



# RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES 2022

## ÍNDICE

1 – INTRODUÇÃO.....	2
1.1 - OBJECTIVOS.....	2
1.2- ENQUADRAMENTO.....	2
2- METODOLOGIA.....	2
2.1 - CONCEITOS ASSOCIADOS .....	3
2.2 – CARACTERIZAÇÃO DO INQUÉRITO .....	3
3- APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS .....	4
3.1- CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA.....	4
3.2- RESULTADOS OBTIDOS.....	6
4 – DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....	13
4.1 – RESULTADOS TOTAIS DA OPERAÇÃO .....	13
4.2- COMPARAÇÃO ENTRE OS ANOS DE 2019, 2020, 2021 E 2022.....	15
5- CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	18

## **1- Introdução**

O presente relatório surge integrado no processo de avaliação da satisfação dos clientes da Atlânticoline, S.A.

### **1.1- Objetivos**

O objetivo da execução deste trabalho é aferir o grau de satisfação, por parte dos clientes, no serviço de transporte marítimo de passageiros, disponibilizado pela Atlânticoline, S.A.

### **1.2- Enquadramento**

A elaboração e execução do presente estudo é referente ao ano de 2022, na sua atividade regular e sazonal, através dos navios Gilberto Mariano, Mestre Jaime Feijó, Cruzeiro das Ilhas e Cruzeiro do Canal. A recolha de dados teve início em 2 de janeiro de 2022, sendo terminada a 30 de setembro do mesmo ano.

## **2 – Metodologia**

Como metodologia utilizada na avaliação de satisfação dos clientes recorreu-se à elaboração de um inquérito, sendo solicitado o preenchimento deste aos passageiros, no decorrer das viagens, auxiliados pela tripulação. Foram recolhidos 196 inquéritos, no âmbito da avaliação.

Na análise estatística dos dados foram determinadas a média, moda e desvio padrão, bem como a percentagem atribuída a cada uma das classificações de satisfação (distribuições).

## **2.1 Conceitos Associados**

**DISTRIBUIÇÃO** - comportamento do efeito agregado de experiências aleatórias independentes e semelhantes em certas circunstâncias quando o número de experiências é muito alto;

**MÉDIA** - valor que demonstra para onde se concentram os dados de uma distribuição como o ponto de equilíbrio das frequências;

**MODA** - conjunto de dados trata do valor que ocorre com maior frequência ou o valor mais comum em um conjunto de dados;

**DESVIO PADRÃO** - indica uma medida de dispersão dos dados em torno de média da amostra.

## **2.2 Caracterização do Inquérito**

Na elaboração do inquérito foi determinada a seguinte escala de avaliação:

- Fraco;
- Razoável;
- Bom;
- Muito bom;
- Excelente;

No que diz respeito à estrutura do inquérito, optou-se pela divisão do mesmo em 5 tópicos gerais de avaliação, que traduzem o serviço prestado pela Atlânticoline, S.A. Estes são:

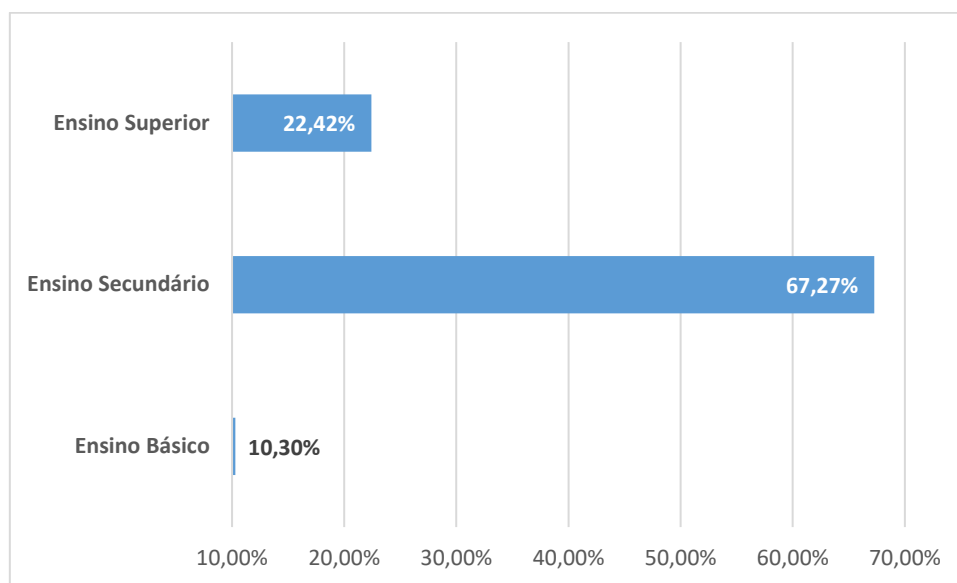
- 1 – Navio e Viagem;
- 2 – Tripulação;
- 3 – Serviço de Embarque e Receção;
- 4 – Serviço de Bar;
- 5 – Serviço de Pré-Venda, Venda e Pós-Venda.

### 3 – Apresentação dos Resultados

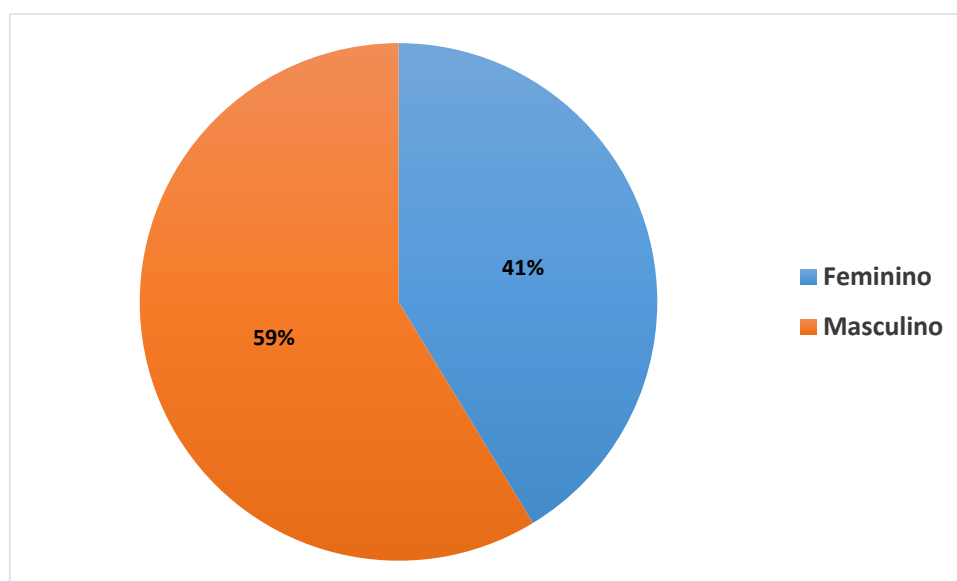
#### 3.1 Caracterização da Amostra

Foram inquiridos 196 passageiros a bordo dos navios associados à atividade regular da empresa. Em termos de amostra, foram aferidos dados sobre escolaridade, sexo e nacionalidade.

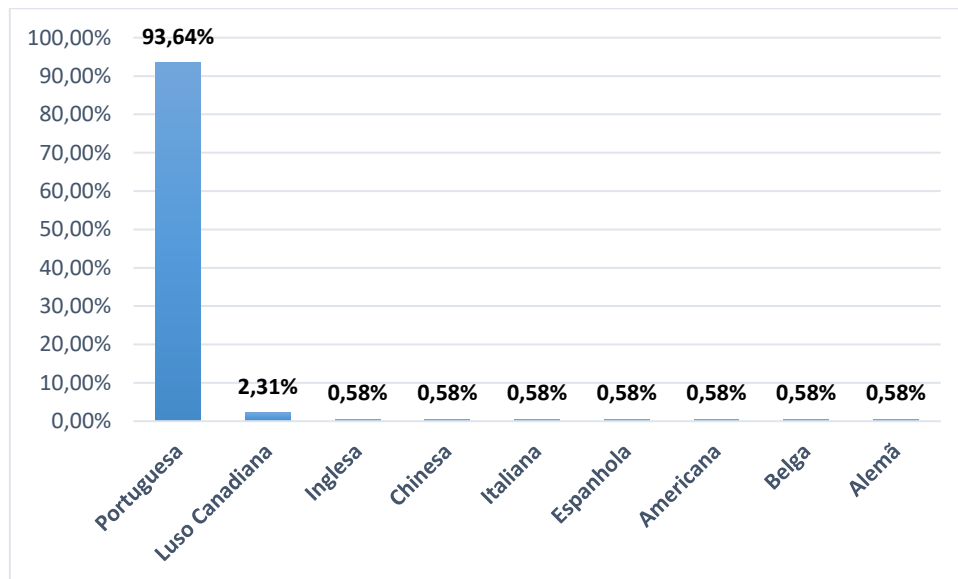
##### 3.1.1 Distribuição de Passageiros por Escolaridade



##### 3.1.2 Distribuição de Passageiros por Sexo



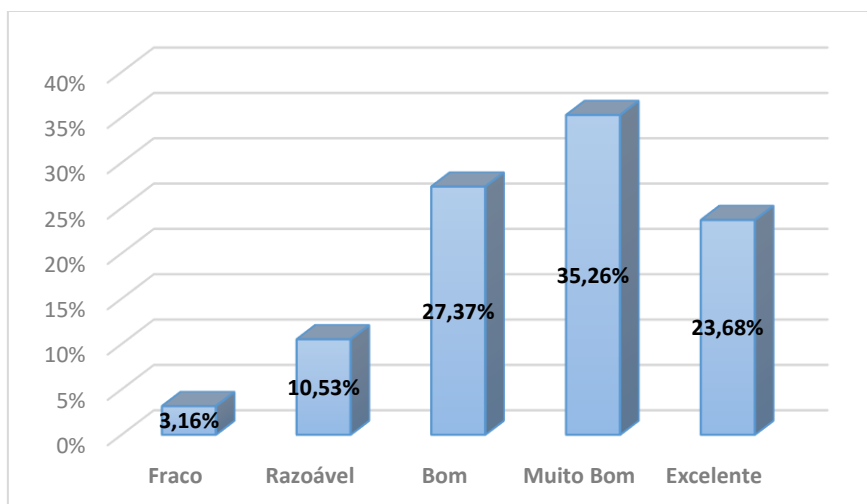
### 3.1.3 Distribuição de Passageiros por Nacionalidade



### 3.2 Resultados Obtidos

#### 3.2.1 Navio e Viagem

##### 3.2.1.1 Comodidade do Navio

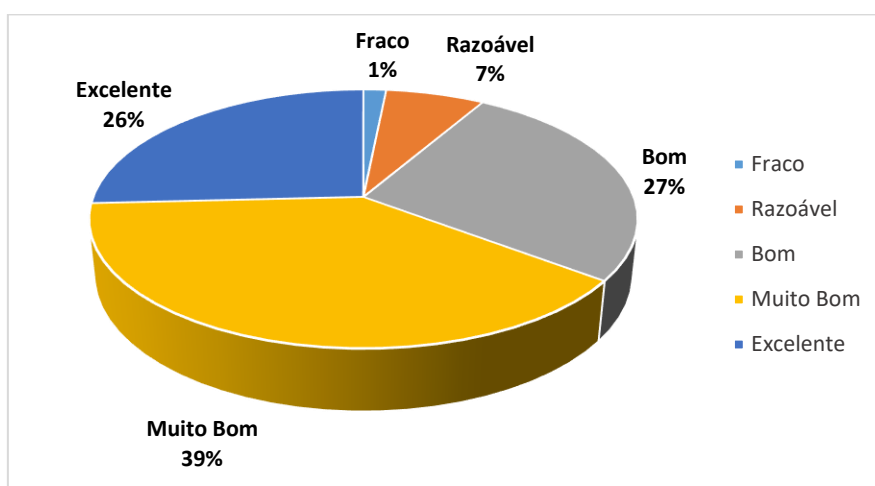


Classificação:

**Bom**

Média	3,66
Moda	4,00
Desvio-padrão	1,05

##### 3.2.1.2 Limpeza Geral do Navio

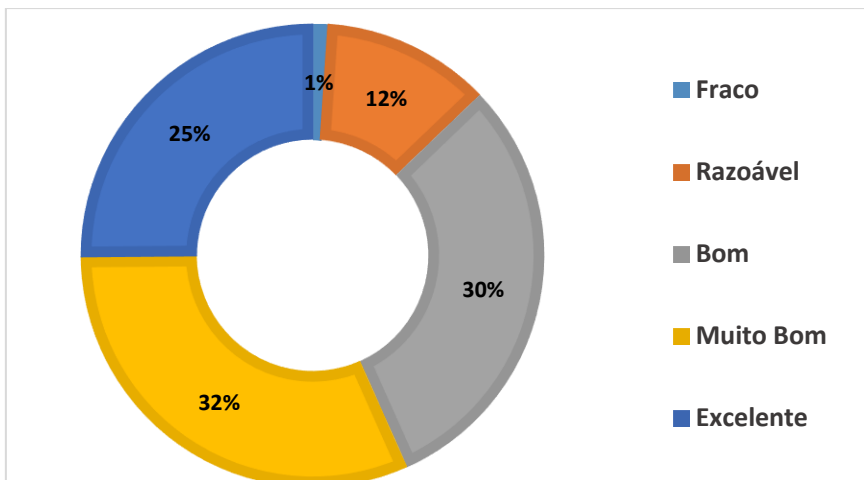


Classificação:

**Bom**

Média	3,81
Moda	4,00
Desvio-padrão	0,95

### 3.2.1.3 Limpeza Geral das Instalações Sanitárias (Navio)



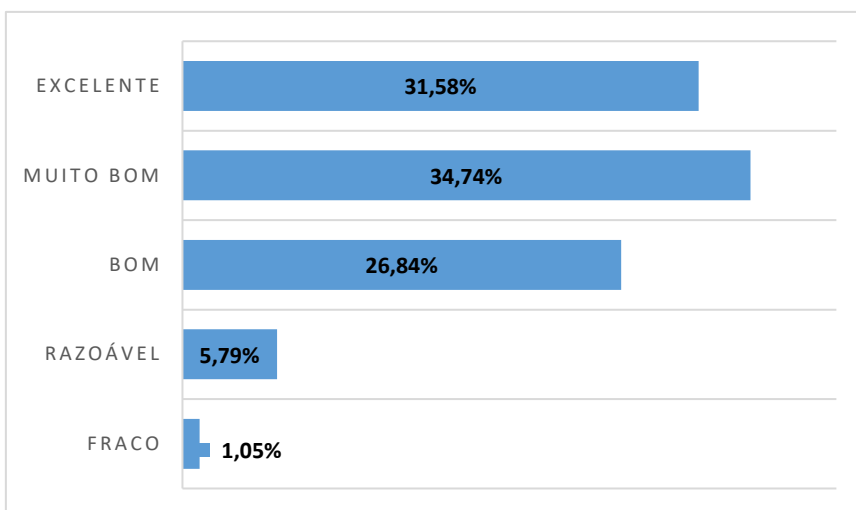
Classificação:

**Bom**

Média	<b>3,68</b>
Mediana	4,00
Desvio-padrão	<u>1,01</u>

### 3.2.2 Tripulação

#### 3.2.2.1 Disponibilidade da Tripulação



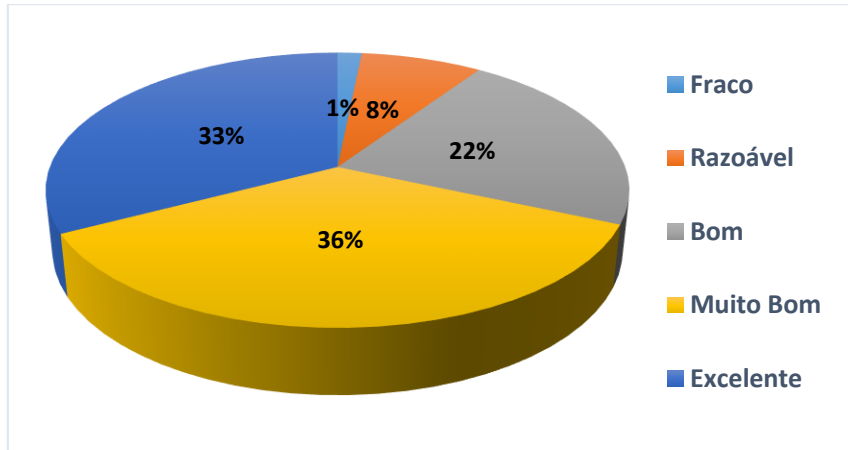
Classificação:

**Bom**

Média	<b>3,90</b>
Moda	4,00
Desvio-padrão	<u>0,95</u>



### 3.2. 2.2 Simpatia da Tripulação

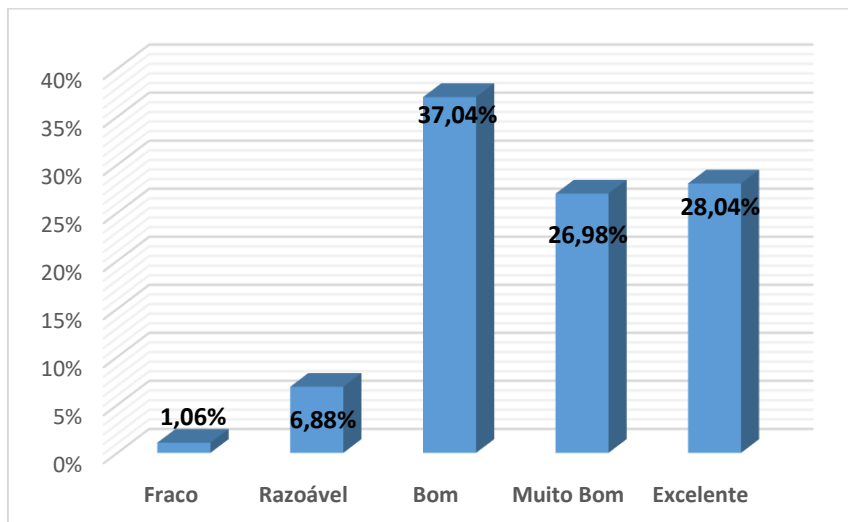


Classificação:

**Bom**

<i>Média</i>	<b>3,90</b>
<i>Moda</i>	4,00
<i>Desvio-padrão</i>	1,00

### 3.2.2.3 Apresentação da Tripulação



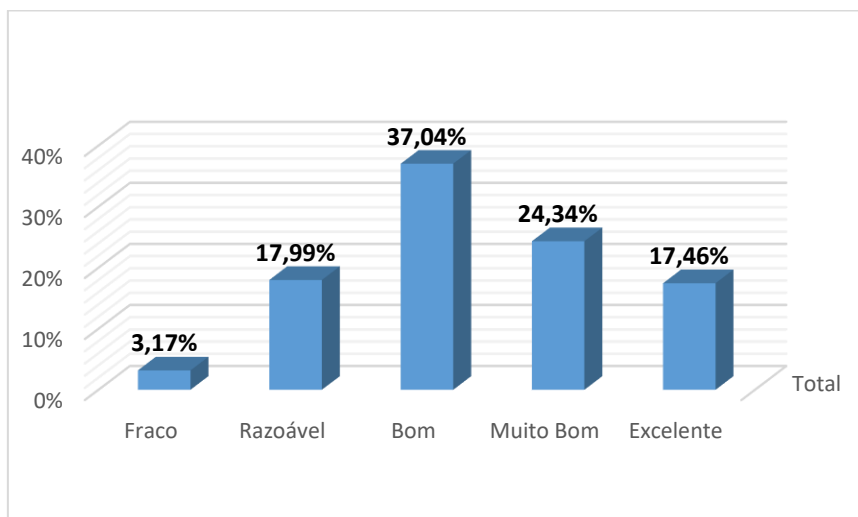
Classificação:

**Bom**

<i>Média</i>	<b>3,82</b>
<i>Moda</i>	4,00
<i>Desvio-padrão</i>	0,94

### 3.2.3 Serviço de Embarque e Recepção

#### 3.2.3.1 Tempo de Espera no Check-In

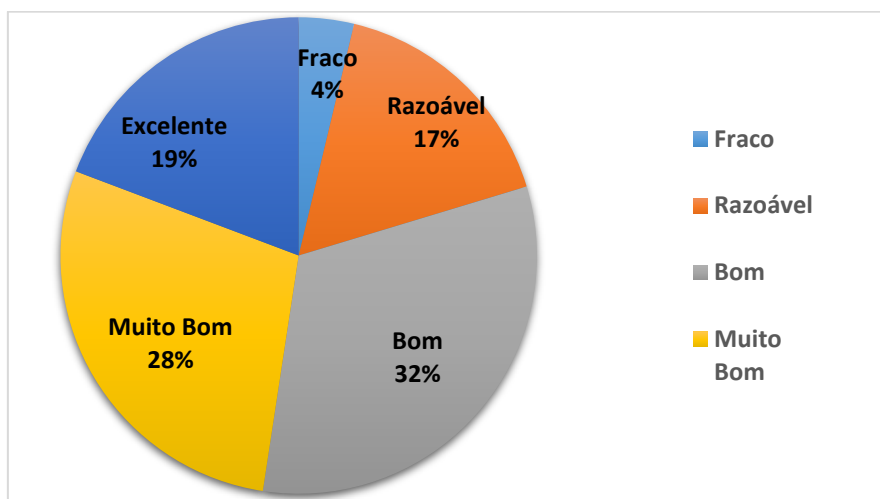


Classificação:

**Bom**

<b>Média</b>	<b>3,35</b>
<b>Moda</b>	<b>3,00</b>
<b>Desvio-padrão</b>	<b>1,06</b>

#### 3.2.3.2 Tempo de Espera no Embarque



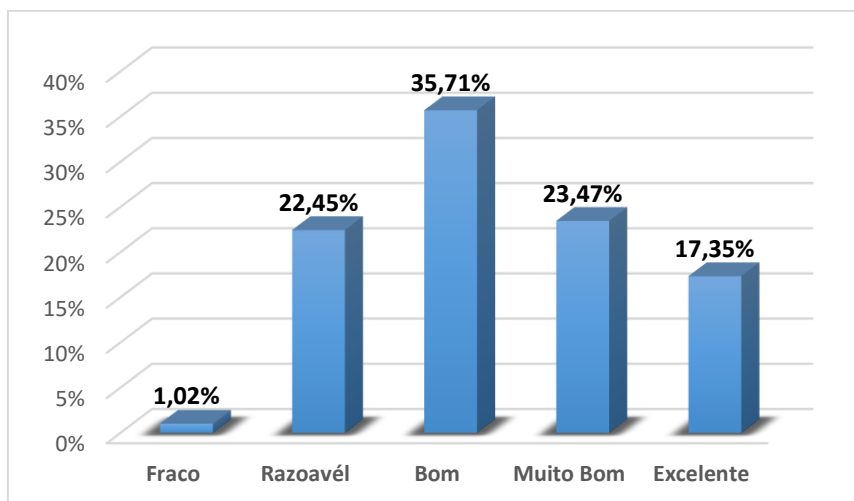
Classificação:

**Bom**

<b>Média</b>	<b>3,43</b>
<b>Moda</b>	<b>3,00</b>
<b>Desvio-padrão</b>	<b>1,09</b>

### 3.2.4 Serviço de Bar

#### 3.2.4.1 Diversidade da Oferta e Qualidade dos Produtos (Bar)

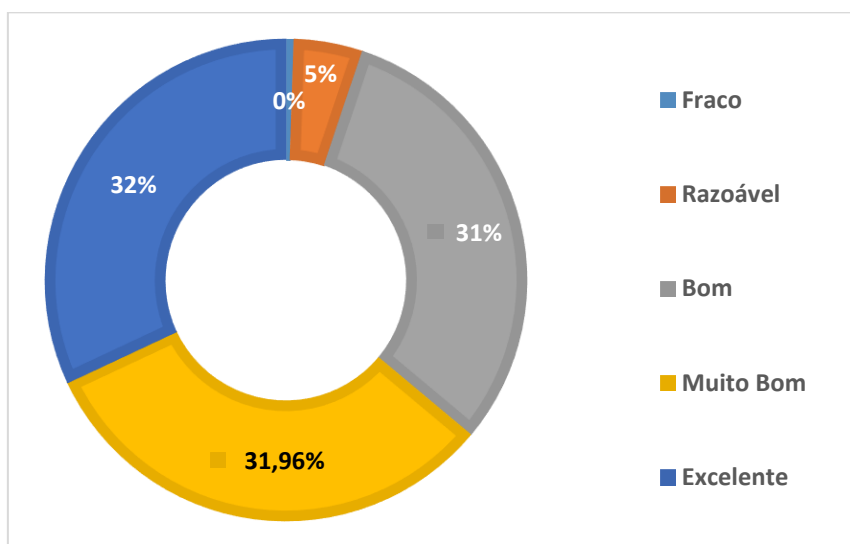


Classificação:

**Bom**

<i>Média</i>	<b>3,34</b>
<i>Moda</i>	3,00
<i>Desvio-padrão</i>	<u>1,04</u>

#### 3.2.4.2 Atendimento (Bar)

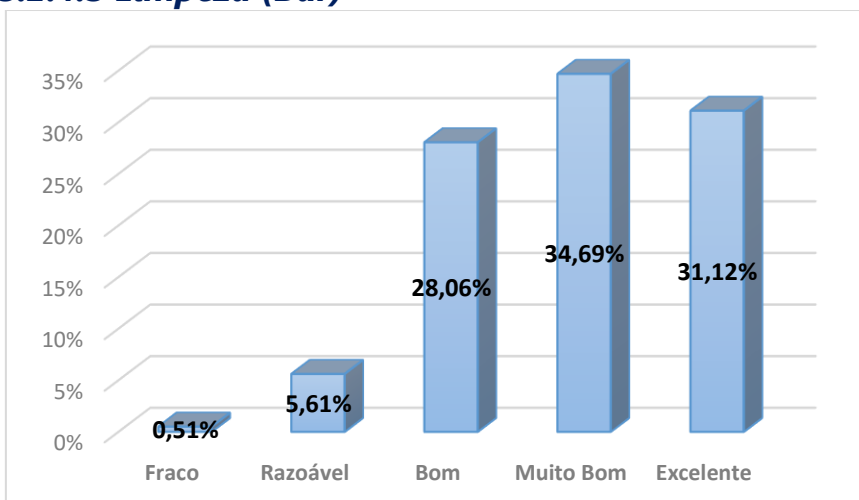


Classificação:

**Bom**

<i>Média</i>	<b>3,90</b>
<i>Moda</i>	5,00
<i>Desvio-padrão</i>	<u>0,93</u>

### 3.2.4.3 Limpeza (Bar)



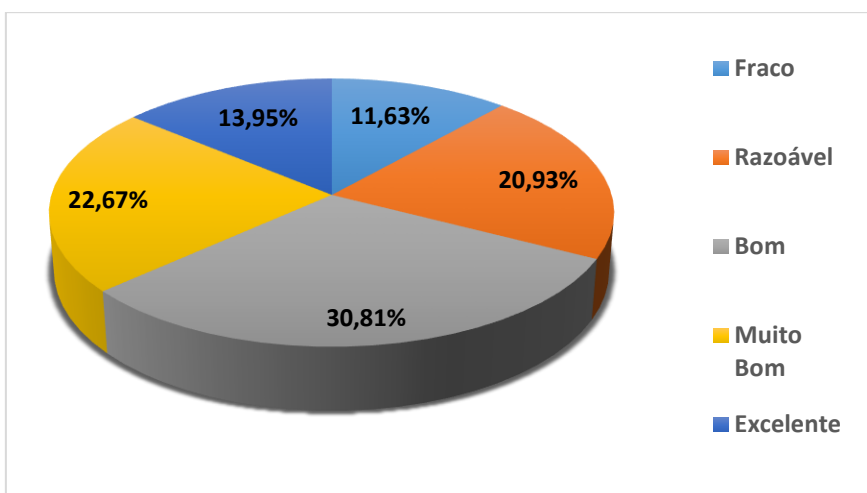
Classificação:

**Bom**

<i>Média</i>	<b>3,00</b>
<i>Moda</i>	4,00
<i>Desvio-padrão</i>	<u>0,93</u>

### 3.2.5 Serviço de Pré-Venda, Venda e Pós-Venda

#### 3.2.5.1 Call-Center

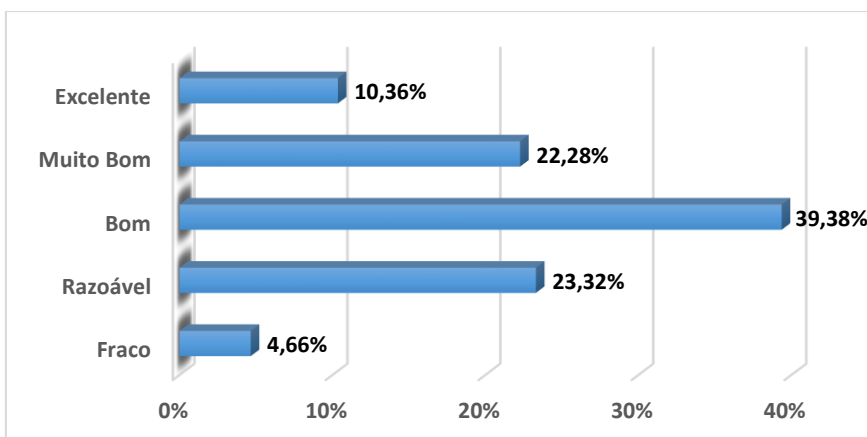


Classificação:

**Bom**

<i>Média</i>	<b>3,06</b>
<i>Moda</i>	3,00
<i>Desvio-padrão</i>	<u>1,21</u>

#### 3.2.5.2 Horários das Viagens

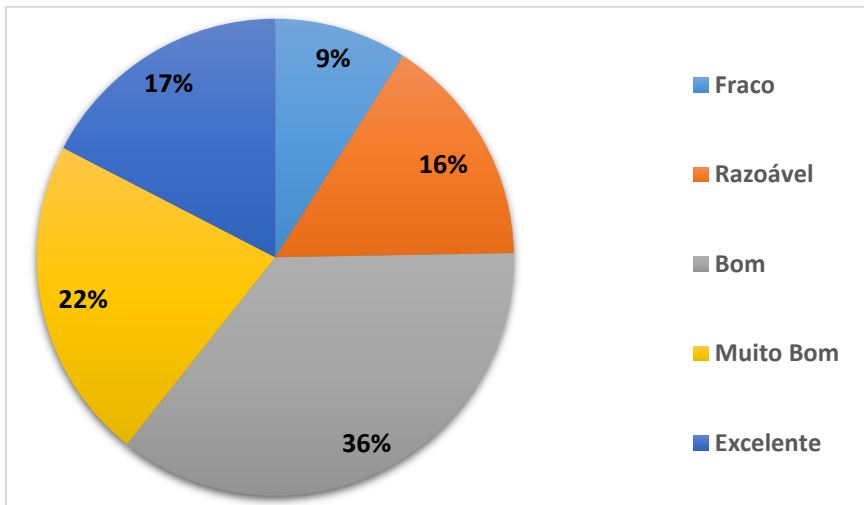


Classificação:

**Bom**

<i>Média</i>	<b>3,10</b>
<i>Moda</i>	3,00
<i>Desvio-padrão</i>	<u>1,03</u>

### 3.2.5.3 Facilidade de Compra e Acesso a Informação On-Line

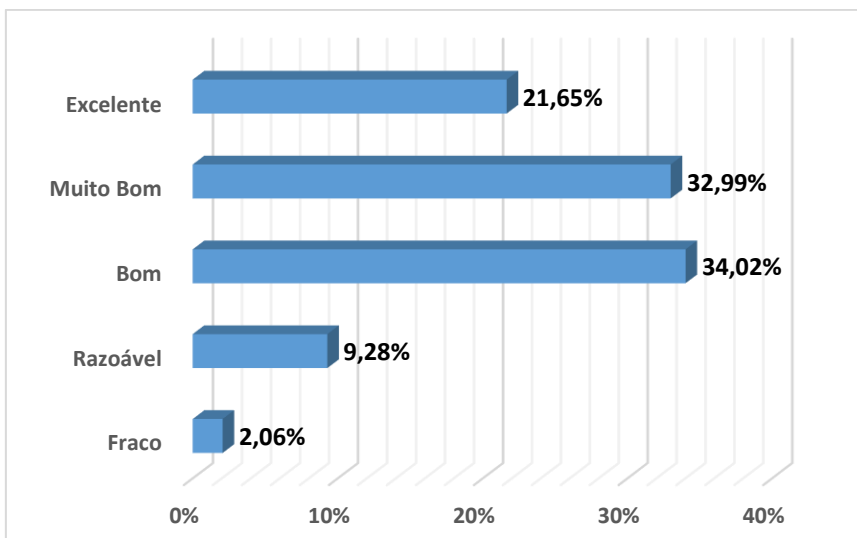


Classificação:

**Bom**

<i>Média</i>	<b>3,22</b>
<i>Moda</i>	0,09
<i>Desvio-padrão</i>	1,18

### 3.2.5.4 Disponibilidade e Simpatia em Atendimento Presencial



Classificação:

**Bom**

<i>Média</i>	<b>3,63</b>
<i>Moda</i>	3,00
<i>Desvio-padrão</i>	0,99

## **4 – Discussão dos Resultados**

### **4.1 – Resultados Totais da Operação**

Após a análise dos dados anteriormente apresentados, é possível elencar o seguinte conjunto de considerações:

- Caracterização da amostra:
  - Idade média de 40 anos;
  - Género maioritariamente masculino (58%);
  - Nacionalidade predominantemente portuguesa (94%);
  - Nível de escolaridade mais representativo associado ao escalão de 12.º ano e Licenciatura (51.5%).
- A média global do serviço prestado pela Atlânticoline, S.A., obtido como resultado de todos os inquéritos efetuados, é de 3,58, o que representa, na escala de avaliação utilizada, o nível “Bom”;
- Tendo em conta o valor da média global supramencionado, os tópicos que registaram valores superiores e inferiores à mesma, são:
  - Superiores:
    - Tripulação (3,87);
    - Navio e viagem (3,71);
    - Serviço de bar (3,71).
  - Inferiores:
    - Serviço de embarque e receção Serviço de pré-venda, venda e pós-venda (3,39).
    - Serviço de pré-venda, venda e pós-venda (3,25);
- Todos os tópicos avaliados, independentemente da sua posição face à média, enquadram-se na categoria de “Bom”.

- Em termos de subtópicos, tendo novamente em conta a relação com o valor da média global, chegamos à seguinte categorização:
  - Valor Superior à Média:
    - Disponibilidade tripulação (3,90);
    - Simpatia tripulação (3,90);
    - Limpeza, bar (3,90);
    - Atendimento, bar (3,90);
    - Apresentação tripulação (3,82);
    - Limpeza geral do navio (3,81);
    - Limpeza geral das instalações sanitárias (3,68);
    - Conforto do navio (3,66);
    - Disponibilidade e simpatia em atendimento presencial (3,63).
  - Valores Inferiores à Média:
    - Tempo de espera no embarque (3,43);
    - Tempo de espera no check-in (3,35);
    - Disponibilidade da oferta e qualidade dos produtos, bar (3,34);
    - Facilidade de compra e acesso a informação *On-Line* (3,22);
    - Horários das viagens (3,10);
    - *Call-Center* (3,06).
- Os quatro subtópicos que obtiveram a nota mais alta em termos de satisfação de cliente foram:
  - Disponibilidade tripulação (3,90)
  - Simpatia tripulação (3,90)
  - Limpeza, bar (3,90)

- Atendimento, bar (3,90)
- Os três subtópicos que obtiveram a nota mais baixa em termos de satisfação de cliente foram;
  - Facilidade de compra e acesso a informação *On-Line* (3,22)
  - Horários das viagens (3,10)
  - *Call-Center* (3,06)

O desvio-padrão médio de toda a amostra foi de 1,02, apresentando um uma variação máxima de 0,28 o que demonstra a heterogeneidade da amostra e a sua relevância na análise global da média geral obtida (3,58);

Foi registada uma coincidência frequente entre os valores de moda e de média que, por sua vez, traduz uma uniformização de valores das distribuições, e justifica o valor de desvio-padrão acima apresentado.

#### **4.2 – Comparação Entre os Anos de 2019 a 2022**

Na análise comparativa entre os anos de 2019, 2020, 2021 e 2022, é importante referir os seguintes acontecimentos:

- No ano de 2019 a operação sazonal foi executada recorrendo a dois navios fretados;
- No ano de 2020, a mesma operação foi operada apenas pela frota própria da empresa;
- Ainda neste ano, e devido ao contexto mundial de pandemia de 2019, foram suspensas as obrigações de serviço público, ficando a Atlânticoline, S.A, por ordem da Autoridade de Saúde Regional, impedida de prestar o normal serviço de transporte de passageiros e viaturas, entre 14 de março e 18 maio (triângulo);



- Em 2021 verificou uma retoma progressiva dos números associados ao transporte de passageiros e viaturas, mas ainda sem atingir os valores pré-pandemia (2019, como ano de referência);
- Em 2022 tem sido verificada a continuidade da retoma progressiva dos números em causa, ainda que estes continuem a não atingir valores pré-pandemia (2019, como ano de referência).

#### 4.2.1 – Comparação da Amostra

	2019	2020	2021	2022
Idade Média (anos)	42,9	43,7	44,8	40
Sexo Predominante	Masculino (56%)	Masculino (55%)	Masculino (53%)	Masculino (59%)
Nacionalidade Predominante	Portuguesa (95%)	Portuguesa (97%)	Portuguesa (94%)	Portuguesa (94%)
Habilitações Literárias Predominantes	12.º ano e Licenciatura (52,8%)	12.º ano e Licenciatura (54,5%)	12.º ano e Licenciatura (54,05%)	12.º ano e Licenciatura (54,05%)

#### 4.2.2 – Comparação da Média Geral

	2019	2020	2021	2022	Variação	
					2019	2021
Média Global do Estudo	3,77	3,84	3,58	3,58	- 5,04%	0%

#### 4.2.3 – Comparação de Tópicos Gerais

	2019	2020	2021	2022	Variação	
					2019	2021
Navio e Viagem	3,93	4,03	3,76	3,71	-5,59%	-1,32%
Tripulação	4,13	4,19	3,96	3,87	-6,29%	-2,27%
Serviço de Embarque e Receção	3,63	3,80	3,52	3,39	-6,61%	-3,69%
Serviço de Bar	3,82	3,87	3,55	3,71	-2,87%	+4,5%
Serviço de Pré-Venda, Venda e Pós-Venda	3,41	3,44	3,20	3,25	-4,69%	+1,56%

#### 4.2.4 – Comparação de Tópicos Individuais

	Tópicos Individuais	2019	2020	2021	2022	Variação	
						2019	2021
Navio e Viagem	Comodidade do Navio	3,88	4,05	3,77	3,66	<b>-5,67%</b>	<b>-2,92%</b>
	Limpeza Geral do Navio	4,03	4,03	3,86	3,81	<b>-5,46%</b>	<b>-1,30%</b>
	Limpeza Geral das Instalações Sanitárias	3,85	3,85	3,65	3,68	<b>-4,42%</b>	<b>0,82%</b>
Tripulação	Disponibilidade	4,12	4,19	4,00	3,90	<b>-5,34%</b>	<b>-2,50%</b>
	Simpatia	4,16	4,23	3,99	3,90	<b>-6,25%</b>	<b>-2,26%</b>
	Apresentação	4,11	4,15	3,90	3,82	<b>-7,06%</b>	<b>-2,05%</b>
Serviço de Embarque e Recepção	Tempo de Espera no Check-in	3,65	3,79	3,53	3,35	<b>-8,22%</b>	<b>-5,10%</b>
	Tempo de Espera no Embarque	3,46	3,46	3,51	3,43	<b>-0,87%</b>	<b>-2,28%</b>
Serviço de Bar	Diversidade da Oferta e Qualidade dos Produtos	3,45	3,39	3,13	3,34	<b>-3,19%</b>	<b>+6,71%</b>
	Atendimento	3,95	3,95	3,75	3,90	<b>-1,27%</b>	<b>+4,00%</b>
	Limpeza do Bar	4,04	4,14	3,78	3,90	<b>-3,47%</b>	<b>+3,17%</b>
Serviço de Pré-Venda, Venda e Pós-Venda	<i>Call-Center</i>	3,34	3,26	2,99	3,06	<b>-8,38%</b>	<b>+2,34%</b>
	Horários das Viagens	3,16	3,32	3,03	3,10	<b>-1,90%</b>	<b>+2,31%</b>
	Facilidade de Compra e Acesso a Informação <i>On-Line</i>	3,21	3,23	3,09	3,22	<b>+0,31%</b>	<b>+4,21%</b>
	Disponibilidade e Simpatia em Atendimento Presencial	3,95	3,94	3,71	3,63	<b>-8,10%</b>	<b>-2,16%</b>

Após análise dos valores acima descritos, principalmente na comparação de 2021 com os anos anteriores, verifica-se uma manutenção global do valor médio de satisfação obtido, ainda que este seja sustentado, em relação ao ano transato, por diferentes classificações dos subtópicos. Este resultado, ainda que globalmente inferior aos valores obtidos em 2019, e em relação ao ano anterior, demonstra uma melhoria generalizada nos tópicos associados ao serviço de bar e pré-venda, venda e pós-venda. Os restantes tópicos, nomeadamente os associados à operacionalização do serviço prestado pela empresa (navio e viagem, tripulação e serviço de embarque e recepção) apresentam um resultado inferior ao ano transato.

## **5 Considerações Finais**

O presente relatório tem como objetivo proceder à avaliação da satisfação do cliente, na operação da Atlânticoline, S.A., no ano de 2022.

Foram inquiridos 196 passageiros a bordo dos navios Gilberto Mariano, Mestre Jaime Feijó, Cruzeiro das Ilhas e Cruzeiro do Canal, entre 2 de janeiro e 30 de setembro de 2022.

O inquérito utilizou uma escala de fraco a excelente, tendo sido dividido em 5 tópicos gerais e 15 subtópicos de avaliação. Para mais informação consultar a página 3.

Para cada um dos subtópicos avaliados, escolhidos com o objetivo de caracterizar a totalidade do serviço da Atlânticoline, S.A., foi calculada a percentagem de satisfação, a moda, média e desvio-padrão. Os resultados obtidos estão descritos, na íntegra, da página 6 à página 15.

O valor médio geral obtido é de 3,58, o que representa a categoria de "Bom".

Os tópicos de "Navio e viagem", "Tripulação" e "Serviço de bar" ficaram acima do valor global da média, ficando abaixo desta os tópicos "Serviço de embarque e receção", e "Serviço de pré-venda, venda e pós-venda". Para mais informações consulta a página 13.

Em termos de subtópicos avaliados, os que obtiveram os maiores valores de satisfação foram "Disponibilidade Tripulação (3,90)", "Simpatia Tripulação (3,90)", atendimento e limpeza do bar, ambos com o valor de 3.90. Associados aos menores valores obtidos ficaram "Facilidade de Compra e Acesso a Informação On-Line (3,22)", "Horários das Viagens (3,10)2 e "Call-Center (3,06)".

A comparação dos dados obtidos entre os anos de 2019 a 2022 ser consultada na página 15 e 17.

A totalidade da discussão dos resultados pode ser consultada da página 12 a 15.

Bruno Pinto

Novembro de 2022