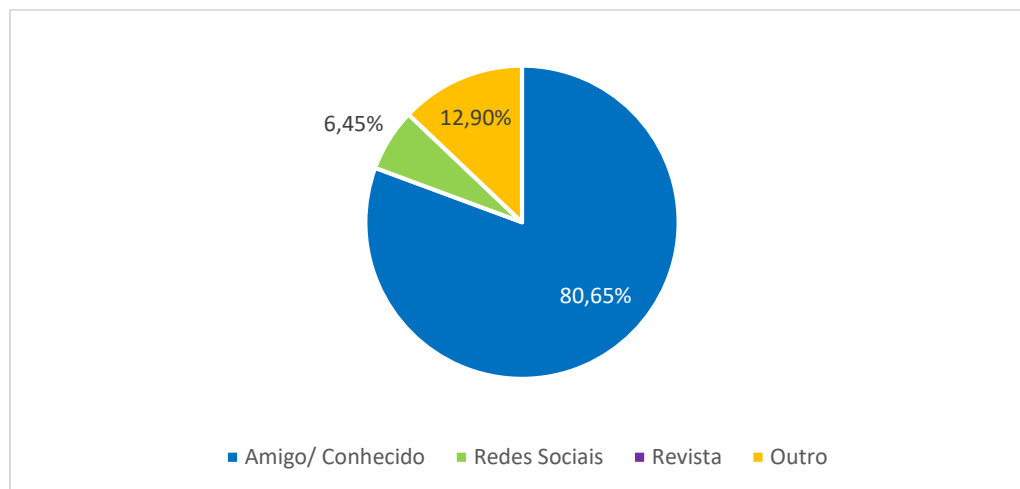


Gráfico 8 – Resultados da Questão 7. “Como tomou conhecimento da Fundação AFID Diferença?”

Relativamente a outras questões relevantes para a AFID, é possível constatar através do gráfico 9 que a maioria das pessoas respondem positivamente, com exceção da questão 7.8 relativa às famílias consultarem os planos e relatórios de atividades da Fundação AFID Diferença, verificando-se que mais de 50% não o realiza. De destacar que todas as famílias voltariam a recorrer aos serviços da instituição, aspeto este muito positivo:

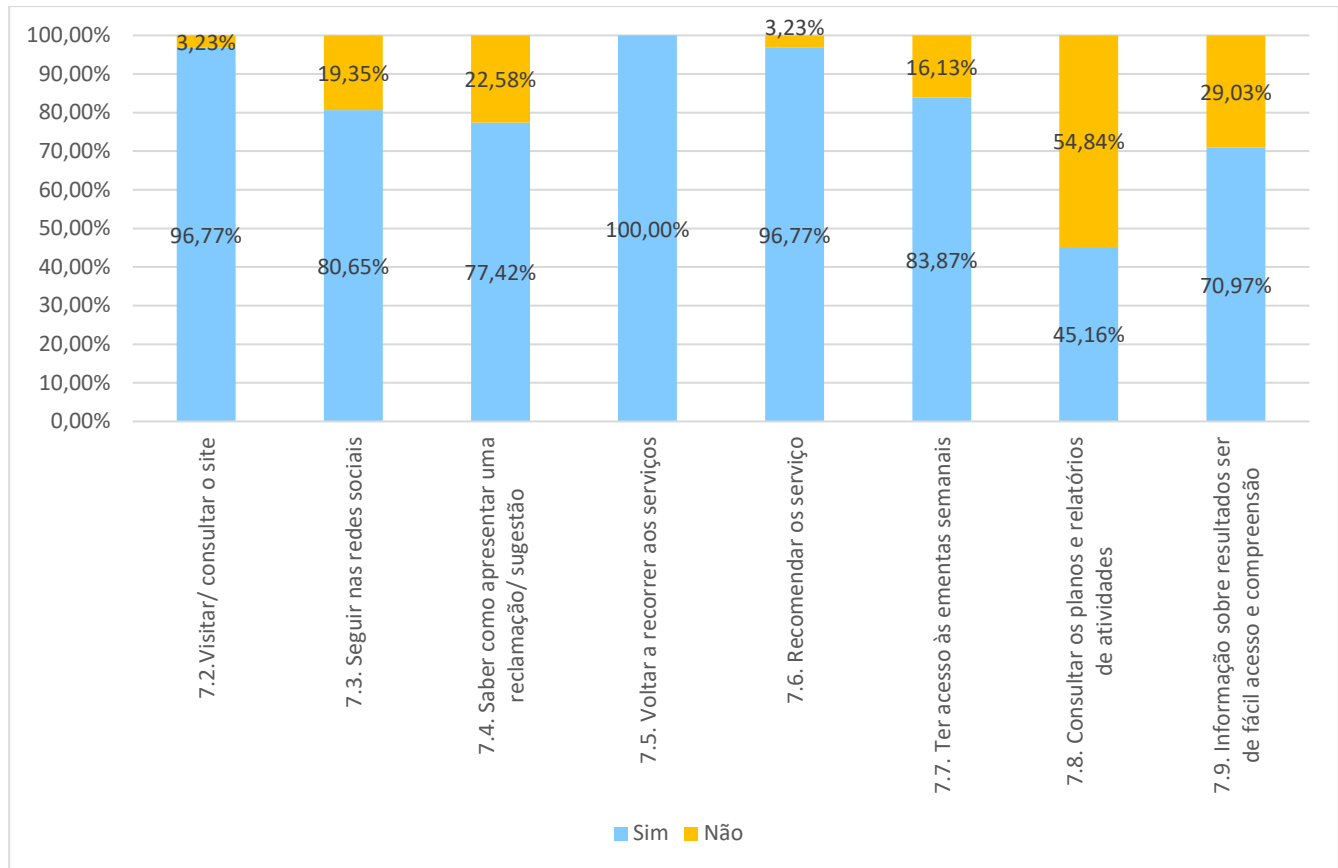


Gráfico 9 – Resultados das Questões de Resposta Fechada Sim/Não

No que concerne aos aspetos positivos, a maioria das famílias identificam a equipa (direção técnica e/ou colaboradores), seguido do envolvimento e participação nas atividades, tal como abaixo se pode verificar no gráfico 10:

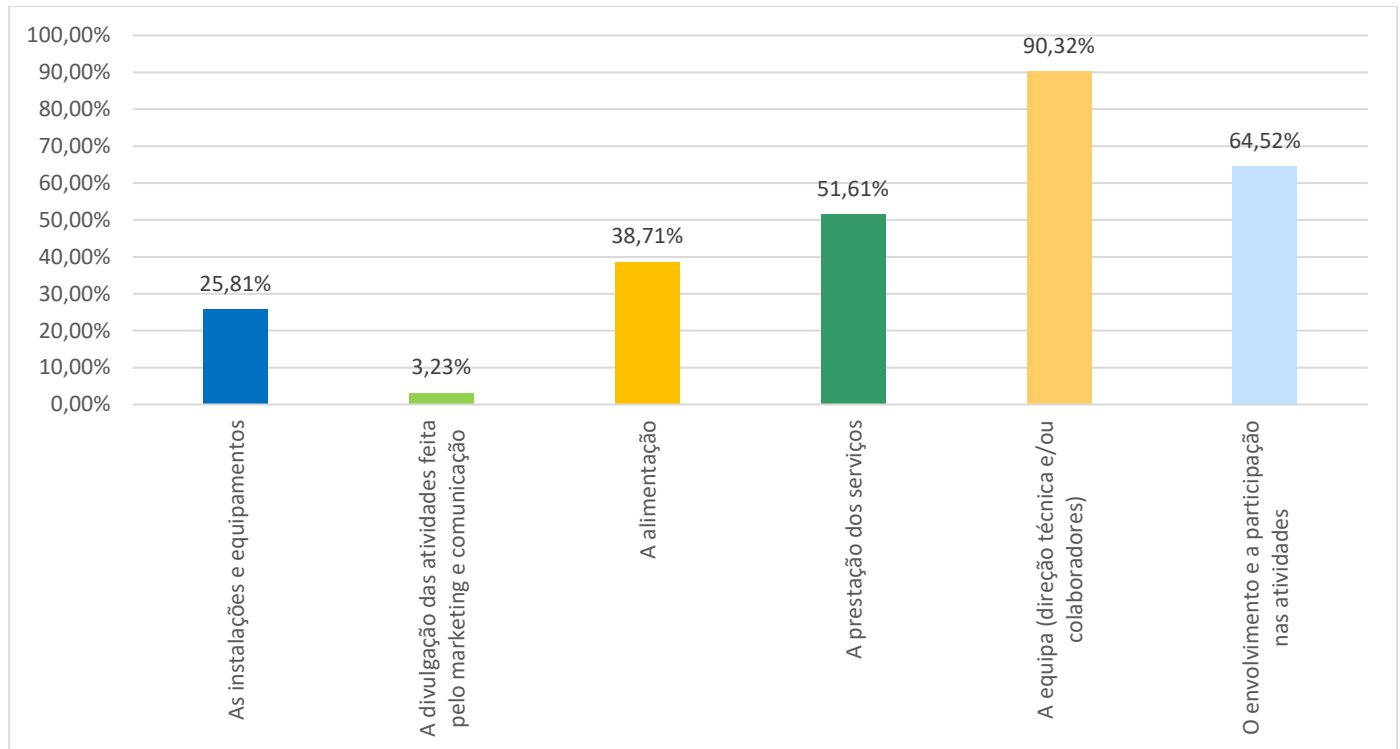


Gráfico 10 – Aspetos Positivos Identificados pelos clientes da creche Venteira

Ao nível dos aspetos que devem ser melhorados, foi possível constatar que o mais significativo são as instalações e equipamentos, tal como é possível verificar no gráfico 11:

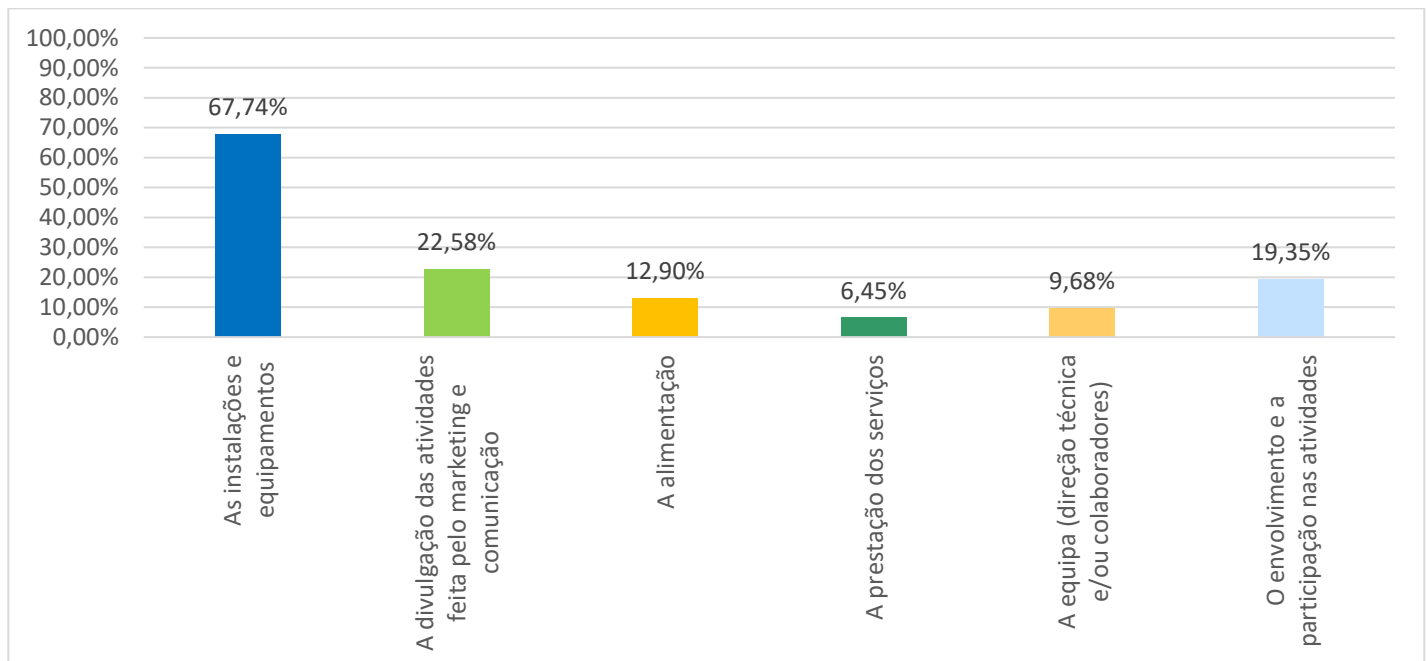


Gráfico 11 – Aspetos a Melhorar Identificados pelos clientes da creche Venteira

Ao nível das sugestões, obtiveram-se os seguintes *inputs*:

- Os balneários das piscinas não têm as condições de conforto, segurança e equipamento necessário para crianças pequenas / Bebés. Seria bastante importante serem equipados com muda fraldas e cadeirinhas com cinto de modo a facilitar a mudança de roupa tanto para a criança como para o adulto acompanhante.
- Acredito que para ano (24/25) seria interessante a melhoria na comunicação do dia/dia das crianças para os pais. Ao decorrer do ano pagamos por atividades que muitas vezes não sabemos como é a realização (ex: ioga/musica).
- Gostaria de propor, se fosse possível voltar a ter na creche novamente as actividades relacionadas ao dia do pai e ao dia da mãe, e também voltarmos a ter mais foto na aplicação dos meninos.
- Este ano foi notória a desmotivação da equipa, a falta de empenho na realização das atividades extra. A mudanças de coordenação a meio do ano foi um fator negativo. A instabilidade na equipa foi sentida pelos pais.
- Acho lamentável o estado em que se encontra o espaço exterior e os equipamentos que as crianças têm para brincar. São cada vez menos equipamentos e em pior estado de conservação. Acho que devia existir mais saídas culturais. Acho triste não se fazer sequer uma semana de praia.
- As instalações da creche precisam de melhoramentos e a creche precisa voltar a estar ligada à família, o facto de se deixar de comemorar os dias festivos (natal, dias da mãe ou pai, da criança, etc) cria um afastamento e um afastamento entre creche e família dá lugar a inseguranças e incertezas. Dos 4 anos que estive na creche os 2 primeiros foram anos Covid e por isso não servem de avaliação, nos outros 2 anos, o ano 22/23 foi de longe o melhor ano da creche, com imensas atividades externas, praia, teatros, idas ao parque e este ano passou e quase não deixa memórias :(.
- Já existem escolas que apresentam um cardápio vegetariano/vegano. Deixo minha sugestão para possível implementação de opção de ementa vegetariana.
- Deveria de haver mais consciência na divulgação de fotografias das crianças.

3.1.2. Creche Geração

Tal como acima referido, foram enviados 40 questionários, tendo-se obtido 37 respostas. Observando o gráfico 12, é possível verificar que a satisfação tem estado sempre acima dos 75%; ainda assim, a tendência ao longo dos anos tem sido negativa e, face ao ano anterior, houve uma diminuição de 1,86% na taxa de satisfação:

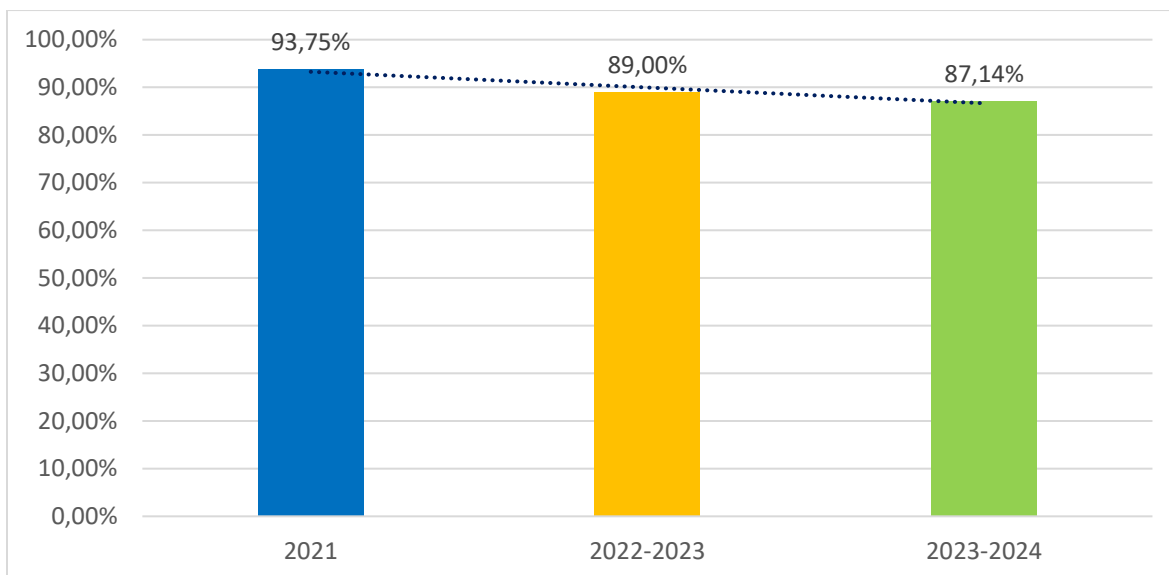


Gráfico 12 – Satisfação dos clientes da creche Geração (anos 2021, 2022-2023 e 2023-2024)

Relativamente aos 5 domínios em avaliação da satisfação dos clientes, é possível verificar através do quadro 4 que, tendencialmente, os resultados embora acima dos 75%, têm vindo a decrescer desde 2021, com exceção da Abordagem Centrada no Cliente (aumento de 0,61%):

	2021		2022-2023		2023-2024
Espaços, Alimentação e Comunicação	93,70%	↓	90,00%	↓	87,34%
Prestação de Serviços	96,19%	↓	92,50%	↓	88,61%
Apoio Prestado aos Clientes	97,50%	↓	92,31%	↓	87,36%
Confiança e Conhecimento dos Colaboradores	97,00%	↓	88,33%	↓	88,03%
Abordagem Centrada no Cliente	94,44%	↓	83,75%	↑	84,36%

Quadro 4 – Tendências dos resultados obtidos entre 2021 e 2023-2024, por domínio de avaliação

O gráfico 13 permite visualizar as tendências acima referidas:

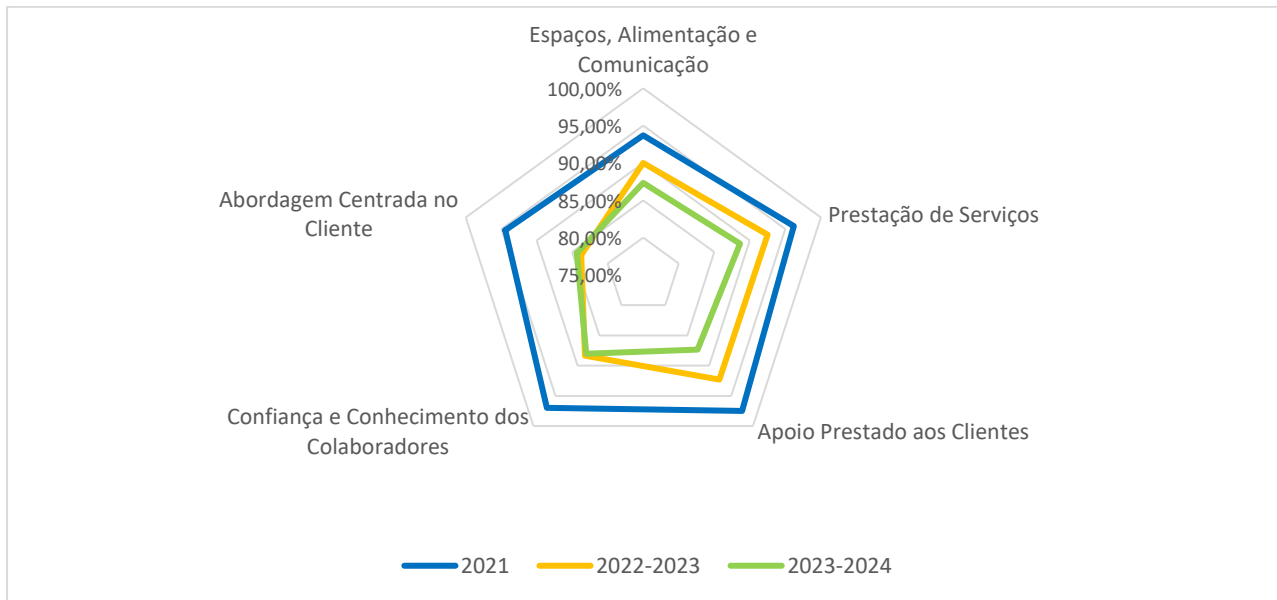


Gráfico 13 – Taxa de Satisfação dos Clientes da Creche Geração, por domínio em avaliação, para 2023-2024

Observando os resultados por questão, através do gráfico 14, é possível verificar que todos embora todos os resultados estejam acima de 75%, a maioria são inferiores ao ano anterior, com exceção das questões relativas comunicação e divulgação (questão 1.4., subida de 4,17%), prestígio e imagem externa (questão 1.5., subida de 0,33%), respeito pelos direitos (questão 4.3., subida de 0,73%), envolvimento e participação no plano individual (questão 5.1., subida de 5,33%) e envolvimento e participação nas atividades (questão 5.3., subida de 1,67%). De salientar que ao questionário anterior, foram adicionadas duas questões relacionadas com o apoio dos colaboradores nas AVD's e nos direitos das crianças e famílias:

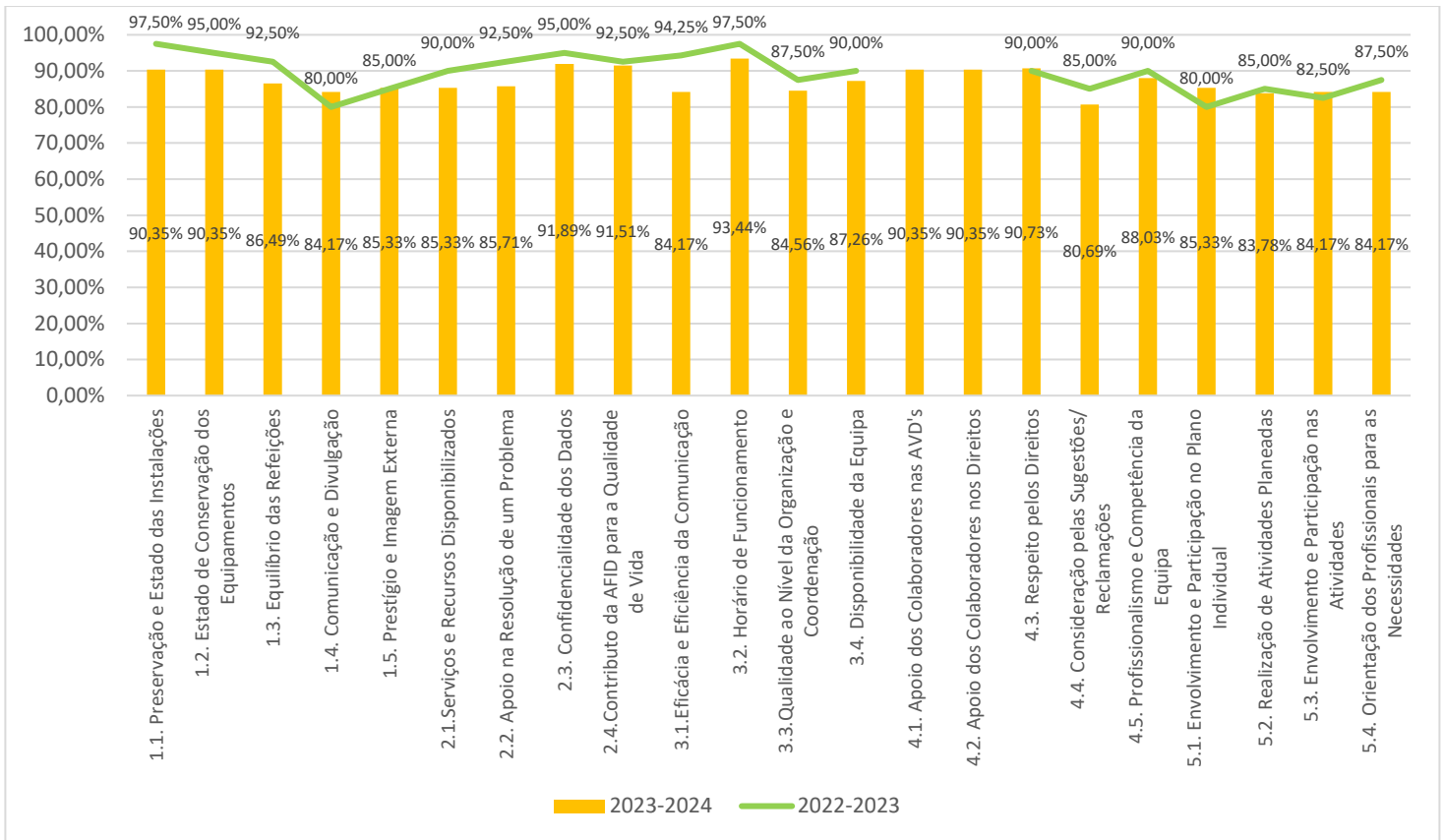


Gráfico 14 – Resultados obtidos por questão em 2023-2024 e comparação com o ano 2022-2023

Relativamente à satisfação global das famílias quanto aos serviços que recebem, verifica-se a partir do gráfico 15 que, os resultados obtidos não só estão acima de 75% como a satisfação aumentou:

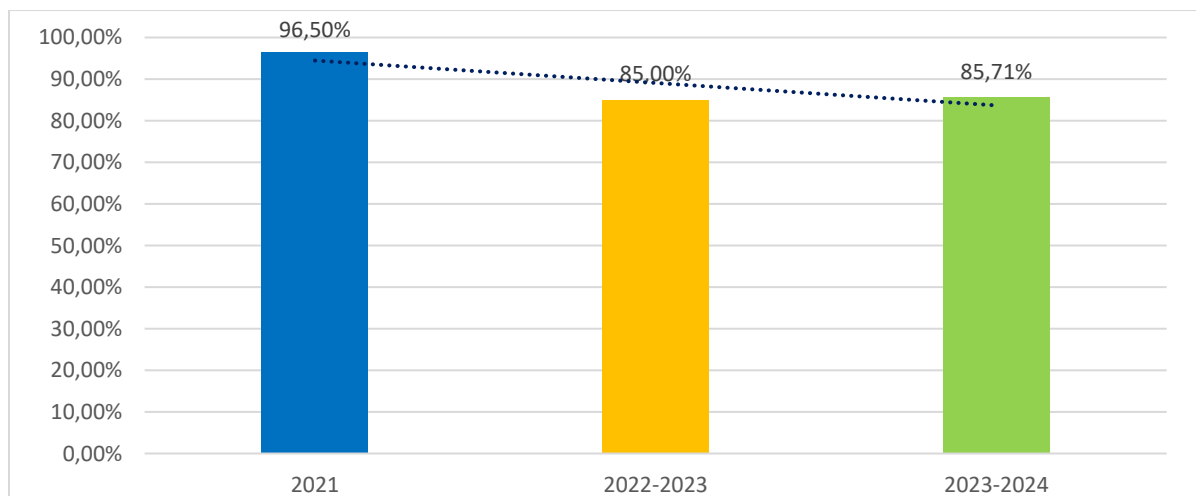


Gráfico 15 – Resultados da Questão 6. “Globalmente, quanto aos serviços que recebo/ o meu familiar recebe da AFID, sinto-me...”

No que concerne à forma como as famílias tomaram conhecimento da AFID, é possível constatar através do gráfico 16 que a maioria (59,46%) foi através de um amigo/ conhecido, seguido de redes sociais (24,32%) e outras formas (16,22%) tais como terem sido colaboradores da instituição ou terem pesquisado na internet:

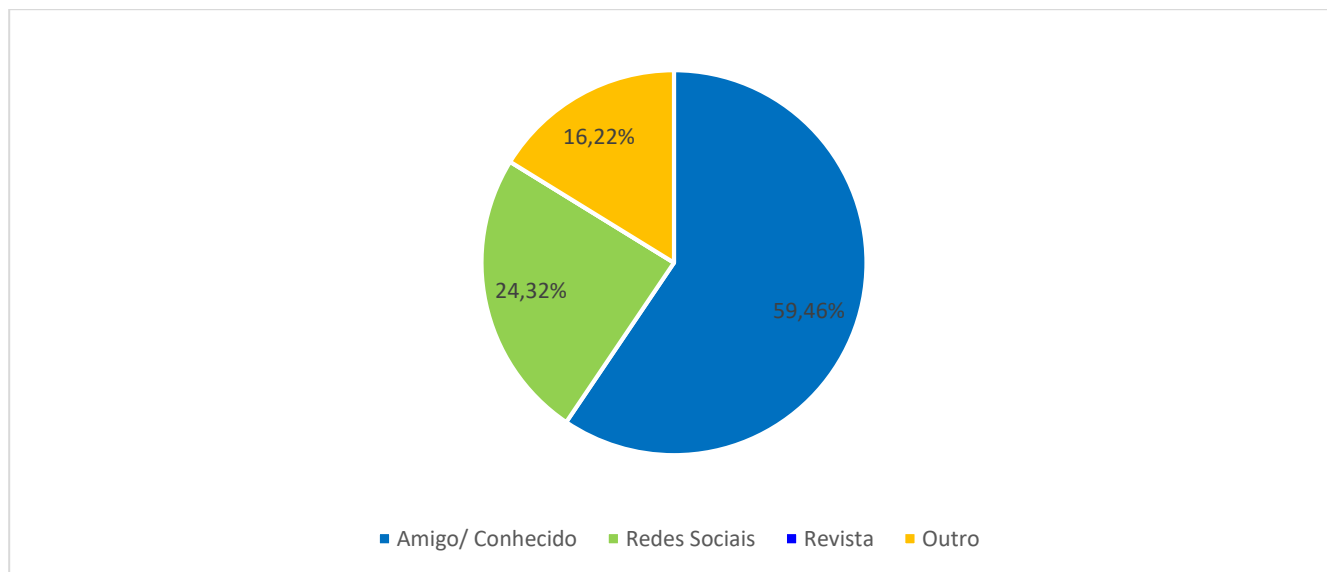


Gráfico 16 – Resultados da Questão 7. “Como tomou conhecimento da Fundação AFID Diferença?”

Relativamente a outras questões relevantes para a AFID, é possível constatar através do gráfico 17 que a maioria das pessoas respondem positivamente. De destacar que a maioria das famílias voltaria a recorrer aos serviços da instituição, aspeto este muito positivo:

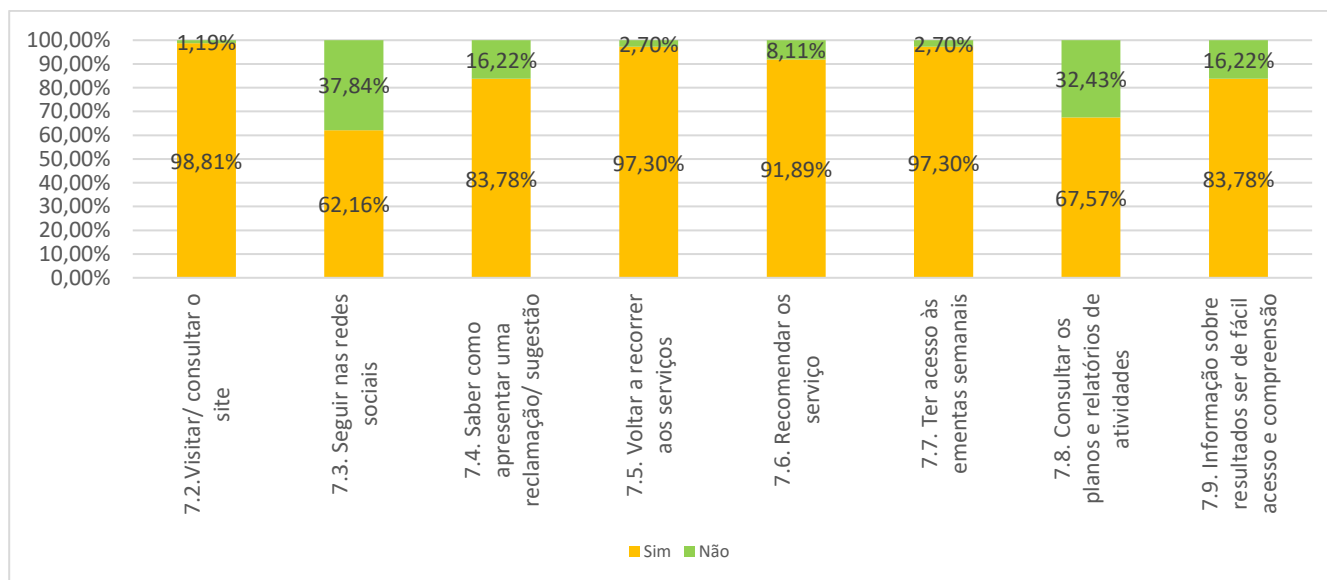


Gráfico 17 – Resultados das Questões de Resposta Fechada Sim/Não

No que concerne aos aspetos positivos, a maioria das famílias identificam a equipa (direção técnica e/ou colaboradores), seguido as instalações e equipamentos, a prestação dos serviços e o envolvimento e participação nas atividades, tal como abaixo se pode verificar no gráfico 18:

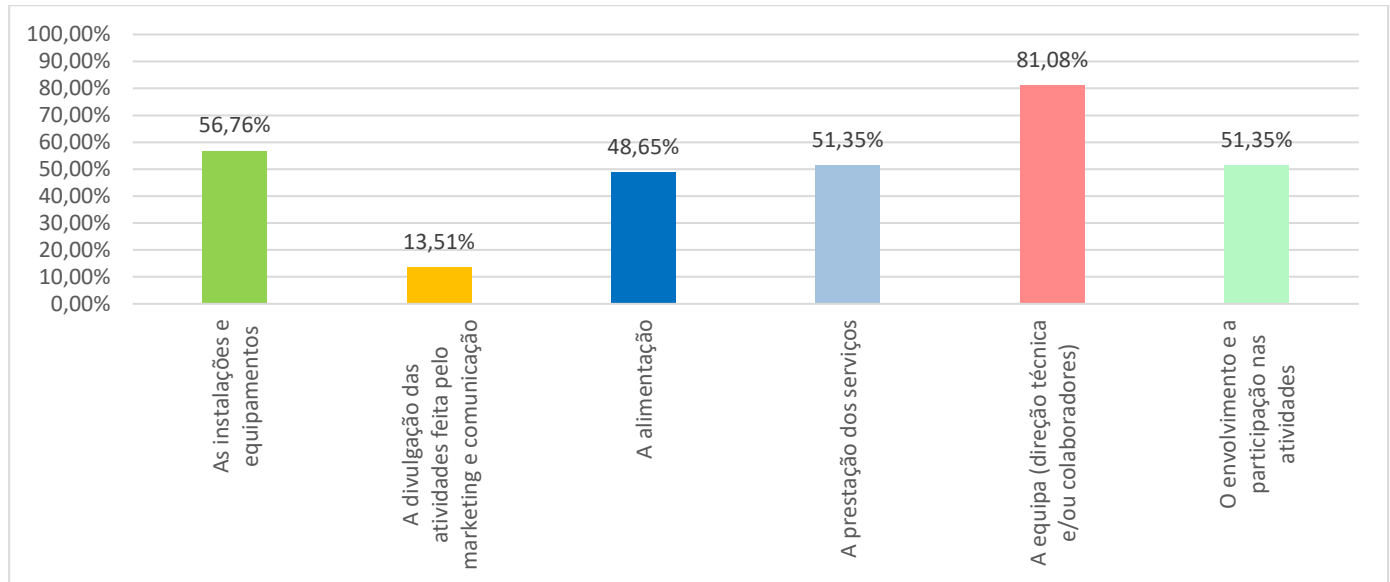


Gráfico 18 – Aspetos Positivos Identificados pelos clientes da creche Geração

Ao nível dos aspetos que devem ser melhorados, é possível constatar que o mais significativo é a divulgação das atividades feita pelo marketing e comunicação, e o envolvimento e a participação nas atividades, tal como é possível verificar no gráfico 19:

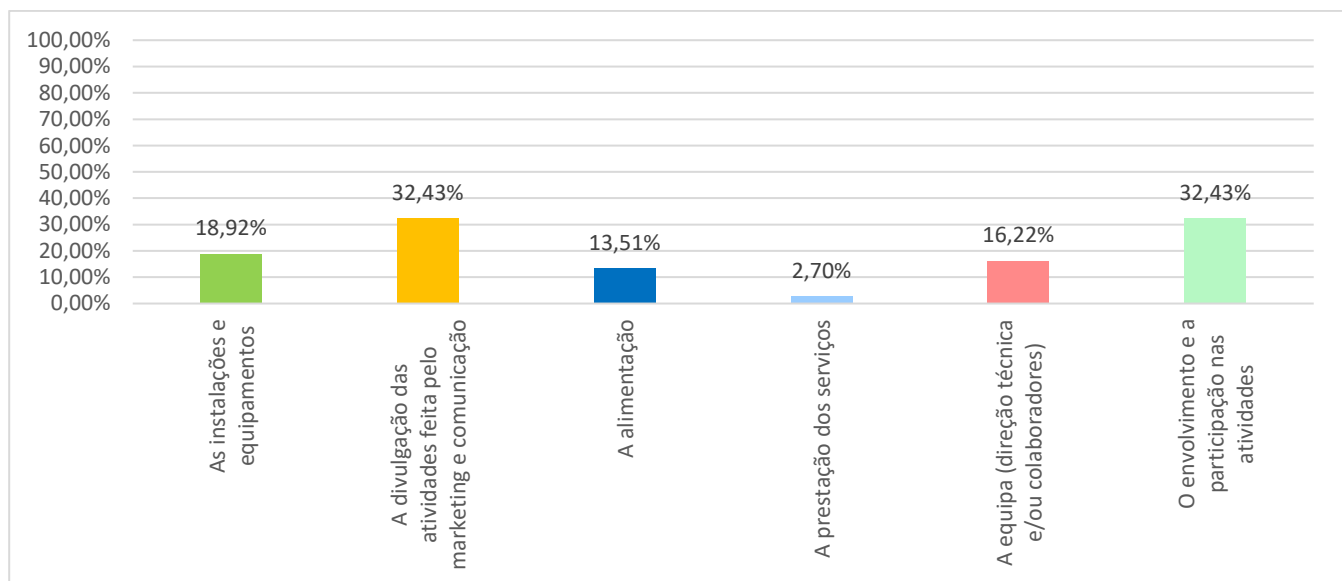


Gráfico 19 – Aspetos a Melhorar Identificados pelos clientes da creche Geração

Ao nível das sugestões, obtiveram-se os seguintes *inputs*:

- Infelizmente meu filho completou a idade de deixar a creche Geração (3 anos) e não obteve vaga na pré-escola da AFID, mesmo tendo prioridade nas vagas por ter Perturbação do Desenvolvimento diagnosticada. Este é o meu unico ponto a criticar, deveriam ter mais vagas e um processo mais transparente, pois outros colegas de sala dele conseguiram vaga e tem o mesmo escalão que o dele, provavelmente foi excluído das vagas justamente por necessitar de atenção especial. Uma pena, pois o que deveria ocorrer é o inverso: a sua inclusão.

- Relativamente à Direção e à forma como interage com os encarregados de educação, enquanto encarregada de educação fiquei extremamente desiludida. Escolhi a AFID porque quando fui contactada e visitei a creche geração senti que o meu filho teria naquele lugar a sua segunda casa. Infelizmente, no final do primeiro ano, sem que tivesse havido uma explicação ou pelo menos uma reunião com os pais para que soubessemos o que se iria suceder, trocaram as duas educadoras existentes. Nada contra a decisão porque eventualmente haveria uma razão lógica para que tal acontecesse, mas a verdade é que mesmo tendo sido enviado um e-mail a solicitar uma reunião com a direção, tal não aconteceu e foi desconsiderada a participação e opinião de qualquer encarregado de educação. Também no que concerne à consideração pelas pessoas, no passado ano letivo, precisamente uma semana antes de iniciar o ano letivo, fui informada através de e-mail que a mensalidade do meu filho passaria a ser 418 euros, fora as atividades. Não se informa alguém que se encontrava a pagar 230 euros que de repente passará a pagar o dobro do valor. Os papéis do cálculo do IRS são entregues em maio, é assim tão difícil nem que seja passado um mês informar que o valor irá alterar? Mais uma vez se querem alterar tudo bem mas então que deixem alternativas aos pais para puderem pelo mesmo valor ou menos arranjar outras alternativas. Como é lógico as vagas são praticamente inexistentes na semana antes do início do ano letivo. Mais grave é saber que sendo um objetivo do governo que as creches sejam gratuitas, há crianças na mesma sala que pagam 418 euros e outras que não pagaram nada o ano todo. Falamos de uma diferença ao final do ano de quase 5000 que na vida de um agregado familiar faz toda a diferença. Ainda assim, considero a equipa de educadora e auxiliares muito boa e sei que fazem o melhor que podem todos os dias pelo meu filho mas se voltasse a ter um segundo filho a AFID não seria uma opção para nós.

- As atividades das crianças deveriam ser partilhadas com os pais, como por exemplo o que está sendo trabalhado na aula de música e quais músicas. E ter uma aplicação onde possa colocar as informações das crianças. E por fim não deveria ter familiar responsável na mesma sala do aulo, porque assim acaba sendo dando preferência para o familiar em vez das outras crianças.

- Deveriam voltar a fazer praia com a turma dos 2/3 anos. Deveriam voltar a ter as atividades do dia do pai e mãe.

- A AFID poderia comunicar melhor com a família sobre o dia do bebé. Informar com maiores detalhes sobre o sono, a alimentação, rotina e fezes/urina. Podem também informar as famílias sobre as atividades que estão a desenvolver naquela semana para que as famílias que queiram possam replicar em casa com as crianças. O

mesmo pode ser feito com as aulas de música: indicar o que está a ser desenvolvido para a família que queira poder estimular em casa. Sentimos falta neste ano dessa comunicação. Sempre tínhamos que estar a perguntar. Deixo como sugestão desenvolver semanalmente com os bebés e crianças atividades culinárias. Eles costumam gostar.

- Revisão de modelo pedagógico e respetiva coordenação; consideração por recomendações OMS (ex. não é recomendado a ingestão de açúcar até aos 2 anos de idade, nomeadamente bolos e bolachas); maior e melhor aproveitamento do espaço exterior; estabilidade de pessoal/colaboradores nas salas; apresentação de novos colaboradores que vão fazer parte do dia-a-dia dos nossos filhos.

- Tenho muita pena que a creche geração tenha deixado de realizar as festas relativas ao dia da mãe e do dia do pai (por uns pagam os outros e a minoria acaba sempre por 'ganhar') e também pelo facto de terem terminado com as idas à praia na sala dos 3 anos (os pais nem foram questionados quanto a valores por isso a questão que se impõe é: a equipa está demasiado cansada/desmotivada para acompanhar as crianças à praia?). Há coisas que não se compreende !

3.1.3. Creche e Pré-Escolar CRZ

Tal como acima referido, foram enviados 79 questionários, tendo-se obtido 33 respostas. Observando o gráfico 20, é possível verificar que não só a satisfação tem estado sempre acima dos 75% como aumentou:

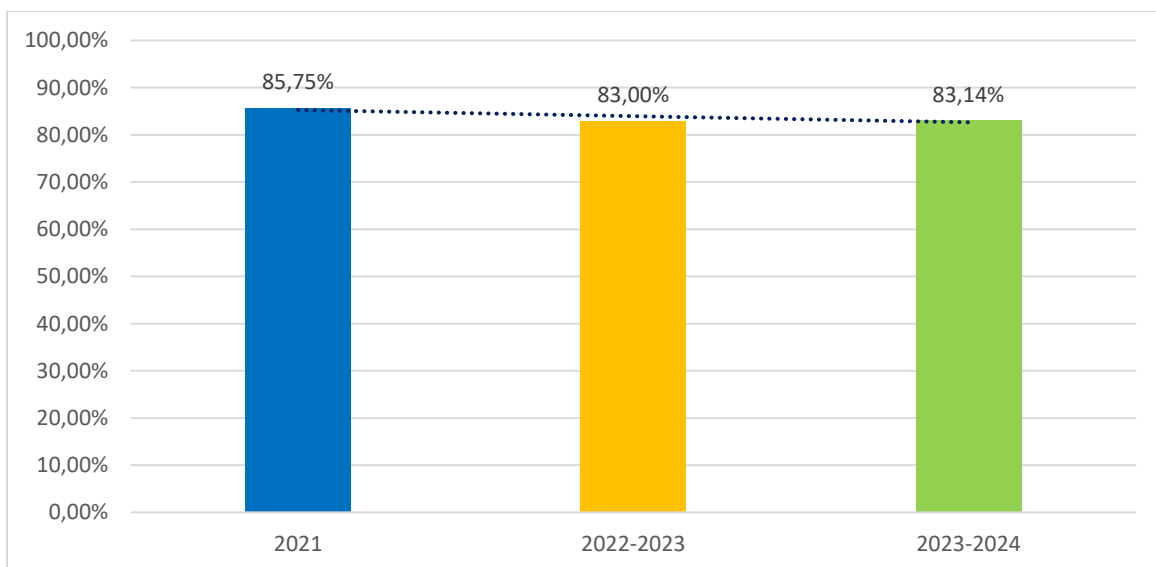


Gráfico 20 – Satisfação dos clientes da Creche e Pré-Escolar CRZ (anos 2021, 2022-2023 e 2023-2024)

Relativamente aos 5 domínios em avaliação da satisfação dos clientes, é possível verificar através do quadro 5 que embora os resultados estejam acima dos 75%, maioritariamente têm vindo a decrescer:

	2021		2022-2023		2023-2024
Espaços, Alimentação e Comunicação	80,00%	↑	80,05%	↓	78,53%
Prestação de Serviços	90,63%	↓	85,13%	↓	84,31%
Apoio Prestado aos Clientes	100,00%	↓	89,31%	↓	83,66%
Confiança e Conhecimento dos Colaboradores	91,67%	↓	85,67%	↑	88,05%
Abordagem Centrada no Cliente	81,25%	↑	83,81%	↓	80,74%

Quadro 5 – Tendências dos resultados obtidos entre 2021 e 2023-2024, por domínio de avaliação

O gráfico 21 permite visualizar o decréscimo acima referido, comparando com os anos anteriores:

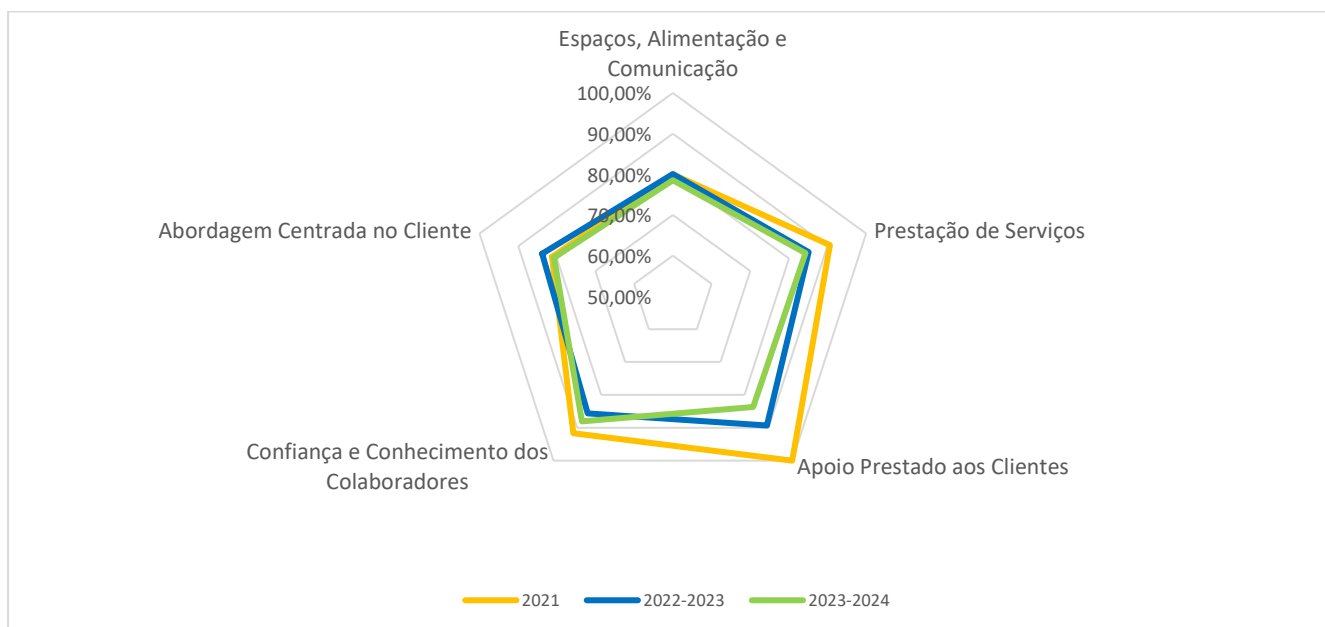


Gráfico 21 – Taxa de Satisfação dos Clientes da Creche e Pré-Escolar CRZ, por domínio em avaliação, para 2023-2024

Observando os resultados por questão, através do gráfico 22, é possível verificar que todos embora todos os resultados estejam acima de 75%, a maioria é inferior ao ano anterior, com exceção das questões relativas à preservação e estado das instalações (questão 1.1.), apoio na resolução de um problema (questão 2.2.), contributo da AFID para a qualidade de vida (questão 2.4.), qualidade ao nível da organização e coordenação (questão 3.3.), consideração pelas sugestões/ considerações (questão 4.4.), profissionalismo e competência da equipa (questão 4.5.) e o envolvimento e participação nas atividades (questão 5.3.). De salientar que ao questionário anterior, foram adicionadas duas questões relacionadas com o apoio dos colaboradores nas AVD's e nos direitos das crianças e famílias:

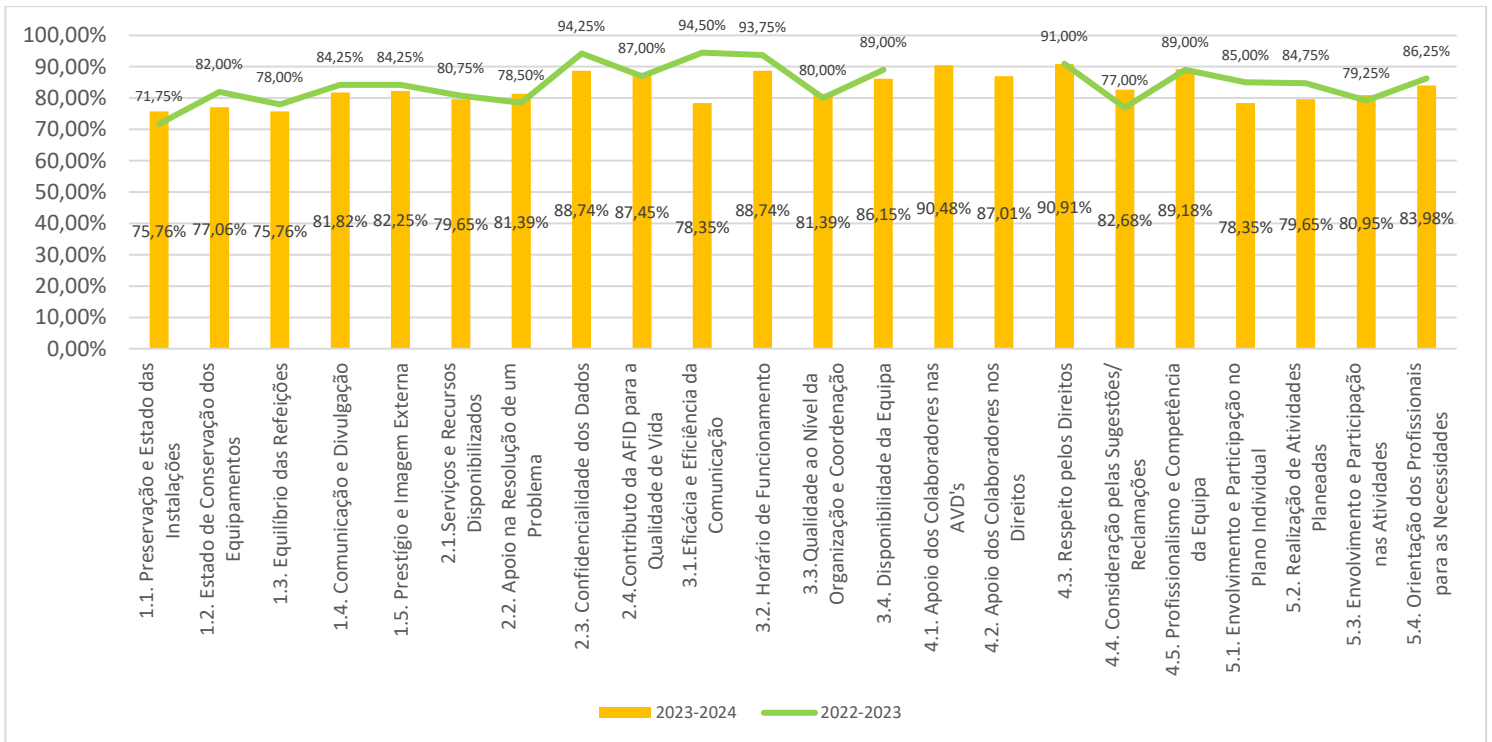


Gráfico 22 – Resultados obtidos por questão em 2023-2024 e comparação com o ano 2022-2023

Relativamente à satisfação global das famílias quanto aos serviços que recebem, verifica-se a partir do gráfico 23 que todos os resultados obtidos estão acima de 75% e houve uma melhoria na satisfação, em 10,28%:

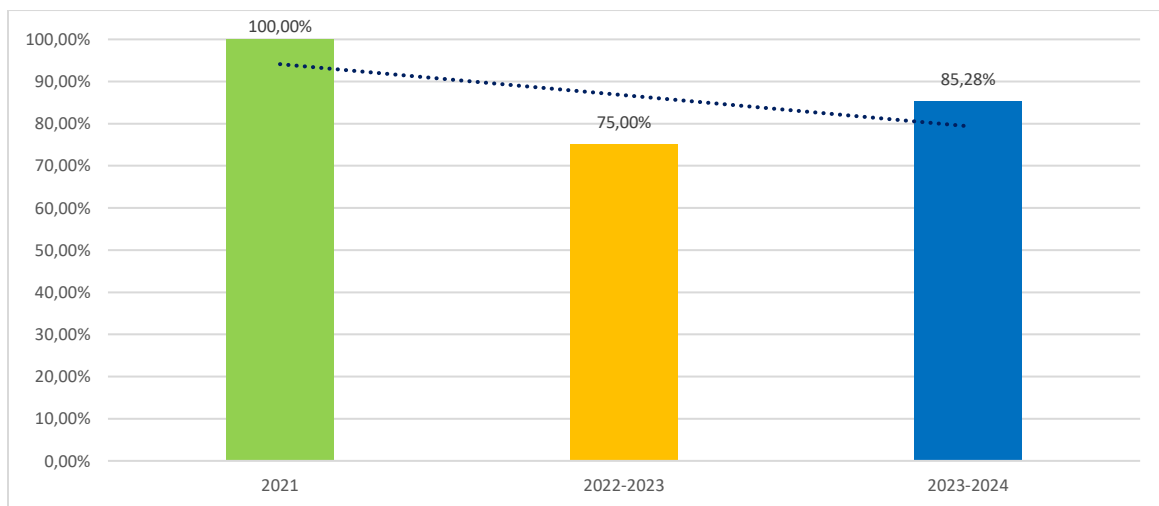


Gráfico 23 – Resultados da Questão 6. “Globalmente, quanto aos serviços que recebo/ o meu familiar recebe da AFID, sinto-me...”

No que concerne à forma como as famílias tomaram conhecimento da AFID, é possível constatar através do gráfico 24 que a maioria (75,76) foi através de um amigo/ conhecido, seguido de outra forma (24,24%), nomeadamente através de pesquisas online ou terem sido colaboradores da instituição:

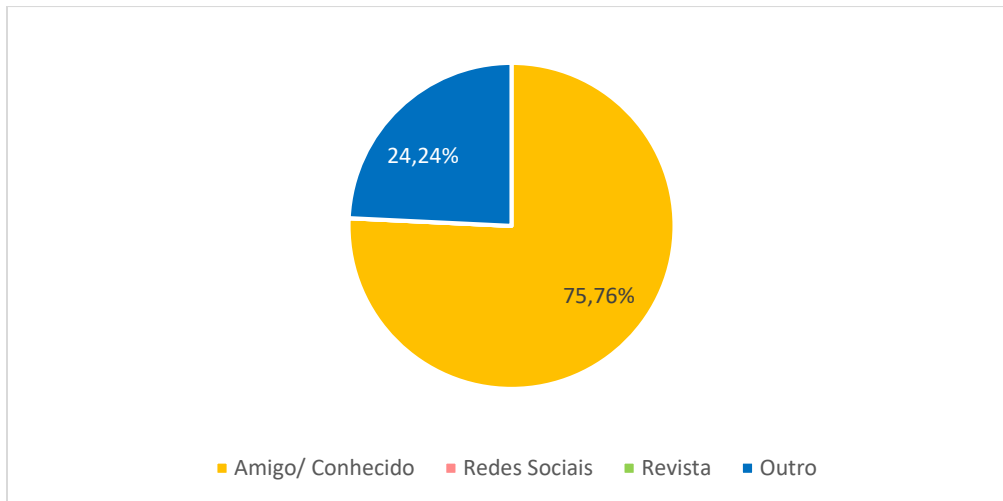


Gráfico 24 – Resultados da Questão 7. “Como tomou conhecimento da Fundação AFID Diferença?”

Relativamente a outras questões relevantes para a AFID, é possível constatar através do gráfico 25 que a maioria das pessoas respondem positivamente, com exceção da questão 7.8 relativa às famílias consultarem os planos e relatórios de atividades da Fundação AFID Diferença, verificando-se que mais de 50% não o realiza. De destacar que a maioria das famílias voltaria a recorrer aos serviços da instituição, aspeto este muito positivo:

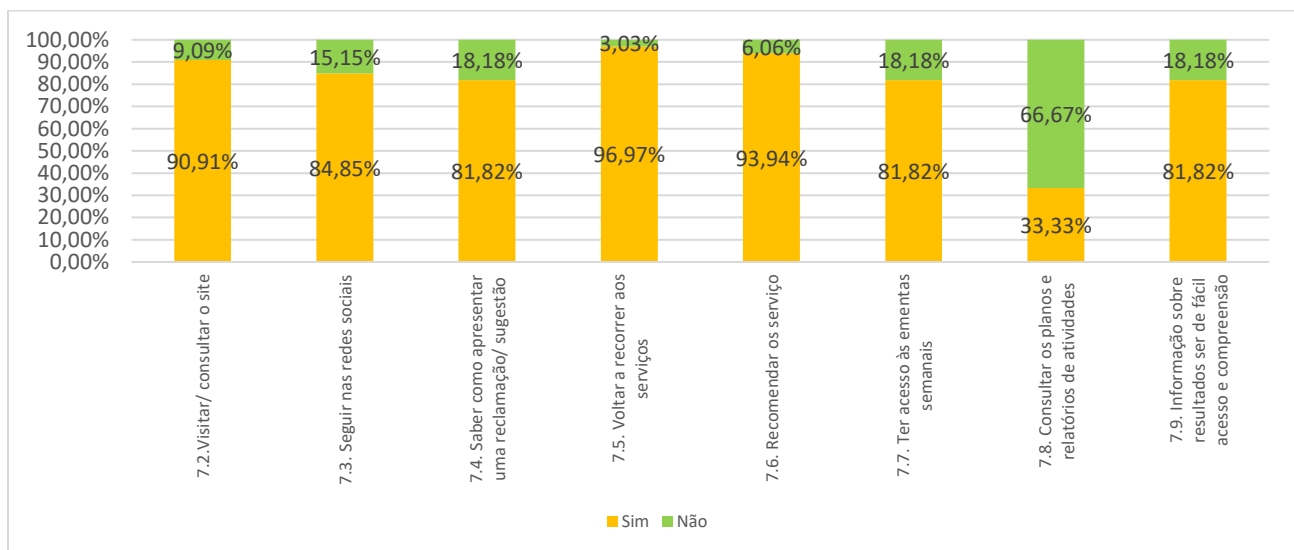


Gráfico 25 – Resultados das Questões de Resposta Fechada Sim/Não

No que concerne aos aspetos positivos, a maioria das famílias identificam a equipa (direção técnica e/ou colaboradores), seguido do envolvimento e participação nas atividades, tal como abaixo se pode verificar no gráfico 26:

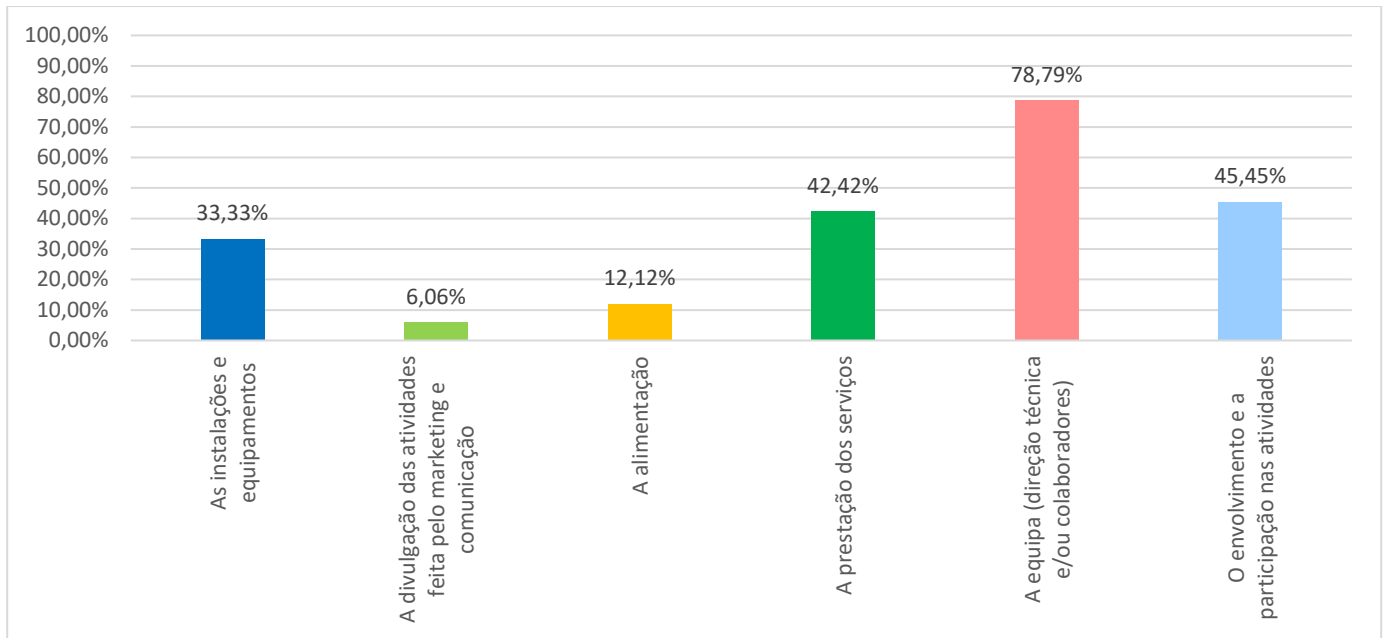


Gráfico 26 – Aspectos Positivos Identificados pelos clientes da Creche e Pré-Escolar CRZ

Ao nível dos aspetos que devem ser melhorados, foi possível constatar que o mais significativo são as instalações e equipamentos, tal como é possível verificar no gráfico 27:

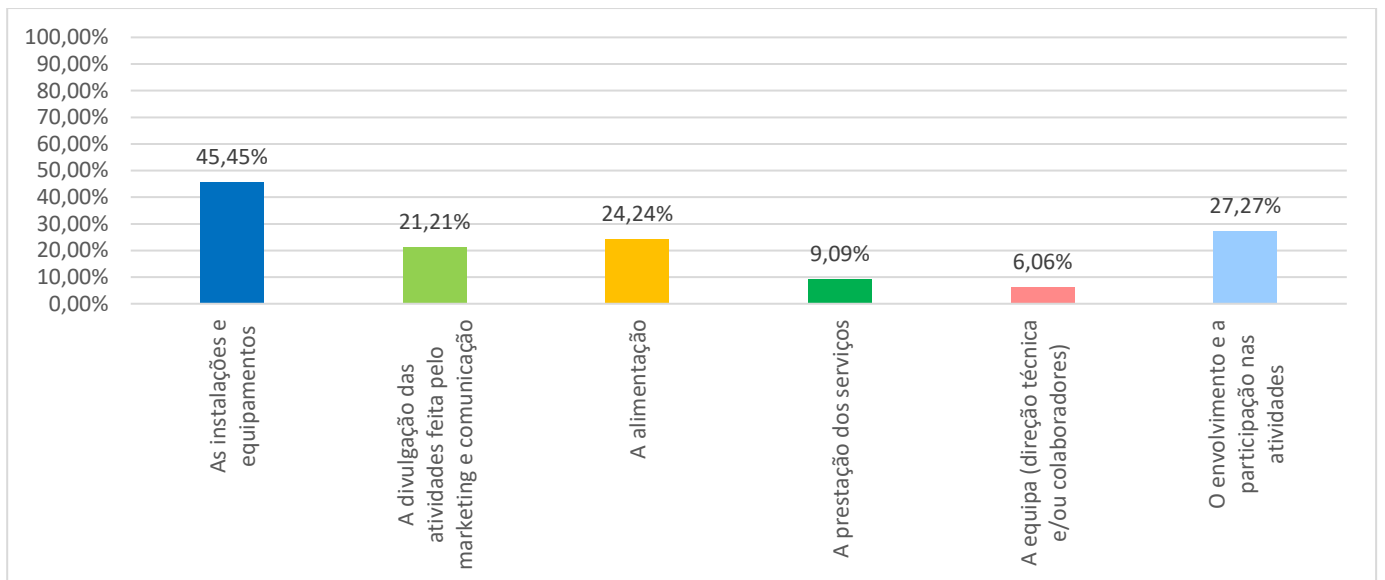


Gráfico 27 – Aspectos a Melhorar Identificados pelos clientes da Creche e Pré-Escolar CRZ

Ao nível das sugestões, obtiveram-se os seguintes *inputs*:

- A comunicação deveria ser de fácil acesso, no sentido em que quando é solicitada documentação nunca sabemos se a mesma foi recebida ou não. Não há um email de feedback seja ele positivo ou negativo. E poderiam enviar as ementas de forma digital.

- O espaço é muito bom, no entanto, acho que não está bem aproveitado. O alcatrão que está sem uso entre o parque e a entrada para o refeitório, além de ser palco de muitas quedas aparatosas e perigosas para as crianças é um espaço grande que não está aproveitado; o espaço inferior do parque também não é aproveitado ao máximo pois as crianças estão sempre apenas mais cá em cima. Em relação às refeições, sempre fiquei contente com o fato de fazerem papas caseiras e a comida parece-me sempre muito boa, no entanto, há certos hábitos que já deviam de ter sido substituídos como as bolachinhas e os iogurtes com aromas que têm açúcar completamente desnecessário para as crianças. Elas comem fruta com o iogurte e essa deveria de ser a única fonte de açúcar para eles, sem precisarem de aromas ou bolachas.

- Na minha opinião fizeram uma festa do Halloween muito exagerada, não havia necessidade de tanto pormenor e de tantos doces, pois é uma festa que não é nossa, tendo vindo a ser importada dos EUA, o que não faz sentido fazer uma festa, como a que fizeram este ano letivo que está a terminar. Em contrapartida, na minha opinião não deram a devida importância ao Natal, que as crianças tanto adoram, não fizeram uma festa de Natal, apenas um momento musical, que nada teve a ver com o Natal, o que achei muito mal, pois há sempre uma festa de Natal nas escolas.

- Acho que as instalações da Afid, poderiam abrir às 7h, em vez de 7h30 da manhã.

- A AFID continua a ser para mim, um lugar de eleição onde podemos confiar os nossos filhos (pelo menos eu penso assim). Mas este ano fiquei um pouco desiludida/triste por o meu filho Edgar Pereira que faz 4 anos em Outubro e apesar de frequentar a creche desde abril de 2021 ficou em lista de espera para o Pré-Escolar. Sempre pensei que iria ser como os irmãos e frequentar o Pré-Escolar na AFID (a minha confiança na AFID é mais segura do que colocá-lo numa escola pública). Já "estou" na AFID desde 2012 e estava a contar "ficar" até 2026...~

- Só refiro as instalações pelo geral do edifício da creche CRZ. Não me pareceu, no entanto, até hoje que a limpeza ou alguma degradação das habitações superiores pusesse em causa o serviço prestado ou a segurança do meu educando.

- A alimentação principalmente deve ser cada vez mais de acordo com o que é mais saudável para as nossas crianças.

Deve haver melhoria nos equipamentos dentro das salas, bem como a manutenção dos equipamentos do parque.

- Gostaria de salientar que na Afid CRZ, penso que apenas um telefone de serviço não é suficiente, por mais que uma vez tentei entrar em contacto e além de não ter sido atendida a chamada, não me foi devolvida a mesma, passado algum tempo. Visto terem dois pisos, e mais que uma sala em cada um deles, penso que o ideal seriam dois contactos, um por cada piso.

3.2. AFID REAB

A AFID REAB contempla a Formação Profissional (FP), o Lar Residencial para Pessoas com Deficiências (LAR) e o Centro de Atividades e Capacitação para a Inclusão (CACI).

Foram enviados 181 questionários e foram obtidas 84 respostas (taxa de adesão geral de 46,40%). O quadro 6 faz uma comparação dos valores obtidos e taxa de adesão, entre as respostas da AFID REAB, verificando-se uma maior taxa de adesão no Lar Residencial, seguido de Formação Profissional e, por fim, CACI:

	FP	LAR	CACI
Nº de Questionários Enviados	20	36	125
Nº de Respostas Obtidas	11	21	52
Taxa de Adesão	55,00 %	58,33 %	41,60 %

Quadro 6 – Análise comparativa do número de respostas obtidas entre as várias respostas sociais da AFID REAB, em 2023-2024

Através da análise do gráfico 27, é possível constatar que a classificação da satisfação em todas, é superior a 75%; contudo, todos os resultados, com exceção da Formação Profissional, são inferiores ao ano anterior sendo, por isso, necessário analisar a possibilidade de aplicar estratégias.

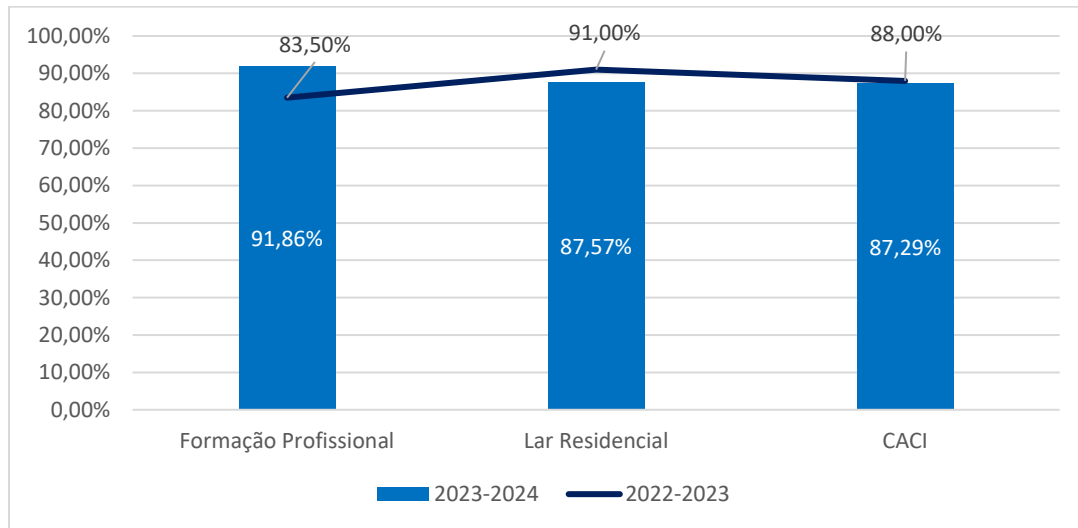


Gráfico 27 – Comparação da satisfação global entre respostas sociais da AFID REAB

3.2.1. Formação Profissional

Tal como acima referido, foram enviados 20 questionários, tendo-se obtido 11 respostas. Observando o gráfico 28, é possível verificar que a satisfação tem estado sempre acima dos 75%; ainda assim, face ao ano anterior, houve uma diminuição de 2,14% na taxa de satisfação:

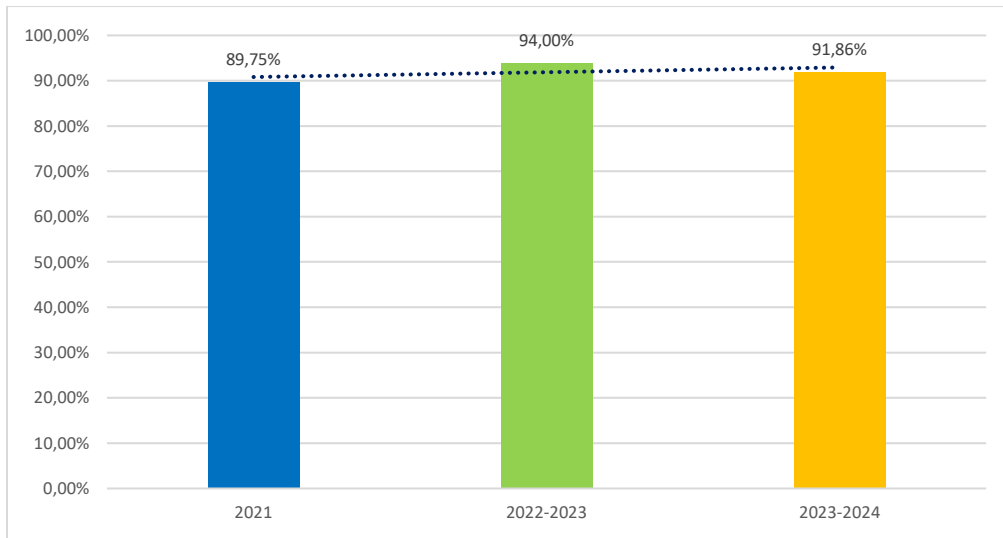


Gráfico 28 – Satisfação dos clientes da Formação Profissional (anos 2021, 2022-2023 e 2023-2024)

Relativamente aos 5 domínios em avaliação da satisfação dos clientes, é possível verificar através do quadro 7 que os resultados não só se encontram acima dos 75%, como do ano anterior para o ano de 2023-2024, todos os domínios obtiveram melhores resultados:

	2021		2022-2023		2023-2024
Espaços, Alimentação e Comunicação	87,40%	↓	81,15%	↑	89,35%
Prestação de Serviços	88,38%	↓	84,56%	↑	91,56%
Apoio Prestado aos Clientes	89,58%	↓	84,83%	↑	93,18%
Confiança e Conhecimento dos Colaboradores	90,55%	↓	82,15%	↑	93,25%
Abordagem Centrada no Cliente	88,31%	↓	85,00%	↑	91,56%

Quadro 7 – Tendências dos resultados obtidos entre 2021 e 2023-2024, por domínio de avaliação

O gráfico 29 permite visualizar o acréscimo acima referido, comparando com os anos anteriores:

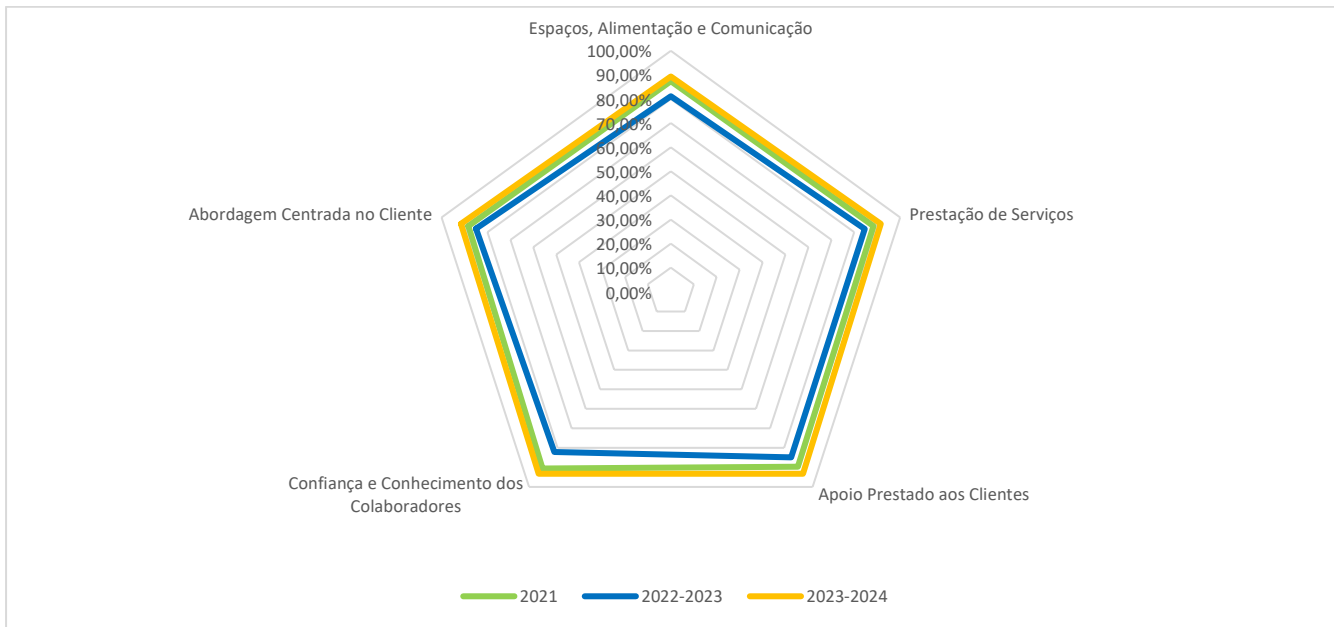


Gráfico 29 – Taxa de Satisfação dos Clientes da Formação Profissional, por domínio em avaliação, para 2023-2024

Observando os resultados por questão, através do gráfico 30, é possível verificar que, não só todos os resultados se encontram acima de 75%, como todas as questões colocadas aos clientes obtiveram resultados superiores, destacando-se as duas que tiveram maior taxa de satisfação estarem relacionadas com a disponibilidade da equipa (questão 3.4.) e quanto ao profissionalismo e competência da equipa (questão 4.5.). De salientar que ao questionário anterior, foi adicionada uma questão relacionada com a eficácia e eficiência da comunicação.

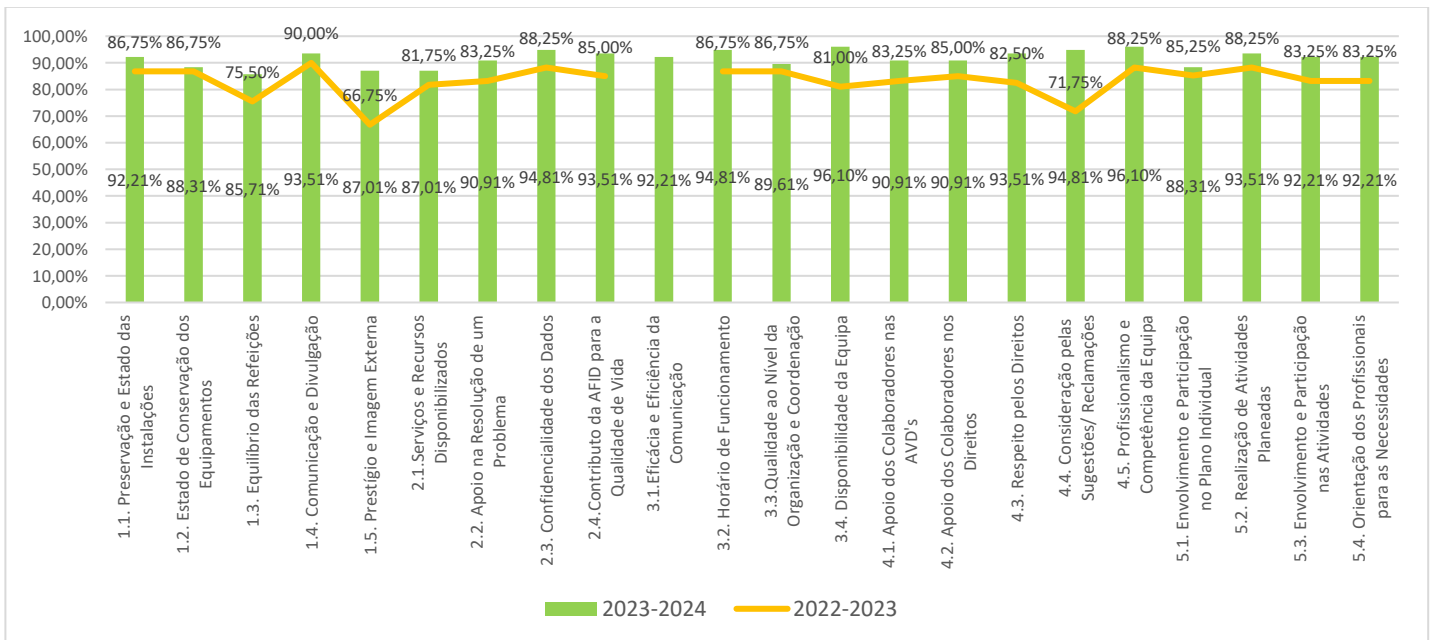


Gráfico 30 – Resultados obtidos por questão em 2023-2024 e comparação com o ano 2022-2023

Relativamente à satisfação global dos clientes quanto aos serviços que recebem, verifica-se a partir do gráfico 31 que não só os resultados obtidos se encontram acima de 75%, mas também que, ao longo do tempo, embora tenha haido uma pequena oscilação nos anos anteriores, houve um aumento da satisfação em 5,26%:

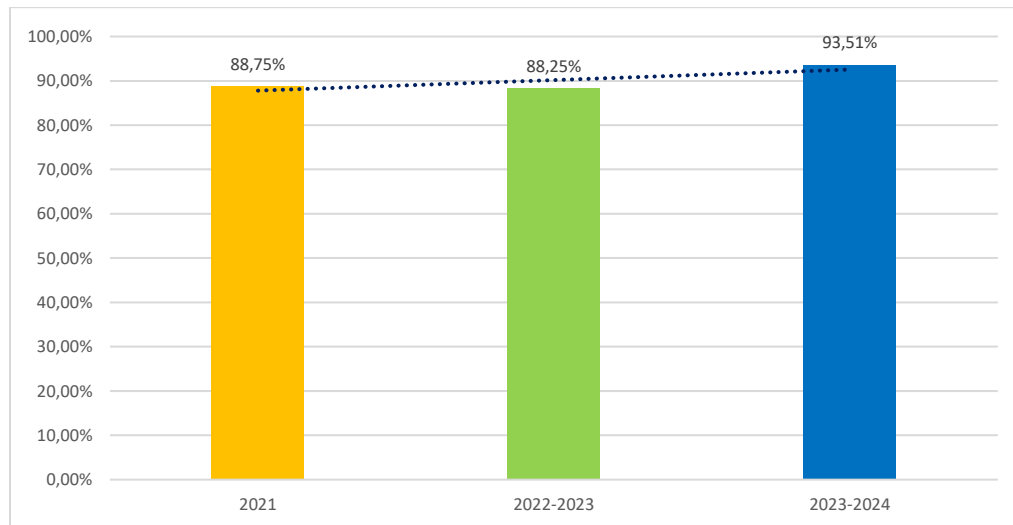


Gráfico 31 – Resultados da Questão 6. “Globalmente, quanto aos serviços que recebo/ o meu familiar recebe da AFID, sinto-me...”

No que concerne à forma como os clientes tomaram conhecimento da AFID, é possível constatar através do gráfico 32 que a maioria (45,45%) foi através de um amigo/ conhecido, seguido de outra forma (36,36%), nomeadamente através de encaminhamento escolar ou através do Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP):

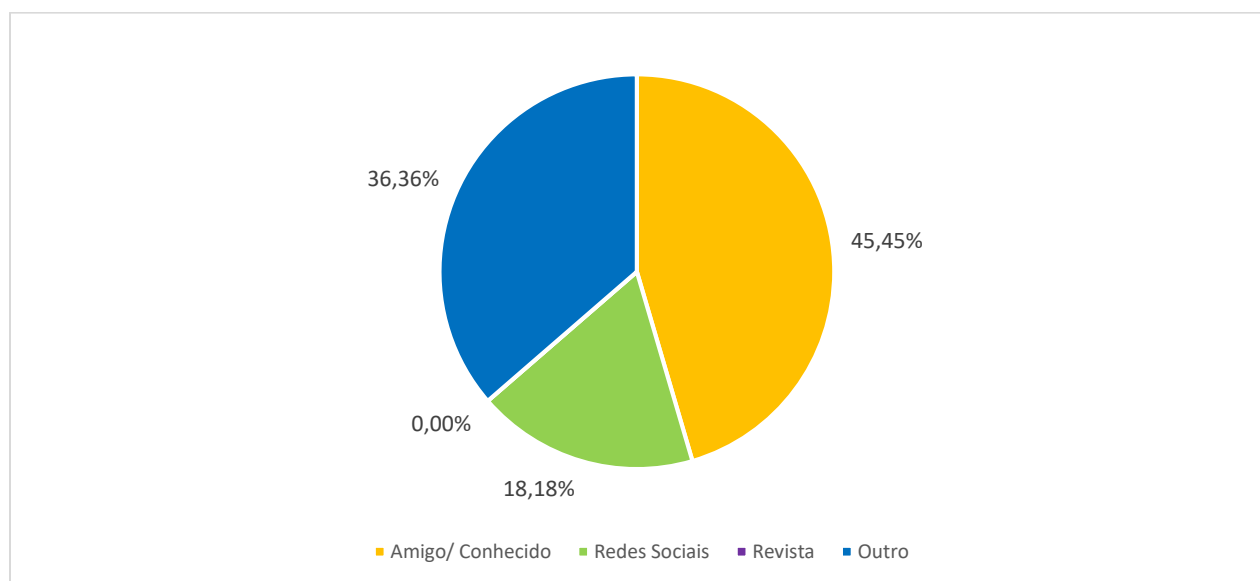


Gráfico 32 – Resultados da Questão 7. “Como tomou conhecimento da Fundação AFID Diferença?”

Relativamente a outras questões relevantes para a AFID, é possível constatar através do gráfico 33 que a maioria das pessoas respondem positivamente, com exceção da questão 7.8 relativa aos clientes consultarem os planos e relatórios de atividades da Fundação AFID Diferença, verificando-se que mais de 50% não o realiza. De destacar que todos os clientes voltariam a recorrer aos serviços da instituição, aspeto este muito positivo:

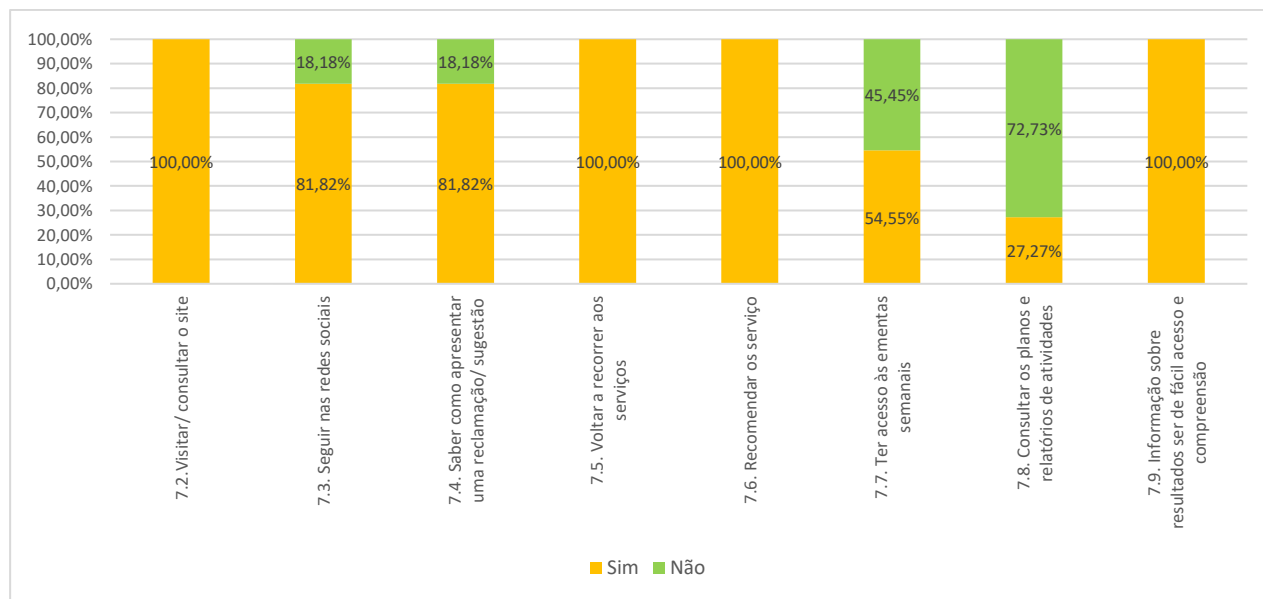


Gráfico 33 – Resultados das Questões de Resposta Fechada Sim/Não

No que concerne aos aspetos positivos, a maioria dos clientes identificam a equipa (direção técnica e/ou colaboradores) e a divulgação das atividades feita pelo marketing e comunicação, tal como abaixo se pode verificar no gráfico 34:

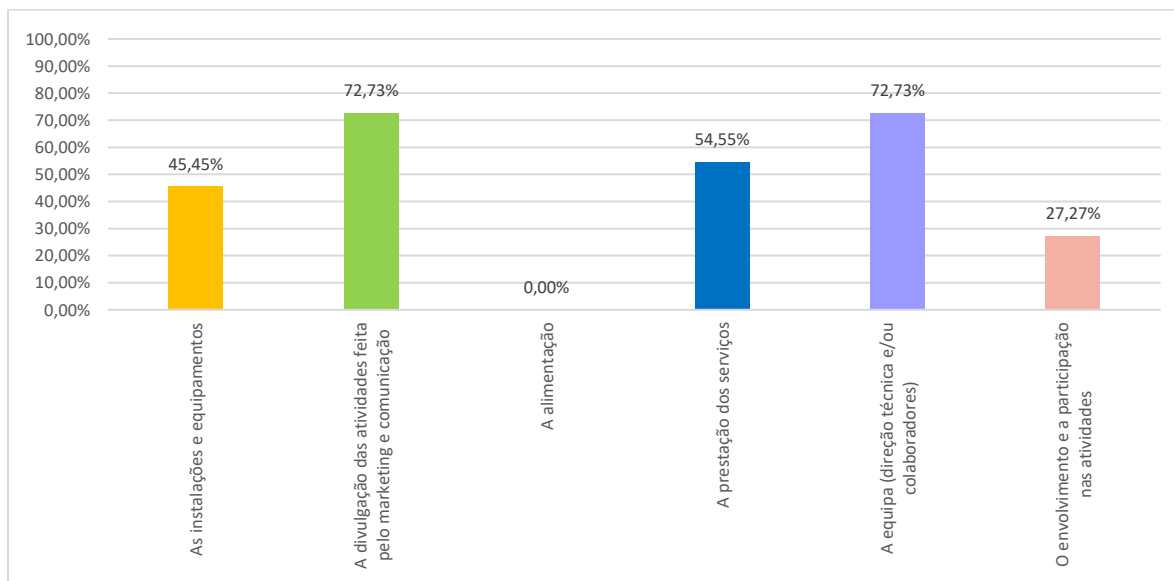


Gráfico 34 – Aspetos Positivos Identificados pelos clientes da Formação Profissional

Ao nível dos aspetos que devem ser melhorados, foi possível constatar que o mais significativo são a alimentação e o envolvimento e participação nas atividades, tal como é possível verificar no gráfico 35:

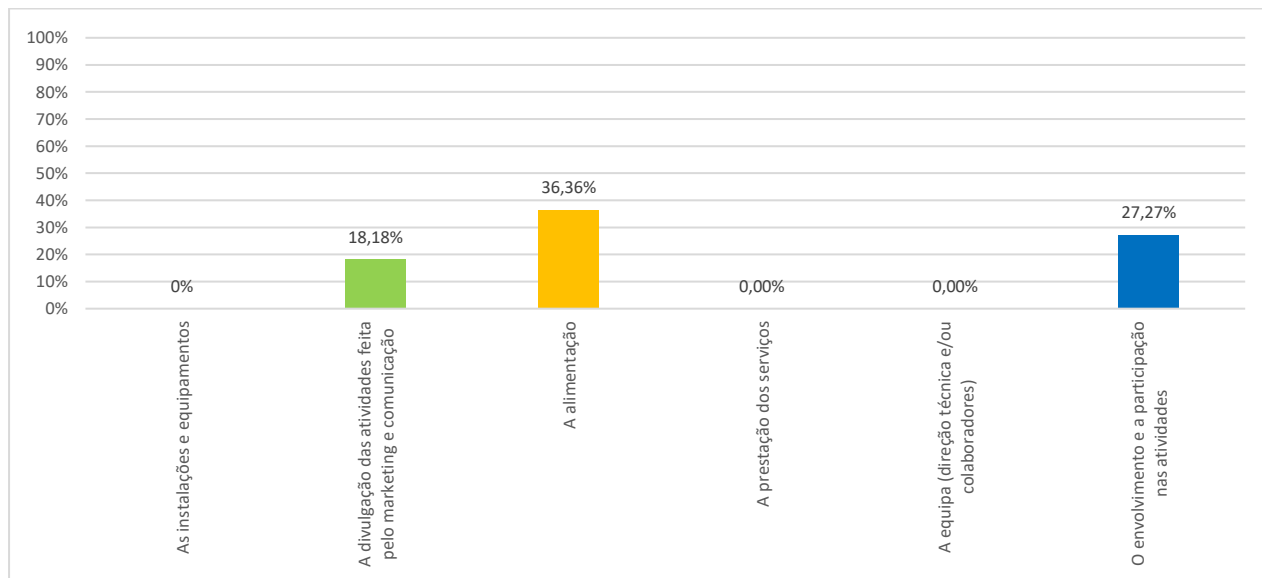


Gráfico 35 – Aspetos a Melhorar Identificados pelos clientes da Formação Profissional

Não se registaram sugestões dos clientes.

3.2.2. Lar Residencial

Tal como acima referido, foram enviados 36 questionários, tendo-se obtido 21 respostas. Observando o gráfico 36, é possível verificar que a satisfação tem estado sempre acima dos 75%; ainda assim, face ao ano anterior, houve uma diminuição de 3,43% na taxa de satisfação:

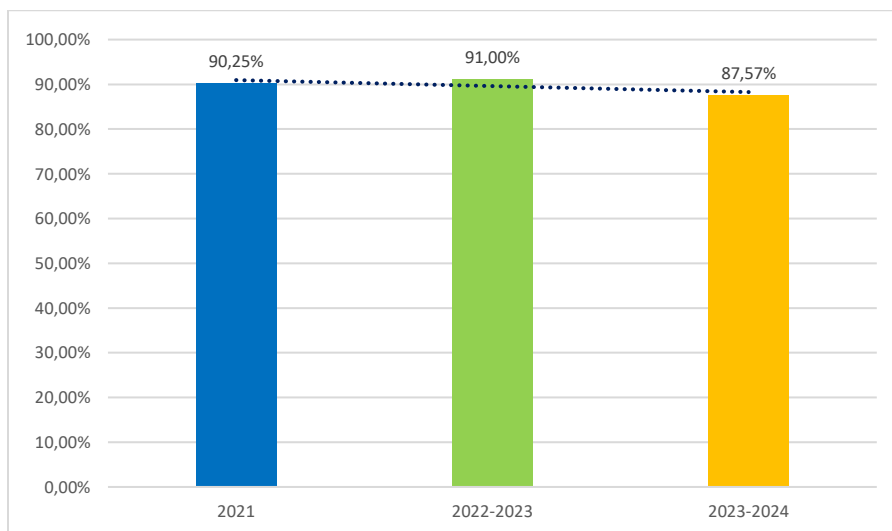


Gráfico 36 – Satisfação dos clientes do Lar Residencial (anos 2021, 2022-2023 e 2023-2024)

Relativamente aos 5 domínios em avaliação da satisfação dos clientes, é possível verificar através do quadro 8 que todos os resultados se encontram acima dos 75%; contudo, verifica-se também que as tendências têm sido negativas com exceção do domínio “Apoio Prestado aos Clientes”:

	2021		2022-2023		2023-2024
Espaços, Alimentação e Comunicação	94,50%	↓	94,25%	↓	85,58%
Prestação de Serviços	93,06%	↓	89,50%	↓	88,27%
Apoio Prestado aos Clientes	85,88%	↑	89,25%	↑	91,16%
Confiança e Conhecimento dos Colaboradores	91,45%	↓	90,80%	↓	87,07%
Abordagem Centrada no Cliente	90,81%	↑	91,56%	↓	86,05%

Quadro 8 – Tendências dos resultados obtidos entre 2021 e 2023-2024, por domínio de avaliação

O gráfico 37 permite visualizar os resultados acima referidos, comparando com os anos anteriores:

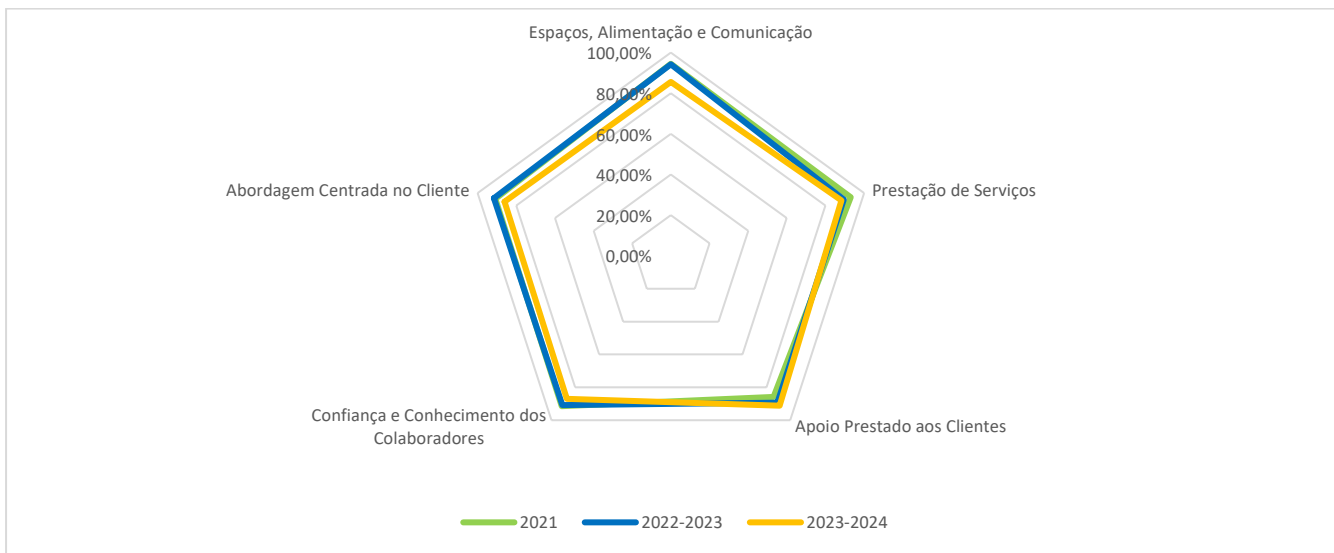


Gráfico 37 – Taxa de Satisfação dos Clientes do Lar Residencial, por domínio em avaliação, para 2023-2024

Observando os resultados por questão, através do gráfico 38, é possível verificar que todos os resultados se encontram acima de 75%; contudo, a maioria das questões obtiveram resultados inferiores ao ano anterior, com exceção das questões relacionadas com o equilíbrio das refeições (questão 1.3.), disponibilidade da equipa (questão 3.4.) e o apoio dos colaboradores nas AVD's (questão 4.1.). De salientar que ao questionário anterior, foram adicionadas duas questões relacionadas com a eficácia e eficiência da comunicação e o horário de funcionamento.

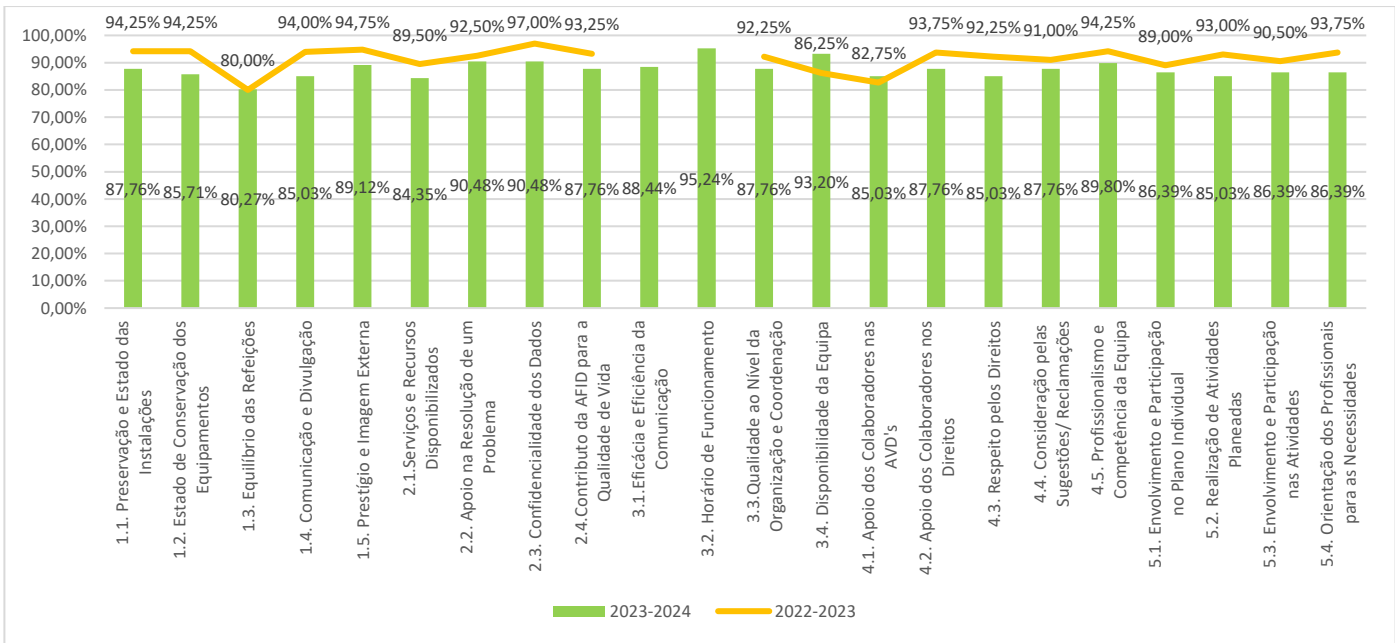


Gráfico 38 – Resultados obtidos por questão em 2023-2024 e comparação com o ano 2022-2023

Relativamente à satisfação global dos clientes quanto aos serviços que recebem, verifica-se a partir do gráfico 39 que os resultados obtidos se encontram acima de 75%; contudo, tendencialmente, a satisfação tem reduzido:

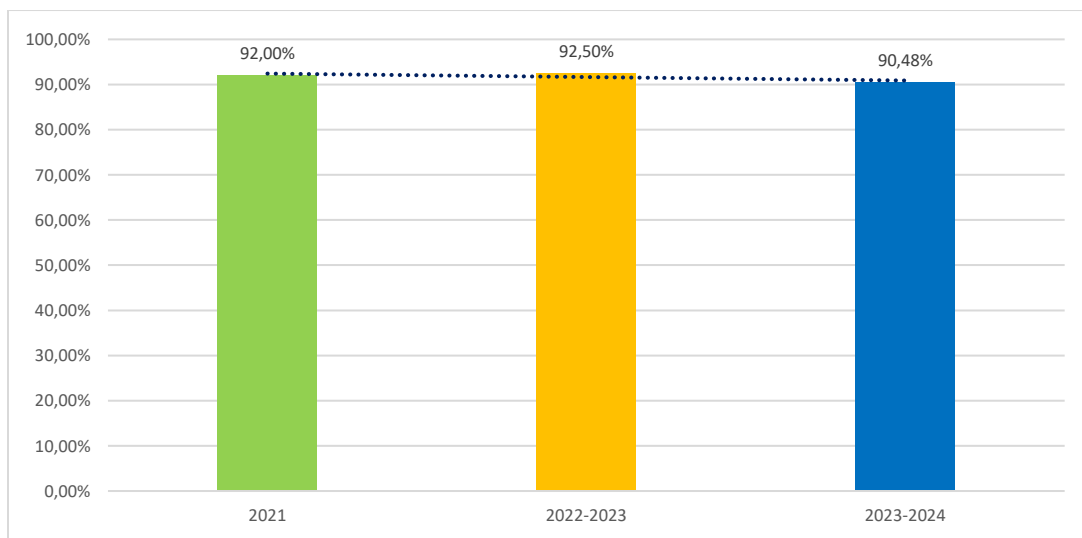


Gráfico 39 – Resultados da Questão 6. “Globalmente, quanto aos serviços que recebo/ o meu familiar recebe da AFID, sinto-me...”

No que concerne à forma como os clientes tomaram conhecimento da AFID, é possível constatar através do gráfico 40 que a maioria (76,19%) foi através de um amigo/ conhecido, seguido de outra forma (19,05%), nomeadamente através de meios de comunicação (televisão), pesquisa na internet e através do IEFP:

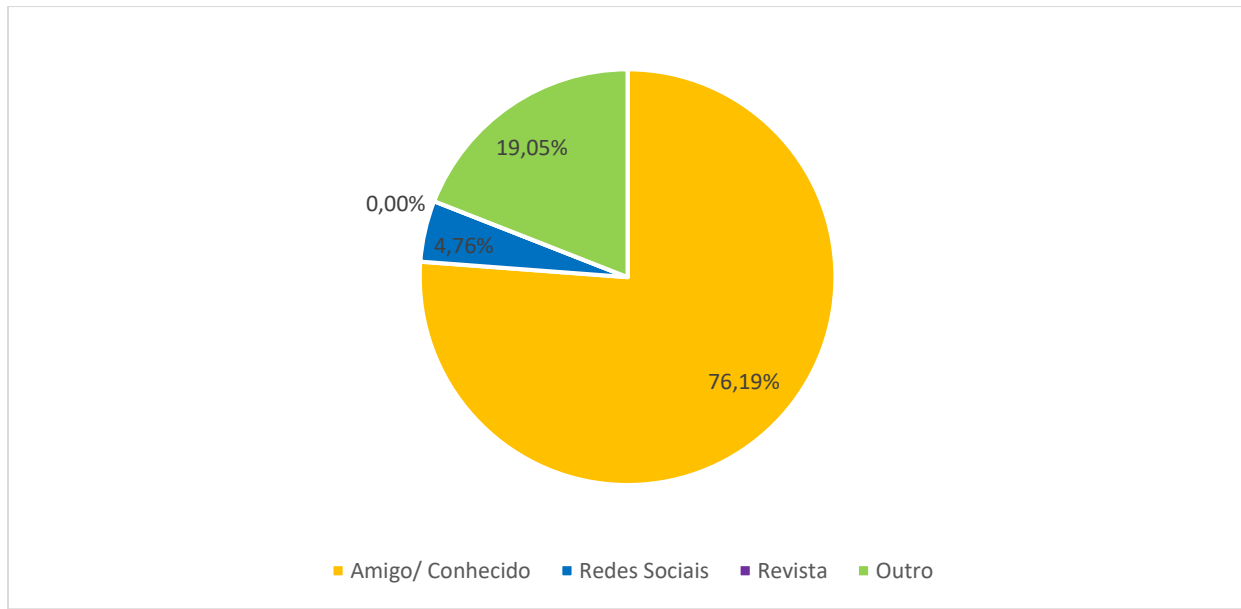


Gráfico 40 – Resultados da Questão 7. “Como tomou conhecimento da Fundação AFID Diferença?”

Relativamente a outras questões relevantes para a AFID, é possível constatar através do gráfico 41 que a maioria das pessoas respondem positivamente. De destacar que todos os clientes recomendariam os serviços da fundação e voltariam a recorrer aos serviços da instituição, aspeto este muito positivo:

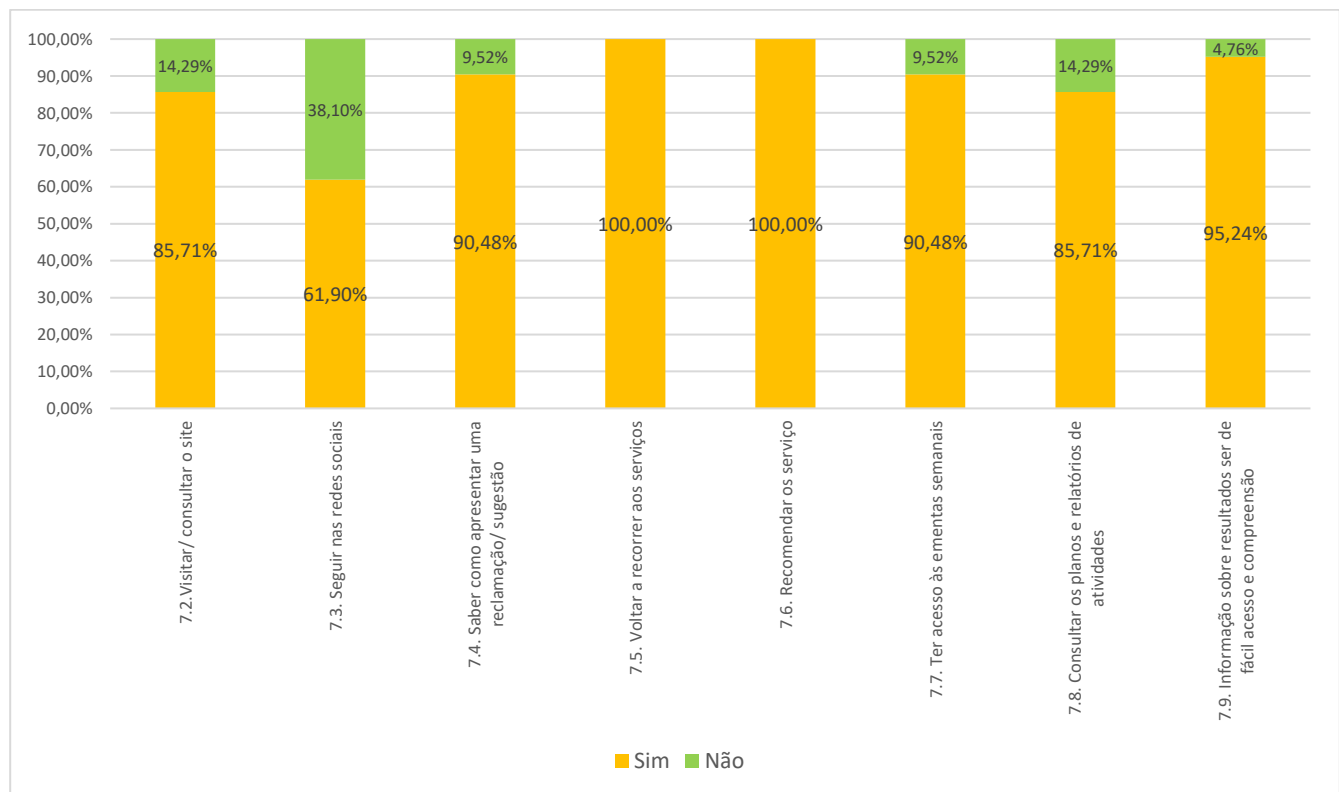


Gráfico 41 – Resultados das Questões de Resposta Fechada Sim/Não

No que concerne aos aspetos positivos, a maioria dos clientes identificam a equipa (direção técnica e/ou colaboradores), seguido da prestação dos serviços, tal como abaixo se pode verificar no gráfico 42:

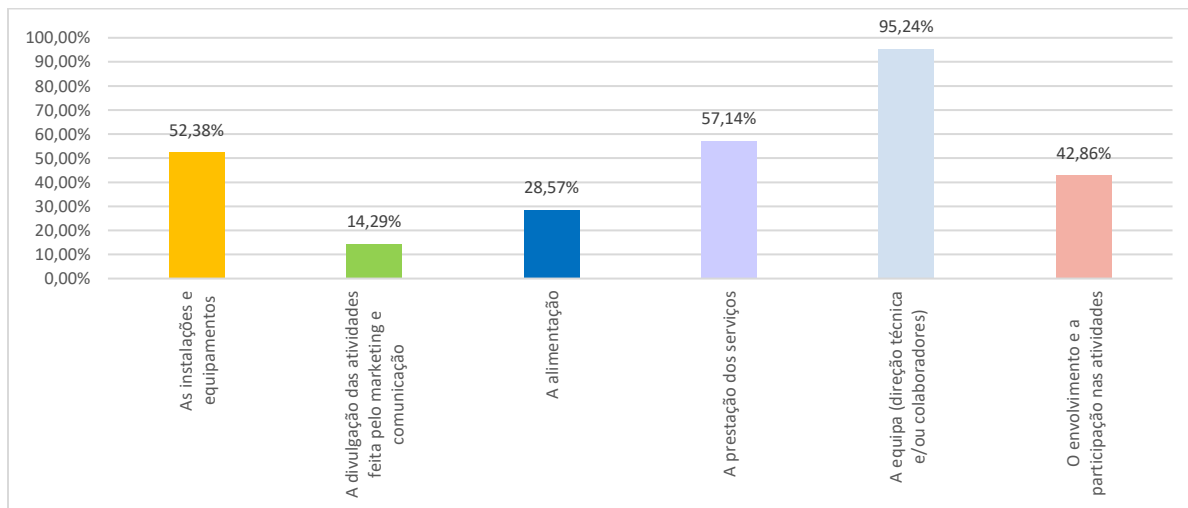


Gráfico 42 – Aspetos Positivos Identificados pelos clientes do Lar Residencial

Ao nível dos aspetos que devem ser melhorados, foi possível constatar que o mais significativo são as instalações, tal como é possível verificar no gráfico 43:

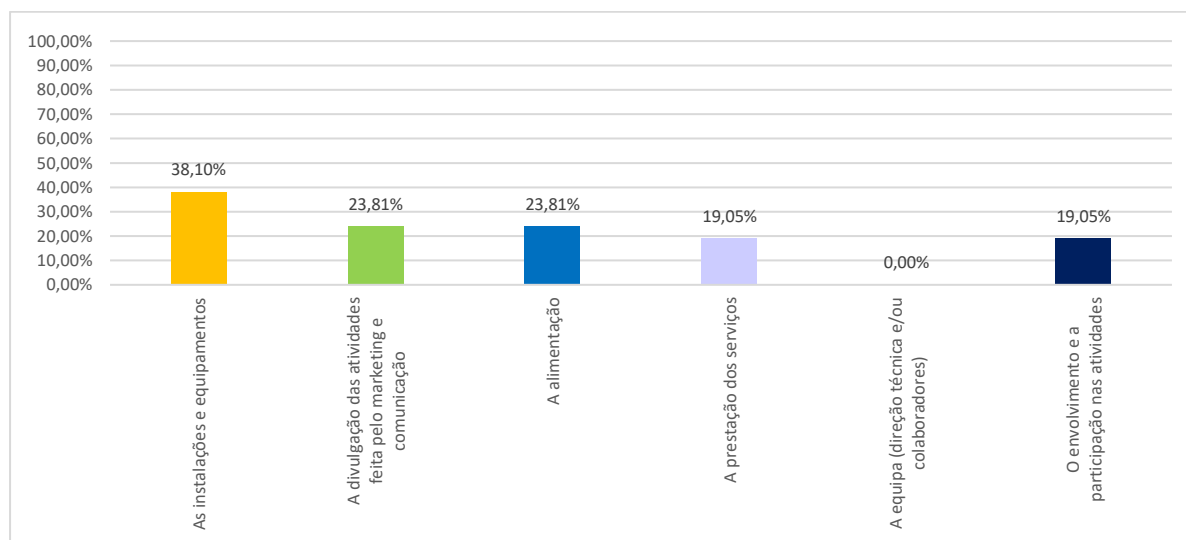


Gráfico 43 – Aspetos a Melhorar Identificados pelos clientes do Lar Residencial

Ao nível das sugestões, obtiveram-se os seguintes *inputs*:

- Considero que em caso de alguma catástrofe os vossos clientes acamados deveriam estar alocados no primeiro andar para mais facilmente serem retirados, uma vez que o elevador deverá ficar logo inativo por exemplo em caso de incêndio. Apesar de saber que a gelatina é um elemento hidratante na alimentação sugeria que fosse facultado aos utentes fruta cozida ou passada.

- Gostava que tivessem mais atenção às minhas necessidades, gostos e interesses para que eu me sinta mais feliz na AFID, queria que acreditassem e investissem mais em mim.
- Acho que podiam melhorar alguns aspetos como por exemplo: Ouvirem mais o que eu preciso, e respeitarem as minhas decisões.
- Não quero mudar nada, só queria sair mais vezes.
- Nos aspetos menos positivos, penso que há necessidade de irem sendo melhorados os equipamentos de apoio, nomeadamente o equipamento de apoio à piscina.

3.2.3. Centro de Atividades e Capacitação para a Inclusão (CACI)

Tal como acima referido, foram enviados 125 questionários, tendo-se obtido 52 respostas. Observando o gráfico 44, é possível verificar que a satisfação tem estado sempre acima dos 75%; ainda assim, face ao ano anterior, houve uma diminuição de 0,76% na taxa de satisfação:

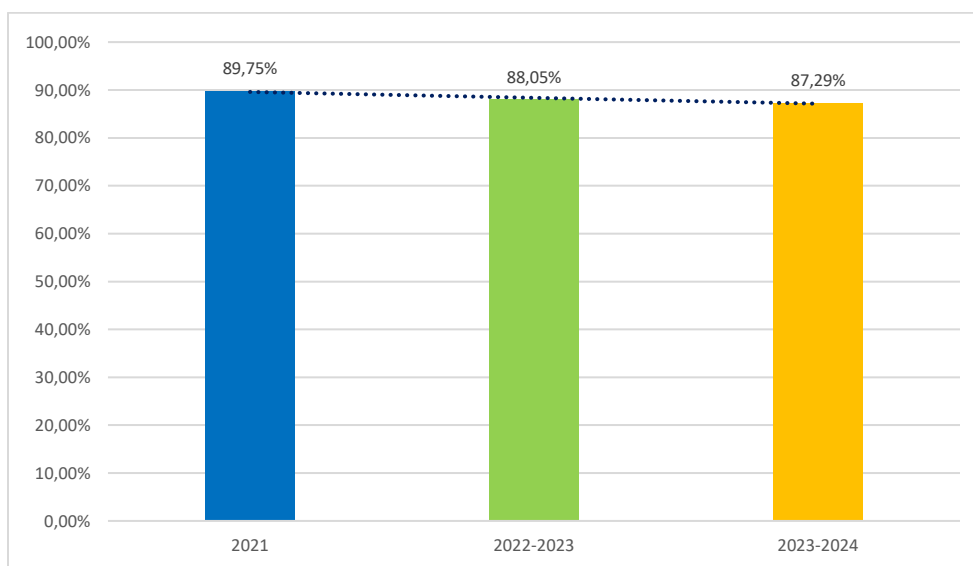


Gráfico 44 – Satisfação dos clientes do CACI (anos 2021, 2022-2023 e 2023-2024)

Relativamente aos 5 domínios em avaliação da satisfação dos clientes, é possível verificar através do quadro 9 que todos os resultados se encontram acima dos 75%; contudo, verifica-se também que as tendências têm sido negativas com exceção do domínio “Apoio Prestado aos Clientes”:

	2021		2022-2023		2023-2024
Espaços, Alimentação e Comunicação	87,40%	↓	87,90%	↓	85,38%
Prestação de Serviços	89,81%	↓	89,25%	↓	88,32%
Apoio Prestado aos Clientes	89,00%	↓	85,50%	↑	89,01%
Confiança e Conhecimento dos Colaboradores	91,40%	↓	88,60%	↑	88,68%
Abordagem Centrada no Cliente	90,75%	↓	87,06%	↓	84,89%

Quadro 9 – Tendências dos resultados obtidos entre 2021 e 2023-2024, por domínio de avaliação

O gráfico 45 permite visualizar os resultados acima referidos, comparando com os anos anteriores:

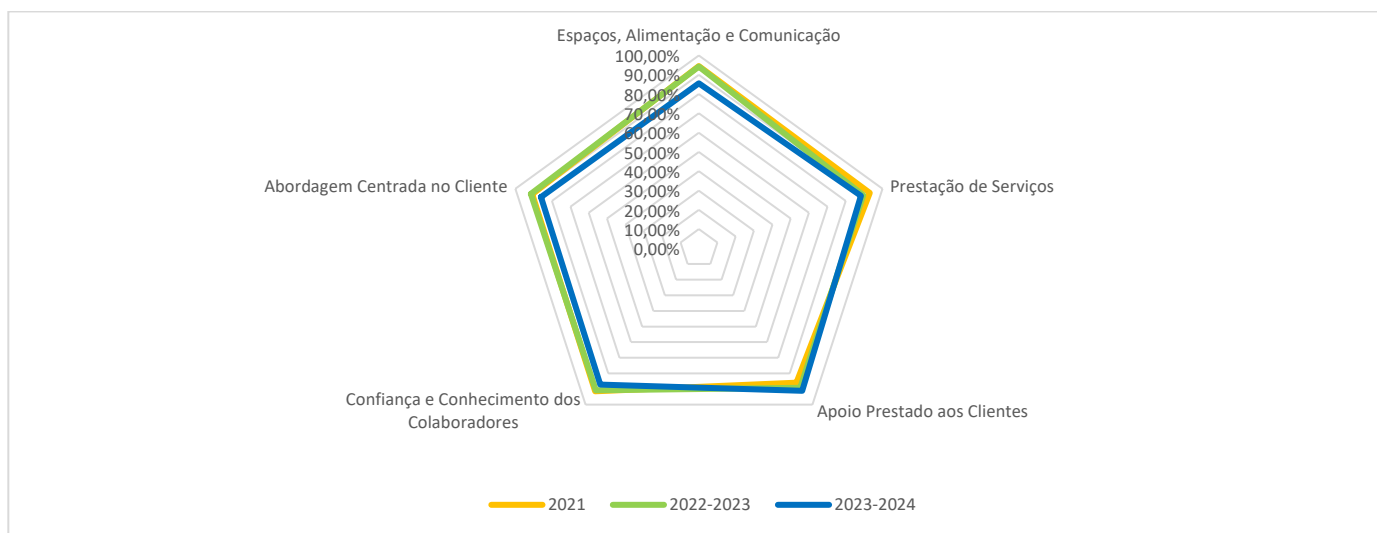


Gráfico 45 – Taxa de Satisfação dos Clientes do CACI, por domínio em avaliação, para 2023-2024

Observando os resultados por questão, através do gráfico 46, é possível verificar que todos os resultados se encontram acima de 75%; contudo, a maioria das questões obtiveram resultados inferiores ao ano anterior, com exceção das questões relacionadas com o equilíbrio das refeições (questão 1.3.), serviços e recursos disponibilizados (questão 2.1.), horário de funcionamento (questão 3.2.), qualidade ao nível da organização e coordenação (questão 3.3.), disponibilidade da equipa (questão 3.4.), o apoio dos colaboradores nas AVD's (questão 4.1.), o respeito pelos direitos (questão 4.3.) e o profissionalismo e competência da equipa (questão 4.5.). De salientar que ao questionário anterior, foi adicionada uma questão relacionada com a eficácia e eficiência da comunicação.

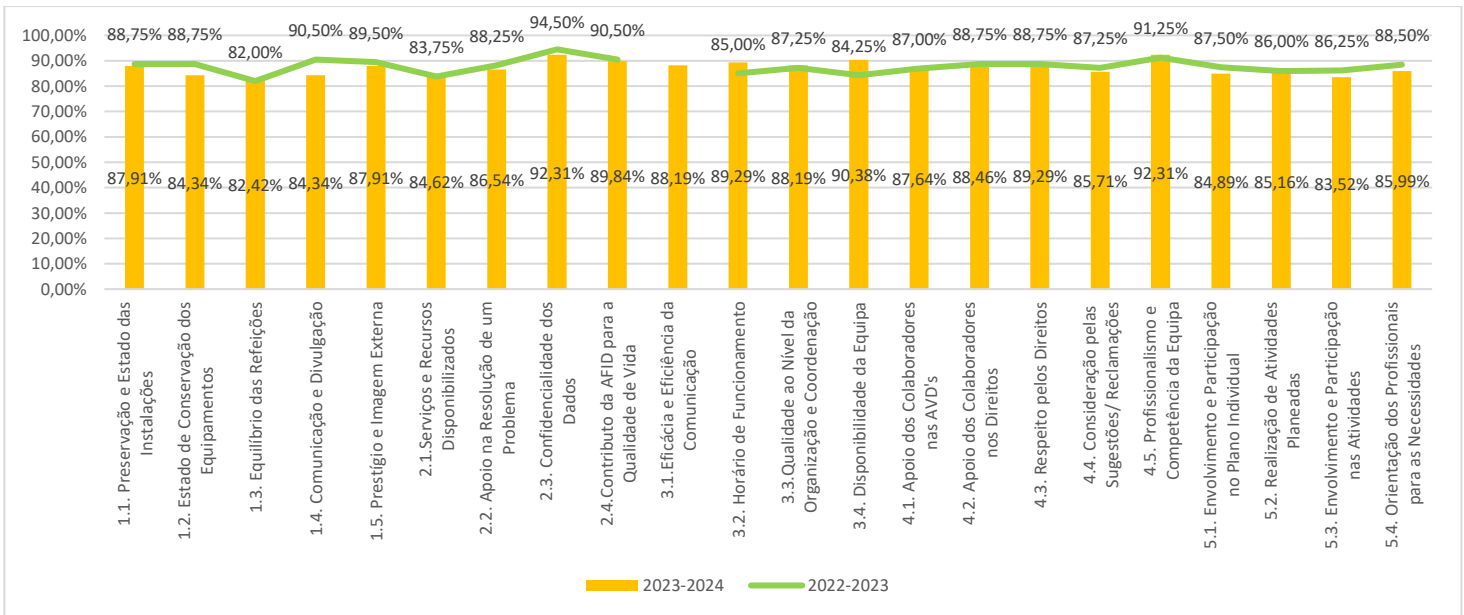


Gráfico 46 – Resultados obtidos por questão em 2023-2024 e comparação com o ano 2022-2023

Relativamente à satisfação global dos clientes quanto aos serviços que recebem, verifica-se a partir do gráfico 47 que os resultados obtidos se encontram acima de 75%; contudo, tendencialmente, a satisfação tem reduzido:

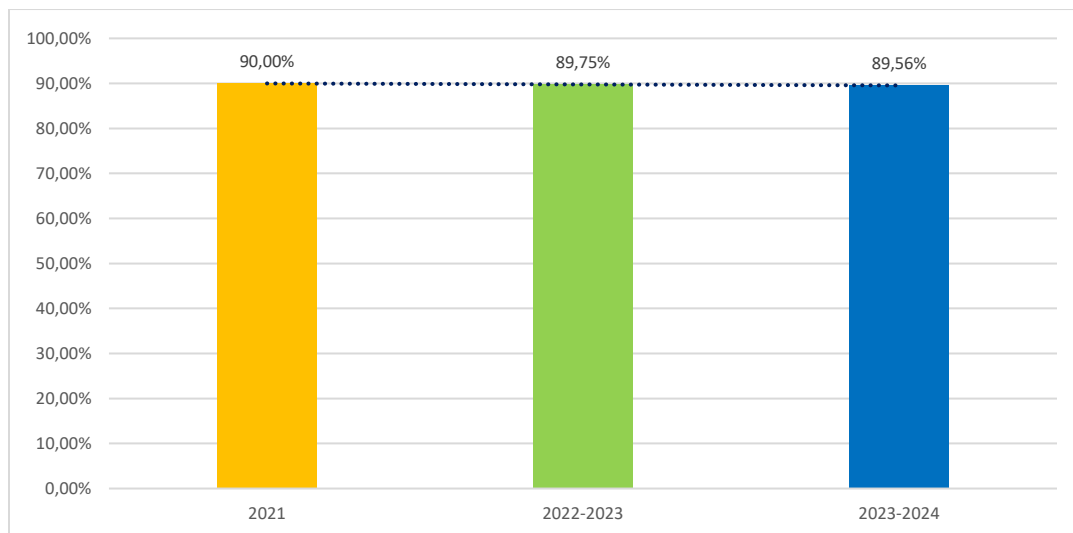


Gráfico 47 – Resultados da Questão 6. “Globalmente, quanto aos serviços que recebo/ o meu familiar recebe da AFID, sinto-me...”

No que concerne à forma como os clientes tomaram conhecimento da AFID, é possível constatar através do gráfico 48 que a maioria (63,46%) foi através de um amigo/ conhecido, seguido de outra forma (46,15%), nomeadamente através de meios de comunicação (televisão), pesquisa na internet e através de parceiros/ agrupamentos escolares:

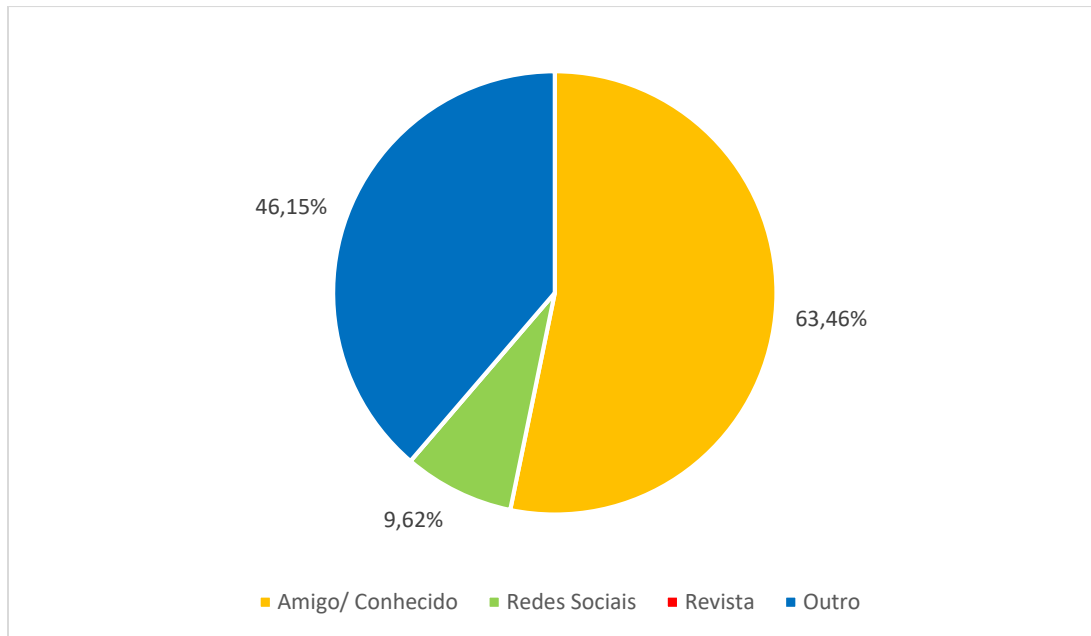


Gráfico 48 – Resultados da Questão 7. “Como tomou conhecimento da Fundação AFID Diferença?”

Relativamente a outras questões relevantes para a AFID, é possível constatar através do gráfico 49 que a maioria das pessoas respondem positivamente. De destacar que todos os clientes recomendariam os serviços da fundação e voltariam a recorrer aos serviços da instituição, aspeto este muito positivo:

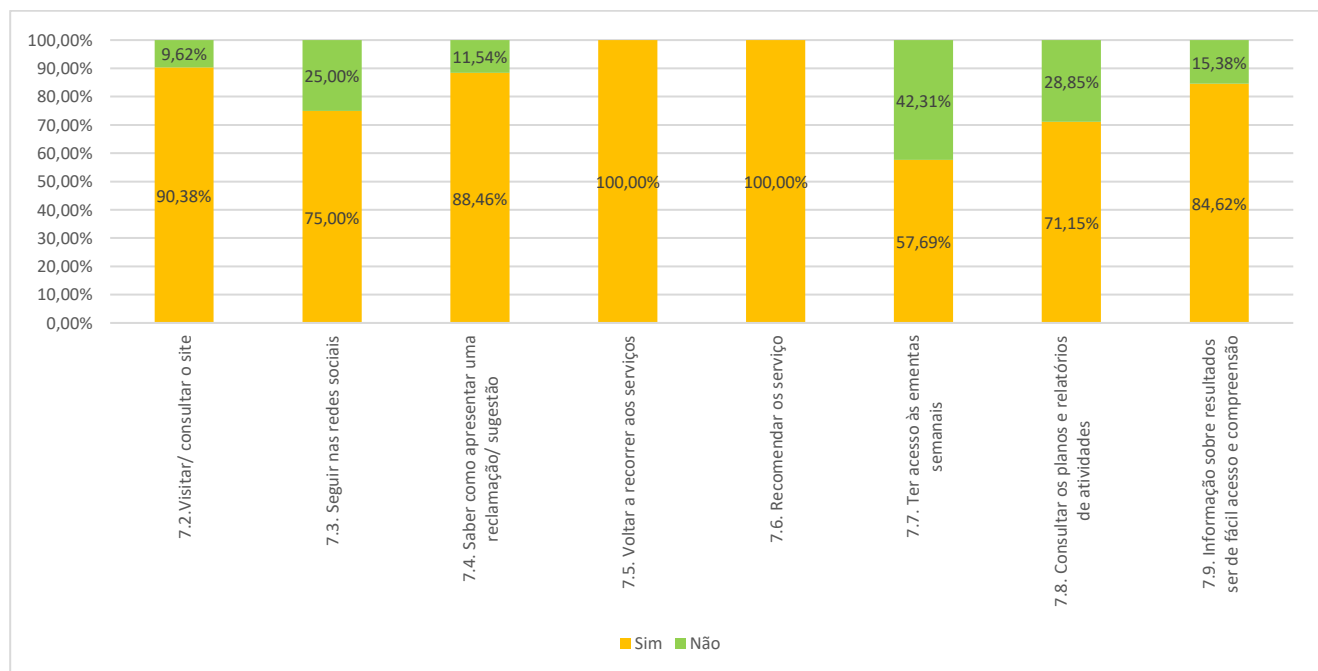


Gráfico 49 – Resultados das Questões de Resposta Fechada Sim/Não

No que concerne aos aspetos positivos, a maioria dos clientes identificam a equipa (direção técnica e/ou colaboradores), seguido da prestação dos serviços, tal como abaixo se pode verificar no gráfico 50:

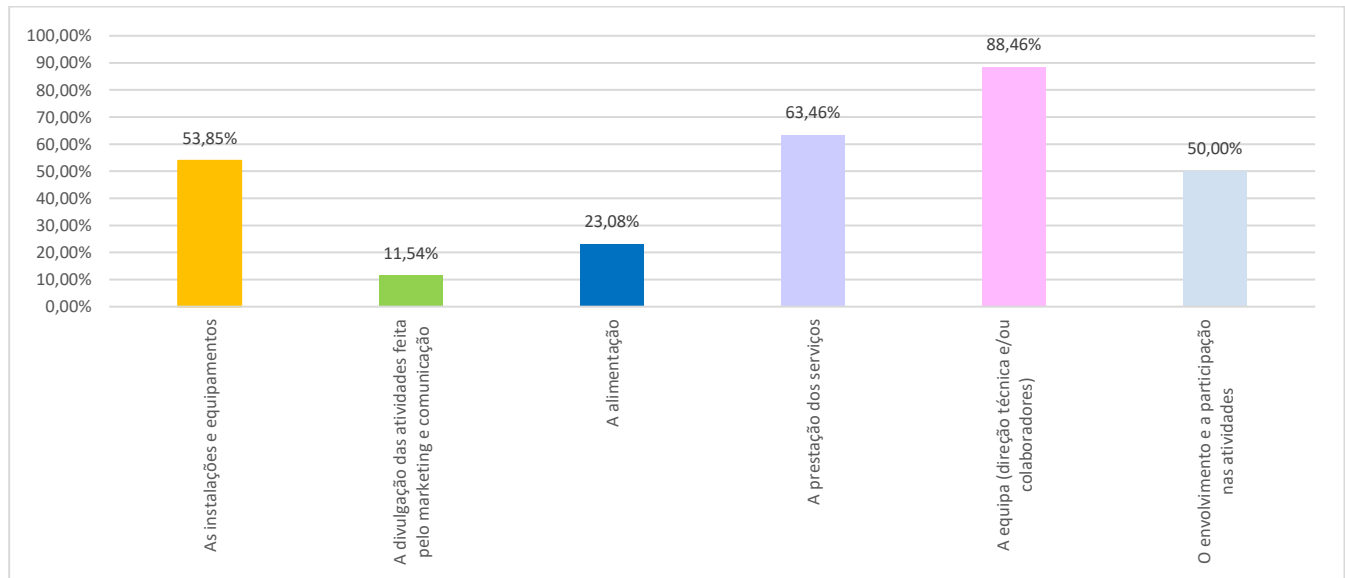


Gráfico 50 – Aspetos Positivos Identificados pelos clientes do CACI

Ao nível dos aspetos que devem ser melhorados, foi possível constatar que o mais significativo está relacionado com a divulgação das atividades, feita pelo marketing e comunicação, tal como é possível verificar no gráfico 51:

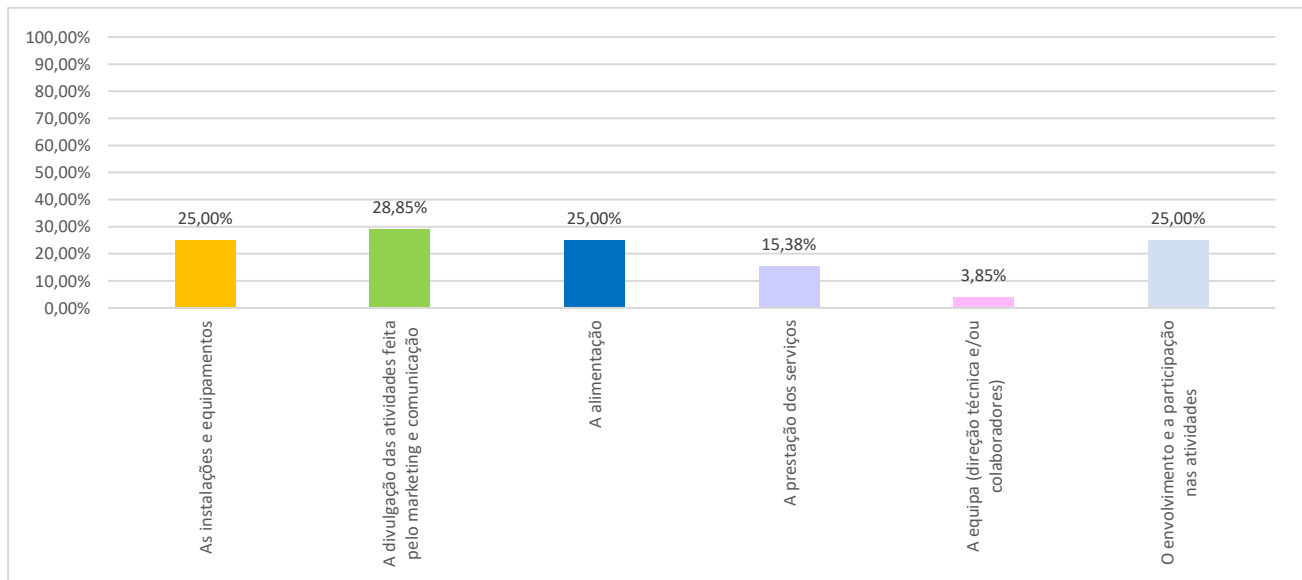


Gráfico 51 – Aspetos a Melhorar Identificados pelos clientes do CACI

Ao nível das sugestões, obtiveram-se os seguintes *inputs*:

- Devem fazer mais saídas com os jovens como jardim zoológico, oceanarium, quintas pedagógicas, etc; A colónia deveria ter a hipótese de uma ou duas semanas, como já houve no passado; existem colónias, por ex uma semana, em que os jovens ficam a tempo inteiro, para descanso do cuidador.

- 1- Gostava de conseguir aceder à internet da Fundação sempre que necessário. 2- A rede da Vivenda está sempre a ir abaixo, e este aspeto é algo que podem melhorar. 3- Os materiais quando são encomendados, demoram muito tempo a chegar ao destino.
- Mais informação sobre as ementas.
- Penso que deveria haver mais esforço no desenvolvimento pessoal, social e profissional dos clientes e menos preocupação com a produção em massa dos artigos para venda e promoção da AFID. Considero que a AFID podia dar mais formação aos clientes e maximizar as suas capacidades. Como já referi várias vezes a responsáveis e outros elementos da equipa técnica, os jovens das oficinas deviam ter um ordenado, ainda que simbólico.
- Gostaria de ver alimentação mais saudável mais equilibrada, sem açúcar por exemplo nas sobremesas (gelatinas)
- Considero que a alimentação para clientes que não conseguem mastigar/ engolir bem, por vezes é difícil de dar. Por outro lado, nas atividades exteriores (saídas) mandam sopa muito líquida, deveriam fornecer outro tipo de almoço por ex. salada atum, purés (batata, legumes).
- Sei que poderá ser um pouco difícil, mas os meninos da creche terem a possibilidade de irem passear fora da afid;
- Haver mais salas;
- A possibilidade de existir um lugar no site, com INFO sobre legislação, apoios, pensões, pensão de sobrevivência, interditação e atestados de incapacidade para pessoas com deficiência.

3.3. AFID SENIOR

A AFID SENIOR contempla o Serviço de Apoio Domiciliário (SAD) e a Estrutura Residencial para Pessoas Idosas (ERPI).

Foram enviados 202 questionários e foram obtidas 102 respostas (taxa de adesão geral de 50,50%). O quadro 10 faz uma comparação dos valores obtidos e taxa de adesão, entre as respostas da AFID SÉNIOR, verificando-se uma maior taxa de adesão no SAD:

	SAD	ERPI
Nº de Questionários Enviados	139	63
Nº de Respostas Obtidas	56	46
Taxa de Adesão	40,29 %	73,02 %

Quadro 10 – Análise comparativa do número de respostas obtidas entre as várias respostas sociais da AFID SENIOR, em 2023-2024

Através da análise do gráfico 52, é possível constatar que, não só, a classificação da satisfação em todas, é superior a 75%, como ambas as respostas sociais superaram o ano anterior:

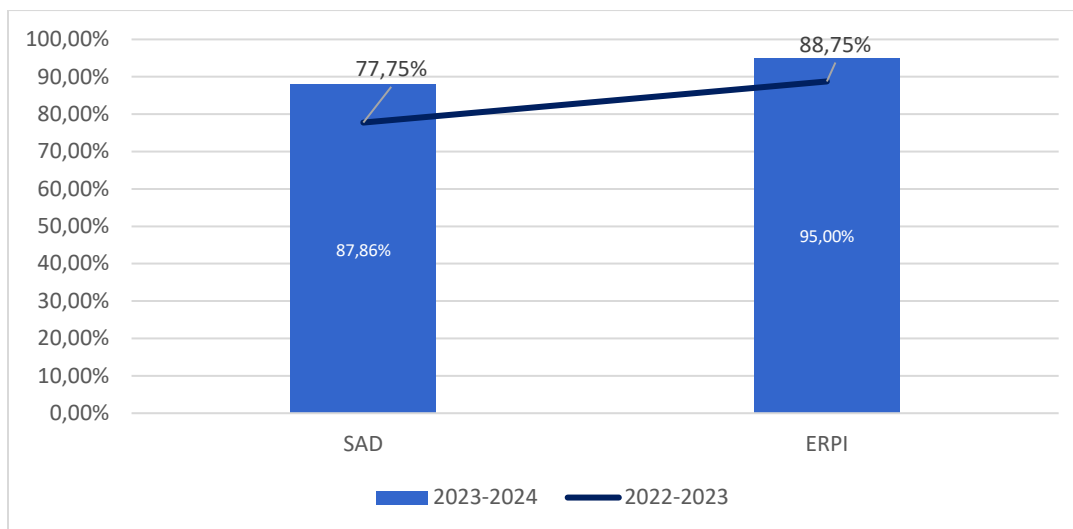


Gráfico 52 – Comparação da satisfação global entre respostas sociais da AFID SENIOR

3.3.1. SAD

Tal como acima referido, foram enviados 139 questionários, tendo-se obtido 56 respostas. Observando o gráfico 53, é possível verificar que a satisfação tem estado sempre acima dos 75%, salientando-se um aumento de 10,11% na taxa de satisfação:

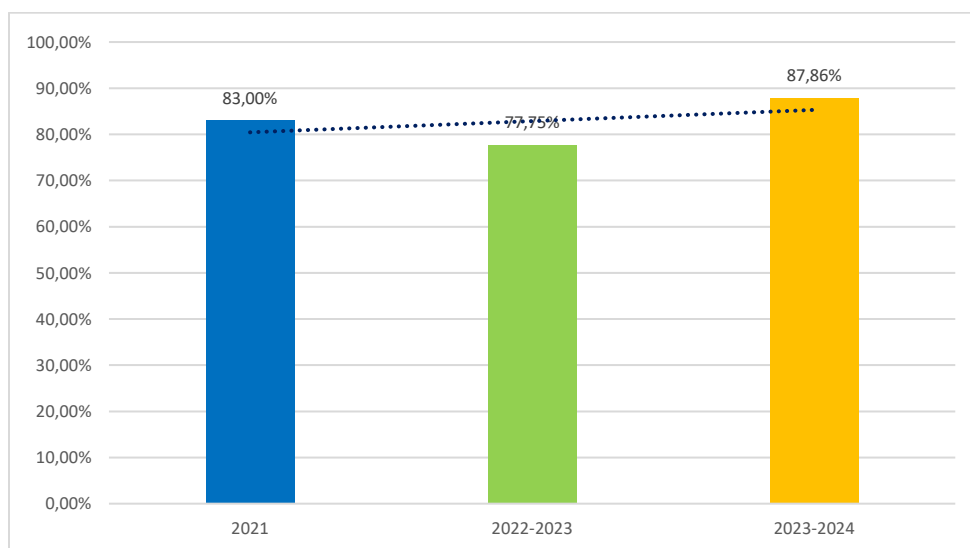


Gráfico 53 – Satisfação dos clientes do SAD (anos 2021, 2022-2023 e 2023-2024)

Relativamente aos 5 domínios em avaliação da satisfação dos clientes, é possível verificar através do quadro 11 que os resultados não só se encontram acima dos 75%, como do ano anterior para o ano de 2023-2024, todos os domínios obtiveram melhores resultados:

	2021		2022-2023		2023-2024
Espaços, Alimentação e Comunicação	79,25%	↓	74,25%	↑	82,45%
Prestação de Serviços	84,25%	↓	78,63%	↑	90,63%
Apoio Prestado aos Clientes	82,25%	↓	76,88%	↑	90,31%
Confiança e Conhecimento dos Colaboradores	84,06%	↓	78,75%	↑	92,14%
Abordagem Centrada no Cliente	81,75%	↓	75,88%	↑	84,18%

Quadro 11 – Tendências dos resultados obtidos entre 2021 e 2023-2024, por domínio de avaliação

O gráfico 54 permite visualizar o acréscimo acima referido, comparando com os anos anteriores:

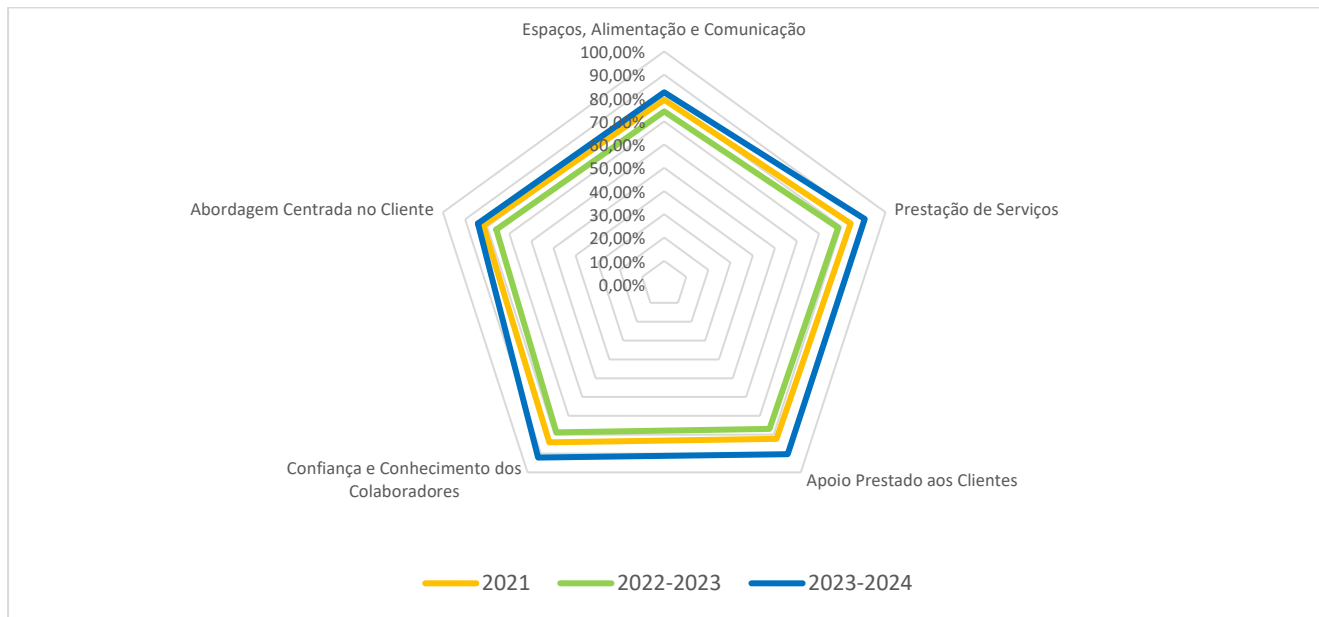


Gráfico 54 – Taxa de Satisfação dos Clientes do SAD, por domínio em avaliação, para 2023-2024

Observando os resultados por questão, através do gráfico 55, é possível verificar que, não só todos os resultados se encontram acima de 75%, como todas as questões colocadas aos clientes obtiveram resultados superiores, destacando-se a que teve maior taxa de satisfação, relacionada com o profissionalismo e competência da equipa (questão 4.5.). De salientar que ao questionário anterior, foram adicionadas cinco questões relacionadas com preservação e estado das instalações, estado de conservação dos equipamentos, a eficácia e eficiência da comunicação, a qualidade ao nível da organização e coordenação, e o profissionalismo e competência da equipa.

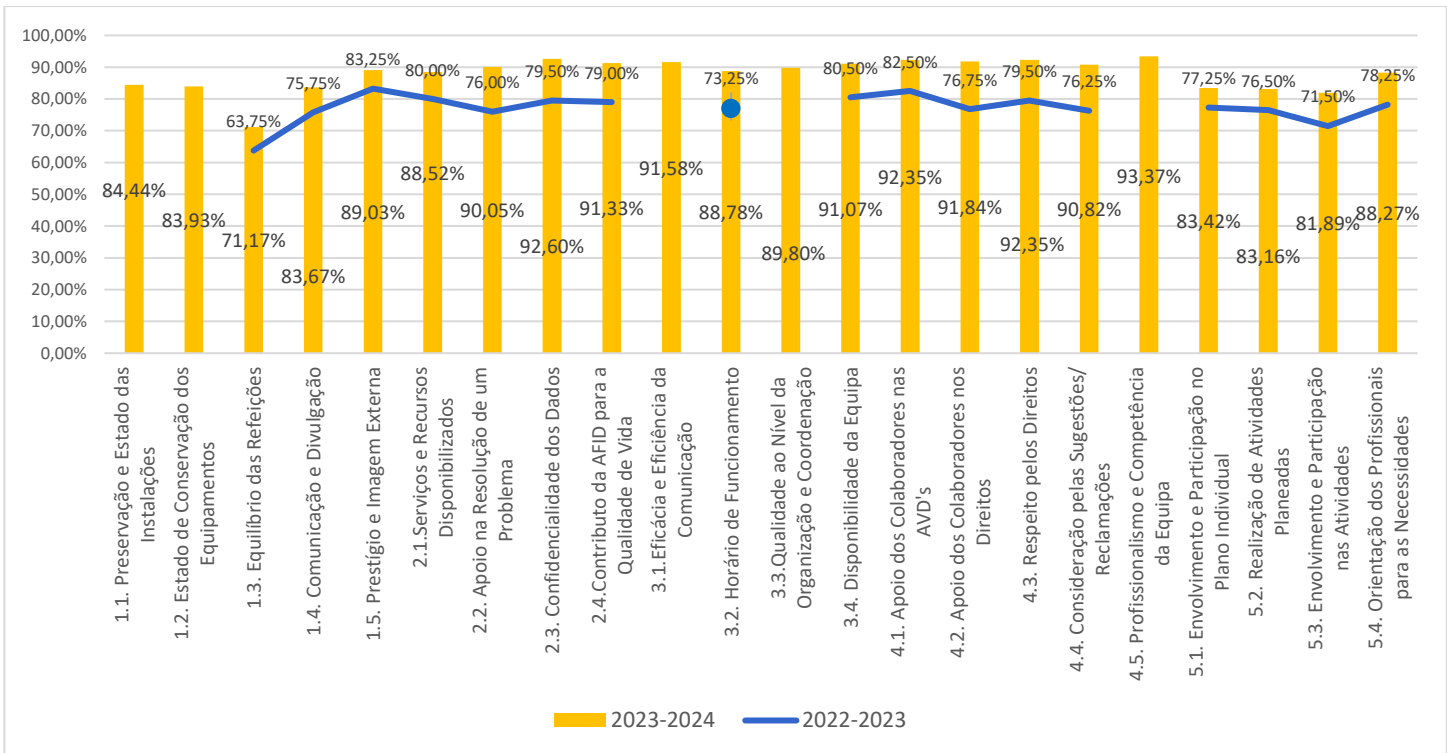


Gráfico 55 – Resultados obtidos por questão em 2023-2024 e comparação com o ano 2022-2023

Relativamente à satisfação global dos clientes quanto aos serviços que recebem, verifica-se a partir do gráfico 56 que não só os resultados obtidos se encontram acima de 75%, mas também que, ao longo do tempo, embora tenha havido uma pequena oscilação nos anos anteriores, houve um aumento da satisfação em 12,12%:

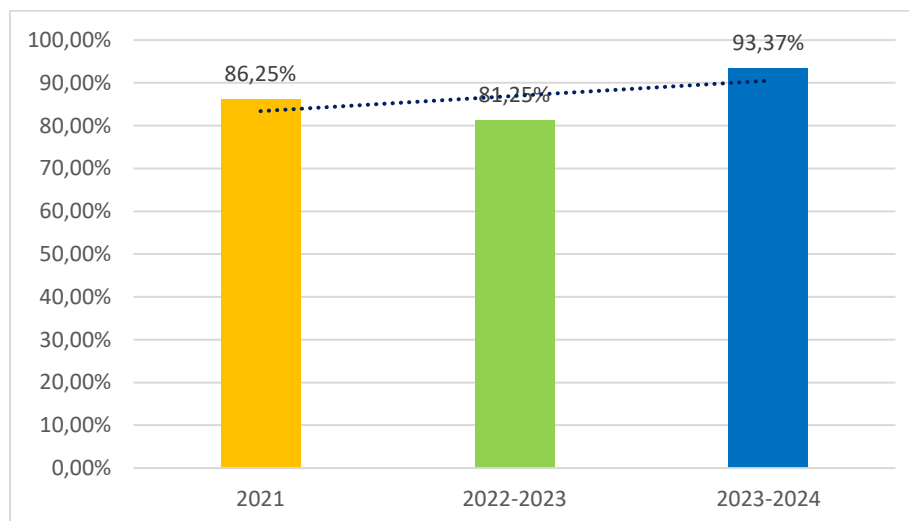


Gráfico 56 – Resultados da Questão 6. “Globalmente, quanto aos serviços que recebo/ o meu familiar recebe da AFID, sinto-me...”

No que concerne à forma como os clientes tomaram conhecimento da AFID, é possível constatar através do gráfico 57 que a maioria (48,21%) foi através de outra forma, nomeadamente, a partir de hospitais e serviço social, seguidamente de por um amigo/ conhecido (41,07%):

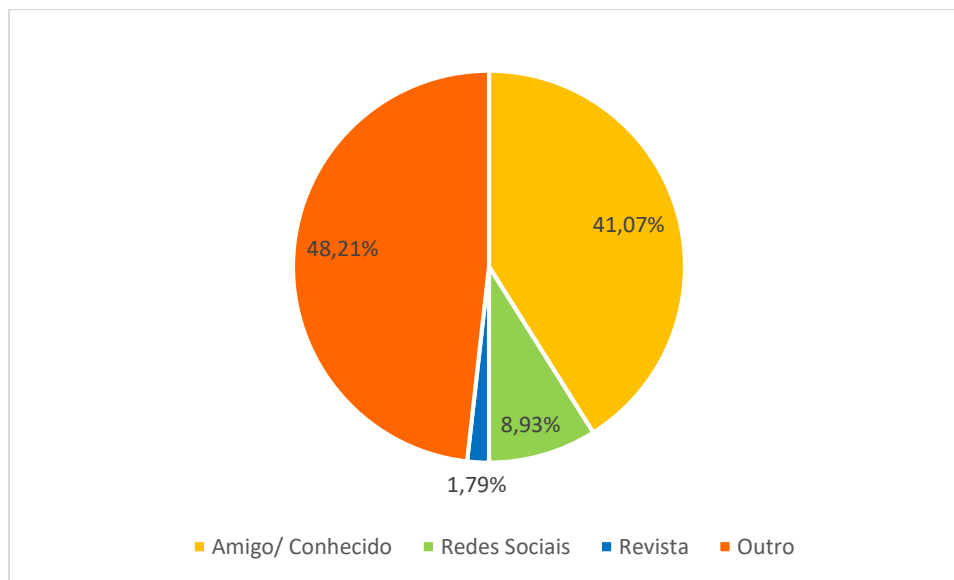


Gráfico 57 – Resultados da Questão 7. "Como tomou conhecimento da Fundação AFID Diferença?"

Relativamente a outras questões relevantes para a AFID, é possível constatar através do gráfico 58 que a maioria das pessoas respondem positivamente, com exceção das questões 7.3. e 7.8 relativas a seguir a AFID nas redes sociais e aos clientes consultarem os planos e relatórios de atividades da Fundação AFID Diferença, reespedtivamente, verificando-se que mais de 50% não o realiza. De destacar que todos os clientes voltariam a recorrer aos serviços da instituição, aspeto este muito positivo:

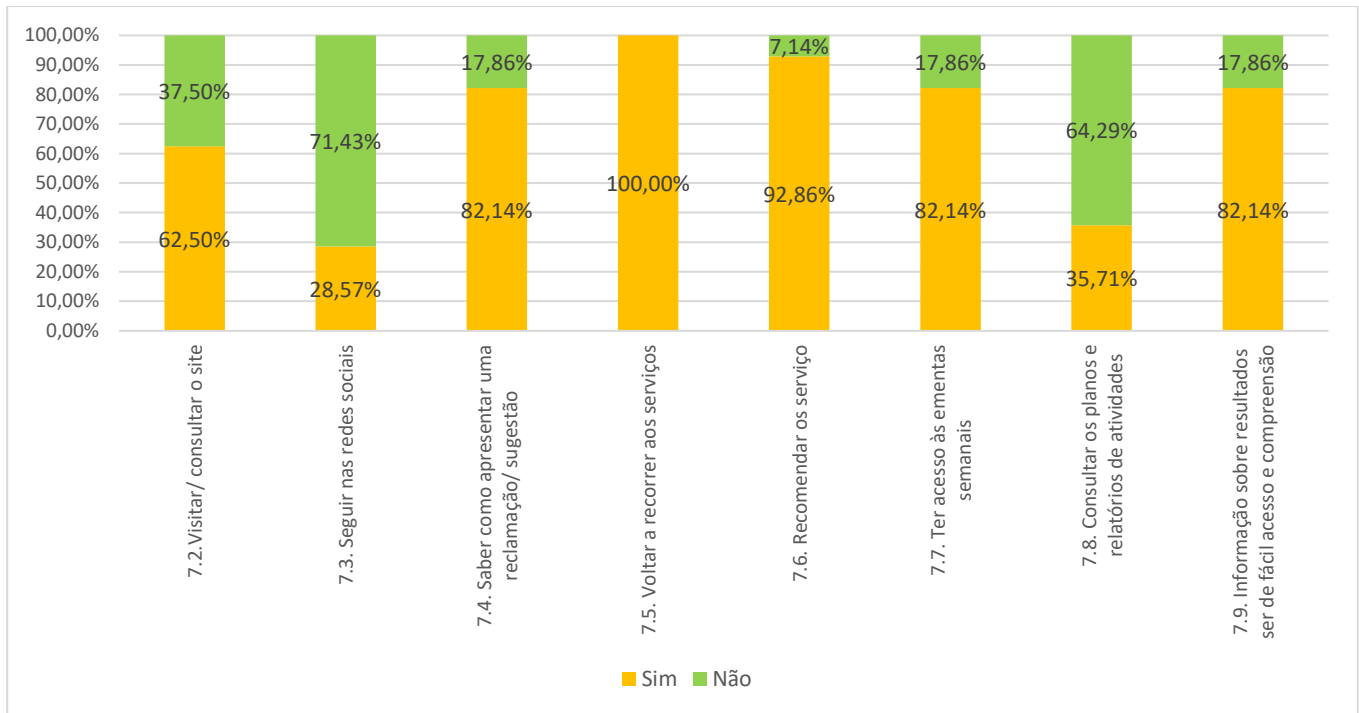


Gráfico 58 – Resultados das Questões de Resposta Fechada Sim/Não

No que concerne aos aspetos positivos, a maioria dos clientes identificam a prestação dos serviços e a equipa (direção técnica e/ou colaboradores), tal como abaixo se pode verificar no gráfico 59:

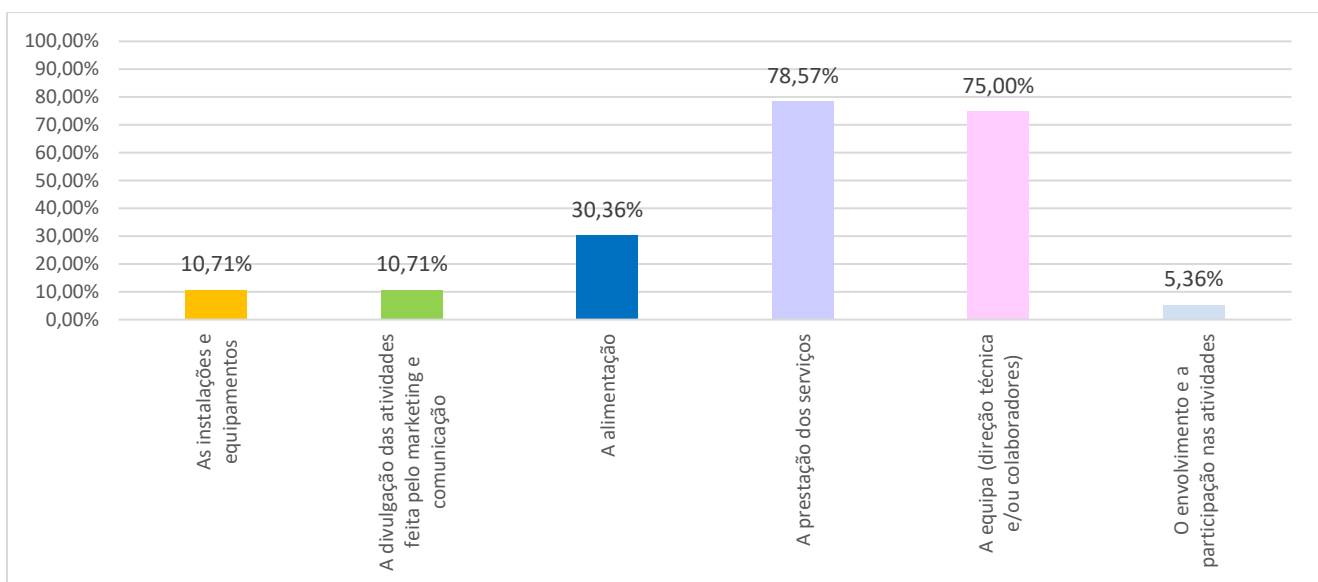


Gráfico 59 – Aspetos Positivos Identificados pelos clientes do SAD

Ao nível dos aspetos que devem ser melhorados, foi possível constatar que o mais significativo é a alimentação, tal como é possível verificar no gráfico 60:

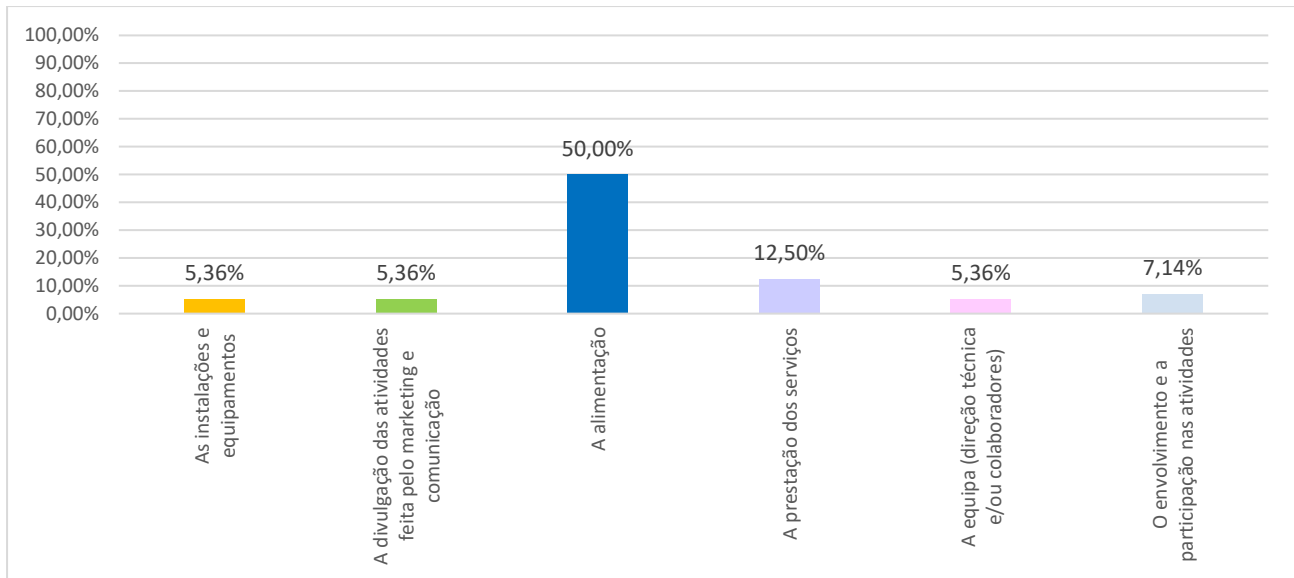


Gráfico 60 – Aspectos a Melhorar Identificados pelos clientes do SAD

Ao nível das sugestões, obtiveram-se os seguintes *inputs*:

- Neste momento estou a aguardar cadeira de banho. Eu sei que não é a AFID que trata diretamente, mas agradecia que insistissem com a câmara.
- A sopa às vezes vem muito aguada
- Melhorar a alimentação pois muitas das refeições são frango
- Falo em nome de cliente é importante valorizarem as formiguinhas (colaboradoras) são elas que dão a vossa cara AFID
- Horários de entrega de refeição ao fim de semana é o aspecto que identifico que podem ainda melhorar. O apoio ao fim de semana ao nível da higiene seria muito importante para a minha mãe
- Gostaria que houvesse maior proximidade entre os técnicos e os clientes através de visitas ocasionais. O meu pai tem acompanhamento de apoio domiciliário desde abril 2023, e os técnicos só uma vez visitaram a residência (no momento da admissão). Embora me tenham sempre contactado qdo as colaboradoras referem algum problema, penso que seria simpático envolver o cliente mais de perto. De qq modo as senhoras colaboradoras são excepcionais.
- Não devem voltar a mudar as colaboradoras se são aquelas que são essenciais, poderão consultar-me porque não aceito de forma alguma que o tenham feito no passado e não me tenham consultado e falado disso, porque sem dúvida que isso traz consequências e nada agradáveis por vezes. Poderia haver actividades de estimulação cognitiva/ou outros em casa com os apoios sociais que o estado dá a cada entidade de ipss. Deveriam prestar serviços nocturnos. E mais coisas das quais poderei falar pessoalmente a um nível privado. Estou muito contente com a Dra Andreia e com a ajuda que as colaboradoras me têm prestado. Há algumas colaboradoras que são

verdadeiramente excepcionais. Com apoios camarários e do Estado deveriam cuidar dos idosos de outra forma, com mais qualidade. Sem dúvida falta muito neste trajecto. Soube há pouco dos novos apoios do estado junto deste tipo de Entidades e depois na realidade esses apoios não chegam aos pacientes. Contudo, alerta para o facto da Dr^a Andreia ter sido exemplar comigo. Não poderia falar melhor dela. Só tenho a agradecer-lhe. Ressalvo essa ocorrência. Não é fácil pontuar porque há coisas das quais não usufruo.

- Segundo o meu Pai, que é quem recebe o apoio, as refeições deveriam ser mais variadas.

3.3.2. ERPI

Tal como acima referido, foram enviados 63 questionários, tendo-se obtido 46 respostas. Observando o gráfico 61, é possível verificar que a satisfação tem estado sempre acima dos 75%, salientando-se um aumento de 6,25% na taxa de satisfação:

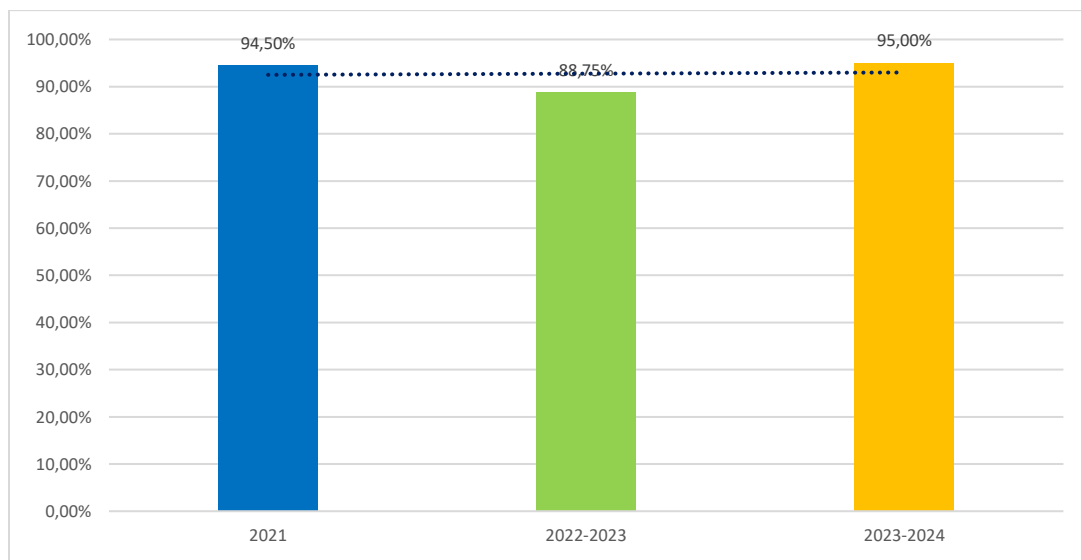


Gráfico 61 – Satisfação dos clientes da ERPI (anos 2021, 2022-2023 e 2023-2024)

Relativamente aos 5 domínios em avaliação da satisfação dos clientes, é possível verificar através do quadro 12 que os resultados não só se encontram acima dos 75%, como do ano anterior para o ano de 2023-2024, todos os domínios obtiveram melhores resultados:

	2021		2022-2023		2023-2024
Espaços, Alimentação e Comunicação	91,35%	↓	87,70%	↑	91,86%
Prestação de Serviços	96,19%	↓	89,75%	↑	96,74%
Apoio Prestado aos Clientes	96,00%	↓	89,13%	↑	96,82%
Confiança e Conhecimento dos Colaboradores	95,05%	↓	90,15%	↑	95,65%
Abordagem Centrada no Cliente	94,13%	↓	86,94%	↑	94,02%

Quadro 12 – Tendências dos resultados obtidos entre 2021 e 2023-2024, por domínio de avaliação

O gráfico 62 permite visualizar os resultados acima referidos, comparando com os anos anteriores:

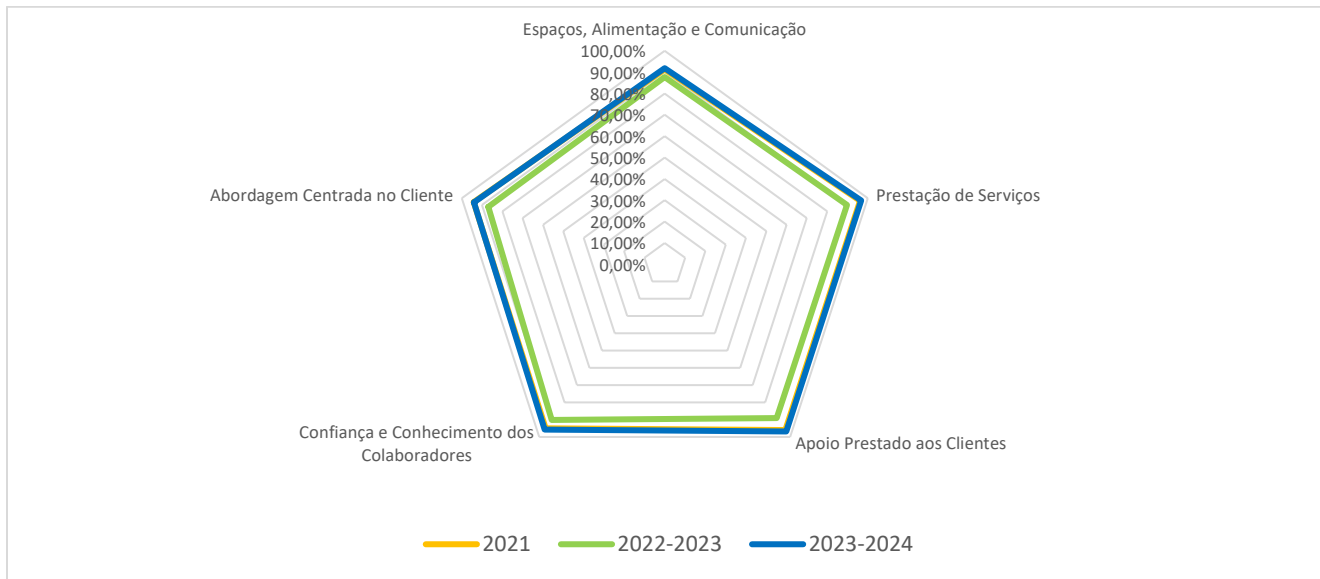


Gráfico 62 – Taxa de Satisfação dos Clientes da ERPI, por domínio em avaliação, para 2023-2024

Observando os resultados por questão, através do gráfico 63, é possível verificar que todos os resultados se encontram acima de 75%; de salientar que a maioria das questões obtiveram resultados superiores ao ano anterior, com exceção da questão relacionada com o estado de conservação dos equipamentos (questão 1.2.).

De salientar que ao questionário anterior, foram adicionadas duas questões relacionadas com a eficácia e eficiência da comunicação e o horário de funcionamento.

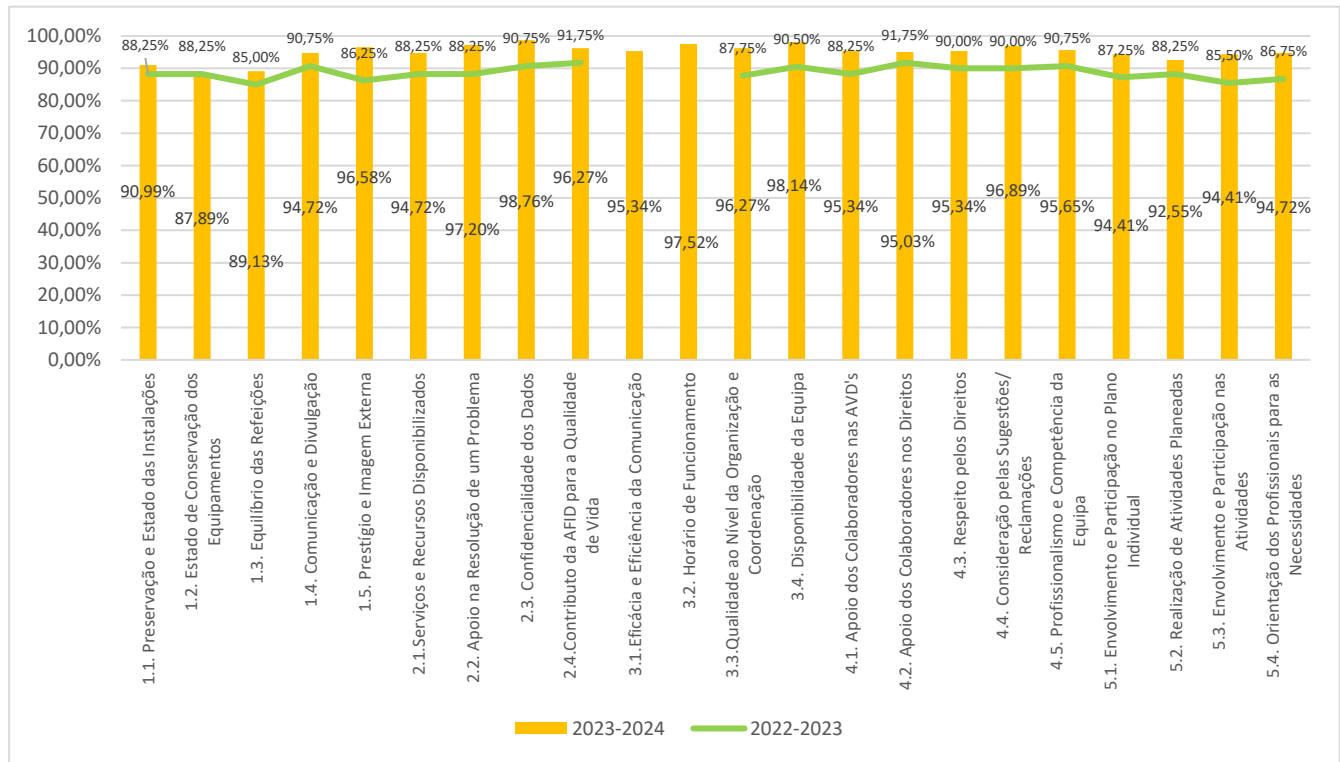


Gráfico 63 – Resultados obtidos por questão em 2023-2024 e comparação com o ano 2022-2023

Relativamente à satisfação global dos clientes quanto aos serviços que recebem, verifica-se a partir do gráfico 64 que, não só os resultados obtidos se encontram acima de 75%, mas também que, ao longo do tempo, embora tenha havido uma pequena oscilação nos anos anteriores, houve um aumento da satisfação em 11,46%:

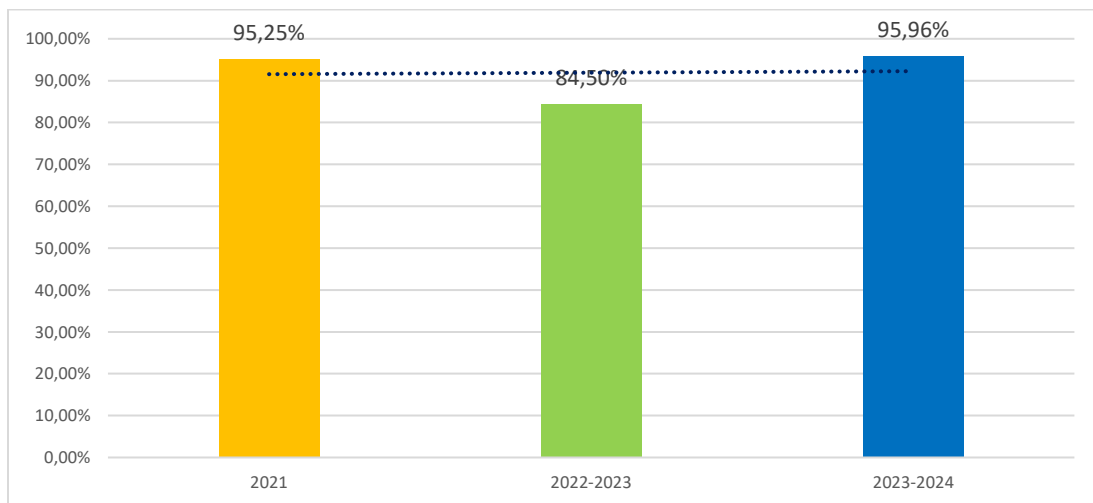


Gráfico 64 – Resultados da Questão 6. Globalmente, quanto aos serviços que recebo/ o meu familiar recebe da AFID, sinto-me...

No que concerne à forma como os clientes tomaram conhecimento da AFID, é possível constatar através do gráfico 65 que a maioria (69,57%) foi através de um amigo/ conhecido, seguidamente de outra forma, nomeadamente, a partir de hospitais e serviços sociais (30,43%):

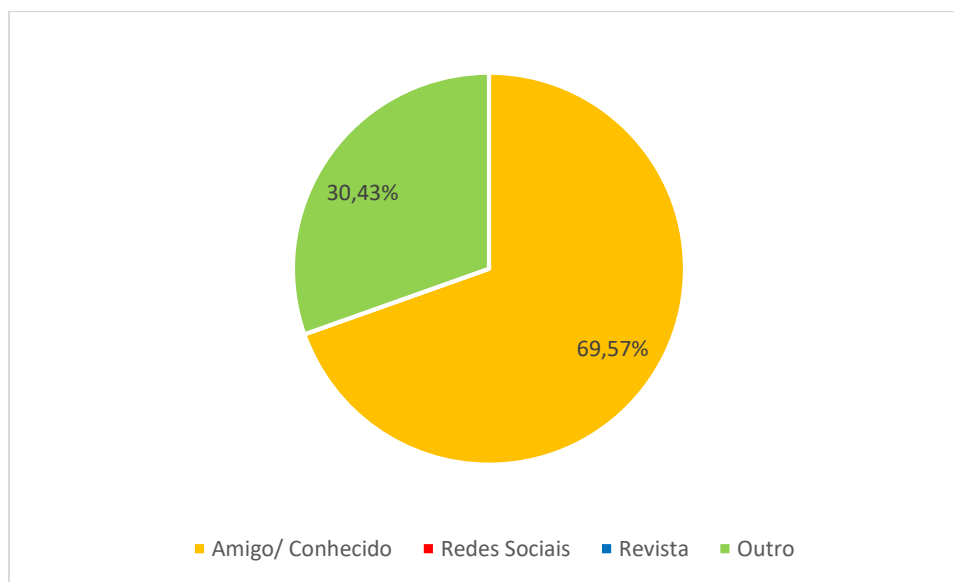


Gráfico 65 – Resultados da Questão 7. Como tomou conhecimento da Fundação AFID Diferença?

Relativamente a outras questões relevantes para a AFID, é possível constatar através do gráfico 66 que a maioria das pessoas respondem positivamente. De destacar que todos os clientes recomendariam os serviços da fundação e voltariam a recorrer aos serviços da instituição, aspeto este muito positivo:

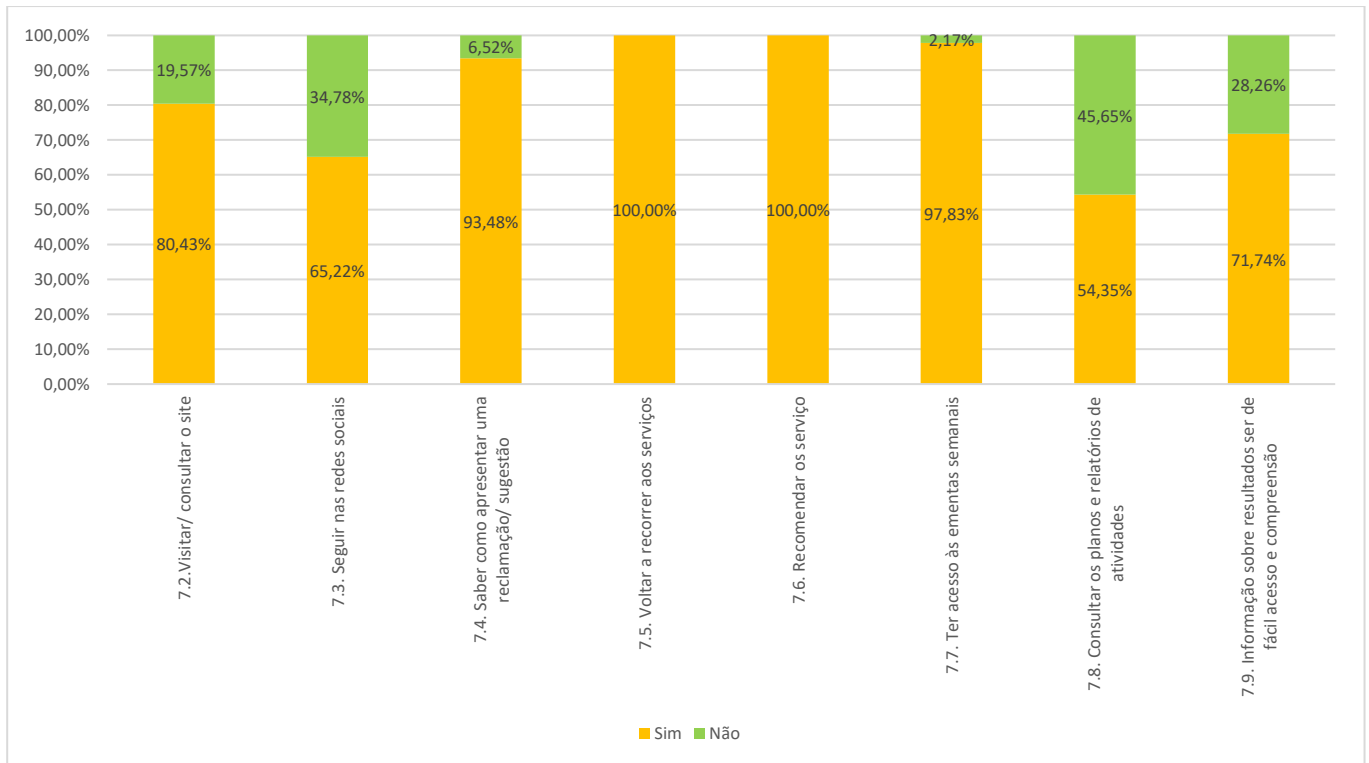


Gráfico 66 – Resultados das Questões de Resposta Fechada Sim/Não

No que concerne aos aspetos positivos, a maioria dos clientes identificam a equipa (direção técnica e/ou colaboradores), seguido da prestação dos serviços, tal como abaixo se pode verificar no gráfico 67:

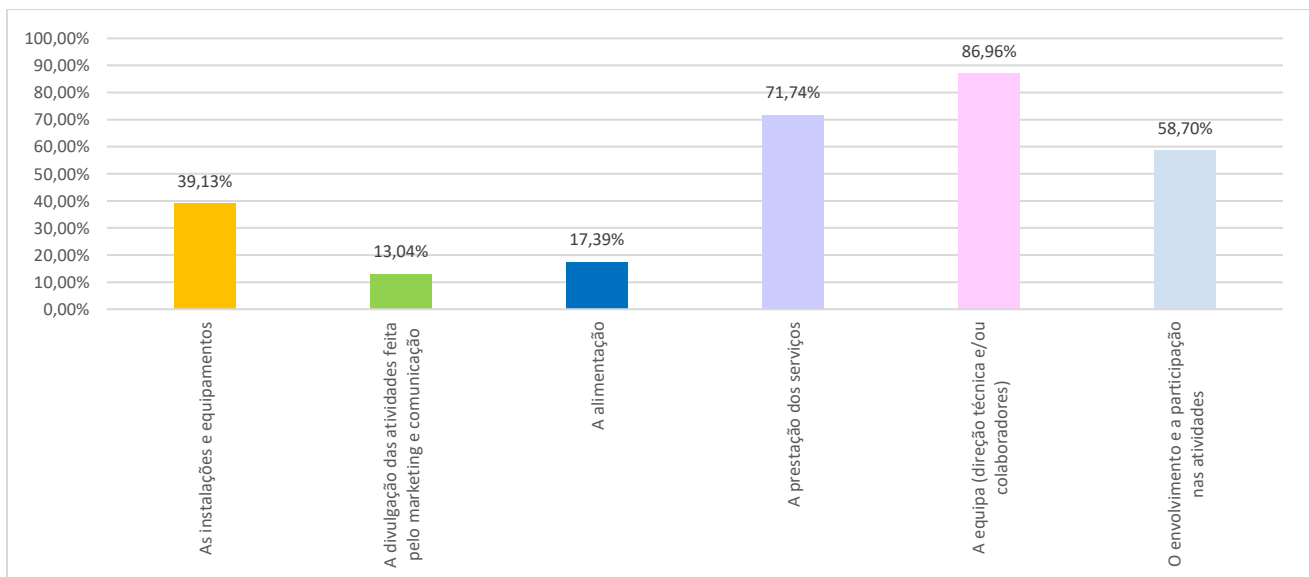


Gráfico 67 – Aspetos Positivos Identificados pelos clientes da ERPI

Ao nível dos aspetos que devem ser melhorados, foi possível constatar que o mais significativo são as instalações, tal como é possível verificar no gráfico 68:

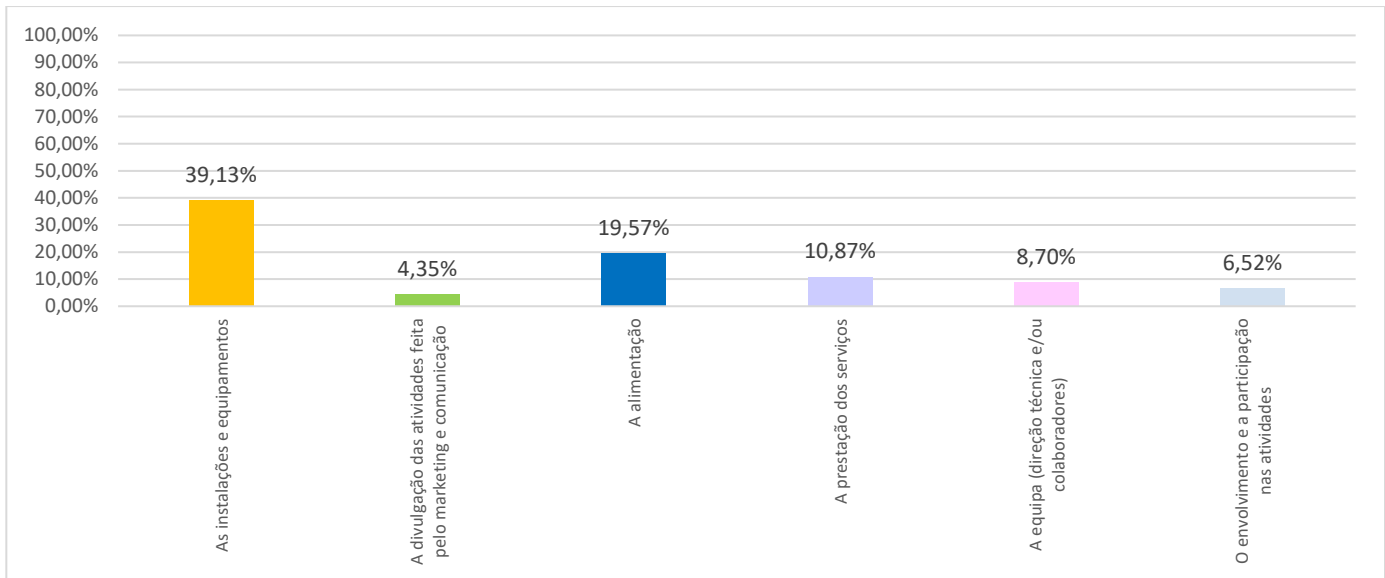


Gráfico 68 – Aspetos a Melhorar Identificados pelos clientes da ERPI

Ao nível das sugestões, obtiveram-se os seguintes *inputs*:

- Considero que é importante que os clientes da ERPI possam aceder ao jardim da instituição sem ser através de rampas inclinadas e perigosas. Sugiro, novamente, a abertura de uma porta de acesso ao jardim e espaço exterior da instituição.
- Estou muito satisfeita no global mas gostava que revissem a alimentação, ao nível da confeção dos pratos, e a fruta frequentemente está verde.
- A alimentação devia ser mais cuidada e maior cuidado com a roupa.
- Há pratos mais bem confecionados que outros.
- Deviam ter uma saída para o jardim mais fácil para os idosos e famílias saírem
- A vossa política de nao ter horários fixos de visitas é uma mais valia. Obrigada
- Os serviços financeiros poderiam "humanizar" as comunicações que dirigem aos clientes que, apesar de correctas, pecam por demasiado frias e cirúrgicas. Penso que se deverá ao facto de não estarem em contacto directo com os utentes e desconhecerem algumas particularidades que não são divulgadas por questões de reserva pessoal e proteção dos interesses dos próprios utentes e familiares. Quem está no back office tem competências diferentes de quem está no comando directo das operações e pode ser menos sensível a determinados pormenores. É totalmente compreensível, mas, em minha opinião, acaba por desvirtuar um modelo que sobressai por valorizar pormenores, e não podemos esquecer que a gestão é um todo, a soma de todos os serviços prestados. A Fundação tem uma gestão/direcção aberta, atenta e muito eficiente, de acordo com a minha experiência pessoal. A principal virtude do modelo é adequar-se e responder às necessidades

específicas do utente, algo que é raro e, em resultado, diferencia, distingue e caracteriza o serviço prestado pela Fundação.

3.4. Outros Serviços

3.4.1. Centro de Medicina Física e Reabilitação (CMFR)

Foram enviados 205 questionários e foram obtidas 75 respostas (taxa de adesão geral de 36,58%). Observando o gráfico 69, é possível verificar que a satisfação tem estado sempre acima dos 75%; contudo, ao longo dos anos, tendencialmente, tem vindo a decrescer:

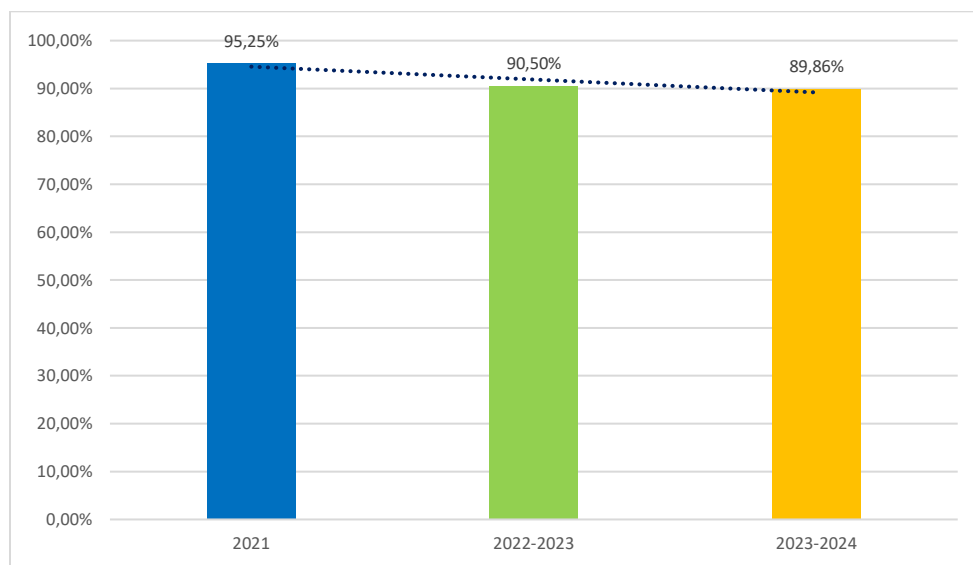


Gráfico 69 – Satisfação dos clientes do CMFR (anos 2021, 2022-2023 e 2023-2024)

Relativamente aos 3 domínios em avaliação da satisfação dos clientes, é possível verificar através do quadro 13 que os resultados não só se encontram acima dos 75%, como do ano anterior para o ano de 2023-2024, todos os domínios obtiveram melhores resultados:

	2021		2022-2023		2023-2024
Espaços, Alimentação e Comunicação	88,00%	↓	81,25%	↑	84,24%
Prestação de Serviços	96,13%	↓	92,94%	↑	93,52%
Confiança e Conhecimento dos Colaboradores	97,38%	↓	92,13%	↑	92,29%

Quadro 13 – Tendências dos resultados obtidos entre 2021 e 2023-2024, por domínio de avaliação

O gráfico 70 permite visualizar o acréscimo acima referido, comparando com os anos anteriores:

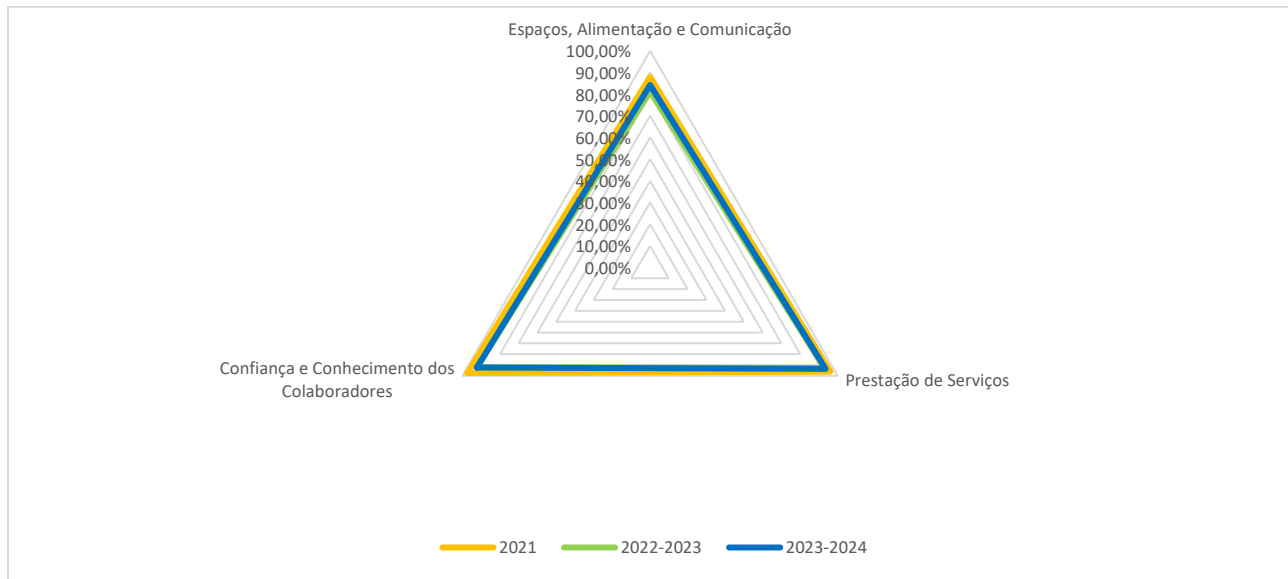


Gráfico 70 – Taxa de Satisfação dos Clientes do CMFR, por domínio em avaliação, para 2023-2024

Observando os resultados por questão, através do gráfico 71, é possível verificar que todos os resultados se encontram acima de 75%; contudo, apenas metade das questões colocadas aos clientes obtiveram resultados superiores, destacando-se a que teve maior taxa de satisfação, relacionada com o profissionalismo e competência da equipa (questão 3.2.). De salientar que ao questionário anterior, foi adicionada uma questão relacionada com o prestígio e imagem externa.

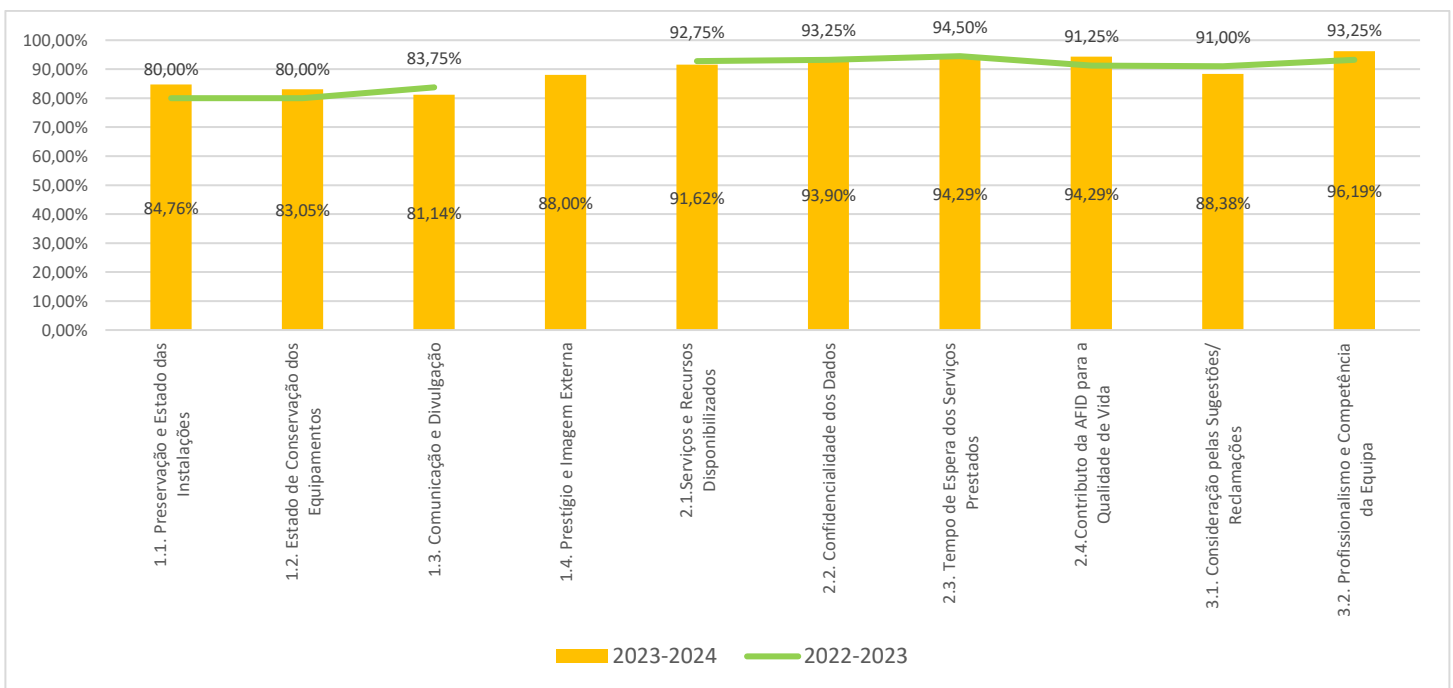


Gráfico 71 – Resultados obtidos por questão em 2023-2024 e comparação com o ano 2022-2023

Relativamente à satisfação global dos clientes quanto aos serviços que recebem, verifica-se a partir do gráfico 72 os resultados obtidos se encontram acima de 75%; ao longo do tempo, embora tenha havido uma pequena oscilação nos anos anteriores, houve uma melhoria em 1,19%:

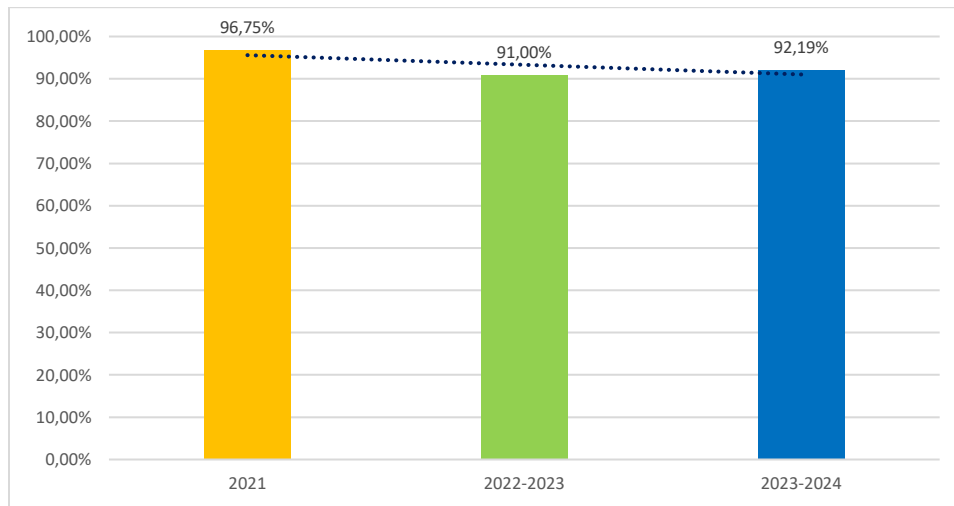


Gráfico 72 – Resultados da Questão 4. “Globalmente, quanto aos serviços que recebo/ o meu familiar recebe da AFID, sinto-me...”

No que concerne à forma como os clientes tomaram conhecimento da AFID, é possível constatar através do gráfico 73 que a maioria (42,67%) foi através de outra forma, nomeadamente, de seguradoras, seguido de por um amigo/ conhecido (41,33%):

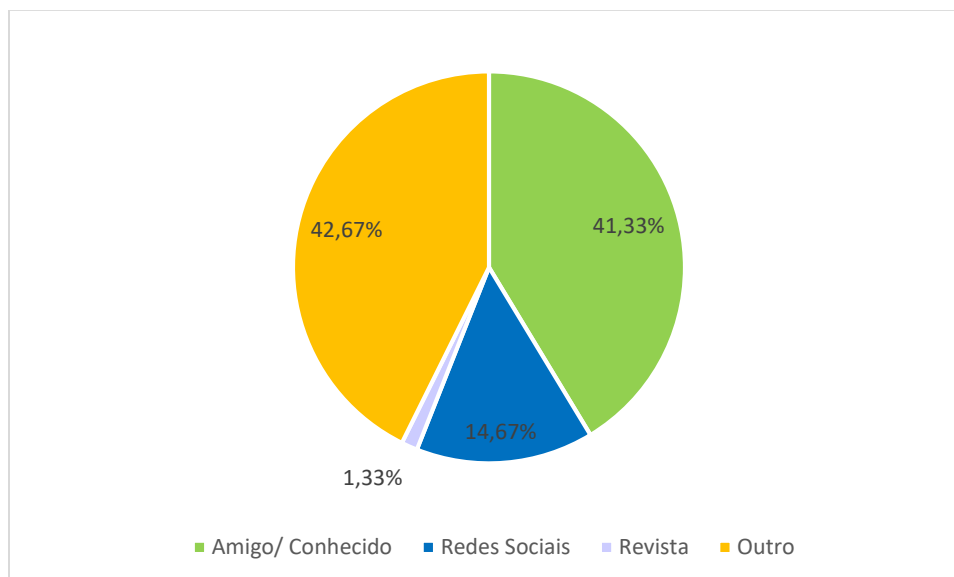


Gráfico 73 – Resultados da Questão 5.1. “Como tomou conhecimento da Fundação AFID Diferença?”

Relativamente a outras questões relevantes para a AFID, é possível constatar através do gráfico 74 que a maioria das pessoas respondem positivamente. De destacar que todos os clientes voltariam a recorrer aos serviços da instituição, aspeto este muito positivo:

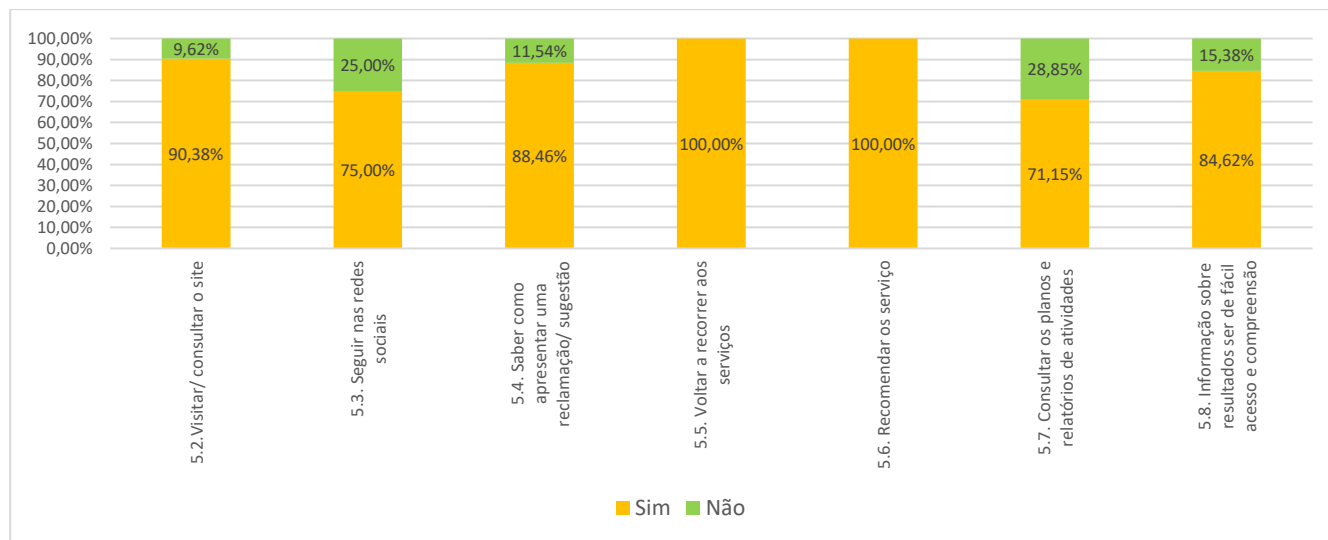


Gráfico 74 – Resultados das Questões de Resposta Fechada Sim/Não

No que concerne aos aspetos positivos, a maioria dos clientes identificam a equipa (direção técnica e/ou colaboradores), tal como abaixo se pode verificar no gráfico 75:

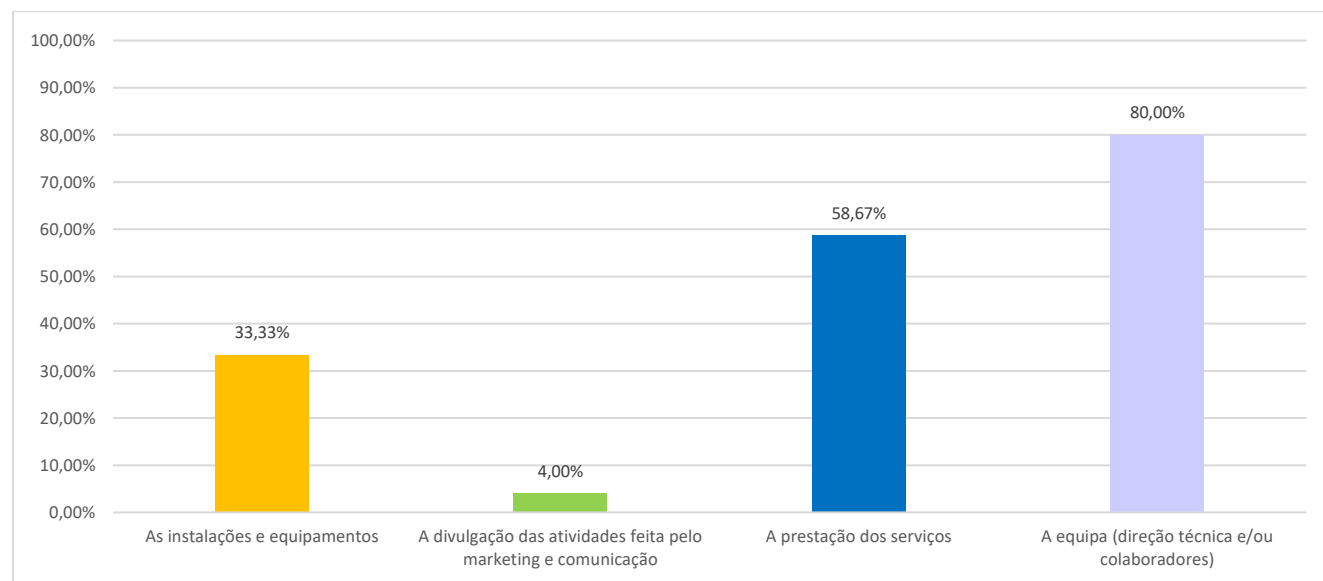


Gráfico 75 – Aspetos Positivos Identificados pelos clientes do CMFR

Ao nível dos aspetos que devem ser melhorados, foi possível constatar que o mais significativo são as instalações e equipamentos, tal como é possível verificar no gráfico 76:

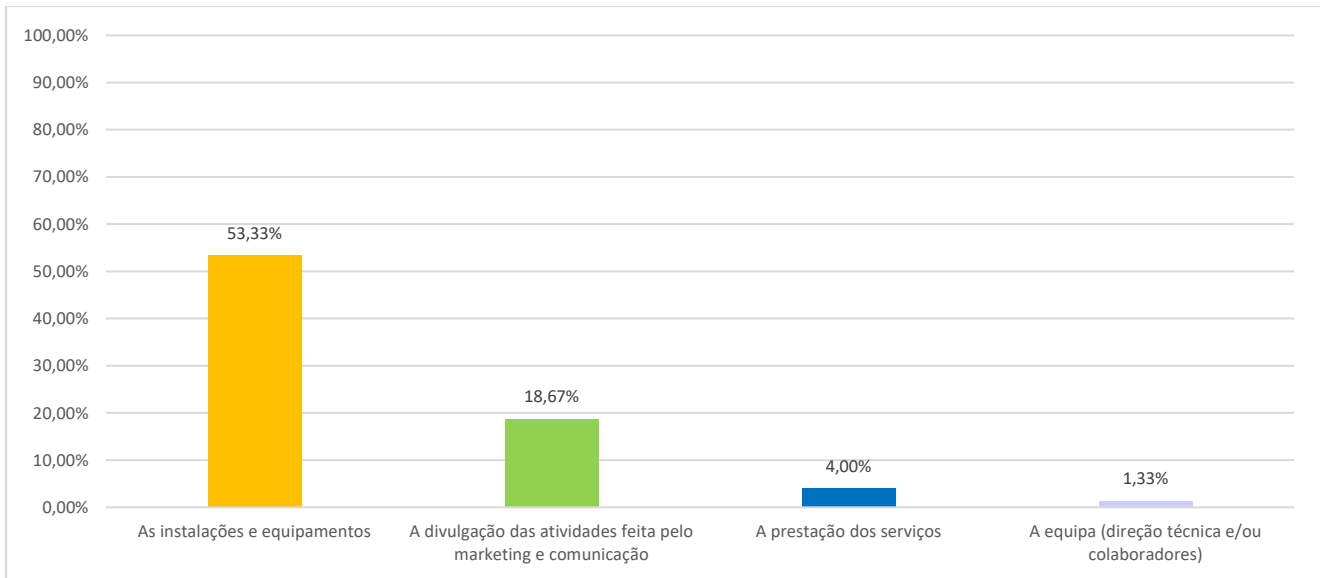


Gráfico 76 – Aspectos a Melhorar Identificados pelos clientes do CMFR

Ao nível das sugestões, obtiveram-se os seguintes *inputs*:

- Estacionamento
- Mais atenção ao mau cheiro que, por vezes, se senta nos sanitários, deviam ser mais vezes desentupidos e desinfectados!
- Talvez um bar aberto aos utentes externos

3.4.2. Centro de Recursos para a Inclusão (CRI)

Foram enviados 9 questionários e foram obtidas 4 respostas (taxa de adesão geral de 44,44%). Observando o gráfico 77, é possível verificar que a satisfação tem estado sempre acima dos 75% e sempre a aumentar:

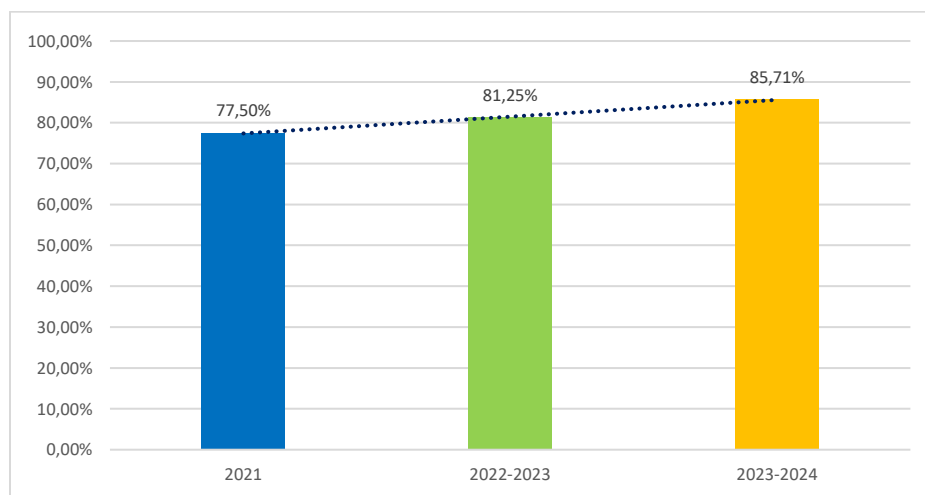


Gráfico 77 – Satisfação dos clientes do CRI (anos 2021, 2022-2023 e 2023-2024)

Relativamente aos 5 domínios em avaliação da satisfação dos clientes, é possível verificar através do quadro 15 que os resultados não só se encontram acima dos 75%, como do ano anterior para o ano de 2023-2024, todos os domínios obtiveram melhores resultados:

	2021		2022-2023		2023-2024
Comunicação e Imagem Externa	83,25%	=	83,25%	↓	80,36%
Prestação de Serviços	87,50%	↓	83,38%	↑	89,29%
Apoio Prestado aos Alunos	80,58%	↓	78,83%	↑	83,04%
Confiança e Conhecimento dos Colaboradores	83,25%	=	83,25%	↑	89,29%
Abordagem Centrada no Cliente	80,50%	↑	80,58%	↑	86,90%

Quadro 15 – Tendências dos resultados obtidos entre 2021 e 2023-2024, por domínio de avaliação

O gráfico 78 permite visualizar o acréscimo acima referido, comparando com os anos anteriores:

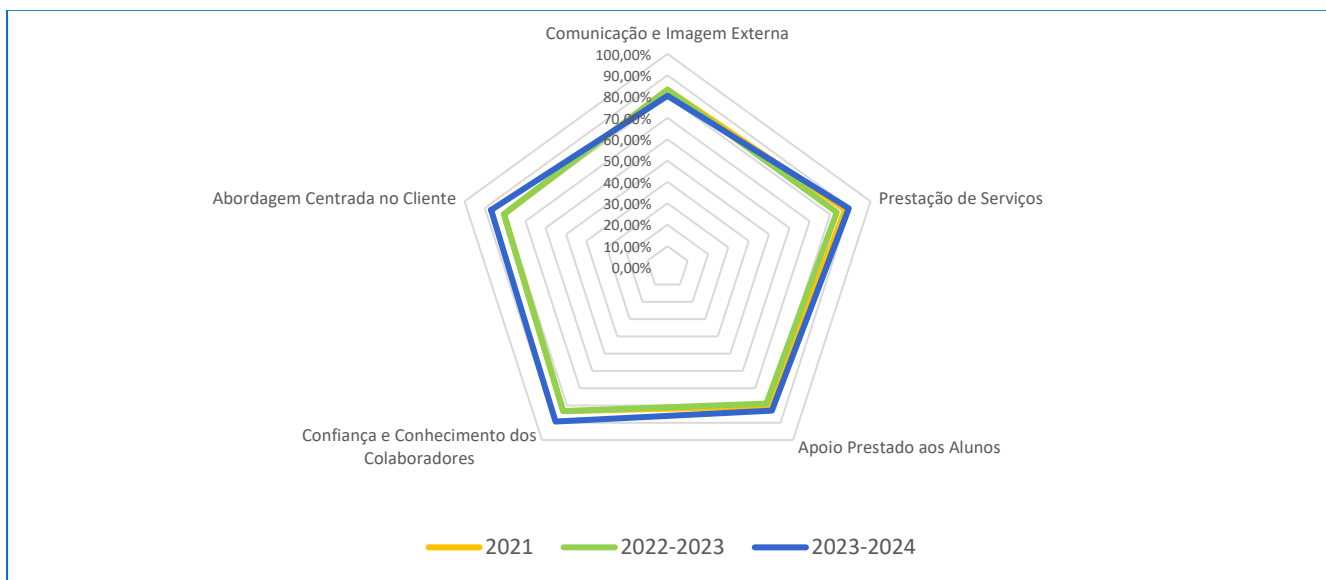


Gráfico 78 – Taxa de Satisfação dos Clientes do CRI, por domínio em avaliação, para 2023-2024

Observando os resultados por questão, através do gráfico 79, é possível verificar que todos os resultados se encontram acima de 75% e que a maioria das questões obtiveram resultados superiores, destacando-se a que teve maior taxa de satisfação, relacionada com o respeito pelos direitos. De salientar que ao questionário anterior, foram adicionadas cinco questões relacionadas com o prestígio e imagem externa, contributo para a qualidade de vida, eficácia e eficiência da comunicação, respeito pelos direitos e consideração pelas sugestões/reclamações.

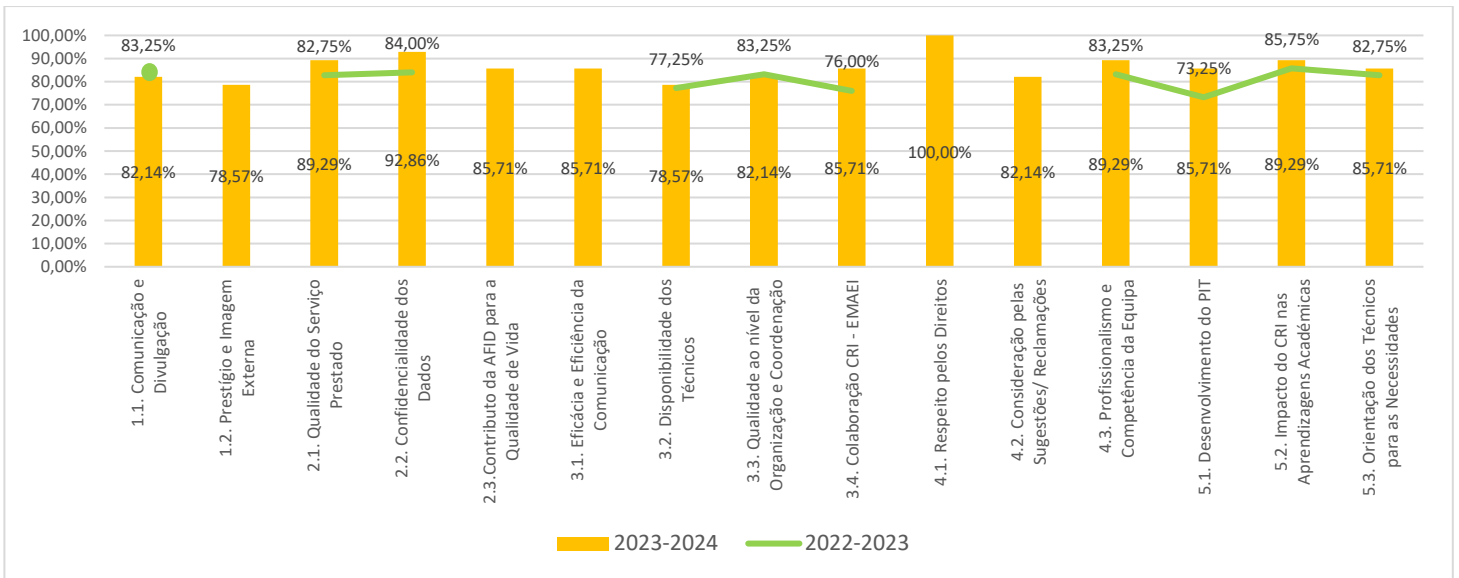


Gráfico 79 – Resultados obtidos por questão em 2023-2024 e comparação com o ano 2022-2023

Relativamente à satisfação global dos clientes quanto aos serviços que recebem, questão nova no questionário de satisfação dos clientes de CRI, foi possível constatar uma taxa de satisfação de 78,57%.

Relativamente a outras questões relevantes para a AFID, é possível constatar através do gráfico 80 que a maioria das pessoas respondem positivamente, com exceção das questões 7.2. e 7.6.. De destacar que todos os clientes voltariam a recorrer aos serviços da instituição e recomendaria os serviços, aspetos estes muito positivos:

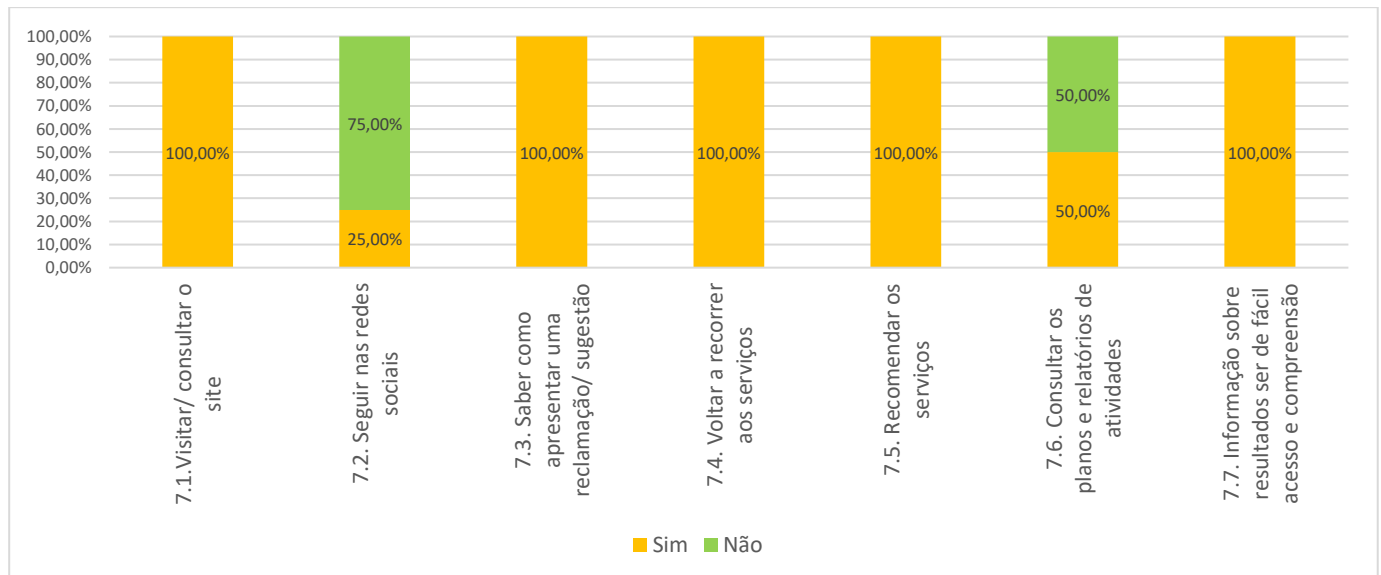


Gráfico 80 – Resultados das Questões de Resposta Fechada Sim/Não

No que concerne aos aspetos positivos, a maioria dos clientes identificam a equipa (direção técnica e/ou colaboradores), tal como abaixo se pode verificar no gráfico 81:

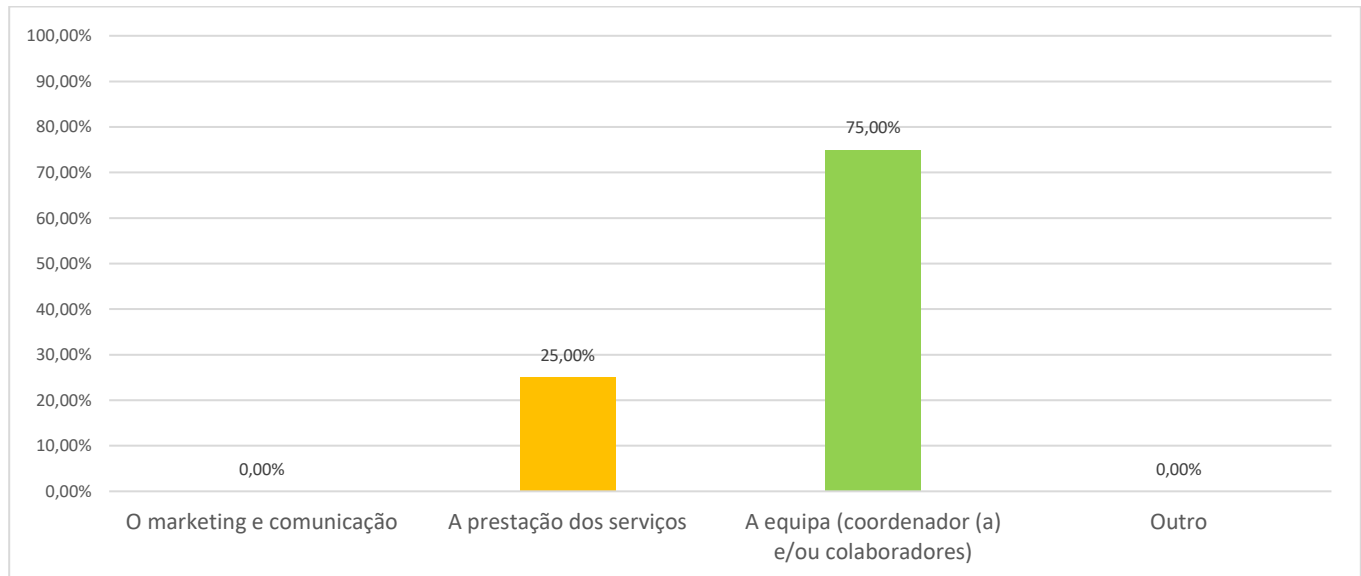


Gráfico 81 – Aspetos Positivos Identificados pelos clientes do CRI

Ao nível dos aspetos que devem ser melhorados, foi possível constatar que o mais significativo são as instalações e equipamentos, tal como é possível verificar no gráfico 82:

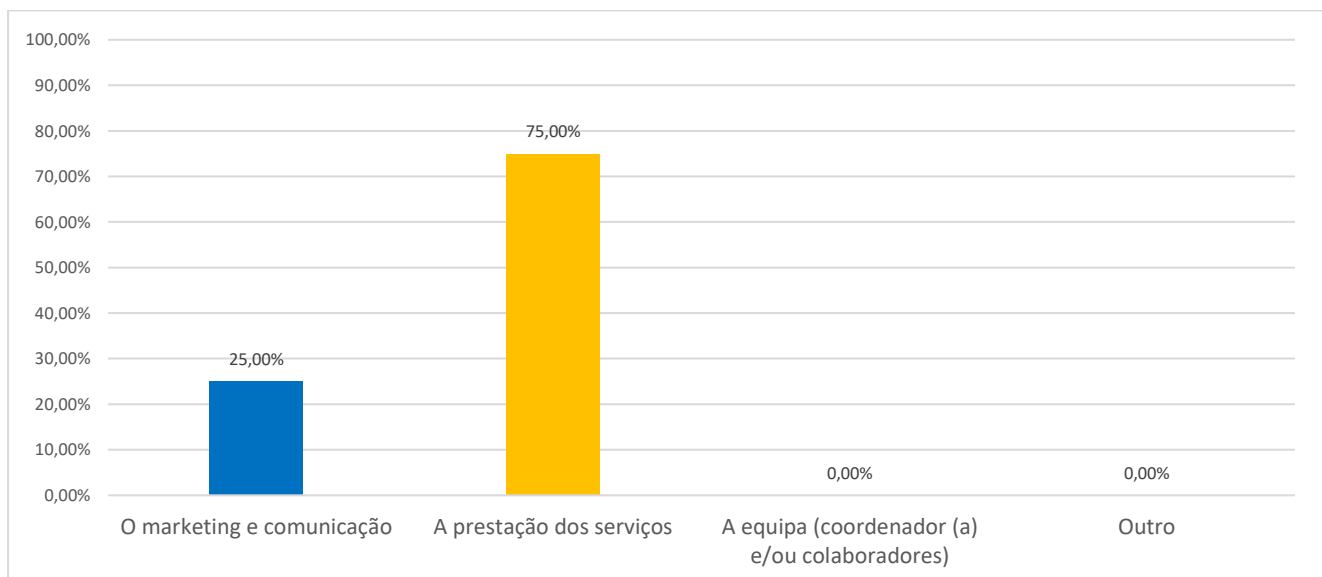


Gráfico 82 – Aspetos a Melhorar Identificados pelos clientes do CRI

Não houve sugestões dos clientes de CRI.

4. PRINCIPAIS CONCLUSÕES E AÇÕES A DESENVOLVER

Após a análise dos resultados obtidos, verificou-se:

- Taxa de adesão obtida, mais alta desde 2019;
- Tendência da satisfação geral dos clientes a reverter, verificando-se uma subida na taxa de satisfação em 0,61%;
- Todas as respostas sociais e serviço têm uma taxa de satisfação superior a 75%;
- Taxa de satisfação superior ao ano anterior, nas respostas sociais Formação Profissional, CRI, ERPI e SAD;
- Restantes respostas sociais e serviços, apresentam taxa de satisfação inferior ao ano anterior

Deverão ser desenvolvidas as seguintes ações:

- Continuação do reforço do preenchimento dos questionários, junto das famílias e clientes;
- Discussão dos resultados obtidos, em equipa, para aprofundamento de medidas concretas a implementar.