



2013

UC/FPCE

Universidade de Coimbra
Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação

A influência de variáveis sócio-demográficas na percepção da satisfação com a qualidade do serviço de atendimento/urbanismo em câmaras municipais certificadas.

João André Dos Santos Ferreira
joao.s.f@icloud.com

Dissertação de Mestrado em Psicologia do Trabalho e das Organizações sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Elisabeth Brito.

Coimbra, Fevereiro 2013

A influência de variáveis sócio-demográficas na percepção da satisfação com a qualidade do serviço de atendimento/urbanismo em câmaras municipais certificadas.

Resumo

As expectativas e exigências crescentes dos cidadãos face aos serviços públicos introduziram uma nova orientação no processo de reforma e modernização administrativas. Trata-se de substituir a lógica vigente, centrada no cumprimento estrito de procedimentos, por uma lógica direccionada para a satisfação do cidadão. Neste contexto, alguns organismos públicos portugueses, nomeadamente as câmaras municipais, apostaram na gestão da qualidade, encarrando-a como uma ferramenta eficaz no combate a problemas inerentes ao sector, nomeadamente a baixa qualidade na prestação de serviços, as ineficiências na utilização dos recursos disponíveis e o distanciamento da Administração relativamente aos cidadãos.

Com a presente dissertação pretende-se analisar a influência de variáveis sócio-demográficas como a idade, o género, as habilitações literárias, a residência e as habilitações académicas na percepção da satisfação dos munícipes com a qualidade do serviço de atendimento e/ou urbanismo de câmaras municipais que detêm estes serviços certificados. A opinião dos cidadãos permitirá fazer um levantamento a nível global, se estes se encontram satisfeitos com a qualidade dos serviços e ainda perceber quais os grupos, em termos demográficos, que se encontram mais e menos satisfeitos. Uma vez identificadas as falhas, é possível tomar medidas correctivas que aumentem a satisfação com a qualidade dos serviços.

Palavras-chave: Qualidade, Satisfação, Câmaras municipais, Certificação da Qualidade

Analysis of the influence of sociodemographic variables in the perceived satisfaction with service quality in local authorities.

Abstract

Citizen's growing expectations and demand towards public services introduced a new orientation in the process of administrative reform and modernization. It's about replacing the present standard, centered strictly on following procedures, by a citizen-oriented approach. In this context, some Portuguese public institutions decide to adhere to quality management, using it as an effective tool to face the sector's inherent problems, namely the low quality of service delivery, the inefficient management of available resources and the distance between the Administration and the citizens.

The following dissertation aims to analyse the influence of socio-demographic variables such as age, gender, educational attainment and residence in the perception of satisfaction with the quality of customer service in certified local authorities. It will allow identifying the satisfaction of the citizens, but also which demographic groups are more and less satisfied. Once the gaps are identified, corrective actions can be taken to increase the perception of service quality.

Key words: Quality, Satisfaction, Municipalities, Quality certification.

Agradecimentos

Este espaço é dedicado àqueles que deram a sua contribuição para que esta dissertação fosse realizada. A todos eles deixo aqui o meu agradecimento sincero.

Em primeiro lugar, agradeço à Prof. Doutora Elisabeth Brito pela forma como orientou o meu trabalho. As notas dominantes da sua orientação foram a utilidade das suas recomendações e a cordialidade com que sempre me recebeu. Estou grato por ambas e também pela liberdade de acção que me permitiu, que foi decisiva para que este trabalho contribuisse para o meu desenvolvimento pessoal.

Em segundo lugar, aos meus pais, à minha irmã e cunhado, aos meus sobrinhos e a toda a minha família que, com muito carinho e apoio, não mediram esforços para que eu chegasse até esta etapa da minha vida.

Gostaria ainda de agradecer aos professores da FPCEUC, pela forma como leccionaram o Mestrado em Psicologia das Organizações e do Trabalho e por me terem transmitido interesse por estas matérias. São também dignos de uma nota de apreço os colegas de grupo que me acompanharam no Mestrado e, em particular à Ana Lau Gouveia pela boa disposição com que realizámos os muitos trabalhos em comum.

Finalmente, gostaria de deixar agradecimentos muitos especiais ao Hugo Domingues pela sua sabedoria e paciência em aconselhar-me em etapas difíceis da minha vida pessoal e académica e à Cátia Martins, Liliana Fonseca, Filipa Tavares, Filipa Oliveira, Joana Dias, Ágata Salvador, Cintia Tavares, Inês Rocha e Maria Teles pela amizade demonstrada durante o meu percurso académico.

Índice

Introdução.....	1
I- Enquadramento Conceptual.....	3
Capítulo 1- Da Qualidade à Qualidade dos serviços.....	3
Capítulo 2 – Satisfação de clientes: a sua gestão e avaliação.....	6
2.1. Relação da Qualidade e Satisfação do cliente.....	8
Capítulo 3 – A Qualidade na Administração Pública Portuguesa.....	11
Conclusão.....	15
II- Metodologia.....	16
1.1. Contexto.....	16
1.2. Tipo de amostragem.....	17
1.3. Design Experimental.....	18
1.4. Tratamento estatístico.....	18
1.5. Instrumento de recolha de dados: questionário QSM-S.....	19
III- Resultados.....	22
1.1. Características da amostra relativamente aos dados organizacionais.....	22
1.2. Características da amostra em termos sociodemográficos.....	22
1.3. Medidas descritivas observadas para os fatores tangíveis e intangíveis e para o total do QSM-S.....	25
1.4. Comparação da satisfação dos munícipes em função do departamento.....	25
1.5. Comparação da satisfação dos munícipes em função da localização da câmara municipal.....	26
1.6. Comparação da satisfação dos munícipes em função do grupo etário.....	27
1.7. Comparação da satisfação dos munícipes em função do sexo.....	28
1.8. Comparação da satisfação dos munícipes em função das habilitações académicas.....	28
1.9. Comparação da satisfação dos munícipes em função da situação profissional.....	28
1.10. Comparação da satisfação dos munícipes em função da residência.....	30
IV- Discussão.....	31
V- Conclusão.....	34
Bibliografia.....	36

Anexos

Anexo I: Comparação da satisfação dos munícipes em função do grupo etário

Anexo II: Comparação da satisfação dos munícipes em função do sexo

Anexo III: Comparação da satisfação dos munícipes em função das habilitações académicas

Anexo IV: Tabelas do Teste *Post-hoc Tukey*

Anexo V: Comparação da satisfação dos munícipes em função da residência

Anexo VI: Questionário QSM-S

Lista de tabelas

Tabela 1. Resultados dos Testes Kolmogorov-Smirnov

Tabela 2. Consistência interna do QSM-S

Tabela 3. Características da amostra relativamente aos dados organizacionais

Tabela 4. Características da amostra em termos sociodemográficos

Tabela 4.1. Características da amostra em termos sociodemográficos (continuação)

Tabela 5. Medidas descritivas observadas para os fatores e para o total do QSM-S

Tabela 6. Comparação da satisfação dos munícipes em função do departamento

Tabela 7. Comparação da satisfação dos munícipes em função da localização da câmara municipal

Tabela 8. Comparação da satisfação dos munícipes em função da situação profissional

Introdução

As grandes transformações sofridas pelo Estado ao longo do século XX, as novas funções atribuídas às Administrações públicas a partir das crises das décadas de 70 e 80 e os diversos movimentos de reforma e modernização administrativas, compõem o cenário no qual os governos passaram a empreender medidas para substituir as organizações públicas tradicionais por serviços orientados para a qualidade, eficiência e eficácia das suas prestações. A opção pela qualidade surge, então, como o caminho mais seguro para progressivamente eliminar as disfunções burocráticas, assumindo-se uma nova postura e uma nova filosofia de acção que assentam numa Administração pública gestonária orientada para os cidadãos (Silva, 2000). Acreditando ser este o caminho para alcançar maior eficiência e eficácia na gestão e utilização dos recursos disponíveis e, simultaneamente, para conseguir mais qualidade na prestação do serviço público, fazendo aumentar a satisfação dos cidadãos, alguns organismos públicos iniciaram diversos projectos na área da gestão da qualidade.

A auscultação dos cidadãos permitirá identificar se, a nível global, estes se encontram satisfeitos com a qualidade dos serviços e ainda, quais os grupos (em termos demográficos) que se encontram mais e menos satisfeitos. Assim, identificadas as lacunas, é possível tomar medidas correctivas que aumentem a percepção da satisfação com a qualidade dos serviços.

O objectivo do presente estudo empírico é analisar a influência de um conjunto de variáveis sócio-demográficas como a idade, o género, as habilitações literárias, a residência, a localização geográfica do município e as habilitações académicas na percepção da satisfação com a qualidade do serviço de atendimento/urbanismo em câmaras municipais certificadas.

Com este intuito, procuramos responder às seguintes questões:

- a satisfação dos munícipes é diferente conforme o departamento em que são atendidos?;
- a satisfação dos munícipes é diferente conforme a região em que o município se insere?;
- a satisfação dos munícipes é diferente conforme o grupo etário?;
- a satisfação dos munícipes é diferente conforme o sexo?;
- a satisfação dos munícipes é diferente conforme suas habilitações académicas?;
- a satisfação dos munícipes é diferente conforme a sua situação profissional?;

- a satisfação dos munícipes é diferente conforme a localização da sua residência?

No sentido de concretizarmos o objectivo a que nos propomos, apresentamos a presente tese com a informação organizada da seguinte forma: no capítulo 1 iremos abordar a qualidade e a qualidade dos serviços; no capítulo 2 será efetuada uma revisão conceptual da satisfação de clientes. A metodologia, ou o modo como foi efetuado o estudo estará contido no capítulo 3; no capítulo 4 encontrar-se-ão os resultados estatísticos que serão esmiuçados na discussão, desenvolvida no capítulo IV. O presente trabalho termina com a apresentação das conclusões onde constam os principais contributos e limitações deste estudo, bem como sugestões para futuros estudos empíricos.

I- Enquadramento conceptual

Capítulo 1- Da Qualidade à Qualidade dos serviços

Os conceitos Qualidade e Satisfação de Cliente têm sido motivo de discussão, na literatura especializada. Embora ambos os conceitos andem de mão dada, o mais difícil parece ser, por vezes, diferenciá-los. A qualidade é reconhecida sob a forma de atitude, sujeita a uma avaliação contínua e permanente, enquanto a satisfação é referida como uma medida específica de transação (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990; Bolton & Drew, 1991).

A Gestão pela Qualidade, embora tendo surgido nos EUA, o seu desenvolvimento começou no Japão na década de 50, com Ishikawa a ser considerado o seu pioneiro. Mais tarde, na década de 80, Juran e Deming desenvolveram os seus trabalhos no mesmo âmbito, estendendo, assim, este conceito aos EUA e, depois, à Europa. “*Adequação ao uso*”, segundo Juran é a expressão pela qual a Qualidade deveria ser entendida. Já Deming (1990) baseava a sua teoria na ideia de que qualidade devia ser julgada pelos clientes e teria de contemplar preocupações com custo e adequação ao mercado. Na mesma linha de pensamento de Deming, surge Shewhart que defendia a tese da existência de “*duas facetas*” da qualidade: a *faceta subjetiva* e a *faceta objetiva*. Relativamente à primeira, esta assenta no conhecimento das necessidades e expectativas, já a segunda foca o desenvolvimento das características do produto (Soares & Pinto, 2010). Nos EUA foram Philip Crosby, com o lema “zero defeitos” e Feigenbaum, que impulsionaram a gestão pela qualidade. Taguchi (1982) foi responsável por despoletar o movimento de qualidade no Japão e a dar impulso a uma gestão pela qualidade assente no *design* industrial de produtos e serviços (Godinho & Neto, 2001).

Abordando, agora, a qualidade no sector dos serviços, onde o generalizado crescimento da indústria do mesmo nas últimas décadas, levou a uma atenção cada vez mais crescente com a chamada “qualidade de serviço”, o que Segundo Hazwood-Farmer (1987, citado por Kelemen 2003), incorporam uma vasta gama de atividades, e a aproximação à gestão de serviço, é muitas vezes feita de forma irrefletida. Contudo, vários investigadores tentaram definir uma classificação para os diferentes tipos de serviços. Chase (1981, citado por Kelemen, 2003), por exemplo, posiciona os vários serviços de acordo o período de tempo em que o cliente está presente durante a prestação do serviço. Esta classificação tende a ser problemática, uma vez que, o tempo de contacto não conta para o grau de interação real do cliente com o serviço. Maister e Lovelock (1982, citados por Kelemen, 2003), atribuíram uma classificação com base em dois

3 A influência de variáveis sócio-demográficas na percepção da satisfação com a qualidade do serviço de atendimento/urbanismo em câmaras municipais certificadas.
João André Dos Santos Ferreira (joao.s.f@icloud.com) 2013

atributos, designados por *grau de contacto do cliente*, que é o período de tempo em que o cliente está em contacto com o prestador do serviço, e *grau de standardização ao tempo despendido* com a “adaptação” do serviço ao cliente. Outra classificação é atribuída ainda por Schemenner (1986, citado por Kelemen, 2003), sugerindo que os serviços devem ser classificados de acordo com o grau de intensidade do trabalho e com o grau de interação e standardização do mesmo.

No entanto, e apesar de existirem inúmeras definições e classificações atribuídas aos serviços, torna-se importante compreender que os serviços se diferenciam dos produtos físicos, enfrentando a gestão de serviços, desafios tendencialmente muito diferentes daqueles relacionados com a gestão de produção. Isto pode nem sempre ser verdade uma vez que, num serviço com uma baixa intensidade de trabalho, os gestores de serviço devem prestar atenção a determinados aspetos similares aos relacionados com a produção de bens. Num elevado nível de intensidade de trabalho, os gestores de serviços devem concentrar-se mais na contratação, treino e desenvolvimento do pessoal, bem como, no seu bem-estar e planeamento das respetivas equipas de trabalho.

Como já referido, existem diferenças significativas entre os produtos oferecidos e os serviços, nomeadamente (Gumesson & Lovelock, 1983; Haywood-Farmer, 1987 citados por Kelemen, 2003): Intangibilidade; Heterogeneidade; Percibilidade e Menor controlo relativamente aos produtos.

A qualidade do serviço prestado tornou-se, então, um assunto inerente às atividades diárias da organização, tendo sido criados por isso, diversos modelos. É largamente aceite que atingir a qualidade de um serviço exige a eliminação (ou pelo menos a minimização) das diferenças existentes entre as expectativas e as percepções dos clientes ou chamados *gaps* (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988).

Gronroos (1983) faz a distinção entre qualidade técnica (o que será entregue) e qualidade funcional (como é entregue), defendendo que a qualidade técnica desempenha um importante papel na qualidade do serviço percebido. Lethinen & Lethinen (1982, citados por Kelemen, 2003) veem a qualidade de serviço em termos de *qualidade do processo* e *qualidade do output*, onde o cliente julga a qualidade do processo respectivamente durante e após a prestação do serviço.

No que respeita à avaliação da qualidade em serviços, destacam-se Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988, citados por Kelemen, 2003), que desenvolveram uma escala de medição designada por SERVQUAL. A escala define a qualidade dos serviços de acordo com cinco fatores, baseadas na opinião do cliente: (i) Evidência física (tangíveis); (ii) confiança (rigor); (iii)

4 A influência de variáveis sócio-demográficas na percepção da satisfação com a qualidade do serviço de atendimento/urbanismo em câmaras municipais certificadas.
João André Dos Santos Ferreira (joao.s.f@icloud.com) 2013

responsabilidade (rápido e afável); (iv) segurança (com conhecimento, confiança e confidencialidade) e (v) empatia (atenção ao consumidor).

O objetivo principal dos gestores de serviço é, segundo Parasuraman et. al. (1988), aproximar o máximo possível as expectativas e as percepções dos clientes, defendendo que os mesmos devem ter em atenção a eliminação de cinco possíveis hiatos:

1. O hiato entre as expectativas dos clientes e as percepções da gestão;
2. O hiato entre as percepções da gestão e as especificações da qualidade de serviço;
3. O hiato entre as especificações da qualidade de serviço e o serviço prestado;
4. O hiato entre o serviço prestado e a comunicação externa com os clientes;
5. O hiato entre a percepção do serviço e o serviço esperado.

A visão apresentada pelo modelo de Parasuraman, Zeithaml e Berry não consegue, no entanto, providenciar de forma totalmente abrangente uma solução para os hiatos existentes entre as expectativas e percepções dos clientes. Neste sentido, torna-se difícil encontrar uma definição generalizadamente aceite para qualidade e medição da qualidade de serviço. As soluções podem ser encontradas através da adaptação ao contexto da organização, definindo-se claramente, para cada uma, qual o serviço esperado, qual o serviço prestado, quais as percepções dos seus colaboradores e mais importante que tudo, quais são exatamente as expectativas dos seus clientes(Kelemen, 2003).

Capítulo 2 - Satisfação de clientes: a sua gestão e avaliação

A satisfação do cliente continua a ser um objetivo digno de atenção pela comunidade do marketing. Um cliente satisfeito está convencido de que a aquisição de determinado serviço foi um bom negócio, o que facilita a hipótese de uma relação de continuidade entre o cliente e a empresa.

A satisfação do cliente é definida como a avaliação total da performance baseada em todas as experiências (positivas e negativas) anteriores com a empresa (Woodruff, 1997; Jones, Mothersbaugh, & Beatty, 2000).

A gestão da satisfação dos clientes inicia-se com a identificação de segmentos potenciais e com a definição do conceito de serviço para cada um. Os serviços podem ser divididos em genéricos (parte nuclear de prestação do serviço) e periféricos (todos os elementos que acompanham o serviço genérico). Os dois influenciam a satisfação do cliente mas, só nos últimos reside a maior probabilidade de o deliciar (Huete, 1998). Em 1994, Lovelock considerou oito elementos do serviço periférico: (i) Informação; (ii) Conselho; (iii) Recepção; (iv) Hospitalidade; (v) Guarda-Custódias; (vi) Privilégios/imprevistos; (vii) Faturação e (viii) Pagamento, de modo a gerir a satisfação dos clientes.

Foram os autores Thibaut e Kelley (1959) e Oliver (1980) que propuseram as bases teóricas para examinar a satisfação do cliente. No paradigma confirmação/desconfirmação, a satisfação do cliente é definida como a avaliação/julgamento de uma decisão específica de compra (Homburg & Giering, 2001). De acordo com este paradigma, os clientes acedem aos seus níveis de satisfação através da comparação das suas atuais experiências com as anteriores, bem como as expectativas e percepções da performance do produto (Oliver 1980). A teoria prevê três resultados possíveis desta avaliação: (i) Confirmação, ocorre quando a performance atual vai de encontro as expectativas, o que leva a um sentimento neutro; (ii) Desconfirmação positiva, sempre que a performance é melhor do que as expectativas, o que leva à satisfação; (iii) Desconfirmação negativa, quando a performance é pior do que as expectativas, o que leva à insatisfação.

Por seu turno, a teoria do nível de comparação assenta na ideia de que os consumidores usam níveis de comparação para o relacionamento em questão e para as variadas alternativas, de forma a determinarem a satisfação e a hipótese de manter o vínculo. O nível de comparação é o padrão contraposto à avaliação da atratividade do relacionamento (Thibaut & Kelley, 1959). O padrão considerado pelo consumidor reflete o que a marca devia realizar e não apenas o que vai executar no futuro (Woodruff, Cadotte & Jenkins, 1983). É através do padrão que um indivíduo determina a sua

6 A influência de variáveis sócio-demográficas na percepção da satisfação com a qualidade do serviço de atendimento/urbanismo em câmaras municipais certificadas.
João André Dos Santos Ferreira (joao.s.f@icloud.com) 2013

satisfação para com um serviço e, portanto, decide se vai mudar ou permanecer na relação, isto é, a forma como determinada experiência é avaliada, baseia-se na próxima melhor alternativa de relacionamento no sector (Skogland & Siguaaw, 2004). Assim, quando o nível corrente de resultados diminui abaixo do percebido, pela comparação com as outras hipóteses disponíveis no mercado, o consumidor estará motivado a abandonar a relação (Thibaut & Kelley, 1959).

Diversos autores referem, nas suas investigações, formas de avaliação da satisfação do cliente. Entre as medidas frequentemente utilizadas estão: (i) Transação Específica que define a satisfação do cliente como uma resposta emotiva do consumidor à mais recente experiência de transação com a organização (Oliver, 1993). A resposta associada ocorre num específico período de tempo após o consumo, depois de o processo escolhido estar completo. A resposta afetiva varia em intensidade dependendo das variáveis situacionais presentes; (ii) Transação Acumulativa ou Satisfação Total que vê a satisfação do cliente como uma avaliação acumulativa adaptativa que requer a soma da satisfação associada a produtos específicos e a várias facetas da empresa. Vários autores (Parasuraman et. al., 1988; Cronin & Taylor, 1992) consideram que a satisfação total é, antes de mais, função da qualidade percebida do serviço. Em comparação com a perspectiva de satisfação transação específica a satisfação total reflete as impressões acumuladas que um consumidor possui em relação à performance do serviço de uma empresa. Por sua vez, pode servir como uma melhor previsão da fidelização do cliente. No seu trabalho, Oliver (1993), desenvolveram um modelo de fatores que influenciam a satisfação do cliente. Segundo estes autores, a satisfação é o resultado da percepção de qualidade de serviço e produto, do preço, de fatores pessoais e situacionais.

Assim, o que mais satisfaz os clientes em relação a um produto/serviço é a percepção da qualidade. As percepções dos clientes, independentemente de serem ou não subjetivas, são a realidade do mercado com o qual a empresa deve lidar. Em virtude da qualidade estar relacionada com aquilo que os clientes esperam de um produto/serviço, é necessário saber como as expectativas são formadas. As expectativas de qualquer produto ou serviço específico são estabelecidas durante o tempo de experiência. Elementos como a cultura, a publicidade, as vendas, a publicidade passa-palavra e as atividades de pós-marketing da empresa ajudam a moldá-las. Oferecer produtos e serviços que satisfaçam, exige um conhecimento *à priori* das expectativas destes (Vavra, 1996).

Adicionalmente, há estudos que comprovam a existência de uma relação positiva entre experiências anteriores e os níveis de expectativas atuais dos consumidores (Zeithaml, Berry & Parasuraman, 1993) e que o

nível de expectativas é fortemente influenciado por experiências recentes com o fornecedor do produto ou serviço (LaTour & Peat, 1980). Tendo por base essas expectativas, quase que pode ser definida como a extensão pela qual as expectativas dos clientes, relativas a um produto ou serviço, são atendidas pelos benefícios reais que recebem.

O conceito de satisfação é constituído por duas componentes: (i) Estrutural - refere-se as prestações tangíveis, possíveis de medir; (ii) Emocional - diz respeito à personalidade da empresa. A componente emocional da satisfação dos clientes está relacionada com a subtração das expectativas às percepções. Se o resultado for positivo pode considerar-se um determinado nível de satisfação, caso contrário um nível de frustração. Uma percepção não é mais do que um juízo de valor baseado nos sentidos, muito influenciado pelo conteúdo emocional (Huete, 1998).

É então necessário compreender as circunstâncias que podem influenciar as percepções e expectativas dos clientes. Com esse objetivo, a empresa deve criar base de dados a partir do mercado, com diversos níveis (Huete, 1998): (i) Abordagens Quantitativas - consistem na avaliação, por parte do cliente, da prestação de serviço numa determinada escala (questionários, pontuações, escalas); (ii) Abordagens Qualitativas - pretendem adquirir informação do cliente em forma de reclamações, comentários e sugestões; (iii) Técnicas de Investigação - utilizam ferramentas como inquéritos, entrevistas em profundidade, painel de clientes, grupo focal; (iv) Informação das Operações - prende-se com informação recolhida pelo pessoal da primeira linha que atende o cliente; (v) Participação Estratégica - passa pelo envolvimento dos clientes em questões estratégicas, por exemplo, no desenvolvimento de produtos e serviço.

2.1. Relação da Qualidade e Satisfação do Cliente

Para compreender a qualidade de um serviço prestado, torna-se fundamental conhecer as necessidades dos clientes, tendo por base a percepção e a satisfação das suas expectativas. Contudo, esta forma de avaliação é complexa, pois os clientes podem atribuir diversos graus de importância aos mais variados atributos (do produto) ou serviço, tornando-se assim difícil medir as suas expectativas quando, muitas das vezes, são os próprios clientes que não as conhecem previamente, sobretudo se estão perante um produto ou serviço menos frequente (Martinez Tur et al, 2001).

De acordo com o pensamento de Parasuraman et al. (1990), a qualidade percebida nos serviços define-se pelo grau de discrepância entre as percepções e as expectativas do cliente. Contudo, segundo os mesmos, o termo expectativas pode levar a diversas avaliações da qualidade nos

serviços, uma vez que depende do contexto teórico em que se insere. Assim sendo, na literatura concernente à qualidade nos serviços, as expectativas são vistas como os atributos desejados em determinado serviço, enquanto que na literatura alusiva à satisfação de clientes, as expectativas são vistas como o reflexo do que o cliente antevê, isto é, do que lhe virá a ser fornecido.

A forma como a qualidade dos serviços é percebida reflete-se na satisfação e esta, por sua vez, define a probabilidade de se continuar, ou não, a utilizar esse mesmo serviço (McDougall & Levesque, 2000). Segundo os autores, a distinção entre estas duas perspectivas, encontra-se indiretamente relacionada com a divergência entre qualidade percebida e satisfação do cliente quanto ao serviço fornecido, que embora exista uma ligação causal entre os dois conceitos, tudo leva a crer que seja distintos. Serve de exemplo a análise feita por Ferreira (2006) onde se entende que, enquanto a qualidade percebida nos serviços representa uma atitude positiva ou negativa relativamente aos vários atributos desse serviço, a satisfação do cliente, por seu lado, caracteriza o resultado psicológico proveniente de uma experiência específica desse serviço.

Segundo Alves (2003), a discrepância entre satisfação e a qualidade percebida efetua-se somente no âmbito transacional, uma vez que ao nível relacional as duas noções tem tendência a convergir e a afigurar-se a uma só atitude.

Ngobo (1997), tentou definir determinados critérios que possibilitassem distinguir os conceitos em estudo, nomeadamente : (i) pelos padrões de comparação utilizados; (ii) pelo nível de análise ; (iii) pelas variações de carácter afetivo ou cognitivo e (iv) pelas suas consequências. Segundo o autor supra referido, existem três aspetos relevantes para diferenciar a qualidade percebida da satisfação:

1. A satisfação provem de todas as dimensões associadas ou não à qualidade do produto ou serviço;
2. A satisfação exclusiva de uma transação encontra-se parcial ou totalmente ligada a aspectos emocionais, enquanto a qualidade percebida contém mais elementos cognitivos do que afetivos;
3. As percepções de qualidade não impõem uma experiência com o fornecedor de serviço, enquanto a satisfação é sobretudo experimental.

Para Rust e Oliver (1993), a literatura não esclarece se a qualidade percebida é que suscita satisfação, se é com base num baixo nível de satisfação que se melhora a qualidade do serviço ou se existe ainda uma

outra analogia entre os dois conceitos. A nível transaccional Bolton e Drew (1991), sugerem que a satisfaco irá influenciar as percepes de qualidade, enquanto Cronin e Taylor (1992), Oliver (1997) e McDougall e Levesque (2000) sugerem precisamente o contrário, isto , a qualidade percebida  uma antecedente das avaliaes de satisfaco. De acordo com Dabholkar, Shepard e Thorpe (2000), os autores que referem que a satisfaco conduz  qualidade do servio, estão a considerar simplesmente as situaes onde subsiste um factor de surpresa, que aumenta a emoo da experiência e influencia os conhecimentos posteriores, acerca dessa experiência. Por sua vez, os autores que apontam que a qualidade de servio conduz  satisfaco do cliente, criam expectativas em relao a uma determinada atitude, sendo que as avaliaes cognitivas antecedem a criao do resultado associado. A satisfaco está para o indivíduo, assim como a qualidade está para o servio, se bem que a qualidade apenas seja reconhecida pelo cliente se ela for percebida (Coelho, 1998). Segundo Eiglier (1997), cada noo possui o seu âmbito de aplicao. Assim, a qualidade  a característica do produto ou servio e a satisfaco está relacionada com o estado do consumidor. Para o autor, a qualidade somente se pode converter em satisfaco do consumidor se existir um elo de ligao que associe estes dois factores, sendo que a percepo da qualidade e a comparao com as suas próprias expectativas constituem esse elo. Pelo exposto conclui-se que oferecer um produto ou servio de qualidade, não significa obrigatoriamente prestar um servio de “alto nível”, mas sim, prestar um servio que corresponda inteiramente às expectativas do cliente.  portanto, fundamental que as estratégias e a gestão das empresas vão de encontro às expectativas e necessidades reais do cliente, gerando satisfaco.

Capítulo 3 - A Qualidade na Administração Pública Portuguesa

A Administração Pública tem sofrido alterações, que advêm da falha das hierarquias rígidas, determinadas por um sistema complexo de regras e procedimentos, e por processos de decisão altamente formalizados e centralizados. Com efeito, este tipo de estrutura organizacional tem vindo a manifestar múltiplas dificuldades em se adaptar a um novo ambiente, cada vez mais competitivo e incerto, mostrando-se incapaz de dar resposta às crescentes exigências dos cidadãos (Sá, 2008). De facto, a relação do Estado com a sociedade passou de uma relação de poder, para uma relação de complementaridade baseada no protagonismo do cidadão cada vez mais ativo e exigente. Consequentemente, o serviço público vê-se obrigado, como qualquer outro tipo de organização, a mergulhar no culto da qualidade e a aumentar a sua preocupação com o desempenho e com as características do serviço que presta (Paiva & Capela, 2002).

Deste modo, é necessário apostar na transformação da cultura da AP e investir na ação direcionada para os resultados, para o controlo e avaliação dos processos, para a definição de objectivos e para a satisfação dos destinatários dos serviços públicos, ao invés de continuar a alimentar uma postura administrativa centrada nos normativos legais e no cumprimento formal da norma (Sá, 2003).

No seio da Administração Pública Portuguesa (APP), emergiram várias oportunidades de mudança, resultantes de um conjunto de fatores a que não são alheias as pressões ao nível financeiro e os condicionalismos inerentes à participação no Mercado Único, as exigências cada vez maiores dos cidadãos face aos serviços públicos, bem como a necessidade de melhor conceber e executar as políticas públicas (Silva, 2000). Portugal não ficou imune à mudança (Araújo, 2002), o que teve impactos significativos na APP, a fazerem-se sentir com a reforma iniciada em 1986. A primeira fase deste movimento caracterizou-se, essencialmente, pela desburocratização e simplificação de processos administrativos, com o propósito de melhorar a relação entre os cidadãos e a Administração, destacando-se como medida mais importante a entrada em vigor do Código do Procedimento Administrativo através do Decreto-Lei n.º 442/91, de 15 de Novembro (Rocha, 2006).

Nos anos 90, face aos sucessivos compromissos assumidos por diferentes governos para o investimento na qualidade, surgem iniciativas que marcam o verdadeiro impulso destas questões na APP (Gonçalves & Monteiro, 1999). Como explica Rocha (2006), terminada a etapa da desburocratização, passou-se à fase de melhoria da qualidade do serviço público. Assim, a par da reforma e modernização administrativas, inicia-se a

fase da “Gestão da Qualidade nos Serviços Públicos”. A partir de então, surgem diversos programas e projectos para a qualidade que, na sua maioria, são da responsabilidade do Secretariado para a Modernização Administrativa (SMA). Para além de um leque de publicações de natureza essencialmente pedagógica sobre qualidade na APP, o SMA esteve na base de importantes iniciativas, tais como: a “Carta para a Qualidade dos Serviços Públicos”, aprovada em 1993 pelo Conselho de Ministros, que convidava ministérios e municípios a desenvolver cartas sectoriais, nas quais se estabeleciam padrões de qualidade e se anunciavam compromissos com o cidadão, considerado o centro da preocupação do serviço público; a “Carta Deontológica do Serviço Público”, onde se estabeleciam os deveres dos funcionários, no que respeita à qualidade do atendimento e à execução do serviço público; o “Prémio Qualidade em Serviços Públicos” para distinguir organismos públicos pela implementação de práticas de qualidade. A atuação do SMA caracterizou-se, também, pelos vários Protocolos de Modernização Administrativa celebrados com organismos da AP central e pelo incentivo à aplicação da estrutura comum de avaliação, a CAF.

A partir de 98, evoluiu-se para a etapa do desenvolvimento de modelos de excelência no sector público (Rocha, 2006), nomeadamente, a publicação de dois diplomas fundamentais ainda hoje em vigor: o Decreto-Lei n.º 135/99, de 22 de Abril, que define os princípios gerais de actuação da AP face ao cidadão, bem como a sistematização de orientações na modernização administrativa e o Decreto-Lei n.º 166-A/99, de 13 de Maio, o qual institui o SQSP - Sistema de Qualidade em Serviços Públicos. De acordo com o artigo n.º 3 deste último diploma, a qualidade em serviços públicos é entendida como “uma filosofia de gestão que permite alcançar uma maior eficácia e eficiência dos serviços, a desburocratização e simplificação de processos e procedimentos e a satisfação das necessidades explícitas e implícitas dos cidadãos”. No seu artigo 4.º, n.º 1, é explicado que o SQSP “visa proporcionar aos serviços e organismos da administração pública os mecanismos de demonstração de qualidade dos seus procedimentos, dos seus sistemas e dos seus bens e serviços, de acordo com um conjunto de princípios de gestão eficaz e eficiente e funcionamento desburocratizado”. No n.º 2 do mesmo artigo, diz-se que o SQSP pode adotar princípios e metodologias do Sistema Português da Qualidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 234/93, de 2 de Julho, o qual integra o IPQ - Instituto Português da Qualidade (entidade portuguesa filiada na International Organization for Standardization- ISO). Porém, os certificados e os cursos para instrução de auditores da qualidade previstos no diploma (art.s 10.º a 15.º) não foram postos em prática, pelo que muitos serviços passaram a procurar a certificação através das normas ISO (Oliveira Rocha, 2006).

12 A influência de variáveis sócio-demográficas na percepção da satisfação com a qualidade do serviço de atendimento/urbanismo em câmaras municipais certificadas.
João André Dos Santos Ferreira (joao.s.f@icloud.com) 2013

No final de 2001, é extinto o SMA e as suas competências para promoção do SQSP e desenvolvimento das questões da qualidade na AP passam para o órgão que lhe ocupa o lugar: o Instituto para a Inovação na Administração do Estado (IIAE). Sob a égide do IIAE, surge o Decreto-Lei n.º 4/2002, de 4 de Janeiro, que aprova o novo enquadramento jurídico do Sistema Português da Qualidade (SPQ). Todavia, o IIAE teve curto tempo de vida e de actuação pois foi extinto em 2002, de acordo com o disposto no Decreto-Lei n.º 215/2002, de 22 de Outubro. As atribuições conferidas ao IIAE, no domínio da qualidade nos serviços públicos, passaram para a Direcção-Geral da Administração Pública (DGAP), no seio da qual foi criado o Departamento para a Modernização e Inovação Organizacional (DMIO).

Actualmente, as duas entidades governamentais que incluem no âmbito das suas atribuições a coordenação da qualidade no serviço público são: o DMIO e a Unidade de Coordenação da Modernização Administrativa (UCMA). Enquadrado no eixo de modernização e qualidade definido pela Direcção-Geral da Administração Pública (DGAP), o DMIO tem como missão promover a gestão pela qualidade, os novos modelos de organização e a sociedade da informação, no âmbito da AP. Neste sentido, compete designadamente ao DMIO: dinamizar o recurso a novos modelos de funcionamento e organização e a soluções inovadoras de gestão pública, promovendo a sua adoção; promover, dinamizar e acompanhar o processo de difusão da sociedade da informação na APP, nomeadamente, no que concerne à adoção de soluções de APP electrónica; elaborar e divulgar informação e documentos metodológicos relacionados com os temas da inovação e qualidade em serviços públicos, designadamente no que respeita à avaliação do impacto das medidas de modernização administrativa; estimular a gestão pela qualidade, nomeadamente através da promoção da utilização da Estrutura Comum de Avaliação (CAF) na AP e da difusão das boas práticas identificadas; coordenar estudos que envolvam outros departamentos da DGAP, quando estejam em causa iniciativas de natureza interdepartamental, em matéria de inovação, modernização ou qualidade.

Surgida em Maio de 2005, a UCMA tem responsabilidades no âmbito da modernização administrativa e, conseqüentemente, intervém ao nível da qualidade no sector público. Ao concluir que a cooperação entre diferentes ministérios e serviços da AP constituía um fator crítico do sucesso das medidas de modernização administrativa, o Governo decidiu criar esta estrutura operacional, flexível e transversal aos vários departamentos ministeriais e organismos públicos. Integrada na Presidência do Conselho de Ministros, dependente do Ministro de Estado e da Administração Interna e a trabalhar em coordenação com o Ministro das Finanças, a UCMA constitui,

assim, uma plataforma de articulação entre as diversas entidades envolvidas em processos de modernização administrativa e um motor da sua dinamização. Cabe-lhe, então, identificar, seleccionar e promover iniciativas transversais à AP, proceder à sua monitorização e comunicar os respetivos resultados (Resolução do Conselho de Ministros n.º 90/2005). A UCMA identificou quatro eixos de intervenção, dentro dos quais estão definidos objetivos e medidas de actuação prioritária:

- Eixo I- Relação da Administração Pública com os Cidadãos, com o objectivo de simplificar e promover a qualidade dos serviços.
- Eixo 2- Relação da Administração Pública com as empresas, no sentido de simplificar e agilizar os processos com as empresas.
- Eixo 3- Organização e gestão interna da Administração Pública, com o objectivo de inovar práticas e processos, desmaterializar, ou seja, de beneficiar de tecnologias da informação e da comunicação; qualificar, recrutar e reter os melhores recursos humanos; transversalidade, no sentido de passar de uma gestão assente numa visão sectorial para uma abordagem colaborativa e transversal, orientada para processos e projectos; empresarialização, ou seja, equacionar a aplicação de modelos de gestão empresarial e a externalização de funções que permitam ganhos de eficiência.
- Eixo 4- Reforma do Estado, com o objectivo de promover a cidadania activa, a racionalização e optimização dos respectivos recursos e a regulação da legislação.

Conclusão

O valor do serviço público para a população, requer uma análise à satisfação do cliente com este mesmo serviço no sentido de perceber se as instituições públicas estão a cumprir o seu papel de apoio ao cidadão. Assim no sentido de contextualizar a problemática em estudo, procurámos, no primeiro capítulo, realizar uma abordagem ao conceito da qualidade e da qualidade dos serviços. O segundo capítulo incidiu sobre uma revisão conceptual da satisfação dos clientes, da respectiva gestão e avaliação, bem como a interrelação entre a qualidade e a satisfação de clientes. E, por fim, abordámos também a qualidade na Administração Pública Portuguesa.

Pelo que foi abordado, entende-se que a preocupação com a qualidade é um dos pontos cruciais que todas as organizações têm de considerar, com o objectivo de se tornarem competitivas. O serviço público, embora não obedeça necessariamente às leis do mercado e o seu objectivo não seja a obtenção de lucro mas a prestação de um serviço à sociedade, deve também incorporar nas suas ferramentas de gestão a preocupação com a qualidade.

Neste contexto, dada a diversidade dos utilizadores dos serviços públicos, conhecer as características dos cidadãos e a sua relação com a qualidade percebida permite identificar áreas que poderão ser melhoradas no sentido de irem ao encontro das suas expectativas constituindo-se também como uma oportunidade para a organização melhorar a sua oferta, bem como a forma como é prestada (Carvalho, 2008).

As câmaras municipais com certificação de qualidade, ou em fase de certificação, devido ao imperativo das normas de certificação a que são sujeitas apresentam já uma preocupação com a perspectiva dos cidadãos, no entanto, quanto às câmaras municipais não certificadas, esta preocupação não é tão clara. Assim a realização de estudos exploratórios permite um melhor conhecimento e caracterização do problema, bem como formular hipóteses e identificar variáveis relevantes que poderão ser exploradas em estudos posteriores (Vilares & Coelho, 2011).

II- Metodologia

Ao longo do capítulo anterior foram enquadrados teoricamente e clarificados conceitos em relação aos temas centrais da presente dissertação: Qualidade de Serviços e Satisfação de Clientes.

No presente capítulo procuramos tornar explícito o modo como foi realizado o estudo, nomeadamente, o contexto, o tipo de amostragem e design experimental e instrumento de recolha de dados. Contudo, é importante referir que a investigação apresentada nesta dissertação segue uma lógica de continuidade do trabalho iniciado por Brito em 2010, pelo que toda a análise de dados recai sobre uma parte da amostra recolhida entre Maio de 2008 e Fevereiro de 2009 em câmaras municipais certificadas recorrendo ao questionário QSM-S.

1.1 Contexto

Para que o estudo fosse possível, foi activado um conjunto de medidas com vista à recolha de dados relativo às câmaras municipais de Portugal Continental. Assim, para efectuar o enquadramento da amostra foram recolhidos dados e informações relativamente aos seguintes núcleos:

- Distribuição geográfica das Câmaras Municipais no que concerne a Nomenclatura comum das Unidades Territoriais Estatísticas;
- Dimensão dos municípios, tendo em conta o número de habitantes por município, fraccionada em Pequena (população menor ou igual a 20 000 habitantes), Média (população maior que 20 000 e menor ou igual a 100 000 habitantes) e Grande (população maior que 100 000 habitantes);
- Dimensão das Câmaras Municipais, tendo em conta o número de trabalhadores da organização, fraccionado em Pequena (menos do que 150 trabalhadores), Média (entre 150 e 500 trabalhadores) e Grande (mais do que 500 trabalhadores);
- Nível de certificação da qualidade obtido pelas Câmaras Municipais (com certificação; em processo de certificação; e sem qualquer tipo de certificação).

Com o objectivo de recolher informações junto das 278 Câmaras Municipais espalhadas por Portugal Continental, foram estabelecidos contactos com os presidentes das mesmas, através de vários meios de comunicação (i.e. email, ofícios remetidos por endereço postal e contactos telefónicos). Consequentemente, do número total de Câmaras Municipais existentes em Portugal Continental (N= 278), obteve-se informação de 257,

ficando 21 fora do estudo por falta de resposta ou indisponibilidade para facultar informações.

Mais tarde procedeu-se a um levantamento das respostas obtidas ao nível da certificação da qualidade. Verificou-se, desta forma que, das 257 Câmaras Municipais com informações oficiais, 57 detêm certificação de qualidade, 67 encontram-se em processo de certificação e 133 ainda não possuem qualquer tipo de certificação.

Assim, obtiveram-se dois grupos de Câmaras Municipais: Um grupo de Câmaras Municipais com certificação de qualidade e outro sem qualquer tipo de certificação. Prosseguindo com métodos de recolha de informações, foram estudadas as Câmaras com certificação, com o objectivo de detectar os principais serviços certificados, apurando-se os serviços de atendimento, urbanismo e recursos humanos como os mais certificados. Não esquecendo que o estudo recai na satisfação de clientes externos, seleccionou-se como unidades alvo da investigação os serviços de atendimento e urbanismo.

Numa fase posterior, foram escolhidas as 40 Câmaras Municipais que detinham certificação de qualidade em pelo menos um dos serviços de urbanismo e/ou atendimento. No que concerne à amostra de Câmaras Municipais sem serviços certificados, seleccionaram-se 41 pelo método de emparelhamento, com o fim de constituir um grupo com características centrais similares ao grupo de Câmaras Municipais com serviços certificados (região de pertença; dimensão dos municípios; dimensão da câmara), ulteriormente procedeu-se a uma amostragem aleatória simples.

1.2 Tipo de amostragem

A dimensão do município (pequena, média ou grande) foi basilar na escolha da amostra, sendo que foram recolhidos dados aleatoriamente de 10 municípios de câmaras pequenas, 30 de câmaras médias e 100 de câmaras de grande dimensão. Estes números foram definidos pelo número médio de clientes por dia nos serviços analisados. Para que a amostra tenha uma maior representatividade, os dados foram recolhidos na rua, à porta das Câmaras Municipais e em locais como bibliotecas, mercados, cafés e comércio. Consequentemente, só respondiam ao questionário os municípios que tinham sido atendidos nos serviços certificados (urbanismo e atendimento) nos últimos três meses, de maneira a que não haja um enviesamento dos resultados (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1994).

O tipo de amostragem, no contexto da recolha de dados, foi a amostragem probabilística, mais específico amostragem por conveniência ou voluntária, onde os inquiridos se encontram, onde os dados estão a ser recolhidos ou oferecem-se para responder (Vilares & Coelho, 2011).

17 A influência de variáveis sócio-demográficas na percepção da satisfação com a qualidade do serviço de atendimento/urbanismo em câmaras municipais certificadas.
João André Dos Santos Ferreira (joao.s.f@icloud.com) 2013

O método escolhido apresenta algumas limitações não permitindo a generalização dos resultados para a população, uma vez que os inquiridos, escolhidos em função da facilidade com que se conseguiu obter a informação, não são, em geral representativos da população alvo (a totalidade dos municípios das câmaras municipais certificadas). Na presente investigação salvaguardou-se a recolha exaustiva de um número significativo de municípios de forma a permitir uma maior aproximação à população alvo.

1.3. Design Experimental

No que concerne ao design da investigação, foi não experimental ou correlacional uma vez que se pretendeu conhecer a relação existente entre variáveis, sem a sua manipulação (Alferes, 1997). O objectivo de um estudo correlacional é medir o grau e a direcção de uma relação entre duas variáveis, sem estabelecer uma relação de causa-efeito (Pinto, 1990). Trata-se do método adequado quando não é possível efectuar manipulações das variáveis a estudar e pode ainda servir de ponto de partida para o planeamento de um futuro estudo experimental.

1.4. Tratamento Estatístico

Os dados foram tratados informaticamente, recorrendo ao programa de tratamento estatístico Statistical Package for the Social Science (SPSS), na versão 20.0 de 2013.

Assim, para efectuar a análise estatística dos dados foram utilizadas técnicas da estatística descritiva e da estatística inferencial, designadamente, frequências (absolutas e percentuais), medidas de tendência central (média aritmética e mediana), medidas de dispersão e variabilidade (valor mínimo, valor máximo e desvio padrão) e testes estatísticos (teste t de Student, teste ANOVA unifatorial, teste Tukey e teste Kolmogorov-Smirnov como teste de normalidade).

A escolha dos testes paramétricos supracitados, fundamentam-se pela natureza quantitativa das variáveis nucleares do estudo, pelas circunstâncias em que foram utilizadas e tendo em conta as considerações sugeridas por Pestana & Gageiro (2008) quanto à violação do pressuposto da normalidade quando a amostra utilizada é grande.

A variável satisfação dos municípios, referente aos aspectos intangíveis e tangíveis e, também, no total não apresentava distribuição normal ($p < .001$) como é visível pelos resultados do teste Kolmogorov-Smirnov (Tabela 1). No entanto, os testes paramétricos mantêm a sua

validade devido à que a amostra em estudo ser grande (Pestana & Gageiro, 2008).

Como valor máximo da probabilidade do erro tipo I, fixámos o valor de .05, ou seja, valor abaixo do qual se decidiu pela rejeição da hipótese nula.

Tabela 1. Resultados dos Testes Kolmogorov-Smirnov

Variável	N	p
Satisfação com os aspetos intangíveis	1579	<.001
Satisfação com os aspetos tangíveis	1579	<.001
Satisfação total	1579	<.001

1.5. Instrumentos de recolha de dados: questionário QSM-S

O questionário QSM-S (Questionário de Satisfação do Múncipe) foi um questionário elaborado e validado por Brito em 2010 e procura avaliar a satisfação que os múnicipes (clientes externos) possuem relativamente aos serviços de atendimento e urbanismo das suas Câmaras Municipais.

Para a construção da escala de medida QSM-S, a autora realizou uma revisão da literatura exaustiva e recorreu à técnica de *Focus Group* constituídos por especialistas (investigadores e profissionais) e clientes dos serviços das câmaras municipais com a finalidade de recolher informação e apreender a compreensão do fenómeno da satisfação. Posteriormente, a versão inicial foi submetida ao exame e julgamento de especialistas, bem como a um estudo-piloto, realizado através da aplicação do instrumento de medida a 29 indivíduos pertencentes à população-alvo (múnicipes) de modo a identificar problemas de incompreensibilidade bem como diferenças de interpretação pelos inquiridos. Com base nas sugestões apresentadas pelos especialistas e respondentes, procedeu-se à reestruturação de alguns itens, sendo que a escala final do QSM-S é composta por 41 itens com uma escala de resposta do tipo Likert de cinco pontos (1- nada satisfeito, 2- pouco satisfeito, 3- moderadamente satisfeito, 4- muito satisfeito, 5- totalmente satisfeito) tendo ainda sido acrescentada a hipótese 6 (não sei responder). Foram depois efectuados estudos de validação do instrumento QSM-S através de análises factoriais exploratórias.

Os itens 1, 5, 17, 30 e 31 apresentavam em todas as amostras uma percentagem de respostas numa única opção superior a 50 %, de modo que foram eliminados. Foram ainda excluídos os itens 3, 4, 11, 16, 21, 25, 29, 36, 37, 39 e 40 por apresentarem uma correlação com outras variáveis

superiores a .75, bem como uma sobreposição conceptual com os itens retidos (Tabachnik & Fidell, 2007). Foram ainda suprimidas as variáveis correspondentes aos itens 7, 12 e 23 por não apresentarem loadings adequados (valores superiores a .5), após uma análise factorial exploratória, seguida de rotação oblíqua e extração livre de factores para avaliar a estrutura relacional dos 22 itens do QSM-S. Adiciona-se o facto de, após da análise factorial exploratória se verificar a emergência de dois factores sugerindo uma bimensionalidade da satisfação (Brito, 2010).

No total, foram suprimidos da análise os itens 1, 3, 5, 7, 11, 12, 16, 17, 21, 25, 29, 30, 31, 36, 37, 39 e 40 pelas razões supracitadas e ainda o item 9 por apresentar uma percentagem elevada de não resposta (18.03%). Assim, os restantes itens foram agrupados pelos dois factores que emergiram, os factores tangíveis e os factores intangíveis.

Os itens do QSM-S que ficaram agregados aos factores tangíveis foram:

- Item 15: a segurança das instalações;
- Item 19: o espaço físico do serviço de atendimento;
- Item 26: o conforto das instalações;
- Item 27: o mobiliário do serviço de atendimento;
- Item 34: a limpeza e higiene das instalações.

Os itens do QSM-S que ficaram agregados aos factores intangíveis foram:

- Item 2: o modo/simpatia como sou acolhido pelos funcionários;
- Item 6: a confiança de que serei bem atendido quando voltar de novo;
- Item 8: a confiança que o comportamento dos funcionários me inspira;
- Item 9: a certeza de que em nenhum outro sítio me serviam melhor;
- Item 10: o serviço de atendimento desta Câmara;
- Item 13: a prestação dos serviços nos prazos devidos;
- Item 14: os esforços feitos pelos funcionários para satisfazerem o meu pedido;
- Item 18: a capacidade dos funcionários para avaliarem a dimensão do meu problema;
- Item 20: a execução dos meus pedidos “bem à primeira vez”;
- Item 22: a rapidez com que os funcionários me prestam o serviço;
- Item 24: o rigor com que me são prestadas informações;
- Item 28: a capacidade dos funcionários comunicarem comigo;
- Item 32: a capacidade dos funcionários para se “colocarem no meu lugar”;
- Item 33: a clareza das informações que me são prestadas;
- Item 35: a atenção que os funcionários prestam às minhas necessidades;

- Item 38: o cumprimento do prometido pelos funcionários;
- Item 41: a capacidade que os funcionários têm de antecipar as minhas necessidades futuras.

De modo a avaliar a fidelidade da escala utilizada no estudo para avaliar a satisfação dos munícipes realizou-se uma análise da sua consistência interna para estimar a homogeneidade dos itens que a constituem, em cada um dos fatores e no total. Quanto maior a correlação dos itens, maior é a consistência interna do instrumento. Para tal foi calculado o coeficiente *alpha* de *Cronbach* cujos valores podem variar entre 0 e 1. Este procedimento estatístico é indicado para escalas de tipo *Likert* e quanto mais elevado o resultado, mais internamente consistente é a escala. Resultados de *alpha* entre 0.8 e 0.9 são reveladores de boa consistência interna (Pestana & Gageiro, 2008). Ao verificar os resultados apresentados na tabela 2, ambos os fatores e o global apresentam uma elevada consistência interna, uma vez que se obtiveram resultados alcançados entre .886 e .967. Tais resultados indicam que a escala mantém as propriedades psicométricas quando aplicada aos sujeitos que colaboraram no estudo.

Tabela 2. Consistência interna do QSM- S

Variáveis	Nº de itens	Alpha de Cronbach
Aspetos intangíveis	17	.967
Aspetos tangíveis	5	.886
Total	22	.962

III- Resultados

No presente capítulo procedemos à apresentação dos dados e análise dos resultados obtidos através da aplicação do questionário QSM-S.

Numa primeira fase iremos apresentar a análise descritiva e concluímos com a interpretação dos resultados das técnicas inferenciais usadas para testar as hipóteses formuladas.

1.1. Características da amostra relativamente aos dados organizacionais.

Os resultados que integram a tabela 3 mostram que a maioria dos 1579 sujeitos que constituem a nossa amostra, especificamente, 58.5 % preferiam-se acerca dos serviços de atendimento e os restantes 41.5% preferiam-se acerca dos departamentos de urbanismo das suas câmaras municipais. Grande parte dos sujeitos da amostra pertenciam a câmaras municipais da região Norte (44.3%) e da região Centro (40.6%). Estão, também, representadas câmaras das regiões de Lisboa e Vale do Tejo (5.6%), Alentejo (4.8%) e Algarve (4.8%).

Tabela 3. Caraterísticas da amostra relativamente aos dados organizacionais

Variável	N	%
Departamento		
Urbanismo	656	41.5
Atendimento	923	58.5
Localização		
Região Norte	697	44.3
Região Centro	642	40.6
Lisboa e Vale do Tejo	88	5.6
Alentejo	76	4.8
Algarve	76	4.8

1.2. Características da amostra em termos sociodemográficos

Relativamente ao grupo etário verificamos (tabela 4) que 34.5% dos inquiridos tinham idades compreendidas entre os 35 e 49 anos, seguidos de 31.4 % cujas idades se situavam entre 25 e 34 anos e de que 18.0% pertenciam ao grupo etário entre 50 e 64 anos.

22 A influência de variáveis sócio-demográficas na percepção da satisfação com a qualidade do serviço de atendimento/urbanismo em câmaras municipais certificadas.
João André Dos Santos Ferreira (joao.s.f@icloud.com) 2013

Grande parte dos sujeitos eram do sexo feminino, representando 59.0% da amostra em estudo.

No que concerne às habilitações académicas verificou-se que 40.3% dos munícipes possuíam o Ensino Secundário, seguindo-se 17.5% que possuíam uma Licenciatura e de 15.7% com o 3º Ciclo do Ensino Básico.

Em termos da situação profissional verifica-se que 44.4% dos sujeitos eram trabalhadores por conta de outrem no sector privado e 31.1% trabalhavam por conta própria.

No que toca a residência, constatamos que 64.8% dos elementos residiam na sede da autarquia, seguidos de 24.3% cuja residência se situava noutras áreas do município.

Tabela 4. Características da amostra em termos sociodemográficos

Variável	N	%
Grupo etário		
18 – 24	200	12.7
25 – 34	496	31.4
35 – 49	544	34.5
50 – 64	285	18.0
> 65	47	3.0
Sexo		
Feminino	932	59.0
Masculino	612	38.8

Tabela 4.1. Caraterísticas da amostra em termos sociodemográficos
(continuação)

Variável	N	%
Habilitações académicas		
Sem escolaridade	5	.3
1º Ciclo do Ensino Básico	129	8.2
2º Ciclo do Ensino Básico	128	8.1
3º Ciclo do Ensino Básico	248	15.7
Ensino Secundário	636	40.3
Bacharelato	104	6.6
Licenciatura	277	17.5
Mestrado	20	1.3
Doutoramento	13	.8
Situação profissional		
Funcionário/prestador de serviços (setor público)	158	10.0
Trabalhador por conta própria	491	31.1
Trabalhador por conta de outrem (setor privado)	701	44.4
Desempregado	57	3.6
Estudante	82	5.2
Aposentado/reformado	55	3.5
Sem qualquer tipo de atividade profissional	13	.8
Residência		
Na sede do município	1023	64.8
Noutra área do município	384	24.3
Na área de outro município	129	8.2

1.3. Medidas descritivas observadas para os fatores tangíveis e intangíveis e para o total do QSM-S

Os resultados que constituem a tabela 5 pronunciam-se acerca da satisfação com os aspectos tangíveis e satisfação com os aspectos intangíveis.

Como podemos verificar, em ambos os fatores e no total da escala observamos resultados compreendidos entre 1 (nada satisfeito) e 5 (totalmente satisfeito). Relativamente aos aspectos tangíveis o valor médio foi de 3.36 com um desvio padrão de .74. Metade dos sujeitos que se submeteram ao questionário QSM-S obtiveram pontuações superiores a 3.40. Para os aspectos intangíveis obtivemos um resultado médio de 2.85 com um desvio padrão de .54. Metade dos inquiridos obteve pontuações inferiores a 2.88. Assim, os resultados permitem-nos afirmar que os inquiridos evidenciaram um nível de satisfação mais elevado com os aspectos tangíveis do que com os aspectos intangíveis.

No geral, os munícipes apresentaram uma satisfação média de 2.82, com um desvio padrão de .65 e um resultado mediano de 2.85. Considerando que a escala de avaliação da satisfação poderia variar entre 1 e 5, os resultados obtidos levam-nos a garantir que os sujeitos evidenciaram uma satisfação média com os serviços prestados pelos respectivos municípios.

Tabela 5. Medidas descritivas observadas para os fatores e para o total do QSM-S

Variável	Média	Mediana	Desvio Padrão
tangíveis	3.36	3.40	.74
intangíveis	2.85	2.88	.54
Total	2.82	2.85	.65

1.4. Comparação da satisfação dos munícipes em função do departamento

Para responder à questão de investigação “a satisfação dos munícipes é diferente conforme o departamento em que são atendidos?” comparamos os resultados médios dos dois grupos, em cada um dos fatores e no total, através do teste t de *Student*. Os resultados apresentados na tabela 6 revelam que foram observadas diferenças estatisticamente significativas ($t_{(1577)} = -3.80, p = .341$; $t_{(1454.811)} = -1.18, p = .018$). Concluimos que existem evidências estatísticas de que a satisfação dos munícipes seja diferente nos dois departamentos que foram comparados.

25 A influência de variáveis sócio-demográficas na percepção da satisfação com a qualidade do serviço de atendimento/urbanismo em câmaras municipais certificadas.
João André Dos Santos Ferreira (joao.s.f@icloud.com) 2013

Tabela 6. Comparação da satisfação dos munícipes em função do departamento

Variável	N	Média	Desvio Padrão	t	p
Departamento					
Aspetos intangíveis					
Urbanismo	656	2.77	.71	-3.80	.341
Atendimento	923	2.91	.74		
Aspetos tangíveis					
Urbanismo	656	3.34	.72	-1.18	.018
Atendimento	923	3.38	.76		
Total					
Urbanismo	656	2.75	.62	-3.61	.195
Atendimento	923	2.87	.66		

1.5. Comparação da satisfação dos munícipes em função da localização da câmara municipal

Para responder à questão “**satisfação dos munícipes é diferente conforme a região em que o município se insere?**” aplicamos o teste da análise da variância unifactorial (ANOVA). Constatando pelos resultados obtidos na tabela 7 que existem diferenças estatisticamente significativas para os fatores intangíveis [$F_{(4; 1574)} = 4.547, p < .001$] e no global [$F_{(4; 1574)} = 4.127, p = .002$]. Relativamente ao fator tangíveis, não foram encontradas diferenças estatisticamente significativas [$F_{(4; 1574)} = 1.999, p = .092$]. A aplicação do Teste *Tukey*, como teste *post-hoc*, revelou que para os aspetos tangíveis, as diferenças significativas se encontravam entre os municípios do Norte ($p = < .001$) e Centro ($p = < .001$). A comparação dos valores médios revela que os munícipes dos concelhos da região Lisboa e Vale do Tejo evidenciaram maior satisfação, com os aspectos intangíveis que os da Região Centro e Norte.

Tabela 7. Comparação da satisfação dos munícipes em função da localização da câmara municipal

Variável Localização	N	Media	Desvio Padrão	F	p
Aspetos intangíveis					
Região Norte	688	2.78	.73	4.547	<.001
Região Centro	651	2.94	.74		
Lisboa e Vale do Tejo	88	2.86	.67		
Alentejo	76	2.89	.76		
Algarve	76	2.74	.65		
Aspetos tangíveis					
Região Norte	688	3.33	.74	1.999	.092
Região Centro	651	3.37	.73		
Lisboa e Vale do Tejo	88	3.56	.82		
Alentejo	76	3.31	.78		
Algarve	76	3.08	.67		
Total					
Região Norte	688	2.76	.65	4.127	.002
Região Centro	651	2.89	.64		
Lisboa e Vale do Tejo	88	2.85	.60		
Alentejo	76	2.86	.66		
Algarve	76	2.71	.59		

1.6. Comparação da satisfação dos munícipes em função do grupo etário

Com a aplicação do teste ANOVA unifatorial procedemos, também, à comparação dos níveis de satisfação em função do grupo etário dos municípios e, assim, obter resposta à questão “**a satisfação dos munícipes é diferente conforme o grupo etário?**” Os resultados apresentados (consultar anexo I) não evidenciaram valores estatisticamente significativos para ambos os fatores e no total [$F_{(4;1567)}= 1.720$, $p=.143$; $F_{(4;1567)}= 1.822$, $p=.122$; $F_{(4;1567)}=1.624$, $p=.166$]. Concluimos que, a satisfação dos munícipes não difere consoante a facha etária em que os mesmos se inserem.

1.7. Comparação da satisfação dos munícipes em função do sexo

Com a aplicação do teste t de *Student* para diferença de médias realizámos uma comparação dos resultados observados para os sujeitos dos dois sexos e obtivemos resposta à pergunta de investigação “**a satisfação dos munícipes é diferente conforme o sexo?**”.

Os resultados (consultar anexo II) revelam que não existem diferenças estatisticamente significativas para ambos os fatores e no global ($t_{1542} = -.682$, $p = .175$; $t_{1542} = -.640$, $p = .267$; $t_{1542} = -.779$, $p = .153$). Assim, podemos concluir, com base nos resultados apresentados que a satisfação dos munícipes não difere consoante o sexo.

1.8. Comparação da satisfação dos munícipes em função das habilitações académicas

A comparação dos níveis de satisfação, nos aspectos tangíveis, intangíveis e no total, através do teste ANOVA unifatorial permitiu obter resposta à questão “**a satisfação dos munícipes é diferente conforme as habilitações académicas?**”. Como podemos constatar pelos resultados (consultar anexo III), em nenhuma das situações se verificou qualquer diferença estatisticamente significativa [$F_{(8;1551)} = 1.775$, $p = .078$; $F_{(8;1551)} = 1.327$, $p = .223$; $F_{(8;1551)} = 1.858$, $p = .063$]. Este facto leva-nos a afirmar que não existem evidências estatísticas que corroborem as diferenças, ou seja, concluímos que a satisfação com os serviços dos municípios não é influenciada pelas habilitações académicas dos clientes.

1.9. Comparação da satisfação dos munícipes em função da situação profissional

O teste ANOVA unifatorial foi, também utilizado para comparar os níveis de satisfação dos munícipes em função da sua situação profissional e obter resposta para a questão “**a satisfação dos munícipes é diferente conforme a situação profissional?**”. Os resultados que apresentamos na tabela 11 revelam que existem diferenças estatisticamente significativas [$F_{(6;1550)} = 3.734$, $p < .001$; $F_{(6;1550)} = 2.650$, $p = .015$; $F_{(6;1550)} = 3.388$, $p = .003$]. Com a aplicação do teste *Post-hoc Tukey* (consultar anexo IV), verificámos que os sujeitos sem actividade profissional difere com os grupos prestador de serviços ($p = .033$), os trabalhadores por conta própria ($p = .002$), os trabalhadores por conta de outrem ($p = .002$), os desempregados ($p = .003$), os estudantes ($p = .014$) e os aposentados ($p = .038$). Assim, podemos concluir

que, a satisfação dos munícipes difere consoante a sua actividade profissional .

Tabela 8. Comparação da satisfação dos munícipes em função da situação profissional

Variável	N	Média	Desvio Padrão	F	p
Aspetos intangíveis					
Situação profissional					
Funcionário/prestador de serviços (setor público)	158	2.99	.76	3.734	.001
Trabalhador por conta própria (setor privado)	491	2.83	.73		
Funcionário/prestador de serviços (setor privado)	701	2.84	.71		
Desempregado	57	2.79	.76		
Estudante	82	2.90	.66		
Aposentado	55	2.95	.88		
S/ actividade prof.	13	3.64	.81		
Aspetos tangíveis					
Funcionário/prestador de serviços (setor público)	158	3.34	.71	2.650	.015
Trabalhador por conta própria (setor privado)	491	3.41	.77		
Funcionário/prestador de serviços (setor privado)	701	3.36	.73		
Desempregado	57	3.26	.81		
Estudante	82	3.18	.64		
Aposentado	55	3.46	.82		
S/ actividade prof.	13	3.89	.78		
Total					
Funcionário/prestador de serviços (setor público)	158	2.92	.67	3.388	.003
Trabalhador por conta própria (setor privado)	491	2.81	.65		
Funcionário/prestador de serviços (setor privado)	701	2.81	.62		
Desempregado	57	2.75	.68		
Estudante	82	2.82	.59		
Aposentado	55	2.91	.78		
S/ actividade prof.	13	3.50	.75		

1.10. Comparação da satisfação dos munícipes em função da residência

Por último, procurámos resposta para a pergunta de investigação “a satisfação dos munícipes é diferente conforme a sua área de residência?”. Para tal, aplicámos, novamente, o teste ANOVA unifatorial tendo obtido os resultados que constituem o anexo V. Como se constata não existem diferenças que possam ser consideradas estatisticamente significativas [$F_{(2;1533)}=2.143$, $p=.118$; $F_{(2;1533)}=.290$, $p=.748$; $F_{(2;1533)}=1.930$, $p=.146$]. Este facto, leva-nos a afirmar que não existem evidências estatísticas de que o local de residência dos indivíduos influencie a sua satisfação com os serviços de atendimento e urbanismo prestados pelo município.

IV- Discussão

Ao longo do capítulo anterior apresentámos os resultados obtidos num conjunto de análises que tinha por objectivo responder às questões formuladas no início desta dissertação. Procederemos agora a uma discussão dos mesmos no sentido de refletir, confrontando-os com outros estudos realizados na área da satisfação de clientes.

Assim, para concretizar o referido objectivo, num primeiro momento efectuámos uma recolha de dados junto de uma amostra de munícipes, relevante para o nosso estudo. Num segundo momento, foram feitas várias análises dos dados recolhidos, de modo a responder às hipóteses, inicialmente formuladas.

Os primeiros resultados encontrados no nosso estudo em comparação com outros estudos realizados nesta área referem-se às dimensões da qualidade percebida. Berry, Parasuraman & Zheitaml (1988) identificaram cinco dimensões associadas à percepção da qualidade: factores tangíveis, responsividade, empatia, fiabilidade e segurança. No nosso estudo emergiram apenas duas dimensões: tangíveis e intangíveis. Contudo, as determinantes e a medição da qualidade do serviço podem diferir de acordo com o sector, encontrando-se dependentes das características específicas dos serviços prestados (Carvalho, 2008).

Também na mesma linha de estudo, Berry, Parasuraman & Zheitaml (1988) incitaram aos sujeitos para classificarem a relevância de cada uma das dimensões de 1 a 10 (1= sem importância; 10= extremamente importante) apurando que apesar de todas as dimensões serem consideradas importantes, os aspectos tangíveis tinham uma importância menor comparando às restantes dimensões. Assim, os autores concluíram, que o fator humano desempenha um papel significativo na percepção da satisfação com a qualidade do serviço, tendo em conta que a responsividade, a empatia, a fiabilidade e a segurança resultam directamente da performance humana.

No nosso estudo verificámos que a satisfação dos munícipes com os factores tangíveis é mais elevada do que a satisfação com os factores intangíveis, que pode ser explicado pelo facto de as câmaras municipais terem vindo a adaptar gradualmente as suas infra-estruturas no sentido de aumentarem o conforto das instalações (Sá & Sintra, 2008). Esta preocupação é primordial em todas as câmaras que iniciam processos relacionados com a certificação da qualidade dos seus serviços.

As diferenças estatisticamente significativas encontradas entre os dois departamentos e que evidenciaram um nível de satisfação mais elevado com o departamento de atendimento merece alguma atenção por parte das câmaras. Este facto pode ser reflexo de quando iniciam os processos de

qualidade, as câmaras, começam pelos seus serviços de atendimento, modernizando a suas instalações e oferecendo cursos de formação profissional aos seus colaboradores para estes melhor atenderem os seus clientes. No entanto, julgamos ser importante desenvolver outros estudos para melhor compreender estas diferenças.

No que concerne à situação profissional, foram observados resultados com carácter significativo relativamente aos factores tangíveis, intangíveis e no global, com uma média elevada no grupo “sem actividade profissional” ($M=3.89$, $DP=.78$; $M=3.64$, $DP=.81$; $M=3.50$, $DP=.75$). Uma eventual explicação para os aspectos Tangíveis reside na modernização dos espaços que as câmaras municipais têm adoptado, como por exemplo, a afixação de editais, a divulgação de eventos culturais e acções de formação, computadores com acesso à internet etc. Relativamente aos factores Intangíveis destacam-se a boa relação entre as autarquias e os cidadãos. O levantamento das necessidades dos cidadãos pelos funcionários, a afabilidade e a boa comunicação são destacados na investigação de Sá e Sintra (2012), o que nos dá a entender que sujeitos sem actividade profissional, ou seja, com mais tempo disponível frequentam mais vezes as autarquias locais, de modo a serem ouvidos e, assim, receber uma resposta eficiente, consoante as suas necessidades.

Confrontando, agora, os resultados do nosso estudo com o estudo realizado em Câmaras Municipais não certificadas elaborado por Santana em 2012 verificamos algumas diferenças estatisticamente significativas.

Assim, em primeira instância, verificámos que nas autarquias certificadas, os munícipes estão mais satisfeitos com os factores tangíveis em relação ao departamento em que são atendidos, com uma maior relevância no serviço de atendimento ($M= 3.38$, $DP= .76$). Esta observação pode ser explicada pelo facto de haver uma adaptação gradual das condições e modernização das infra-estruturas dos locais de atendimento ao público (Sá & Sintra, 2008), o que segundo Santana (2012), não se constata nas autarquias sem certificação da qualidade.

Relativamente à relação de variáveis demográficas como as habilitações académicas, o local de residência, o género e a idade com a qualidade percebida do serviço prestado nos serviços de atendimento e urbanismo das autarquias locais com certificação da qualidade não se verificaram, através de análises estatísticas, resultados significativos. No entanto, para as câmaras municipais sem certificação foram encontrados resultados significativos para as variáveis género e idade (Santana, 2012). Importa explorar em estudos posteriores a causa destas diferenças.

Quanto à região onde se insere a câmara municipal, no nosso estudo verificámos a existência de diferenças, nomeadamente, um maior nível de

satisfação nos factores intangíveis e no global entre a região do Centro e Norte do País. Contudo, no estudo de Santana (2012) foram encontrados resultados significativos nos factores tangíveis, intangíveis e no global para todas as regiões. Para tentar encontrar explicações para estas diferenças observadas julgamos ser importante efectuar outros estudos empíricos.

V- Conclusão

Para concluir começamos por referir que os munícipes inquiridos evidenciaram um nível de satisfação mais elevado com os fatores tangíveis e que foram evidenciadas diferenças estatisticamente significativas relativamente aos dois departamentos em estudo verificando-se uma satisfação mais elevada com o departamento de atendimento das câmaras municipais.

Com o presente estudo pretendíamos analisar a influência das variáveis socio-demográficas na satisfação com a qualidade do serviço de atendimento/urbanismo em câmaras municipais portuguesas com certificação de qualidade. Verificámos então, que das variáveis socio-demográficas consideradas (região de pertença da câmara, idade, género, habilitações académicas, situação profissional e residência dos inquiridos), apenas as variáveis situação profissional dos inquiridos e localização das câmaras apresentam diferenças significativas quanto à satisfação. Estes dados podem ser explorados em estudos posteriores no sentido de perceber o porquê destas diferenças.

Assim, ao concluir este trabalho, podemos afirmar que sustentamos empiricamente que a percepção que os munícipes têm da sua satisfação com a qualidade dos serviços de atendimento e urbanismo, das suas câmaras municipais, sofre a influência de algumas variáveis sócio-demográficas, nomeadamente no que se refere à situação profissional dos mesmos e à localização das suas câmaras municipais.

É importante também referenciar o fato de a média de satisfação global não apresentar valores muito elevados, uma situação que deverá também ser explorada com maior profundidade no futuro.

A monitorização da percepção do cliente/cidadão quanto ao seu grau de satisfação permitirá à autarquia iniciar ações corretivas das lacunas encontradas no sentido de uma melhoria contínua da prestação do seu serviço, que é público e dirigido ao cidadão. Esta monitorização deve, no entanto envolver além do munícipe todos os colaboradores das câmaras e as suas chefias, no sentido de prevenir discrepâncias que condicionam a percepção da qualidade pelo cliente.

Sugere-se ainda, para estudos empíricos posteriores com mais análises comparativas ao nível da satisfação dos munícipes (câmaras certificadas e não certificadas). Estes estudos poderão ser facilitados pelo fato de existir uma escala de satisfação aferida e validada para as autarquias portuguesas, como é o QSM-S.

Esperamos, com o presente trabalho, ter acrescentado algo para o conhecimento acerca da qualidade de serviço das autarquias municipais

portuguesas, ou inspirado futuras investigações mais aprofundadas, num sector de actividade em que ainda há muito a explorar.

Declarando que as autarquias locais devem instituir uma cultura de qualidade, envolvendo todos os colaboradores no processo de melhoria contínua e direccionar o seu foco para o cidadão, procurando dar resposta às suas necessidades e expectativas de forma consistente e atempada, para assim aumentar a sua qualidade de serviços.

Por fim alertamos para algumas limitações deste estudo, nomeadamente o fato dos dados analisados se reportarem a 2008 sendo que, num horizonte temporal de cinco anos ocorreram importantes mudanças sociais, políticas, demográficas e económicas que poderão eventualmente ter-se refletido na percepção da satisfação atual dos munícipes. Por outro lado, alguns municípios que em 2008 não estariam certificados, podem ter iniciado entretanto o seu processo de certificação, sendo essa uma tendência crescente e generalizada. Neste sentido, corremos o risco de que os dados apresentados neste estudo não sejam o reflexo exato do atual contexto.

Bibliografia

Alferes, V., A. (1997) *Investigação Científica em Psicologia- teoria e prática*. Coimbra: Almedina.

Alves, H. (2003). *Uma abordagem de marketing à satisfação do aluno no ensino universitário público: índice, antecedentes e consequências*. Tese de Doutoramento em Gestão, Covilhã: Universidade da Beira Interior.

Araújo, J. F. (2002). *Gestão Pública em Portugal: mudança e persistência institucional*. Coimbra: Quarteto Editora.

Brito, E.J.O. (2010) *Gestão do Conhecimento e Qualidade como Vectores de Competitividade na Administração Pública Local*. (Dissertação de Doutoramento não publicada). Faculdade de Psicologia Ciências da Educação da Universidade de Coimbra, Coimbra.

Bolton, R. & Drew, J.H. (1991). A Multistage Model of Customers Assessments of Service Quality and Value. *Journal of Consumer Research*, vol. 17, nº4, pp.375-384.

Carvalho, C.S.M. (2008). *A qualidade do serviço público: o caso da loja do cidadão*. (Tese de Doutoramento não publicada) Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Porto.

Coelho, H. (1998). *Satisfação dos consumidores de cuidados de saúde: Avaliação dos pais e acompanhantes de crianças internadas*. Tese de Mestrado em Gestão de Empresas, Braga: Universidade do Minho.

Cronin, J. & Taylor, S. (1992) Measuring Service Quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56 (3), 55-68.

Dabholkar, P., Shepard, D. & Thorpe, D. (2000). Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on behavioral intention in service environments. *Journal of Retailing*. Vol. 6, nº2, pp. 193-218.

Eiglier, P. (1997). Politique de qualité dans les unités de services. 1ª *Conferência Nacional de marketing de Serviços*, Lisboa: GIEM.

Ferreira, A. (2006). *Percepção do desempenho dos serviços municipalizados e municipais de água e saneamento no distrito de Castelo Branco: A perspectiva dos utentes e funcionários*. Tese de Mestrado em Gestão, Covilhã: Universidade da Beira Interior.

Godinho, M. J. & Neto, S. C. (2001). *Qualidade: uma prática secular*. Lisboa: Secretariado para Modernização administrativa.

Gonçalves, I. & Monteiro, L. (1999). *Serviços Públicos: da Burocracia à Qualidade*. Lisboa: Secretariado para Modernização Administrativa.

Homburg, C. & Giering, A. (2001). Personal characteristics as moderators of the relationship between customers satisfaction and loyalty: an empirical analysis. *Psychology and Marketing Journal*. Vol.18,nº1,pp. 43-66.

Huete, L. (1998). *Serviços & Lucro*. Lisboa: Edições AESE.

Jones, M. A., Mothersbaugh, D.L. & Beatty, S. E.(2000). Switching barriers and repurchase intentions in services. *Journal of Retailing*. Vol.76, p.260.

Kelemen, M. (2003). *Managing Quality- managerial and critical perspectives*. Sage Publications.

Latour, S.A. & Peat, N.C. (1980). The role of situationally produced expectations, others experiences and prior experience in determining consumer satisfaction. In Olson, J.C.. *Advances in consumer research*. Ann Arbor, MI.: Association for Consumer Research.

Lovelock, C.H. (1994). *Product plus: how product + servisse= competitive advantage*. New York: McGraw-Hill.

Martinez-Tur, V., Peiró, J. & Ramos, J. (2001). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente: una perspectiva psicossocial*. Madrid: Síntesis.

McDougall, G. & Levesque, T. (2000). Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation. *Journal of Services Marketing*. Vol. 14, nº5,pp. 392-410.

Ngobo, P. (1997). Decreasing returns in customer loyalty: does it really matter to delight the customers?. *Advances in Consumer Research*. Vol. 26, pp. 469-476.

Oliver, R.L.(1980) A cognitive Model of antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Consumer Research*. Vol. 42, pp. 460-469.

Oliver, R.L. (1993) Cognitive, affective and attribute bases of satisfaction response. *Journal of Consumer Research*, Vol. 20, pp. 410-430.

Oliver, R.L.(1997). *Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer*. Boston: McGraw-Hill.

Paiva, A. L. & Capelas, L. (2002). *Manual Prático para a Certificação e Gestão da Qualidade com Base nas Normas ISO 9000:2000 – Um guia com os métodos e processos mais modernos*. Lisboa: Verlag Dashöfer, Edições Profissionais, Lda.

Parasuraman, A., Zheitaml, V.A. & Berry, L.L.(1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, vol. 64, n°1, pp. 39-48.

Parasuraman, A., Zheitaml, V.A. & Berry, L.L.(1990). *Delivering Quality Service*. NY: The Free Press.

Parasuraman, A., Zheitaml, V.A. & Berry, L.L.(1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *Journal of Marketing*. 58. 111-124.

Pestana, M. H. & Gageiro, J. N. (2008). *Análise de dados para ciências sociais* (5ª Ed). Lisboa: Edições Sílabo.

Pinto, A.C.(1990). *Metodologia da Investigação psicológica*. Porto: Edições Jornal de Psicologia.

Rocha, J.A.O.(2006). *Gestão da Qualidade: aplicação aos serviços públicos*. Lisboa: Escolar Editora.

Rust, R. & Oliver, R. (1993). *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Rust, R. & Oliver, R.L. (1994). Service Quality: insights and managerial implications from the frontier. In Rust, R. & Oliver, R.L. *Service Quality: new directions in theory and practice*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Santana, M. H.(2012). *A influência de variáveis sócio-demográficas na percepção da satisfação com a qualidade do serviço de atendimento/urbanismo em câmaras municipais não certificadas*. (Tese de Mestrado não publicada) Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra, Coimbra.

Sá, P.M. (2003). “A excelência no Governo local português: determinantes e obstáculos”. *La Calidad en los servicios públicos administrativos*. Escola Galega de Administración Pública: pp.121-141.

Sá, P.M. & Sintra, O.F. (2008, Junho) Modernização administrativa e gestão da qualidade: um estudo empírico nos municípios portugueses. *Notas Económicas: Revista da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra*. 27. 57-80.

Silva, J.O. (2000). Qualidade, Cidadania e Modernização Administrativa. *Revista Portuguesa de Administração e Políticas Públicas*. I(1): 106-111.

Skogland, I. & Siguaw, J. (2004). *Are Your Satisfied Customers Loyal?* Cornell University, vol. 45, nº3, pp. 221-234.

Soares, I. P. A. (2010). *Sistemas de gestão da qualidade- guia para a sua implementação*. Lisboa: Edições Sílabo.

Tabachnick, B. G. & Fidell, L.S. (2007). *Using Multivariate Statistics* (5ªed). Boston: Allyn & Bacon.

Thibaut, J.W. & Kelley, H. (1959). *The Social Psychology of Groups*. NY: John Willey & Sons, Inc..

Vavra, T.G. (1996). *Marketing de Relacionamento*. 1ª Edição. São Paulo: Atlas.

Vilares, M.J. & Coelho, P.S. (2011). *Satisfação e lealdade do cliente: metodologias de avaliação, gestão e análise* (2ª ed). Lisboa: Escolar Editora.

Woodruff, R.B. , Cadotte, B.E. & Jenkuns, R.L. (1983). Modeling Consumer Satisfaction Processes Using Experience-Based Norms. *Journal of Marketing Research*, vol. 20, nº3, pp. 296-304.

Woodruff, R.B. (1997). Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 25, nº 2, pp. 139-153.

Zeithaml, V., Berry, L. & Parasuraman, A. (1993). The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 21, nº1, pp.1-12.

Anexos

- 41 A influência de variáveis sócio-demográficas na percepção da satisfação com a qualidade do serviço de atendimento/urbanismo em câmaras municipais certificadas.
João André Dos Santos Ferreira (joao.s.f@icloud.com) 2013

Questionário de Satisfação do Munícipe - QSM (Atendimento)

Apresentamos-lhe dois grupos de afirmações, compostos por diversos itens, sobre os quais gostaríamos de saber a sua opinião.

Ao responder ao primeiro grupo tenha sempre em mente que este se relaciona com o **serviço de atendimento** (ou afim). O segundo grupo é relativo à instituição como um todo Câmara Municipal.

Não há respostas certas ou erradas, pretendendo-se apenas a sua opinião pessoal e sincera. Este questionário é de natureza confidencial e anónima.

A sua colaboração é fundamental para nós!

Instruções

Assinale a sua resposta, de acordo com a seguinte escala:

- ① Nada satisfeito ② Pouco satisfeito ③ Moderadamente satisfeito ④ Muito satisfeito ⑤ Totalmente satisfeito

Caso não possua informação suficiente ou não pretenda responder a alguma das questões, assinale a sua resposta na coluna **NS** (Não sei responder).

Muito Importante: preencha apenas a lápis, esferográfica azul ou preta, **enchendo totalmente** os círculos correspondentes à sua resposta, uma vez que **os questionários irão ser alvo de leitura óptica.**

Certo:



Errado:



Qual o meu grau de satisfação com:

Nada satisfeito
Pouco satisfeito
Moderadamente satisfeito
Muito satisfeito
Totalmente satisfeito
NS - Não sei responder

- | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1) A apresentação dos funcionários do serviço de atendimento | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 2) O modo/simpatia como sou acolhido pelos funcionários | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 3) A disponibilidade que os funcionários mostram na resolução dos meus pedidos | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 4) O vínculo dos funcionários ao serviço/informação que me prestam | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 5) A idoneidade dos funcionários | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 6) A confiança de que serei bem atendido quando voltar de novo | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 7) Os materiais de comunicação do serviço de atendimento (ex: cartazes, faixas, painéis e folhetos) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 8) A confiança que o comportamento dos funcionários me inspira | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 9) A certeza de que em nenhum outro sítio me "serviam" melhor | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 10) O serviço de atendimento desta Câmara | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 11) A confiança que sinto quando tenho de me relacionar com o serviço de atendimento desta Câmara | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 12) O horário de funcionamento dos serviços de atendimento | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 13) A prestação dos serviços nos prazos devidos | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 14) Os esforços feitos pelos funcionários para satisfazerem o meu pedido | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 15) A segurança das instalações | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 16) A atenção personalizada que os funcionários me prestam | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 17) O serviço que me foi prestado | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 18) A capacidade dos funcionários para avaliarem a dimensão do meu problema | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 19) O espaço físico do serviço de atendimento | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |
| 20) A execução dos meus pedidos "bem à primeira vez" | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ○ |

Qual o meu grau de satisfação com:

Nada satisfeito
Pouco satisfeito
Moderadamente satisfeito
Muito satisfeito
Totalmente satisfeito
NS - Não sei responder

21) A capacidade dos funcionários esclarecerem as minhas dúvidas	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
22) A rapidez com que os funcionários de atendimento me prestam o serviço	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
23) A facilidade de acesso ao serviço de atendimento pela generalidade dos cidadãos (ex: ausência de barreiras)	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
24) O rigor com que me são prestadas as informações	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
25) A disposição dos funcionários para me ajudar	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
26) O conforto das instalações	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
27) O mobiliário do serviço de atendimento (actualizado / moderno)	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
28) A capacidade dos funcionários comunicarem comigo	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
29) O interesse demonstrado na resolução dos meus problemas	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
30) Os conhecimentos que os funcionários têm para esclarecer as minhas dúvidas	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
31) A simplicidade dos formulários que tenho de preencher	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
32) A capacidade dos funcionários para se “colocarem no meu lugar”	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
33) A clareza das informações que me são prestadas	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
34) A limpeza e higiene das instalações	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
35) A atenção que os funcionários prestam às minhas necessidades	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
36) A sinalização do serviço de atendimento	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
37) A prestação do serviço nos prazos prometidos	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
38) O cumprimento do prometido pelos funcionários	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
39) A capacidade dos funcionários para perceberem os meus problemas	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
40) A preocupação dos funcionários com os meus interesses	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
41) A capacidade que os funcionários têm de antecipar as minhas necessidades futuras	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>

Instruções

Pedimos-lhe que passe agora a utilizar a seguinte escala:

1 Discordo totalmente 2 Discordo 3 Nem concordo nem discordo 4 Concordo 5 Concordo totalmente

Caso não possua informação suficiente ou não pretenda responder a alguma das questões, assinala a sua resposta na coluna **NS** (Não sei responder).

Esta Câmara:

Discordo totalmente
Discordo
Nem concordo nem discordo
Concordo
Concordo totalmente
NS - Não sei responder

1) Recomendo vivamente os serviços desta Câmara aos outros	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
2) Tem responsáveis municipais que se servem das suas posições para resolver os seus próprios interesses	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
3) Nas suas relações com os munícipes trata a todos por igual	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
4) É uma Câmara digna de confiança	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>
5) Tem funcionários que aceitam decidir um processo a favor ou contra o munícipe de acordo com as suas relações pessoais	1	2	3	4	5	<input type="radio"/>

Esta Câmara:

Discordo totalmente
Discordo
Nem concordo nem discordo
Concordo
Concordo totalmente
NS - Não sei responder

6) Cumpre a lei nas suas relações com os munícipes	1 2 3 4 5
7) Toma decisões sem atender a "cunhas"	1 2 3 4 5
8) Tem funcionários que aceitam dinheiro para decidir um processo a favor do munícipe	1 2 3 4 5
9) Organiza-se em serviços de elevada Qualidade	1 2 3 4 5
10) Fornece um serviço de Qualidade à comunidade	1 2 3 4 5
11) Toma decisões sempre baseadas na lei	1 2 3 4 5
12) Costumo fazer comentários positivos sobre esta Câmara	1 2 3 4 5
13) É uma Câmara com prestígio	1 2 3 4 5
14) Tem funcionários que tomam decisões apenas baseadas na lei	1 2 3 4 5
15) Tem funcionários que aceitam favores para decidir um processo a favor do munícipe	1 2 3 4 5

Não se esqueça, por favor, de responder a estas últimas questões:

<p>1) Idade</p> <p>1 De 18 a 24 anos</p> <p>2 De 25 a 34 anos</p> <p>3 De 35 a 49 anos</p> <p>4 De 50 a 64 anos</p> <p>5 Mais de 65 anos</p>	<p>3) Habilitações académicas</p> <p>1 Sem Escolaridade</p> <p>2 1º Ciclo do ensino básico (1ª a 4º ano)</p> <p>3 2º Ciclo do ensino básico (5º e 6º ano)</p> <p>4 3º Ciclo do ensino básico (7º a 9º ano)</p> <p>5 Ensino secundário (10º a 12º ano)</p> <p>6 Bacharelato</p> <p>7 Licenciatura</p> <p>8 Mestrado</p> <p>9 Doutoramento</p>	<p>4) Situação profissional actual</p> <p>1 Funcionário / prestador de serviço no sector público</p> <p>2 Trabalhador por conta própria (sector privado)</p> <p>3 Trabalhador por conta de outrem (sector privado)</p> <p>4 Desempregado</p> <p>5 Estudante</p> <p>6 Aposentado / Reformado</p> <p>7 Sem qualquer tipo de actividade profissional</p>
<p>2) Sexo</p> <p>1 Feminino</p> <p>2 Masculino</p>	<p>5) Reside</p> <p>1 Na sede deste município</p> <p>2 Noutra área deste município</p> <p>3 Na área de outro município</p>	

Muito obrigado pela sua preciosa colaboração!

Anexo I. Comparação da satisfação dos munícipes em função do grupo etário

Variável	N	Média	Desvio padrão	F	p
Grupo etário					
Aspetos intangíveis					
18 – 24	200	2.81	.63	1.720	.143
25 – 34	496	2.80	.74		
35 – 49	544	2.91	.71		
50 – 64	285	2.88	.78		
> 65	47	2.89	.85		
Aspetos tangíveis					
18 – 24	200	3.31	.69	1.822	.122
25 – 34	496	3.35	.76		
35 – 49	544	3.36	.72		
50 – 64	285	3.40	.77		
> 65	47	3.61	.81		
Total					
18 – 24	200	2.78	.55	1.624	.166
25 – 34	496	2.77	.66		
35 – 49	544	2.86	.62		
50 – 64	285	2.85	.70		
> 65	47	2.89	.74		

**Anexo II. Comparação da satisfação dos munícipes em função do
sexo**

Variável	N	Média	Desvio Padrão	t	p
Sexo					
Aspetos intangíveis					
Feminino	932	2.85	.72	-.682	.175
Masculino	612	2.87	.74		
Aspetos tangíveis					
Feminino	932	3.36	.73	-.640	.267
Masculino	612	3.38	.77		
Total					
Feminino	932	2.81	.64	-.779	.153
Masculino	612	2.84	.66		

Anexo III Comparação da satisfação dos munícipes em função das
habilitações académicas

Variável Habilitações académicas	N	Média	Desvio Padrão	F	p
Aspetos intangíveis					
Sem escolaridade	5	2.81	.19	1.775	.078
1º Ciclo do Ensino Básico	129	3.06	.79		
2º Ciclo do Ensino Básico	128	2.87	.68		
3º Ciclo do Ensino Básico	248	2.88	.73		
Ensino Secundário	636	2.82	.71		
Bacharelato	104	2.83	.74		
Licenciatura	277	2.85	.76		
Mestrado	20	2.95	.69		
Doutoramento	13	2.58	.62		
Aspetos tangíveis					
Sem escolaridade	5	3.00	.28	1.327	.225
1º Ciclo do Ensino Básico	129	3.55	.80		
2º Ciclo do Ensino Básico	128	3.38	.72		
3º Ciclo do Ensino Básico	248	3.34	.75		
Ensino Secundário	636	3.37	.73		
Bacharelato	104	3.29	.71		
Licenciatura	277	3.35	.78		
Mestrado	20	3.33	.53		
Doutoramento	13	3.32	.51		
Total					
Sem escolaridade	5	2.74	.18	1.858	.063
1º Ciclo do Ensino Básico	129	3.01	.70		
2º Ciclo do Ensino Básico	128	2.83	.61		
3º Ciclo do Ensino Básico	248	2.83	.65		
Ensino Secundário	636	2.79	.63		
Bacharelato	104	2.79	.66		
Licenciatura	277	2.82	.68		
Mestrado	20	2.90	.59		
Doutoramento	13	2.60	.44		

Anexo V. Comparação da satisfação dos munícipes em função da residência

Variável	N	Média	Desvio Padrão	F	p
Residência					
Aspetos intangíveis					
Na sede do município	1023	2.82	.75	2.143	.118
Noutra área do município	384	2.90	.67		
Noutro município	129	2.92	.70		
Aspetos tangíveis					
Na sede do município	1023	3.35	.75	.290	.748
Noutra área do município	384	3.38	.72		
Noutro município	129	3.38	.73		
Total					
Na sede do município	1023	2.79	.67	1.930	.146
Noutra área do município	384	2.86	.59		
Noutro município	129	2.88	.62		

**Anexo IV: Tabelas do Teste *Post-Hoc Tukey*
QSM-S para os factores Intangíveis**

(I) Situação Profissional actual	(J) Situação Profissional actual	Mean Difference (I-J)	Erro padrão	Sig.
Funcionário/prestador de serviços (sector público)	Trabalhador por conta própria (sector privado)	.15502	.06685	.235
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	.14791	.06437	.246
	Desempregado	.19190	.11293	.617
	Estudante	.08264	.09948	.982
	Aposentado/reformado	.03433	.11443	1.000
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.65171	.21089	.033
Trabalhador por conta própria (sector privado)	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	-.15502	.06685	.235
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	-.00711	.04301	1.000
	Desempregado	.03688	.10228	1.000
	Estudante	-.07238	.08720	.982
	Aposentado/reformado	-.12069	.10393	.908
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.80673	.20538	.002
Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	-.14791	.06437	.246
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	.00711	.04301	1.000
	Desempregado	.04399	.10067	.999
	Estudante	-.06527	.08531	.988
	Aposentado/reformado	-.11358	.10235	.925
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.79962	.20459	.003
Desempregado	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	-.19190	.11293	.617
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	-.03688	.10228	1.000
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	-.04399	.10067	.999
	Estudante	-.10927	.12605	.977
	Aposentado/reformado	-.15757	.13815	.915
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.84361	.22465	.003

Estudante	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	-0.08264	.09948	.982
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	.07238	.08720	.982
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	.06527	.08531	.988
	Desempregado	.10927	.12605	.977
	Aposentado/reformado	-.04831	.12739	1.000
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.73434	.21820	.014
Aposentado/reformado	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	-.03433	.11443	1.000
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	.12069	.10393	.908
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	.11358	.10235	.925
	Desempregado	.15757	.13815	.915
	Estudante	.04831	.12739	1.000
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.68604	.22541	.038
Sem qualquer tipo de actividade profissional	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	.65171	.21089	.033
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	.80673	.20538	.002
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	.79962	.20459	.002
	Desempregado	.84361	.22465	.003
	Estudante	.73434	.21820	.014
	Aposentado/reformado	.68604	.22541	.038

QSM-S para os factores Tangíveis

(I) Situação Profissional actual	(J) Situação Profissional actual	Mean Difference (I-J)	Erro padrão	Sig.
Funcionário/prestador de serviços (sector público)	Trabalhador por conta própria (sector privado)	-.07250	.06822	.939
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	-.01639	.06568	1.000
	Desempregado	.07917	.11523	.993
	Estudante	.16380	.10151	.674
	Aposentado/reformado	-.12320	.11676	.941
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.54570	.21519	.147
Trabalhador por conta própria (sector privado)	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	.07250	.06822	.939
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	.05610	.04389	.862
	Desempregado	.15167	.10436	.772
	Estudante	.23630	.08897	.110
	Aposentado/reformado	-.05070	.10605	.999
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.47320	.20957	.265
Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	.01639	.06568	1.000
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	-.05610	.04389	.862
	Desempregado	.09557	.10272	.968
	Estudante	.18019	.08705	.371
	Aposentado/reformado	-.10681	.10444	.949
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.52931	.20876	.147
Desempregado	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	-.07917	.11523	.993
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	-.15167	.10436	.772
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	-.09557	.10272	.968
	Estudante	.08463	.12862	.995
	Aposentado/reformado	-.20237	.14097	.782
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.62487	.22923	.093

Estudante	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	-1.16380	.10151	.674
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	-.23630	.08897	.110
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	-.18019	.08705	.371
	Desempregado	-.08463	.12862	.995
	Aposentado/reformado	-.28700	.12999	.292
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.70950	.22264	.025
Aposentado/reformado	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	.12320	.11676	.941
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	.05070	.10605	.999
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	.10681	.10444	.949
	Desempregado	.20237	.14097	.782
	Estudante	.28700	.12999	.292
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.42350	.23000	.523
Sem qualquer tipo de actividade profissional	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	.54570	.21519	.147
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	.47320	.20957	.265
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	.52931	.20876	.147
	Desempregado	.62487	.22923	.093
	Estudante	.70950	.22264	.025
	Aposentado/reformado	.42250	.23000	.523

Para o QSM-S Total

(I) Situação Profissional actual	(J) Situação Profissional actual	Mean Difference (I-J)	Erro padrão	Sig.
Funcionário/prestador de serviços (sector público)	Trabalhador por conta própria (sector privado)	.10991	.05915	.509
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	.11488	.05695	.404
	Desempregado	.16782	.09992	.630
	Estudante	.09645	.08802	.929
	Aposentado/reformado	.01138	.10125	1.000
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.58479	.18660	.029
Trabalhador por conta própria (sector privado)	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	-.10991	.05915	.509
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	.00497	.03806	1.000
	Desempregado	.05791	.09049	.995
	Estudante	-.01346	.07715	1.000
	Aposentado/reformado	-.09853	.09196	.936
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.69470	.18172	.003
Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	-.11488	.05695	.404
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	-.00497	.03806	1.000
	Desempregado	.05294	.08907	.997
	Estudante	-.01844	.07548	1.000
	Aposentado/reformado	-.10350	.09056	.915
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.69967	.18102	.002
Desempregado	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	-.16782	.09992	.630
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	-.05791	.09049	.995
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	-.05294	.08907	.997
	Estudante	-.07138	.11152	.995
	Aposentado/reformado	-.15644	.12224	.861
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.75261	.19877	.003

Estudante	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	-.09645	.08802	.929
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	.01346	.07715	1.000
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	.01844	.07548	1.000
	Desempregado	.07138	.11152	.995
	Aposentado/reformado	-.08506	.11271	.989
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.68124	.19306	.008
Aposentado/reformado	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	-.01138	.10125	1.000
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	.09853	.09196	.936
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	.10350	.09056	.915
	Desempregado	.15644	.12224	.861
	Estudante	.08506	.11271	.989
	Sem qualquer tipo de actividade profissional	-.59618	.19944	.045
Sem qualquer tipo de actividade profissional	Funcionário/prestador de serviços (sector público)	.58479	.18660	.029
	Trabalhador por conta própria (sector privado)	.69470	.18172	.003
	Trabalhador por conta de outrem (sector privado)	.69967	.18102	.002
	Desempregado	.75261	.19877	.003
	Estudante	.68124	.19306	.008
	Aposentado/reformado	.59618	.19944	.045