

INQUÉRITO KEYSTONE SOBRE
DESENVOLVIMENTO DE PARCERIAS

**Relatório da
WaterAid de 2016**

Introdução

Desde 2010 que Keystone realiza inquéritos de referência aos parceiros das organizações não governamentais internacionais (ONGIs). A WaterAid realizou o primeiro inquérito em 2014, e uma das principais recomendações foi aplicar um processo de feedback mais contínuo e suave. Este relatório é a primeira tentativa de uma abordagem desse tipo, e apresenta o que os parceiros da WaterAid declararam sobre a mesma e como o feedback se compara com os dados recebidos em 2014. Proporciona dados credíveis sobre se a WaterAid realiza bem o seu papel nas parcerias, de acordo com o ponto de vista do parceiro.

O processo do inquérito foi gerido por Keystone Accountability. O questionário foi apresentado aos parceiros da WaterAid em inglês, francês e português de 16 de março - 8 abril de 2016. Enviaram-se lembretes regulares para encorajar uma taxa de resposta elevada. O questionário foi apresentado online, com formulários em papel quando necessário. Foi distribuído directamente pela Keystone aos parceiros por email. A Keystone destacou, perante os parceiros, o facto de que a participação era voluntária e anónima.

As tabelas mostram as distribuições, tanto como percentagens e como estatísticas reais em parênteses. Para a pergunta essencial (tabelas 6-8), usou-se a Análise Net Promoter¹.

¹ "Net Promoter" é uma marca registada de Fred Reichheld, Bain & Company and Satmetrix. Se desejar informação adicional veja: www.netpromotersystem.com, assim como a comunidade aberta de net promotor em www.netpromoter.com.

Perfil dos entrevistados

Tabela 1: Taxa de respostas

	2016	2014
Nº de parceiros convidados a responder	319	247
Nº de Respostas	110	122
Taxa de respostas	34%	44%

Tabela 2: Localização dos parceiros

País	%
Bangladesh	5.38% (5)
Etiópia	2.15% (2)
Gana	15.05% (14)
Índia	15.05% (14)
Quênia	1.07% (1)
Lesoto	1.07% (1)
Libéria / Serra Leoa	5.38% (5)
Madagáscar	3.23% (3)
Malawi	3.23% (3)
Nepal	5.38% (5)
Nigéria	11.83% (11)
Paquistão	5.38% (5)
Papua Nova Guiné	3.23% (3)
Ruanda	2.15% (2)
Tanzânia	3.23% (3)
Timor Leste	3.23% (3)
Uganda.	10.75% (10)
Zâmbia	3.23% (3)

Perfil dos entrevistados

Tabela 3: Duração da relação

	%
1 ano ou menos	3.73% (4)
1 a 2 anos	17.76% (19)
3 a 4 anos	19.63% (21)
5 a 6 anos	14.02% (15)
Mais de 6 anos	44.86% (48)

Tabela 4: Percentagem de entrevistados que recebem actualmente financiamento da WaterAid

Sim	Não
95.33% (102)	4.67% (5)

Tabela 5: Estatuto das parcerias com a WaterAid

Estatuto	%
Em progresso	84.91% (90)
Saída próxima confirmada	6.6% (7)
Não sabe	8.5% (9)

Perguntas importantes

Tabela 6: Como a WaterAid trabalha com os entrevistados					
Até que ponto concorda com as declarações que se seguem?	Detractores (0-6)	Passivos (7-8)	Promotores (9-10)	NPS 2016	NPS 2014
"A WaterAid compreende a nossa estratégia."	21.2% (22)	37.5% (39)	41.3% (43)	20	15
"A WaterAid explicou quando prevê deixar de trabalhar connosco."	57.2% (48)	21.4% (18)	21.4% (18)	-36	-31
"Compreendemos os planos e as estratégias da WaterAid."	15.2% (15)	32.3% (32)	52.5% (52)	37	24
"A WaterAid envolve-nos no planeamento da estratégia."	34% (34)	25% (25)	41% (41)	7	-22
"A WaterAid é transparente sobre como usa os fundos."	33.3% (33)	22.2% (22)	44.4% (44)	11	16
"A WaterAid compreende e respeita a nossa visão, os nossos valores e as nossas ambições."	25.5% (26)	26.5% (27)	48% (49)	23	N/A
"Sentimo-nos à vontade ao abordar a WaterAid para discutir os problemas que possamos ter."	21.8% (22)	26.7% (27)	51.5% (52)	30	40
"Sentimo-nos à vontade ao questionar a interpretação ou acções da WaterAid se discordarmos dela."	33% (34)	31% (32)	36% (37)	3	9
"A WaterAid é líder no(s) sector(es) em que trabalhamos."	21%	23%	56%	35	38
NPS médio*				13	11

*Não inclui a linha 6 que não foi uma pergunta feita em 2014.

- A tabela acima mostra a análise do NPA para os resultados de 2016. Também compara as notas do Net Promoter com 2014.
- A área com classificação mais elevada foi o nível de compreensão dos planos e estratégias da WaterAid, onde 52,5% eram promotores (Nota NP: 37), seguida de perto por até que ponto a WaterAid é vista como um líder no sector (56% de promotores, nota NP: 35). Estas duas áreas também tiveram uma classificação elevada em 2014.
- A área com classificação mais baixa foi a da WaterAid explicar a estratégia de saída, onde 57% eram detractores. A nota NP (-36) foi semelhante à de 2014 (-31).
- Em geral, a nota NP média aumentou ao longo do tempo, apesar de não representar uma alteração significativa.
- A única área que demonstra uma mudança estatisticamente notável ao longo do tempo é em que medida a WaterAid envolve os parceiros para dar forma à estratégia, que aumentou de NPS -22 em 2014 para 7.

Perguntas importantes

Tabela 7: Fazer melhorias

Qual acha que é a probabilidade de a WaterAid fazer mudanças como resultado das suas respostas ao inquérito?

Detratores (0-6)	Passivos (7-8)	Promotores (9-10)	NPS 2016	NPS 2014
33% (34)	31.1% (32)	35.9% (37)	3	3

Tabela 8: A pergunta final

Com que vigor recomenda a WaterAid?

Detratores (0-6)	Passivos (7-8)	Promotores (9-10)	NPS 2016
12.5% (13)	32.7% (34)	54.8% (57)	42

- A tabela acima mostra a nota NP para aquilo que se designa frequentemente “A Pergunta Final” - até que ponto os parceiros recomendariam a WaterAid a terceiros. O objectivo aqui é conseguir uma nota NP positiva, e os 42 da WaterAid representam uma comparação favorável com muitas outras organizações.

Passos seguintes

Sugerem-se alguns passos que podem ser úteis para a WaterAid tomar em consideração.

- a** Discutir o relatório a nível de Conselho de Administração.
- b** Discutir os resultados principais com o próprio pessoal e os parceiros locais para verificar e aprofundar a análise e demonstrar que o feedback é levado a sério. Estes diálogos “para fazerem sentido” devem concentrar-se em três temas principais: (i) as áreas em que a WaterAid necessita de melhorar; (ii) perguntas que surgem dos resultados e que necessitam de mais interpretação para serem compreendidas; e (iii) acções correctivas específicas.
- c** Implementar as acções correctivas identificadas e aceites pelos funcionários e os parceiros. Assegurar-se que toda a gente compreende o que são estas acções correctivas.
- d** Tomar em consideração separadamente as três categorias de parceiros - promotores, passivos e detractores - e elaborar estratégias específicas de envolvimento com cada um deles.
- e** Defender uma cultura de melhoria contínua, respeito mútuo e diálogo aberto com os parceiros locais.
- f** Discutir se os parceiros locais poderiam recolher feedback com linhas de referência semelhantes junto dos participantes e usá-lo para produzir os relatórios sobre o desempenho. Os parceiros podem ser capazes de desenvolver linhas de referência internas comparando as notas do feedback de diferentes pontos da provisão de serviços ou unidades operacionais.
- g** Tomar em consideração desenvolver algumas abordagens comuns ao feedback e facilitar a aprendizagem entre parceiros.
- h** Fazer uma pergunta simples às pessoas que não responderam sobre a razão que as levou a não responder ao inquérito.
- i** Pensar em publicar este relatório sobre o feedback e produzir relatórios semelhantes no futuro. Isso pode reforçar as ligações entre o desempenho, a produção de relatórios e as decisões relativas ao financiamento, criando incentivos poderosos para se melhorar. Um número cada vez maior de organizações no conjunto de dados da linha de referência publicou os relatórios dos inquéritos aos parceiros da Keystone.

A Keystone teria muito prazer em discutir estes passos seguintes consigo e oferecer aconselhamento e orientação sobre como os implementar.