



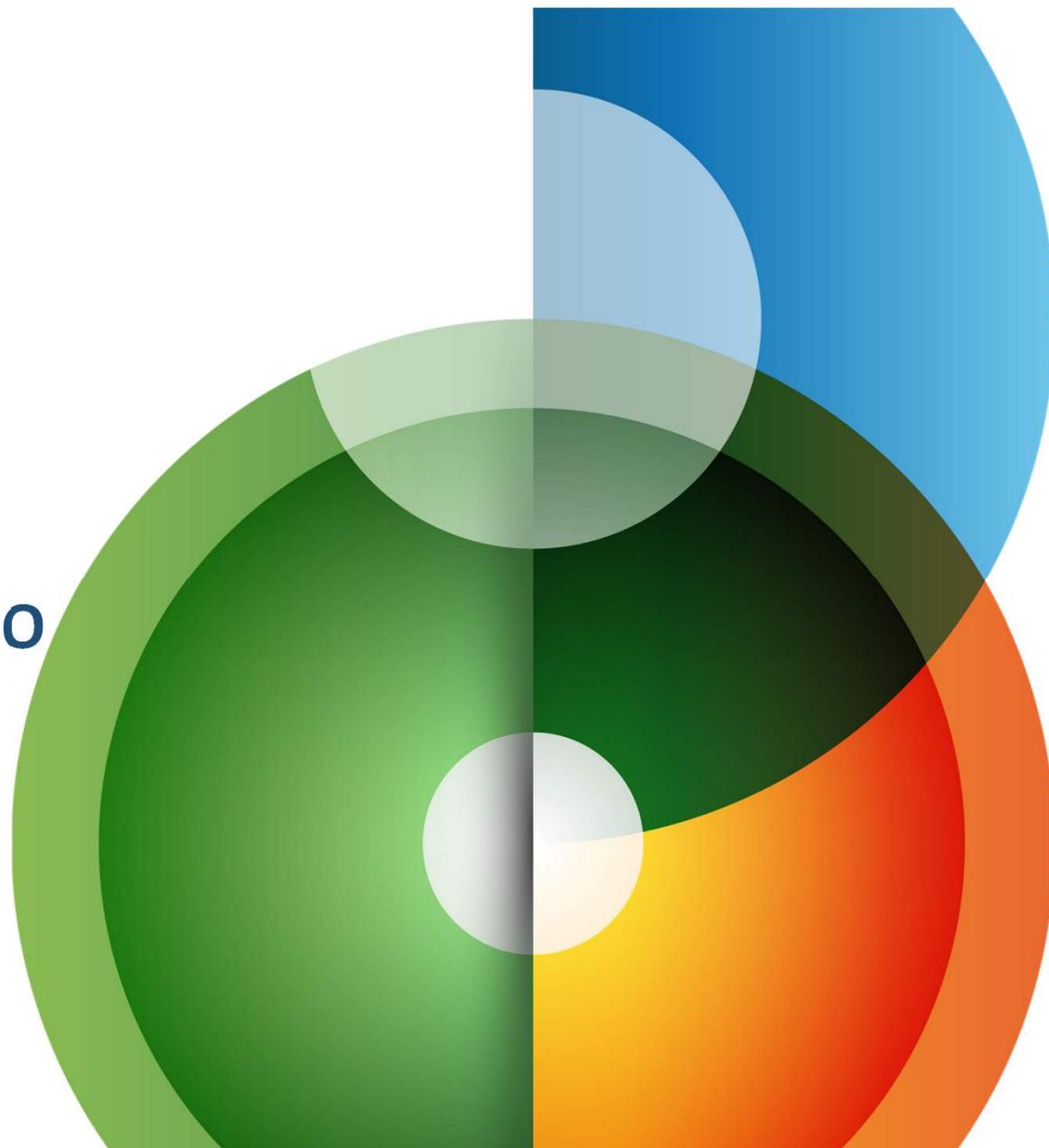
Algar

Valorizamos o ambiente

SUMÁRIO EXECUTIVO

“AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A.” (2023)

21 de junho de 2024



AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	3
2. OBJETIVO	4
3. ANÁLISE DOS RESULTADOS	6
3.1. AVALIAÇÃO DOS DIVERSOS FATORES DE SERVIÇO.....	7
3.2. NOTORIEDADE DA ALGAR	13
3.3. ATIVIDADE DE RECOLHA SELETIVA DE RESÍDUOS.....	14
3.4. COMUNICAÇÃO DA ALGAR.....	17
3.5. WEBSITE DA ALGAR	19
3.6. RECOMENDAÇÕES DOS SERVIÇOS E/OU PRODUTOS DA ALGAR	20
3.7. EVOLUÇÃO DO DESEMPENHO DA ALGAR	21
3.8. MELHORIAS PROPOSTAS.....	22
3.9. DESEMPENHO GLOBAL DA ALGAR	23

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

1. INTRODUÇÃO

A Algar - Valorização e Tratamento de Resíduos Sólidos, S.A., foi constituída em 1995, com o objetivo de criação de um Sistema Multimunicipal, destinado ao Desenvolvimento, Conceção, Construção e Exploração de um Processo de "Recolha Seletiva, Triagem e Tratamento de Resíduos Sólidos Urbanos do Algarve".

Em julho de 2015, com a conclusão do processo de alienação da Empresa Geral do Fomento (EGF) à empresa Suma Tratamento, S.A., Grupo Mota-Engil, que passou a deter 95% do capital da EGF, foi reconfigurado o Contrato de Concessão da Exploração e da Gestão, em Regime de Serviço Público, do Sistema Multimunicipal de Tratamento e de Recolha Seletiva de Resíduos Urbanos do Algarve entre o Estado Português e a Algar, S.A.. Não obstante, a estrutura acionista da Algar continua a integrar a E.G.F. que detém a maioria do Capital Social, com 56%, e os 16 municípios do Algarve com os restantes 44%.

No âmbito do referido Contrato de Concessão, são definidos objetivos de serviço público a cumprir pela Algar, S.A., em prol de uma gestão eficiente do sistema e da atividade concessionada, da universalidade no acesso e da continuidade e qualidade de serviço, tendo em conta os normativos nacionais e europeus.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

2. OBJETIVO

De acordo com o referencial normativo NP EN ISO 9001 e tendo em consideração os objetivos de serviço público definidos no âmbito do Contrato de Concessão, é pretensão da Algar, S.A. determinar o grau de satisfação dos seus clientes no que respeita ao desempenho da empresa nos serviços prestados em 2023, recorrendo para o efeito à realização do presente estudo de opinião através de questionários que incidem nas diversas áreas de atuação.

Concomitantemente e com base na informação obtida, pretende-se ainda definir estratégias de comunicação, com vista a assegurar a boa imagem externa e interna da empresa adequando os meios, e desta forma desenvolver a imagem e reputação da Algar.

Os clientes da Algar, S.A. objeto do presente estudo de opinião são:

- 🌈 “Serviço de Portaria”
- 🌈 “Produto” (Entidades Gestoras e Retomadores de Materiais Recicláveis, e Clientes do Nutriverde)
- 🌈 “Diretos (Câmaras, Empresas Municipais e Juntas de Freguesia)”
- 🌈 “Serviço Algarlinha”
- 🌈 “População”
- 🌈 “Serviço de Recolha Seletiva Porta-a-Porta, de Resíduos de Embalagem (fluxo doméstico)”

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

2. OBJETIVO (CONT.)

De referir que, tendo como base o assistir, ao longo destes últimos anos, a um número, cada vez mais reduzido, de respostas válidas aos questionários enviados via correio eletrónico, por parte dos diversos Clientes, com vista a contrariar essa tendência, manteve-se a metodologia adotada em 2022, associada à sua realização, recorrendo a uma empresa externa independente, dedicada a estudos de mercado e opinião (“Consulmark 2 – Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda”), ao invés da sua habitual realização com recursos internos da Algar, tendo sido o tratamento dos dados recolhidos, igualmente, assegurado pela referida empresa.

Para o efeito, foram realizados questionários em nome da Algar, maioritariamente através do estabelecimento de contacto telefónico junto dos diversos segmentos, com exceção dos Clientes “Serviço de Portaria”, cujo questionário foi realizado *in loco*, pela Área de Comunicação e Sensibilização da Algar, e o respetivo tratamento assegurado pela área QAS da Algar.

No ano em apreço, adotou-se a escala de avaliação de 1 (Muito insatisfeito) a 4 (Muito satisfeito), em detrimento da anteriormente utilizada de 1 (Mau) a 7 (Excelente), por forma a ir ao encontro da nova metodologia de avaliação da satisfação de clientes (Subprocesso EGF-IS-SPR-008), definida no âmbito do processo de harmonização dos diversos procedimentos da EGF aos da Mota-Engil (ME SGPS-CM-INS-000180-REV01 | Data: 07/02/2023).

Tendo como base esta alteração e para efeitos de comparação dos resultados obtidos com o período homólogo (2022), recorreu-se à aplicação de uma regra de três simples para adequação dos valores obtidos em 2022, pelo que as comparações devem ser analisadas com reserva. De referir ainda que, a utilização de duas escalas diferentes (em 2022 e 2023) inviabiliza determinar “diferenças de médias estatisticamente significativas”.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A avaliação dos serviços prestados pela Algar, S.A., em 2023, **continua a ser positiva para os diferentes tipos de clientes auscultados, apesar da descida de algumas das pontuações em determinadas áreas, face ao ano anterior**, verificando-se, inclusive, no caso dos fatores de serviço avaliados pelos **Clientes “Diretos (JF, CM, EM)”**, a **manutenção de alguns valores inferiores à pontuação média teórica (2,50)**, **particularmente evidente na avaliação que efetuaram à atividade de recolha seletiva de resíduos** (Figura 1).

À semelhança do sucedido em 2022, os resultados obtidos evidenciam, claramente, **uma melhor avaliação por parte do segmento “População” quanto ao desempenho da Algar na área de Recolha Seletiva de Resíduos, face à avaliação efetuada pelos Clientes “Diretos (JF, CM e EM)”** (Figura 2).

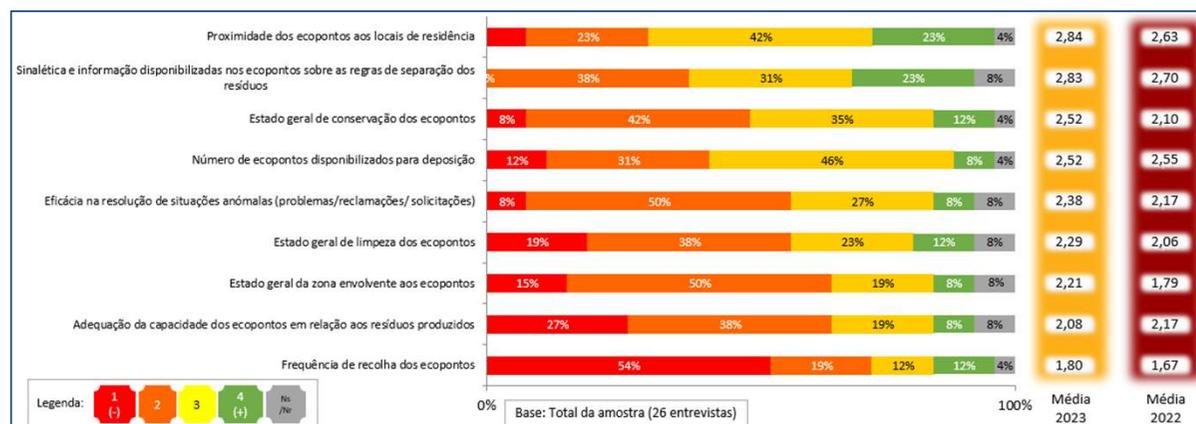


Figura 1. Avaliação dos Fatores de Serviço pelos “Clientes Diretos (JF, CM, EM) – Serviço de Recolha Seletiva”

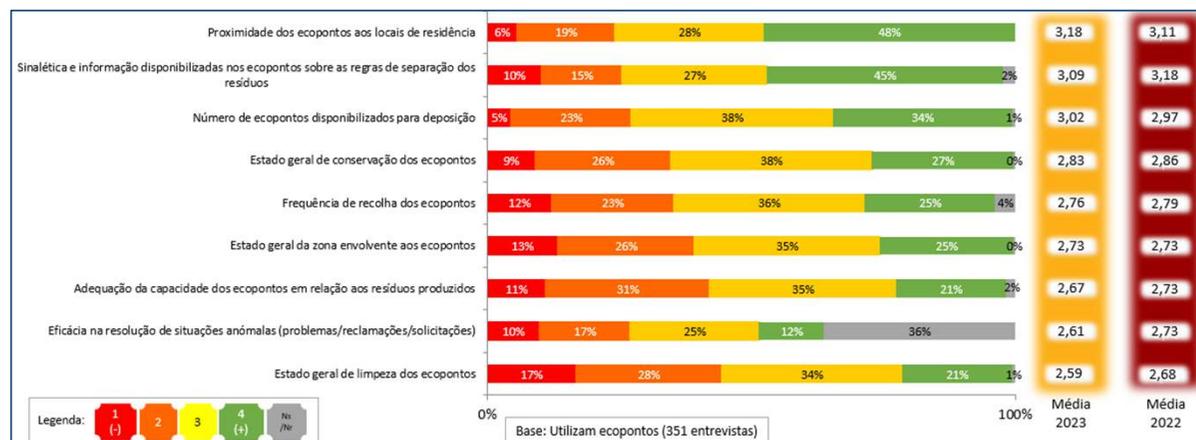


Figura 2. Avaliação dos Fatores de Serviço pela “População”

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.1. AVALIAÇÃO DOS DIVERSOS FATORES DE SERVIÇO

A destacar o **decréscimo** das pontuações atribuídas pelos Clientes “Produto (EG/Retomadores e Nutriverde)”, aderentes do “Serviço Algarlinha” e “População”, a **praticamente, todos os fatores de serviço**, e que culminaram no **decair da sua média global**, face ao ano anterior (Figuras 2, 3, 4 e 5).

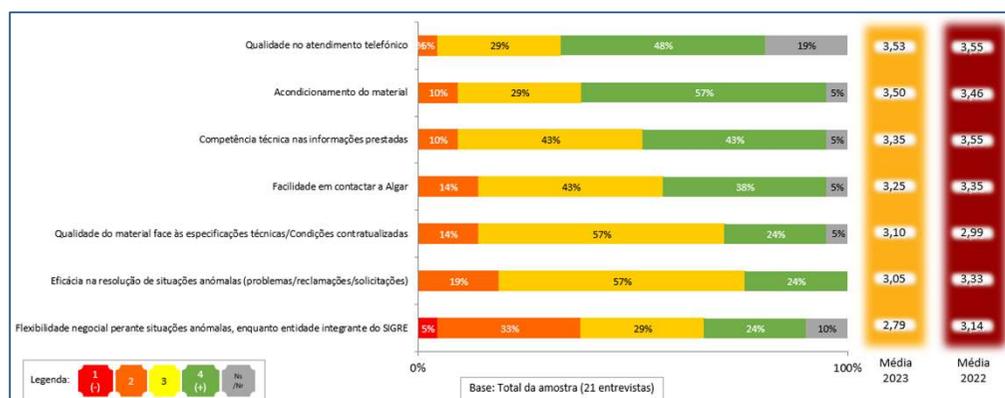


Figura 3. “Clientes Produto – EG e Retomadores de Materiais Recicláveis”

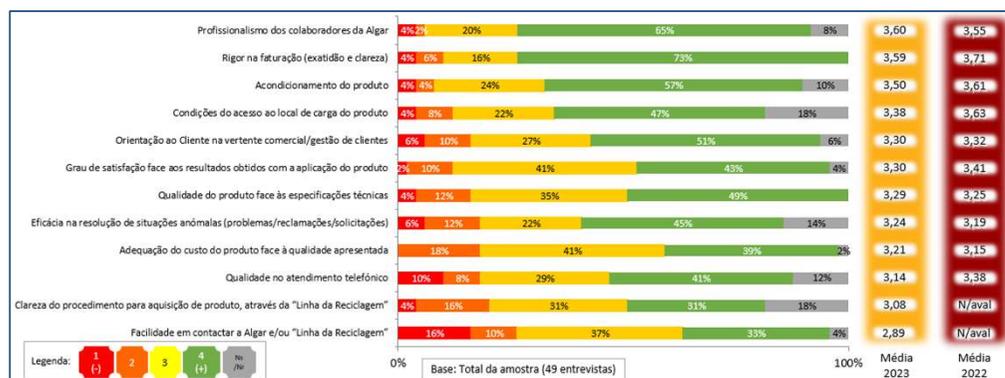


Figura 4. “Clientes Produto – Nutriverde”

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.1. AVALIAÇÃO DOS DIVERSOS FATORES DE SERVIÇO (CONT.)

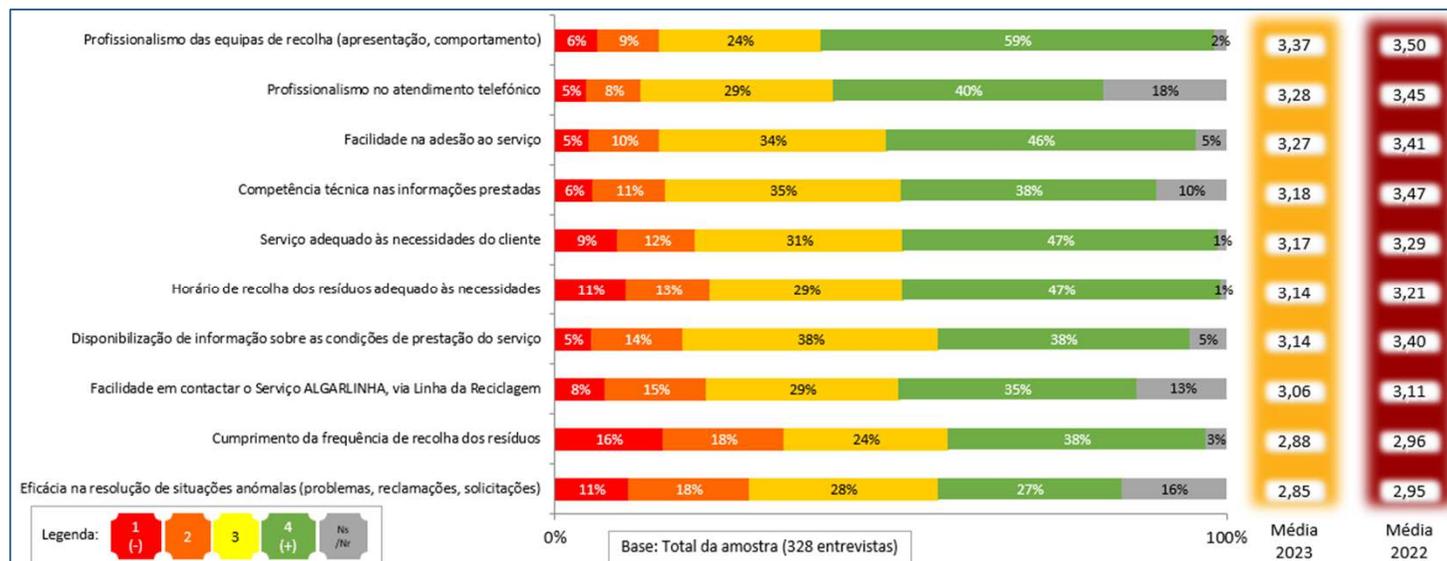


Figura 5. "Serviço Algarlinha".

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.1. AVALIAÇÃO DOS DIVERSOS FATORES DE SERVIÇO (CONT.)

Ainda assim, denotam-se **melhorias** em determinadas áreas de atuação, como é o caso da avaliação efetuada pelos Clientes “Serviço de Recolha Seletiva PaP, de Resíduos de Embalagem (fluxo doméstico)” e Clientes “Serviço de Portaria”, com registo de **variações bastante positivas** em alguns dos fatores de serviço, e que ditaram **o aumento da sua média global**, face ao ano anterior (Figuras 6 e 9).

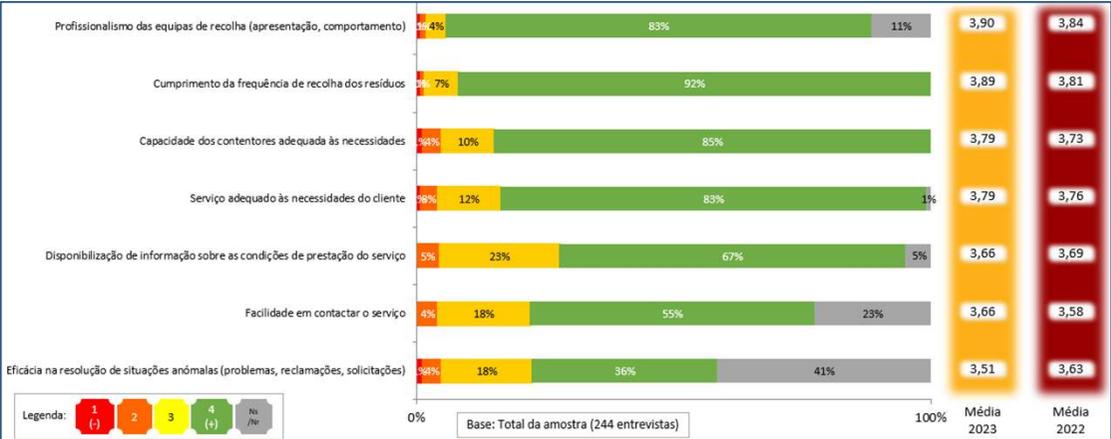


Figura 6. “Clientes Serviço de Recolha Seletiva PaP, de Resíduos de Embalagem (fluxo doméstico)”.

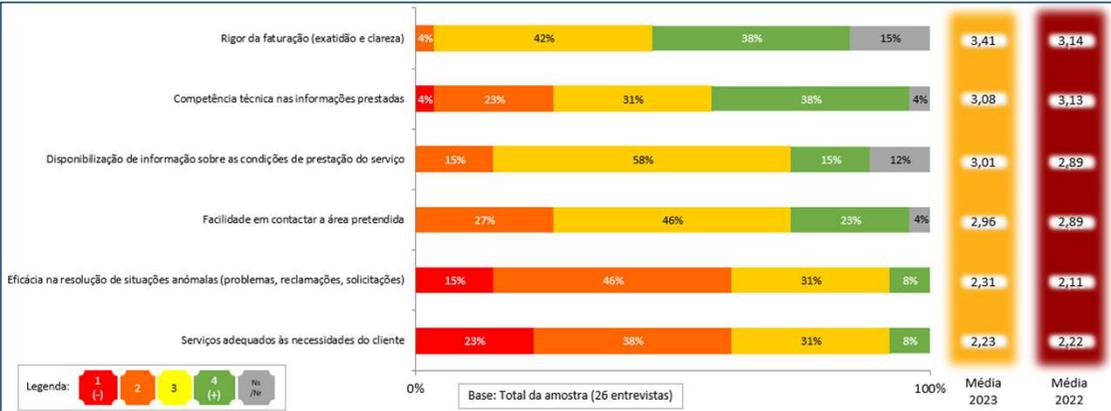


Figura 7. “Clientes Diretos (JF, CM, EM) – Serviço Geral”.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.1. AVALIAÇÃO DOS DIVERSOS FATORES DE SERVIÇO (CONT.)

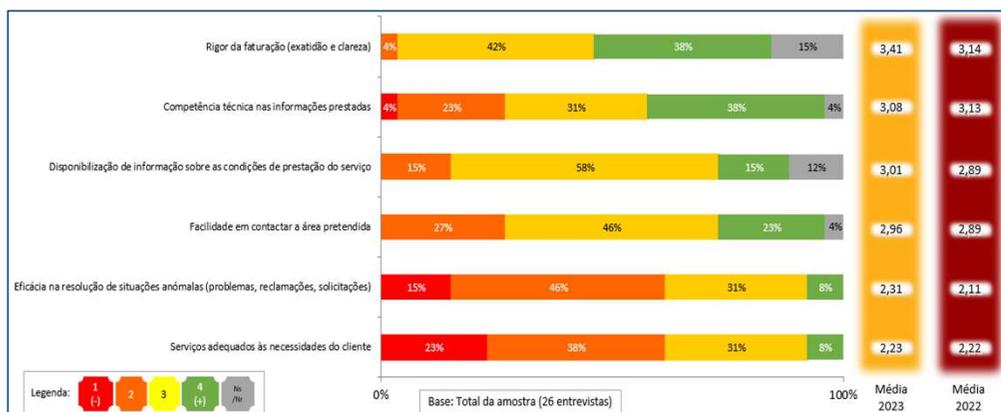


Figura 8. “Clientes Diretos (JF, CM, EM) – Serviço Geral”.



Figura 9. “Clientes Serviço de Portaria”.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.1. AVALIAÇÃO DOS DIVERSOS FATORES DE SERVIÇO (CONT.)

Analisando, individualmente, por segmento, cada um dos fatores de serviço, verifica-se que os que **ocupam as posições mais elevadas**, em termos de desempenho por parte da Algar, correspondem a:

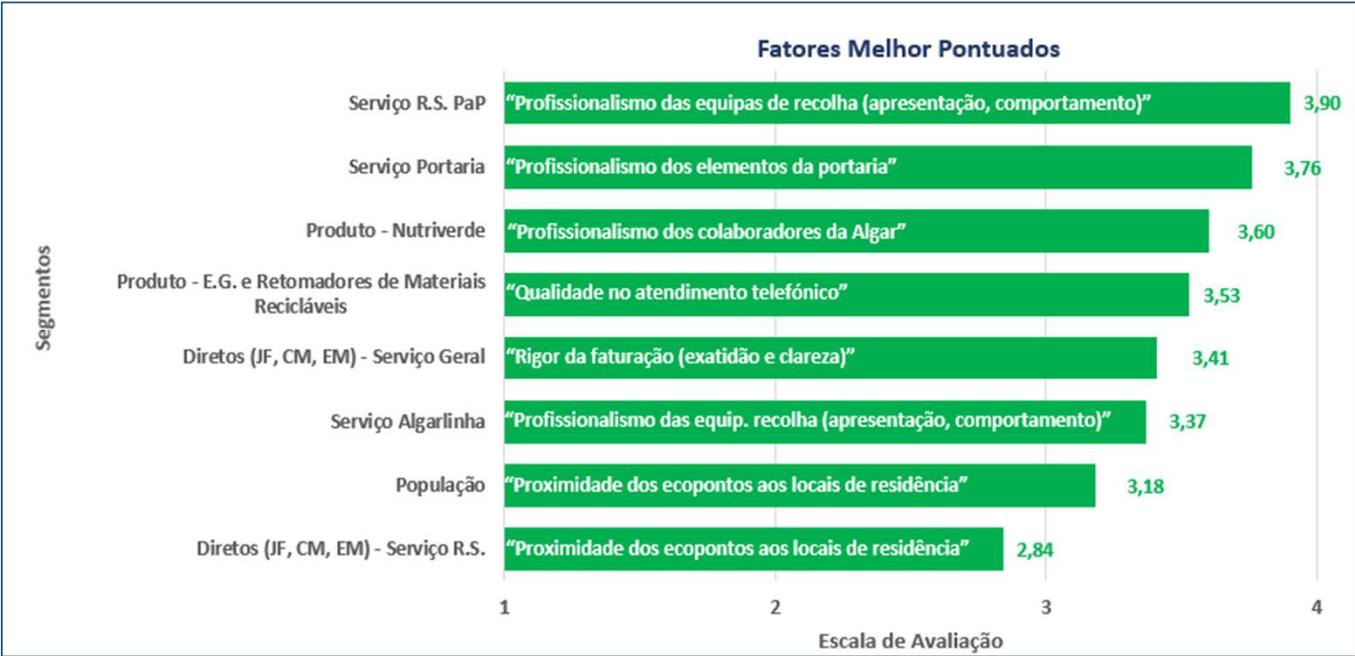


Figura 10. Fatores de Serviço com as pontuações mais elevadas.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.1. AVALIAÇÃO DOS DIVERSOS FATORES DE SERVIÇO (CONT.)

Em oposição, **a ocuparem as posições mais baixas na escala de avaliação**, correspondem os seguintes fatores de serviço:

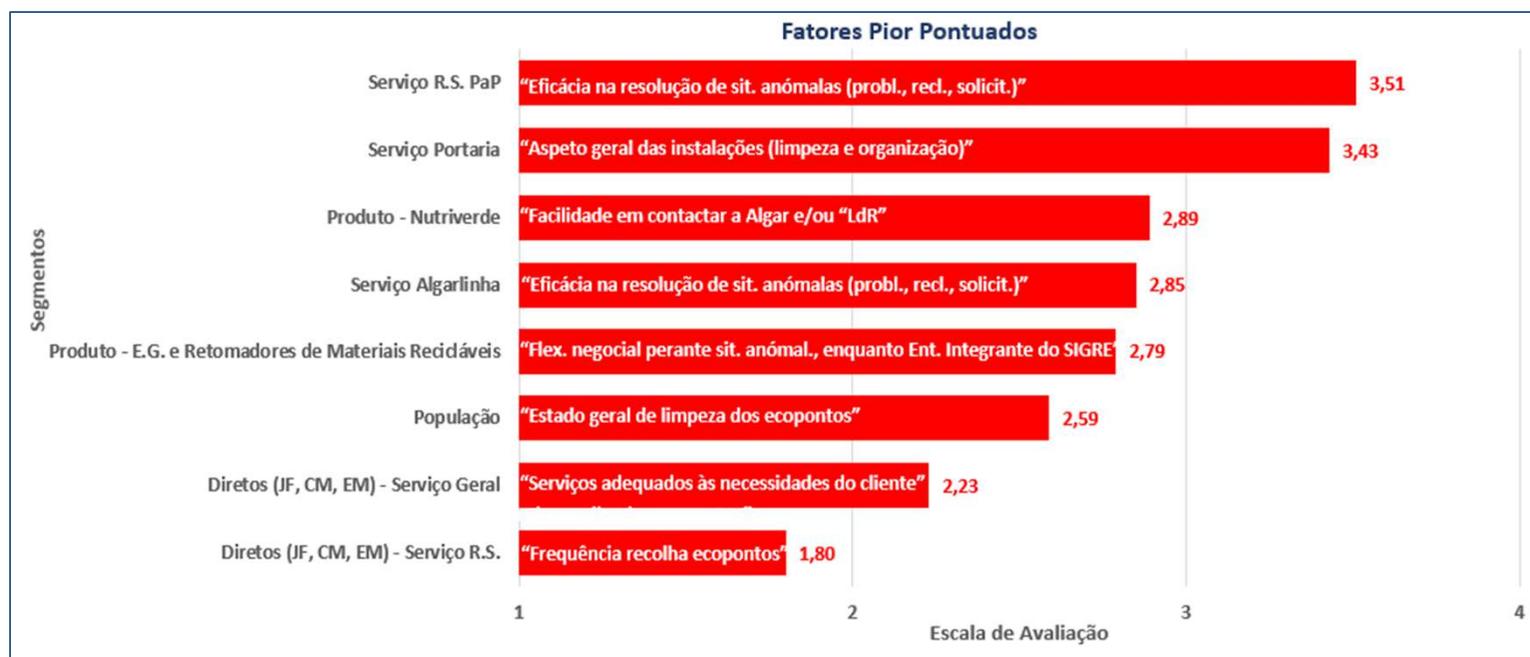


Figura 11. Fatores de Serviço com as pontuações mais baixas.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.2. NOTORIEDADE DA ALGAR

A avaliação efetuada pela “População” tem por base um conhecimento efetivo quanto ao serviço que lhe é prestado, na medida em que **70% dos inquiridos já ouviu falar da Algar, S.A., associando 76%, corretamente, a empresa ao setor de atividade “Valorização e tratamento de resíduos”**.

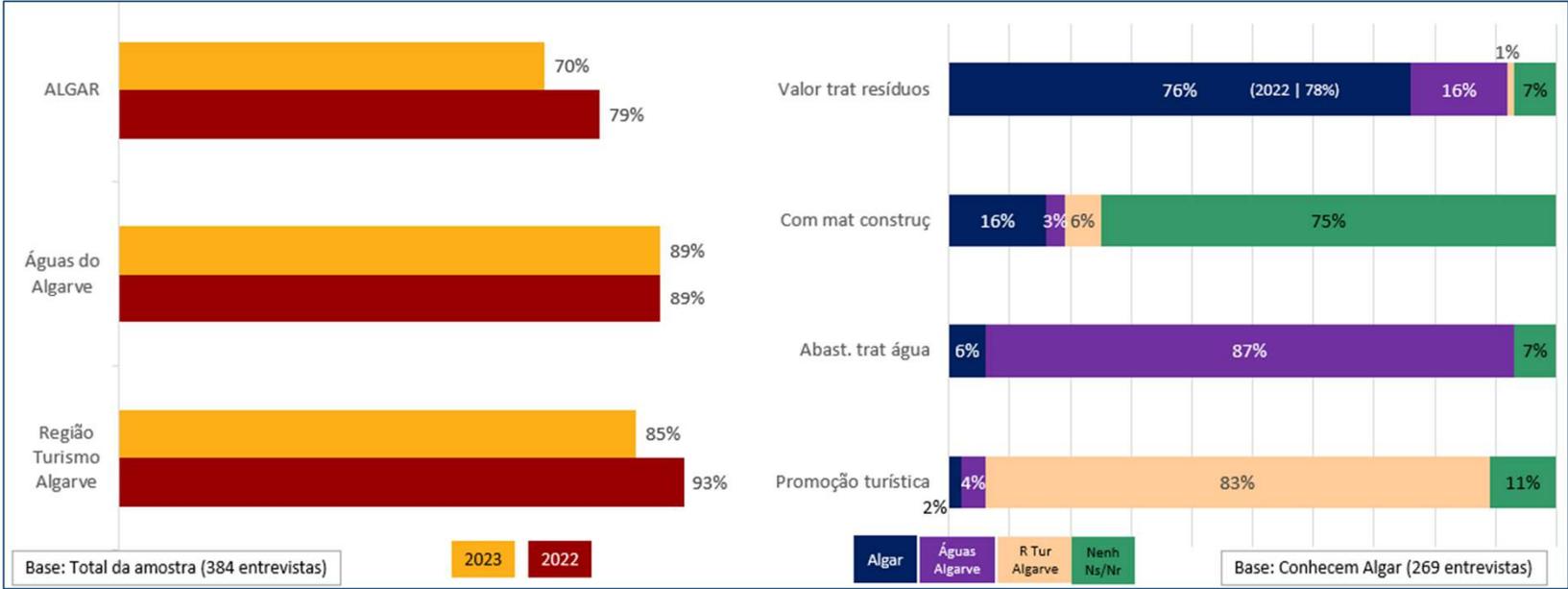


Figura 12. Notoriedade da Algar e associação aos setores de atividade.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.3. ATIVIDADE DE RECOLHA SELETIVA DE RESÍDUOS

O desempenho global da empresa na área da Recolha Seletiva de Resíduos, ao qual corresponde uma avaliação de 2,85 (71%) (Figura 13), **continua a ser positivo na opinião do segmento “População”, ainda que com margem para melhorar**, pelo que se poderá concluir que os inquiridos que utilizam os ecopontos para deposição seletiva dos resíduos (91%) (Figura 14), **se encontram satisfeitos com o serviço prestado neste âmbito**, pese embora a média dos diversos fatores de serviço e o desempenho global tenha sofrido uma ligeira diminuição, face ao ano anterior.

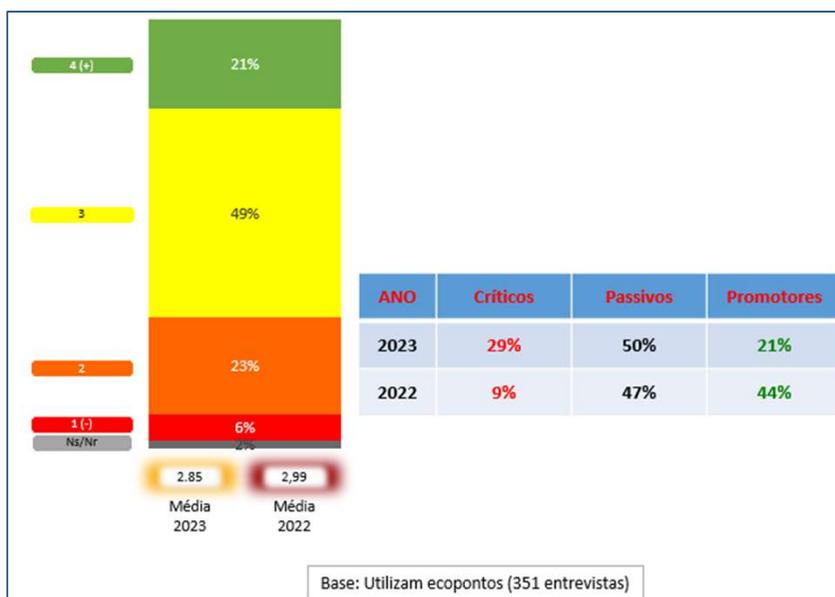


Figura 13. Avaliação do “Desempenho Global da Algar”, pela População.

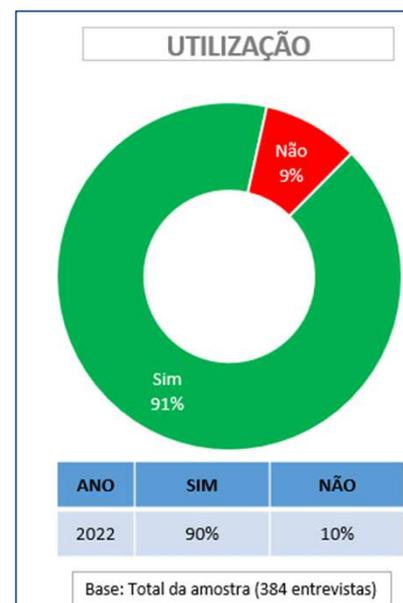


Figura 14. Utilização dos ecopontos.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.3. ATIVIDADE DE RECOLHA SELETIVA DE RESÍDUOS (CONT.)

Com opinião mais reservada, sobre esta atividade, mantém-se o segmento “**Clientes Diretos (JF, CM, EM) – Serviço R.S.**”, na medida em que **a média da avaliação do seu desempenho global se centrou nos apenas 2,08 (52%)** (Figura 15).

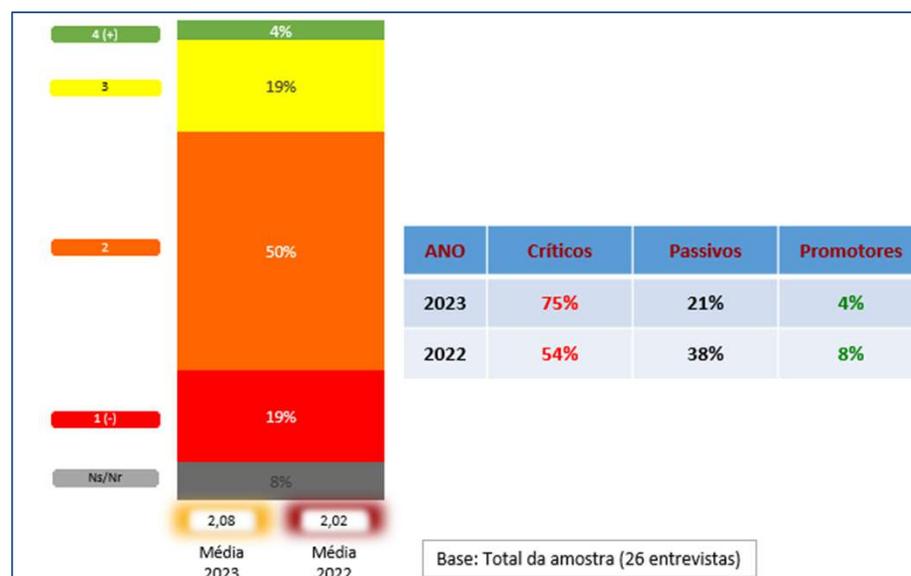


Figura 15. Avaliação do “Desempenho Global da Algar”, pelos “Clientes Diretos (JF, CM, EM) – Serviço R.S.”.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.3. ATIVIDADE DE RECOLHA SELETIVA DE RESÍDUOS (CONT.)

O segmento “População” considera ainda que “Ter ecopontos mais próximos das residências” **continua a constituir o fator que mais poderá incentivar à realização da deposição seletiva dos resíduos (78%)** (Figura 16), encontrando-se esta avaliação em linha com o principal motivo apontado para a não utilização dos ecopontos, na medida em que **61% dos inquiridos indica que os mesmos ficam longe** (Figura 17), à semelhança do sucedido nos anos anteriores. A este respeito, quando questionados sobre a distância máxima que admitem para utilizar os equipamentos, a grande maioria indicou 0,5 km.

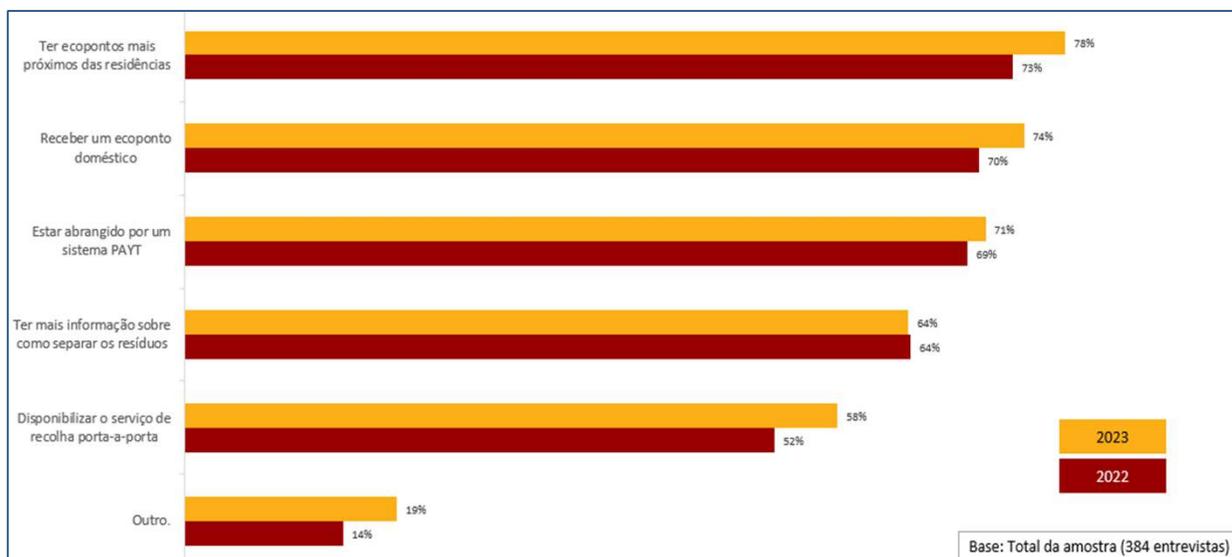


Figura 16. Fatores de incentivo para adesão à deposição seletiva de resíduos.

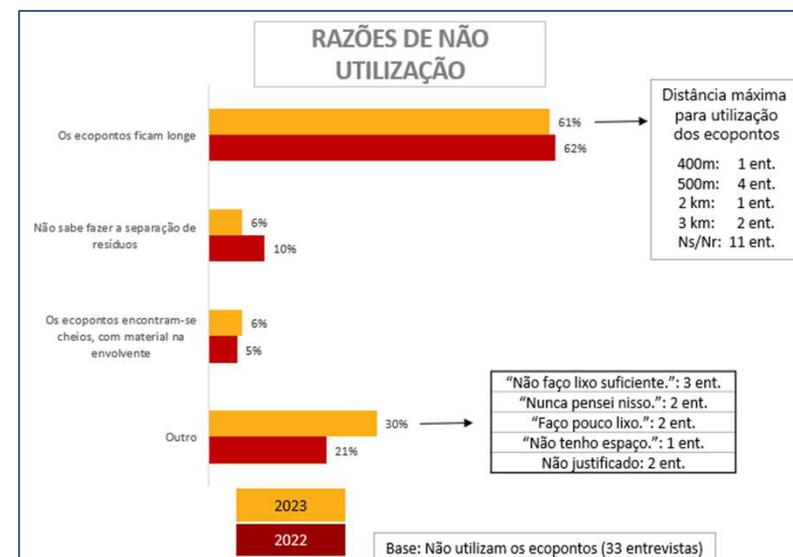


Figura 17. Utilização dos ecopontos.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.4. COMUNICAÇÃO DA ALGAR

Relativamente às **formas de comunicação** para promoção de diversas ações no âmbito da **atividade de Educação Ambiental**, considera-se que a Algar poderá **continuar a potenciar a utilização da “Aplicação Recycle Bingo”, bem como da “Newsletter trimestral “Ambiente Verde” ou “Guia Prático de Compostagem”** através da sua divulgação, **uma vez que uma grande percentagem dos inquiridos, no patamar dos 80%, não detém conhecimento das mesmas** (Figura 18). Em oposição, surgem, novamente, os **“Folhetos informativos/Sinaléticas íman ecopontos”** como sendo o canal de que mais inquiridos **têm conhecimento, com 46%** (Figura 18).

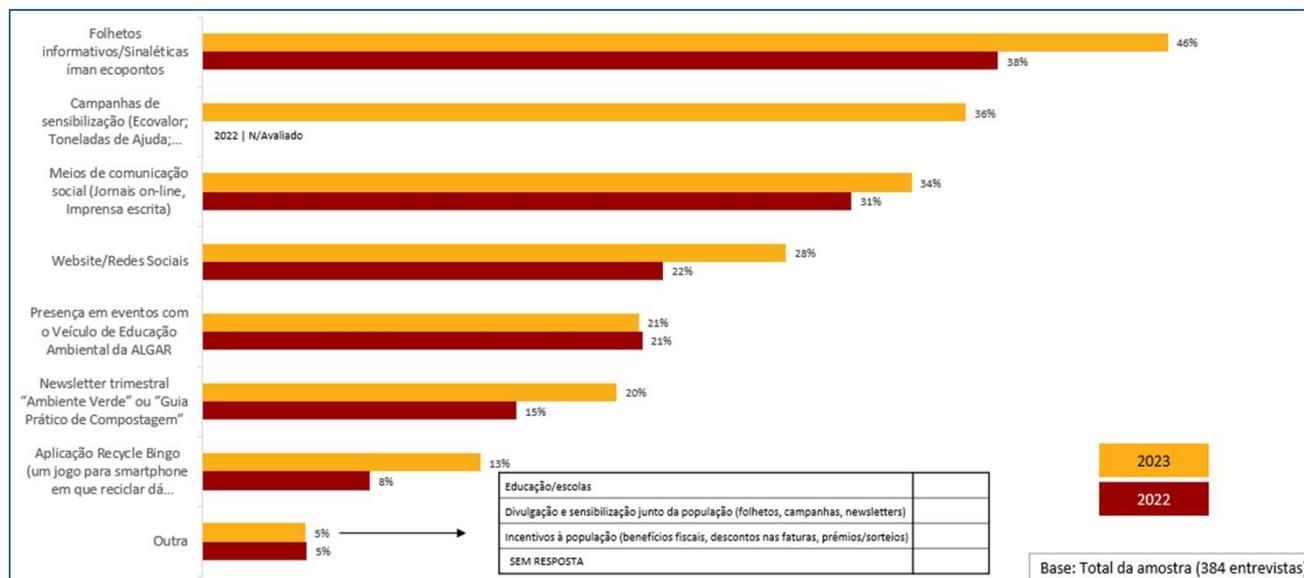


Figura 18. Fatores de incentivo para adesão à deposição seletiva de resíduos.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.4. COMUNICAÇÃO DA ALGAR (CONT.)

Os elementos da população que detêm conhecimento sobre as ações de comunicação e de sensibilização desenvolvidas pela Algar, **continuaram a avaliá-las de forma positiva**, indicando que **contribuem, para adquirir/aprofundar conhecimentos sobre a correta separação dos resíduos, e que exercem influência no comportamento a adotar neste âmbito, com a média de avaliação dos fatores a rondar os 73%** (Figura 19).

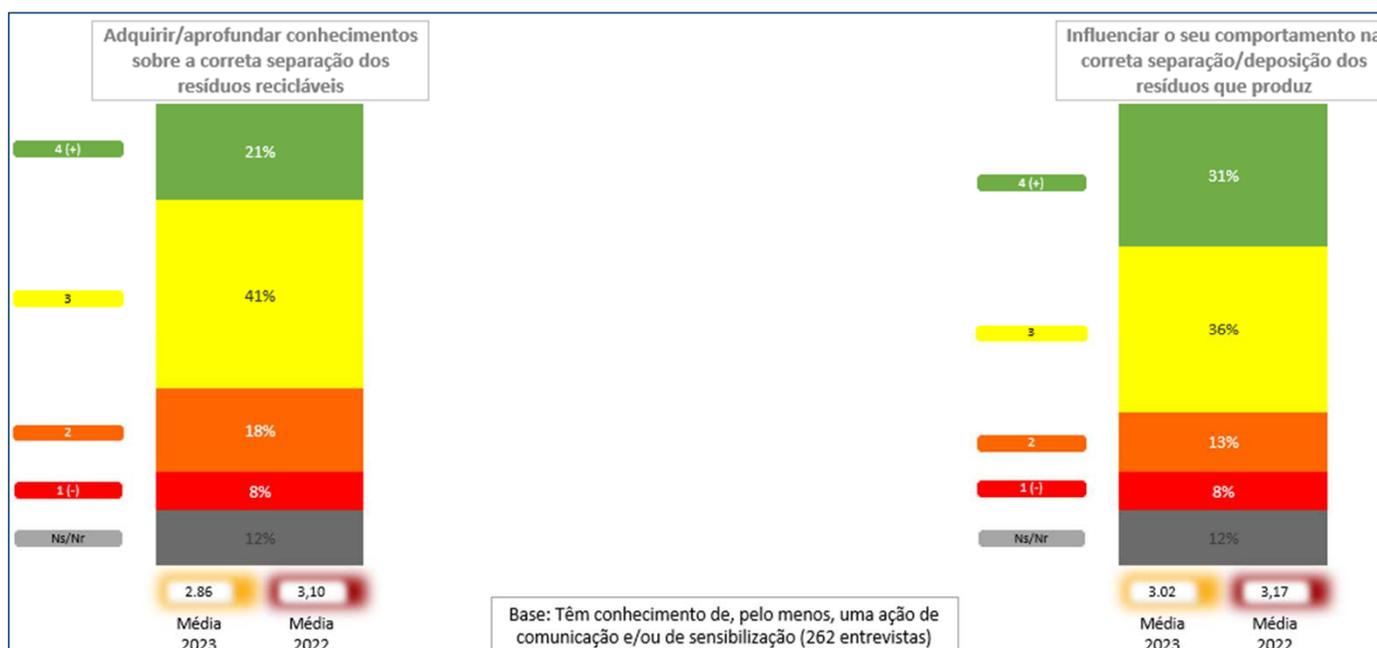


Figura 19. Avaliação das ações de comunicação e de sensibilização promovidas pela Algar.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.5. WEBSITE DA ALGAR

No que respeita ao **Website** e às **Redes Sociais da Algar**, apesar dos **conteúdos disponíveis nestas plataformas terem sido avaliados de forma bastante positiva pela “População”**, apresentam uma **percentagem reduzida de inquiridos a alegar que já os visitou (16% e 14%, respetivamente)**, pelo que se deverá **apostar mais na sua divulgação, incentivando à sua consulta** (Figuras 20 e 21).

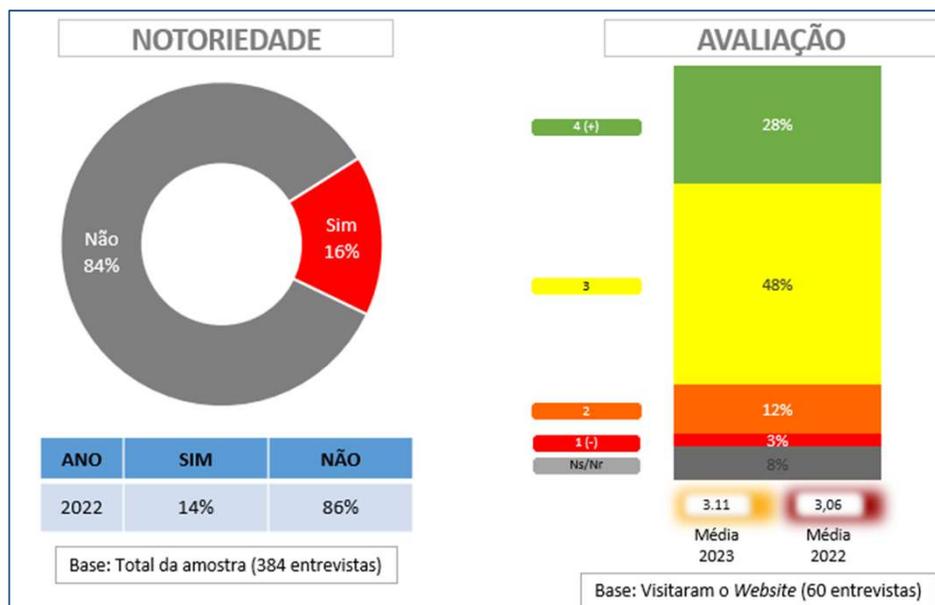


Figura 20. Avaliação do Website da Algar, pela “População”.

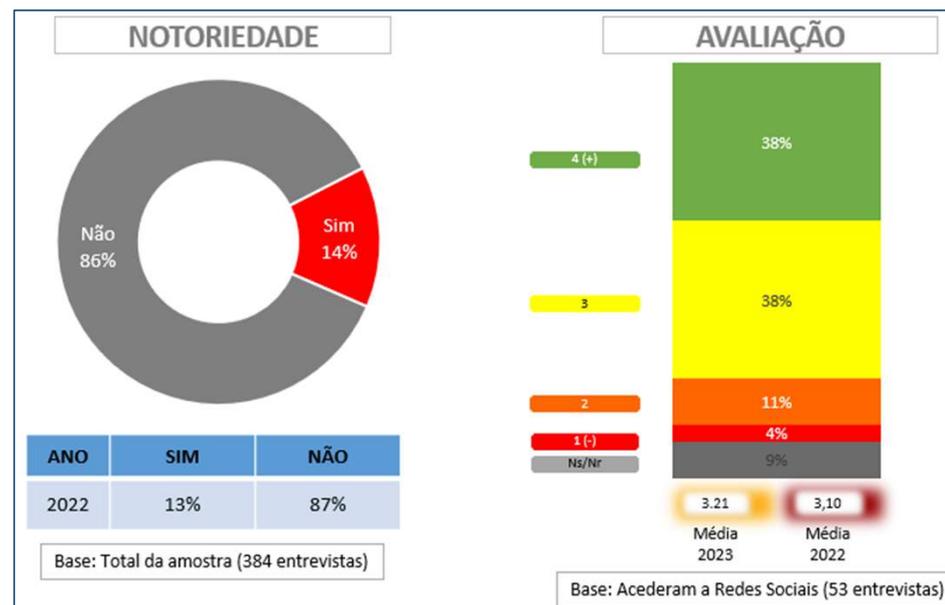


Figura 21. Avaliação das Redes Sociais da Algar, pela População.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.6. RECOMENDAÇÃO DOS SERVIÇOS E/OU PRODUTOS DA ALGAR

Relativamente ao “Serviço Algarlinha”, ao “Produto-Nutriverde” e ao “Serviço de R.S. PaP, de Resíduos de Embalagem (fluxo doméstico)”, destaca-se a **grande percentagem de inquiridos a alegar que recomendaria o serviço a outros estabelecimentos/empresas/entidades/residentes, mantendo a confiança no serviço prestado e na qualidade do composto produzido** (Figuras 22, 23 e 24).

Os aderentes do “Serviço de R.S. PaP, de Resíduos de Embalagem (fluxo doméstico)”, consideram ainda, **na sua maioria (93%), que a frequência de recolha se encontra ajustada às suas necessidades** (Figura 25).

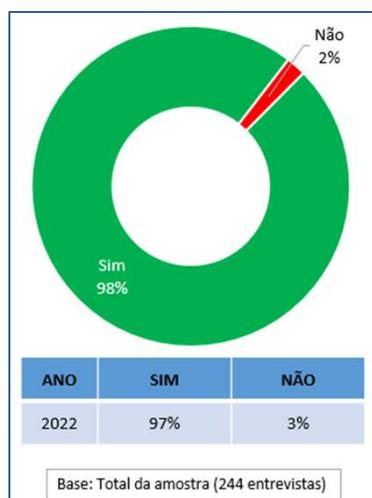


Figura 22. Recomendação do “Serviço Algarlinha”.

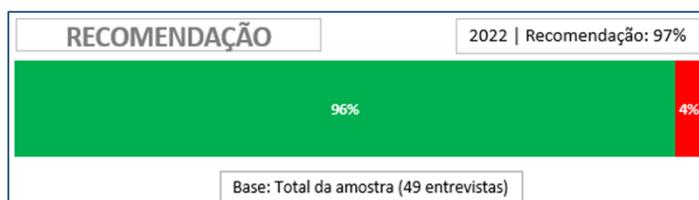


Figura 23. Recomendação do produto “Nutriverde”.

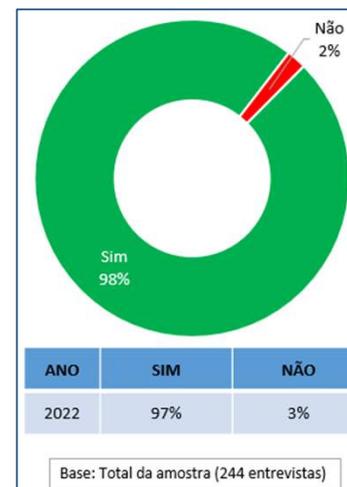


Figura 24. Recomendação do “Serviço de Recolha Seletiva PaP”.

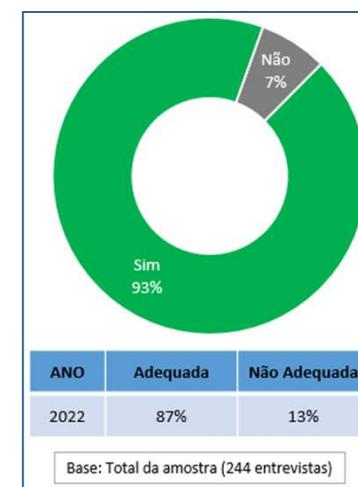


Figura 25. Adequação da frequência de recolha do “Serviço PaP” às necessidades.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.7. EVOLUÇÃO DO DESEMPENHO DA ALGAR

Pensando no período em referência (2023) e considerando o ano de 2022, a opinião dos diversos segmentos é variável quanto à **evolução do desempenho da Algar**, com os “**Clientes Diretos (JF, CM, EM) – Serviço Geral**” a oferecerem alguma preocupação, na medida em que **foi neste segmento que se registou a pontuação mais baixa (2,21), inclusive abaixo da pontuação média teórica (2,5) da escala de avaliação**, verificando-se, inclusive, a **inexistência de promotores e a maior percentagem a incidir nos críticos, a denunciando, um pior desempenho no decurso deste último ano** (Figura 26).

SEGMENTO	AVALIAÇÃO (Média)	EVOLUÇÃO DO DESEMPENHO DA ALGAR		
		PIOROU (1-2)	MANTEVE (3)	MELHOROU (4)
Clientes "Serviço de Portaria"	3,46	5%	43%	52%
Clientes "Produto (E.G./Retomadores)"	3,15	5%	75%	20%
Clientes "Produto (Nutriverde)"	2,90	21%	62%	18%
Clientes "Diretos (JF, CM, EM)"	2,21	67%	33%	0%
População	-	-	-	-
Clientes "Serviço Algarlinha"	3,00	22%	47%	31%
Clientes "Serviço R. S. PaP Doméstico"	3,69	1%	29%	70%

Figura 26. Evolução do Desempenho da Algar.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.8. MELHORIAS PROPOSTAS

Quanto às “**Melhorias propostas**”, as mesmas variam de segmento para segmento, tendo em conta as suas principais preocupações, no entanto, verifica-se que, tendencialmente, se relacionam com:

- 🌍 **Clientes utilizadores do “Serviço de Portaria”:** “Condições de descarga”;
- 🌍 **Clientes “Produto - E.G. e Retomadores de Materiais Recicláveis”:** “Maior flexibilidade na resolução de situações”;
- 🌍 **Clientes “Produto - Nutriverde”:** “Ter entregas/transporte e logística” e “Contacto mais acessível/mais fácil falar com alguém responsável”;
- 🌍 **Clientes “Diretos (JF, CM, EM)”:** “Maior frequência de recolha”;
- 🌍 **“População”:** “Maior aposta na sensibilização/maior divulgação” e “Aumentar a frequência de recolha dos ecopontos”;
- 🌍 **Clientes “Serviço Algarlinha”:** “Melhorar a gestão dos funcionários (mais funcionários, mais qualificados, etc)”, “Maior frequência de recolha” e “Melhorar a gestão das recolhas/haver mais informação sobre as recolhas”;
- 🌍 **Clientes “Serviço de Recolha Seletiva PaP, de Resíduos de Embalagem (fluxo doméstico)”:** “Melhorar a limpeza/higienização dos ecopontos”, “Aumentar o n.º de contentores” e “Serviço de recolha de resíduos domésticos/orgânico porta-a-porta”.

AVALIAÇÃO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DA ALGAR, S.A. (2023)

3.9. DESEMPENHO GLOBAL DA ALGAR

No cômputo geral, verifica-se uma oscilação do nível de satisfação de segmento para segmento, especialmente evidente na avaliação efetuada ao nível do “Desempenho Global da Algar no Serviço Prestado”, conforme ilustra a Figura 27, em que se observa, simultaneamente, a subida e descida das pontuações atribuídas, quando comparado com os resultados obtidos em 2022.

Foi, novamente, no segmento dos Clientes “Serviço de Recolha Seletiva PaP, de Resíduos de Embalagem (fluxo doméstico)” que se obteve o **melhor resultado (94%)**. De assinalar a **evolução positiva da avaliação efetuada pelos Clientes utilizadores do “Serviço de Portaria” e pelos Clientes “Diretos (JF, CM, EM) – Serviço R.S.”**, ainda que ligeira, mantendo-se **estes últimos com a pior das pontuações atribuídas, em termos de desempenho (52%)**. Em oposição, regista-se o **decaimento da pontuação atribuída pelos restantes segmentos**, face a 2022, sendo nos **Clientes “Produto (Nutriverde)” que essa descida assume maior expressão (-3,6 p.p.)**.

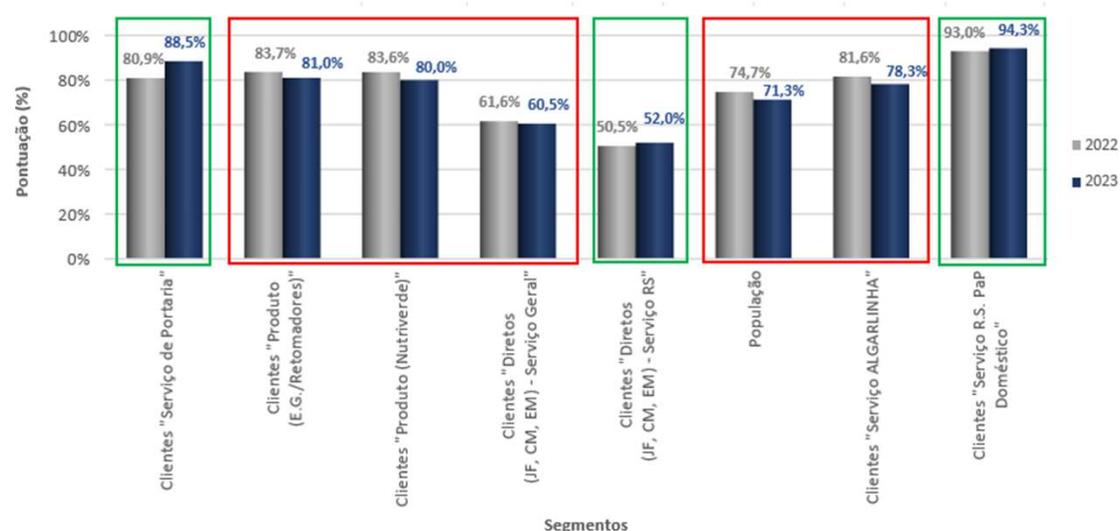


Figura 27. Avaliação do “Desempenho Global da Algar no Serviço Prestado”.

🔗 Para obtenção de informação mais detalhada sobre a “Avaliação da Prestação do Serviço da Algar, S.A.,” consultar o correspondente relatório.



Algar

Valorizamos o ambiente

Email: geral@algar.com.pt

Tel.: 800 911 400

(número gratuito)

www.algar.com.pt

