

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO**

JULIETTY CHRISTIELLE LAURENTINO DOS SANTOS

**CONFIANÇA DOS CIDADÃOS NA GESTÃO PÚBLICA:
ANÁLISE DE ANTECEDENTES E PROPOSTA DE UMA ESCALA DE
MENSURAÇÃO**

João Pessoa

2014



JULIETTY CHRISTIELLE LAURENTINO DOS SANTOS

**CONFIANÇA DOS CIDADÃOS NA GESTÃO PÚBLICA:
ANÁLISE DE ANTECEDENTES E PROPOSTA DE UMA ESCALA DE
MENSURAÇÃO**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba.

Área de Concentração: Administração e Sociedade.
Linha de Pesquisa: Marketing e Sociedade

Orientador: Prof. Dr. Francisco José da Costa

João Pessoa

2014

S237c Santos, Julietty Christielle Laurentino dos.
Confiança dos cidadãos na gestão pública: análise de
antecedentes e proposta de uma escala de mensuração /
Julietty Christielle Laurentino dos Santos.- João Pessoa, 2014.
142f.
Orientador: Francisco José da Costa
Dissertação (Mestrado) – UFPB/CCSA
1. Administração. 2. Administração e sociedade. 3. Marketing
de organizações públicas. 4. Cidadãos. 5. Confiança.

UFPB/BC

CDU: 658(043)

FOLHA DE APROVAÇÃO

JULIETTY CHRISTIELLE LAURENTINO DOS SANTOS

**CONFIANÇA DOS CIDADÃOS NA GESTÃO PÚBLICA:
ANÁLISE DE ANTECEDENTES E PROPOSTA DE UMA ESCALA DE
MENSURAÇÃO**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba.

Área de Concentração: Administração e Sociedade.

Linha de Pesquisa: Marketing e Sociedade

Dissertação aprovada em: 11/08/2014

Banca examinadora:

Prof. Dr. Francisco José da Costa (Orientador)
Universidade Federal da Paraíba

Prof. Dr. Nelsio Rodrigues de Abreu (Examinador Interno)
Universidade Federal da Paraíba

Prof. Dr. Fernando de Souza Coelho (Examinador Externo)
Universidade de São Paulo

Dedico este trabalho ao meu avô, Pedro Laurentino (in memoriam), um exemplo de patriarca, de homem e de pessoa, que sempre se orgulhou das minhas conquistas.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me dado forças para continuar esta trajetória e sempre estar ao meu lado. À minha família, à minha irmã Josyellen que conviveu comigo nos dias que estava em João Pessoa e sempre me apoiou e compreendeu minha ausência, à minha irmã Jannielly que sempre me ajudou no que pôde para que eu continuasse o trajeto João Pessoa-Bananeiras, na pessoa do meu amado pai Jerônimo que se preocupou e cuidou de mim para que atingisse o resultado desejado e principalmente, à minha amada mãe, que sempre me deu palavras de consolo para que eu não me deixasse abater pelas dificuldades.

Agradeço aos meus amigos da turma 38, com quem compartilhei angústias, prazos, desafios e metas, em especial aos amigos da linha de marketing, Gabriela, Josuéilton, Mariana, Rebeca e Williana. Também agradeço aos amigos da turma 37, que convivi desde os tempos de aluna especial, aos amigos da turma 39 e das turmas 1, 2 e 3 do doutorado.

Agradeço às minhas queridas amigas Mariana Monteiro, Rhaísa Louise e Shirley Luanna e seus respectivos companheiros, com quem compartilhei todas emoções desta jornada. Às minhas queridas Vanessa Santos e Jammilly Brandão que sempre compreenderam minha ausência nesta fase. Às minhas grandes amigas e irmãs Franciene e Richélita, todo apoio concedido desde o início do curso até a finalização deste trabalho, pelo apoio dado na cidade de Solânea para tornar esta etapa da vida menos árdua.

Agradeço aos professores Fernando Coelho e Nelsio Abreu pelo auxílio na construção deste trabalho. Agradeço a todos que me apoiaram no CCHSA, na pessoa da diretora Prof. Terezinha, das coordenadoras e vice, Prof. Raunira e Prof. Belísia, na pessoa dos colegas de trabalho, Seu Luís, Lucinha, Karla, Elza e Galega, pessoas que compreenderam minhas ausências.

Por fim, agradeço ao meu querido orientador, a quem também posso chamar de amigo, Professor Franzé, pelo apoio, pelo ensino, pelo cuidado, até mesmo pelos sermões. Sem dúvida ser sua orientanda tornou esta jornada mais completa. Também agradeço sua incrível esposa, Cláudia, que me recebeu em sua casa e sempre teve muito cuidado comigo, nos momentos mais difíceis da minha vida sempre veio com palavras de conforto e apoio.

RESUMO

A finalidade desta dissertação foi estudar a confiança dos cidadãos no executivo municipal por meio do desenvolvimento de uma escala de medição do construto e do estudo de seus antecedentes. Analisar a confiança na perspectiva de marketing no interesse público tem sido uma maneira de expandir seu estudo além do contexto gerencial, como vinha sendo abordado na literatura. A escolha pelo executivo municipal se deu por ser a esfera de governo mais próxima dos cidadãos e da quantidade elevada de municípios no Estado Brasileiro. Foi realizada uma revisão da literatura sobre marketing de organizações públicas e sobre os fatores condicionantes da confiança e sua mensuração, tendo-se identificado que a confiança é composta de duas dimensões, credibilidade e benevolência. Para análise empírica, foram realizadas duas amostragens nas cidades de João Pessoa, Bananeiras e Solânea no estado da Paraíba, e na cidade de Garanhuns no estado de Pernambuco. A escala desenvolvida constou de 10 itens de relação refletiva com as dimensões latentes. Os resultados de relações confirmaram parcialmente as hipóteses da satisfação dos cidadãos, do desempenho do executivo municipal e da participação dos cidadãos como fatores condicionantes da confiança dos cidadãos e rejeitaram a hipótese de que a propensão à confiança é um fator preditor da confiança dos cidadãos. A pesquisa contribuiu para os gestores públicos com informações relativas à confiança dos cidadãos em diferentes cidades e em seus diferentes níveis. Também contribuiu para a academia, por meio da disponibilização de uma escala de medição não existente na literatura e validada de forma rigorosa.

Palavras-chave: Marketing de organizações públicas. Cidadãos. Confiança.

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to study the confidence of citizens in the current municipal executive through the development of a scale measuring the construct and the study of municipal executives before them. Analyzing the confidence in the public interest through the marketing perspective has been a way to expand studies beyond the managerial context, as had been reported in the literature. The choice for this particular municipal executive was made based on the level of government closest to citizens and the high number of municipalities in the Brazilian State. A review of the literature on public organizations marketing and the factors that influence trust and its measurement was performed and it was identified that trust is composed of two dimensions, credibility and benevolence. For empirical analysis, two samples in the cities of João Pessoa, Bananeiras and Solânea in the state of Paraíba, and the city of Garanhuns in Pernambuco state were performed. The scale which consisted of 10 items developed reflective relationship with the latent dimensions. The results partially confirmed the hypotheses that the factors relation citizen satisfaction, the performance of the municipal executive and citizen participation are which factors affect the confidence of citizens and rejected the hypothesis that the propensity to trust is a predictor of trust. The research contributed to public managers with information regarding the confidence of citizens in different cities and at different levels. Also contributed to the academy, through the availability of a scale measuring non-existent in the literature and validated in a rigorous manner.

Keywords: Marketing of public organizations. Citizens. Confidence.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Evolução das dimensões públicas e sociais das atividades de marketing.....	24
Figura 2 - Modelo de troca diádica do marketing público	26
Figura 3- Modelo ECSI	36
Figura 4 - Riscos envolvidos nas relações de troca	38
Figura 5- Modelo tridimensional da confiança.....	39
Figura 6- Modelo Bidimensional da Confiança	40
Figura 7 - Modelo Estrutural da Confiança	41
Figura 8 - Modelo síntese da Satisfação e Confiança.....	42
Figura 9 - Modelo da Participação Pública e as relações com a Confiança Pública	43
Figura 10 - Modelo da Pesquisa	50
Figura 11 - Estrutura Geral da Pesquisa	51
Figura 12 - Passos do desenvolvimento da escala.....	53
Figura 13 – Gráficos das variáveis preditoras sobre a credibilidade – Análise Global.....	101
Figura 14 – Gráficos das variáveis preditoras sobre a benevolência – Análise Global.....	101
Figura 15 – Gráficos das variáveis preditoras sobre a credibilidade – João Pessoa.....	103
Figura 16 – Gráficos das variáveis preditoras sobre a benevolência– João Pessoa	103
Figura 17 – Gráficos das variáveis preditoras sobre a credibilidade – Garanhuns.....	105
Figura 18 – Gráficos das variáveis preditoras sobre a benevolência – Garanhuns	105
Figura 19 – Gráficos das variáveis preditoras sobre a credibilidade – Bananeiras e Solânea	107
Figura 20 - Gráficos das variáveis preditoras sobre a benevolência – Bananeiras e Solânea	107

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Evolução das Questões Sociais do Marketing.....	22
Quadro 2 - Benefícios do Sistema Agregado de Marketing para a Sociedade.....	23
Quadro 3 - Exemplos dos 4P's na gestão municipal.	35
Quadro 4 - Resumo antecedentes e consequentes da confiança.....	44
Quadro 5 - Escala da confiança.....	46
Quadro 6 - Escala das dimensões benevolência e credibilidade.....	46
Quadro 7 - Escala das dimensões capacidade técnica e intencionalidade.....	46
Quadro 8 - Escala das dimensões credibilidade, integridade e benevolência.	47
Quadro 9 – Especificação do domínio do construto.....	58
Quadro 10 – Escala de verificação da validação de face e de conteúdo.....	59
Quadro 11 – Itens após validação de face e conteúdo.....	61
Quadro 12 – Escala dos antecedentes da confiança.....	62
Quadro 13 - Escala preliminar de mensuração da confiança dos cidadãos.....	76
Quadro 14 - Hipóteses da pesquisa.....	78
Quadro 15 - Resultado do teste exploratório das hipóteses da pesquisa.....	81
Quadro 16- Escala da confiança dos cidadãos.....	92
Quadro 17 - Instruções para interpretação dos resultados.....	92
Quadro 18 – Hipóteses da pesquisa.....	100
Quadro 19 – Hipóteses da pesquisa.....	108
Quadro 20 – Escala da confiança dos cidadãos.....	110
Quadro 21 – Hipóteses da pesquisa.....	111

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Número de municípios brasileiros.....	29
Tabela 2 - Distribuição do número de municípios e de habitantes por regiões.....	30
Tabela 3 - Classes de tamanho da população por municípios.....	30
Tabela 4 – Resultados validade de face e conteúdo	59
Tabela 5 - <i>Missing values</i> das variáveis adicionais e sócio-econômicas.....	65
Tabela 6 - <i>Missing values</i> dos itens da escala da confiança dos cidadãos.....	66
Tabela 7 – Características gerais da amostra.....	66
Tabela 8 - Tempo de moradia no local de residência por cidade	67
Tabela 9 - Matriz de correlação das variáveis da dimensão credibilidade*	68
Tabela 10 – Resultados da análise fatorial confirmatória e do alpha	69
Tabela 11 - Resultados da análise fatorial na segunda rodada	69
Tabela 12 – Resultados da análise fatorial confirmatória.....	71
Tabela 13 – Estatística descritiva da dimensão credibilidade	72
Tabela 14 - Matriz de correlação das variáveis da dimensão benevolência*	72
Tabela 15 - Resultados da análise fatorial confirmatória e do alpha.....	73
Tabela 16 – Resultados da análise fatorial confirmatória.....	75
Tabela 17 - Estatística descritiva da dimensão benevolência.....	75
Tabela 18 - Resumo das medidas descritivas das dimensões	76
Tabela 19 - Medidas descritivas das variáveis preditoras da confiança	77
Tabela 20 - Matriz de correlação entre os construtos*	78
Tabela 21 - Resultados do modelo da regressão múltipla da credibilidade.....	79

Tabela 22 - Resultados do modelo da regressão múltipla da benevolência	80
Tabela 23 - Características gerais da segunda amostra	84
Tabela 24 - Tempo de residência por cidade	84
Tabela 25 - Correlação, consistência interna e fatorial exploratória	85
Tabela 26 - Resultados da análise fatorial confirmatória da dimensão ‘credibilidade’	86
Tabela 27 - Estatística descritiva da dimensão credibilidade	87
Tabela 28 - Correlação, consistência interna e fatorial exploratória	88
Tabela 29 - Resultados da análise fatorial confirmatória da dimensão benevolência	88
Tabela 30 - Estatística descritiva da dimensão benevolência	89
Tabela 31 - Resumo das medidas descritivas das dimensões	90
Tabela 32 - Resultados da validade e confiabilidade da escala	91
Tabela 33 - Resultados da validade de critério	91
Tabela 34 - Resumo das medidas descritivas das variáveis preditoras da confiança	94
Tabela 35 - Resultados do modelo da regressão múltipla da ‘credibilidade’	95
Tabela 36 - Resultados do modelo da regressão múltipla da ‘credibilidade’ após <i>stepwise forward</i>	96
Tabela 37 - Resultados do modelo da regressão múltipla da ‘benevolência’	96
Tabela 38 - Resultados do modelo da regressão múltipla da ‘benevolência’ após <i>stepwise forward</i>	97
Tabela 39 - Resultados do modelo de regressão múltipla após <i>stepwise forward</i> na cidade de João Pessoa	98
Tabela 40 - Resultados do modelo de regressão múltipla após <i>stepwise forward</i> na cidade de Garanhuns	98

Tabela 41 - Resultados do modelo após <i>stepwise forward</i> nas cidades de Bananeiras e Solânea	99
Tabela 42 - Resultados da regressão quantílica global.....	100
Tabela 43 - Resultados da regressão quantílica na cidade de João Pessoa.....	102
Tabela 44 - Resultados da regressão quantílica na cidade de Garanhuns	104
Tabela 45 - Resultados da regressão quantílica nas cidades de Bananeiras e Solânea	108

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	15
1.1. APRESENTAÇÃO DOS RECORTES TEMÁTICOS E JUSTIFICATIVAS	16
1.2. QUESTÕES DE PESQUISA E OBJETIVOS	19
1.3. ESTRUTURA DO TRABALHO	19
2. REFERENCIAL TEÓRICO	21
2.1. MARKETING NO SETOR PÚBLICO E SOCIAL.....	21
2.2. MARKETING DE ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS	27
2.2.1 Marketing nos Municípios.....	32
2.3. CONFIANÇA.....	37
2.4. SÍNTESE DO CAPÍTULO.....	48
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	51
3.1. MENSURAÇÃO DE ANTECEDENTES E CONCEITOS	52
3.2. DESENVOLVIMENTO DE UMA MÉTRICA DE CONFIANÇA	52
3.3. TESTES DAS HIPÓTESES	55
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	57
4.1. DESENVOLVIMENTO DA ESCALA	57
4.1.1. Passo 1 – Especificação do domínio do construto.....	57
4.1.2. Passo 2 – Atividades de geração de itens e validação de face e de conteúdo	58
4.1.3. Passo 3 – Decisões sobre as respostas	61
4.1.4. Passo 4 – Construção do Instrumento de Pesquisa.....	62
4.1.5. Passo 5 – Primeira atividade de amostragem	63
4.1.6. Passo 6 – Primeiros procedimentos de limpeza da escala	64
4.1.7. Passo 7 – Atividades de campo adicionais	81
4.1.8. Passo 8 – Procedimento de limpeza de escalas adicionais	82
4.1.9. Passo 9 – Análise de validade e de confiabilidade da escala final	90
4.1.10. Passo 10 – Desenvolvimento de normas e recomendações de uso e interpretação.....	92

4.2. TESTES DAS HIPÓTESES	93
4.2.1. Estatística descritiva dos preditores da confiança dos cidadãos.....	93
4.2.2. Regressão múltipla	94
4.2.3. Regressão quantílica.....	100
4.3 SÍNTESE DO CAPÍTULO.....	109
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	110
5.1. RESULTADOS DOS OBJETIVOS DEFINIDOS.....	110
5.2. CONCLUSÕES CENTRAIS E RECOMENDAÇÕES PRÁTICAS	113
5.3. LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES DE ESTUDOS.....	115
REFERÊNCIAS	117
APÊNDICE A – INSTRUMENTO VALIDAÇÃO DE FACE E CONTEÚDO	121
APÊNDICE B – COMENTÁRIOS E/OU SUGESTÕES DA VALIDAÇÃO DE FACE E CONTEÚDO	126
APÊNDICE C – VERSÕES ORIGINAIS E FINAIS DOS ITENS APÓS VALIDAÇÃO DE FACE E CONTEÚDO.....	129
APÊNDICE D – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS – 1ª AMOSTRAGEM.	131
APÊNDICE E – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS – 2ª AMOSTRAGEM .	133
ANEXO A – REGRESSÃO MÚLTIPLA DIMENSÃO CREDIBILIDADE	135
ANEXO B – REGRESSÃO MÚLTIPLA DIMENSÃO BENEVOLÊNCIA	136
ANEXO C – REGRESSÃO MÚLTIPLA 2ª AMOSTRA DIMENSÃO CREDIBILIDADE	137
ANEXO D – REGRESSÃO MÚLTIPLA 2ª AMOSTRA DIMENSÃO CREDIBILIDADE APÓS STEPWISE	138
ANEXO E – REGRESSÃO MÚLTIPLA 2ª AMOSTRA DIMENSÃO BENEVOLÊNCIA.....	139
ANEXO F – REGRESSÃO MÚLTIPLA 2ª AMOSTRA DIMENSÃO BENEVOLÊNCIA APÓS STEPWISE.....	140
ANEXO G – REGRESSÃO MÚLTIPLA NA CIDADE DE JOÃO PESSOA APÓS STEPWISE.....	141
ANEXO H – REGRESSÃO MÚLTIPLA NA CIDADE DE GARANHUNS APÓS STEPWISE.....	142

ANEXO I – REGRESSÃO NAS CIDADES DE BANANEIRAS E SOLÂNEA APÓS STEPWISE.....	143
---	------------

1. INTRODUÇÃO

Este estudo considera que o marketing no interesse social, conforme inicialmente apresentado por Hunt (1976), também contempla a dimensão social e pública, proposta por Burguete (2004). Os estudos voltados ao marketing para o setor público são recentes e estão em crescente expansão na pesquisa acadêmica. Em geral, se voltarmos nossa atenção para o setor governamental, inclusive para o contexto municipal, percebemos que os gestores carecem de instrumentalização, principalmente nas estratégias de marketing e no uso de suas ferramentas.

Entendemos que o marketing no interesse social também está voltado para estudos com os cidadãos e estudar a confiança dos cidadãos no executivo municipal é uma forma de analisar a esfera de governo na sua forma mais próxima do povo, pois é no nível municipal que os agentes envolvidos são mais facilmente cobrados pelos cidadãos, comparados aos outros entes governamentais.

Em relação aos estudos sobre a confiança, encontramos na literatura, escalas unidimensionais e multidimensionais de mensuração da confiança empresarial, na marca e no contexto governamental, mas não foi identificada nenhuma medida para mensurar a confiança dos cidadãos no executivo municipal (GURVIEZ; KORCHIA, 2003; DELGADO-BALLESTER, 2003; WANG; WART, 2007; KANTSPERGER; KUNZ, 2010; KIM *et al.*, 2011). Segundo Bruner II (2003), a proliferação de escalas não é algo benéfico para as pesquisas acadêmicas, podendo até comprometê-las, portanto, sua construção só deve ser feita de acordo com a comprovação da sua importância. Desta maneira, identificamos a necessidade de elaboração de uma métrica que mesure a confiança no contexto de interesse deste estudo, ou seja, do marketing para o setor público do executivo municipal.

Ao analisar a confiança dos cidadãos, tivemos que escolher entre a pessoa pública e a instituição. Na literatura, a confiança em instituições tem sido vista como mais profunda do que a pesquisa que estuda governantes específicos (NEWTON; NORRIS, 2000; NEWTON, 2001), por isto optamos por estudar a instituição formada pelo executivo municipal sem especificar uma administração específica, ou gestor público em particular, embora eventualmente as duas coisas sejam indissociáveis na visão do cidadão.

Na configuração deste capítulo introdutório são apresentados os recortes temáticos e justificativas norteadoras da pesquisa, em seguida apresentaremos questionamentos que guiarão o estudo e os respectivos objetivos da pesquisa, e por fim apresentaremos a estrutura do trabalho.

1.1. APRESENTAÇÃO DOS RECORTES TEMÁTICOS E JUSTIFICATIVAS

Os primeiros estudos em marketing gerencial possuíam visão estritamente orientada a negócios, até que Kotler e Levy (1969) rompem esse pensamento tradicional e passam a questionar se os princípios de marketing podem ser transferidos para outros tipos de organizações, pessoas e ideias. A expansão do conceito não foi bem aceita inicialmente por Luck (1969), até que outros pesquisadores fortaleceram tal ideia, como por exemplo, Kotler e Zaltman (1971) ao discutir inicialmente o conceito de marketing social, e Hunt (1976) por meio da estruturação do escopo de marketing que serviu de orientação para outros pesquisadores. As questões sociais, na perspectiva de marketing, passaram a serem estudadas a partir de 1970 (HUNT, 1976) e tiveram sua intensificação a partir de 1980, na IV era de marketing, de acordo com a classificação dada por Wilkie e Moore (2003).

Considerando toda esta evolução histórica do marketing, entendemos que a grande expansão dos conteúdos de marketing ocorreu a partir do momento em que se começou a verificar sua contribuição para a sociedade, devido à importância de se analisar o marketing por várias perspectivas, sendo este o principal objetivo das pesquisas de marketing no interesse social (WILKIE; MOORE, 1999). Um conceito importante para o marketing, orientado por esta nova perspectiva, foi o delineamento do marketing público, político e eleitoral (BURGUETE, 2004).

Segundo Burguete (2004), a dimensão pública e social do marketing possui a seguinte cronologia: antecedentes (antes de 1940), os primeiros debates (entre 1941 e 1950), o primeiro período de transição (entre 1951 e 1960), a consolidação (entre 1961 e 1980), o segundo período de transição (entre 1981 e 1990) e a expansão e especialização (a partir de 1991). Dado que o marketing público¹ é uma das áreas temáticas que surgiram recentemente, o nosso objetivo de estudar o marketing para o setor público tem o potencial de contribuir com a instrumentalização deste setor, por meio de estudos mais aprofundados.

A consolidação dos estudos sobre marketing público e social, a partir da década de 80, é verificada por meio do surgimento de uma série de *journals* acadêmicos e com interesse no tema, a exemplo dos seguintes: *Journal of Macromarketing* (1981); *Journal of Public Policy & Marketing* (1982); *International Journal of Public Sector Marketing* (1988);

¹ Entendemos que os estudos de marketing estão divididos em duas grandes áreas de estudo, o marketing gerencial e o marketing não gerencial. Os estudos de marketing gerencial se subdividem em duas outras áreas de acordo com o seu ambiente de aplicação, em instituições com fins lucrativos (*business*) e sem fins lucrativos (*no business*). O marketing público faz parte do marketing gerencial voltado para instituições sem fins lucrativos.

Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing (1993); *International Journal of Public Policy* (2005); *Public Administration Research* (2012). Diante do caráter atual do tema e do crescente interesse dos pesquisadores, estes *journals* vêm se consolidando ao passar do tempo.

Na nossa pesquisa de marketing para o setor público, estudaremos o marketing no contexto do poder executivo municipal, cuja gestão está relacionada aos municípios. Os municípios foram introduzidos no Brasil ainda no regime colonial. No período republicano, as constituições de 1824 à de 1967, a reforma de 1969 e a constituição de 1988, trouxeram ordenamentos sobre a organização política dos municípios. A constituição vigente de 1988 permitiu um grande fortalecimento dos municípios, ao incluí-los como um ente federativo, junto com os estados e o distrito federal (MELLO, 2001). Percebemos assim que os municípios ainda são “jovens de 25 anos” que carecem de orientações, inclusive nas suas ações de marketing.

Os municípios são desigualmente distribuídos ao longo dos estados, ao comparar dois estados já é possível perceber esta disparidade, no qual um estado com mais habitantes tem menos municípios do que outro com população menor. Por exemplo, na Paraíba a população de 3.766.528 habitantes está distribuída em 223 municípios, enquanto em Pernambuco são 185 municípios para 8.796.448 habitantes (IBGE, 2010).

Os dados do IBGE (2013) indicam um considerável crescimento no número de municípios ao passar das décadas: 1.574 (1940); 1.889 (1950); 2.766 (1960); 3.952 (1970); 3.974 (1980); 4.491 (1990); 5.507 (2000) e 5.565 (2010). A produção acadêmica sobre gestão pública municipal não tem acompanhado o crescimento elevado da quantidade de municípios, representando uma grande deficiência de estudos sobre o tema para os gestores municipais.

Uma lacuna para estes gestores, na perspectiva de marketing, é analisar a confiança dos cidadãos no executivo municipal sob o entendimento de que a confiança é fundamental para o estabelecimento de relacionamentos². A confiança, segundo definição de Moorman *et al.* (1992, p. 315), é a “vontade de confiar em um parceiro de troca em que se tem confiança”. A confiança é vista como elemento essencial para o estabelecimento de compromisso e lealdade nas relações entre indivíduos e entre organizações.

Neste estudo, analisaremos a confiança em instituições públicas, ao invés de gestores específicos. A escolha por pesquisar a confiança institucional se deu pelo fato deste

² Numa visão de marketing, entenderemos que este interesse em relacionamentos é um requisito e não uma opção dos gestores.

tipo de pesquisa ser mais profunda do que estudos relacionados à confiança em políticos ou governantes específicos (NEWTON, 2001). Acreditamos que isto se deve ao fato da instituição pública se perpetuar ao longo dos mandatos, independentemente dos políticos eleitos.

Quanto à escolha do construto confiança se deu, por no nosso entendimento não parecer haver dúvida de que a confiança é um elemento importante nas relações interpessoais e organizacionais. A característica de construto latente torna a confiança um conceito de difícil mensuração, semelhante a outros conceitos estudados pelas Ciências Sociais, fato que incitou a necessidade de desenvolvimento de escalas de mensuração da confiança e despertou o interesse dos pesquisadores para o desenvolvimento de métricas que mensurem este tipo de construto.

No contexto empresarial foram desenvolvidas escalas voltadas para mensuração da confiança na marca, como Delgado-Ballester (2003) que desenvolveu e validou uma escala bidimensional (intencionalidade e capacidade técnica) para a confiança na marca e suas relações com a satisfação e a lealdade à marca, de acordo com os passos definidos por Churchill (1979) de desenvolvimento de escalas em marketing. Em paralelo, Gurviez e Korchia (2003) desenvolveram outra escala multidimensional da confiança na marca (Credibilidade, Integridade e Benevolência).

Ao que parece, *a priori* o foco estava na confiança empresarial, e com o tempo passou a se mensurar a confiança por parte do consumidor, havendo, ainda, uma deficiência de mensuração da confiança no contexto de interesse do marketing para o setor público. Este é um dos desafios desta pesquisa.

Além da mensuração do construto, para se compreender a confiança é imprescindível conhecer seus antecedentes e consequentes. Alguns modelos consideram como antecedentes da confiança: a satisfação, a propensão a confiar, que pode ser considerada pelas características pessoais do indivíduo confiador, o desempenho da instituição ou da pessoa em quem se deposita a confiança em realizar o que se espera; a participação e fatores demográficos, ideológicos, pessoais e institucionais. Quanto aos consequentes, os modelos estudados classificaram as consequências da confiança como as seguintes: lealdade, compromisso, e intenção de continuidade (GURVIEZ; KORCHIA, 2003; DELGADO-BALLESTER, 2003; WANG; WART, 2007; KANTSPERGER; KUNZ, 2010; KIM *et al.*, 2011).

Diante da subjetividade do conceito da confiança, os gestores de marketing precisam de ferramentas que os auxiliem a melhorar a confiança dos consumidores/cidadãos

para com seus bens ou serviços. A ausência de estudos voltados para a confiança no executivo municipal, a baixa instrumentalização dos gestores públicos na área de marketing e o elevado crescimento de municípios, nos despertou o interesse de desenvolver uma métrica para a confiança neste contexto específico. A seguir apresentaremos as questões de pesquisa e os objetivos.

1.2. QUESTÕES DE PESQUISA E OBJETIVOS

Diante do exposto, surgiram alguns questionamentos a seguir relatados: como pode ser entendido o construto confiança no contexto de marketing no interesse social? Como podemos contribuir com o conhecimento de marketing para o setor público levando em conta o conceito de confiança? Como podemos mensurar a confiança dos cidadãos no executivo municipal em um contexto brasileiro? Este conjunto de questionamentos nos levou à seguinte questão central: **quais fatores gerencialmente controláveis por gestores públicos explicam o nível de confiança dos cidadãos no executivo municipal?** Com o intuito de responder os questionamentos expostos, apresentamos os objetivos desta pesquisa.

Nosso objetivo é identificar os fatores gerencialmente controláveis por gestores de públicos que expliquem o nível de confiança dos cidadãos no executivo municipal. Especificamente, buscaremos identificar e caracterizar os principais fatores de condicionamento da confiança em executivos municipais, como uma maneira de instrumentalizar os gestores públicos, inclusive na esfera municipal. Também buscamos desenvolver uma escala de medição do construto confiança dos cidadãos no executivo municipal, conforme revisado na literatura, não foi encontrada nenhuma métrica para este ambiente específico. Por fim, objetivamos testar e analisar a influência dos fatores preditores da confiança dos cidadãos no executivo municipal e suas dimensões, com o objetivo de conhecer o nível de influência de cada fator na confiança e também sua influência de acordo com cada quantil da confiança dos cidadãos no executivo municipal.

1.3. ESTRUTURA DO TRABALHO

Após o capítulo introdutório será apresentada, no capítulo 2, a fundamentação teórica relacionada ao marketing no interesse social e público, no direcionamento de marketing no setor público e os embasamentos teóricos da confiança e suas formas de mensuração. Esta fundamentação teórica servirá de base para a formulação do modelo teórico e das hipóteses.

O capítulo 3 será sobre os procedimentos e as justificativas da escolha do método da pesquisa. Em seguida, no capítulo 4 apresentaremos a análise dos dados e discussão dos resultados. O capítulo final será composto das conclusões, implicações, limitações da pesquisa e sugestões para pesquisas futuras.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Os estudos de marketing e sociedade apresentaram uma crescente expansão a partir do rompimento da visão estritamente orientada para negócios que caracterizava os estudos de marketing até aproximadamente a década de 70 (cf. KOTLER; LEVY, 1969; LUCK, 1969; KOTLER; ZALTMAN, 1971). Neste cenário surgiram os estudos de marketing voltados para o interesse social, em que os estudiosos verificaram uma necessidade de expansão do marketing, além do contexto orientado aos negócios. Sendo assim, o marketing social, a vulnerabilidade do consumidor, o consumo por parte de crianças, o marketing para o setor público, entre outros passaram a fazer parte dos estudos de marketing.

O objetivo deste capítulo é apresentar as principais temáticas que nortearão esta pesquisa, através da discussão dos conceitos relacionados ao marketing para o setor público e da confiança. Serão apresentadas teorias do marketing no interesse social e da mensuração da confiança, voltadas para o contexto de aplicação no executivo municipal.

Este capítulo será apresentado da seguinte forma: no item 2.1 abordaremos o marketing no setor público e social, fundamentos conceituais e históricos e principais aplicações; em seguida, no item 2.2, falaremos sobre marketing de organizações públicas, através da apresentação da estrutura estatal brasileira e as peculiaridades e desafios de gestão dos municípios; no item 2.3 apresentaremos teorias que envolvem a confiança, seus antecedentes e consequências e formas de mensuração; por fim no item 2.4 será exposta uma síntese do capítulo.

2.1. MARKETING NO SETOR PÚBLICO E SOCIAL

Os estudos de marketing são oriundos da virada do século XIX para o século XX. Ao invés de ser caracterizado por um avanço constante e cumulativo, o pensamento de marketing passou por mudanças periódicas no domínio dos modos de pensamento dominante durante o século XX. Para classificar essa evolução de forma estruturada, Wilkie e Moore (2003) definiram quatro eras do pensamento de Marketing. A evolução do Marketing e especificamente do Marketing e Sociedade foi retratada na classificação das 4 Eras de Wilkie e Moore (2003). Conhecer esta evolução é essencial para entender o marketing no setor público e social. Para tanto apresentamos o quadro 1, que expõe as questões sociais do marketing em cada Era de estudo.

Quadro 1 - Evolução das Questões Sociais do Marketing

Era	Questões Sociais
Era I – Fundação do Campo – 1900-1920	<ul style="list-style-type: none"> • Domínio social implícito no corpo do pensamento de marketing.
Era II – Formalização do Campo – 1920-1950	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing e sociedade” foi proeminente na época, mas contrastante com a visão atual. • Marcado pelo crescimento do Governo Federal Americano, discussões sobre o papel do governo no marketing, de práticas específicas de marketing e da necessidade de proteção do consumidor. • Os temas dos artigos do <i>Journal of Marketing</i> (JM) eram: papel do governo de protetor da concorrência, a Grande Depressão e a Segunda Guerra Mundial. • Após estes acontecimentos a produção científica do JM modificou-se para análise do Pós-Guerra, assim diminuindo a produção de marketing e sociedade.
Era III- Uma Mudança de Paradigma – Marketing, Administração e Ciência – 1950-1980	<ul style="list-style-type: none"> • Marcada por estudos de marketing gerencial, mas ainda continuaram estudos de marketing voltados para os aspectos sociais de acordo com a visão da Era II. • Marketing era visto como um sistema operacional chave dentro da sociedade. • A produção acadêmica no <i>Journal of Marketing</i> diminuiu, em virtude da grande atenção no foco gerencial, refletindo uma mudança nos focos de pesquisa. • A inquietação social surgida na segunda metade da década de 60 redirecionou os temas abordados para questões de direitos civis e vulnerabilidade do consumidor. • Em 1970 apareceram várias subáreas distintas sobre investigação social, e sobre o desempenho do sistema de marketing, o chamado macromarketing. • Surgimento de temas como marketing de lugares, marketing de rede, demarketing, megamarketing e marketing de políticas públicas. • A produção de artigos de marketing e sociedade foi pequena, mas foi de grande contribuição para o campo. • Termina com os estudos de marketing e sociedade em ascensão.
Era IV- A intensificação da mudança – Uma fragmentação do Mainstream – 1980 – presente	<ul style="list-style-type: none"> • Marcada por mudanças nas prioridades dos estudos de marketing, de acordo com o <i>Marketing Science Institute</i>, MSI, a sequência de prioridades na área foi a seguinte: De 1975 a 1980 – Marketing no interesse público e/ou regulação governamental e prática de marketing; De 1982-1985 - Marketing ambiental; De 1986 – 1990 – Não existe um tema prioritário; De 1990 a 1994 – Tópicos de Marketing e Sociedade; e Desde 1994 - Marketing e sociedade não foram listados como área prioritária, foi listada como prioridade de terceiro escalão de 2002-2004. • A área de marketing e sociedade floresceu na segunda metade da Era IV. • O marketing e sociedade teve sua infra-estrutura científica desenvolvida.

Fonte: Elaborado a partir de Wilkie e Moore (2003).

Antes do início do século XIX os estudos de marketing aconteceram de maneira informal e tiveram suas questões inseridas dentro do campo da Economia. As mudanças da forma de produção e o conseqüente crescimento dos centros urbanos demonstraram a necessidade de melhoria nos meios de distribuição. Foram essas mudanças no contexto social que permitiram o surgimento do campo de marketing (WILKIE; MOORE, 2003).

Entre 1920 e 1950 surgiram muitos questionamentos sociais que o marketing buscou explicar. Foi neste período que foi criada a base teórica para o desenvolvimento do marketing, por meio de conferências, criação de *journals* importantes e da *American Marketing Association*- AMA em 1937. Durante os anos de 1960 e 1970 a literatura sobre marketing e sociedade se fortaleceu. Discussões sobre a aplicabilidade das ferramentas de

marketing num contexto além do empresarial, como igrejas, escolas, hospitais, entre outros (cf. KOTLER; LEVY, 1969; LUCK, 1969; KOTLER; ZALTMAN, 1971), permitiram o surgimento da base necessária para o desenvolvimento teórico de marketing no interesse social.

A nova base criada ofereceu amplas oportunidades para a evolução do pensamento em marketing por meio do surgimento de áreas como macromarketing, marketing e políticas públicas, marketing e ética, marketing e qualidade de vida e marketing social (WILKIE; MOORE, 1999). A partir de 1980 a perspectiva gerencial continuou a ocupar uma posição de destaque, mas começaram a surgir estudos em outros temas como a discussão do marketing como ciência e o estudo do consumo do ponto de vista do consumidor.

As mudanças ocorridas na sociedade, em cada época, permitiram o surgimento de estudos relacionados a temas específicos de cada Era. Diante destas modificações constantes nos direcionamentos dos estudos em marketing, Hunt (1976) propôs um escopo do marketing por meio da classificação dos seus estudos em três categorias dicotômicas: setor com e sem fins lucrativos, micro/macro e positivo/normativo. Para o autor, todos os estudos de marketing poderiam se encaixar no cruzamento destas categorias. A grande contribuição para os estudos de marketing no interesse social está na categoria de setor sem fins lucrativos, tanto em nível micro, quanto em nível macro.

Quadro 2 - Benefícios do Sistema Agregado de Marketing para a Sociedade

No bem-estar econômico	Ofertas de emprego no campo de marketing e consequente aumento no padrão de vida.
Benefícios em atividades específicas do marketing	<p>Na oferta de bens e serviços – por meio da ampliação na variedade de produtos, permitindo atender as preferências de cada usuário.</p> <p>De distribuição – Por meio de ações do governo na redução de barreiras, fato que permitiu inovação diante da nova concorrência.</p> <p>Dos vendedores e representantes – diante da oferta de suporte técnico e serviço personalizado e do estabelecimento de relacionamentos contínuos.</p> <p>Da publicidade e promoção – Diminuição dos custos de pesquisas dos consumidores.</p> <p>Desta forma o sistema de marketing trouxe uma série de benefícios para os consumidores, além de um suporte de pós-compra que permite benefícios contínuos ao longo do tempo.</p>
Visões mais amplas de benefícios	<p>As melhorias na tecnologia, nos transportes e na comunicação proporcionaram aos consumidores acesso a produtos de qualidade a preços baixos.</p> <p>Esta nova visão do marketing para o consumidor permitiu contribuições para a qualidade de vida, por meio de benefícios sociais/psicológicos para os participantes de marketing e para os consumidores engajados com o sistema.</p>

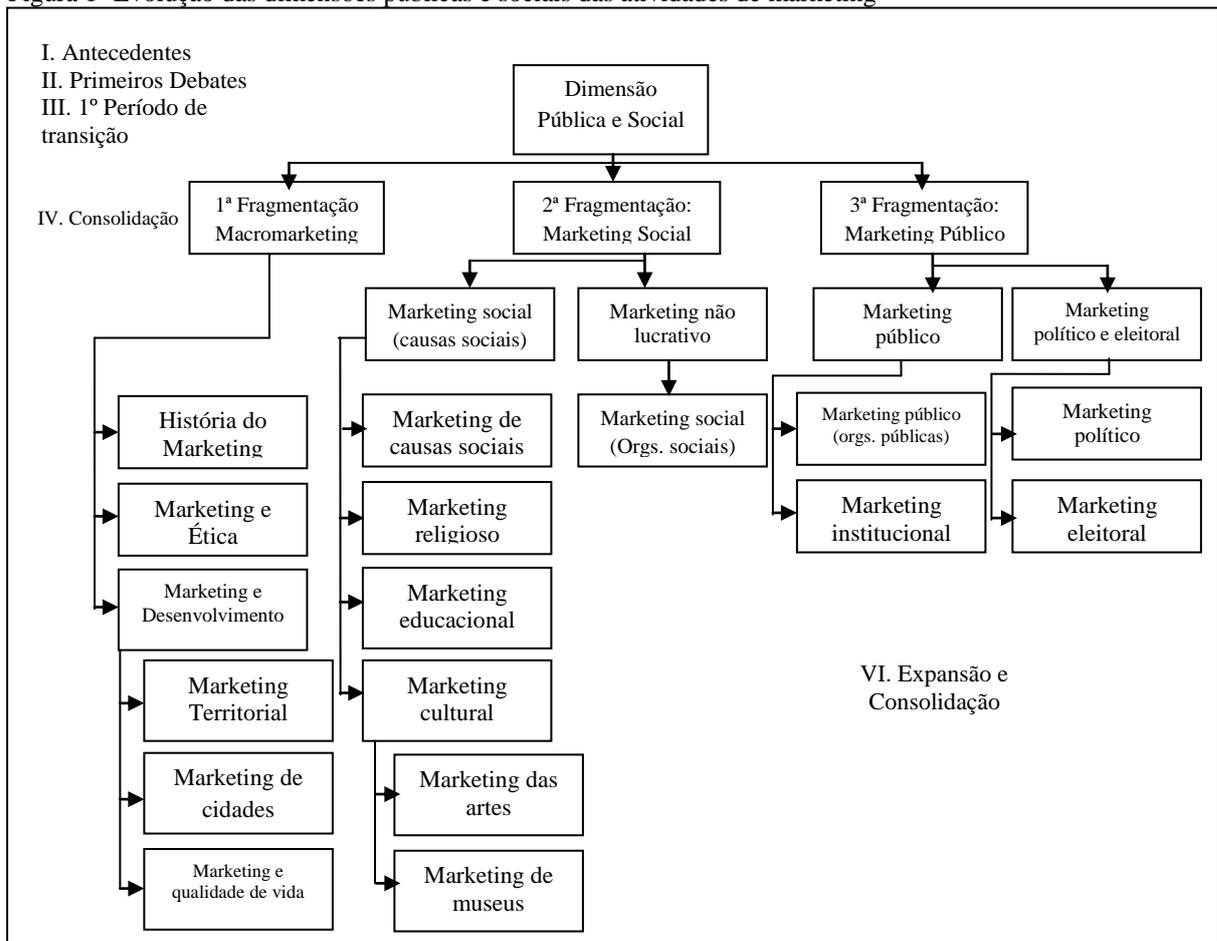
Fonte: Elaborado a partir de Wilkie e Moore (1999).

Todas essas mudanças nos estudos de marketing foram necessárias para o surgimento do marketing no interesse social. Wilkie e Moore (1999) visualizaram uma

reestruturação na forma de analisar a contribuição do marketing para a sociedade como um todo, para eles as atividades de marketing fazem parte de um sistema, o sistema agregado de marketing. Este sistema composto por profissionais de marketing, do governo, de consumidores e de setores não empresariais, trouxe uma visão de potenciais melhorias para a sociedade pela preocupação em favorecer todos os participantes do sistema. No quadro 2 apresentamos alguns dos benefícios do sistema agregado de marketing para a sociedade.

Percebemos que a visão do sistema agregado de marketing redireciona a atenção dos estudos para todos os agentes envolvidos no sistema. Após estes debates sobre o conceito do marketing no interesse social, surgiram diversos direcionamentos sobre as aplicações do marketing. A seguir, na figura 1 apresentamos o dimensionamento da dimensão pública e social do marketing proposto por Burguete (2004). Nossa pesquisa estará relacionada com a 3ª fragmentação ocorrida na fase de consolidação, em virtude da característica recente do tema. Desta maneira, os outros dimensionamentos públicos e sociais das atividades de marketing não serão abordados nesta pesquisa.

Figura 1- Evolução das dimensões públicas e sociais das atividades de marketing



Fonte: Burguete (2004)

Segundo Burguete (2004), a dimensão pública e social do marketing passou por várias fases ao longo das décadas. No período antes da década de 1940 as questões sociais e públicas estavam implícitas nos tópicos econômicos e comerciais da época. Somente a partir da Segunda Guerra Mundial, entre 1941 e 1950 é que surgiu o crescente interesse no tratamento de questões públicas e sociais, fase classificada como Primeiros Debates. Já o período entre 1951 e 1960 foi chamado de Primeiro Período de Transição, no qual o foco de marketing se direcionou para a recuperação econômica do pós-guerra.

O chamado período de Consolidação, entre 1961 e 1980, foi marcado por discussões sobre a ampliação do âmbito de aplicação do Marketing, nesta época ocorreram três fragmentações no campo de estudo do marketing, o macromarketing, o marketing social e o marketing público. O Segundo Período de Transição ocorrido entre 1981 e 1990 foi marcado pela divisão dessas fragmentações em subáreas, cujas principais foram o marketing social, marketing não lucrativo, marketing público e marketing político e eleitoral. A delimitação de novas subáreas e categorias de especialização se deu na fase de Expansão e Especialização ocorridas a partir de 1991. A 3ª Fragmentação do Marketing Público, nosso objeto de estudo, se subdividiu em marketing público (das administrações públicas), marketing institucional, marketing político e marketing eleitoral (BURGUETE, 2004).

Para compreender o marketing é necessário entender as interações de todos agentes envolvidos. Normalmente, as relações entre indivíduos são estudadas de forma a envolver somente dois atores, nas chamadas relações diádicas. Henneberg e Ormrod (2013) defendem que para o contexto do setor público as relações envolvem três atores, os eleitores/cidadãos, os partidos/candidatos e o parlamento/governo. Neste novo modelo as relações diádicas não são mais suficientes, precisando se ampliar para interações entre três agentes, nas chamadas interações triádicas. Essas interações são representadas pelas interações: a eleitoral política, a parlamentar política e a governamental política, conforme será exposto na figura 2.

Analisando a figura 2 percebemos que as relações não estão limitadas as campanhas eleitorais. Henneberg e Ormrod (2013) buscaram expandir esse conceito do marketing no setor público, para além dessas campanhas. Nesta pesquisa procuraremos estudar a interação entre governo e cidadãos, cuja denominação dada por Henneberg e Ormrod (2013) foi marketing governamental.

Segundo Kaplan e Haenlein (2009) a aceitação da especialização do marketing para o contexto do setor público tem recebido resistência dos órgãos públicos em virtude do pensamento tradicional de que o marketing preza por fins lucrativos e que busca beneficiar

alguns em detrimentos de todos, sendo este último motivo totalmente contrário aos princípios da administração pública.

Figura 2 - Modelo de troca diádica do marketing público



Fonte: Henneberg e Ormrod (2013)

Segundo os autores supracitados, a redução dos números de publicações fora do período entre 1970 e 1984 de temas como administração pública, setor público e marketing social deve estar relacionada ao fato de que, para o marketing a administração pública é burocrática e para a administração pública o marketing é visto como uma função consumidora de recursos e não produtiva.

Essas divergências de pensamentos entre o marketing e a administração pública levaram a discussões sobre a aplicabilidade do marketing no setor público. Segundo Laing (2003), essas discussões estão relacionadas com a reformulação do conceito de marketing para este contexto específico ou simplesmente uma readaptação do marketing para aplicá-lo no setor público. Para Bouzas-Lorenzo (2010), o marketing só tornou-se popular no setor público quando a administração pública assumiu a responsabilidade de novos tipos de serviços e se espalhou rapidamente quando a concorrência aumentou entre entidades públicas e outras organizações do setor público e privado.

A aplicação do marketing neste novo contexto deve considerar as características específicas do setor público, como: ser essencialmente prestador de serviços, não considerar os cidadãos como meros consumidores e a necessidade de servir a clientes multidimensionais, nos quais pagamento e consumo são atividades separadas, sendo difícil saber quem é o cliente diretamente (LAING, 2003). A contribuição do marketing para este setor só pode ser conquistada a partir do momento em que considerar as diferenças da administração pública em relação aos outros tipos de organizações. Segundo Bouzas-Lorenzo (2010), o marketing

tem demonstrado que pode tornar a administração pública mais eficiente, diante disto entraremos na discussão do marketing de organizações públicas.

2.2. MARKETING GOVERNAMENTAL

Para esta pesquisa, entenderemos que Marketing de Organizações Públicas é uma subárea oriunda do Marketing Público. Sua área de estudo são as estruturas estatais que compõem a Administração Pública, sejam elas de um município, de um estado ou de uma nação. No caso específico da nação brasileira, para se estudar marketing de organizações públicas é preciso conhecer como está estabelecida a estrutura estatal da nação.

Do ponto de vista histórico, o Brasil adotou a federação como forma de organização de estado após a abolição do regime monárquico em 1889. Segundo Pinho (2011), a federação é constituída por uma aliança de estados com o objetivo de formar um Estado único, no qual as unidades federadas preservam sua autonomia, enquanto a soberania é transferida para o Estado federal. O federalismo brasileiro surgiu a partir da Proclamação da República, em que partimos de um regime unitário, representado pela monarquia, para um Estado federal, no qual as antigas províncias foram transformadas em estados-membros.

Conforme ordenado na constituição vigente (promulgada em outubro de 1988), no seu artigo 1º, a República Federativa do Brasil é formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal. A organização político-administrativa da República Federativa do Brasil compreende a União, os Estados Federados, os Municípios e o Distrito Federal, com cada ente federativo mantendo sua autonomia (CONSTITUIÇÃO FEDERAL, 1988).

Segundo Pinho (2011), não existe qualquer hierarquia entre as leis editadas pela União, pelos Estados, pelo Distrito Federal e pelos Municípios quando se trata de assuntos da competência exclusiva de cada um. Cada ente deve legislar sobre os assuntos que a constituição lhes atribuiu, de maneira que é impossibilitada a edição de normas contraditórias. Cada ente federado dispõe de total autonomia para legislar dentro da sua jurisdição, em casos de competências semelhantes, prevalece o que for estabelecido pela União.

Cada ente federativo tem uma competência que lhe é peculiar. Assim, a União é uma entidade federativa preocupada com os assuntos relativos a todo o Estado brasileiro, é dotada de autonomia e do poder de atuar dentro dos limites estipulados pela Constituição Federal. Já os Estados Federados, que surgiram com a abolição da monarquia em 1889, têm como principal característica a autonomia em relação as unidades federativas. Os municípios

são entidades federativas criadas para tratar assuntos de interesse local, com competências exclusivas (cf. PINHO, 2011; CONSTITUIÇÃO FEDERAL, 1988).

Os municípios foram introduzidos no Brasil desde o período colonial, em que os conselhos foram transformados em câmaras. Após a abolição da monarquia veio a primeira constituição da república, em 1891, estabelecendo que os municípios tivessem autonomia em tudo que dissesse respeito ao seu peculiar interesse, mas nenhuma lei complementar definiu que peculiar interesse seria este, assim a autonomia dos municípios continuava limitada. A constituição de 1934 ampliou essa autonomia ao estabelecer a eleição de prefeitos e vereadores, decretação de impostos municipais e organização dos serviços de sua competência. Já a constituição de 1937, durante a ditadura de Getúlio Vargas limitou a autonomia dos municípios novamente, por meio da eliminação dos poderes legislativos em todos os níveis de governo, e após a queda da ditadura de Vargas a nova constituição de 1946 restabeleceu a autonomia conquistada em 1934. O grande momento de limitação dos municípios foi na constituição de 1967 durante o regime militar (MELLO, 2001).

Segundo Andriolo *et al.* (2001) durante o período da ditadura, o Brasil passou por uma série de movimentos sociais em busca da democratização, em especial pela retomada das eleições diretas para todos os níveis governamentais. Esses movimentos, e a consequente queda do regime militar, provocaram mudanças sociais, comportamentais e políticas que influenciaram a elaboração da constituição vigente. Somente com a Constituição de 1988, os Municípios foram expressamente elevados à condição de entidades federativas, ao lado da União, dos Estados e do Distrito Federal. Antes da atual ordem constitucional prevalecia na doutrina o entendimento que somente a União e os Estados poderiam ser considerados entes federativos, existindo apenas duas esferas de poderes políticos.

Mesmo antes de ser considerado ente federativo, podemos verificar um número elevado de municípios no Brasil. O número de municípios emancipados cresceu de maneira elevada desde 1940 até 2010 conforme apresentado na tabela 1, fato que levou a criação de vários municípios deficitários. Diante desta situação, segundo Pinho (2011), o Congresso Nacional aprovou a Emenda Constitucional nº 15 de 1996 que estabeleceu critérios mais restritivos para a formação de novas entidades locais, sendo eles: o estabelecimento de lei complementar federal determinando o período para a criação de novos municípios, conteúdo do estudo de viabilidade municipal, a aprovação por plebiscito da população diretamente interessada, a divulgação de “estudos de viabilidade municipal” e lei estadual criando o Município.

Os municípios seguem o modelo estrutural dos outros níveis de governo, seguindo o padrão dos níveis federal e estadual de independência entre os poderes. Sua principal diferença é que a divisão de poderes não segue a construção tradicional de três poderes (poder legislativo, poder executivo e poder judiciário), pois os municípios são dotados apenas de dois poderes: o poder legislativo e o poder executivo. Segundo Moraes (2001), os poderes são baseados no voto de todos³; assim a escolha dos representantes de um município é competência única dos seus eleitores (PINHO, 2011).

Tabela 1 - Número de municípios brasileiros

Nº de municípios	1940	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010
Brasil	1.574	1.889	2.766	3.952	3.974	4.491	5.507	5.565
Norte	88	99	120	143	153	298	449	449
Nordeste	584	609	903	1.376	1.375	1.509	1.787	1.794
Sudeste	641	845	1.085	1.410	1.410	1.432	1.666	1.668
Sul	181	224	414	717	719	873	1.159	1.188
Centro-Oeste	80	112	244	306	317	379	446	466

Fonte: IBGE (2010).

O sistema de governo municipal formado por um executivo orientado a eficiência⁴ e a independência em relação ao legislativo torna esses poderes obedientes somente à lei e a justiça, de modo que, um prefeito não deve obediência ao governador de estado nem ao presidente da república, desde que não viole as leis da constituição federal, das constituições do seu estado e suas próprias normas, inexistindo controle prévio dos atos municipais pelas esferas superiores de governo. Sob este pressuposto, os municípios estão sujeitos a dois tipos de controle principais: o controle interno pela câmara municipal e o controle externo pelos tribunais de contas estaduais e da união, este último quando se tratar de recursos repassados por convênios (MELLO, 2001).

Os municípios são responsáveis por formular as suas próprias leis, na forma das leis orgânicas municipais (PINHO, 2011). Elas são elaboradas obedecendo aos princípios estabelecidos na constituição federal e estadual e promulgada pela Câmara Municipal, o poder legislativo que é composto de vereadores eleitos por períodos de quatro anos com possibilidade de reeleição. As leis orgânicas são superiores, hierarquicamente, a qualquer outra lei aprovada no município.

³ No poder executivo a maioria dos votos deve ser atingida, enquanto que o poder legislativo é formado por representantes de parcialidades dos votos.

⁴ Evitamos debater o conceito, mas pressupomos pela definição legal que a eficiência é requisito da gestão pública.

Do ponto de vista de sua presença territorial, os municípios brasileiros não apresentam uma distribuição uniforme pelas regiões se comparados ao número de habitantes de cada região, conforme apresentamos na tabela 2. Essa distribuição irregular de acordo com o tamanho da população cria problemas, como municípios cuja população é pequena, comparada aos municípios mais populosos, nos quais a população municipal chega a ser superior a população de alguns estados, como São Paulo (11.253.503 habitantes) e Rio de Janeiro (6.320.446 habitantes), cujo número de habitantes é superior ao de alguns estados, a exemplo da Paraíba com 3.766.528 habitantes segundo dados do IBGE (2010).

Tabela 2 - Distribuição do número de municípios e de habitantes por regiões

Região	Municípios		População	
	Número	Porcentagem	Número	Porcentagem
Centro-Oeste	466	8,37	14.058.094	7,37
Nordeste	1794	32,24	53.081.950	27,82
Norte	449	8,07	15.864.454	8,32
Sudeste	1668	29,97	80.364.410	42,13
Sul	1188	21,35	27.386.891	14,36
Total	5565	100	190.755.799	100

Fonte: IBGE (2010).

Para Affonso (2001), esses problemas de criação desordenada dos municípios decorrem da maneira como se deu a descentralização dos poderes no Brasil, sem o controle cuidadoso de um órgão hierarquicamente superior (a União não pôde atuar nessas questões em virtude da autonomia concedida a cada um dos entes federativos, fato que aumentou os problemas de desigualdades socioeconômicas, inter e intraregionalmente; os estados também foram criados com autonomia, mas também não poderiam interferir nas questões municipais; e os municípios eram os únicos responsáveis por sua gestão). Podemos verificar na tabela 3 como estão mal distribuídos os municípios de acordo com as classes de tamanho da população.

Tabela 3 - Classes de tamanho da população por municípios

Classes de tamanho da população por municípios (habitantes)	Nº de municípios	Porcentagem	Porcentagem acumulada
Até 5.000	1301	23,4	23,4
Mais de 5.000 até 10.000	1212	21,8	45,2
Mais de 10.000 até 20.000	1401	25,2	70,4
Mais de 20.000 até 50.000	1043	18,7	89,1
Mais de 50.000 até 100.000	325	5,8	94,9
Mais de 100.000 até 500.000	245	4,4	99,3
Mais de 500.000	38	0,7	100,00
Total	5565	100	

Fonte: IBGE (2010).

Os dados do IBGE (2010) mostram que a maioria dos municípios está concentrada em cidades com menos de 20 mil habitantes, deste percentual, quase 45% é

representado por cidades com até 10 mil habitantes. Isto gera dúvidas sobre se realmente estas cidades precisavam ter sido criadas, de como está a economia do município para manter uma estrutura municipal, e se a cidade dispõe de recursos para subsidiar o poder executivo e legislativo e ainda atender adequadamente a população.

As considerações anteriores só podem ser feitas no federalismo brasileiro, em outros países deve se considerar as especificidades da nação. Como por exemplo, o federalismo Alemão que a partir de 1989, com a queda do muro de Berlim, e a necessidade de homogeneizar as condições de vida dos cidadãos de todo o país, apresentou sua capacidade de coordenação por meio do federalismo cooperativo e obteve sucesso na descentralização da gestão pública (BACHUR, 2005).

Retornando ao caso do federalismo brasileiro, as receitas são recursos primordiais para o desempenho adequado de qualquer organização, seja ela pública ou privada. Para que os municípios executem as atividades que a constituição lhe ordena, é preciso garantir suas fontes de receitas. Mello (2001) considera dois fatores que podem comprometer a geração de receitas dos municípios: a baixa arrecadação dos tributos de sua competência devido a desatualização dos cadastros imobiliários, que garantem a arrecadação do imposto predial territorial urbano (IPTU), responsável por parte da arrecadação dos municípios ou a má cobrança de serviços e taxas, como o imposto sobre serviços (ISS), outro importante tributo para as cidades.

Os problemas municipais não se limitam a baixa arrecadação de impostos, outros problemas segundo o autor supracitado são as despesas elevadas com quadro de pessoal, muitas vezes admitidos sem concurso público, fato que também pode permitir o acesso de pessoas não capacitadas à administração pública municipal. Pequenos municípios sofrem com o pagamento do quadro de pessoal em virtude de ter grande dependência de repasses do governo federal e estadual. Outro problema é a carência de capacitação técnica dos gestores para a boa execução das suas funções, uma carência que pode estar relacionada com o fato dos gestores municipais não solicitarem assistência técnica a outros órgãos, como os órgãos estaduais e instituições não-governamentais especializadas ou dos gestores públicos não terem disponível informações que subsidiem suas decisões, devido ao número limitado de pesquisas na área.

Diante dessas dificuldades apresentadas, percebemos que os gestores públicos municipais carecem de instrumentalização para um bom desempenho de suas atividades. Este fato tem impulsionado os acadêmicos a estudar o marketing no contexto público. Os elementos de marketing no serviço público já existem há algum tempo, porém estes

elementos, que consistem no uso de técnicas específicas, têm sido marginais quando considerada a aplicação em serviços públicos essenciais, como uma prestação de contas transparente, uma oferta de bens e serviços de qualidade e uma tributação justa. O setor público exige uma abertura e prestação de contas maior do que o setor privado, portanto, as técnicas de marketing precisam ser direcionadas para este contexto específico (WALSH, 1994).

2.2.1 Marketing nos Municípios

A maior parte da literatura sobre o desenvolvimento de estratégias de marketing de sucesso aplica-se ao setor privado, fato que muitas vezes torna complicado para os gerentes do setor público tentar aplicar as ideias de marketing diretamente no governo (MADILL, 1998). Mas este contexto vem mudando e já podemos visualizar uma expansão do marketing para organizações públicas, por meio da aplicação de técnicas de marketing voltadas para este setor, principalmente da administração pública local, representada pelos municípios. Como pesquisas de satisfação dos munícipes e análise da promoção governamental para com os cidadãos por meios de *sites* dos municípios (cf. CARDOSO; CARDOSO, 2001; MACEDO; ROSA, 2011).

A correta aplicação do marketing na administração pública municipal ocorreu devido a alguns fatores específicos: como as políticas do federalismo, em que cada ente federativo tem autonomia para a tomada de decisão, nela a administração local passa a ter maior responsabilidade pela gestão do município, somente ações que ultrapassam sua jurisdição é que são repassadas para as outras esferas, estaduais e federais (PINHO, 2011). Outro fator de contribuição para aplicação do marketing nos municípios é o aumento da sofisticação das comunidades, os cidadãos tornam-se mais conhecedores dos seus direitos e do poder que possuem para reivindicar melhorias.

O marketing aplicado na administração local pode ser analisado levando em consideração alguns aspectos do marketing utilizado no setor privado. No setor público os cidadãos são mais dependentes da instituição ofertante do bem e/ou serviço do que no meio privado, por exemplo, caso estejam insatisfeitos com os serviços prestados eles não podem simplesmente mudar de cidade e exigir que outro município preste o serviço do qual necessita.

Mas também é possível verificar semelhanças entre o marketing usado nos municípios e o utilizado pelas empresas privadas, a exemplo da heterogeneidade do público-

alvo. Os cidadãos não são grupos homogêneos e precisam ser tratados de acordo com suas características. Segundo Madill (1998), no setor privado a solução é o uso de estratégias orientadas para mercados específicos, a chamada segmentação de mercado. No setor público a focalização, também é possível por meio do uso das estratégias convencionais, mas tem que ser equilibrada com o que é política, administrativa e moralmente aceitável. O marketing de organizações públicas, como qualquer tipo de marketing, deve considerar as características específicas do mercado ao qual pretende atender. No caso específico da administração municipal essas características referem-se as atividades que o gestor necessita realizar para a manutenção da estrutura estatal.

Para que as cidades possam realizar suas atribuições, elas necessitam de recursos vindos dos seus cidadãos ou de empresas locais e repasses vindos do governo estadual e federal, conforme estabelecido pela Constituição Federal (1988). Com o objetivo de garantir esses recursos os municípios precisam convencer os residentes e as empresas a investir no município, seja pela manutenção de suas residências e empresas ou pela mudança de comportamento sobre o uso dos patrimônios públicos. Outra característica marcante na gestão pública é a transparência, a administração necessita prestar contas a sociedade de suas ações, a chamada *accountability*⁵ e ser responsável por gerenciar todas as atividades sob sua jurisdição visando alcançar o bem-estar de todos os cidadãos.

No marketing voltado para o contexto empresarial diversas são as estratégias utilizadas para atender o mix de marketing⁶ que tem em uma das suas representações os 4P's de promoção, praça, preço e produto propostos por McCarthy. Existe uma discussão sobre a efetiva aplicação dos 4P's na atual situação, nessa discussão existem duas correntes, uma que defende uma reformulação dos 4P's e outra corrente que acredita ser necessário, somente, adaptações do mix de marketing para cada ambiente de aplicação (DOMINICI, 2009).

Considerando o contexto das organizações públicas podemos classificar algumas atividades que se enquadram na classificação proposta pelos 4P's. A promoção, no setor público, refere-se a forma de entrega da informação aos cidadãos, a comunicação pode ser realizada por rádio, jornais, televisão, entre outros, esta técnica tem um papel crítico na

⁵ O conceito de *accountability* envolve duas partes: a primeira delega responsabilidade para que a segunda proceda à gestão dos recursos; ao mesmo tempo, gera a obrigação daquele que administra os recursos de prestar contas de sua gestão, demonstrando o bom uso desses recursos (AKUTSU; PINHO, 2002, p. 731).

⁶ Terminologia criada por Borden (1964) para se referir aos elementos que o executivo de marketing precisa gerenciar nos processos e políticas de marketing. Quando nos referirmos ao mix de marketing nesta pesquisa estaremos falando dos 4P's de McCarthy.

função de persuasão dos cidadãos, investidores e turistas. A promoção é utilizada para informar, educar e até mesmo persuadir os cidadãos sobre um comportamento desejado (KOTLER; LEE, 2008).

Novos meios de comunicação, além dos tradicionais, surgiram para reforçar o papel promocional do governo, como as ouvidorias, os 0800, os call centers, as audiências públicas, etc. (BRANDÃO, 2006). Mesmo com estas mudanças nos meios de comunicação, as democracias contemporâneas ainda demonstram uma grande dependência dos meios de comunicação em massa, especificamente na esfera municipal ainda prevalece o rádio como meio de comunicação do governo com os cidadãos (IASULAITIS, 2005).

O debate a seguir sobre o mix de marketing no setor público, está baseado na discussão proposta por Madill (1998) da aplicação dos 4P's no governo. Outro aspecto do mix de marketing no governo refere-se a praça que pode ser entendida como a distribuição de bens e/ou serviços. A distribuição neste contexto está relacionada a infraestrutura, como as redes de energia elétrica, de saneamento básico, de distribuição de água e tratamento dos esgotos das residências, construção de rodovias, ferrovias e portos. Os gestores públicos são pressionados para o desenvolvimento de obras de infra-estrutura que demandam grandes volumes de recursos, para isto necessitam de um planejamento adequado das urgências da população.

Obras de infraestrutura como saneamento básico e redes elétricas resultam em melhoria nas condições de vida dos residentes, como também em atrativos para investidores de turismo. Construções de portos e de rodovias que facilitam o recebimento de matérias-primas e escoamento da produção permitem o desenvolvimento econômico local e instalações de novas fábricas. As atividades relativas à distribuição estão mais relacionadas aos retornos de longo prazo, para tanto os gestores precisam de um direcionamento político para o futuro.

Ainda dentro do conceito das técnicas de marketing temos o estabelecimento de preço. No setor público os preços podem ser entendidos como a cobrança de tributos⁷ aos cidadãos. Também existem cobranças de serviços públicos prestados por concessionárias em que a administração pública transfere a uma empresa privada a execução de um serviço público, como as empresas de transporte coletivo. Da mesma maneira que ocorre no setor privado, os cidadãos efetuam pagamentos e em troca esperam receber produtos e serviços de

⁷ Dentro da classificação de tributos temos as taxas e os impostos. As taxas são valores pagos diretamente para o uso de determinado serviço, ou seja, o pagamento está vinculado a execução deste, como a taxa de coleta de lixo. A vinculação direta permite também uma maior cobrança, caso o serviço não esteja sendo prestado. Outra modalidade de tributo são os impostos, eles são pagos sem especificar o destino, servem para manter a administração pública, mesmo sendo pago indiretamente, a população tem o direito de fazer as mesmas cobranças.

qualidade, como também a prestação de contas do uso do dinheiro público (MADILL, 1998). Além do pagamento de tributos, desincentivos financeiros, como as multas e /ou penalidades, ou incentivos financeiros como desconto no pagamento de serviços públicos, podem ser considerados integrados do preço na gestão pública (KOTLER; LEE, 2008).

Produtos, segundo Kotler e Lee (2008), podem ser vistos de maneira destoante do setor público, mas esse termo se refere a qualquer coisa oferecida no mercado, podendo ser considerado bens ou serviços. Os produtos das organizações públicas são os bens e serviços públicos, diante dos “preços” pagos os moradores exigem que sejam prestados serviços de qualidade, como o atendimento nos hospitais públicos, o ensino das escolas e universidades públicas, os serviços de transporte público, as praças que caracterizam o lazer, entre outros.

Portanto, o marketing de organizações públicas deve estar ligado a todos os aspectos do marketing que envolve a estrutura estatal (MACEDO; ROSA, 2011). Considerando as peculiaridades desse setor apresentamos no quadro 3 um resumo com exemplos da aplicação dos 4P's na gestão municipal.

Quadro 3 - Exemplos dos 4P's na gestão municipal.

Promoção	Entrega de informação aos cidadãos, normalmente acontece via rádio, mas também podem ser por televisão, jornal, ouvidoria, 0800, call centers e audiências públicas.
Praça	Considerando a distribuição e entrega de benefícios, se refere a entrega de serviços como por exemplo ao calçamento e pavimentação de ruas, projetos urbanísticos visando a melhoria da mobilidade urbana e criação de unidades de saúde em vários bairros.
Preço	É o sacrifício pago para obtenção de um produto e/ou serviço, no caso das cidades pode ser o pagamento de impostos municipais como o IPTU e o ISS, pagamento de Taxas como a TCR, pagamentos as concessionárias de energia elétrica e de transportes públicos
Produto	Pode ser entendido como produto e/ou serviço, como os serviços prestados pelas escolas, hospitais e bibliotecas. A criação e aprovação de leis para o ordenamento do município.

Fonte: Elaboração própria.

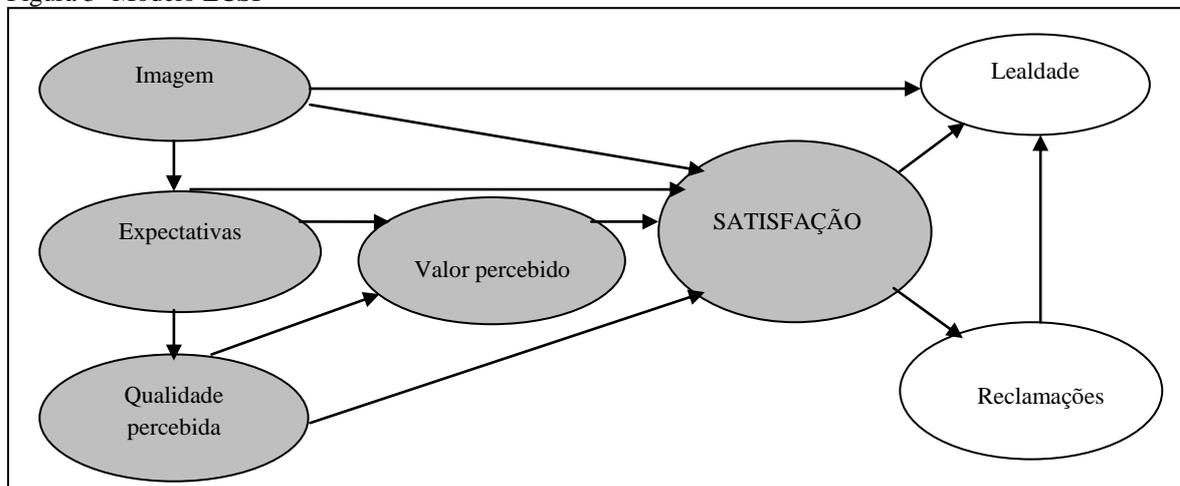
O marketing governamental deve considerar o aumento das exigências dos cidadãos por uma administração transparente, eficiente e com melhores serviços. No contexto municipal essas exigências são sentidas mais diretamente por ser a entidade mais próxima dos cidadãos. Diante dessas novas exigências, a satisfação passa a ser primordial para o sucesso dos gestores, enquanto uma companhia privada é julgada pelo lucro dado aos acionistas, o município é julgada pela satisfação gerada nos cidadãos.

Estudos demonstram que a satisfação do cliente pode traduzir-se na lealdade. No contexto específico de administração pública local, as eleições são as ocasiões em que os indivíduos e os grupos podem exprimir sua satisfação ou seu desagrado com a administração pública. Cardoso e Cardoso (2011) realizaram uma pesquisa que tomou por base o Índice de

Satisfação do Cliente de Portugal (ECSI), resultando no modelo de pesquisa apresentado na figura 3, para avaliar a satisfação dos munícipes em oito câmaras municipais da sub-região do Vale da Ave de Portugal.

Os autores concluíram que os antecedentes (imagem institucional, expectativas, qualidade percebida e valor percebido) e os consequentes da satisfação (reclamações e lealdade) têm um impacto positivo e significativo na avaliação dos munícipes. Como verificado na pesquisa de Cardoso e Cardoso (2011), o grande desafio dos gestores após o sucesso nas eleições é promover um canal sustentável entre governante e população, de maneira a garantir uma boa imagem institucional, serviços que atendam as expectativas dos cidadãos e de alta qualidade.

Figura 3- Modelo ECSI



Fonte: Cardoso e Cardoso (2011).

Esta pesquisa sobre a satisfação dos munícipes mostra como a imagem institucional está relacionada as ações realizadas pelo governo e como estas ações são repassadas aos cidadãos por meio da promoção governamental. O marketing governamental pode ser entendido como um ciclo que se inicia antes das eleições, passa pelo período eleitoral e permanece durante toda a gestão do administrador público, processo que se reinicia nas eleições seguintes.

Percebemos que o marketing das organizações públicas ainda vem se consolidando, sua conceituação ainda tenta se desvincular do marketing político e eleitoral, mas a literatura já mostra que seu campo de atuação é mais amplo. Identificamos a necessidade da aplicação do marketing de organizações públicas no contexto municipal, em virtude da grande importância que a administração local tem para os cidadãos.

No próximo item apresentaremos uma discussão sobre o conceito da confiança nos estudos de marketing, os antecedentes e consequentes dos modelos propostos na literatura e escalas de mensuração da confiança.

2.3. CONFIANÇA

O construto confiança tem sido objeto de estudo em diversas pesquisas na área de marketing, tanto em pesquisas voltadas para o consumidor de empresas privadas como para clientes do governo. Esses estudos buscam explicar uma definição geral sobre a confiança.

Para Castaldo *et al.* (2010), diversas definições da confiança têm sido criadas sem que se chegue a um consenso de uma definição geral. Mesmo existindo a visão de que a confiança é essencial para as organizações, não conseguimos ainda aceitar uma definição abrangente.

Dentre as variadas definições existe uma clássica que tem norteado diversas conceitualizações, que é o conceito proposto por Moorman *et al.* (1992, p. 315), que definiram a confiança como “vontade de confiar em um parceiro de troca em que se tem confiança”. Após uma revisão da literatura sobre os conceitos de confiança entre artigos publicados no período de 1982 à 2004, Castaldo *et al.* (2010) concluíram que as definições de confiança estão baseadas em naturezas conceituais sobre temas como boa vontade, expectativa, confiança, crença e atitude, com assuntos normalmente relacionados a atores, grupos, empresas, vendedores e administradores, que agem em situações de risco e produzem resultados positivos relativos ao desempenho e à confiança.

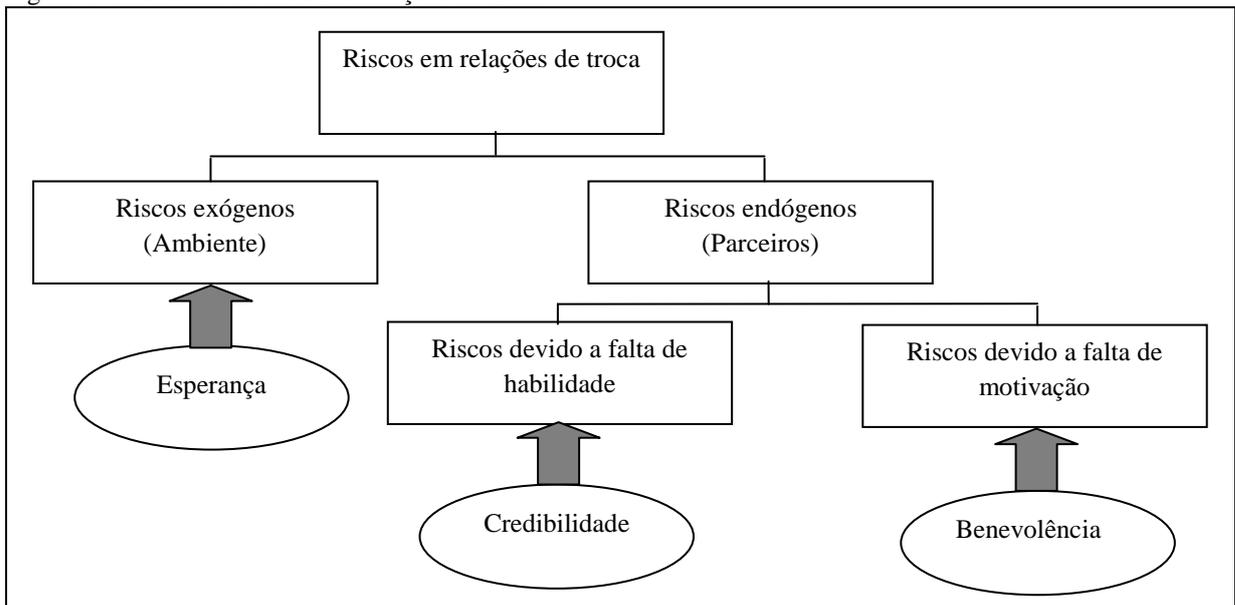
A elaboração de um conceito sofre influências das dimensões que são consideradas para sua construção, no caso deste estudo as dimensões do construto confiança precisam ser bem delimitadas, seja ele unidimensional ou bidimensional. Segundo Whipple *et al.* (2013) não existe um consenso sobre a dimensionalidade da confiança: alguns estudos analisam a confiança de forma unidimensional, mas também existem estudos multidimensionais sobre o tema. Uma abordagem multidimensional bastante utilizada foi a proposta por Ganesan e Hess (1997), que consideraram como dimensões da confiança a credibilidade, conceito relativo a quem recebe a confiança, por meio do cumprimento de promessas, acordos e palavras para com a outra parte e a benevolência que se refere a características atribuídas ao parceiro que demonstra preocupação com o outro ator envolvido.

Gurviez e Korchia (2003) e Kantsperger e Kunz (2010) reforçam a dimensionalidade da confiança proposta por Ganesan e Hess (1997). Para eles, a credibilidade

e a benevolência devem ser tratadas como dimensões da confiança. Segundo Kantsperger e Kunz (2010) a credibilidade é baseada na crença do cliente que o fornecedor tem a experiência necessária para realizar o trabalho de forma eficaz e confiável, enquanto que a benevolência é baseada na medida em que o cliente acredita que o parceiro está motivado a agir no interesse do seu bem-estar e que o parceiro está motivado para buscar o ganho conjunto, subordinando o interesse próprio para os objetivos de longo prazo da relação.

Para Kantsperger e Kunz (2010), essas duas dimensões surgem devido aos riscos envolvidos nas relações de troca. Segundo os autores, a confiança envolve dois tipos de riscos: um de acordo com o ambiente, os riscos exógenos, que não podem ser influenciados pelos parceiros de troca; e outro relativo aos parceiros de relacionamento, os chamados riscos endógenos que resultam do comportamento e ações de terceiros. Os riscos endógenos podem estar relacionados a dois fatores, a falta de experiência e a falta de motivação. As dimensões da confiança de credibilidade e benevolência estão relacionadas a estas subdivisões dos riscos endógenos conforme apresentado na figura 4.

Figura 4 - Riscos envolvidos nas relações de troca



Fonte: Kantsperger e Kunz (2010).

Além da classificação do conceito quanto às dimensões, é preciso conhecer a relação entre os parceiros de troca. Segundo Sturgis e Smith (2010), mesmo que a conceituação da confiança seja bem elaborada ocorrerão diferenças na mensuração da confiança quando se tratar de pessoas próximas ao indivíduo que está disposto a confiar, como vizinhos, parentes e amigos, os autores chamam esse tipo de confiança de particularizada e da confiança em que não existe relação próxima entre os envolvidos, como a

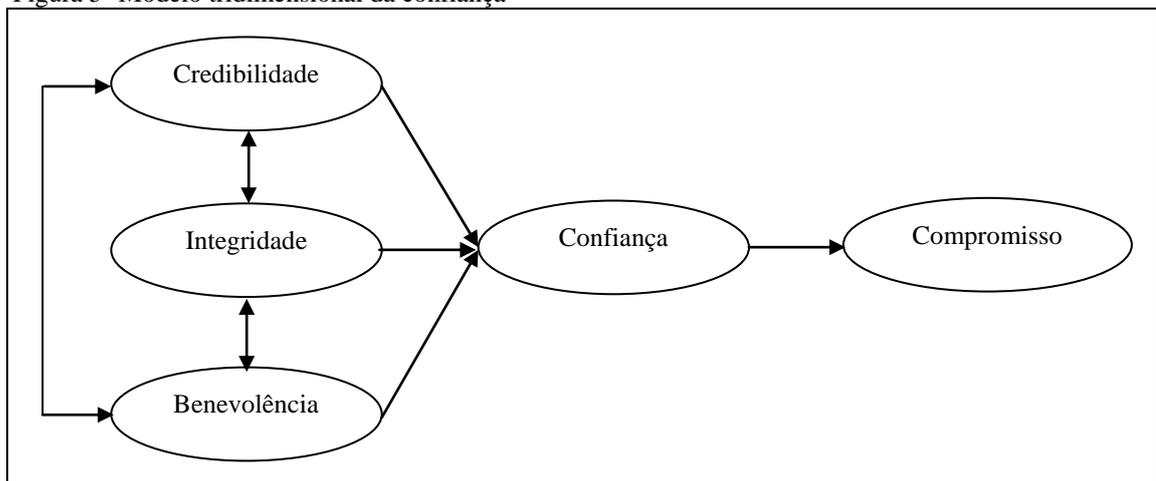
confiança dos cidadãos no governo (nesse tipo de situação chamou de confiança geral). O pesquisador necessita especificar a que tipo de confiança pretende se referir, para que se obtenha uma pesquisa confiável.

A confiança também pode ser classificada de acordo com os tipos de atores envolvidos, podendo ser confiança interpessoal quando se referir a relação entre dois indivíduos e interorganizacional quando uma das partes é uma organização (WHIPPLE *et al.*, 2013).

Podemos perceber a maior atenção que a confiança tem recebido na academia por meio da criação do *Journal of Trust Research* em 2011. O *Journal* tem objetivo de investigar a natureza, a forma, a base e o papel da confiança, bem como os mecanismos e estágios da construção e reparação da confiança nos níveis pessoal, grupal, organizacional, comunitário e nacional, de modo a facilitar e estimular o diálogo acadêmico.

Estudos sobre os antecedentes e consequentes da confiança têm sido realizados para uma melhor elaboração do conceito da confiança. Essas discussões sobre as dimensões da confiança, seus antecedentes e consequências ainda permanecem nos discursos da academia. Para efeitos deste estudo, analisaremos os antecedentes da confiança com base em escalas validadas e suas relações com o construto confiança. Quanto às consequências, trataremos como pressupostos de uma instituição na qual os cidadãos confiam⁸.

Figura 5- Modelo tridimensional da confiança



Fonte: Gurbiev e Korchia (2003).

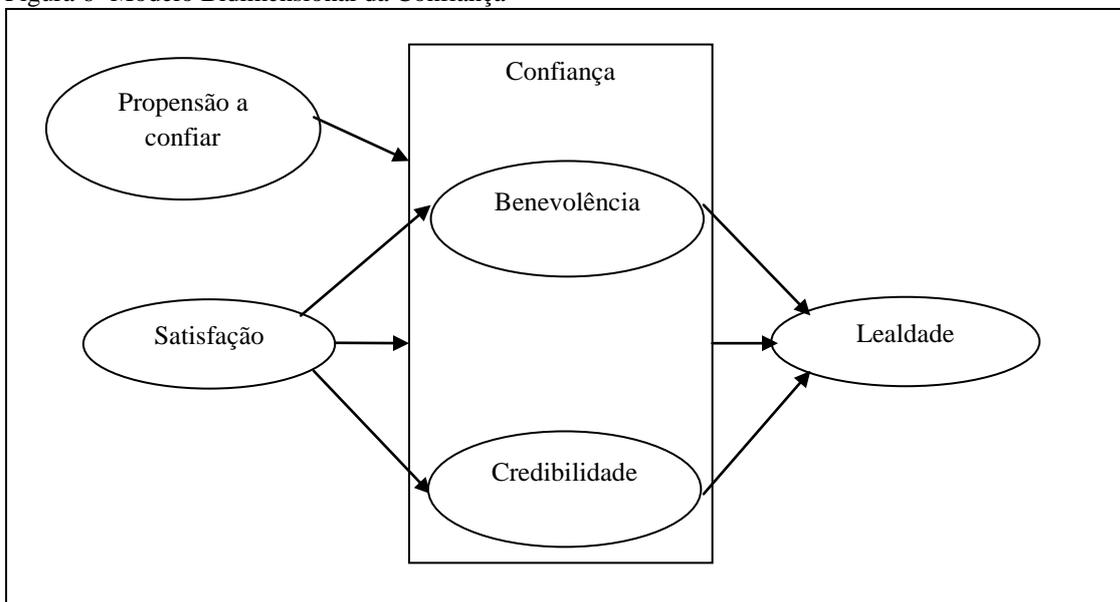
No modelo proposto por Gurbiev e Korchia (2003), por exemplo, além das dimensões da credibilidade e da benevolência de Ganesan e Hess (1997) foi acrescentada a

⁸ Optamos por não entrar na discussão da formação dos construtos dos antecedentes e dos consequentes, cujas escalas já foram validadas.

integridade como outra dimensão, conforme apresentado na figura 5. Para eles a integridade é a atribuição de motivações fiéis à marca no que diz respeito às suas promessas envolvendo os termos da troca, ou seja, a honestidade de suas propostas.

Em seu modelo, as dimensões são apresentadas antes da confiança, mas não representam antecedentes, enquanto que o consequente proposto pelos autores é o compromisso que o cliente tem com a empresa. Já Kantsperger e Kunz (2010) consideraram os antecedentes e as consequências da confiança dos consumidores em um contexto de prestação de serviços no setor bancário. Para eles a confiança é tratada como um construto intermediário entre a satisfação e a lealdade conforme apresentado na figura 6.

Figura 6- Modelo Bidimensional da Confiança



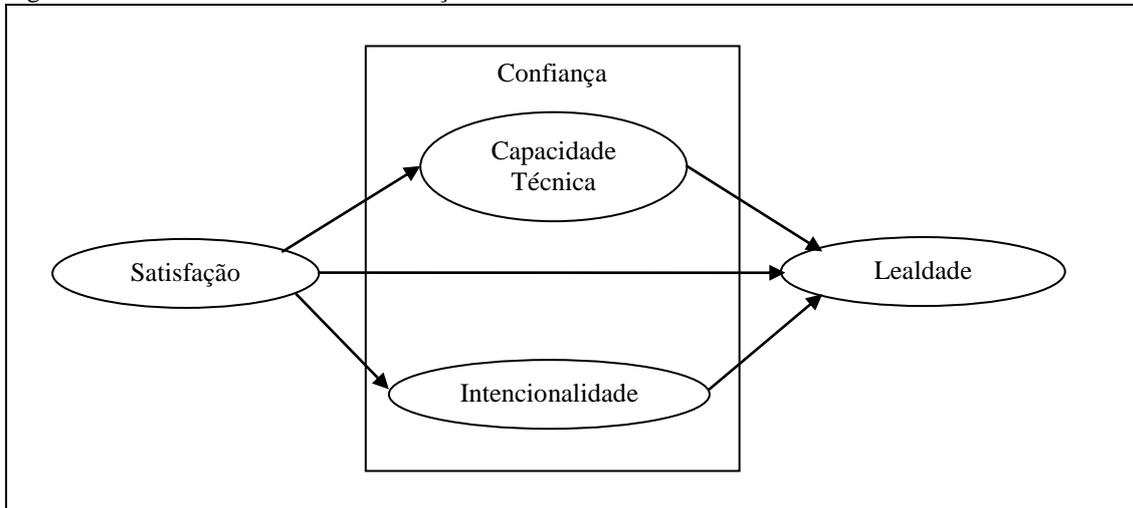
Fonte: Kantsperger e Kunz (2010).

Segundo os autores, se um cliente está satisfeito com o desempenho de um prestador de serviços, ele será leal ao fornecedor. Para isto, a atividade da prestação de serviço deve ter sido realizada com sucesso, bem como ser confiável em termos de honestidade e agir no interesse do cliente de maneira a criar confiança com o mesmo. Sendo assim, a satisfação é considerada um antecedente da confiança, e a confiança estabelecida tem por consequência a lealdade. Essa estrutura que considera a satisfação um antecedente da confiança e a lealdade uma consequência da mesma reforça o modelo proposto por Delgado-Ballester (2003), que também considera a lealdade uma consequência e a satisfação um antecedente da confiança, conforme verificado na figura 7.

Uma das diferenças entre os modelos propostos por Delgado-Ballester (2003) e por Kantsperger e Kunz (2010) consiste nas dimensões abordadas: os dois modelos são

bidimensionais, mas Delgado-Ballester (2003) considera que a confiança é constituída das seguintes dimensões: a capacidade técnica, ou seja, a capacidade que a marca tem de cumprir ou satisfazer as necessidades do consumidor e a intencionalidade, que reflete uma segurança emocional por parte dos indivíduos.

Figura 7 - Modelo Estrutural da Confiança



Fonte: Delgado-Ballester (2003).

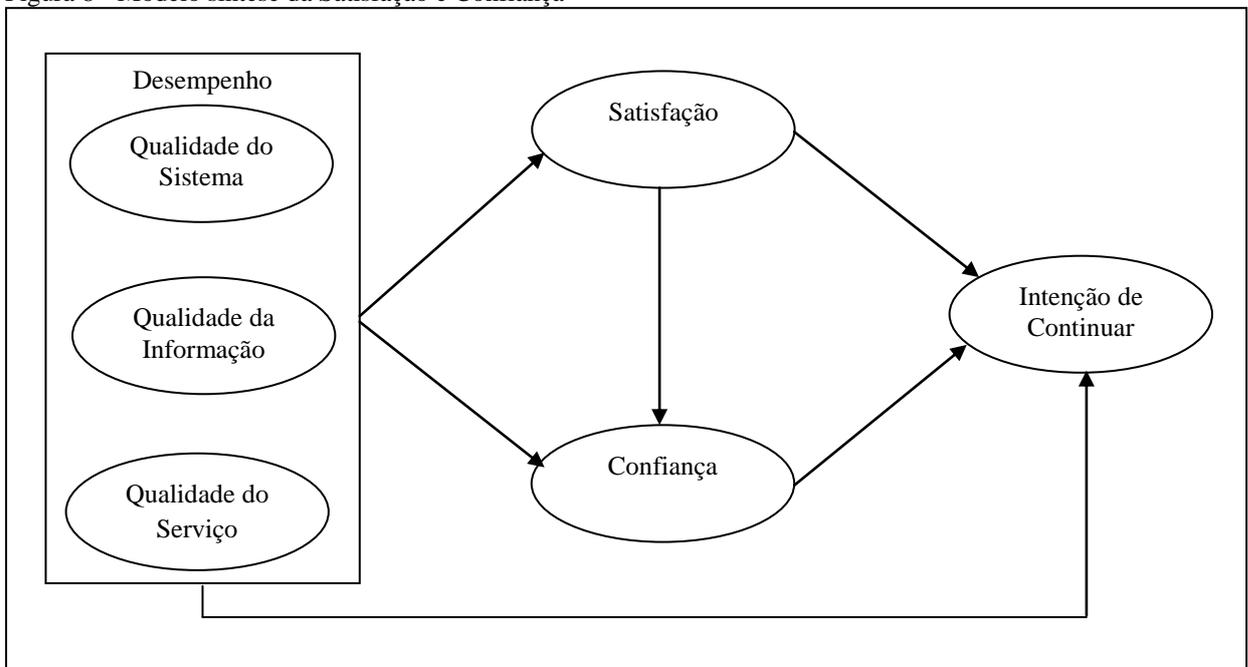
Outra diferença dos dois modelos é que Kantsperger e Kunz (2010) acrescentaram outro antecedente da confiança além da satisfação, a propensão a confiar. O efeito da propensão a confiar é especialmente importante quando as informações sobre a confiabilidade de outra parte raramente está disponível, o que é o caso em muitos contextos de prestação de serviços. Os autores consideram a propensão a confiar como um traço de personalidade em geral. Do ponto de vista da psicologia social, propensão à confiança descreve a tendência geral e vontade de uma pessoa para confiar em outras pessoas ou partes com base em suas características pessoais (ALESINA; FERRARA, 2002).

A satisfação também foi estudada junto com a confiança nas pesquisas de Kim *et al.* (2011), que consideraram os dois conceitos como antecedentes de um outro construto, a intenção de um cliente de continuar com uma empresa. Conforme exposto na figura 8, a confiança e a satisfação estão no mesmo nível de influência da intenção de continuidade. Mesmo assim, existe uma influência direta do construto satisfação sobre o construto confiança, reforçando os modelos propostos por Delgado-Ballester (2003) e Kantsperger e Kunz (2010), cujos modelos a satisfação exerce influência sobre a confiança. Segundo Kim *et*

al. (2011), a satisfação pode ser definida como uma avaliação de pós-compra⁹ sobre a qualidade e as expectativas do produto ou serviço.

No contexto de empresas que lidam com tecnologia da informação, objeto de estudo da pesquisa de Kim *et al.* (2011), os fatores que influenciam a confiança e a satisfação são: a qualidade do sistema, considerando fatores como acessibilidade, tempo de resposta, integração, eficiência e flexibilidade do sistema; a qualidade da informação, relacionado a precisão da informação e a integridade da informação e a qualidade do serviço. Esse conjunto de características é definido como dimensões do construto desempenho, seja ele de um produto ou serviço, sendo assim o construto desempenho é considerado um antecedente da confiança e da satisfação.

Figura 8 - Modelo síntese da Satisfação e Confiança



Fonte: Kim *et al.* (2011).

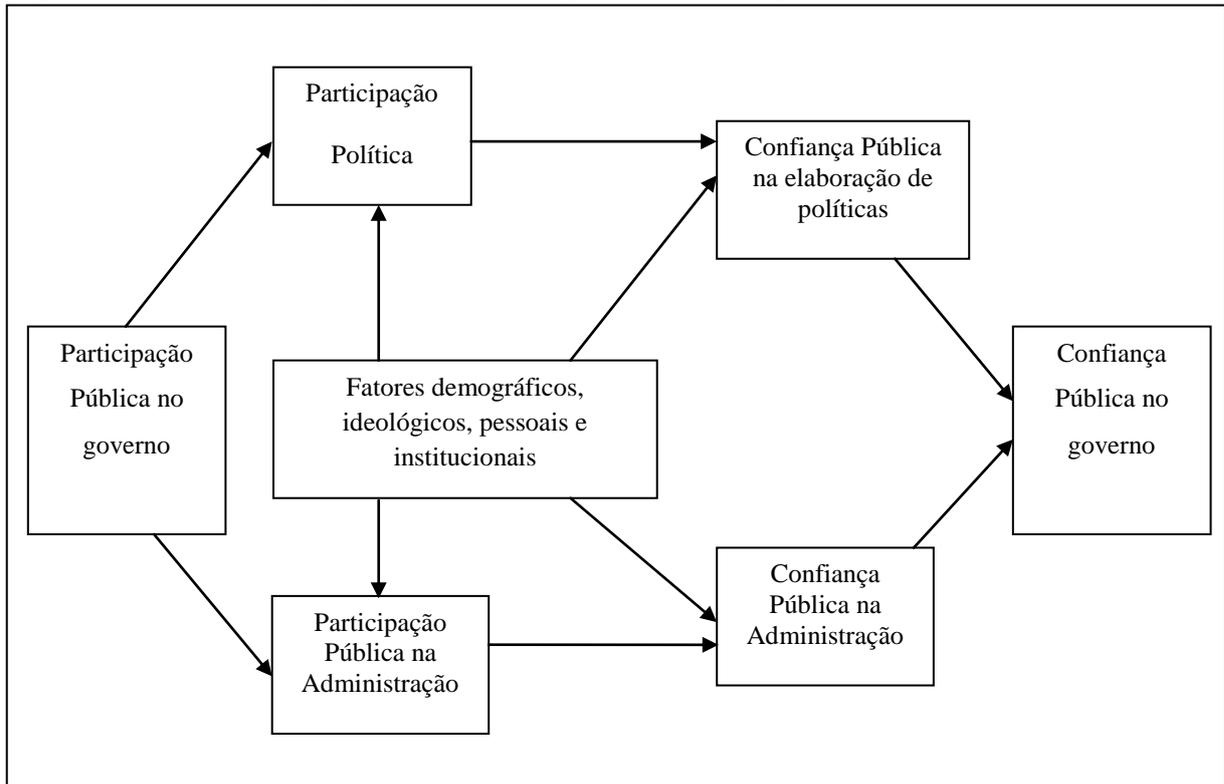
A confiança foi estudada especificamente no contexto governamental por Wang e Wart (2007). Os autores consideraram a participação pública dos cidadãos um antecedente da confiança pública, segundo os autores a participação pública aumenta a confiança pública no governo. No seu estudo, as atividades do governo foram divididas em duas categorias distintas: as atividades políticas e as administrativas.

Da mesma maneira que as atividades se dividem em dois tipos, a participação pública também pode ser dividida em participação pública política e participação pública

⁹ No caso do executivo municipal seria a avaliação após a prestação dos serviços aos cidadãos.

administrativa. No modelo apresentado na figura 9, a participação política influenciará a confiança pública na elaboração de políticas e a participação na administração influenciará a confiança pública na administração, estes dois tipos de confiança pública dão origem a confiança pública no governo.

Figura 9 - Modelo da Participação Pública e as relações com a Confiança Pública



Fonte: Wang e Wart (2007).

No modelo de Wang e Wart (2007) a confiança além de sofrer influência da participação também é influenciada por fatores demográficos, ideológicos, pessoais e institucionais. Os autores direcionaram seu estudo somente para uma parte do modelo, a participação pública em funções administrativas.

Nos modelos apresentados (GURVIEZ; KORCHIA, 2003; DELGADO-BALLESTER, 2003; WANG; WART, 2007; KANTSPERGER; KUNZ, 2010; KIM *et al.*, 2011) foram tratados como antecedentes da confiança: a satisfação, a propensão a confiar, o desempenho, a participação dos cidadãos e fatores demográficos, ideológicos, pessoais e institucionais. E as consequências da confiança apresentadas foram a lealdade, o compromisso e a intenção de continuar com a empresa. Entendemos que o alto nível de confiança dos cidadãos levará ao aumento da lealdade, do compromisso e da intenção de continuidade com

o executivo municipal. No quadro 4 apresentamos um resumo dos antecedentes e consequentes da confiança apresentados.

O interesse multidisciplinar na confiança tem aumentado a riqueza de conteúdos para a construção do seu conceito, e essa diversidade tem tornado difícil integrar as diferentes perspectivas existentes sobre a confiança e encontrar um consenso sobre a sua natureza (DELGADO-BALLESTER, 2003). A proposta teórica da confiança é ambígua, e ao mesmo tempo em que atrai o processamento de informações passadas, também tem uma construção voltada para o futuro. Essa construção acontece por meio da motivação de um parceiro em manter um relacionamento contínuo, sem alterar os termos de troca (GURVIEZ; KORCHIA, 2003).

Quadro 4 - Resumo antecedentes e consequentes da confiança

Antecedentes	Descrição	Autores
Satisfação	Avaliação sobre a qualidade e as expectativas do produto ou serviço.	Kantsperger e Kunz (2010) Delgado-Ballester (2003) Kim <i>et al.</i> (2011)
Propensão a confiar	Um traço de personalidade em geral, quando as informações sobre a confiabilidade de uma outra parte raramente está disponível.	Kantsperger e Kunz (2010)
Desempenho	Desempenho é o conjunto de características relacionados a qualidade do sistema (considera os sistemas de tecnologia da informação), qualidade da informação e qualidade do serviço, que atendam de maneira satisfatória	Kim <i>et al.</i> (2011)
Participação	Direto e indireto envolvimento do público nas atividades do governo.	Wang e Wart (2007)
Fatores Demográficos, ideológicos, pessoais e institucionais	Fatores pessoais que afetam a participação e a tendência a confiar.	Wang e Wart (2007)
Consequentes	Descrição	Autores
Lealdade	Representa a fidelidade que o consumidor tem com a organização	Kantsperger e Kunz (2010) Delgado-Ballester (2003)
Compromisso	Intenção implícita ou explícita de manter uma relação duradoura com a instituição.	Gurviez e Korchia (2003)
Intenção de Continuidade	Intenção de continuar estabelecendo relações com o parceiro de troca.	Kim <i>et al.</i> (2011)

Fonte: Elaboração Própria.

Para estudar um tema é preciso conhecer que conceito se pretende abordar. Especificamente na análise da confiança, diversas atribuições têm sido feitas nas disciplinas de estudo. Na área de psicologia, por exemplo, os estudos estão focados principalmente na dimensão motivacional do conceito, que está relacionada com a atribuição de que o comportamento do parceiro de troca é guiado ou motivado por intenções favoráveis e

positivas em relação ao bem-estar e os interesses de seu parceiro (DELGADO-BALLESTER, 2003).

Segundo o autor supracitado, nos estudos da confiança na área de marketing e gestão também existem o conceito de outro grupo de atribuições, sendo estes relacionados à competência técnica da empresa envolvida. Esta atribuição é relativa às interações que ocorrem na área de negócios; portanto, além de afirmar que alguém é digno de confiança, também é necessário conhecer suas capacidades e habilidades para realizar essas atividades e para produzir os resultados desejados.

O aprimoramento dos serviços públicos orientado para os cidadãos requer a coleta de informações junto aos seus usuários. Essas informações são primordiais para as atividades desempenhadas pelos gestores públicos (ENAP, 2001). A coleta de informações sobre a confiança, pode ser feita por meio de uma escala válida que possa mensurar realmente a sua essência. A mensuração se refere inicialmente a uma compreensão sobre um objeto qualquer, e pressupõe que na essência dos objetos existem números e a atividade de mensuração consistiria apenas na sua identificação (COSTA, 2011). Na mensuração por meio de escalas são utilizados itens que buscam atribuir símbolos aos construtos que não podem ser medidos diretamente. Esses itens são afirmações feitas aos respondentes da pesquisa, objetivando conhecer seu grau de aceitação ou rejeição.

Segundo Whipple *et al.* (2013), a mensuração do construto confiança pode ser feita por meio de dimensão única ou por várias dimensões, sendo mais comum esta última. As escalas apresentadas a seguir foram analisadas no ambiente de organizações do setor privado, algumas direcionadas especificamente para a análise da marca¹⁰. As pesquisas desenvolvidas por Gurviez e Korchia (2003), Kantsperger e Kunz (2010) e Delgado-Ballester (2003) são exemplos de pesquisas multidimensionais do construto confiança. A pesquisa desenvolvida por Kim *et al.* (2011) é um exemplo de mensuração unidimensional, composta pelo conjunto de itens apresentados no quadro 5, que teve como objeto de estudo empresas do setor de tecnologia da informação.

Os modelos multidimensionais possuem grande representatividade nas métricas desenvolvidas para medir a confiança. Kantsperger e Kunz (2010) buscaram um melhor modelo para mensurar esse construto, e para tanto analisaram a adequação do modelo unidimensional e bidimensional.

¹⁰ A escolha dessas escalas em outro contexto, se deu pela ausência de uma escala válida para medir a confiança no executivo municipal.

Quadro 5 - Escala da confiança

Descrição dos itens
Meu provedor de serviços de aplicação está interessado no sucesso da minha companhia, e não apenas no seu próprio.
Meu provedor de serviços é verdadeiro em lidar com minha companhia
Meu provedor de serviços é competente e eficiente em fornecer serviços de sistema da informação.

Fonte: Kim *et al.* (2011).

Kantesperger e Kunz (2010) chegaram à conclusão de que o modelo bidimensional era mais ajustado do que o modelo de dimensão única para medir o construto desejado. O modelo, portanto, deveria ser composto pelas dimensões credibilidade e benevolência. Para medir tais dimensões utilizaram os itens apresentados no quadro 6.

Quadro 6 - Escala das dimensões benevolência e credibilidade

Dimensão	Itens da Escala
Benevolência	<ul style="list-style-type: none"> • Eu acredito que meu banco é honesto comigo • Eu acho que meu banco é confiável • Meu banco é muito preocupado com meu bem-estar • Em situações críticas eu posso contar com meu banco • Eu acredito que meu banco irá apontar a melhor alternativa para mim em qualquer tempo • Os funcionários do meu banco estão fortemente encorajados para resolver meus problemas
Credibilidade	<ul style="list-style-type: none"> • Meu banco é capaz de satisfazer minhas necessidades • Meu banco conhece o seu negócio • Meu banco pode resolver meus problemas • Em situações críticas eu me sinto bem assessorado pelo meu banco • Eu acredito que meu banco emprega funcionários bem educados

Fonte: Kantesperger e Kunz (2010).

Delgado-Ballester (2003) desenvolveu uma escala para medir a confiança do consumidor na marca. Para tanto, o autor precisou realizar uma revisão da literatura sobre a confiança em diferentes campos acadêmicos. Baseado na sua revisão propôs que a mensuração da confiança na marca fosse feita por meio de duas dimensões: a capacidade técnica e a intencionalidade. Os itens utilizados para medir estas dimensões estão apresentados no quadro 7.

Quadro 7 - Escala das dimensões capacidade técnica e intencionalidade

Dimensão	Itens da Escala
Capacidade técnica	<ul style="list-style-type: none"> • Com a marca (X) eu obtenho o que procuro em um (produto) • A marca (X) está sempre ao nível de minhas expectativas de consumo • A marca (X) me dá confiança e certeza no consumo de um (produto)
Intencionalidade	<ul style="list-style-type: none"> • A marca (X) seria honesta e sincera em suas explicações • Eu poderia confiar na marca (X) • A marca (X) faria qualquer esforço para me satisfazer • A marca (X) me reembolsaria de alguma maneira por um problema com o (produto)

Fonte: Delgado-Ballester (2003).

Para o autor, a adequação em duas dimensões distintas se deu pelos resultados obtidos na validade discriminante, e os resultados apresentaram fortes evidências de que a

dimensão capacidade técnica e intencionalidade medem construtos distintos. Segundo Costa (2011), a validade discriminante é necessária para garantir que as duas dimensões não estão medindo o mesmo construto.

Gurviez e Korchia (2003) consideraram que, do ponto de vista do consumidor, a confiança na marca é um estado psicológico resultante de um conjunto de conceitos envolvendo três conceitos que o cliente atribui à marca: a credibilidade, a integridade e a benevolência. Para medir as três dimensões os autores utilizaram os itens apresentados no quadro 8. Os autores acreditam que a principal contribuição da pesquisa foi a caracterização da confiança como um construto formativo tridimensional.

Quadro 8 - Escala das dimensões credibilidade, integridade e benevolência.

Dimensão	Itens da Escala
Credibilidade	<ul style="list-style-type: none"> • Os produtos desta marca fazem me sentir seguro • Eu confio na qualidade dos produtos desta marca • Comprar produtos desta marca é uma garantia
Integridade	<ul style="list-style-type: none"> • Esta marca é sincera com os consumidores • Esta marca é honesta com os seus clientes • Esta marca expressa interesse nos seus clientes
Benevolência	<ul style="list-style-type: none"> • Eu acho que esta marca renova seus produtos para levar em conta avanços da pesquisa • Eu acho que esta marca está sempre procurando melhorar sua resposta às necessidades dos consumidores

Fonte: Gurviez e Korchia (2003).

Outro tipo de validade utilizada no desenvolvimento de escalas, além da validade discriminante, é a validade do construto. Validade do construto é a maneira em que um construto se comporta, de acordo com a finalidade a que se pretende medir, em relação às medidas estabelecidas de outras construções (DELGADO-BALLESTER, 2003; COSTA, 2011). Para a realização da validade do construto, Kantesperger e Kunz (2010) utilizaram os construtos satisfação do consumidor, lealdade a marca e propensão à confiança. O conceito de lealdade à marca também foi utilizado na escala proposta por Delgado-Ballester (2003), enquanto Gurviez e Korchia (2003) preferiram utilizar o construto compromisso. Na pesquisa de Kim *et al.* (2011) foram utilizados o construto desempenho, o construto satisfação e o construto intenção de continuidade.

Bruner II (2003) afirma que o desenvolvimento de diversas escalas não é algo benéfico para as pesquisas acadêmicas, podendo até comprometê-las. Portanto, não é interessante a proliferação desenfreada de escalas. Sua proposta é que as escalas validadas possam ser aplicadas no seu contexto de estudo sem que sejam desenvolvidas novas métricas. Sendo assim, novas escalas só devem ser desenvolvidas se realmente forem necessárias. Com base em nossa revisão da literatura, verificamos a ausência de uma métrica que estudasse a

confiança dos cidadãos no executivo municipal. Diante dessa deficiência e da visão estabelecida por Bruner II (2003), chegamos à conclusão de que uma métrica precisa ser desenvolvida para medir a confiança dos cidadãos neste contexto.

2.4. SÍNTESE DO CAPÍTULO

No início da revisão da literatura apresentamos o marketing no interesse social. Com base nos estudos de Wilkie e Moore (2003) sobre as Eras do marketing, percebemos várias mudanças nos estudos de marketing ao longo das décadas. Essas mudanças foram necessárias para o surgimento do marketing no interesse social. Considerando os diversos direcionamentos sobre as aplicações do marketing no interesse social, optamos nesta pesquisa por apresentar o dimensionamento da dimensão pública e social do marketing proposto por Burguete (2004). Em seu dimensionamento foi criada uma área chamada de marketing público, composta de duas subáreas, o marketing público de organizações públicas e o marketing institucional.

Em seguida apresentamos o marketing de organizações públicas voltado para o contexto do executivo municipal. Segundo Pinho (2011) e a Constituição Federal (1988) os municípios são entidades federativas dotadas de autonomia. Os dados do IBGE (2010) mostram um crescimento elevado no número de municípios, fato que tem gerado preocupações quanto à receita destes municípios para sua manutenção, quanto à aplicação de recursos no quadro de pessoal e quanto à carência de capacitação técnica dos gestores.

Essas dificuldades dos gestores públicos têm impulsionado os acadêmicos a estudar o marketing de organizações públicas, que segundo Macedo e Rosa (2011) deve está interligado a todos os aspectos que envolvem a estrutura estatal. O marketing governamental deve considerar o aumento das exigências dos cidadãos por uma administração, transparente, eficiente e com melhores serviços. No contexto municipal essas exigências são sentidas mais diretamente por ser a entidade mais próxima dos cidadãos.

Com a finalidade de estudar o marketing governamental direcionamos a revisão da literatura para o estudo da confiança. Foram apresentados modelos unidimensionais e multidimensionais da confiança com o objetivo de esclarecer a composição do construto confiança. As dimensões, credibilidade e benevolência, propostas por Ganesan e Hess (1997) também têm sido abordadas em estudos mais recentes como os de Gurviez e Korchia (2003) e Kantsperger e Kunz (2010). Além da preocupação com as dimensões, estudos dos

anteriores e consequentes da confiança têm sido realizados para uma melhor elaboração do construto confiança.

Nos modelos apresentados (GURVIEZ; KORCHIA, 2003; DELGADO-BALLESTER, 2003; WANG; WART, 2007; KANTSPERGER; KUNZ, 2010; KIM *et al.*, 2011) foram tratados como antecedentes da confiança: a satisfação, a propensão a confiar, o desempenho, a participação dos cidadãos e fatores demográficos, ideológicos, pessoais e institucionais. Com base na revisão da literatura percebemos a ausência de uma métrica direcionada à mensuração da confiança dos cidadãos, especificamente no executivo municipal.

Com base nos modelos apresentados propostos por Gurviez e Korchia (2003), Delgado-Ballester (2003), Wang e Wart (2007), Kantsperger e Kunz (2010) e Kim *et al.* (2011) chegamos a conclusão de que a confiança possui alguns antecedentes que sistematicamente influenciam sua formação, para efeitos desta pesquisa consideramos quatro antecedentes dos modelos apresentados: satisfação dos cidadãos; propensão à confiança; desempenho do executivo e participação dos cidadãos.

Conforme apresentado na revisão da literatura e as relações existentes entre os antecedentes da confiança, propomos as seguintes hipóteses que nortearão esta pesquisa.

H1 - Altos níveis de satisfação dos cidadãos com o executivo municipal influenciam positivamente altos níveis de confiança dos cidadãos com o executivo municipal;

H2 - Altos níveis de propensão à confiança (características pessoais) dos cidadãos no executivo municipal influenciam positivamente altos níveis de confiança dos cidadãos com o executivo municipal;

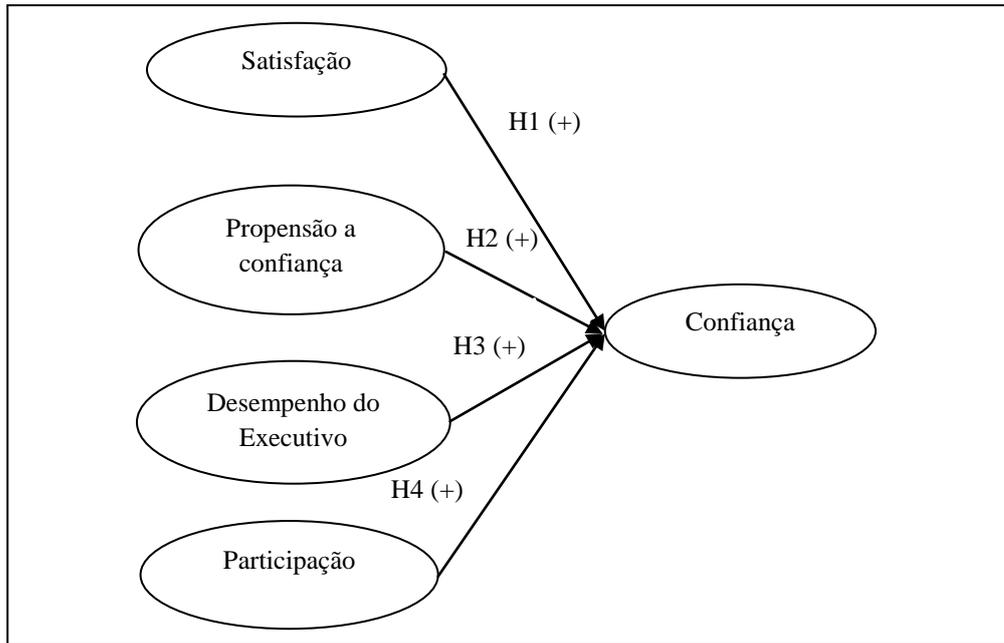
H3 - Altos níveis de desempenho do executivo municipal influenciam positivamente altos níveis de confiança dos cidadãos no executivo municipal;

H4 - Altos níveis de participação dos cidadãos influenciam positivamente altos níveis de confiança dos cidadãos no executivo municipal;

Diante do exposto, temos a intenção de testar as relações dos fatores antecedentes da confiança e a confiança dos cidadãos no executivo municipal. Desta maneira, o modelo da pesquisa está exposto na figura 10 e apresenta as hipóteses da pesquisa a serem testadas.

No próximo capítulo abordaremos os procedimentos metodológicos, por meio da apresentação da mensuração de antecedentes e conceitos, modelo de desenvolvimento de uma métrica da confiança dos cidadãos e os procedimentos utilizados para os testes das hipóteses.

Figura 10 - Modelo da Pesquisa

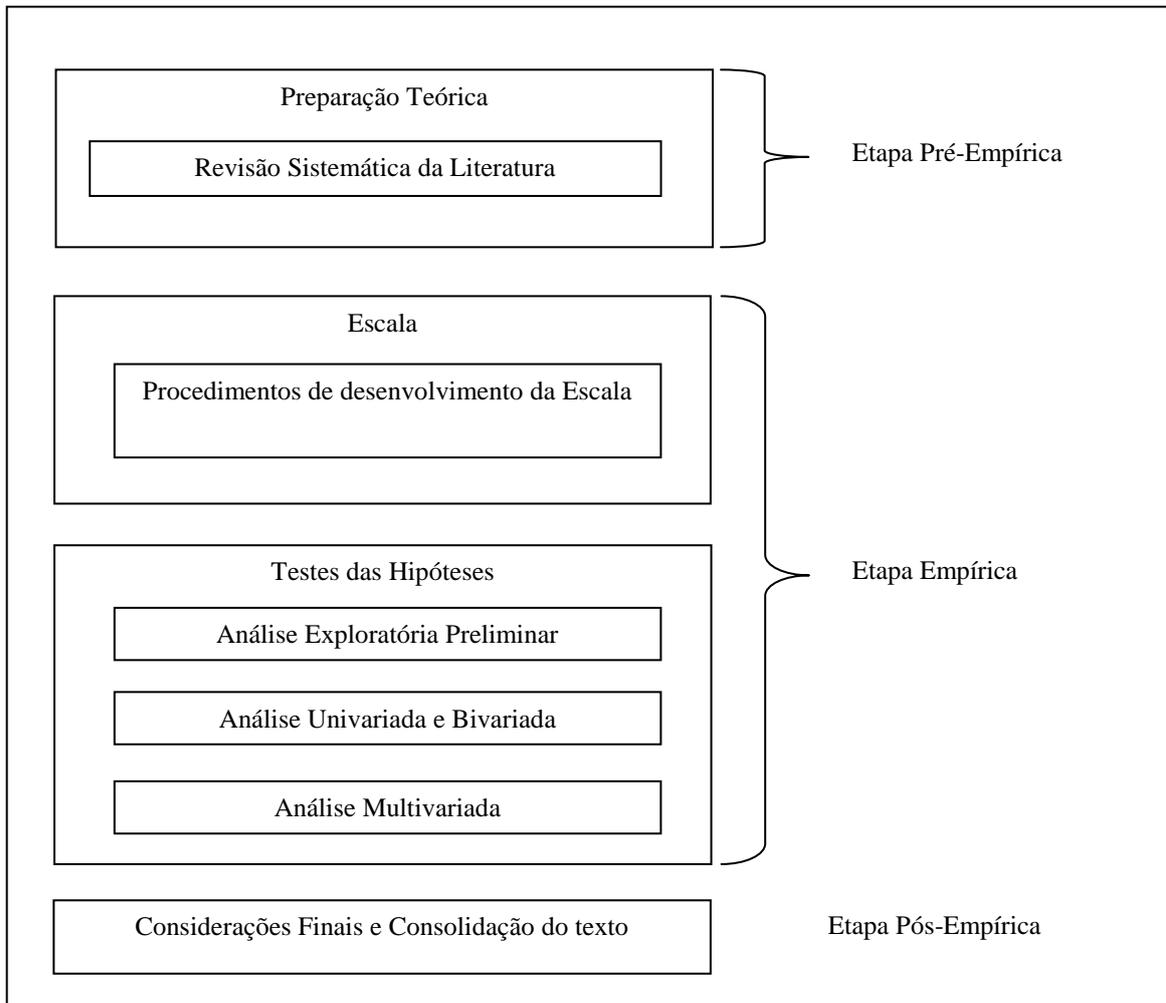


Fonte: Elaboração Própria

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo visa apresentar os procedimentos metodológicos que foram utilizados para a realização da pesquisa. O delineamento da pesquisa está apresentado na figura 11, que ilustra as etapas e os desdobramentos do estudo.

Figura 11 - Estrutura Geral da Pesquisa



Fonte: Elaboração Própria

A pesquisa consistiu de três etapas, sendo a primeira a preparação teórica por meio da revisão sistemática da literatura, conforme apresentado no capítulo 2. A segunda etapa consistiu no desenvolvimento da escala do construto confiança e a terceira etapa na aplicação dos testes das hipóteses apresentadas no item 2.4. As duas últimas etapas são apresentadas neste capítulo. Além dessa classificação, a pesquisa foi dividida em três etapas relacionadas às características empíricas do estudo, a etapa pré-empírica, etapa empírica e etapa pós-empírica, esta classificação não será utilizada no desenvolvimento da metodologia neste capítulo.

3.1. MENSURAÇÃO DE ANTECEDENTES E CONCEITOS

Para o procedimento de testes das hipóteses utilizamos quatro construtos dos antecedentes da confiança, neste subitem apresentaremos quais são estes construtos e suas definições. As escalas utilizadas para a mensuração das variáveis preditoras foram de *single item* e são apresentadas na análise dos resultados, pois estas escalas passaram pelo processo de validação de *highly content validity*, proposto por Rossiter (2008).

O primeiro construto antecedente da confiança testado foi a ‘satisfação dos cidadãos’, entendido como a avaliação dos cidadãos após o recebimento de determinado serviço ou produto do executivo municipal de acordo com suas expectativas. A segunda variável preditora foi ‘a propensão à confiança dos cidadãos’. A propensão à confiança dos cidadãos representa uma tendência natural de confiabilidade dos cidadãos, independente da informação está disponível.

No referencial teórico apresentamos o desempenho do executivo municipal como terceiro antecedente testado no teste das hipóteses da confiança. ‘Desempenho do executivo municipal’ pode ser entendido como a capacidade dos produtos e serviços ofertados pelo executivo municipal em atender as demandas dos cidadãos.

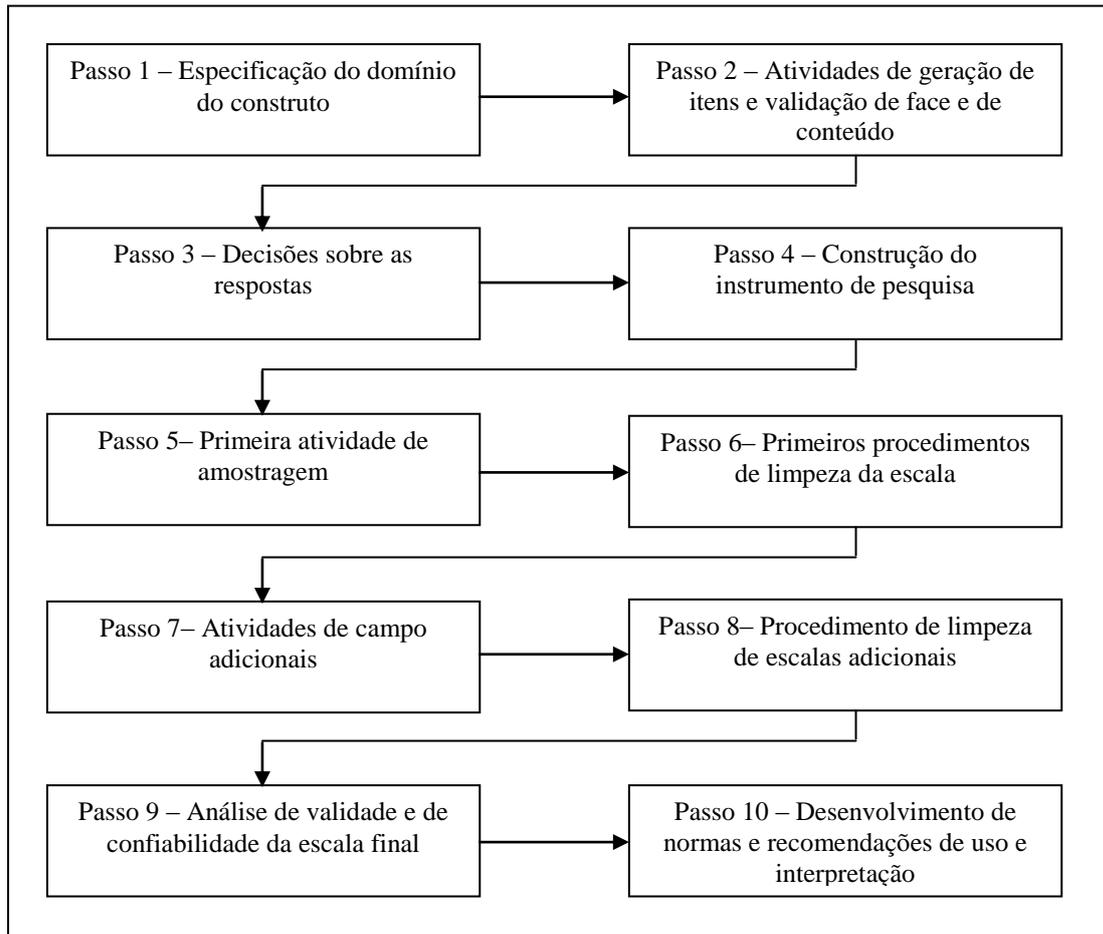
O quarto construto antecedente para o teste das hipóteses foi a ‘participação dos cidadãos’ que se refere ao envolvimento direto e indireto dos cidadãos nas atividades do governo. No próximo subitem abordaremos os procedimentos que foram utilizados para o desenvolvimento da escala.

3.2. DESENVOLVIMENTO DE UMA MÉTRICA DE CONFIANÇA

Como apresentado no capítulo anterior, verificamos uma deficiência no desenvolvimento de métricas para mensurar o construto confiança, especificamente no contexto do executivo municipal, despertando-nos o interesse em desenvolver uma escala para mensurar tal construto.

No processo de construção da escala, utilizamos o modelo proposto por Costa (2011), que utiliza 10 passos para o processo de desenvolvimento da escala, conforme apresentado na figura 12.

Figura 12 - Passos do desenvolvimento da escala



Fonte: Costa (2011).

O detalhamento dos 10 passos propostos no modelo de Costa (2011) será apresentado a seguir.

- **Passo 1-** Especificação do domínio do construto: consiste na atividade de definir adequadamente o construto a ser mensurado e suas dimensões, caso seja necessário. No caso desta pesquisa, o construto definido foi a confiança dos cidadãos no executivo municipal.
- **Passo 2** – Atividades de geração de itens e validação de face e conteúdo: geração de indicadores que possam ser utilizados para mensurar o construto. Os itens gerados e ajustados foram submetidos aos procedimentos de validade de face e de conteúdo.
- **Passo 3** – Decisões sobre as respostas: consiste na análise das alternativas e decisão sobre qual escala de averiguação será utilizada e qual o número de pontos. Nesse estudo, utilizamos a escala tipo Likert, variando de 1 a 10 pontos.

- **Passo 4** – Construção do Instrumento de Pesquisa: refere-se a colocar o conjunto de itens gerados em um instrumento de campo que viabilize a coleta de dados.
- **Passo 5** – Primeira atividade de Amostragem: tem por finalidade a obtenção dos primeiros resultados para a realização de alguns testes exploratórios preliminares. Dado sua finalidade exploratória, a coleta de dados foi realizada nas cidades de: João Pessoa (Capital do Estado, 723.515 habitantes), Bananeiras (Cidade do Brejo Paraibano, 21.851 habitantes) e Solânea (Cidade do Brejo Paraibano, 26.693 habitantes), número de habitantes obtidos nos dados do IBGE (2010). Escolhemos as pequenas cidades, porque 89,1% das cidades brasileiras, em 2010, apresentavam até 50 mil habitantes. A cidade de João Pessoa foi escolhida para a realização de análises em cidades maiores. A coleta de dados se deu por meio da aplicação de questionários em universidades e atingiu 179 respondentes. Depois de coletados, os dados foram analisados com o *software* estatístico R e o SPSS.
- **Passo 6** – Primeiros procedimentos de limpeza da escala: o propósito é eliminar itens que não tem maiores contribuições para a escala de maneira “evidente”.
- **Passo 7** – Atividades de campo adicionais: visa levantar novos dados para o aprimoramento da escala, testando novamente a escala, e caso necessário, realizando novas limpezas. Além das cidades de João Pessoa, Bananeiras e Solânea no Estado da Paraíba, expandimos as atividades de campo para a cidade de Garanhuns (Cidade do interior Pernambucano, 129.408 habitantes), segundo dados do IBGE (2010). Nessa amostragem foram atingidos 337 respondentes. Depois de coletados, os dados foram analisados com o *software* estatístico R e o SPSS.
- **Passo 8** – Procedimentos de limpeza da escala adicionais: aplicam-se sobre os dados da nova amostra, como procedimentos exploratórios diversos e análise fatorial confirmatória.
- **Passo 9** – Análise de validade e de confiabilidade da escala: serve para confirmar que a escala gerada tem características de validade e de confiabilidade.
- **Passo 10** – Desenvolvimento de normas e recomendações de uso e interpretação: objetiva apresentar as instruções de uso para os potenciais interessados na escala.

Após o processo de desenvolvimento da escala de mensuração do construto confiança dos cidadãos no executivo municipal, realizamos os testes das hipóteses apresentadas no item 3.3.

3.3. TESTES DAS HIPÓTESES

Antes da realização dos testes das hipóteses fizemos algumas análises dos dados com o intuito de conhecer melhor a amostra obtida na pesquisa. Neste processo foi realizada a análise exploratória preliminar, visando analisar os dados da amostra e das variáveis dos construtos. A análise foi realizada por meio do *software* estatístico SPSS, através da verificação de dados perdidos durante o processo de coleta de dados (*missing values*) e de dados atípicos (*outliers*), dados normalmente diferentes das demais observações. Fizemos ainda a análise da normalidade das variáveis por meio da análise da assimetria e curtose. Ainda no processo de conhecimento da amostra, utilizamos a análise univariada para verificar a frequência das características sócio demográficas da amostra.

Após o tratamento dos dados, seguimos para o teste das hipóteses. Para o teste das hipóteses utilizamos a abordagem científica da teoria abduativa, método que busca analisar os dados por meio do uso de diferentes técnicas com a finalidade de entender melhor um fenômeno específico (HAIG, 2005). O uso de diferentes visões tem por objetivo complementar os métodos utilizados na análise das hipóteses, de maneira a compreendermos melhor o fenômeno confiança dos cidadãos no executivo municipal.

Considerando a lógica abduativa e as limitações dos métodos paramétricos clássicos de possuírem algumas suposições, que nem sempre são encontradas na prática (ERCEG-HURN; MIROSEVICH, 2008), optamos por utilizar as seguintes técnicas: correlação, regressão normal linear múltipla e regressão quantílica. A técnica de correlação é um método de análise bivariada que busca verificar a relação mútua entre dois construtos. Desta maneira, testamos as correlações das variáveis associadas a cada hipótese apresentada. O coeficiente de Pearson foi o método de medida utilizado para extração da correlação entre construtos, além do coeficiente não paramétrico de Spearman.

A regressão normal linear múltipla foi utilizada, após termos realizado testes de assimetria e curtose que indicaram que as variáveis pareciam seguir distribuição normal. Portanto, entendemos que a regressão normal linear múltipla era suficiente para atender o objetivo de testar as hipóteses por meio das médias das variáveis.

A terceira técnica utilizada para o teste das hipóteses foi a regressão quantílica, técnica que busca analisar a influência, em diferentes quantis, das variáveis independentes na variável dependente. A regressão quantílica, segundo Tsai *et al.* (2012), fornece mais

informações ao pesquisador do que os métodos tradicionais de regressão, quando o comportamento das variáveis difere do comportamento tradicional de cauda.

Os resultados obtidos nas três técnicas apresentadas foram analisados de maneira a gerar confrontações entre cada técnica, com a finalidade de obter a melhor análise da confiança dos cidadãos no executivo municipal, conforme proposto pelo método científico da teoria abdutiva. O detalhamento dos procedimentos expostos neste capítulo foi apresentado no capítulo 4.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados e analisados os resultados obtidos na pesquisa de campo, compreendendo os passos de operacionalização do desenvolvimento da métrica de confiança, bem como os testes das hipóteses entre os construtos de confiança dos cidadãos e seus antecedentes.

4.1. DESENVOLVIMENTO DA ESCALA

Neste subitem serão apresentados detalhadamente os 10 passos do desenvolvimento da escala propostos no sub item 3.2, conforme modelo proposto por Costa (2011).

4.1.1. Passo 1 – Especificação do domínio do construto

Neste passo utilizamos o levantamento do referencial teórico, desde os textos clássicos até os considerados atuais, e foram encontrados diversos pontos de vista sobre a definição da confiança. Os estudos anteriores mostram que a literatura tratava a confiança em um contexto restrito, voltado para o ambiente empresarial. Castaldo *et al.* (2010) defende que ainda não existe uma definição abrangente com ampla aceitação.

Diversos são os questionamentos sobre a definição da confiança, mas os conceitos que se estabeleceram na literatura buscam caracterizar a confiança em um ambiente de troca, sem uma definição mais precisa para o setor público. Outros questionamentos surgiram relacionados à dimensionalidade do construto, e observamos que os autores consideram sua natureza unidimensional enquanto outros defendem sua multidimensionalidade.

Diante dessa operacionalização que o construto confiança vinha recebendo na literatura, a falta de consenso sobre uma definição abrangente e a ausência de um conceito que tratasse a confiança dos cidadãos, verificamos a oportunidade para o desenvolvimento de uma nova escala. A análise da literatura nos mostrou que a confiança deve ser tratada como construto refletivo e que possui característica bidimensional, conforme estudos apresentados no referencial teórico com escalas válidas, considerando duas dimensões.

Em termo de operacionalização do construto, e levando em conta toda a construção teórica revisada, trabalharemos com a seguinte definição do construto confiança

dos cidadãos.

Quadro 9 – Especificação do domínio do construto

Confiança dos Cidadãos	
Confiança é a crença dos cidadãos na credibilidade e na benevolência do governo no exercício das suas atribuições, mesmo que essa crença possa torná-los vulneráveis.	
Dimensão	Definição
Credibilidade	Crença dos cidadãos de que o governo tem a experiência necessária para realizar o seu trabalho de forma a atingir o resultado esperado e de maneira confiável.
Benevolência	Crença de que o governo está motivado a agir no interesse do bem-estar dos cidadãos, por meio da preocupação com o interesse coletivo acima dos individuais.

Fonte: Elaboração própria.

A definição proposta pode ser aplicada em qualquer nível de governo, seja ele municipal, estadual ou federal, do ponto de vista do executivo municipal o foco é o mesmo sendo que nesta esfera de governo específica. Para efeitos desta pesquisa, entendemos o executivo municipal como a instituição representada pelo prefeito, vice-prefeito e secretarias municipais.

4.1.2. Passo 2 – Atividades de geração de itens e validação de face e de conteúdo

Neste passo foi adotado o procedimento de geração de itens de natureza refletiva, ou seja, que variam à medida que o construto confiança sofre variação. Os itens gerados foram oriundos de procedimentos de adaptação, que se refere aos itens obtidos por meio de pequenas modificações de sua escala original para melhor adequação à esta pesquisa e pela elaboração própria, que se referem aos itens totalmente inéditos. A partir da revisão da literatura foram gerados 25 itens (GURVIEZ; KORCHIA, 2003; DELGADO-BALLESTER, 2003; WANG; WART, 2007; KANTSPERGER; KUNZ, 2010; KIM *et al.*, 2011). Todos os itens gerados podem ser visualizados no Apêndice C, no qual consta os itens em suas versões originais, a versão final, bem como a origem de cada item.

Os itens foram submetidos ao processo de validação dos itens, por meio do instrumento de validade de face e conteúdo aplicado para o julgamento de 10 especialistas, entre eles um doutor, seis doutorandos, e três mestres. Todos os especialistas possuíam experiência acadêmica e na área de marketing, os doutorandos e os mestres também detinham conhecimento adicional no processo de desenvolvimento de escalas. A avaliação de cada item foi realizada em uma escala de cinco pontos, conforme apresentada no quadro 15, com base em dois critérios: a validade de face, que refere-se à clareza, pertinência e representatividade dos itens e a validação de conteúdo que está relacionada à verificação de se os itens propostos

realmente remetem ao construto.

Quadro 10 – Escala de verificação da validação de face e de conteúdo

Adequação do item a definição				
1 – Inadequado	2 – Pouco Adequado	3 – Adequado	4 – Bem adequado	5 – Adequação perfeita
Clareza do enunciado				
1 – Muito ruim	2 - Ruim	3 – Razoável	4 - Boa	5 – Muito boa

Fonte: Elaboração própria.

Como critério de corte, foi estabelecido que itens com média ou mediana abaixo de 3 nos sinalizariam a necessidade de exclusão do item. Nestes critérios, todos os itens passaram, pois obtiveram médias acima de 3 e mediana acima de 4 em ambas as dimensões. Os valores de média ficaram um pouco discrepantes dos valores da mediana em virtude da dispersão moderada de alguns itens. Dispersão moderada pode ser entendida como o desvio padrão entre 1 e 2, os itens que tiveram dispersão abaixo de 1 foram considerados de baixa dispersão. Os resultados obtidos das avaliações dos especialistas estão apresentados na tabela 4 e mostram que os resultados da média ficaram concentrados em valores acima de 4 com algumas exceções, fato que indica boa adequação dos itens ao construto e clareza do enunciado, porém a medida da média sofre grandes influências de *outliers*, sendo assim incluímos a medida da mediana, cujos resultados foram bastantes satisfatórios com grande concentração entre os valores 4,5 e 5,0.

Tabela 4 – Resultados validade de face e conteúdo

Definição de Credibilidade: Crença dos cidadãos de que o governo tem a experiência necessária para realizar o seu trabalho de forma a atingir o resultado esperado e de maneira confiável.						
Itens	Adequação			Clareza		
	Média	Mediana	Desvio	Média	Mediana	Desvio
1 O executivo municipal é verdadeiro na sua prestação de contas	4,00	5,00	1,49	4,10	4,50	1,29
2. O executivo municipal é competente na prestação de serviços, sempre que necessito	4,30	4,50	0,82	3,80	4,50	1,40
3. O executivo municipal é eficiente no uso dos recursos quando presta um serviço que necessito	4,30	4,50	0,82	3,90	4,50	1,29
4. O executivo municipal é honesto na prestação dos serviços que necessito	4,00	4,50	1,41	3,90	4,50	1,45
5. O executivo municipal é confiável no cumprimento de suas promessas	4,30	5,00	1,34	4,90	5,00	0,32
6. O executivo municipal é capaz de satisfazer as necessidades dos cidadãos	4,40	5,00	1,26	4,50	5,00	1,08
7. O executivo municipal está sempre no nível de minhas expectativas	4,20	4,50	1,03	3,80	4,00	1,32
8. Sinto-me seguro com os serviços prestados pelo executivo municipal	4,70	5,00	0,48	4,70	5,00	0,67
9. O executivo municipal presta os seus serviços com o menor período de tempo que ele pode ser executado	4,30	5,00	1,34	3,90	4,00	1,10
10. O executivo municipal busca capacitar seus servidores para a prestação de serviço	4,40	5,00	0,84	4,40	5,00	0,84

mais adequado às necessidades dos cidadãos						
11. O executivo municipal conhece as necessidades dos cidadãos	4,30	5,00	1,06	4,20	5,00	1,32
12. Considero as atividades do executivo municipal satisfatórias para o meu município	4,80	5,00	0,42	4,80	5,00	0,42
Dimensão de Benevolência - Crença de que o governo está motivado a agir no interesse do bem-estar dos cidadãos, por meio da preocupação com o interesse coletivo acima dos individuais.						
Itens	Adequação			Clareza		
	Média	Mediana	Desvio	Média	Mediana	Desvio
1. O executivo municipal está interessado no desenvolvimento econômico e social do município	4,70	5,00	0,67	5,00	5,00	0,00
2. O executivo municipal está preocupado com o bem-estar dos cidadãos	4,30	5,00	0,95	4,60	5,00	0,70
3. Os servidores do executivo municipal estão fortemente encorajados para resolver os problemas dos cidadãos (ex. de mobilidade urbana, de saúde pública, de educação, entre outros)	4,60	5,00	0,70	4,50	5,00	0,71
4. Sou bem orientado pelo executivo municipal quando necessito de um serviço	4,20	5,00	1,14	4,30	4,50	0,82
5. Os servidores do executivo municipal são prestativos	4,40	5,00	0,84	4,80	5,00	0,42
6. As ações do executivo municipal expressam os reais interesses dos cidadãos	4,80	5,00	0,42	4,90	5,00	0,32
7. O executivo municipal busca melhorar para atender às necessidades dos cidadãos	3,90	4,00	1,20	4,20	4,50	1,03
8. O executivo municipal é sincero e honesto em seus pronunciamentos	4,00	5,00	1,41	4,60	5,00	0,70
9. O executivo municipal faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos	4,40	4,50	0,70	4,30	4,50	0,82
10. O executivo municipal é sincero na prestação dos serviços que necessito	3,80	4,50	1,40	3,90	4,00	1,10
11. O executivo municipal está interessado em conhecer as necessidades dos cidadãos	4,30	5,00	1,06	4,50	5,00	0,85
12. O executivo municipal satisfaz aos interesses coletivos dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns cidadãos	4,50	5,00	1,27	4,40	5,00	0,97
13. Os servidores do executivo municipal buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos	4,10	5,00	1,29	4,80	5,00	0,42

Fonte: Elaboração própria.

A análise dos resultados da validação de face e conteúdo não indicou a necessidade de exclusão de nenhum item, mas optamos por considerar os comentários e/ou sugestões dos especialistas. Considerando este critério alguns itens precisaram ser reescritos e dois itens foram excluídos de maneira que os 23 itens restantes após a sua validação, ficaram conforme apresentado no quadro 11.

Quadro 11 – Itens após validação de face e conteúdo

CÓDIGO	ITENS DIMENSÃO CREDIBILIDADE
CRED1	O trabalho do executivo municipal está condizente com minhas expectativas
CRED2	Sinto-me seguro com os serviços prestados pelo executivo municipal
CRED3	Considero as atividades do executivo municipal satisfatórias para o meu município
CRED4	O executivo municipal é transparente na sua prestação de contas
CRED5	O executivo municipal presta os seus serviços com o menor tempo possível que ele pode ser executado
CRED6	O executivo municipal é competente na prestação de serviços
CRED7	O executivo municipal capacita seus servidores para a prestação de serviços mais adequados às necessidades dos cidadãos
CRED8	O executivo municipal é eficiente no uso dos recursos utilizados
CRED9	O executivo municipal é capaz de satisfazer as necessidades dos cidadãos (Por exemplo, campanhas de vacinação e pavimentação de ruas)
CRED10	O executivo municipal é confiável no cumprimento de suas promessas
CRED11	O executivo municipal conhece as necessidades dos cidadãos
CÓDIGO	ITENS DIMENSÃO BENEVOLÊNCIA
BEN1	Os servidores do executivo municipal estão fortemente engajados na resolução dos problemas dos cidadãos (p. ex.: problemas de mobilidade urbana, de saúde pública, de educação, entre outros)
BEN2	Quando preciso, sou bem orientado pelos servidores do executivo municipal
BEN3	As ações do executivo municipal expressam os reais interesses dos cidadãos
BEN4	Os servidores do executivo municipal são prestativos
BEN5	Os servidores do executivo municipal buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos
BEN6	O executivo municipal está interessado no desenvolvimento econômico, ambiental e social do município
BEN7	O executivo municipal está interessado no bem-estar dos cidadãos
BEN8	O executivo municipal me passa segurança em seus pronunciamentos
BEN9	O executivo municipal faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos (p. ex. firma parcerias com os governos federal e estadual)
BEN10	O executivo municipal é competente na prestação dos serviços
BEN11	O executivo municipal está interessado em conhecer as necessidades dos cidadãos
BEN12	O executivo municipal satisfaz aos interesses coletivos da maioria dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns poucos cidadãos

Fonte: Elaboração própria.

4.1.3. Passo 3 – Decisões sobre as respostas

No critério de escalas de verificação, optamos por trabalhar com escalas não comparativas por pontos, nas quais apresentamos valores discretos no ato da apresentação (COSTA, 2011). Na métrica que estamos desenvolvendo (do construto confiança dos cidadãos); será utilizada a escala de verificação do tipo Likert de 10 pontos, variando de 1 a 10, na qual 1 representa discordância total e 10, concordância total. A escolha desse número de pontos se deu pela facilidade de resposta que esta avaliação proporciona, em virtude de ser bastante comum a atribuição de pesos, notas, opiniões, entre outras medidas com essa pontuação.

Para os outros quatro antecedentes da confiança (satisfação do cidadão, propensão à confiança do cidadão, desempenho do executivo municipal e participação pública dos

cidadãos) foi escolhida a escala de verificação por pontos de *phrase completion* apresentada por Costa (2011) como uma das escalas de verificação disponíveis, no qual foi tomado um item e apresentado a sua intensidade de manifestação diretamente em uma escala de 10 pontos, variando de 1 a 10. No quadro 12 apresentamos a escala de verificação desses quatro construtos.

Quadro 12 – Escala dos antecedentes da confiança

Satisfação dos Cidadãos									
Comparando minhas expectativas e os resultados do trabalho do executivo municipal, meu nível de satisfação é									
Muito baixo			Moderado				Muito alto		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Propensão à confiança									
Considerando que não possuo conhecimento prévio de uma instituição, promessa ou pessoa, meu nível de disposição a confiar é									
Muito baixo			Moderado				Muito alto		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Desempenho percebido do Executivo Municipal									
Entendo que o desempenho do executivo de meu município em seus serviços e em suas ações é de nível									
Muito baixo			Moderado				Muito alto		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Participação pública dos cidadãos									
Considerando as atividades desenvolvidas pelo executivo municipal, meu nível de participação em debates e discussões tem sido									
Muito baixo			Moderado				Muito alto		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Fonte: Elaboração própria.

4.1.4. Passo 4 – Construção do Instrumento de Pesquisa

Neste passo construímos um instrumento de pesquisa com o conjunto de 23 itens da confiança dos cidadãos por meio das dimensões de credibilidade e benevolência, as escalas dos demais construtos e informações de dados adicionais sobre o respondente. A preocupação deste passo, conforme proposto por Costa (2011), consistiu em elaborar um instrumento adequado ao propósito da pesquisa de validar uma escala para mensuração da confiança dos cidadãos e da capacidade de resposta dos respondentes da pesquisa.

Antes da preparação do instrumento de coleta de dados, foram desenvolvidas escalas *single item* dos construtos satisfação dos cidadãos, propensão à confiança, desempenho percebido do executivo municipal e participação pública dos cidadãos, com itens gerados a partir da revisão da literatura. As escalas apresentadas no quadro 12 foram submetidas para validação de face e conteúdo de 05 especialistas, sendo 02 mestres e 03 doutorandos.

O método de validação destas escalas foi diferente do realizado no passo 2,

apresentado no subitem 4.1.2. Uma vez que a validação das demais escalas não constituía um objetivo da pesquisa, mesmo assim, optamos por realizar uma validação *highly content validity*, modelo proposto por Rossiter (2008), que foi realizada através de entrevista com especialistas para ajustes das escalas considerando a adequação do conteúdo do item à definição do construto e a clareza do enunciado do item. Nesta etapa surgiram modificações no enunciado dos itens para melhor entendimento do respondente e melhor mensuração do construto.

O instrumento de pesquisa foi composto pelo título ‘Questionário’, sendo dispensado enunciado de abertura, tendo em vista que o objetivo da pesquisa seria comunicado verbalmente. Inicialmente foram apresentadas três questões associadas à moradia e o tempo de moradia na cidade, bem como renda familiar. Em seguida foram apresentados os itens da dimensão ‘credibilidade da confiança dos cidadãos’, com uma definição do que é o executivo municipal, e após a apresentação desta dimensão foram expostos as escalas *single item*, para mensurar os demais construtos da pesquisa.

Na segunda e última página do questionário foram inseridas questões adicionais sobre participação política, semestre de curso, parentesco com político do executivo municipal e participação em representação de alguma categoria. Em seguida foram apresentadas as questões sobre a dimensão ‘benevolência da confiança dos cidadãos’ e uma definição para relembrar o que é o executivo municipal para esta pesquisa. Ao final, foram acrescentadas três questões sobre dados demográficos e uma frase de agradecimento. O questionário utilizado na primeira amostragem está apresentado no apêndice D.

4.1.5. Passo 5 – Primeira atividade de amostragem

Foi definido que o instrumento de coleta de dados da primeira amostragem seria aplicado com estudantes de ensino superior, sendo portanto a uma amostra não probabilística por conveniência. Optamos por aplicar o questionário a estudantes de uma universidade federal, tanto no seu campus da capital quanto em um dos seus *campi* do interior do estado. A coleta de dados foi realizada nos dias 19 e 20 de maio de 2014 e obteve 179 respondentes. O tempo gasto para conclusão do instrumento variou aproximadamente entre 5 e 10 minutos. A aplicação se deu por aplicação direta em sala de aula, sendo concedida autorização prévia dos professores. O trabalho de campo foi realizado pela pesquisadora, de maneira que não foi necessário nenhum treinamento para à aplicação.

Após a coleta de dados, os questionários foram submetidos a uma triagem, para verificar se algum precisaria ser excluído e se as duas páginas haviam sido preenchidas, tendo em vista que o questionário aplicado possuía questões na frente e no verso da folha. Esta triagem não apresentou a necessidade de exclusão de nenhum dos questionários de início.

4.1.6. Passo 6 – Primeiros procedimentos de limpeza da escala

A atividade da primeira amostragem teve por objetivo a limpeza da escala, e consistiu na execução de um conjunto de procedimentos exploratórios a fim de eliminar itens que não se ajustavam bem à escala.

4.1.6.1. Análise exploratória preliminar

Esta etapa consistiu em um conjunto de procedimentos preparatórios sobre a planilha e sobre os dados, conforme proposto do modelo de Costa (2011). A primeira atividade realizada foi a análise de possíveis erros de digitação, como por exemplo, números dobrados ou dados que não correspondessem as categorias disponíveis para resposta. No nosso banco de dados não foi verificado nenhum indício de erro de digitação nem de anomalias. Esse procedimento foi realizado pela análise visual bem como pela estatística descritiva de frequências.

Ainda na avaliação das entradas foi analisado se algum respondente marcou uma resposta única para os itens da escala. Assim, na análise visual das respostas, foi possível verificar 05 questionários com padrão de resposta único. Estes questionários foram excluídos da planilha por não apresentar compromisso do respondente com a fidelidade das respostas e por que não permitiam análise do conteúdo questionando.

Para análise de *missing values* por respondente foi considerado que seria excluído o respondente que deixasse de responder 10% do questionário. Assim, considerando o total de variáveis do instrumento de coleta de dados, seria excluído o questionário com mais de 04 dados perdidos. Considerando este critério foi excluído um respondente, por apresentar 05 dados ausentes (deste, 4 eram dos itens da escala da confiança dos cidadãos).

A análise de *missing values* por variáveis mostrou que das 41 variáveis do questionário, 16 apresentaram dados perdidos, e destas 05 apresentaram somente um dado perdido, o que nos levou a acreditar que foi desatenção do respondente. O critério utilizado para exclusão nesta análise foi de que variáveis com mais de 10% de valores ausentes deveriam ser excluídos. Deste modo, com base neste critério nenhuma variável apresentou

necessidade de exclusão. Das 16 variáveis que apresentaram dados perdidos, 04 eram variáveis adicionais para análises complementares dos respondentes conforme apresentado na tabela 05. Quanto às escalas dos construtos antecedentes da confiança não foram encontrados dados perdidos.

As variáveis que mais apresentaram dados perdidos na tabela 5 foram relacionadas ao tempo de moradia e ao semestre de curso aproximado. O primeiro pode estar relacionado ao fato de alguns respondentes estarem cursando o primeiro semestre e terem necessidade de se mudar recentemente para próximo da universidade. Quanto ao semestre de curso, a ausência de respostas pode ter sido oriunda de alunos ‘desblocados’¹¹, que não sabem exatamente a que período pertencem.

Tabela 5 - *Missing values* das variáveis adicionais e sócio-econômicas

Variável	Quantidade
Há quanto tempo (aproximadamente em anos) mora nesta cidade?	07
Qual sua renda familiar mensal?	02
Qual o seu semestre de curso (aproximado)?	05
Você participa de alguma representação de categoria (p. ex. Centro Acadêmico, DCE, sindicatos)?	03

Fonte: Dados da pesquisa

Para a substituição dos *missing* das variáveis categóricas foram analisadas as correlações das variáveis com *missing values* e demais variáveis, e foi identificada a de maior correlação. Depois disso foi feita a ANOVA das duas variáveis para comparar o que a maioria dos respondentes que marcaram a mesma resposta na variável correlata, marcaram na variável que está com a resposta ausente, e atribuímos esta resposta. Considerando que ambas têm correlação, entendemos que este seria o método mais adequado de atribuição do dado perdido para as variáveis categóricas.

Quanto aos dados perdidos da escala da confiança, 07 itens apresentaram dados perdidos da dimensão credibilidade, sendo 04 somente com 01 dado perdido e os demais seguem apresentados na tabela 06. A dimensão benevolência apresentou 05 itens com *missing values*, dos quais 01 revelou somente um dado perdido e os demais estão apresentados na tabela 6.

Os dados perdidos da escala da confiança podem estar relacionados ao fato dos respondentes se sentirem inseguros de mensurar algumas atitudes do executivo municipal. O procedimento de substituição dos dados perdidos destas variáveis oriundas de dimensões com múltiplos itens se deu pela média do respondente aos demais itens do mesmo construto.

¹¹ Termo utilizado para se referir a alunos que não obtiveram aprovação em disciplinas ofertadas para a sua turma, seja por reprovação, interrupção ou por não ter se matriculado na referida disciplina.

Tabela 6 - *Missing values* dos itens da escala da confiança dos cidadãos

Dimensão Credibilidade – Variável	Quantidade
O executivo municipal é transparente na sua prestação de contas	02
O executivo municipal é competente na prestação de serviços	04
O executivo municipal é eficiente no uso dos recursos utilizados	03
Dimensão Benevolência - Variável	Quantidade
O executivo municipal está interessado no bem estar dos cidadãos	04
O executivo municipal me passa segurança em seus pronunciamentos	04
O executivo municipal faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos (p. ex. firma parcerias com os governos federal e estadual)	03
O executivo municipal é competente na prestação dos serviços	03

Fonte: Dados da pesquisa

Após a análise de resposta única das entradas e de dados perdidos das entradas e das variáveis, seguimos para a análise de *outliers*. Na análise, padronizamos as variáveis em Z (média 0 e desvio padrão 1), sendo considerado valor extremo respostas acima de -3 e 3 dos valores padronizados. Por este critério não encontramos nenhum *outlier* nos dados. Também foi analisada a variabilidade das respostas em cada uma das variáveis, e foi verificada uma boa variação das respostas, indicando que a variável é adequada para a pesquisa. Ao término da análise exploratória preliminar, 173 questionários estavam adequados para a próxima etapa de análise.

4.1.6.2. Descrição geral da amostra

Na tabela 7 apresentamos as características gerais da amostra. Na variável relacionada ao local de moradia, tivemos uma diversidade de cidades, sendo 39,3% em João Pessoa, 12,1% em Bananeiras, 16,3% em Solânea e 32,4% em outras cidades próximas ao local de coleta. Quanto a renda dos respondentes a maioria esteve concentrada em até R\$ 2.000,00, e provavelmente esse valor de renda familiar pode estar relacionado ao fato de serem estudantes.

Tabela 7 – Características gerais da amostra

Onde mora		Renda		Idade	
João Pessoa	39,3%	Até R\$ 1000	37%	Até 20 anos	56,6%
Bananeiras	12,1%	Acima de R\$ 1000 até R\$ 2000	25,4%	Acima de 20 até 22 anos	12,1%
Solânea	16,2%	Acima de R\$ 2000 até R\$ 3000	17,3%	Acima de 22 até 24 anos	11,6%
Outras	32,4%	Acima de R\$ 3000	20,2%	Acima de 24 anos	19,7%
Semestre		Atualmente você		Sexo de nascimento	
1° e 2°	46,3%	Não está trabalhando	66,5%	Masculino	39,3%
3° e 4°	20,2%	Trabalha em meio turno	23,7%	Feminino	60,7%
5° e 6°	23,1%	Trabalha o dia inteiro	9,8%		
7° à 9°	10,5%				

Fonte: Dados da pesquisa

Na variável idade 56,6% dos respondentes tinham até 20 anos, caracterizando uma

amostra jovem, esse resultado pode ter relação com o fato de grande parte dos respondentes ainda estarem no início do curso, conforme verificado na variável semestre em que 46,3% ainda estão no primeiro ano de curso (1º e 2º semestres), 20,2% no segundo ano (3º e 4º semestres), 23,1% no terceiro ano (5º e 6º semestre), e 10,5% no quarto ano em diante (7º aos 9º semestres).

Quanto à variável de trabalho, a maioria dos respondentes (66,5%) afirmou não está trabalhando, resultado que pode estar relacionado ao fato de serem estudantes universitários e a coleta de dados ter sido realizada principalmente durante o dia. A análise da amostra revelou que a maioria dos respondentes (60,7%) dos respondentes eram do sexo feminino, o que pode estar relacionado ao fato de algumas das salas abordadas serem do curso de pedagogia que normalmente é formado por maior número de mulheres do que de homens.

As variáveis relacionadas à filiação a partido político (96,5%), parentesco com político do executivo municipal (93,6%) e participação em representação de categoria (90,8%) tiveram respostas negativas da maioria dos respondentes. O baixo resultado no parentesco pode ter relação com o fato de no executivo municipal haver poucos políticos, sendo portanto, mais difícil encontrar pessoas com parentesco. A ausência de filiação a partido político pode estar relacionada com as características dos respondentes serem estudantes, que ainda não ingressaram na vida política. A baixa participação em representação de categoria pode ter sido oriunda dos estudantes serem de turmas dos dois primeiros anos, sendo assim, podem não ter interesse em se envolver nas atividades de representação discente.

Além das variáveis apresentadas na tabela 7, também analisamos o tempo médio de moradia dos residentes e a variabilidade em cada uma das cidades pesquisadas por meio do desvio padrão conforme apresentado da tabela 8.

Tabela 8 - Tempo de moradia no local de residência por cidade

Cidade	Média	Desvio padrão
João Pessoa	17,18	10,0
Bananeiras	12,76	9,5
Solânea	11,93	10,0
Outras	15,7	9

Fonte: Dados da pesquisa

Por meio da análise do desvio padrão por cidade foi possível verificar grande variação no tempo de moradia dos respondentes, podendo ser resultando de termos respondentes recém ingressos no curso e que por isso tem pouco tempo de residência na cidade e respondentes que residem na cidade desde o seu nascimento.

4.1.6.3. Análise das variáveis das dimensões

Com o objetivo de facilitar a análise dos resultados da primeira amostragem da coleta de dados, separamos os resultados por dimensão, na primeira parte analisaremos as características da dimensão ‘credibilidade’ e na segunda parte a dimensão ‘benevolência’.

- Dimensão Credibilidade

Inicialmente foi feita a limpeza da escala para a dimensão ‘credibilidade’ por meio de análises de correlação, consistência interna, análise fatorial exploratória e confirmatória. Após estes procedimentos realizamos uma análise descritiva dos itens que restaram na dimensão ‘credibilidade’.

a) Análise de correlação, consistência interna e fatorial exploratória

Para o procedimento de limpeza da escala, com os dados da primeira amostragem, utilizamos tanto a análise fatorial exploratória como a análise fatorial confirmatória. Antes de realizar a análise fatorial foi extraída a correlação bivariada entre os itens da dimensão conforme resultados apresentados na tabela 9, para verificar se algum item apresentava indícios de dificuldade na mensuração.

Tabela 9 - Matriz de correlação das variáveis da dimensão credibilidade*

	CRED1	CRED2	CRED3	CRED4	CRED5	CRED6	CRED7	CRED8	CRED9	CRED10
CRED2	0,796									
CRED3	0,799	0,823								
CRED4	0,544	0,651	0,628							
CRED5	0,602	0,621	0,658	0,660						
CRED6	0,659	0,717	0,714	0,702	0,768					
CRED7	0,574	0,580	0,633	0,614	0,713	0,708				
CRED8	0,594	0,609	0,721	0,626	0,705	0,764	0,693			
CRED9	0,478	0,564	0,605	0,522	0,483	0,620	0,547	0,641		
CRED10	0,579	0,671	0,704	0,630	0,679	0,728	0,679	0,712	0,702	
CRED11	0,373	0,391	0,453	0,379	0,347	0,458	0,510	0,527	0,508	0,517

Nota: *Todas não nulas e significativas à p-valor<0,001.

Fonte: Dados da pesquisa

As correlações atingiram o valor mínimo desejado de 0,2 conforme proposto por Costa (2011), porém o item CRED 11 foi o que apresentou valores abaixo de 0,4, sinalizando que o item tem baixa correlação com outros cinco itens da dimensão. Mesmo assim, decidimos manter o item para as próximas etapas. Em seguida, realizamos o teste de adequação da amostra com o teste de KMO (0,939) e de esfericidade de Bartlett apresentando significância estatística ($\chi^2= 1574,37$, gl=55) a $p<0,001$, sendo confirmada a adequação dos itens para a dimensão credibilidade. A extração indicou apenas um fator com autovalor maior que 1, e variância extraída de 65,66%. A análise de consistência interna para todos os itens da

dimensão foi verificada a partir do *alpha* de Cronbach, obtendo-se o valor de 0,944. Os resultados da análise fatorial e da consistência interna da ‘credibilidade’ podem ser verificados na tabela 10.

Tabela 10 – Resultados da análise fatorial confirmatória e do alpha

	Comunalidades	Escore fatorial	Alpha se o item for excluído
CRED1	0,627	0,792	0,939
CRED2	0,707	0,841	0,937
CRED3	0,767	0,876	0,935
CRED4	0,616	0,785	0,939
CRED5	0,674	0,821	0,938
CRED6	0,788	0,887	0,935
CRED7	0,666	0,816	0,938
CRED8	0,734	0,857	0,936
CRED9	0,556	0,746	0,941
CRED10	0,734	0,857	0,936
CRED11	0,353	0,595	0,949

Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados da análise fatorial indicaram resultados de comunalidades acima de 0,5 em todos os itens, com exceção do item CRED11, que já vinha sinalizando problemas desde a análise da correlação bivariada (este item também foi o que teve menor escore fatorial, 0,595), todos os outros itens tiveram escore fatorial acima de 0,7. Também analisamos o *alpha* de Cronbach caso os itens fossem excluídos e o *alpha* só apresentou aumento caso seja excluído o item CRED11.

Com base em todos os resultados (da matriz de correlação, da análise fatorial e da consistência interna), temos bons indícios de ajuste dos itens da dimensão credibilidade com exceção do item CRED11, que sinalizou necessidade de exclusão. Provavelmente este item não tenha como ser analisado pelos cidadãos, pois os mesmos não se encontram dentro da gestão do executivo municipal, e não tem conhecimento para responder tal afirmação.

Tabela 11 - Resultados da análise fatorial na segunda rodada

	Comunalidades	Escore fatorial
CRED1	0,638	0,799
CRED2	0,720	0,849
CRED3	0,774	0,880
CRED4	0,626	0,791
CRED5	0,692	0,832
CRED6	0,795	0,891
CRED7	0,659	0,812
CRED8	0,727	0,853
CRED9	0,543	0,737
CRED10	0,729	0,854

Fonte: Dados da pesquisa

Após a exclusão da variável procedemos uma nova análise fatorial. Nesta rodada

obtivemos no teste de adequação da amostra KMO (0,937) e de esfericidade de Bartlett ($\chi^2=1496,61$ gl=45, a $p<0,001$), sinalizando adequação dos itens para a análise. A variância extraída continuou sinalizando que somente um fator apresentou autovalor maior que 1 e variância extraída de 69%. O *alpha* de Cronbach aumentou para 0,949, os resultados das comunalidades e dos escores fatoriais também foram satisfatórios, conforme apresentado na tabela 11.

b) Análise fatorial confirmatória

Depois dos resultados obtidos na análise fatorial exploratória, procedemos a atividade de limpeza da escala por meio da análise fatorial confirmatória, este procedimento foi executado no *software* AMOS, empregando como método de estimação o de máximo verossimilhança (*maximum likelihood*). Procedemos a análise da dimensão ‘credibilidade’ a partir do conjunto de itens restantes após a análise fatorial exploratória. Foram realizadas diversas iterações de maneira que o modelo final apresentasse o resultado mais ajustado de acordo com a literatura. Ao término na análise fatorial confirmatória, a dimensão ficou com 7 itens, sendo necessário as exclusões dos itens CRED1, CRED2, CRED9.

Além dos critérios de adequação estatística, também verificamos a descrição dos itens, para evitarmos possíveis perdas de conteúdo. Os critérios para exclusão dos itens foram:

- Para exclusão do item CRED1 (O trabalho do executivo municipal está condizente com minhas expectativas), o conteúdo semântico do item refere-se mais ao conceito de satisfação do que o de credibilidade
- Para exclusão do item CRED2 (Sinto-me seguro com os serviços prestados pelo executivo municipal), o conteúdo do item está mais relacionado ao construto segurança do que ao conceito de credibilidade.
- Para exclusão do item CRED9 (O executivo municipal é capaz de satisfazer as necessidades dos cidadãos (Por exemplo, campanhas de vacinação e pavimentação de ruas)), o conteúdo do item pode não ser avaliado diretamente pelos cidadãos.

Após a exclusão dos itens CRED1, CRED2, CRED9 e CRED11, que já havia sido excluído na análise fatorial exploratória, obtivemos os resultados de ajustes do modelo apresentados na tabela 12.

Observamos que o escore fatorial mínimo foi 0,768, e o menor *critical ratio* (CR) foi de 11,481, indicou que os itens da escala são estatisticamente não nulos. Obtivemos χ^2 /gl

de 0,864, que segundo Costa (2011) um χ^2/gl menor do que 5 indica um bom ajustamento do modelo, o p-valor de 0,599 também permitiu confirmar a hipótese nula de adequação do modelo. Também apresentamos outros indicadores de ajuste como o GFI (0,98) e CFI (1,00) que segundo Costa (2011) tem como mínimo exigido 0,9 e como critério um RMSEA inferior a 0,08, o RMSEA do modelo foi de 0,00.

Tabela 12 – Resultados da análise fatorial confirmatória

Código	Item	Escore	CR*			
CRED3	Considero as atividades do executivo municipal satisfatórias para o meu município	0,812	—			
CRED4	O executivo municipal é transparente na sua prestação de contas	0,768	11,481			
CRED5	O executivo municipal presta os seus serviços com o menor tempo possível que ele pode ser executado	0,843	13,124			
CRED6	O executivo municipal é competente na prestação de serviços	0,892	14,290			
CRED7	O executivo municipal capacita seus servidores para a prestação de serviços mais adequados às necessidades dos cidadãos	0,808	12,340			
CRED8	O executivo municipal é eficiente no uso dos recursos utilizados	0,854	13,364			
CRED10	O executivo municipal é confiável no cumprimento de suas promessas	0,828	12,778			
Medidas de ajustamento						
χ^2 12,095	gl 14	χ^2/gl 0,864	p-valor 0,599	GFI 0,98	CFI 1,00	RMSEA 0,00

Nota: *Todos significantes à p-valor<0,001.

Fonte: Dados da pesquisa

c) Análise descritiva

Foram analisadas a média, a mediana, o desvio padrão, a assimetria e a curtose dos itens restantes da dimensão ‘credibilidade’, cujos resultados são apresentados na tabela 13. Os valores de média e mediana foram muito próximos em cada item, com todas as medidas apresentando valores iguais ou menor que 5, ou seja já no nível de discordância com relação à afirmação. Nestes termos, é possível entender que, em geral, há um nível baixo de percepção de credibilidade entre os respondentes.

Para a análise do desvio padrão estabelecemos que desvio menor que 2 deve ser considerado de baixa dispersão, entre 2 e 3 é de dispersão moderada e acima de 3 de dispersão elevada. Considerando este critério, verificamos que todos os itens tiveram dispersão moderada, isto sinaliza uma boa adequação das variáveis para análise. A análise da assimetria e curtose permitem verificar se as variáveis possuem distribuição normal. No *software* SPSS, ferramenta utilizada para esta análise, os valores de assimetria e curtose entre -1 e +1 são bons indicativos de normalidade.

Todos os itens da dimensão credibilidade ficaram dentro deste intervalo, sinalizando que seguem distribuição normal. Na análise descritiva, o item CRED5 se destacou por apresentar a menor média (3,51), o menor desvio padrão (2,107) e a maior assimetria (0,630) juntamente com o item CRED7. Mesmo com estes valores de destaque para CRED5,

não foi verificado nenhum problema com os itens restantes, conforme apresentado na tabela 13.

Tabela 13 – Estatística descritiva da dimensão credibilidade

Código	Item	Média	Mediana	Desvio	Assimetria	Curtose
CRED3	Considero as atividades do executivo municipal satisfatórias para o meu município	4,20	4,00	2,206	0,309	-0,455
CRED4	O executivo municipal é transparente na sua prestação de contas	4,46	5,00	2,281	0,211	-0,481
CRED5	O executivo municipal presta os seus serviços com o menor tempo possível que ele pode ser executado	3,51	3,00	2,107	0,630	-0,360
CRED6	O executivo municipal é competente na prestação de serviços	4,34	4,00	2,260	0,377	-0,593
CRED7	O executivo municipal capacita seus servidores para a prestação de serviços mais adequados às necessidades dos cidadãos	4,04	4,00	2,351	0,630	-0,259
CRED8	O executivo municipal é eficiente no uso dos recursos utilizados	4,08	4,00	2,257	0,572	-0,230
CRED10	O executivo municipal é confiável no cumprimento de suas promessas	3,66	3,00	2,306	0,617	-0,434

Fonte: Dados da pesquisa

- Dimensão Benevolência

Iniciamos a análise da dimensão ‘benevolência’ pelos procedimentos de limpeza da escala, através da correlação bivariada entre os itens, a consistência interna, a análise fatorial exploratória e a confirmatória. Em seguida, realizamos os procedimentos de extração de medidas para análise descritiva dos itens da dimensão ‘benevolência’.

a) Análise de correlação, consistência interna e fatorial exploratória

Tabela 14 - Matriz de correlação das variáveis da dimensão benevolência*

	BEN1	BEN2	BEN3	BEN4	BEN5	BEN6	BEN7	BEN8	BEN9	BEN10	BEN11
BEN2	0,728										
BEN3	0,732	0,766									
BEN4	0,692	0,809	0,764								
BEN5	0,712	0,774	0,764	0,862							
BEN6	0,669	0,661	0,699	0,637	0,659						
BEN7	0,732	0,745	0,784	0,756	0,756	0,828					
BEN8	0,620	0,732	0,758	0,766	0,756	0,710	0,833				
BEN9	0,673	0,661	0,717	0,698	0,683	0,648	0,771	0,789			
BEN10	0,708	0,725	0,801	0,759	0,768	0,684	0,790	0,814	0,787		
BEN11	0,650	0,683	0,738	0,714	0,695	0,711	0,816	0,788	0,758	0,806	
BEN12	0,680	0,666	0,697	0,690	0,688	0,633	0,736	0,752	0,700	0,809	0,761

Nota: *Todas não nulas e significativas à p-valor<0,001.

Fonte: Dados da pesquisa

Após a análise da dimensão ‘credibilidade’ e ajuste dos itens adequados preliminarmente para mensuração da dimensão, utilizamos os mesmos procedimentos para

analisar a dimensão benevolência. Primeiro extraímos a correlação bivariada entre os itens da dimensão conforme resultados apresentados na tabela 14.

As correlações atingiram o valor mínimo desejado de 0,2 conforme proposto por Costa (2011), e o menor valor de correlação foi 0,62, indicando que os itens não apresentam nenhum problema e que estão bem correlacionados uns com outros, resultado esperado para construtos refletivos como o desta pesquisa. Os itens BEN10 e BEN11 tiveram correlações elevadas com dois outros itens, com valores acima de 0,8.

O teste KMO (0,958) e de esfericidade de Bartlett apresentando significância estatística ($\chi^2= 2304,23$, $gl=66$, $p<0,001$) indicaram adequação do modelo para a dimensão ‘benevolência’. A extração também indicou que somente um fator é suficiente para o modelo, com autovalor maior que 1 e variância extraída de 75,58%. O *alpha* de Cronbach foi utilizado para a análise de consistência interna da dimensão, com valor de 0,970. Os resultados da análise fatorial indicaram resultados de comunalidades acima de 0,6, não sinalizando nenhum problema nos itens, conforme pode ser verificado na tabela 15, juntamente com o escore fatorial de cada item e o *alpha* caso o item seja excluído.

Tabela 15 - Resultados da análise fatorial confirmatória e do alpha

	Comunalidades	Escore fatorial	Alpha se o item for excluído
BEN1	0,676	0,822	0,969
BEN2	0,736	0,858	0,968
BEN3	0,783	0,885	0,967
BEN4	0,771	0,878	0,967
BEN5	0,765	0,875	0,967
BEN6	0,668	0,817	0,969
BEN7	0,839	0,916	0,966
BEN8	0,801	0,895	0,967
BEN9	0,726	0,852	0,968
BEN10	0,824	0,907	0,966
BEN11	0,766	0,875	0,967
BEN12	0,714	0,845	0,968

Fonte: Dados da pesquisa

Todos os itens apresentaram altos escores fatoriais, tendo como menor escore 0,817, significando que os itens têm boa correlação com a dimensão benevolência. Em seguida analisamos o *alpha* de Cronbach caso algum dos itens fossem excluídos, e não foi verificada nenhuma melhoria na consistência interna seja realizada a exclusão de um item. Os resultados da matriz de correlação, da análise fatorial confirmatória e da consistência interna, sinalizaram que os 12 itens estão bem ajustados com a dimensão benevolência.

b) Análise fatorial confirmatória

Para continuidade do processo de limpeza da escala, foi realizada a análise fatorial confirmatória, por meio do *software* Amos, o método de estimação empregado foi o de

máximo verossimilhança (*maximum likelihood*). Procedemos a análise da dimensão benevolência com os itens oriundos na análise fatorial exploratória com exceção do BEN10 (O executivo municipal é competente na prestação dos serviços) que tinha a escrita quase completamente semelhante do CRED6 (O executivo municipal é competente na prestação de serviços), o critério de escolha para qual dimensão o item permaneceria foi a definição das dimensões, entendemos que o conteúdo do item tinha mais relação com a dimensão ‘credibilidade’.

Foram realizados vários procedimentos de inclusão e exclusão de itens até chegar no modelo mais ajustado para a dimensão ‘benevolência’. Ao término da análise fatorial confirmatória, foram excluídos mais 4 itens, BEN2, BEN4, BEN7, BEN8. Além das medidas de análise de ajuste do modelo, também verificamos os conteúdos dos itens para certificarmos da necessidade de sua exclusão. Os critérios de exclusão foram os seguintes:

- Para exclusão do item BEN2 (Quando preciso, sou bem orientado pelos servidores do executivo municipal), o conteúdo do item com este enunciado inicial de ‘Quando preciso’ pode ter comprometido a resposta dos indivíduos.
- Para exclusão do item BEN4 (Os servidores do executivo municipal são prestativos), o termo prestativo pode ter sido muito abstrato para avaliação dos respondentes.
- Para exclusão do item BEN7 (O executivo municipal está interessado no bem-estar dos cidadãos), o conteúdo do item remete diretamente o que foi descrito na definição da dimensão ‘benevolência’. Não podendo ser utilizado para avaliação.
- Para exclusão do item BEN8 (O executivo municipal me passa segurança em seus pronunciamentos), o conteúdo do item remete ao construto segurança e não benevolência.

Após a exclusão dos BEN2, BEN4, BEN7, BEN8 e BEN10, obtivemos os resultados de ajuste do modelo apresentados na tabela 16. O escore fatorial mínimo das variáveis da dimensão ‘benevolência’ foi 0,796, como o menor *critical ratio* (CR) de 12,16, ou seja, os itens são estatisticamente não nulos para este fator. Segundo Costa (2011), o bom ajustamento do modelo pode ser verificado pelo χ^2/gf (1,893) menor do que 5, pelo GFI (0,957) e CFI (0,987) maior do que 0,9 e RMSEA (0,072) menor do que 0,08. Quanto a todos estes critérios o nosso modelo encontrava-se adequado, com exceção do p-valor (0,022) que rejeitou a hipótese nula de que o modelo está bem ajustado, mas preferimos considerar todos os resultados da análise, diante de todos, consideramos que o modelo encontra-se bem ajustado.

Tabela 16 – Resultados da análise fatorial confirmatória

Cód.	Item	Escores	CR*			
BEN1	Os servidores do executivo municipal estão fortemente engajados na resolução dos problemas dos cidadãos (p. ex.: problemas de mobilidade urbana, de saúde pública, de educação, entre outros)	0,816	—			
BEN3	As ações do executivo municipal expressam os reais interesses dos cidadãos	0,872	13,92			
BEN5	Os servidores do executivo municipal buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos	0,838	13,11			
BEN6	O executivo municipal está interessado no desenvolvimento econômico, ambiental e social do município	0,796	12,16			
BEN9	O executivo municipal faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos (p. ex. firma parcerias com os governos federal e estadual)	0,835	13,03			
BEN11	O executivo municipal está interessado em conhecer as necessidades dos cidadãos	0,864	13,71			
BEN12	O executivo municipal satisfaz aos interesses coletivos da maioria dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns poucos cidadãos	0,830	12,91			
Medidas de ajustamento						
χ^2	gl	χ^2/gl	p-valor	GFI	CFI	RMSEA
26,509	14	1,893	0,022	0,957	0,987	0,072

Nota: *Todos significantes à p-valor<0,001.

Fonte: Dados da pesquisa

c) Análise descritiva

Para uma melhor análise das variáveis da dimensão ‘benevolência’ foram extraídas medidas descritivas de posição (média e mediana), de dispersão (desvio padrão) e de forma (assimetria e curtose). Os resultados apresentados na tabela 17 indicam que a média e a mediana possuem valores parecidos entre si e apresentam valores menores ou iguais a 5, representando baixo nível de concordância com as afirmações que medem a percepção de benevolência entre os respondentes.

Tabela 17 - Estatística descritiva da dimensão benevolência

Código	Item	Média	Mediana	Desvio	Assimetria	Curtose
BEN1	Os servidores do executivo municipal estão fortemente engajados na resolução dos problemas dos cidadãos (p. ex.: problemas de mobilidade urbana, de saúde pública, de educação, entre outros)	3,88	4,00	2,375	0,536	-0,449
BEN3	As ações do executivo municipal expressam os reais interesses dos cidadãos	3,74	4,00	2,188	0,469	-0,439
BEN5	Os servidores do executivo municipal buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos	3,85	4,00	2,121	0,406	-0,645
BEN6	O executivo municipal está interessado no desenvolvimento econômico, ambiental e social do município	4,58	5,00	2,421	0,410	-0,611
BEN9	O executivo municipal faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos (p. ex. firma parcerias com os governos federal e estadual)	3,57	3,00	2,239	0,735	-0,011
BEN11	O executivo municipal está interessado em conhecer as necessidades dos cidadãos	3,84	4,00	2,224	0,584	-0,320
BEN12	O executivo municipal satisfaz aos interesses coletivos da maioria dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns poucos cidadãos	3,84	3,00	2,287	0,491	-0,746

Fonte: Dados da pesquisa

Todos os desvios padrões das variáveis foram considerados moderados, pois obtiveram valores maiores que 2, isto sinaliza que o item conseguiu captar bem a variação dos respondentes. A análise de normalidade pela assimetria e curtose considerando que no *software* SPSS, ferramenta usada para análise, valores entre -1 e +1, sinalizam normalidade, indicou que as variáveis seguem distribuição normal. O item BEN9 se destacou por ter a menor média (3,57), a menor mediana (3,00), a maior assimetria (0,735) e a curtose (-0,011) mais próxima da normalidade. Mesmo com este destaque, a análise descritiva dos itens restantes da dimensão ‘benevolência’ após a limpeza da escala não sinalizou inadequação de nenhum item.

- Síntese da análise de itens

Após a análise de correlação bivariada de Pearson, de consistência interna pelo *alpha* de Cronbach, da análise fatorial exploratória e da análise fatorial confirmatória dos 23 itens originais, foram consolidados 14 itens, sendo 7 da dimensão ‘credibilidade’ e 7 da dimensão ‘benevolência’, conforme apresentados no quadro 13.

Para melhor compreensão das dimensões procedemos a extração das medidas descritivas de média, mediana, desvio padrão, assimetria, curtose e quartis para cada dimensão por meio do agrupamento dos itens, os resultados podem ser verificados na tabela 18. A média e mediana das duas dimensões apresentaram valores próximos entre si, quanto a dispersão das respostas, podemos afirmar que foram moderadas com desvio padrão de 2,32 (credibilidade) e 2,26 (benevolência). Os quartis da dimensão ‘benevolência’ ficaram abaixo dos quartis da dimensão ‘credibilidade’, sinalizando que a percepção de benevolência dos respondentes é menor que a percepção de credibilidade.

Tabela 18 - Resumo das medidas descritivas das dimensões

Dimensão	Média	Mediana	Desvio	Assimetria	Curtose	25%	50%	75%
Credibilidade	4,87	4,65	2,32	0,610	-0,131	3,10	4,65	6,37
Benevolência	4,53	4,15	2,26	0,536	-0,391	2,65	4,15	6,14

Fonte: Dados da pesquisa.

Quadro 13 - Escala preliminar de mensuração da confiança dos cidadãos

CÓDIGO	DIMENSÃO CREDIBILIDADE
CRED3	Considero as atividades do executivo municipal satisfatórias para o meu município
CRED4	O executivo municipal é transparente na sua prestação de contas
CRED5	O executivo municipal presta os seus serviços com o menor tempo possível que ele pode ser executado
CRED6	O executivo municipal é competente na prestação de serviços
CRED7	O executivo municipal capacita seus servidores para a prestação de serviços mais adequados às necessidades dos cidadãos
CRED8	O executivo municipal é eficiente no uso dos recursos utilizados
CRED10	O executivo municipal é confiável no cumprimento de suas promessas

CÓDIGO	DIMENSÃO BENEVOLÊNCIA
BEN1	Os servidores do executivo municipal estão fortemente engajados na resolução dos problemas dos cidadãos (p. ex.: problemas de mobilidade urbana, de saúde pública, de educação, entre outros)
BEN3	As ações do executivo municipal expressam os reais interesses dos cidadãos
BEN5	Os servidores do executivo municipal buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos
BEN6	O executivo municipal está interessado no desenvolvimento econômico, ambiental e social do município
BEN9	O executivo municipal faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos (p. ex. firma parcerias com os governos federal e estadual)
BEN11	O executivo municipal está interessado em conhecer as necessidades dos cidadãos
BEN12	O executivo municipal satisfaz aos interesses coletivos da maioria dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns poucos cidadãos

Fonte: Dados da pesquisa.

4.1.6.4. Análise complementar

Neste subitem serão realizadas análises complementares com os dados oriundos da primeira amostragem, primeiro serão apresentadas as medidas descritivas das variáveis preditoras da confiança (satisfação dos cidadãos, propensão à confiança, desempenho do executivo e participação pública dos cidadãos) e na segunda parte serão realizados testes exploratórios das hipóteses de pesquisa.

- Análise descritiva das variáveis preditoras da confiança

Extraímos medidas de posição, dispersão e formato dos 4 construtos preditores da confiança dos cidadãos no executivo municipal, conforme apresentado na tabela 19. Na análise da média verificamos que todos os construtos ficaram abaixo de 5, indicando discordância com as afirmações, enquanto que a mediana variou entre 2 e 5, mas permanecendo entre o nível de discordância até o nível intermediário. O construto ‘participação’ foi o que obteve menor média (2,90) e menor mediana (2,00), indicando uma alta discordância dos indivíduos com a afirmação de que participam de debates e discussões.

O desvio padrão do construto ‘satisfação’ (1,842) e da ‘propensão à confiança’ (1,788) foram considerados baixos, por terem valores abaixo de 2, e o ‘desempenho’ (2,007) e a ‘participação’ (2,160) foram considerados moderados, pois obtiveram valores maiores que 2 e menores que 3.

Tabela 19 - Medidas descritivas das variáveis preditoras da confiança

Variável	Média	Mediana	Desvio	Assimetria	Curtose	25%	50%	75%
Satisfação	4,64	5,00	1,842	0,088	0,057	3,00	5,00	6,00
Propensão à confiança	3,68	4,00	1,788	0,306	-0,540	2,00	4,00	5,00
Desempenho	4,54	4,00	2,007	0,261	-0,688	3,00	4,00	6,00
Participação	2,90	2,00	2,160	0,966	0,119	1,00	2,00	5,00

Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados de assimetria e curtose ficaram dentro dos limites de -1 e +1 pressupostos pelo *software* SPSS, com destaque para o construto ‘participação’ que apresentou a maior assimetria, podendo ser confirmada pelos valores dos seus quartis, cujos valores estão concentrados abaixo do nível intermediário. De maneira geral, a análise descritiva das variáveis preditoras não indicou a necessidade de modificação de nenhum dos construtos.

- *Teste exploratório das hipóteses de pesquisa de pesquisa*

Quadro 14 - Hipóteses da pesquisa

Hipótese	Representação
H1a	Satisfação dos cidadãos → credibilidade
H1b	Satisfação dos cidadãos → benevolência
H2a	Propensão à confiança → credibilidade
H2b	Propensão à confiança → benevolência
H3a	Desempenho do executivo municipal → credibilidade
H3b	Desempenho do executivo municipal → benevolência
H4a	Participação dos cidadãos → credibilidade
H4b	Participação dos cidadãos → benevolência

Fonte: Dados da pesquisa

Os testes preliminares das hipóteses apresentadas no quadro 14, foram realizados por meio da correlação bivariada de Pearson e da modelagem normal linear, com a regressão múltipla. Cabe ressaltar que tais análises são meramente exploratórias, uma vez que a primeira amostra realizada tem por finalidade a limpeza da escala.

a) **Correlação bivariada de Pearson**

Após concluída a etapa exploratória procedemos a extração da correlação bivariada de Pearson entre as variáveis preditoras confiança dos cidadãos no executivo municipal e as suas duas dimensões. Os resultados das correlações dos construtos são apresentados na tabela 20. Pela análise da correlação percebemos que as dimensões ‘credibilidade’ e ‘benevolência’ estão correlacionadas entre si (0,799), fato que se explica por serem dimensões de um mesmo construto.

Tabela 20 - Matriz de correlação entre os construtos*

	Satisfação	Propensão à confiança	Desempenho	Participação	Credibilidade
Propensão à confiança	0,379				
Desempenho	0,768	0,488			
Participação	0,144	0,214	0,207		
Credibilidade	0,751	0,397	0,753	0,285	
Benevolência	0,707	0,515	0,776	0,294	0,799

Nota: *Todas não nulos e significativas à p-valor<0,01, com exceção da participação com satisfação.

Fonte: Dados da pesquisa

Quando analisada as correlações das dimensões com as variáveis preditoras todas foram significativas ao nível 1%. A única correlação que não foi significativa ao nível de 1% foi a correlação entre o construto ‘satisfação dos cidadãos’ e ‘participação’ (0,144), mas esse resultado não afetará a pesquisa.

b) Regressão múltipla

Mesmo a correlação bivariada permitindo um resultado preliminar sobre os construtos, ela tem por limitação o fato de só permitir análise dois a dois, não sendo possível a análise conjunta de todas as variáveis preditoras com a variável predita. Visando suprir esta deficiência, optamos por realizar a regressão linear múltipla. Primeiramente realizamos a regressão múltipla considerando a dimensão ‘credibilidade’ como variável dependente, e as variáveis preditoras como independentes. Os resultados da regressão estão apresentados na tabela 21.

Tabela 21 - Resultados do modelo da regressão múltipla da credibilidade

Modelo Estimado						
Variável	Beta	E- Padrão	T-statistic	P-valor	Intervalo de Confiança	
					2,5%	97,5%
Intercepto	-0,179	0,321	-0,557	0,578	-0,812	0,454
Satisfação	0,539	0,089	6,071	<0,001	0,363	0,714
Propensão à confiança	0,020	0,068	0,291	0,771	-0,114	0,153
Desempenho	0,450	0,087	5,186	<0,001	0,279	0,621
Participação	0,150	0,050	3,009	<0,01	0,052	0,249
Medidas de Ajuste						
F(gl ₁ ,gl ₂)-p	81,15(4,168) - <0,001		Estatística K-S (p-valor)		0,07(= 0,013)	
R ² Ajustado	0,651		Breusch-Pagan (p-valor)		3,68(=0,45)	
			Estatística D-W (p-valor)		2,12(=0,46)	

Fonte: Dados da pesquisa

A estatística F de consistência global do modelo indicou que ao menos uma das variáveis tem influência sobre a dimensão ‘credibilidade’. O índice de explicação do modelo, o R² ajustado, indicou que 65% da variação da ‘credibilidade’ dos cidadãos com o executivo municipal pode ser explicada pelas variáveis independentes. Os estimadores da ‘satisfação’, ‘desempenho’ e ‘participação’ foram significativos ao nível de 1% de significância, resultado que também pode ser confirmado pelo intervalo de confiança dos estimadores que não contém o valor zero.

Os estimadores dos coeficientes do intercepto e da ‘propensão à confiança’ foram rejeitados ao nível de significância de 1%, também sendo percebido pelo intervalo de confiança que contempla o zero. Isto significa que ‘propensão à confiança’ não influencia a

dimensão ‘credibilidade’. Além das análises de estimação do modelo, foram observadas as medidas de ajuste do modelo estimado. Conforme o Anexo A, foi verificada uma assimetria na distribuição dos erros, e a rejeição da normalidade dos erros também foi verificada no teste de Kolmogorov e Smirnov. Quanto à homoscedasticidade do erro, a análise visual também disponível no Anexo A indicou uma variação constante dos resíduos, fato que também foi comprovado pelo teste de Breush-Pagan. Também verificamos exploratoriamente a independência dos erros, conforme apresentado no Anexo A, e esta independência foi confirmada tanto visualmente, quanto pelo teste de Durbin-Watson. Os pressupostos para utilização do modelo normal linear não foram inteiramente contemplados, fato que pode prejudicar a análise da dimensão ‘credibilidade’ por meio desta técnica. Sendo assim, expomos a equação de formação da ‘credibilidade’ a seguir:

$$\text{Credibilidade} = 0,539 * \text{satisfação} + 0,450 * \text{desempenho} + 0,150 * \text{participação}$$

Em seguida, realizamos a regressão múltipla da dimensão ‘benevolência’. A análise de consistência global do modelo pela estatística F ($p < 0,001$) indicou que ao menos uma das variáveis preditoras tinha influência sobre a dimensão ‘benevolência’. O modelo foi capaz de explicar 66,3% da variação da variável ‘benevolência’. Os demais resultados da regressão linear múltipla podem ser visualizados na tabela 22.

Tabela 22 - Resultados do modelo da regressão múltipla da benevolência

Modelo Estimado						
Variável	Beta	E- Padrão	T-statistic	P-valor	Intervalo de Confiança	
					2,5%	97,5%
Intercepto	-0,518	0,307	-1,687	0,094	-1,124	0,088
Satisfação	0,337	0,085	3,968	<0,001	0,169	0,505
Propensão à confiança	0,201	0,065	3,110	<0,01	0,074	0,329
Desempenho	0,521	0,083	6,269	<0,001	0,357	0,685
Participação	0,131	0,048	2,730	<0,01	0,036	0,225
Medidas de Ajuste						
F(gl_1, gl_2)-p	85,53(4,168) - <0,001		Estatística K-S (p-valor)		0.046(= 0.49)	
R ² Ajustado	0,663		Breusch-Pagan (p-valor)		13,28(<0,01)	
			Estatística D-W (p-valor)		1,93(=0,64)	

Fonte: Dados da pesquisa

Pela análise dos estimadores dos coeficientes de influência, verificamos que todos são significativos ao nível de significância de 1%, bem como seus intervalos de confiança não contém o zero, com exceção do intercepto que não foi significativo a 1% e contemplou o zero no intervalo de confiança do seu estimador. Em seguida, realizamos as análises de ajuste do modelo. Primeiro, verificamos exploratoriamente a normalidade dos erros, conforme gráfico apresentado no Anexo B, foi possível confirmar a hipótese nula de normalidade dos erros, tanto visualmente quanto pelo teste de Kolmogorov e Smirnov. O gráfico da variação dos

erros, apresentado no Anexo B, indicou que os erros variam conjuntamente, com alguns *outliers* que podem comprometer o ajuste do modelo; talvez por causa desses pontos extremos que o teste de Breush-Pagan negou a hipótese nula de homoscedasticidade dos erros. Quanto ao pressuposto de independência dos erros, a análise visual do gráfico apresentado no Anexo B, indicou uma fragilidade da independência dos erros, mas tal fragilidade não foi verificada no teste de Durbin-Watson. Com base nos resultados da regressão múltipla, verificamos algumas fragilidades no atendimento dos pressupostos do modelo normal linear. Como esta análise é de caráter exploratório, não prosseguimos com outras técnicas e expomos a equação da dimensão ‘benevolência’ a seguir:

$$\text{Benevolência} = 0,337 * \text{satisfação} + 0,201 \text{Propensão} + 0,521 * \text{desempenho} + 0,131 * \text{participação}$$

A influência de cada uma das variáveis predictoras nas dimensões da confiança dos cidadãos no executivo municipal foi verificada e os resultados dos testes exploratórios das hipóteses estão apresentados no quadro 15. Lembramos que esta etapa é um procedimento exploratório e não teve como intenção fixar nenhum resultado.

Quadro 15 - Resultado do teste exploratório das hipóteses da pesquisa

Hipótese	Representação	Resultado
H1a	Satisfação dos cidadãos → credibilidade	Confirmada
H1b	Satisfação dos cidadãos → benevolência	Confirmada
H2a	Propensão à confiança → credibilidade	Refutada
H2b	Propensão à confiança → benevolência	Confirmada
H3a	Desempenho do executivo municipal → credibilidade	Confirmada
H3b	Desempenho do executivo municipal → benevolência	Confirmada
H4a	Participação dos cidadãos → credibilidade	Confirmada
H4b	Participação dos cidadãos → benevolência	Confirmada

Fonte: Dados da pesquisa

4.1.7. Passo 7 – Atividades de campo adicionais

Após a realização da primeira coleta de dados e os procedimentos de limpeza da escala, procedemos à segunda amostragem. O instrumento de coleta de dados apresentado no Apêndice E foi aplicado junto a uma amostra não probabilística com versão impressa sendo parte aplicado no estado da Paraíba e parte no estado de Pernambuco, conforme detalhes a seguir.

No total foram aplicados 337 questionários, sendo 138 questionários na cidade de João Pessoa, 102 questionários na cidade de Garanhuns e nas cidades de Bananeiras e Solânea juntas, 97 questionários. A coleta de dados das duas últimas cidades foi realizada em conjunto, devido a proximidade das duas. Os questionários foram aplicados pela pesquisadora no período de 2 a 17 de junho de 2014. Os locais de coleta foram em empresas e instituições

públicas estaduais e municipais, instituições de ensino superior e infantil, abordando tanto funcionários quanto professores, hospital público, igrejas, junto a vizinhos, tanto da pesquisadora, quanto de conhecidos que auxiliaram na aplicação dos questionários e em bancos. O tempo médio gasto para a conclusão do instrumento de coleta de dados foi de aproximadamente 7 minutos. Os respondentes foram informados sobre o caráter anônimo das respostas e da importância da sua contribuição para a pesquisa. Mesmo com toda a explicação foi verificada a dificuldade em alguns respondentes em participar deste tipo de pesquisa, bem como a rejeição de alguns.

4.1.8. Passo 8 – Procedimento de limpeza de escalas adicionais

Nas atividades adicionais de limpeza da escala, conforme propostos por Costa (2011), foram realizados procedimentos exploratórios diversos, por meio da análise exploratória preliminar, análise da correlação das variáveis das dimensões ‘credibilidade’ e ‘benevolência’ da confiança dos cidadãos e análise fatorial confirmatória.

4.1.8.1. Análise exploratória preliminar

A primeira análise realizada foi a verificação de erros de digitação, e não foi encontrada nenhuma resposta que correspondesse a erro de digitação. Prosseguimos para a análise de respostas de padrão único, que sinalizam falta de atenção ou de interesse dos respondentes, e nesta etapa foram encontrados 8 respondentes com este padrão de respostas, que foram excluídos.

Na análise de *missing values* por respondentes, não verificamos nenhum respondente que apresentasse mais 10% das perguntas. Quanto aos *missing values* por variáveis, das 27 variáveis, 16 apresentaram dados perdidos, 9 das quais apresentaram somente 1 dado perdido, podendo representar simples desatenção do respondente; além disso, 3 variáveis apresentaram somente 2 dados perdidos, também podendo ser justificado, possivelmente como desatenção do respondente.

A variável que mais apresentou *missing values* foi a variável ‘**tempo de residência na cidade**’ com 15 dados perdidos. Acreditamos que tal ausência de respostas esteja relacionadas ao fato de ser a única variável com resposta aberta, e por isso os respondentes tenham deixado passar ou não quiseram ter o trabalho de responder. Outra variável categórica que apresentou *missing* foi a variável ‘**renda**’ com 4 dados perdidos.

A dimensão que mais apresentou dados perdidos foi a ‘credibilidade’ com 6 dados perdidos em uma variável e 5 em outra. A ausência de respostas na variável CRED6 (é competente na prestação de serviços) pode ser oriunda do respondente se sentir incapaz de avaliar a competência do executivo municipal. Quanto ao motivo dos *missing values* da variável CRED4 (é transparente na sua prestação de contas) pode ser a falta de acesso as informações do executivo municipal pelos cidadãos.

O preenchimento dos dados perdidos das variáveis categóricas foi feito com a média das respostas dos respondentes, enquanto que os *missing values* das variáveis das dimensões ‘credibilidade’ foram preenchidos com a média daquele respondente nas demais variáveis da dimensão, da mesma maneira foi realizado o preenchimento dos dados perdidos da dimensão ‘benevolência’.

Para o critério de *outlier* foram considerados valores extremos respostas acima de -3 e 3 dos valores padronizados, foram verificados 5 valores extremos na variável ‘participação’, em respondentes que indicaram alto nível de participação em debates e discussões. Estes valores extremos podem ser oriundos de pessoas que estejam mais próximas das ações do executivo municipal e por isso tiveram tal resposta. Nas demais variáveis não foram encontrados nenhum *outlier*. Ao término da análise exploratória preliminar, obtivemos 329 questionários válidos.

4.1.8.2. Descrição geral da amostra

Conforme dados apresentados na tabela 23, a distribuição dos respondentes por cidade variou, de modo que: da cidade de João Pessoa tivemos 39,5% dos respondentes e é a cidade com maior população (723.515 habitantes); da segunda maior cidade em número de habitantes, que foi Garanhuns (que tem 129.408 habitantes), tivemos 26,1% dos respondentes; da terceira cidade em tamanho da população (Solânea com 26.693 habitantes), vieram 14,6% dos pesquisados; de Bananeiras (21.851 habitantes) tivemos 9,4% dos respondentes. Outras cidades circunvizinhas das cidades pesquisadas obtiveram 10,3% dos respondentes.

Quanto à variável ‘renda familiar mensal’, a distribuição entre as 4 faixas ilustradas na tabela 23 aparentou ser bem equilibrada, com a maioria da concentração na faixa salarial até R\$ 3.000,00. No que se refere à faixa etária, tivemos respostas distribuídas ao longo de todas as faixas etárias, mas convém destacar a concentração da maioria dos respondentes na faixa etária entre 21 e 41 anos (mais de 60%) e o menor percentual (9,1%) na faixa etária até 21 anos. A maioria dos respondentes afirmou trabalhar o dia inteiro, tal fato condiz com a faixa etária dos respondentes. Quanto à variável escolaridade, o destaque esteve

na pós-graduação incompleta/completa (37,1%), podendo ser justificativa com a facilidade de acesso a pós-graduação nos dias atuais, bem como a resistência em participar deste tipo de pesquisa ser menor em pessoas desta escolaridade e a capacidade cognitiva limitada dos cidadãos de baixa escolaridade em compreender a importância de tal pesquisa.

Tabela 23 - Características gerais da segunda amostra

Onde mora		Renda		Idade	
João Pessoa	39,5%	Até R\$ 1000	27,4%	Até 21 anos	9,1%
Garanhuns	26,1%	Acima de R\$ 1000 até R\$ 3000	27,4%	Acima de 21 até 31 anos	38,3%
Solânea	14,6%	Acima de R\$ 3000 até R\$ 5000	24,9%	Acima de 31 até 41 anos	22,5%
Bananeiras	9,4%	Acima de R\$ 5000	20,4%	Acima de 41 até 51 anos	16,4%
Outras	10,3%			Acima de 51 anos	13,7%
Escolaridade			Atualmente você		
Ensino Fundamental Incompleto/Completo		9,7%	Trabalha o dia inteiro		64,4%
Ensino Médio Incompleto/Completo		22,8%	Trabalha em meio turno		18,8%
Ensino Superior Incompleto/Completo		30,4%	Não está trabalhando		16,7%
Pós-Graduação Incompleto/Completo		37,1%			

Fonte: Dados da pesquisa

A variável ‘parentesco com algum funcionário ou político do executivo municipal’ e ‘trabalha ou já trabalhou no executivo municipal’ obtiveram respectivamente 83,3% e 85,7% de afirmação que não possuem tal parentesco nem trabalham ou já trabalharam no executivo municipal, sendo condizente com a população da pesquisa, já que o executivo municipal é composto de poucos funcionários e ter parentesco ou trabalhar nesta instituição representa uma minoria. Quanto a variável ‘sexo de nascimento’, a maioria dos respondentes (54,7%) são do sexo feminino, resultado semelhante ao obtido na primeira coleta de dados.

Na tabela 24, apresentamos o tempo médio e o desvio padrão de residência dos respondentes por cidades. O maior tempo médio (28 anos) e maior desvio padrão (14,93) foi verificado na cidade de Garanhuns, podendo ser explicado por ser uma cidade com distância de aproximadamente 228 km de Recife, capital de Pernambuco, fato que dificulta a mudança dos seus residentes para a capital e por oferecer uma estrutura adequada de moradia para seus habitantes.

Tabela 24 - Tempo de residência por cidade

Cidade	Média	Desvio padrão	Coefficiente de variação
João Pessoa	19,33	13,06	0,676
Garanhuns	28,00	14,93	0,533
Solânea	18,83	12,33	0,655
Bananeiras	18,26	12,73	0,697
Outras	26,03	13,99	0,537

Fonte: Dados da pesquisa

O coeficiente de variação serve para verificar a precisão dos dados, quanto menor o seu valor mais precisa será a média. A cidade que obteve o maior coeficiente de variação foi Bananeiras com os desvios em relação à média atingindo 69,7% desta. Os demais coeficientes de variação foram todos superiores a 50%, reforçando o que foi verificado nos desvios padrão, uma elevada variação das respostas em relação à média do tempo de residência.

4.1.8.3. Análise das variáveis das dimensões

- Dimensão Credibilidade

Para os procedimentos adicionais de limpeza da escala, realizamos a análise de correlação de Pearson entre os itens da dimensão ‘credibilidade’, análise de consistência interna e análise fatorial tanto exploratória quanto confirmatória das suas variáveis. Os detalhes serão apresentados a seguir.

a) Análise de correlação, consistência interna e fatorial exploratória

Na análise de correlação de Pearson, todas as correlações foram não nulas e significativas a $p\text{-valor} < 0,01$. A menor correlação (0,512) foi verificada entre o item ‘CRED3’ (O executivo municipal executa atividades que considero satisfatórias para o meu município) e ‘CRED7’ (O executivo municipal capacita seus servidores para a prestação de serviços mais adequados às necessidades dos cidadãos). Para a análise da consistência interna extraímos o alpha de *Cronbach* (0,921) que indicou bom ajuste dos itens para medir a dimensão ‘credibilidade’ da confiança, conforme apresentado na tabela 25

Tabela 25 - Correlação, consistência interna e fatorial exploratória

Menor correlação	Alpha de Cronbach	Menor escore fatorial	Variância Extraída
0,512	0,921	0,751	68,04

Fonte: Dados da pesquisa

Nos procedimentos de análise fatorial exploratória foi obtida a variância extraída de 68,04% em somente um fator, sinalizando que os itens medem adequadamente a dimensão. O menor escore fatorial de 0,751 foi do item ‘cred3’ (O executivo municipal executa atividades que considero satisfatórias para o meu município), mesmo sendo o menor escore, o valor obtido foi satisfatório para a pesquisa. As análises de correlação, de consistência interna e fatorial exploratória serviram para confirmar o ajuste que havia sido realizado na primeira amostragem, sendo assim prosseguimos para a análise fatorial confirmatória.

b) Análise fatorial confirmatória

Procedemos à análise fatorial confirmatória no *software* AMOS, o método de estimação foi o de máximo verossimilhança. Procedemos à análise com os itens que foram pesquisados na segunda amostragem. Conforme foi apresentado nas análises anteriores o item ‘CRED3’ (O executivo municipal executa atividades que considero satisfatórias para o meu município) continuou a apresentar problemas que não permitiram o ajuste adequado do modelo. Diante destes resultados, verificamos o conteúdo do item (O executivo municipal executa atividades que considero satisfatórias para o meu município) e percebemos que o item está mais relacionado ao construto ‘satisfação’ que é um preditor da confiança do que com a dimensão ‘credibilidade’, sendo assim, optamos por excluir o item.

O ajuste do modelo ainda não ficou satisfatório, verificamos problemas no item CRED6 (O executivo municipal é competente na prestação de serviços), que teve um número elevado de *missing values* pelos respondentes. O conteúdo do item (o executivo municipal é competente na prestação de serviços) talvez não possa ser avaliado pelos cidadãos de uma maneira tão ampla, como nesta descrição; diante disto, optamos por também excluir o item. Após estes procedimentos, obtivemos os resultados apresentados na tabela 26.

Tabela 26 - Resultados da análise fatorial confirmatória da dimensão ‘credibilidade’

Código	Item	Escores	CR*			
CRED4	O executivo municipal é transparente na sua prestação de contas	0,729	—			
CRED5	O executivo municipal presta os seus serviços com o menor tempo possível que ele pode ser executado	0,740	13,07			
CRED7	O executivo municipal capacita seus servidores para a prestação de serviços mais adequados às necessidades dos cidadãos	0,791	13,99			
CRED8	O executivo municipal é eficiente no uso dos recursos utilizados	0,865	15,31			
CRED10	O executivo municipal é confiável no cumprimento de suas promessas	0,878	15,53			
Medidas de ajustamento						
χ^2 6,031	gl 5	χ^2 /gl 1,21	p-valor 0,303	GFI 0,993	CFI 0,999	RMSEA 0,025

Nota: *Todos significativos à p-valor<0,001.

Fonte: Dados da pesquisa

Com base nos valores propostos por Costa (2011), obtivemos um χ^2 /gl menor que 5 (1,21), sinalizando um bom ajuste dos itens para mensuração da dimensão, bem como os valores de GFI (0,993) e CFI (0,999) que foram superiores a 0,9 e o RMSEA que foi inferior a 0,08. O p-valor de 0,303 indicou que os itens estão adequados para medir a dimensão ‘credibilidade’. Nesta análise, temos a indicação preliminar que a escala para mensuração da dimensão ‘credibilidade’ estava validada, porém as medidas definitivas só serão indicadas após o passo 9.

c) Análise descritiva

Em seguida, realizamos a extração das medidas descritivas dos itens da dimensão ‘credibilidade’, que apresentamos os resultados na tabela 27. Os valores de média e mediana se mantiveram próximos em cada item, conforme verificado na primeira amostragem. Tendo em todos os itens medidas menores ou iguais a 5, sinalizando discordância com as afirmações. Os desvios foram considerados moderados, caracterizando uma boa adequação das variáveis para análise. Quanto às análises de assimetria e de curtose, estas indicaram que os itens parecem seguir distribuição normal, conforme parâmetros do *software* SPSS, que indica normalidade entre -1 e +1.

Tabela 27 - Estatística descritiva da dimensão credibilidade

Código	Item	Média	Mediana	Desvio	Assimetria	Curtose
CRED4	O executivo municipal é transparente na sua prestação de contas	4,45	5,00	2,476	0,242	-0,920
CRED5	O executivo municipal presta os seus serviços com o menor tempo possível que ele pode ser executado	4,35	4,00	2,361	0,385	-0,684
CRED7	O executivo municipal capacita seus servidores para a prestação de serviços mais adequados às necessidades dos cidadãos	4,50	4,00	2,277	0,330	-0,651
CRED8	O executivo municipal é eficiente no uso dos recursos utilizados	4,27	4,00	2,185	0,351	-0,577
CRED10	O executivo municipal é confiável no cumprimento de suas promessas	3,89	3,00	2,479	0,461	-0,869

Fonte: Dados da pesquisa

Nesta análise o item que teve menor média (3,89) e mediana (3,00) foi o CRED10 (O executivo municipal é confiável no cumprimento de suas promessas) bem como o maior desvio padrão (2,479) e maior assimetria (0,461). Os demais itens não apresentaram nenhum destaque. Após estas análises, procedemos a análise da dimensão ‘benevolência’.

- Dimensão Benevolência

Também nesta dimensão foram extraídas a correlação de Pearson bivariada entre os itens da dimensão, bem como a análise de consistência interna, a análise fatorial exploratória e confirmatória para a realização das atividades adicionais de limpeza da escala. Os detalhes são apresentados abaixo.

a) Análise de correlação, consistência interna e fatorial exploratória

Primeiro, extraímos a correlação bivariada de Pearson, e todos os itens apresentaram correlações não nulas e significativas a p-valor <0,01, com a menor correlação de 0,522, que foi verificada entre o item ‘BEN1’ (O executivo municipal é formado por

servidores que estão bem engajados na resolução dos problemas dos cidadãos (p. ex.: resolução de problemas de transporte, de saúde, de educação etc.)) e ‘BEN6’ (O executivo municipal está interessado no desenvolvimento econômico, ambiental e social do município). Verificamos uma alta consistência interna entre os itens com um alpha de *Cronbach* de 0,917, conforme apresentado na tabela 28. Quanto à análise fatorial exploratória, a variância extraída de somente um fator foi de 66,92% e o menor escore fatorial foi da variável ‘BEN1’ (O executivo municipal é formado por servidores que estão bem engajados na resolução dos problemas dos cidadãos (p. ex.: resolução de problemas de transporte, de saúde, de educação etc.)) de 0,757. Após estas análises exploratórias, procedemos a análise fatorial confirmatória.

Tabela 28 - Correlação, consistência interna e fatorial exploratória

Menor correlação	Alpha de Cronbach	Menor escore fatorial	Variância Extraída
0,522	0,917	0,757	66,92

Fonte: Dados da pesquisa

b) Análise fatorial confirmatória

A análise fatorial confirmatória da dimensão ‘benevolência’ foi verificada com todos os itens restantes da primeira amostragem e da análise exploratória da segunda amostragem. Verificamos que a escala ficaria melhor ajustada com a exclusão da variável BEN3 (O executivo municipal pratica ações que expressam os reais interesses dos cidadãos).

Tabela 29 - Resultados da análise fatorial confirmatória da dimensão benevolência

Código	Item	Escore	CR*
BEN5	O executivo municipal é formado por servidores que buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos	0,819	----
BEN6	O executivo municipal está interessado no desenvolvimento econômico, ambiental e social do município	0,819	16,61
BEN9	O executivo municipal faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos (p. ex. firma parcerias com os governos federal e estadual)	0,815	16,51
BEN11	O executivo municipal está interessado em conhecer as necessidades dos cidadãos	0,786	15,76
BEN12	O executivo municipal satisfaz aos interesses coletivos da maioria dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns poucos cidadãos	0,734	14,41

Medidas de ajustamento

χ^2	gl	χ^2/gl	p-valor	GFI	CFI	RMSEA
4,727	5	0,945	0,450	0,994	1,00	0,00

Nota: *Todos significantes à p-valor<0,001.

Fonte: Dados da pesquisa

A análise do conteúdo do item indicou que a exclusão do item poderia ser realizada, tendo em vista que para avaliação do conteúdo do item pelos cidadãos, os mesmos precisariam conhecer quais os reais interesses dos cidadãos. As medidas de ajuste do modelo ainda não foram satisfatórias, verificamos o item que apresentou menor escore fatorial, que também apresentou baixa correlação na análise de correlação, que foi o BEN1. Verificamos o

conteúdo do item BEN1 (O executivo municipal é formado por servidores que estão bem engajados na resolução dos problemas dos cidadãos (p. ex.: problemas de transporte, de saúde pública, de educação etc.)) e optamos pela sua exclusão. Talvez o tamanho do item tenha prejudicado a compreensão dos respondentes. Os resultados da análise fatorial confirmatória podem ser verificados na tabela 29.

Todas as medidas de ajuste do modelo foram satisfatórias, conforme prescrição de Costa (2011), o GFI e CFI foram superiores a 0,9, o RMSEA foi inferior a 0,08. O χ^2/df foi menor que 5. O p-valor de 0,450 indicou a aceitação da hipótese nula de que os itens são adequados para a mensuração da dimensão ‘benevolência’. Considerando que estamos utilizando a metodologia abduativa apresentada por Haig (2005), que defende o uso de várias técnicas para explicar o mesmo fenômeno, entendemos que todas as medidas de ajuste do modelo foram satisfatórias.

c) Análise descritiva

Por fim, extraímos as medidas descritivas dos itens utilizados para mensurar a dimensão ‘benevolência’ e apresentamos na tabela 30. Todas as médias e medianas foram iguais ou inferiores a 5, indicando discordância com as afirmações apresentadas nos itens, com exceção do item ‘BEN6’ (O executivo municipal está interessado no desenvolvimento econômico, ambiental e social do município) que obteve média 5,09. Todos os desvios padrão ficaram entre o intervalo entre 2 e 3, indicando dispersão moderada das variáveis.

Tabela 30 - Estatística descritiva da dimensão benevolência

Código	Item	Média	Mediana	Desvio	Assimetria	Curtose
BEN5	O executivo municipal é formado por servidores que buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos	4,91	5,00	2,160	0,255	-0,528
BEN6	O executivo municipal está interessado no desenvolvimento econômico, ambiental e social do município	5,09	5,00	2,362	0,129	-0,743
BEN9	O executivo municipal faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos (p. ex. firma parcerias com os governos federal e estadual)	4,65	5,00	2,485	0,268	-0,824
BEN11	O executivo municipal está interessado em conhecer as necessidades dos cidadãos	4,42	4,00	2,433	0,353	-0,884
BEN12	O executivo municipal satisfaz aos interesses coletivos da maioria dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns poucos cidadãos	4,53	5,00	2,414	0,289	-0,823

Fonte: Dados da pesquisa

A menor variação foi do item ‘BEN5’ (O executivo municipal é formado por servidores que buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos) com

desvio padrão de 2,160. Quanto à assimetria e à curtose, todas as variáveis apresentaram valores entre -1 e +1, conforme parâmetros do *software* SPSS de onde foram extraídos os dados, isto indica que as variáveis seguem distribuição normal.

- *Análise descritiva das dimensões*

Com a finalidade de melhor conhecer os itens restantes da limpeza adicional da escala, extraímos medidas de posição com a média, mediana e os decis, de dispersão, por meio do desvio padrão e de forma, com a assimetria e curtose, conforme apresentado na tabela 31. As médias e medianas das dimensões foram um pouco superiores a 5, o desvio padrão foi moderado, quanto à assimetria e à curtose, as medidas extraídas sinalizaram que as variáveis parecem seguir distribuição normal.

Além dessas medidas, apresentamos os nove decis de cada dimensão e verificamos que todos os decis da dimensão ‘benevolência’ foram superiores à dimensão ‘credibilidade’. Também verificada uma evolução ao longo de toda escala de pontos nos nove decis, indicando uma variação regular nas respostas dos cidadãos. No quinto decil ficou aproximadamente no ponto médio da escala, de maneira que tivemos respostas oscilando em todos os pontos da escala de verificação.

Tabela 31 - Resumo das medidas descritivas das dimensões

Dimensão	Medidas convencionais								
	Média	Mediana	Desvio	Assimetria	Curtose				
Credibilidade	5,36	5,00	2,48	0,428	-0,688				
Benevolência	5,93	5,54	2,50	0,274	-0,802				
Dimensão	Decis								
	1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	9º
Credibilidade	2,25	3,00	3,74	4,50	5,00	5,75	6,75	8	9
Benevolência	2,77	3,52	4,28	5,03	5,54	6,54	7,30	8,30	9,56

Fonte: Dados da pesquisa.

4.1.9. Passo 9 – Análise de validade e de confiabilidade da escala final

Este passo consiste na verificação da validade e da confiabilidade da escala proposta ao longo dos passos anteriores. Para a validação da escala, analisamos a validade de construto e a validade de critério. A validade de construto é dividida na validade convergente e discriminante, na primeira analisamos os itens de cada dimensão e verificamos se realmente medem o que pretendem mensurar por meio dos seus escores fatoriais. Todos os itens das dimensões ‘credibilidade’ e ‘benevolência’ obtiveram escores superiores a 0,7, sinalizando validade convergente da escala. Para a validade discriminante, agregamos os itens de cada

dimensão e extraímos a correlação bivariada, variância extraída e a variância compartilhada das duas dimensões, conforme apresentado na tabela 32.

Tabela 32 - Resultados da validade e confiabilidade da escala

Construtos	Confiabilidade composta	Variância Extraída	Correlação	Variância compartilhada	Alpha de Cronbach*		
					Valor	LI	LS
Credibilidade	0,900	0,713	0,874	0,685	0,898	0,879	0,914
Benevolência	0,896	0,705			0,894	0,875	0,911

* Medida mais o intervalo de confiança de 95%. LI indica limite inferior (2,5%) e LS o limite superior (97,5%)

Fonte: Dados da pesquisa

Segundo Costa (2011), a validade discriminante indica o quanto uma escala é diferente da outra, para tanto verificamos que a variância compartilhada de 0,685, calculada a partir da elevação da correlação ao quadrado, foi inferior a variância extraída de cada dimensão. Desta maneira, temos evidência de que a escala apresentou validade convergente e discriminante nas suas duas dimensões.

Como avaliação preliminar e da validade de critério, realizamos a extração dos coeficientes de correlação das dimensões e das variáveis predictoras. Conforme apresentado na tabela 33, todas as correlações foram não nulas conforme é esperado pela literatura, evidenciando a validade de critério. A menor correlação entre as variáveis predictoras e as dimensões da confiança foi a da variável ‘participação dos cidadãos’, que obteve o valor 0,385 nas duas dimensões. A variável ‘participação dos cidadãos’ também obteve a menor correlação com outras duas variáveis predictoras da confiança, a variável ‘satisfação dos cidadãos’ e a ‘propensão à confiança dos cidadãos’.

Tabela 33 - Resultados da validade de critério

	Credibilidade	Benevolência
Satisfação	0,697	0,760
Propensão à confiança	0,434	0,435
Desempenho	0,714	0,743
Participação	0,385	0,385

Nota: *Todas não nulas e significativas à p-valor<0,001.

Fonte: Dados da pesquisa

Quanto à análise da confiabilidade, o menor coeficiente de consistência interna foi da dimensão ‘benevolência’ de 0,894. O intervalo de confiança do alpha de Cronbach indicou que o coeficiente está acima de 0,7, conforme previsto na literatura. A fim de mostrar maiores evidências de confiabilidade da escala, optamos por apresentar a confiabilidade composta das dimensões, que se trata de uma medida complementar ao alpha e testa se um mesmo fator está consistentemente subjacente ao conjunto de itens. A menor confiabilidade composta também foi verificada na dimensão ‘benevolência’, mesmo assim obteve valor acima de 0,7.

Os itens finais da escala estão apresentados no quadro 16.

Quadro 16- Escala da confiança dos cidadãos

Dimensão	Itens
Credibilidade	<p>O executivo municipal é transparente na sua prestação de contas</p> <p>O executivo municipal presta os seus serviços com o menor tempo possível que ele pode ser executado</p> <p>O executivo municipal capacita seus servidores para a prestação de serviços mais adequados às necessidades dos cidadãos</p> <p>O executivo municipal é eficiente no uso dos recursos utilizados</p> <p>O executivo municipal é confiável no cumprimento de suas promessas</p>
Benevolência	<p>O executivo municipal é formado por servidores que buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos</p> <p>O executivo municipal está interessado no desenvolvimento econômico, ambiental e social do município</p> <p>O executivo municipal faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos (p. ex. firma parcerias com os governos federal e estadual)</p> <p>O executivo municipal está interessado em conhecer as necessidades dos cidadãos</p> <p>O executivo municipal satisfaz aos interesses coletivos da maioria dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns poucos cidadãos</p>

Fonte: Dados da pesquisa

4.1.10. Passo 10 – Desenvolvimento de normas e recomendações de uso e interpretação

Algumas recomendações de Costa (2011) devem ser aplicadas em qualquer escala, como: disposição do conjunto de itens aleatoriamente ao longo do questionário, com no máximo 10 itens em cada bloco; inclusão de itens complementares para validade de critério; escolha adequada do número de pontos da escala de verificação, nos casos da escala tipo Likert ou de diferencial semântico. No que se refere ao método de agregação dos itens em cada dimensão, recomendamos que seja feito pela média dos escores. Quanto à interpretação dos escores da escala, apresentamos no quadro 17 as recomendações de interpretação.

Quadro 17 - Instruções para interpretação dos resultados

Medida	Número de pontos da escala de verificação		Grau de confiança dos cidadãos
	7 pontos	10 pontos	
Critério para média	Até 4 Acima de 4 a 5,5 Acima de 5,5	Até 5 Acima de 5 a 6,5 Acima de 6,5	Fraco Moderado Forte
Critério para desvio padrão	Até 1 Acima de 1 a 2 Acima de 2	Até 2 Acima de 2 a 3 Acima de 3	Baixo Moderado Alto

Fonte: Elaborado pela autora com base em Costa (2011)

No que se refere às possibilidades de uso, entendemos que a escala de confiança dos cidadãos poderá ser utilizada para captar o grau de confiança dos cidadãos em qualquer instituição pública, não somente no executivo municipal, contribuindo para uma melhor compreensão das necessidades dos cidadãos pelos gestores públicos. Desde que a escala seja adaptada para este fim, por meio da substituição do termo ‘O executivo municipal’ no início

de cada item, pela instituição a ser pesquisada. Obviamente, em um novo contexto de aplicação uma nova avaliação da consistência psicométrica precisa ser feita.

Estas aplicações são capazes de fornecer direcionamentos de ações e políticas públicas que aumentem o grau de confiança dos cidadãos. Com a finalização das normas e recomendações de uso da escala de confiança dos cidadãos, consideramos aqui atingido o segundo objetivo deste trabalho, de desenvolver uma escala de medição do construto confiança dos cidadãos no executivo municipal.

4.2. TESTES DAS HIPÓTESES

Neste subitem serão apresentadas as medidas descritivas dos construtos antecedentes da confiança, bem como os testes das hipóteses da pesquisa que investigam a influência positiva dos construtos preditores da confiança dos cidadãos. Os testes das hipóteses foram realizados com duas técnicas a modelagem linear, por meio da regressão normal linear múltipla e a regressão quantílica, não apresentamos a correlação dos construtos neste subitem, pois já a analisamos na validade de critério.

Em cada um dos dois modelos foram feitas análises com todos os respondentes e análises isoladas dos testes das hipóteses pelas três principais cidades, nesta análise consideramos Bananeiras e Solânea como uma única cidade, devido à proximidade de ambas e em alguns momentos ficar difícil para os cidadãos identificar o que faz parte de uma cidade ou de outra.

4.2.1. Estatística descritiva dos preditores da confiança dos cidadãos

Como foi realizado na primeira amostragem, na segunda coleta de dados utilizamos escalas *single item* para mensurar os construtos preditores da confiança dos cidadãos. O conteúdo dos itens sofreu pequenas alterações entre o primeiro e o segundo instrumento de coleta de dados, como pode ser verificado nos Apêndices D e E. Essas alterações foram necessárias para a melhor adequação dos itens aos respondentes, fato que foi percebido pela ausência de *missing values* nestas variáveis.

Na tabela 34, apresentamos o resumo das medidas descritivas das variáveis preditoras da confiança. No que se refere à variável ‘satisfação dos cidadãos’ a média de 4,82 foi considerada de baixa satisfação. Também verificamos grande concentração entre os

valores 4 e 5 entre os 3º e 6º decis, sinalizando uma satisfação dos cidadãos de baixa à moderada. A variável ‘propensão à confiança dos cidadãos’ variou entre o nível alto e muito baixo ao longo dos seus decis, mas teve sua maior concentração abaixo do valor 6, que indica moderada propensão à confiança. A média das variáveis ‘satisfação’, ‘propensão à confiança’ e ‘participação’ foram próximas com valores acima de 4 e abaixo de 5. A média da variável ‘participação’ se destacou por ser a menor média (2,83), comparada as demais variáveis, indicando um nível baixo de participação dos respondentes.

A variável ‘desempenho do executivo municipal’ foi a que obteve maior constância em torno do valor 5, pois obteve os valores de média e mediana muito próximos, bem como o valor 5, ao longo do 4º, 5º e 6º decis. A variável ‘participação dos cidadãos’ foi a que teve menor média e mediana, verificamos que até o 7º decil estão os respondentes que afirmam ter baixa participação em debates e discussões.

Tabela 34 - Resumo das medidas descritivas das variáveis preditoras da confiança

Dimensão	Medidas convencionais								
	Média	Mediana	Desvio	Assimetria	Curtose				
Satisfação	4,82	5,00	2,06	0,051	-0,543				
Propensão à confiança	4,17	4,00	2,02	0,124	-0,690				
Desempenho	4,96	5,00	2,05	0,000	-0,581				
Participação	2,83	2,00	2,35	1,257	0,646				
Dimensão	Decis								
	1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	9º
Satisfação	2,00	3,00	4,00	4,00	5,00	5,00	6,00	7,00	8,00
Propensão à confiança	1,00	2,00	3,00	3,00	4,00	5,00	5,00	6,00	7,00
Desempenho	2,00	3,00	4,00	5,00	5,00	5,00	6,00	7,00	8,00
Participação	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	5,00	7,00

Fonte: Dados da pesquisa.

Essa grande concentração de respostas também é verificada na sua assimetria de 1,257, que reforçou a suposição de que a variável não parece seguir distribuição normal. Todos os desvios padrão foram considerados moderados, já que se concentram no intervalo entre 2 e 3, e indicam que os itens captaram bem as variações dos fenômenos.

4.2.2. Regressão múltipla

A primeira técnica utilizada para os testes das hipóteses foi a regressão normal linear múltipla. Primeiro, analisamos a influência de todas as variáveis preditoras nas dimensões ‘credibilidade’ e ‘benevolência’ e verificamos o ajuste do modelo, para em seguida realizar o *stepwise forward* tomando por base os valores obtidos.

A estatística de consistência global do modelo para ambas as dimensões indicou que ao menos uma das variáveis preditoras é capaz de explicar as dimensões ‘credibilidade’ e ‘benevolência’. Os resultados apresentados na tabela 35 indicam que o modelo proposto é capaz de explicar 58,3% da variação do construto ‘credibilidade’. Porém, verificamos que a variável ‘propensão à confiança’ não pode ser utilizada para explicar a dimensão ‘credibilidade’, pois o p-valor foi superior a 0,05, bem como o intervalo de confiança do seu estimador contempla o valor zero.

Os pressupostos de normalidade, homoscedasticidade e independência dos erros foram confirmados na análise visual, conforme gráficos apresentados no Anexo C. O p-valor do teste de Komolgorov e Smirnov (0,29) indicou que os erros parecem seguir distribuição normal. Quanto à homoscedasticidade, o teste de Goldfeld-Quandt (p-valor de 0,99) confirmou a hipótese nula de homoscedasticidade dos erros e o teste de Durbin-Watson (p-valor de 0,52) sinalizou que os erros são independentes. As medidas de ajuste do modelo foram satisfatórias, mas como alguns betas indicaram problemas no modelo estimado, optamos por realizar o *stepwise forward*.

Tabela 35 - Resultados do modelo da regressão múltipla da ‘credibilidade’

Modelo Estimado da Credibilidade						
Variável	Beta	E- Padrão	T-statistic	P-valor	Intervalo de Confiança	
					2,5%	97,5%
Intercepto	0,399	0,255	1,562	0,119	-0,104	0,902
Satisfação	0,387	0,070	5,529	<0,001	0,249	0,524
Propensão à confiança	0,070	0,051	1,360	0,175	-0,031	0,171
Desempenho	0,476	0,069	6,923	<0,001	0,341	0,611
Participação	0,159	0,040	3,900	<0,001	0,079	0,238
Medidas de Ajuste						
F(gl ₁ ,gl ₂)-p	11,6(4,324) - <0,001		Estatística K-S (p-valor)		0,038(= 0,29)	
R ² Ajustado	0,583		Goldfeld-Quandt (p-valor)		0,617(=0,99)	
			Estatística D-W (p-valor)		1,932(=0,52)	

Fonte: Dados da pesquisa

Na tabela 36 apresentamos os resultados finais da regressão múltipla da dimensão ‘credibilidade’ após a exclusão das variáveis que não podem ser utilizadas para explicar o modelo. A estatística F, de consistência global do modelo, confirmou a hipótese de que ao menos um dos preditores explica a variável ‘credibilidade’. O modelo proposto explica 58,3% da variação da dimensão ‘credibilidade’ e todos os betas das variáveis ‘satisfação’, ‘desempenho’ e ‘participação’ foram significativos ao nível de 1% e não contém o valor zero no seu intervalo de confiança.

Tabela 36 - Resultados do modelo da regressão múltipla da 'credibilidade' após *stepwise forward*

Modelo Estimado da Credibilidade						
Variável	Beta	E- Padrão	T-statistic	P-valor	Intervalo de Confiança	
					2,5%	97,5%
Intercepto	0,506	0,243	2,080	<0,05	0,027	0,985
Satisfação	0,410	0,068	6,039	<0,001	0,276	0,543
Desempenho	0,484	0,068	7,057	<0,001	0,349	0,619
Participação	0,170	0,040	4,259	<0,001	0,091	0,248
Medidas de Ajuste						
F(g ₁ ,g ₂)-p	153,2(3,325) - <0,001		Estatística K-S (p-valor)		0,035(= 0,41)	
R ² Ajustado	0,581		Goldfeld-Quandt (p-valor)		0,605(=0,99)	
			Estatística D-W (p-valor)		1,931(=0,57)	

Fonte: Dados da pesquisa

Realizamos as análises dos pressupostos do modelo normal linear, na análise exploratória conforme gráfico do Anexo D, verificamos a linearidade do modelo. Quanto à normalidade dos erros, esta foi confirmada tanto na análise visual, quanto no teste de Kolmogorov e Smirnov. A homoscedasticidade dos erros foi confirmada no teste de Goldfeld-Quandt e na verificação exploratória do gráfico no Anexo D. O pressuposto de independência dos erros foi confirmado na análise do gráfico, como também pelo teste de Durbin-Watson.

Após a realização da análise da regressão múltipla da dimensão 'credibilidade', realizamos a estimação do modelo da dimensão 'benevolência', conforme resultados apresentados na tabela 37. O resultado foi semelhante ao anterior, indicando necessidade da exclusão da variável 'propensão à confiança', diante dos valores de beta, do p-valor e do intervalo de confiança da variável; desta maneira, optamos por realizar o *stepwise forward*.

Tabela 37 - Resultados do modelo da regressão múltipla da 'benevolência'

Modelo Estimado da Benevolência						
Variável	Beta	E- Padrão	T-statistic	P-valor	Intervalo de Confiança	
					2,5%	97,5%
Intercepto	0,708	0,235	1,562	<0,01	0,244	1,170
Satisfação	0,531	0,064	8,251	<0,001	0,405	0,658
Propensão à confiança	0,031	0,047	0,653	0,514	-0,062	0,124
Desempenho	0,427	0,063	6,737	<0,001	0,302	0,551
Participação	0,150	0,037	4,011	<0,001	0,076	0,224
Medidas de Ajuste						
F(g ₁ ,g ₂)-p	155,4(4,324) - <0,001		Estatística K-S (p-valor)		0,048(= 0,07)	
R ² Ajustado	0,653		Goldfeld-Quandt (p-valor)		0,694(=0,99)	
			Estatística D-W (p-valor)		1,64(=0,00)	

Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados do novo modelo estimado estão apresentados na tabela 38. Todas as variáveis preditoras foram significativas a p-valor<0,001, reforçando a estatística F, que indicou que ao menos uma das variáveis antecedentes são capazes de explicar a dimensão

‘benevolência’. O grau de explicação do modelo foi de 65,4%, superior ao da dimensão ‘credibilidade’.

Tabela 38 - Resultados do modelo da regressão múltipla da ‘benevolência’ após *stepwise forward*

Modelo Estimado da Benevolência						
Variável	Beta	E- Padrão	T-statistic	P-valor	Intervalo de Confiança	
					2,5%	97,5%
Intercepto	0,755	0,224	3,376	<0,001	0,315	1,195
Satisfação	0,542	0,062	8,683	<0,001	0,419	0,664
Desempenho	0,430	0,063	6,825	<0,001	0,306	0,554
Participação	0,155	0,037	4,235	<0,001	0,083	0,227
Medidas de Ajuste						
F(g ₁ ,g ₂)-p	207,4(3,325) - <0,001		Estatística K-S (p-valor)		0,048(= 0,06)	
R ² Ajustado	0,654		Goldfeld-Quandt (p-valor)		0,692(=0,99)	
			Estatística D-W (p-valor)		1,64(=0,004)	

Fonte: Dados da pesquisa

Todos os pressupostos da modelagem normal linear foram atendidos, tanto na análise gráfica, conforme pode ser verificado no Anexo F, quanto pelos testes de normalidade e homoscedasticidade de Kolmogorov e Smirnov e Goldfeld-Quandt, respectivamente. O único pressuposto que foi rejeitado no teste de Durbin-Watson, foi o de independência, mas entendemos que o p-valor ficou próximo a significância de 1%, não sinalizando deficiência do modelo. Concluídas a análise global das variáveis preditoras da confiança dos cidadãos por todas as cidades, decidimos realizar uma análise mais detalhada pelas três principais cidades pesquisadas.

Para a cidade de João Pessoa, foram feitas análises com todas as variáveis preditoras e verificamos que alguns construtos antecedentes não influenciavam o construto confiança dos cidadãos, portanto optamos em realizar o *stepwise forward* e obtivemos os resultados apresentados na tabela 39.

A dimensão ‘credibilidade’ variou do modelo ajustado da análise com todas as cidades, na cidade de João Pessoa a dimensão ‘credibilidade’ além da variável ‘propensão à confiança’, não sofre influência da variável ‘participação. O nível de explicação (49,4%) do modelo também variou em relação a todas as cidades, mas se manteve satisfatório. Quanto aos pressupostos da modelagem normal linear, todos foram atendidos, tanto na análise gráfica, conforme Anexo G e pelos resultados dos testes apresentados na tabela 39.

A dimensão ‘benevolência’ obteve nível de explicação (65,3%) superior a dimensão anterior, e somente excluiu a variável preditora ‘propensão à confiança’ do modelo. Quanto aos pressupostos todos foram atendidos com exceção do pressuposto de independência dos erros, que conforme a análise de todas as cidades teve sua rejeição muito próxima do limite de aceitação.

Tabela 39 - Resultados do modelo de regressão múltipla após *stepwise forward* na cidade de João Pessoa

Modelo Estimado da dimensão Credibilidade						
Variável	Beta	E- Padrão	T-statistic	P-valor	Intervalo de Confiança	
					2,5%	97,5%
Intercepto	0,888	0,381	2,330	<0,05	0,134	1,642
Satisfação	0,353	0,121	2,904	<0,01	0,112	0,593
Desempenho	0,528	0,125	4,215	<0,001	0,280	0,775
Medidas de Ajuste						
F(g ₁ ,g ₂)-p R ² Ajustado	63,98(2,127) - <0,001 0,494		Estatística K-S (p-valor) Goldfeld-Quandt (p-valor) Estatística D-W (p-valor)		0,056(= 0,40) 0,699(=0,92) 1,70(=0,11)	
Modelo Estimado da dimensão Benevolência						
Variável	Beta	E- Padrão	T-statistic	P-valor	Intervalo de Confiança	
					2,5%	97,5%
Intercepto	0,811	0,373	2,171	<0,05	0,072	1,550
Satisfação	0,526	0,112	4,660	<0,001	0,302	0,749
Desempenho	0,392	0,116	3,361	<0,01	0,161	0,622
Participação	0,153	0,055	2,774	<0,01	0,044	0,262
Medidas de Ajuste						
F(g ₁ ,g ₂)-p R ² Ajustado	155,4(4,324) - <0,001 0,653		Estatística K-S (p-valor) Goldfeld-Quandt (p-valor) Estatística D-W (p-valor)		0,069(= 0,14) 0,474(=0,99) 1,48(=0,002)	

Fonte: Dados da pesquisa

Em seguida, realizamos o mesmo procedimento de análise para a cidade de Garanhuns, e também verificamos que as variáveis ‘propensão à confiança’ e ‘participação’ não serviam para explicar a dimensão ‘credibilidade’. A diferença da cidade de João Pessoa é que a variável ‘participação’ também não serviu para explicar a dimensão ‘benevolência’, então optamos por realizar o *stepwise forward*, conforme os dados apresentados na tabela 40.

Tabela 40 - Resultados do modelo de regressão múltipla após *stepwise forward* na cidade de Garanhuns

Modelo Estimado da dimensão Credibilidade						
Variável	Beta	E- Padrão	T-statistic	P-valor	Intervalo de Confiança	
					2,5%	97,5%
Intercepto	0,733	0,612	1,198	=0,234	-0,483	1,949
Satisfação	0,511	0,177	2,876	<0,01	0,157	0,864
Desempenho	0,473	0,156	2,98	<0,01	0,157	0,789
Medidas de Ajuste						
F(g ₁ ,g ₂)-p R ² Ajustado	50,02(2,83) - <0,001 0,536		Estatística K-S (p-valor) Goldfeld-Quandt (p-valor) Estatística D-W (p-valor)		0,122(= 0,003) 0,474(=0,99) 2,16(=0,48)	
Modelo Estimado da dimensão Benevolência						
Variável	Beta	E- Padrão	T-statistic	P-valor	Intervalo de Confiança	
					2,5%	97,5%
Intercepto	1,023	0,451	2,266	<0,05	0,125	1,921
Satisfação	0,598	0,131	4,560	<0,001	0,337	0,858
Desempenho	0,452	0,117	3,856	<0,001	0,219	0,686
Medidas de Ajuste						
F(g ₁ ,g ₂)-p R ² Ajustado	103,4(2,83) - <0,001 0,707		Estatística K-S (p-valor) Goldfeld-Quandt (p-valor) Estatística D-W (p-valor)		0,063(=0,53) 0,827(=0,72) 2,28(0,20)	

Fonte: Dados da pesquisa

Os graus de explicação do modelo da dimensão ‘credibilidade’ (53,6%) e da dimensão benevolência (70,7%) foram considerados satisfatórios. No que se refere à análise da consistência global do modelo, nas duas dimensões a estatística F sinalizou que ao menos uma das variáveis preditoras explicam as duas dimensões do construto confiança dos cidadãos.

Todos os pressupostos de normalidade, homoscedasticidade e independência dos erros e de linearidade do modelo foram atendidos, tanto pela análise visual dos gráficos, conforme Anexo H e como pelos testes estatísticos de Kolmogorov e Smirnov, de Goldfeld-Quandt e de Durbin-Watson, apresentados na tabela 40.

A última análise da regressão linear por cidades foi realizada considerando os habitantes de Bananeiras e Solânea. Verificamos que a variável ‘propensão à confiança’ não pode ser utilizada para explicar as dimensões da confiança dos cidadãos, bem como a variável ‘participação’ não serve para explicar a dimensão ‘benevolência’. Na tabela 41, apresentamos os resultados da modelagem normal linear após a realização do *stepwise forward*, nas cidades de Bananeiras e Solânea.

Tabela 41 - Resultados do modelo após *stepwise forward* nas cidades de Bananeiras e Solânea

Modelo Estimado da dimensão Credibilidade						
Variável	Beta	E- Padrão	T-statistic	P-valor	Intervalo de Confiança	
					2,5%	97,5%
Intercepto	0,207	0,443	0,467	=0,642	-0,676	1,090
Satisfação	0,548	0,137	3,996	<0,001	0,275	0,822
Desempenho	0,354	0,139	2,545	<0,05	0,077	0,631
Participação	0,289	0,085	3,387	<0,01	0,119	0,459
Medidas de Ajuste						
F(g ₁ ,g ₂)-p	45,92(3,75) - <0,001		Estatística K-S (p-valor)		0,08(= 0,25)	
R ² Ajustado	0,633		Goldfeld-Quandt (p-valor)		0,969(=0,54)	
			Estatística D-W (p-valor)		2,01(=0,98)	
Modelo Estimado da dimensão Benevolência						
Variável	Beta	E- Padrão	T-statistic	P-valor	Intervalo de Confiança	
					2,5%	97,5%
Intercepto	0,532	0,442	1,205	=0,232	-0,347	1,412
Satisfação	0,488	0,138	3,539	<0,001	0,213	0,762
Desempenho	0,620	0,142	4,351	<0,001	0,336	0,903
Medidas de Ajuste						
F(g ₁ ,g ₂)-p	73,44(2,76) - <0,001		Estatística K-S (p-valor)		0,063(=0,53)	
R ² Ajustado	0,650		Goldfeld-Quandt (p-valor)		0,827(=0,72)	
			Estatística D-W (p-valor)		2,28(0,20)	

Fonte: Dados da pesquisa

A estatística F, de consistência global do modelo, indicou que ao menos um dos construtos antecedentes da confiança pode ser usado para explicar as dimensões ‘credibilidade’ e ‘benevolência’ nas cidades de Bananeiras e Solânea. O R² ajustado de 63,3% e 65% nas dimensões ‘credibilidade’ e ‘benevolência’, respectivamente, indicaram uma boa explicação do modelo. Quanto aos pressupostos da modelagem normal linear, todos foram

atendidos tanto na análise gráfica conforme gráficos apresentados no Anexo I e nos testes estatísticos apresentados na tabela 40.

Para uma melhor compreensão dos resultados da regressão múltipla, tanto na análise global, bem como nas análises isoladas de cada cidade, apresentamos os resultados das hipóteses no quadro 18. Os resultados verificados em todas as análises refutaram a hipótese da variável ‘propensão à confiança’ influenciar a confiança dos cidadãos no executivo municipal.

Quadro 18 – Hipóteses da pesquisa

Hip.	Representação	Global	João Pessoa	Garanhuns	Bananeiras Solânea
H1a	Satisfação dos cidadãos → credibilidade	Confirmada	Confirmada	Confirmada	Confirmada
H2a	Propensão à confiança → credibilidade	Refutada	Refutada	Refutada	Refutada
H3a	Desempenho → credibilidade	Confirmada	Confirmada	Confirmada	Confirmada
H4a	Participação → credibilidade	Confirmada	Refutada	Refutada	Confirmada
H1b	Satisfação dos cidadãos → benevolência	Confirmada	Confirmada	Confirmada	Confirmada
H2b	Propensão à confiança → benevolência	Refutada	Refutada	Refutada	Refutada
H3b	Desempenho → benevolência	Confirmada	Confirmada	Confirmada	Confirmada
H4b	Participação → benevolência	Confirmada	Confirmada	Refutada	Refutada

Fonte: Dados da pesquisa

4.2.3. Regressão quantílica

A regressão quantílica foi a segunda técnica utilizada nos testes das hipóteses, e por meio da técnica buscamos analisar a influência das variáveis predictoras da confiança em cada decil das dimensões ‘credibilidade’ e ‘benevolência’. Primeiro, realizamos a regressão quantílica na análise global, com todas as cidades, os resultados obtidos são apresentados na tabela 42 e nas figuras 13 e 14.

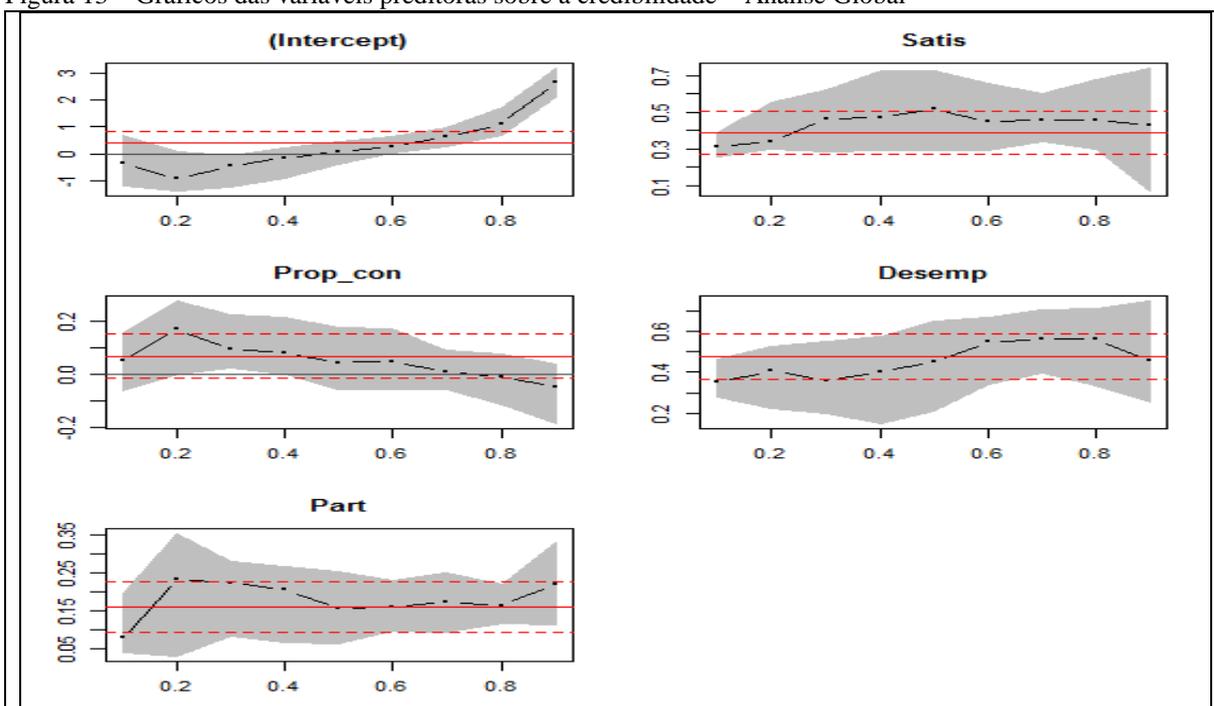
Tabela 42 - Resultados da regressão quantílica global

Variável preditora	Decil predito na dimensão ‘credibilidade’								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Intercepto	-0,37*	-0,93**	-0,46*	-0,15*	0,08*	0,26*	0,64***	1,09***	2,63***
Satisfação	0,31***	0,34***	0,46***	0,47***	0,51***	0,45***	0,46***	0,45***	0,43**
Propensão à confiança	0,05**	0,17**	0,09*	0,08*	0,05*	0,05*	0,01*	-0,09*	-0,05*
Desempenho	0,35***	0,40***	0,36***	0,40***	0,45***	0,55***	0,56***	0,56***	0,45***
Participação	0,08*	0,23**	0,22***	0,20***	0,16**	0,16***	0,17***	0,16***	0,22***
Falso R2	0,23	0,30	0,34	0,38	0,40	0,43	0,45	0,44	0,41
Variável preditora	Decil predito na dimensão ‘benevolência’								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Intercepto	-0,30*	-0,47*	-0,38*	-0,07*	0,33*	0,63***	0,99**	1,73***	2,60***
Satisfação	0,39***	0,58***	0,68***	0,61***	0,60***	0,57***	0,57***	0,53***	0,42**
Propensão à confiança	0,08*	0,08*	0,04*	0,04*	0,03*	0,01*	0,00*	0,02*	0,00*
Desempenho	0,35***	0,38**	0,37***	0,44***	0,44***	0,48***	0,46***	0,42***	0,54***
Participação	0,13**	0,10*	0,13**	0,15***	0,15***	0,12**	0,16***	0,16***	0,12*
Falso R2	0,28	0,33	0,37	0,40	0,43	0,45	0,44	0,40	0,36

Nota: *nulo, **p<0,10, ***p<0,01

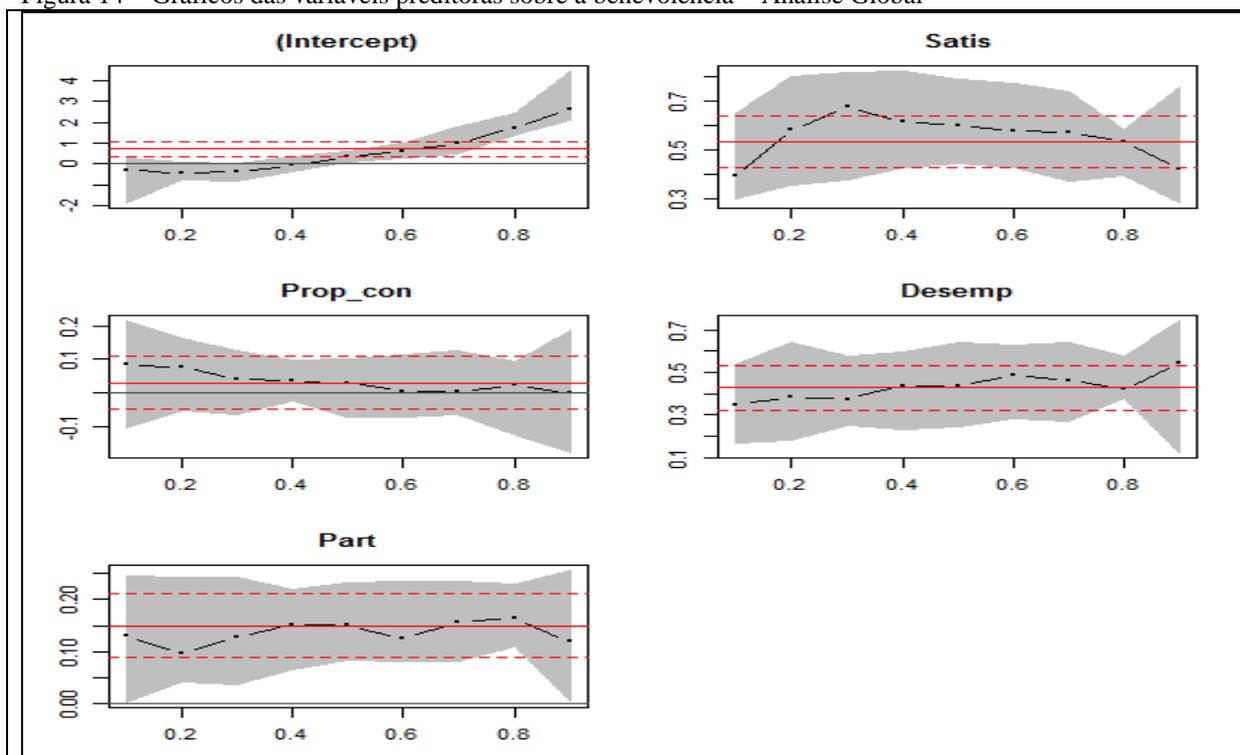
Fonte: Dados da pesquisa

Figura 13 – Gráficos das variáveis predictoras sobre a credibilidade – Análise Global



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 14 – Gráficos das variáveis predictoras sobre a benevolência – Análise Global



Fonte: Dados da pesquisa

O grau de explicação do modelo foi verificado por uma estatística substituta do R^2 disponível na modelagem normal linear, o qual foi chamado de ‘falso R^2 ’ na apresentação dos resultados. O grau de explicação da regressão quantílica pelos decis da dimensão ‘credibilidade’, teve seu maior valor no 7º decil. Quanto à dimensão ‘benevolência’ o maior grau de explicação do modelo foi no 6º decil, tendo sido crescente desde o 1º decil até o seu

maior valor e a partir de então teve seu grau de explicação decrescente. Conforme se observa nos gráficos 13 e 14, a influência da variável ‘satisfação’ se eleva na medida em que o nível de credibilidade aumenta até o 5º decil, entre o 6º e 9º sua influência oscila, mas todas são significativas a 1% com exceção do 9º decil, que é significativo a 10%. A influência da variável ‘propensão à confiança’ na dimensão ‘credibilidade’ foi confirmada nos menores níveis de credibilidade (1º e 2 decil), nos demais decis a hipótese foi rejeitada.

A variável ‘desempenho’ influencia a dimensão credibilidade em todos os decis, porém nos níveis de maior credibilidade (6º, 7º e 8º decil) tem sua maior influência, com exceção do 9º decil em que a influência é igual a do 5º decil. A variável ‘participação’ não influencia os cidadãos de menor credibilidade (1º decil), somente nos demais sua influência foi confirmada, a variável teve um decréscimo de influência entre o 2º e 6º decil, a partir dos demais sua influência foi oscilante.

Quanto à dimensão ‘benevolência’, conforme apresentado na figura 14, as variáveis ‘satisfação’ e ‘desempenho’ apresentaram influência em todos os decis da dimensão. Verificou-se ainda que o grau de influência da variável ‘satisfação’ aumenta à medida que os decis aumentam até o 3º decil, a partir de então ela decai. Quanto à variável ‘desempenho’, sua influência se mantém oscilante entre os decis. Diferentemente dessas duas variáveis, a variável ‘propensão à confiança’ foi rejeitada em todos os 9 decis. Quanto à variável ‘participação’, sua influência só foi rejeitada no 2º e 9º decis, e vemos que seu grau de influência aumenta à medida que o grau de benevolência aumenta com exceção do 6º decil que foi o grau de influência mais baixo dentre os significativos.

Tabela 43 - Resultados da regressão quantílica na cidade de João Pessoa

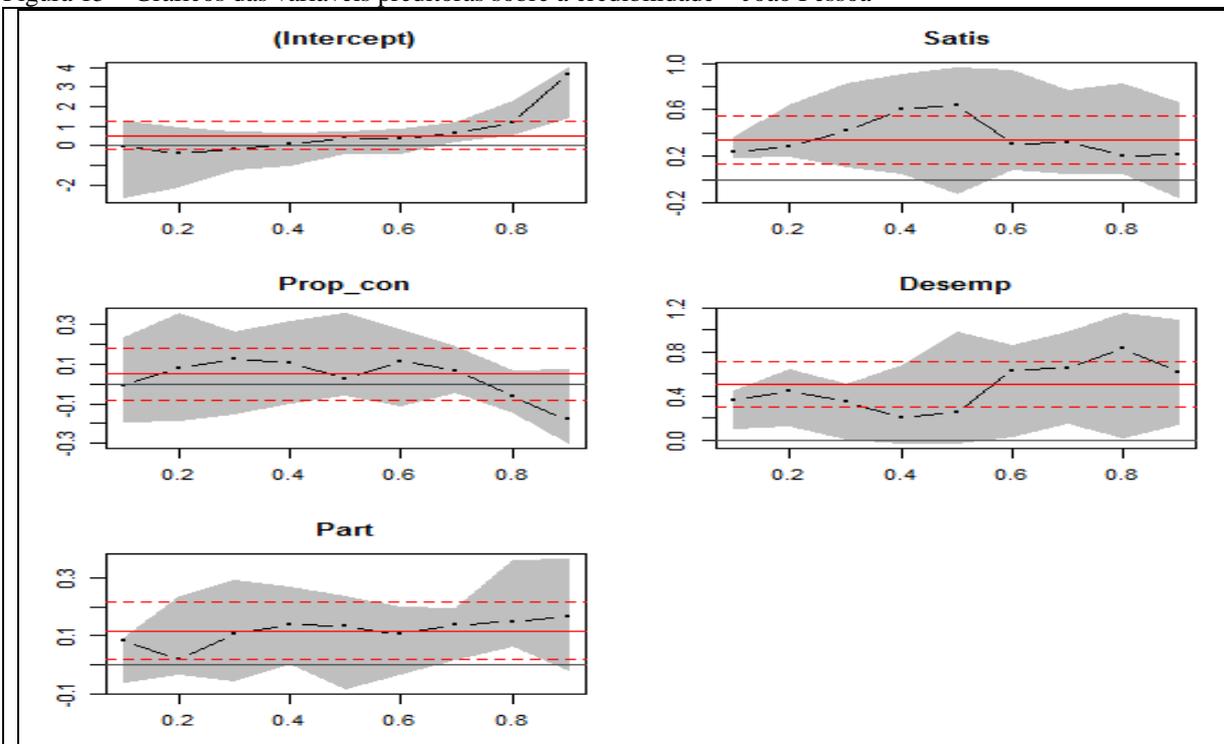
Variável preditora	Decil predito na dimensão ‘credibilidade’								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Intercepto	-0,05*	-0,37*	-0,20*	0,10*	0,41*	0,34*	0,61**	1,18**	3,67***
Satisfação	0,24*	0,29*	0,42**	0,60**	0,64**	0,30*	0,32*	0,20*	0,21*
Propensão à confiança	-0,01*	0,08*	0,12*	0,11*	0,03*	0,12*	0,06*	-0,06*	-0,18*
Desempenho	0,36**	0,44**	0,35**	0,20*	0,24*	0,63**	0,65**	0,83**	0,61**
Participação	0,08*	0,02*	0,10*	0,14*	0,13*	0,11*	0,14**	0,15*	0,16*
Falso R2	0,22	0,25	0,30	0,33	0,35	0,36	0,39	0,38	0,33
Variável preditora	Decil predito na dimensão ‘benevolência’								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Intercepto	0,65*	0,40*	0,04*	-0,08*	0,33*	0,52*	0,75**	1,46***	2,89***
Satisfação	0,51***	0,64***	0,74***	0,92***	0,94***	0,79***	0,76***	0,59**	-0,02*
Propensão à confiança	-0,11*	0,03*	0,06*	-0,01*	-0,01*	-0,02*	0,00*	-0,01*	-0,12*
Desempenho	0,20**	0,12*	0,18*	0,13*	0,07*	0,27*	0,25*	0,37*	0,93***
Participação	0,05*	0,06*	0,05*	0,20*	0,24***	0,18**	0,25***	0,21***	0,24***
Falso R2	0,35	0,35	0,37	0,40	0,43	0,44	0,44	0,41	0,36

Nota: *nulo, **p<0,10, ***p<0,01

Fonte: Dados da pesquisa

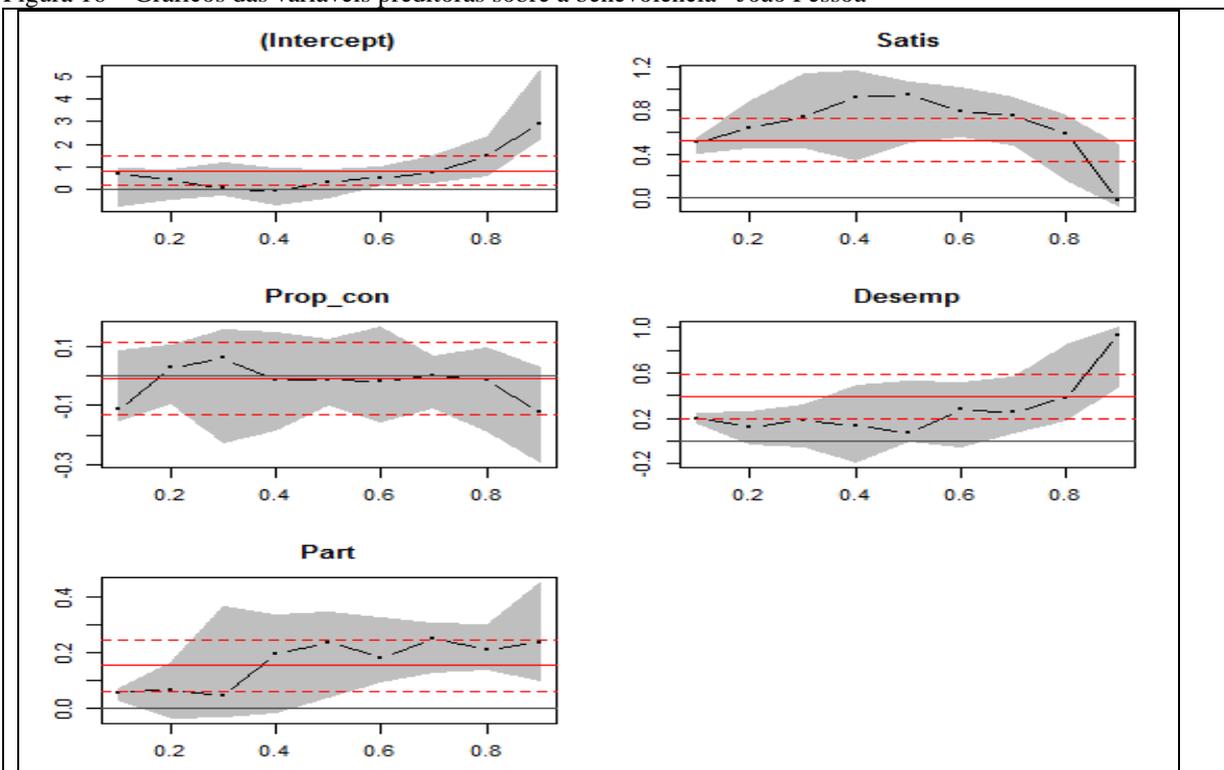
Após a realização da regressão quantílica, realizamos as análises detalhadas por cidades. Os resultados da regressão quantílica na cidade de João Pessoa são apresentados na tabela 43 e nas figuras 15 e 16.

Figura 15 – Gráficos das variáveis predictoras sobre a credibilidade – João Pessoa



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 16 – Gráficos das variáveis predictoras sobre a benevolência- João Pessoa



Fonte: Dados da pesquisa

O grau de explicação do modelo da dimensão ‘credibilidade’ variou entre 0,22 (1º decil) e 0,39 (7º decil). Já na dimensão ‘benevolência’, o grau de explicação variou entre 0,35 (1º decil) e 0,44 (6º e 7º decis). Conforme apresentado na figura 15, na dimensão ‘credibilidade’ a influência da variável ‘satisfação’ só foi confirmada nos decis intermediários (3º a 5º decil), ou seja, a satisfação dos cidadãos não influencia as pessoas que possuem menos e mais credibilidade no executivo municipal da cidade de João Pessoa. O resultado foi inverso na variável ‘desempenho’, que não apresentou influência nos decis intermediários (4º e 5º decil) e teve sua maior influência nas pessoas que possuem mais credibilidade no executivo municipal (6º a 8º decil). A hipótese de influência da variável ‘propensão à confiança’ foi rejeitada em todos os decis da ‘credibilidade’, enquanto a variável ‘participação’ só teve sua influência confirmada no 7º decil.

Na dimensão ‘benevolência’, conforme apresentado na figura 16, a variável ‘satisfação’ foi confirmada em todos os decis com exceção do decil de maior credibilidade (9º decil) dos cidadãos no executivo municipal, sua maior influência foi verificada no 5º decil. A variável ‘propensão à confiança’, semelhante à análise global, também foi rejeitada em todos os decis. A influência da variável ‘desempenho’ só foi confirmada no menor e no maior decil, nos demais foi rejeitada, contrastando com o resultado da análise global. A variável ‘participação’ só apresentou influência a partir do 5º decil, indicando que a participação só influencia os cidadãos que tem maior crença na benevolência do executivo municipal.

Tabela 44 - Resultados da regressão quantílica na cidade de Garanhuns

Variável preditora	Decil predito na dimensão ‘credibilidade’								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Intercepto	0,35*	-1,03*	-0,75*	-0,17*	0,08*	0,65*	0,63*	1,43*	2,74***
Satisfação	0,15*	0,66**	0,61***	0,56***	0,61***	0,60***	0,57***	0,41*	0,13*
Propensão à confiança	0,07*	0,04*	0,15*	0,15*	0,20**	0,19**	0,18**	0,14*	0,16*
Desempenho	0,47*	0,37*	0,40**	0,38**	0,32*	0,30*	0,38**	0,47**	0,61**
Participação	-0,04*	0,07*	0,03*	0,07*	0,04*	0,09*	0,06*	0,13*	0,07*
Falso R2	0,18	0,30	0,39	0,43	0,46	0,47	0,47	0,45	0,43
Variável preditora	Decil predito na dimensão ‘benevolência’								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Intercepto	-1,00*	-0,05*	0,01*	0,63*	0,77*	1,40**	2,17***	2,32***	2,77***
Satisfação	0,50*	0,67***	0,75***	0,69***	0,68***	0,66***	0,52***	0,49***	0,39*
Propensão à confiança	0,25*	0,01*	0,00*	0,01*	0,07*	0,04*	-0,02*	-0,02*	0,17*
Desempenho	0,25*	0,36**	0,33**	0,29**	0,28**	0,32**	0,37**	0,47***	0,49**
Participação	0,25*	0,07*	0,08*	0,12*	0,12*	0,05*	0,12*	0,06*	0,00*
Falso R2	0,40	0,46	0,49	0,51	0,54	0,55	0,53	0,48	0,41

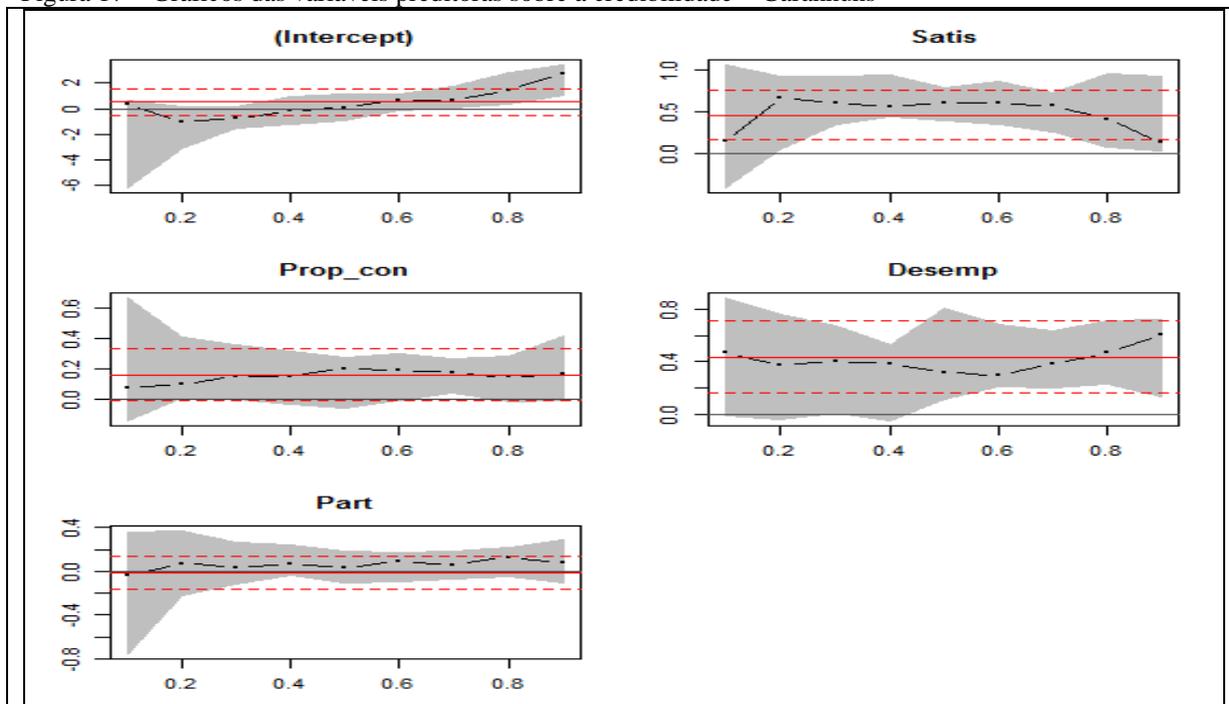
Nota: *nulo, **p<0,10, ***p<0,01

Fonte: Dados da pesquisa

Na tabela 44, apresentamos os resultados da regressão quantílica das variáveis

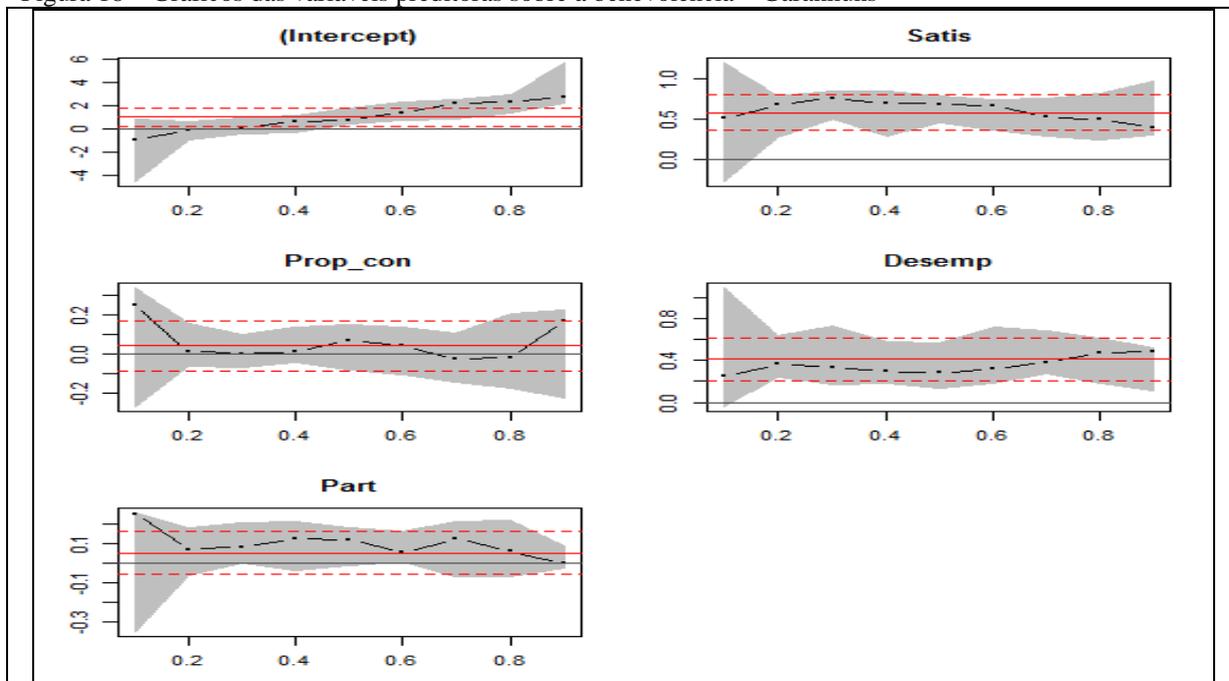
preditoras nas dimensões ‘credibilidade’ e ‘benevolência’ dos habitantes da cidade de Garanhuns. O menor grau de explicação do modelo foi encontrado do 1º decil em ambas dimensões e o maior no 6º decil em ambas.

Figura 17 – Gráficos das variáveis preditoras sobre a credibilidade – Garanhuns



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 18 – Gráficos das variáveis preditoras sobre a benevolência – Garanhuns



Fonte: Dados da pesquisa

Conforme gráficos da figura 17, a variável ‘satisfação dos cidadãos’ não influencia a dimensão ‘credibilidade’ no menor (1º decil) e maiores decis (8º e 9º),

sinalizando que a satisfação só influencia os níveis intermediários dos decis da credibilidade. A influência da variável ‘propensão à confiança’, diferente da cidade de João Pessoa, teve sua influência confirmada em três decis (5° a 7°) próximo dos maiores níveis de credibilidade. Quanto à variável ‘desempenho’, sua influência não foi confirmada nos dois menores decis, nem nos intermediários (5° e 6°), as maiores influências foram verificadas nos maiores decis. Já a variável ‘participação’ não apresentou influência em nenhum dos decis da dimensão.

Na dimensão ‘benevolência’, conforme gráficos da figura 18, a variável ‘satisfação’ não apresentou influência no 1° e 9° decil, sua influência aumenta do 2° para o 3° decil e a partir deste diminui à medida que o grau de benevolência cresce. A influência da variável ‘propensão à confiança’ não foi confirmada em nenhum dos decis, bem como a variável ‘participação’. A influência da variável ‘desempenho’ foi verificada em todos os decis com exceção do 1°; sua influência cai à medida que a dimensão aumenta até o 5° decil, a partir do qual começa a subir sua influência.

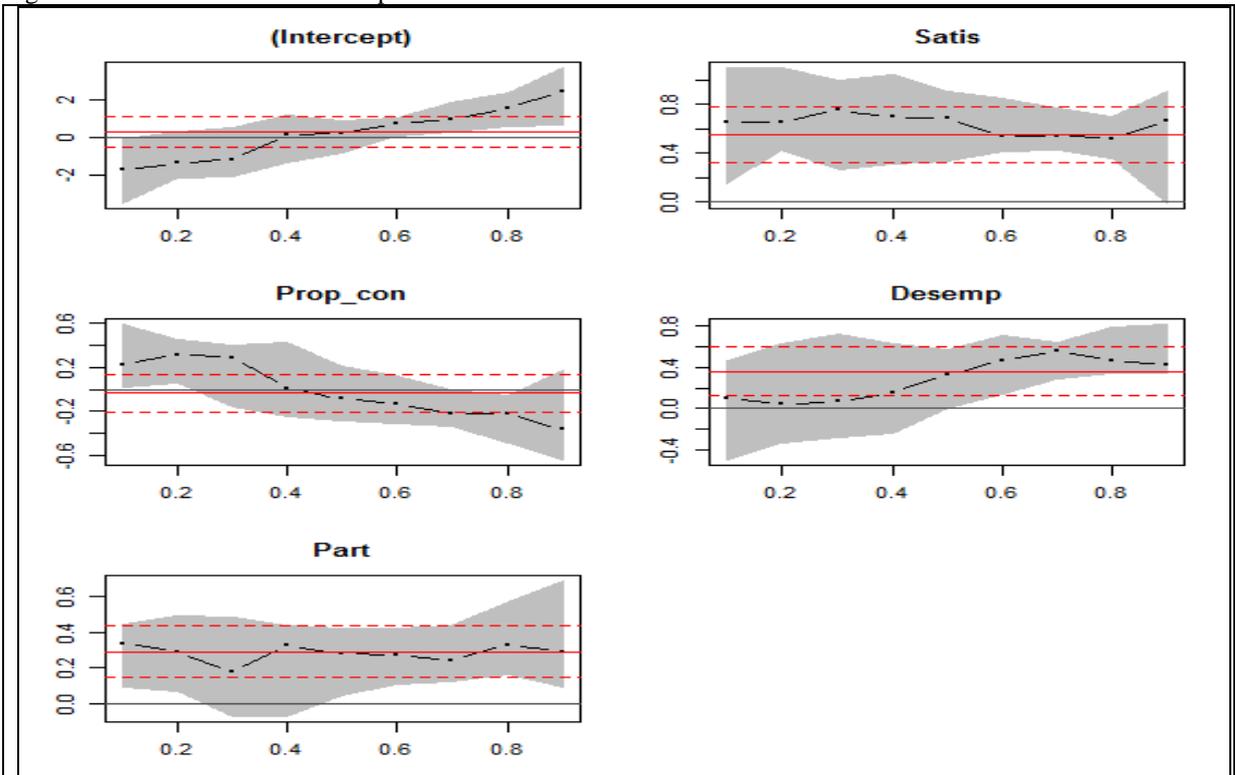
A última extração de regressão realizada foi nas cidades de Bananeiras e Solânea e os dados apresentados na tabela 45. O maior grau de explicação de 0,51, foi verificado no 9° decil da dimensão ‘credibilidade’ e 5° e 6° decil da dimensão ‘benevolência. Na primeira dimensão o grau de explicação do modelo aumentou à medida que os decis aumentavam enquanto que na segunda dimensão após atingir o seu ponto máximo, o falso R^2 foi caindo.

Na dimensão ‘credibilidade’, conforme gráficos da figura 19, a variável ‘satisfação’ apresentou influência em todos os decis, aumentando até o 3° decil e caindo até o 8°, e quando alcança o 9° decil sua influência aumenta novamente. A influência da variável ‘propensão à confiança’ foi verificada nos dois primeiros decis, e no 9° decil sua influência é negativa, ou seja, à medida que a propensão à confiança dos cidadãos aumenta, a credibilidade atribuída ao executivo municipal diminui, nos que mais acreditam nesta credibilidade. A variável ‘desempenho’ só apresentou influência nos maiores decis da credibilidade. E a influência da ‘participação’ foi verificada em todos os decis, com exceção do 3°.

A influência das variáveis preditoras na dimensão ‘benevolência’ foram apresentadas nos gráficos da figura 20. A maior influência da variável ‘satisfação’ foi verificada no menor grau de benevolência, sua influência foi rejeita no 6°, 8° e 9° decis. A influência da variável ‘propensão à confiança’ foi rejeitada em todos os decis da dimensão ‘benevolência’. Enquanto que, a influência da variável ‘desempenho’ só não foi verificada nos dois primeiros decis. A variável ‘participação’ só apresentou

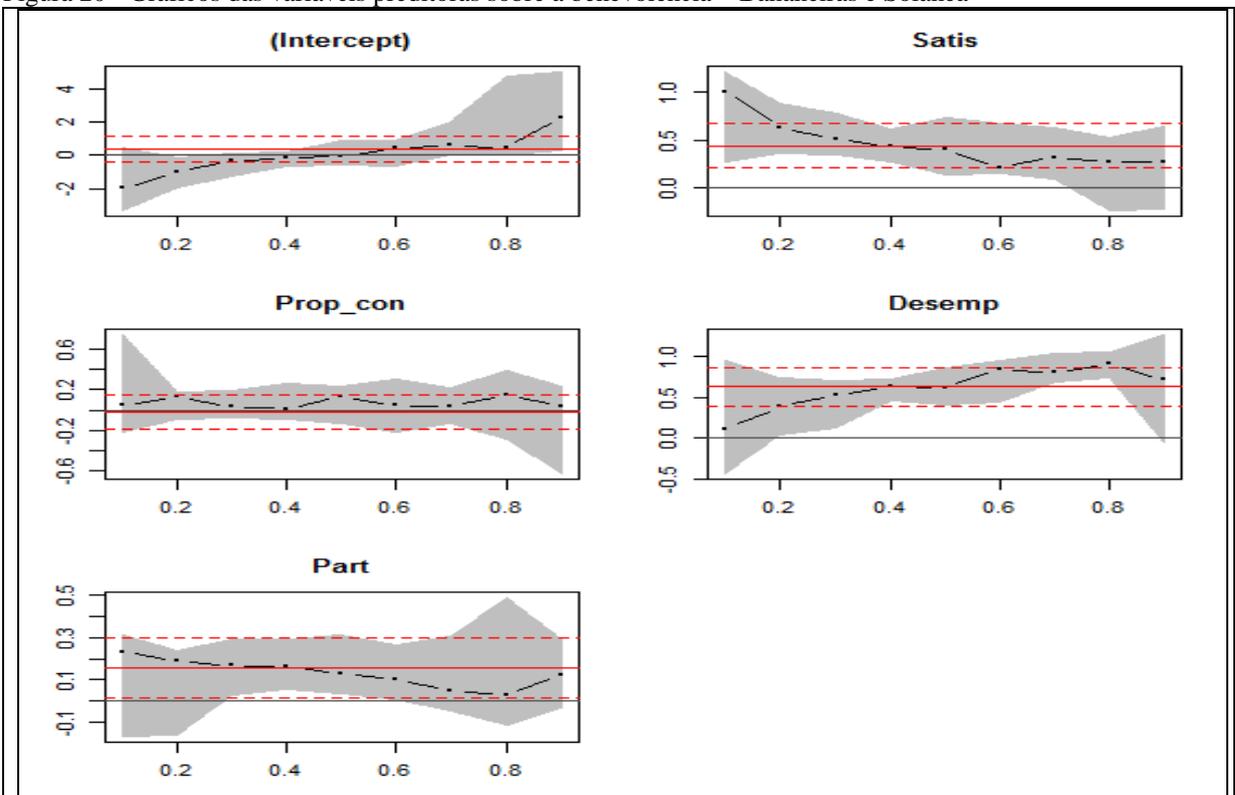
influência na dimensão ‘benevolência’ nos 3º e 4º decis, sendo rejeitada nos demais.

Figura 19 – Gráficos das variáveis predictoras sobre a credibilidade – Bananeiras e Solânea



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 20 - Gráficos das variáveis predictoras sobre a benevolência – Bananeiras e Solânea



Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 45 - Resultados da regressão quantílica nas cidades de Bananeiras e Solânea

Variável preditora	Decil predito na dimensão 'credibilidade'								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Intercepto	-1,76**	-1,40*	-1,20*	0,12*	0,22*	0,72*	0,94*	1,51**	2,42**
Satisfação	0,66***	0,66***	0,75***	0,70***	0,69***	0,54***	0,54***	0,52***	0,67***
Propensão à confiança	0,23**	0,32**	0,29*	0,01*	-0,08*	-0,13*	-0,22*	-0,21*	-0,36**
Desempenho	0,10*	0,04*	0,07*	0,15*	0,32*	0,47***	0,56***	0,47***	0,42**
Participação	0,34**	0,30**	0,18*	0,32**	0,28**	0,27**	0,24**	0,33**	0,29**
Falso R2	0,37	0,34	0,34	0,37	0,41	0,45	0,49	0,50	0,51
Variável preditora	Decil predito na dimensão 'benevolência'								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Intercepto	-1,97**	-1,03*	-0,34*	-0,15*	-0,05*	0,47*	0,62*	0,44*	2,28*
Satisfação	1,01***	0,63**	0,52***	0,43***	0,40**	0,22*	0,32**	0,27*	0,28*
Propensão à confiança	0,05*	0,13*	0,03*	0,01*	0,13*	0,04*	0,03*	0,14*	0,03*
Desempenho	0,11*	0,38*	0,53***	0,63***	0,61***	0,83***	0,80***	0,92***	0,72**
Participação	0,23*	0,19*	0,17**	0,16**	0,13*	0,10*	0,05*	0,03*	0,12*
Falso R2	0,41	0,46	0,49	0,50	0,51	0,51	0,48	0,43	0,39

Nota: *nulo, **p<0,10, ***p<0,01

Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados do teste das hipóteses da pesquisa são apresentados no quadro 19. O critério utilizado para a nomenclatura 'confirmada parcialmente' foi aplicado quando o número de influências confirmadas ao longo dos decis era superior ao número de influências refutadas; do mesmo modo, as hipóteses refutadas parcialmente significam que a hipótese foi rejeitada no número maior de decis do que foi confirmada.

Quadro 19 – Hipóteses da pesquisa

Hip.	Representação	Global	João Pessoa	Garanhuns	Bananeiras Solânea
H1a	Satisfação dos cidadãos → credibilidade	Confirmada	Refutada parcialmente	Confirmada parcialmente	Confirmada
H2a	Propensão à confiança → credibilidade	Refutada parcialmente	Refutada	Refutada parcialmente	Refutada parcialmente
H3a	Desempenho → credibilidade	Confirmada	Confirmada parcialmente	Confirmada parcialmente	Refutada parcialmente
H4a	Participação → credibilidade	Confirmada parcialmente	Refutada parcialmente	Refutada	Confirmada parcialmente
H1b	Satisfação dos cidadãos → benevolência	Confirmada	Confirmada parcialmente	Confirmada parcialmente	Confirmada parcialmente
H2b	Propensão à confiança → benevolência	Refutada	Refutada	Refutada	Refutada
H3b	Desempenho → benevolência	Confirmada	Refutada parcialmente	Confirmada parcialmente	Confirmada parcialmente
H4b	Participação → benevolência	Confirmada parcialmente	Confirmada parcialmente	Refutada	Refutada parcialmente

Fonte: Dados da pesquisa

4.3 SÍNTESE DO CAPÍTULO

Neste capítulo foram apresentados os resultados deste estudo. Inicialmente foram apresentados todos os passos de construção da escala de mensuração da confiança dos cidadãos no executivo municipal, conforme modelo proposto por Costa (2011). Durante a construção da escala foram desenvolvidos testes preliminares das hipóteses além dos procedimentos de limpeza da escala. Ao término da escala e das recomendações de uso da mesma, procedemos à realização dos testes das hipóteses.

Os testes das hipóteses foram divididos em três etapas: estatística descritiva dos preditores da confiança dos cidadãos, testes das hipóteses por meio da regressão linear normal múltipla que analisa a influência dos construtos por meio da média e por fim o teste das hipóteses pelos diferentes decis da confiança dos cidadãos, através da regressão quantílica. No capítulo 5 serão apresentadas as considerações finais do estudo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo foram apresentadas as considerações finais do estudo, inicialmente através de discussões relacionadas ao problema de pesquisa e seus objetivos. Em seguida, foram apresentadas conclusões centrais e recomendações práticas, bem como limitações e recomendações de estudos.

5.1. RESULTADOS DOS OBJETIVOS DEFINIDOS

Este trabalho foi desenvolvido com a finalidade de identificar os fatores que explicam o nível de confiança dos cidadãos no executivo municipal sob a perspectiva do marketing no interesse público. Este tema se originou no interesse de compreender como a confiança pode ser estudada no marketing governamental, perspectiva que tem sido negligenciada nas pesquisas acadêmicas.

O primeiro objetivo desta pesquisa foi identificar e caracterizar os principais fatores de condicionamento da confiança em executivos municipais, sendo plenamente alcançado na revisão da literatura. A análise dos principais autores (GURVIEZ; KORCHIA, 2003; DELGADO-BALLESTER, 2003; WANG; WART, 2007; KANTSPERGER; KUNZ, 2010; KIM *et al.*, 2011), permitiu a caracterização de quatro fatores antecedentes da confiança dos cidadãos, que foram: satisfação e propensão à confiança dos cidadãos, desempenho do executivo municipal e participação dos cidadãos.

Quadro 20 – Escala da confiança dos cidadãos

Dimensão	Itens
Credibilidade	<p>O executivo municipal é transparente na sua prestação de contas</p> <p>O executivo municipal presta os seus serviços com o menor tempo possível que ele pode ser executado</p> <p>O executivo municipal capacita seus servidores para a prestação de serviços mais adequados às necessidades dos cidadãos</p> <p>O executivo municipal é eficiente no uso dos recursos utilizados</p> <p>O executivo municipal é confiável no cumprimento de suas promessas</p>
Benevolência	<p>O executivo municipal é formado por servidores que buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos</p> <p>O executivo municipal está interessado no desenvolvimento econômico, ambiental e social do município</p> <p>O executivo municipal faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos (p. ex. firma parcerias com os governos federal e estadual)</p> <p>O executivo municipal está interessado em conhecer as necessidades dos cidadãos</p> <p>O executivo municipal satisfaz aos interesses coletivos da maioria dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns poucos cidadãos</p>

Fonte: Dados da pesquisa

Para o atendimento do segundo objetivo, que foi o de desenvolver uma escala de

medição do construto confiança dos cidadãos no executivo municipal, utilizamos o modelo de Costa (2011), por meio da execução de dez passos que foram apresentados no capítulo 4. Os resultados obtidos apresentaram a validade e confiabilidade da escala proposta de 10 itens, em duas dimensões, conforme ilustrado no quadro 20, e asseguram o atendimento do objetivo.

Também realizamos diversas manipulações dos dados, conforme apresentados no quadro 21, que nos permitiram verificar diferenças entre os resultados obtidos por meio das médias dos construtos, através da regressão normal linear (múltipla) e os resultados extraídos nos diferentes decis, por meio da regressão quantílica.

Quadro 21 – Hipóteses da pesquisa

Resultado das hipóteses – Amostra completa			
Hip.	Representação	MNL	Quantílica
H1a	Satisfação dos cidadãos → credibilidade	Confirmada	Confirmada
H2a	Propensão à confiança → credibilidade	Refutada	Refutada parcialmente
H3a	Desempenho → credibilidade	Confirmada	Confirmada
H4a	Participação → credibilidade	Confirmada	Confirmada parcialmente
H1b	Satisfação dos cidadãos → benevolência	Confirmada	Confirmada
H2b	Propensão à confiança → benevolência	Refutada	Refutada
H3b	Desempenho → benevolência	Confirmada	Confirmada
H4b	Participação → benevolência	Confirmada	Confirmada parcialmente
Resultado das hipóteses – João Pessoa			
Hip.	Representação	MNL	Quantílica
H1a	Satisfação dos cidadãos → credibilidade	Confirmada	Refutada parcialmente
H2a	Propensão à confiança → credibilidade	Refutada	Refutada
H3a	Desempenho → credibilidade	Confirmada	Confirmada parcialmente
H4a	Participação → credibilidade	Refutada	Refutada parcialmente
H1b	Satisfação dos cidadãos → benevolência	Confirmada	Confirmada parcialmente
H2b	Propensão à confiança → benevolência	Refutada	Refutada
H3b	Desempenho → benevolência	Confirmada	Refutada parcialmente
H4b	Participação → benevolência	Confirmada	Confirmada parcialmente
Resultado das hipóteses – Garanhuns			
Hip.	Representação	MNL	Quantílica
H1a	Satisfação dos cidadãos → credibilidade	Confirmada	Confirmada parcialmente
H2a	Propensão à confiança → credibilidade	Refutada	Refutada parcialmente
H3a	Desempenho → credibilidade	Confirmada	Confirmada parcialmente
H4a	Participação → credibilidade	Refutada	Refutada
H1b	Satisfação dos cidadãos → benevolência	Confirmada	Confirmada parcialmente
H2b	Propensão à confiança → benevolência	Refutada	Refutada
H3b	Desempenho → benevolência	Confirmada	Confirmada parcialmente
H4b	Participação → benevolência	Refutada	Refutada
Resultado das hipóteses – Bananeiras e Solânea			
Hip.	Representação	MNL	Quantílica
H1a	Satisfação dos cidadãos → credibilidade	Confirmada	Confirmada
H2a	Propensão à confiança → credibilidade	Refutada	Refutada parcialmente
H3a	Desempenho → credibilidade	Confirmada	Refutada parcialmente
H4a	Participação → credibilidade	Confirmada	Confirmada parcialmente
H1b	Satisfação dos cidadãos → benevolência	Confirmada	Confirmada parcialmente
H2b	Propensão à confiança → benevolência	Refutada	Refutada
H3b	Desempenho → benevolência	Confirmada	Confirmada parcialmente
H4b	Participação → benevolência	Refutada	Refutada parcialmente

Fonte: Dados da pesquisa

Estes resultados nos permitiram alcançar o terceiro e último objetivo, que foi o de

testar e analisar a influência dos fatores preditores da confiança dos cidadãos no executivo municipal e suas dimensões. Frente ao conjunto de resultados, cabem ainda alguns comentários, que expomos abaixo.

Na modelagem normal linear, que toma por parâmetros de predição as médias das variáveis, a influência da variável ‘satisfação dos cidadãos’ sobre a confiança foi confirmada tanto na dimensão ‘credibilidade’ quanto na dimensão ‘benevolência’, e tanto na análise global quanto na análise isolada de cada cidade. Este resultado corroborou com os achados de Delgado-Ballester (2003), de Kantsperger e Kunz (2010) e de Kim *et al.* (2011) que consideraram a satisfação um preditor da confiança em empresas prestadores de serviços, em ambiente bancário e em empresas de tecnologia da informação, respectivamente. Já na regressão quantílica, a variável ‘satisfação’ foi confirmada na dimensão ‘credibilidade’, na análise global e nas cidades de Bananeiras e Solânea, em conformidade com o que foi indicado. Mas esta hipótese foi refutada parcialmente na cidade de João Pessoa e confirmada apenas parcialmente na cidade de Garanhuns. Desse modo, não podemos afirmar que sua influência ocorre em todos os níveis de credibilidade do executivo municipal das maiores cidades. O mesmo ocorreu com a variável ‘satisfação’ na dimensão benevolência que foi confirmada parcialmente nas análises isoladas por cidades.

Quanto à variável ‘propensão à confiança’, os resultados apresentados foram em desacordo com os resultados da pesquisa de Kantsperger e Kunz (2010), que mostraram que a propensão à confiança influenciava a confiança dos clientes (em nosso caso, os cidadãos). Entendemos que, em média esta variável preditora não pode ser aplicada para a confiança dos cidadãos no executivo municipal, tanto em cidades com populações menores como nos casos de Bananeiras e Solânea, como em cidades de populações maiores como Garanhuns e mesmo João Pessoa. Na regressão quantílica a variável ‘propensão à confiança’ só obteve o mesmo comportamento de refutação em todas as análises na dimensão ‘benevolência’. Na dimensão ‘credibilidade’ ela foi confirmada em alguns decis da análise global e das cidades de Garanhuns, Bananeiras e Solânea. Portanto em alguns níveis de benevolência, os resultados desta pesquisa foram semelhantes aos propostos por Kantsperger e Kunz (2010).

A influência da avaliação de ‘desempenho do executivo municipal’ foi confirmada em todas as análises da regressão múltipla, reforçando o modelo proposto por Kim *et al.* (2011) de que o desempenho do produto ou serviço ofertado influencia a satisfação do cliente. No caso do executivo municipal, o desempenho dos serviços oferecidos pelo executivo municipal influencia positivamente a confiança que os cidadãos têm no executivo municipal. Na regressão quantílica, a influência da variável ‘desempenho’ sobre a dimensão

‘credibilidade’ não foi confirmada integralmente na análise isolada de nenhuma cidade, tendo seu maior grau de rejeição nas cidades de Bananeiras e Solânea. Quanto à dimensão ‘benevolência’, seu maior grau de rejeição foi verificado na cidade de João Pessoa.

Em média, a influência da variável ‘participação dos cidadãos’ na dimensão ‘credibilidade’ só foi confirmada na análise global e nas pequenas cidades, reforçando o modelo proposto por Wang e Wart (2007) de que a participação pública influencia a confiança dos cidadãos no governo. A refutação das hipóteses nas cidades de Garanhuns e João Pessoa pode estar relacionada com o tamanho das cidades, o que torna os cidadãos mais distantes do poder executivo municipal. Na avaliação por quantis, a variável ‘participação’ foi confirmada em alguns decis da análise da cidade de João Pessoa e só foi confirmada parcialmente nas pequenas cidades.

Quanto à influência do nível de ‘participação dos cidadãos’ na dimensão ‘benevolência’, os resultados foram destoantes da dimensão anterior, pois as hipóteses só foram confirmadas na análise global e na cidade de João Pessoa, indicando que a variável proposta por Wang e Wart (2007) influencia a crença dos cidadãos de que o governo está motivado a agir no interesse do bem-estar dos cidadãos na análise global e em cidades maiores. Na análise por quantis foi possível verificar que a refutação da hipótese de influência da variável ‘participação’ na dimensão ‘benevolência’ nas pequenas cidades foi parcial.

5.2. CONCLUSÕES CENTRAIS E RECOMENDAÇÕES PRÁTICAS

Este estudo possui contribuições práticas para os gestores públicos, que podem utilizar a escala aqui validada, seja no executivo municipal ou em qualquer outro nível de governo e/ou instituição pública, desde que sejam feitas adaptações para o novo ambiente de estudo, conforma recomendações feitas no capítulo 4. Assim, entendemos que este trabalho tem como primeira contribuição para a gestão pública, a disponibilidade de uma escala de medição não existente na literatura e validada de forma rigorosa

Observamos que, efetivamente, a satisfação dos cidadãos influencia o nível de confiança dos cidadãos no executivo municipal. Considerando este resultado, os gestores do executivo municipal podem direcionar suas ações para atividades que aumentem os níveis de satisfação dos cidadãos e conseqüentemente os níveis de confiança dos mesmos no executivo municipal. Por meio da execução de atividades que atendem as expectativas dos cidadãos.

Também concluímos que o desempenho do executivo municipal influencia a

confiança dos cidadãos no executivo municipal. Com base nestes resultados, os gestores públicos do executivo municipal que desejam aumentar o nível de confiança dos cidadãos devem investir em atividades para aumentar o seu desempenho, por meio da capacitação de pessoal, aquisição de equipamentos mais modernos e participação de eventos com outros gestores públicos para compartilhar experiências.

Observamos ainda que a participação dos cidadãos influencia a dimensão credibilidade da confiança dos cidadãos no executivo municipal nas pequenas cidades. Gestores públicos, de pequenas cidades, que desejam aumentar a crença que os cidadãos têm na sua capacidade de executar seus serviços devem divulgar as atividades que os cidadãos possam participar e reconhecer os cidadãos que participam das ações públicas. Também verificamos que a participação dos cidadãos influencia a dimensão benevolência dos cidadãos no executivo municipal nas grandes cidades. Sendo assim, gestores públicos que administram grandes cidades podem aumentar o nível de crença que os cidadãos têm de que o executivo municipal se preocupa com o bem-estar dos cidadãos por meio do aumento da participação dos mesmos nas suas atividades.

Contrariamente ao que se imagina, nossos resultados mostraram que a propensão à confiança dos cidadãos **não** influencia a confiança dos cidadãos no executivo municipal. Os resultados do estudo mostraram que os gestores públicos não devem atribuir a confiança dos cidadãos as suas características pessoais, ou traço de personalidade e, que a confiança dos cidadãos somente é influenciada pelas ações praticadas pelos gestores públicos. Portanto, o nível de confiança dos cidadãos é condicionado pelas ações praticadas pelo executivo municipal que aumentem o seu desempenho e atendam as expectativas dos cidadãos, bem como que aumentem o nível de participação dos cidadãos nas atividades do executivo municipal.

Por fim, uma consideração metodológica merece ser feita. Pelo que se expôs no capítulo 4, os resultados obtidos nos dois modelos de regressão, normal linear e quantílica, indicaram que a análise dos fenômenos somente pela média pode limitar a compreensão de determinados fenômenos e relações (por exemplo, os resultados obtidos em média, da influência das variáveis preditoras nas dimensões ‘credibilidade’ e ‘benevolência’ não podem ser aplicados para a análise de cada decil destas mesmas dimensões). Entendemos que o paradigma abduutivo apresentado por Haig (2005) tem sua lógica e suas vantagens reforçadas por estes resultados. Recomendamos então que outros estudos acadêmicos adotem esta perspectiva epistemológica, o que certamente aprimorará os resultados dos esforços de pesquisa relacionados ao marketing em geral, e no interesse público em particular.

5.3. LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES DE ESTUDOS

Trabalhos de natureza empírica são caracterizados por possuírem limitações, e neste subitem apresentamos as principais limitações desta pesquisa e recomendações de novos estudos. A construção das limitações foi baseada em Aguinis e Edwards (2014), que fizeram considerações sobre a maneira tradicional que é feita a descrição das limitações dos estudos e sugeriram as seguintes maneiras: dar indicação da medida que as limitações afetam significativamente o estudo; concentrar-se em limitações que realmente importam para o estudo e não limitações genéricas; apresentar limitações que sejam acompanhadas de explicações claras das suas consequências; e, por fim, apresentar limitações que ameçam a interpretação dos resultados e limitações.

Nesse sentido, a primeira limitação deste estudo foi a ausência de fatores condicionantes da confiança dos cidadãos no setor público, conforme mostrado na revisão da literatura. Isto nos levou a analisar um número reduzido de fatores. Sugerimos que sejam feitos estudos para verificar outros fatores condicionantes da confiança dos cidadãos que não foram contemplados nesta pesquisa.

Outra limitação foi a dificuldade dos respondentes em separar o principal gestor público do executivo municipal, ou seja, a pessoa do prefeito do poder executivo municipal. Mesmo que tenha sido explicado na pesquisa que o estudo era para avaliar a instituição como um todo, alguns respondentes tiveram dificuldade em fazer esta distinção. Esta limitação pode ter influenciado as respostas dos pesquisados, em virtude da imagem que os cidadãos têm do gestor público, e possíveis afinidades ou desavenças com o prefeito. Diante dessa limitação, recomendamos estudos que analisem o grau de rejeição que os cidadãos têm de avaliar a gestão pública e estudos que identifiquem o nível de associação que os cidadãos fazem do gestor público e da instituição que ele gerencia.

A última principal limitação desta pesquisa foi ter como amostra cidades de somente dois estados do nordeste, pois entendemos que a construção da escala pode sofrer influência da amostra selecionada. Possivelmente, características econômicas, culturais, demográficas, geográficas, entre outras, de cada região podem influenciar a avaliação dos cidadãos na gestão pública. Portanto, sugerimos que novos estudos sejam realizados em outras regiões do Brasil para validar a escala construída nesta pesquisa, e também com cidades de diferentes tamanhos.

Os estudos recomendados possibilitariam contribuições para os resultados verificados nesta pesquisa, bem como validação da escala aqui construída, em outras regiões.

Mesmo com as limitações aqui apresentadas, entendemos que este estudo atendeu plenamente os objetivos de pesquisa propostos, bem como, o objetivo de formação científica, teórica, metodológica e docente da pesquisadora, na sua obtenção do título de mestre em Administração. Portanto, entendemos que esta dissertação atendeu completamente todos os objetivos a que se propôs.

REFERÊNCIAS

- AGUINIS, H.; EDWARDS, J. R. Methodological wishes for the next decade and how to make wishes come true. *Journal of Management Studies*, v. 51, n. 1, p. 143-174, jan. 2014.
- AKUTSU, Luiz; PINHO, José Antonio Gomes de. Sociedade da informação, accountability e democracia delegativa: investigação em portais de governo no Brasil. *RAP*, v.36, n.5, p. 723-745, set./out., 2002.
- ALESINA, Alberto; FERRARA, Eliana La. Who trusts others? *Journal of Public Economics*. v. 85, p. 207-234, 2002.
- ANDRIOLO, Leonardo José; VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; MEDEIROS, Janann Joslin. Um modelo para análise de desempenho de organizações da administração pública municipal. *Organizações e Sociedade*, v.8, n. 20, 2001.
- AFFONSO, Rui. Os municípios e os desafios da Federação no Brasil. *São Paulo em Perspectiva*, v. 10, n. 3, 1996.
- BACHUR, João Paulo. Federalismo fiscal, atribuições fiscais constitucionais e equalização regional: EUA, Alemanha e Brasil em perspectiva comparada. *Revista do Serviço Público*. v. 56, n. 4, p. 377-401, out./dez., 2005.
- BORDEN, N. H. The concept of the marketing mix. *Journal of Advertising Research*, New York, v. 4, n. 2, p. 2-7, 1964.
- BOUZAS-LORENZO, Ramón. Public sector marketing, political science and the science of public administration: the evolution of a transdisciplinary dialogue. *Review Public Nonprofit Mark*, 7:113 – 125, 2010.
- BRANDÃO, Elizabeth P. *Usos e significados do conceito comunicação pública*. Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Brasília, 06 a 09 de setembro de 2006.
- BRUNER II, G. Combating scale proliferation. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, v. 11, n, p. 362-372, 2003.
- BURGUETE, J. L. V. Pasado, presente y futuro de las dimensiones pública y social en el desarrollo conceptual del marketing. *Revista Internacional de Marketing Público y no Lucrativo*, v. 1, n. 1, p. 9-34, jun., 2004.
- CARDOSO, Agostinho; CARDOSO, António. Qualidade e satisfação na administração local: avaliação da satisfação dos munícipes da Amave NUTIII/AVE. *Revista de Administração Pública - RAP*, v. 45, n. 4, p. 1003-1030, jul./ago., 2011.
- CASTALDO, Sandro; PREMAZZI, Katia; ZERBINI, Fabrizio. The meaning(s) of trust. A content analysis on the diverse conceptualizations of trust in scholarly research on business relationships. *Journal of Business Ethics*, v. 96, p.657-668, 2010.
- CHURCHILL Jr., G. A. A paradigm for developing better measures of marketing constructs.

Journal of Marketing Research, v. 16, p. 64-73, feb., 1979.

CONSTITUIÇÃO FEDERAL, *Constituição da República Federativa do Brasil*. Promulgada em 05 de outubro de 1988.

COSTA, Francisco José da. *Mensuração e desenvolvimento de escalas: aplicações em Administração*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011.

DELGADO-BALLESTER, Elena. Development and validation of a brand trust scale. *International Journal of Market Research*, v. 45, p. 35-53, 2003.

DOMINICI, Gandolfo. From marketing mix to e-marketing mix: a literature overview and classification. *International Journal of Business and Management*, v. 4, n. 9, p. 17-24, 2009.

ENAP. *Experiências internacionais voltadas para a satisfação dos usuários-cidadãos com os serviços públicos*. Brasília: ENAP, 2001.

ERCEG-HURN, D. M.; MIROSEVICH, V. M. Modern robust statistical methods: an easy way to maximize the accuracy and power of your research. *American Psychologist*, v. 63, n. 7, p. 591-601, oct. 2008.

GANESAN, Shankar; HESS, Ron. Dimensions and levels of trust: Implications for commitment to a relationship. *Marketing Letters*, v.8, n.4, p. 439-448, 1997.

GURVIEZ, Patricia; KORCHIA, Michael. Proposal for a multidimensional brand trust Scale. 32nd Emac-Conference-Glasgow, Marketing: Responsible and Relevant?, 2003.

HAIG, B. D. An abductive theory of scientific method. *Psychological Methods*, v. 10, n. 4, p. 371-388, 2005.

HENNEBERG, Stephan C.; ORMROD, Robert P. The triadic interaction model of political marketing Exchange. *Marketing Theory*. v. 13, n. 1, p. 87-103, 2013.

HUNT, S. D. The nature and scope of marketing. *Journal of Marketing*, v.40, n. 3, p. 17-28, 1976.

IASULAITIS, Sylvia. *Comunicação governamental e meios de comunicação de massa em democracias contemporâneas*. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 05 a 09 de setembro de 2005.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Sinopse do Censo Demográfico 2010*. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acessado em: 27 de dezembro de 2013.

KANTSPERGER, Roland; KUNZ, Werner H. Consumer trust in service companies: a multiple mediating analysis. *Managing Service Quality*, v. 20, n. 1, p. 4-25, 2010.

KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. The increasing importance of public marketing: explanations, applications and limits of marketing within public administration. *European Management Journal*, v. 27, p. 197-212, 2009.

KIM, Jeoungkun; HONG, Soongeun; MIN, Jinyoung; LEE, Heeseok. Antecedents of application service continuance: a synthesis of satisfaction and trust. *Expert Systems with Applications*, v. 38, p. 9530-9542, 2011.

KOTLER, P.; LEVY, S. Broadening the concept of marketing. *Journal of marketing*, v. 33, p. 10-15, jan., 1969.

KOTLER, P.; ZALTMAN, G. Social marketing. *Journal of Marketing*, v. 35, n.3, p. 3-12, 1971.

LAINING, Angus. Marketing in the public sector: towards a typology of public services. *Marketing Theory*, 2003 3:427.

LUCK, D. Broadening the concept – too far. *Journal of Marketing*. v. 33, n.3, p. 53-54, 1969.

MACEDO, Roberto Gondo; ROSA, Paulo Cezar. *Ações de marketing político na construção de identidades governamentais no contexto Iberoamericano: uma análise de São Paulo, Madri e Lisboa*. Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas de la Comunicación, 2011.

MADILL, Judith J. Marketing in government. *Optimum, The Journal of Public Sector Management*. v.28, n.4, p.9-18, 1998.

MELLO, Diogo Lordello de. Governo e administração municipal: a experiência brasileira. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 35, n.2, p. 79–96, mar/abr. 2001.

MOORMAN, Christine; ZALTMAN, Gerald; DESHPANDE, Rohit. Relationships between providers and users of market research: the dynamics of trust within and between organizations. *Journal of marketing research*. Vol. XXIX, p. 314-328, agosto, 1992.

MORAES, Filomeno. Executivo e Legislativo no Brasil Pós-Constituinte. *São Paulo em Perspectiva*, v. 15, n.4, p. 45–52, 2001.

NEWTON, Kenneth. Trust, social capital, civil society, and democracy. *International Political Science Review*, v. 22, n. 2, p. 201–214, 2001.

NEWTON, Kenneth; NORRIS, Pippa. Confidence in Public Institutions: Faith, Culture, or Performance? em *Disaffected Democracies* (PHARR, S; Putnam, R.). Princeton: Princeton University Press, 2000.

PINHO, Rodrigo César Rebello. *Da organização do estado, dos poderes, e histórico das constituições*. 11 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

ROSSITER, John R. Content validity of measures of abstract constructs in management and organizational research. *British Journal of Management*, v. 10, p. 380-388, 2008.

ROTTER, Julian B. Interpersonal trust, trustworthiness, and gullibility. *American Psychologist*, v. 35, n 1, p. 1-7, 1980.

- STURGIS, Patrick; SMITH, Patten. Assessing the validity of generalized trust questions: what kind of trust are we measuring? *International Journal of Public Opinion Research*, v. 22, n.1, p. 74-92, 2010.
- TSAI, Hsien-Tung; HUANG, Heng-Chiang; CHIU, Ya-Ling. Brand community participation in Taiwan: Examining the roles of individual-, group-, and relationship-level antecedents. *Journal of Business Research*. v. 65, p. 676-684, 2012.
- WALSH, Kieron. Marketing and public sector management. *European Journal of Marketing*, v. 28, n. 3, p. 63-71, 1994.
- WANG, Xiaohu. WART, Montgomery Wan. When public participation in administration leads to trust: an empirical assessment of managers' perceptions. *Public Administration Review*. March, April, 2007.
- WILKIE, W. L.; MOORE, E. S. Marketing's contribution to society. *Journal of Marketing*, v. 63 (Special issue), p. 198-218, 1999.
- WILKIE, W. L.; MOORE, E. S. Scholarly research in marketing: exploring the "4 eras" of thought development. *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 22, n. 2, p. 116-146, fall, 2003.
- WHIPPLE, Judith M.; GRIFFIS, Stanley E.; DAUGHERTY, Patricia J. Conceptualizations of trust: can we trust them?. *Journal of Business Logistics*, v. 34, n. 2, p. 117-130, 2013.

APÊNDICE A – INSTRUMENTO VALIDAÇÃO DE FACE E CONTEÚDO



Universidade Federal da Paraíba

**Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Administração
Mestrado em Administração**

**Aluna: Julietty Christielle L. dos Santos
Orientador: Francisco José da Costa**

Prezado (a),

Estou desenvolvendo um estudo sobre confiança dos cidadãos no executivo municipal que faz parte do meu trabalho de dissertação no Programa de Pós-Graduação em Administração da UFPB. Pretendemos criar uma escala que mensure a Confiança dos cidadãos, definida como *“a crença dos cidadãos na credibilidade e na benevolência do governo no exercício das suas atribuições, mesmo que essa crença possa torná-los vulneráveis.”*. A fase exploratória da pesquisa permitiu a identificação de duas dimensões que provavelmente integram o referido construto, quais sejam: **credibilidade e benevolência**. A geração de itens para cada uma das dimensões identificadas se deu a partir da adaptação de escalas existentes, ou ainda pela elaboração da autora.

Neste sentido, contando com a vossa preciosa experiência acadêmica, venho solicitar vossos préstimos na validação de face e de conteúdo dos itens da escala. A validação de face refere-se à clareza, pertinência e representatividade dos itens. Já a validação de conteúdo está relacionada à verificação de se os itens propostos realmente remetem ao construto.

A avaliação dos itens deverá ser efetuada de acordo com os critérios abaixo:

Adequação do item a definição				
1 – Inadequado	2 – Pouco Adequado	3 – Adequado	4 – Bem adequado	5 – Adequação perfeita
Clareza do enunciado				
1 – Muito ruim	2 - Ruim	3 – Razoável	4 - Boa	5 – Muito boa

Agradeço a vossa preciosa colaboração!

**Julietty Christielle L. dos Santos
Mestranda**

Definição de Credibilidade: Crença dos cidadãos de que o governo tem a experiência necessária para realizar o seu trabalho de forma a atingir o resultado esperado e de maneira confiável.						Comentários/Sugestões de Itens
O executivo municipal é verdadeiro na sua prestação de contas.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal é competente na prestação de serviços, sempre que necessito.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal é eficiente no uso dos recursos quando presta um serviço que necessito.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal é honesto na prestação dos serviços que necessito.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal é confiável no cumprimento de suas promessas.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal é capaz de satisfazer as necessidades dos cidadãos.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal está sempre no nível de minhas expectativas.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
Sinto-me seguro com os serviços prestados pelo executivo municipal.						

Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal presta os seus serviços com o menor período de tempo que ele pode ser executado.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal busca capacitar seus servidores para a prestação de serviço mais adequado às necessidades dos cidadãos.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal conhece as necessidades dos cidadãos.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
Considero as atividades do executivo municipal satisfatórias para o meu município.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	

Definição de Benevolência: Crença de que o governo está motivado a agir no interesse do bem-estar dos cidadãos, por meio da preocupação com o interesse coletivo acima dos individuais.						Comentários/Sugestões de Itens
O executivo municipal está interessado no desenvolvimento econômico e social do município.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal está preocupado com o bem-estar dos cidadãos.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
Os servidores do executivo municipal estão fortemente encorajados para resolver os problemas dos cidadãos (ex. de mobilidade urbana, de saúde pública, de educação, entre outros).						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
Sou bem orientado pelo executivo municipal quando necessito de um serviço.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
Os servidores do executivo municipal são prestativos.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
As ações do executivo municipal expressam os reais interesses dos cidadãos.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal busca melhorar para atender às necessidades dos cidadãos.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	

Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal é sincero e honesto em seus pronunciamentos.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal é sincero na prestação dos serviços que necessita.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal está interessado em conhecer as necessidades dos cidadãos.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
O executivo municipal satisfaz aos interesses coletivos dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns cidadãos.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	
Os servidores do executivo municipal buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos.						
Adequação do item	1	2	3	4	5	
Clareza do enunciado	1	2	3	4	5	

APÊNDICE B – COMENTÁRIOS E/OU SUGESTÕES DA VALIDAÇÃO DE FACE E CONTEÚDO

Comentários e/ou sugestões da dimensão Credibilidade
Item 1
talvez a palavra "transparente" no lugar de verdadeiro seria melhor
verdadeiro é uma palavra complicada de análise
Os sujeitos que vão responder têm clareza sobre quem é o executivo municipal?
acredito que seja interessante, dependendo do seu público, esclarecer que o executivo municipal é composto, por exemplo, pelo prefeito, vice-prefeito, vereadores...
Creio ser melhor utilizar a palavra transparente, pois há um estigma social quanto aos políticos, assim a tendência de juízo de valor é alta (tipo todos os políticos são ladrões, mentirosos etc)
Pela definição de dimensão Credibilidade, não acho que o "ser verdadeiro" tem haver com "experiência necessária"
verdadeiro seria o mesmo que ético, coerente?
Item bem mensurado.
Esse item parece não estar relacionado com o construto, sugiro "O executivo municipal realiza de forma adequada a sua prestação de contas"
Item 2
esse "sempre que necessito" vai parecer que só quem já teve algum contato com um executivo que consegue responder essa questão
você pode dar um ou dois exemplos de serviços prestados para melhorar o entendimento do item (caso queira). p. ex. 1.2. O executivo municipal é competente na prestação de serviços (EX1, EX2), sempre que necessito.
Não entendi o porque do ", sempre que necessito". Eu tiraria tal complemento. Caso tenha que dar o caráter pessoal, poder-se-ia começar com: Sempre que necessito de alguma prestação de serviços por parte do poder executivo municipal, o mesmo se mostrou competente.
O sempre que necessito no final da frase pode causar prejuízo para o item. Talvez no início facilite para o respondente.
"sempre que necessito, o executivo municipal é competente na prestação de serviços, POR EXEMPLO?"
Item 3
mesmo comentário anterior
Não sei se o cidadão tem como avaliar essa questão.
"uso dos recursos" - vago para o respondente, pois tenho como saber/mensurar
Mais uma vez não vejo sentido na personalidade da questão. Pois pode acontecer de a pessoal não necessitar de diversos serviços deste, mas ter uma compreensão de [in]eficiência do mesmo.
Muito estranha essa construção, "Acredito que o executivo municipal usa de forma eficiente os recursos disponíveis para prestação de um serviço"
Item 4
mesmo comentário anterior
'honesto' - como saberei? complicado novamente para o respondente
não seria: 1.4. O executivo municipal é honesto na prestação DE CONTAS dos serviços que necessito.
Este item está bem confuso. O que seria ser honesto na prestação de serviços? Fazer muito pouco do que podia? Roubar do erário? Mentir com promessas que não serão realizadas de fato? Acho melhor especificar mais o que se quer com o item.
Pela definição de dimensão Credibilidade, não acho que "honestidade" tem haver com "experiência necessária"
Item 5
Pela definição de dimensão Credibilidade, não acho que "confiabilidade" tem haver com "experiência necessária"
Item 6
como no item 1.2., acredito que vc possa dar um ou dois exemplos de necessidades do cidadão que o executivo municipal possa estar satisfazendo...
Quais necessidades? Ficou muito amplo.
Item 7
Nesse caso, não há indicativo de se suas expectativas são boas ou más. Não seria necessário um

complemento nesse sentido?
nível??
item está confuso, precisa ser melhorado
Aqui eu alteraria o item para "O trabalho do executivo municipal está condizente com minhas expectativas"
Eu tiraria a palavra "nível". Deixaria assim: O executivo municipal sempre atende as minhas expectativas
Qual o nível das expectativas? O nível é alto ou baixo?
Item 9
"menor período de tempo" -
1.9. O executivo municipal presta os seus serviços NO menor período de tempo que ele pode ser executado.
Aqui colocaria que ele presta os serviços no menor tempo possível de ser executado.
Sugiro o seguinte enunciado: O executivo municipal presta os seus serviços no menor tempo possível
Item 10
Acrescentar o s na palavra adequado.
1.10. O executivo municipal busca capacitar seus servidores para a prestação de serviçoS mais adequadoS às necessidades dos cidadãos.
Observe que há diferença entre "O executivo municipal busca capacitar.." e "O executivo municipal capacita...". Vejam o que realmente querem.
Item 11
Esta questão não é respondida no item 1.6 ?
Da mesma forma muito abrangente.
Não acho que isso se relaciona com a credibilidade, para mim é outro construto "conhecimento das necessidades"...
Item 12
"satisfatórias" – amplo

Comentários e/ou sugestões da dimensão Benevolência	
Item 1	
pq não desenvolvimento ambiental? não é agenda?	
O enunciado não mensura se isto está acima dos interesses individuais, portanto não tem como saber se há benevolência	
Item 2	
O enunciado não mensura se isto está acima dos interesses individuais, portanto não tem como saber se há benevolência	
Fiquei em dúvida na palavra preocupação. Talvez interesse torna-se mais claro para o respondente.	
Item 3	
encorajados substituir por algo como motivados	
'servidores' - como separar estas atividades pelo respondente?	
acredito que ficaria melhor assim: 2.3. Os servidores do executivo municipal estão fortemente ENGAJADOS NA RESOLUÇÃO DOS problemas dos cidadãos (P. EX.: PROBLEMAS de mobilidade urbana, de saúde pública, de educação, entre outros)	
O enunciado não mensura se isto está acima dos interesses individuais, portanto não tem como saber se há benevolência	
ótimos exemplos.	
Item 4	
"executivo municipal" - aqui não seria pelos servidores do executivo?	
Pelo executivo ou pelos servidores?	
Acho que poderia colocar funcionários do executivo municipal, pois como está parece algo abstrato/metafísico.	
O enunciado não mensura se isto está acima dos interesses individuais, portanto não tem como saber se há benevolência	
Esse item remete ao construto de qualidade da informação no serviço municipal	
Item 5	
rever com a anterior - duplicidade, na minha de pensamento	
O enunciado não mensura se isto está acima dos interesses individuais, portanto não tem como saber se há benevolência	
Esse item remete ao construto de qualidade da informação do serviço municipal	

Item 7
Fiquei com a sensação de que esse item pertencia ao construto anterior
item poderia estar melhor escrito...
Não gostei do uso do melhorar. Creio que seria melhor reescrever como busca cada vez mais atender as necessidades dos cidadãos.
O enunciado não mensura se isto está acima dos interesses individuais, portanto não tem como saber se há benevolência
A redação do item poderia melhorar pois da forma que esta causa dúvidas, busca melhorar o que? suas atividades? seu desempenho?
Item 8
"Sincero e honesto" - complicado mensurar para o respondente
Fiquei com a sensação de que esse item pertencia ao construto anterior
Aqui são dois critérios a serem analisados Se for interessante entender cada um deles, seria bom dividir em dois itens (sincero/honesto).
Isto não seria (ou já foi) no construto anterior (credibilidade) ?
Esse item remete ao construto de qualidade da informação no serviço municipal
Item 9
'qualquer esforço' – idem
Qual esforço? Exemplos
Item 10
sincero?
Fiquei com a sensação de que esse item pertencia ao construto anterior
sincero ou competente?
Mais uma vez, o que é ser sincero na prestação de serviços?
Isto não seria (ou já foi) no construto anterior (credibilidade) ?
Esse item remete ao construto de qualidade no serviço municipal
Item 11
O enunciado não mensura se isto está acima dos interesses individuais, portanto não tem como saber se há benevolência
Esse item remete ao construto de qualidade da informação no serviço municipal
Item 12
acredito que poderia ser reescrito assim: 2.12. O executivo municipal satisfaz aos interesses coletivos DA MAIORIA dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns POUCOS cidadãos.
O item não está bem escrito, colocaria "em detrimento dos interesses privados de alguns apenas"
Item 13
Fiquei com a sensação de que esse item pertencia ao construto anterior
Isto não seria (ou já foi) no construto anterior (credibilidade) ?

APÊNDICE C – VERSÕES ORIGINAIS E FINAIS DOS ITENS APÓS VALIDAÇÃO DE FACE E CONTEÚDO

Dimensão Credibilidade - Crença dos cidadãos de que o governo tem a experiência necessária para realizar o seu trabalho de forma a atingir o resultado esperado e de maneira confiável.			
Nº	Itens Versão Original	Item Versão Final	Origem do item
1	O executivo municipal é verdadeiro na sua prestação de contas	O executivo municipal é transparente na sua prestação de contas	Adaptado de Kim <i>et al.</i> (2011).
2	O executivo municipal é competente na prestação de serviços, sempre que necessito	O executivo municipal é competente na prestação de serviços	Adaptado de Kim <i>et al.</i> (2011).
3	O executivo municipal é eficiente no uso dos recursos quando presta um serviço que necessito	O executivo municipal é eficiente no uso dos recursos utilizados	Adaptado de Kim <i>et al.</i> (2011).
4	O executivo municipal é honesto na prestação dos serviços que necessito	Excluído	Adaptado de Kantesperger e Kunz (2010).
5	O executivo municipal é confiável no cumprimento de suas promessas	O executivo municipal é confiável no cumprimento de suas promessas	Adaptado de Kantesperger e Kunz (2010).
6	O executivo municipal é capaz de satisfazer as necessidades dos cidadãos	O executivo municipal é capaz de satisfazer as necessidades dos cidadãos (Por exemplo, campanhas de vacinação e pavimentação de ruas)	Adaptado de Kantesperger e Kunz (2010).
7	O executivo municipal está sempre no nível de minhas expectativas	O trabalho do executivo municipal está condizente com minhas expectativas	Adaptado de Delgado-Ballester (2003).
8	Sinto-me seguro com os serviços prestados pelo executivo municipal	Sinto-me seguro com os serviços prestados pelo executivo municipal	Adaptado de Gurviez e Korchia (2003).
9	O executivo municipal presta os seus serviços com o menor período de tempo que ele pode ser executado	O executivo municipal presta os seus serviços com o menor tempo possível que ele pode ser executado	Elaboração Própria
10	O executivo municipal busca capacitar seus servidores para a prestação de serviço mais adequado às necessidades dos cidadãos	O executivo municipal capacita seus servidores para a prestação de serviços mais adequados às necessidades dos cidadãos	Elaboração própria
11	O executivo municipal conhece as necessidades dos cidadãos	O executivo municipal conhece as necessidades dos cidadãos	Elaboração Própria
12	Considero as atividades do executivo municipal satisfatórias para o meu município	Considero as atividades do executivo municipal satisfatórias para o meu município	Elaboração Própria
Dimensão Benevolência - Crença de que o governo está motivado a agir no interesse do bem-estar dos cidadãos, por meio da preocupação com o interesse coletivo acima dos individuais.			
Nº	Itens Versão Original	Item Versão Final	Origem do item
1	O executivo municipal está interessado no desenvolvimento	O executivo municipal está interessado no	Adaptado de Kim <i>et al.</i> (2011).

	econômico e social do município	desenvolvimento econômico, ambiental e social do município	
2	O executivo municipal está preocupado com o bem-estar dos cidadãos	O executivo municipal está interessado no bem-estar dos cidadãos	Adaptado de Kantesperger e Kunz (2010).
3	Os servidores do executivo municipal estão fortemente encorajados para resolver os problemas dos cidadãos (ex. de mobilidade urbana, de saúde pública, de educação, entre outros)	Os servidores do executivo municipal estão fortemente engajados na resolução dos problemas dos cidadãos (p. ex.: problemas de mobilidade urbana, de saúde pública, de educação, entre outros)	Adaptado de Kantesperger e Kunz (2010).
4	Sou bem orientado pelo executivo municipal quando necessito de um serviço	Quando preciso, sou bem orientado pelos servidores do executivo municipal	Adaptado de Kantesperger e Kunz (2010).
5	Os servidores do executivo municipal são prestativos	Os servidores do executivo municipal são prestativos	Adaptado de Kantesperger e Kunz (2010).
6	As ações do executivo municipal expressam os reais interesses dos cidadãos	As ações do executivo municipal expressam os reais interesses dos cidadãos	Adaptado de Gurviez e Korchia (2003).
7	O executivo municipal busca melhorar para atender às necessidades dos cidadãos	Excluído	Adaptado de Gurviez e Korchia (2003).
8	O executivo municipal é sincero e honesto em seus pronunciamentos	O executivo municipal me passa segurança em seus pronunciamentos	Adaptado de Delgado-Ballester (2003).
9	O executivo municipal faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos	O executivo municipal faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos (p. ex. firma parcerias com os governos federal e estadual)	Adaptado de Delgado-Ballester (2003).
10	O executivo municipal é sincero na prestação dos serviços que necessito	O executivo municipal é competente na prestação dos serviços	Adaptado de Gurviez e Korchia (2003).
11	O executivo municipal está interessado em conhecer as necessidades dos cidadãos	O executivo municipal está interessado em conhecer as necessidades dos cidadãos	Elaboração Própria
12	O executivo municipal satisfaz aos interesses coletivos dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns cidadãos	O executivo municipal satisfaz aos interesses coletivos da maioria dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns poucos cidadãos	Elaboração Própria
13	Os servidores do executivo municipal buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos	Os servidores do executivo municipal buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos	Elaboração Própria

Fonte: Elaboração própria.

QUESTIONÁRIO

1. Onde você mora?

a) João Pessoa

c) Solânea

b) Bananeiras

d) Outras _____

2. Há quanto tempo (aproximadamente em anos) você mora nesta cidade? _____

3. Qual a sua renda familiar mensal?

a) Até R\$ 1000,00

c) Acima de R\$ 2000,00 até R\$ 3000,00

b) Acima de R\$ 1000,00 até R\$ 2000,00

d) Acima de R\$ 3000,00

4. Com base na sua avaliação sobre o executivo municipal, pedimos que você indique o quanto concorda ou discorda das informações a seguir, **1 indica discorda totalmente e 10 concorda totalmente**, os outros valores representam níveis intermediários.

O EXECUTIVO MUNICIPAL é formado pelas secretarias municipais e representado principalmente pelas pessoas do prefeito e vice-prefeito.

O trabalho do executivo municipal está condizente com minhas expectativas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sinto-me seguro com os serviços prestados pelo executivo municipal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Considero as atividades do executivo municipal satisfatórias para o meu município	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Para responder as afirmações a seguir utilize a mesma escala da questão anterior e considere o seguinte enunciado: **O executivo municipal**

é transparente na sua prestação de contas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
presta os seus serviços com o menor tempo possível que ele pode ser executado	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
é competente na prestação de serviços	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
capacita seus servidores para a prestação de serviços mais adequados às necessidades dos cidadãos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
é eficiente no uso dos recursos utilizados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
é capaz de satisfazer as necessidades dos cidadãos (p. ex. campanhas de vacinação e pavimentação de ruas)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
é confiável no cumprimento de suas promessas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
conhece as necessidades dos cidadãos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. Temos a seguir um conjunto de afirmações quanto a sua avaliação sobre aspectos específicos em relação à cidade onde você mora. Solicitamos que você complete cada frase indicando o seu nível de satisfação na escala logo abaixo.

Comparando minhas expectativas com os resultados do trabalho do executivo municipal, meu nível de satisfação é

Muito baixo	Moderado								Muito alto
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Meu nível de disposição a confiar em uma instituição a qual não conheço previamente é

Muito baixo	Moderado								Muito alto
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Entendo que o desempenho do executivo de meu município em seus serviços e em suas ações é de nível

Muito baixo	Moderado								Muito alto
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Meu nível de participação em debates e discussões (p. ex. orçamentos participativos) promovidos pelo executivo municipal é

Muito baixo	Moderado								Muito alto
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

7. Você é filiado a algum partido político?

a) Sim

b) Não

132

8. Qual o seu semestre de curso (aproximado)? _____

9. Você possui algum parentesco com algum político do executivo municipal?

a) Sim

b) Não

10. Você participa de alguma representação de categoria (p. ex. Centro Acadêmico, DCE, sindicatos)?

a) Sim

b) Não

11. Pedimos que novamente analise o executivo municipal de onde você habita, por meio da indicação de quanto discorda ou concorda com as frases abaixo. Use a mesma escala da questão 4.

O EXECUTIVO MUNICIPAL é formado pelas secretarias municipais e representado principalmente pelas pessoas do prefeito e vice-prefeito.

Os servidores do executivo municipal estão bem engajados na resolução dos problemas dos cidadãos (p. ex.: problemas de transporte, de saúde, de educação etc.)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Quando preciso, sou bem orientado pelos servidores do executivo municipal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
As ações do executivo municipal expressam os reais interesses dos cidadãos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Os servidores do executivo municipal são prestativos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Os servidores do executivo municipal buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

12. Para responder as informações a seguir utilize a mesma escala da questão anterior e considere o seguinte enunciado: **O executivo municipal**

está interessado no desenvolvimento econômico, ambiental e social do município	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
está interessado no bem-estar dos cidadãos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
me passa segurança em seus pronunciamentos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos (p. ex. firma parcerias com os governos federal e estadual)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
é competente na prestação dos serviços	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
está interessado em conhecer as necessidades dos cidadãos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
satisfaz aos interesses coletivos da maioria dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns poucos cidadãos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

13. Qual é o seu sexo de nascimento?

a) Masculino

b) Feminino

14. Atualmente você:

a) Não está trabalhando

b) Trabalha em meio turno

c) Trabalha o dia inteiro

15. Qual a sua idade?

a) Até 20 anos

b) Acima de 20 até 22 anos

c) Acima de 22 até 24 anos

d) Acima de 24 anos

Agradecemos sua colaboração!

QUESTIONÁRIO

1. Onde você mora?

- a) [] João Pessoa
- b) [] Bananeiras
- c) [] Solânea
- d) [] Garanhuns
- e) [] Outras _____

2. Há quanto tempo (**aproximadamente em anos**) você mora nesta cidade? _____

3. Qual a sua renda familiar mensal?

- a) [] Até R\$ 1000,00
- b) [] Acima de R\$ 1000,00 até R\$ 3000,00
- c) [] Acima de R\$ 3000,00 até R\$ 5000,00
- d) [] Acima de R\$ 5000,00

4. Com base na sua avaliação sobre o executivo municipal, pedimos que você indique o quanto concorda ou discorda das informações a seguir, **1 indica discorda totalmente e 10 concorda totalmente**, os outros valores representam níveis intermediários. Para responder às afirmações a seguir, considere a seguinte definição:

EXECUTIVO MUNICIPAL é formado pela prefeitura e suas secretarias municipais e representado principalmente pelas pessoas do prefeito e vice-prefeito e seus secretários.

Para mim, o executivo municipal...

executa atividades que considero satisfatórias para o meu município	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
é formado por servidores que estão bem engajados na resolução dos problemas dos cidadãos (p. ex.: problemas de transporte, de saúde, de educação etc.)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
é transparente na sua prestação de contas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
pratica ações que expressam os reais interesses dos cidadãos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
presta os seus serviços com o tempo mais adequado possível que ele pode ser executado	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
satisfaz aos interesses coletivos da maioria dos cidadãos em detrimento dos interesses de alguns poucos cidadãos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
é competente na prestação de serviços	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5. Temos a seguir um conjunto de afirmações quanto a sua avaliação sobre aspectos específicos em relação à cidade onde você mora. Solicitamos que você complete cada frase indicando o seu nível de satisfação na escala logo abaixo.

a) EM GERAL, minha disposição em confiar em uma instituição a qual não conheço bem previamente é

Muito baixa	Moderada								Muito alta
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

b) Comparando minhas expectativas com os resultados do trabalho do executivo municipal, MEU NÍVEL DE SATISFAÇÃO é

Muito baixo	Moderado								Muito alto
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

c) Entendo que o DESEMPENHO DO EXECUTIVO de meu município em seus serviços e em suas ações é de nível

Muito baixo	Moderado								Muito alto
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

d) Meu NÍVEL DE PARTICIPAÇÃO EM DEBATES E DISCUSSÕES (p. ex. orçamentos participativos) promovidos pelo executivo municipal é

Muito baixo	Moderado								Muito alto
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. Atualmente você:

- a) Não está trabalhando
 b) Trabalha em meio turno
 c) Trabalha o dia inteiro

7. Você possui algum parentesco com **algum funcionário** ou **político** do executivo municipal?

- a) Sim b) Não

8. Você trabalha ou já trabalhou no executivo municipal?

- a) Sim b) Não

9. Pedimos que novamente analise o executivo municipal de onde você habita, por meio da indicação de quanto discorda ou concorda com as frases abaixo. Use a mesma escala da questão 4. Para responder as informações a seguir, considere o seguinte enunciado inicial:

EXECUTIVO MUNICIPAL é formado pela prefeitura e suas secretarias municipais e representado principalmente pelas pessoas do prefeito e vice-prefeito e seus secretários.

O executivo municipal

é formado por servidores que buscam prestar seus serviços da maneira mais adequada para os cidadãos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
está interessado no desenvolvimento econômico, ambiental e social do município	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
capacita seus servidores para a prestação de serviços mais adequados às necessidades dos cidadãos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
é eficiente no uso dos recursos utilizados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
faria qualquer esforço para satisfazer os cidadãos (p. ex. firma parcerias com os governos federal e estadual)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
está interessado em conhecer as necessidades dos cidadãos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
é confiável no cumprimento de suas promessas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

10. Qual o seu grau de escolaridade?

- a) Ensino Fundamental Incompleto/Completo
 b) Ensino Médio Incompleto/Completo
 c) Ensino Superior Incompleto/Completo
 d) Pós-graduação Incompleto/Completo

11. Qual é o seu sexo de nascimento?

- a) Masculino
 b) Feminino

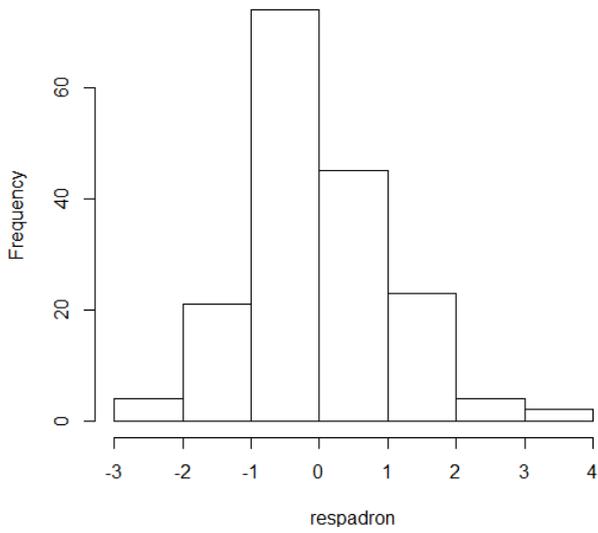
12. Qual a sua idade?

- a) Até 21 anos
 b) Acima de 21 até 31 anos
 c) Acima de 31 até 41 anos
 d) Acima de 41 até 51 anos
 e) Acima de 51 anos

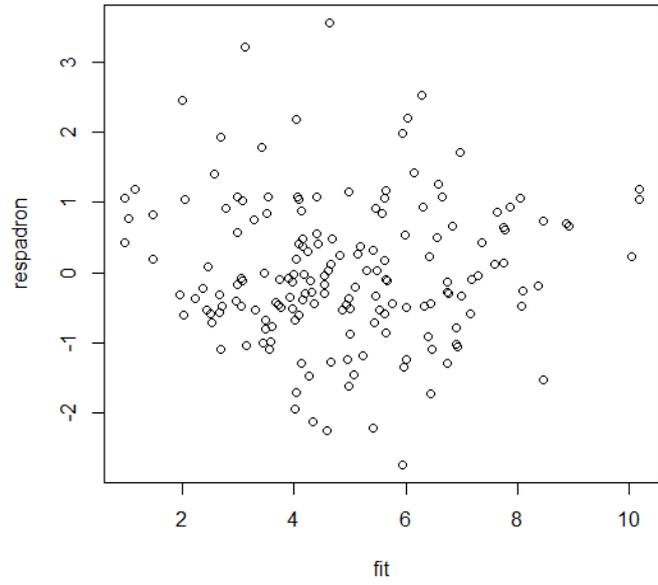
Agradecemos sua colaboração!

Análise de normalidade

Histogram of respadron

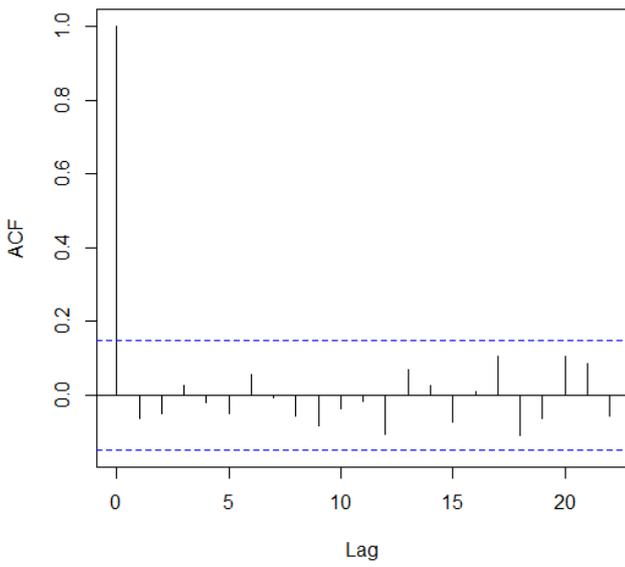


Análise de homoscedasticidade

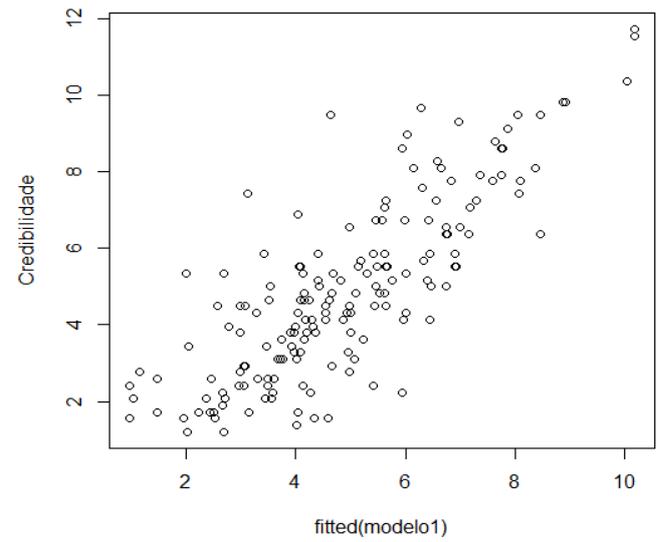


Análise de independência

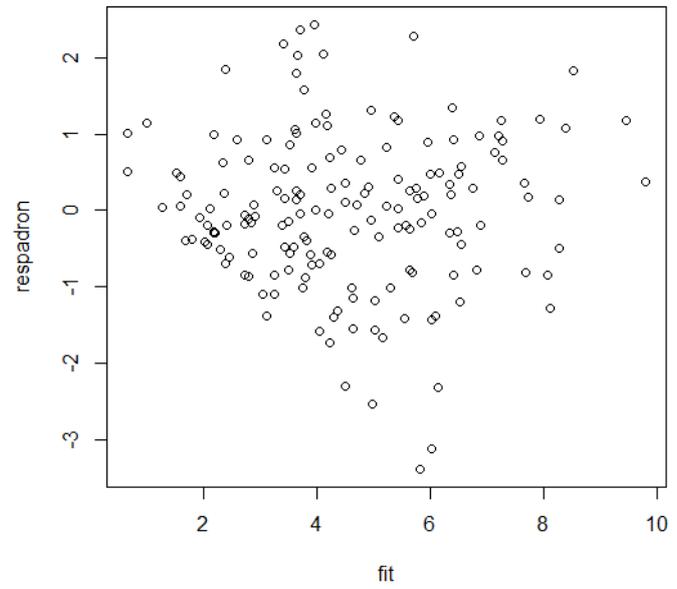
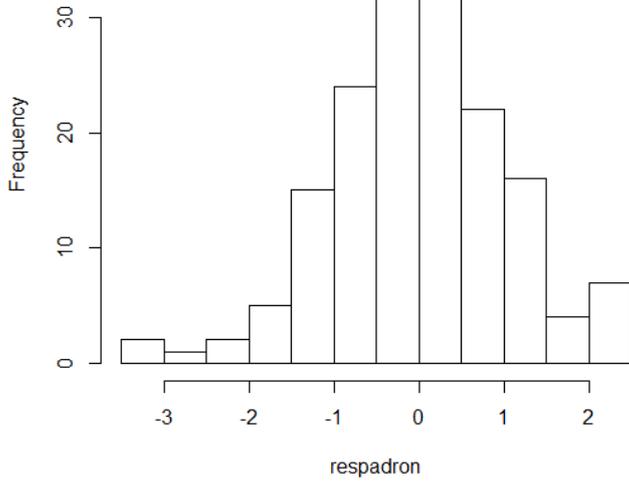
Series respadron



Análise de linearidade

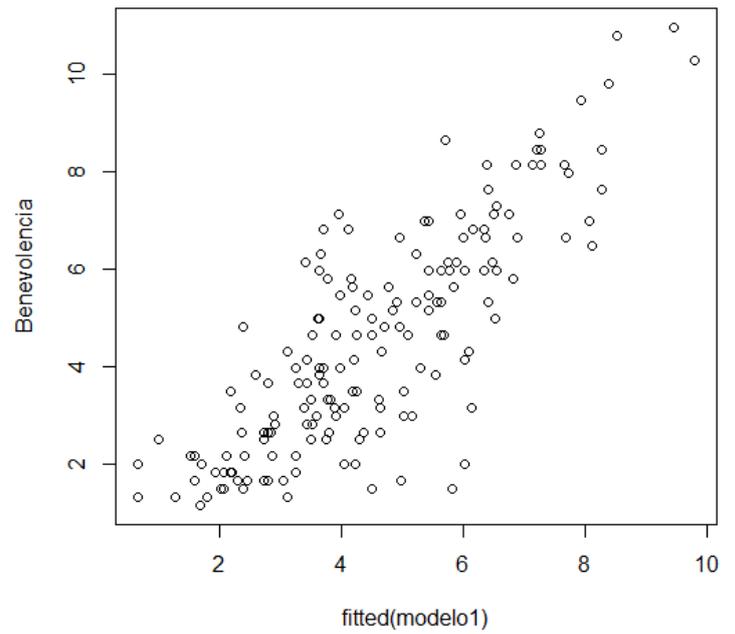
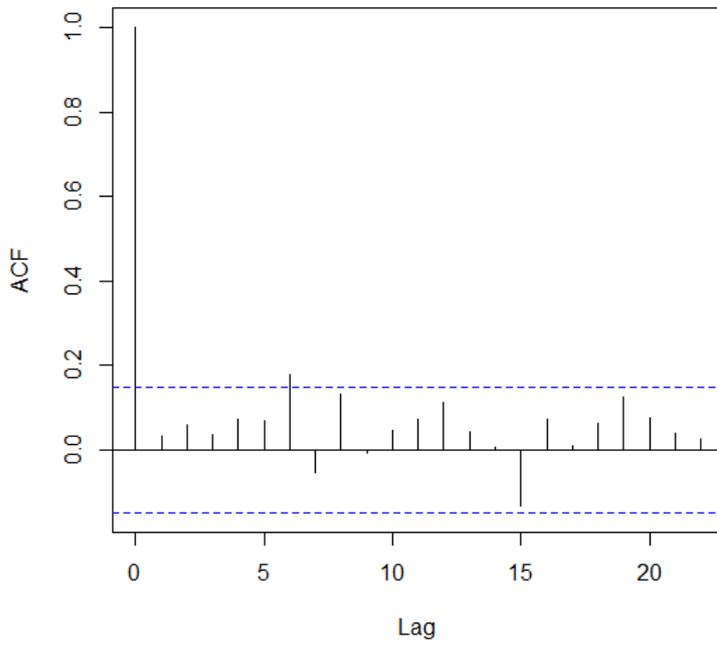


Histogram of respadron



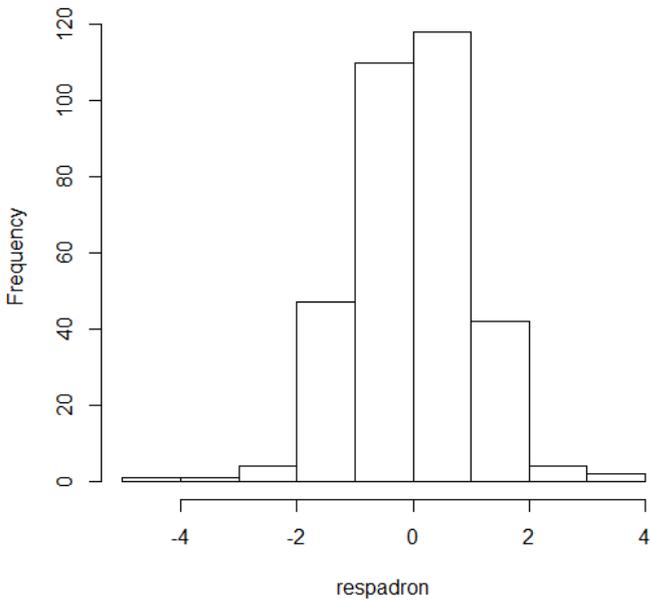
Análise de indenendência

Series respadron

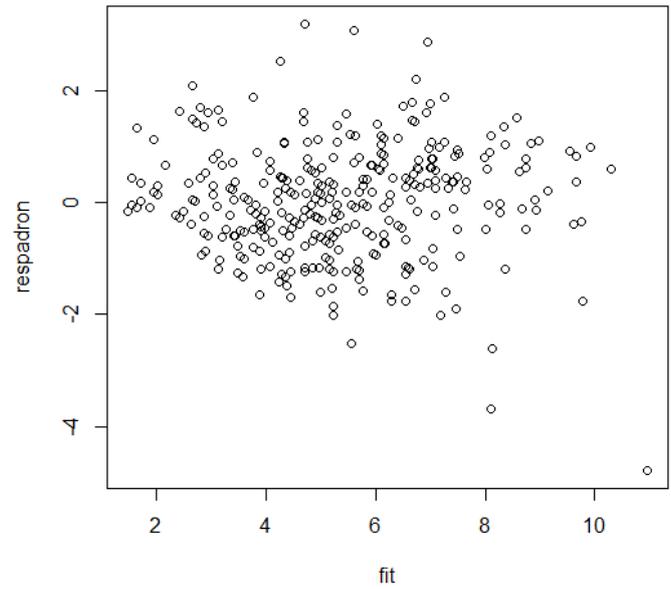


Análise de normalidade

Histogram of respadron

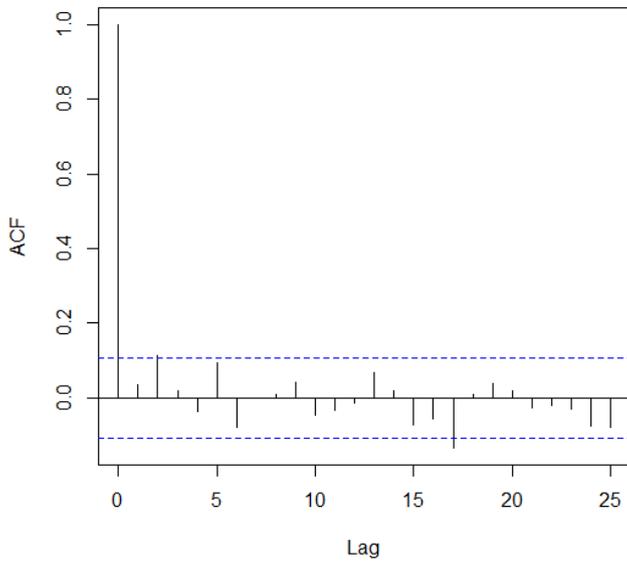


Análise de homoscedasticidade

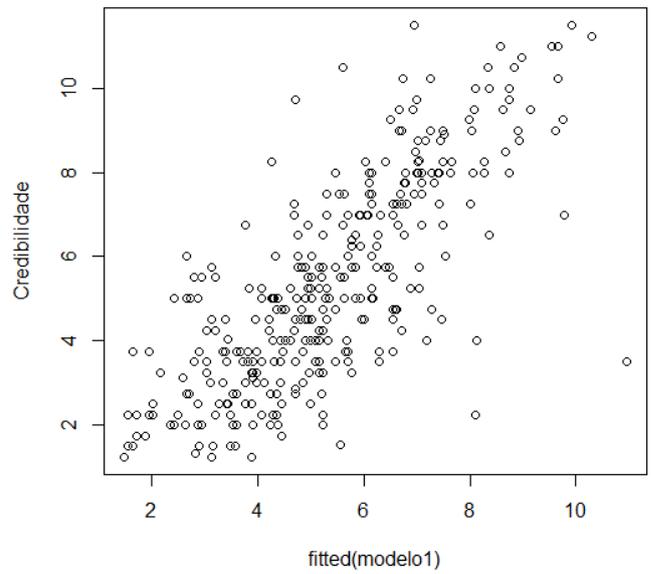


Análise de independência

Series respadron



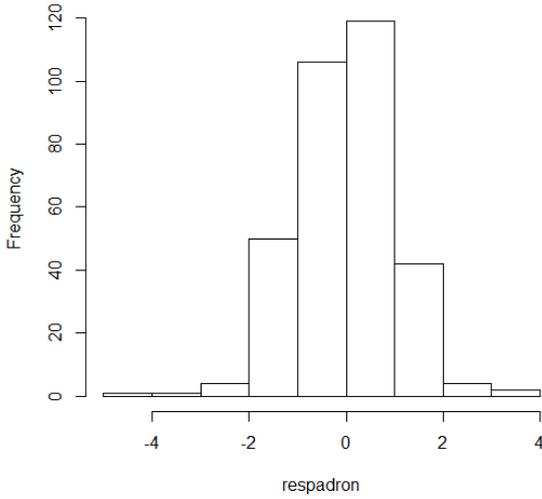
Análise de linearidade



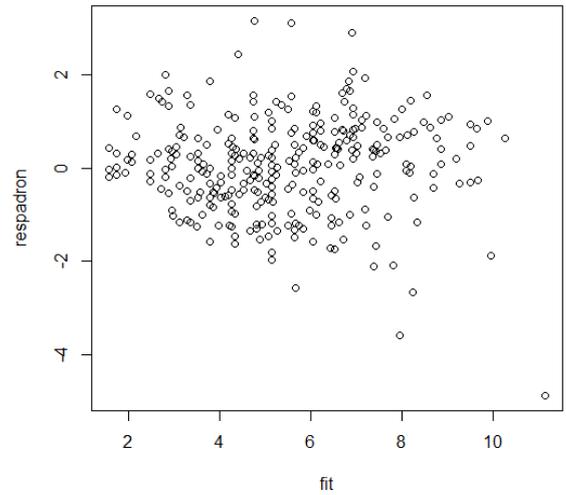
APÓS STEPWISE

Análise de normalidade

Histogram of respadron

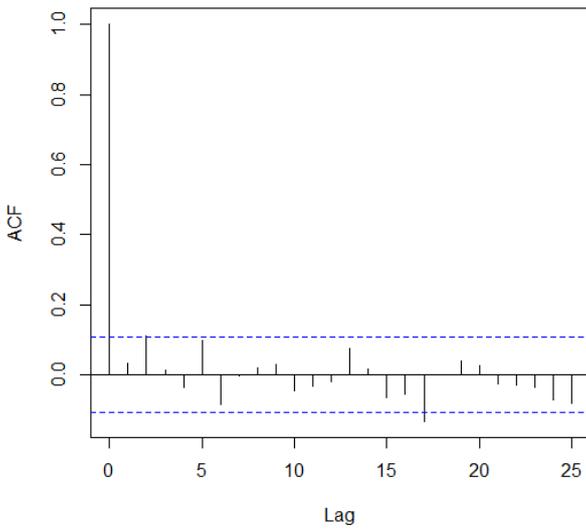


Análise de homoscedasticidade

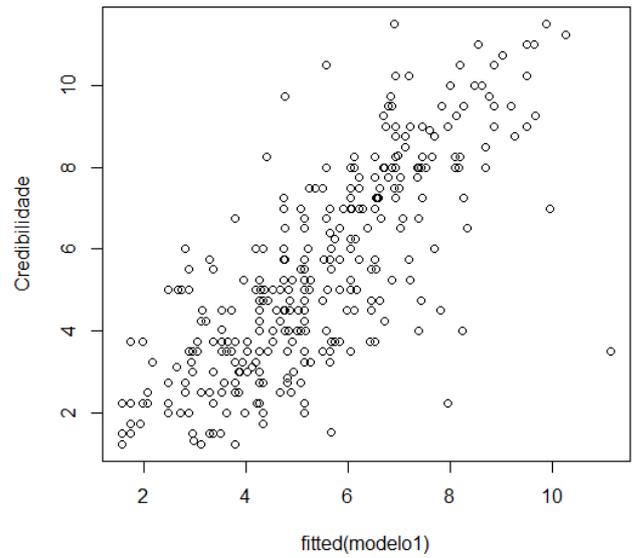


Análise de independência

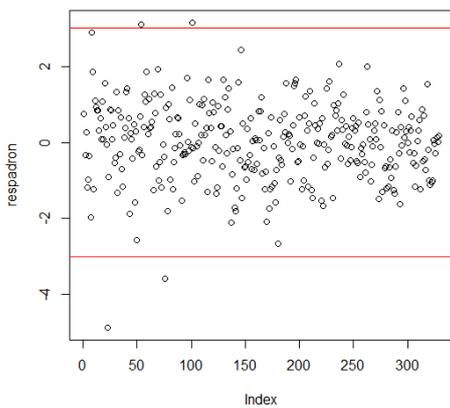
Series respadron



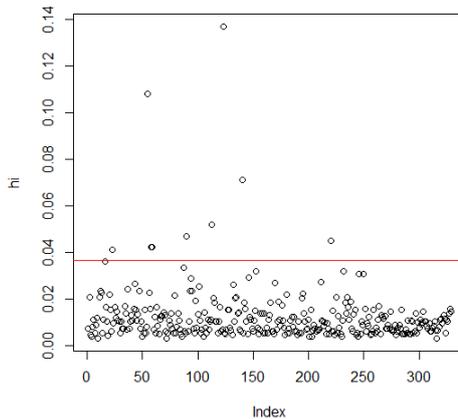
Análise de linearidade



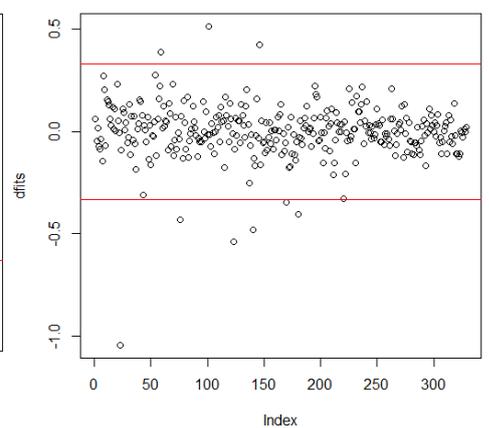
Análise de pontos aberrantes

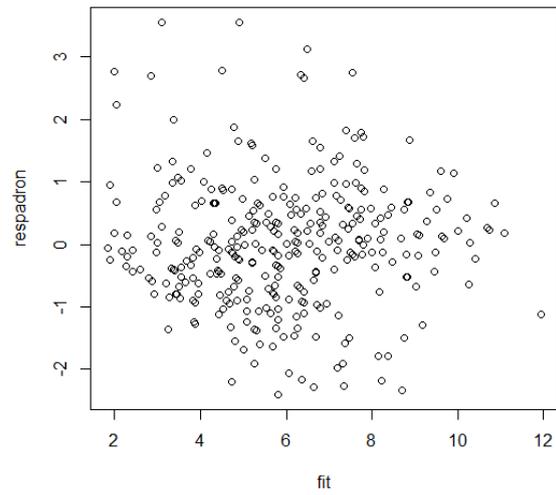
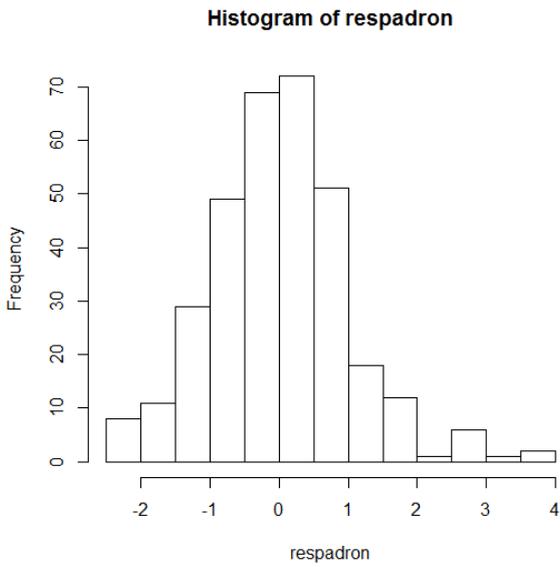


Análise de pontos de alavanca



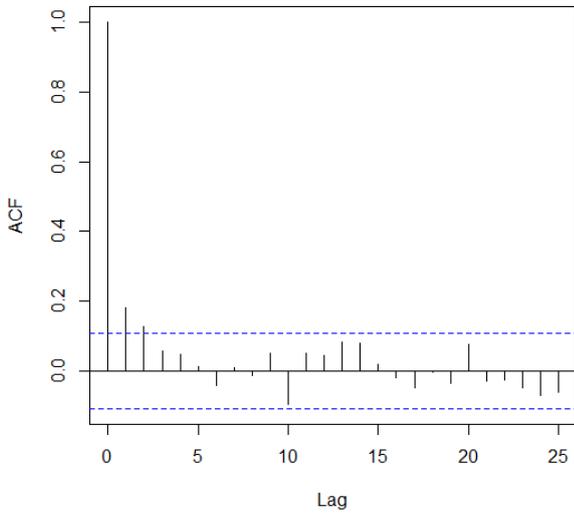
Análise de pontos de influência



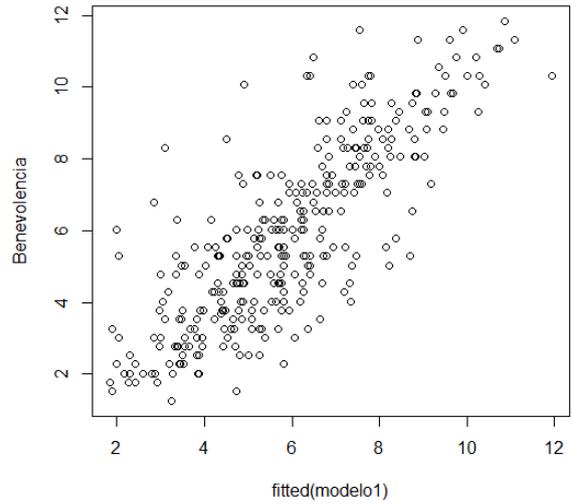


Análise de independência

Series respadron

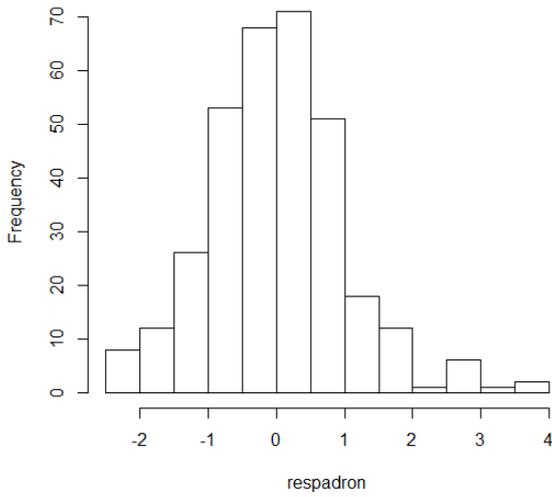


Análise de linearidade

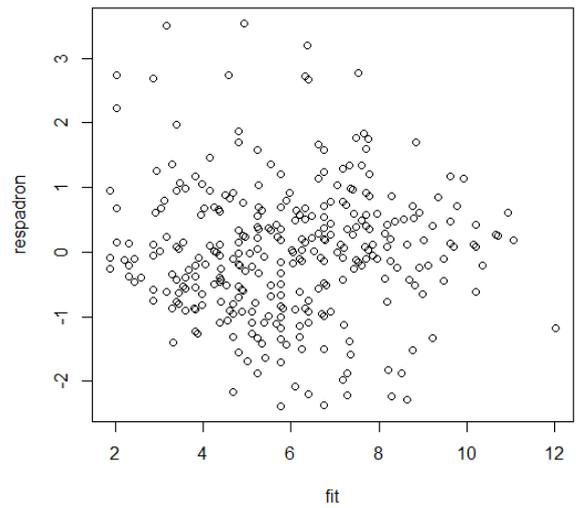


APÓS STEPWISE

Análise de normalidade

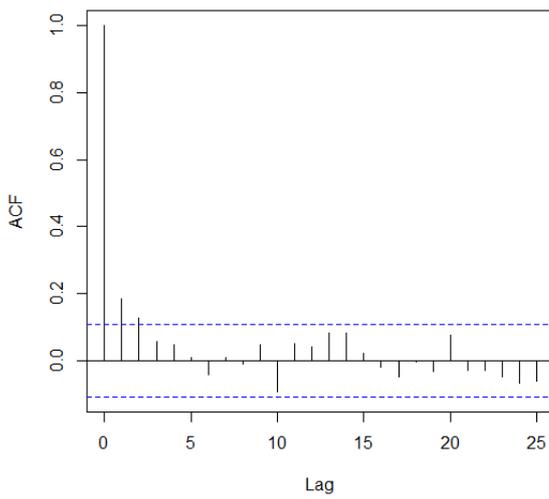


Análise de homoscedasticidade

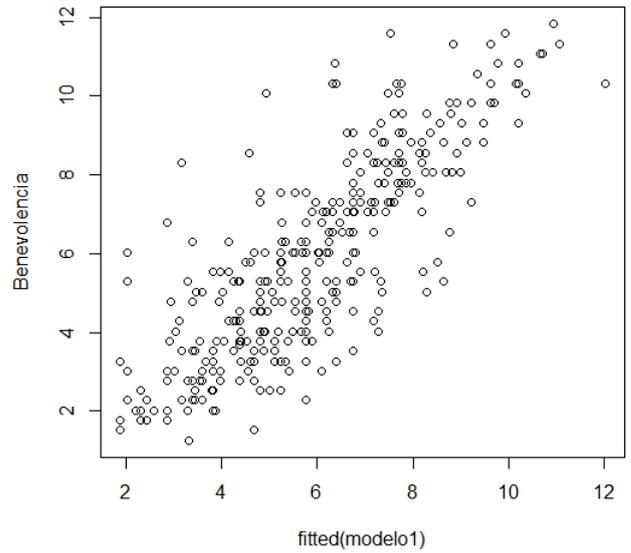


Análise de independência

Series respadron



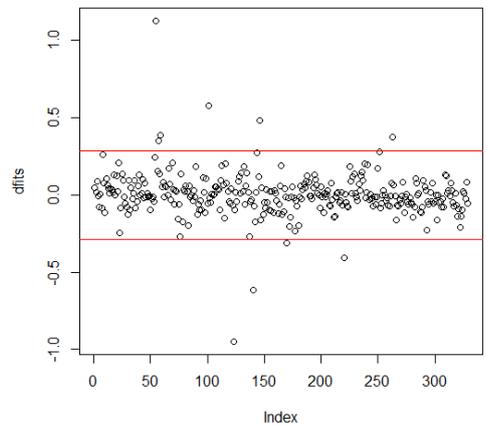
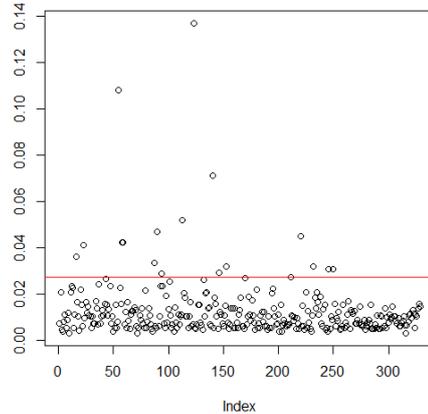
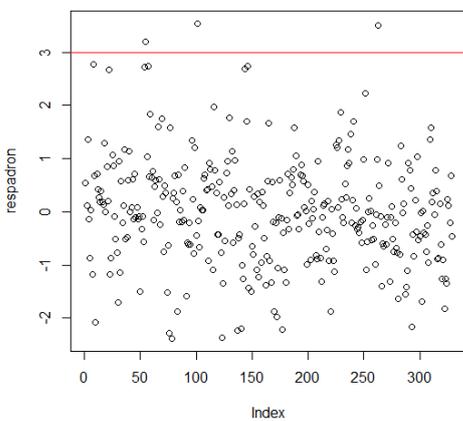
Análise de linearidade



Análise de pontos aberrantes

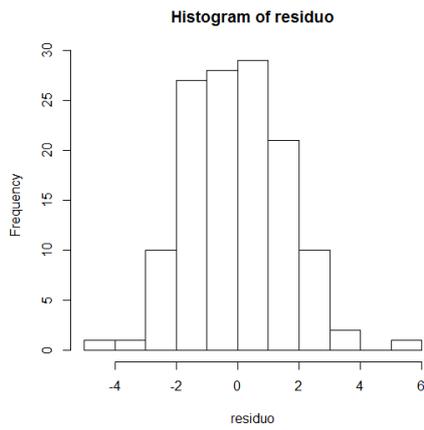
Análise de pontos de alavanca

Análise de pontos de influência

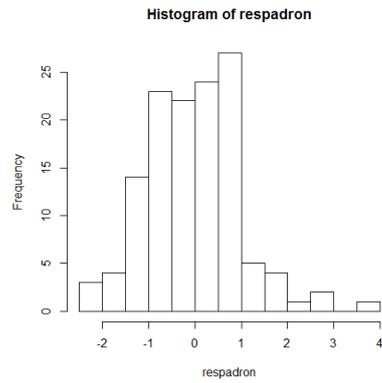


APÓS STEPWISE

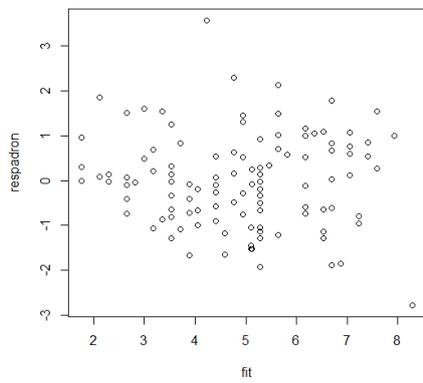
Análise de normalidade credibilidade



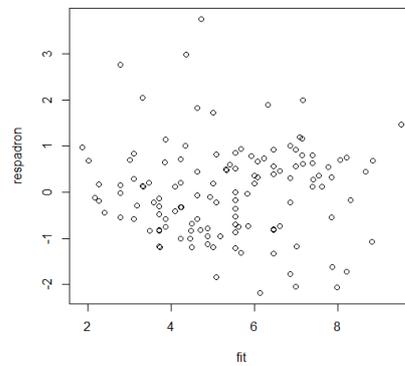
Análise de normalidade benevolência



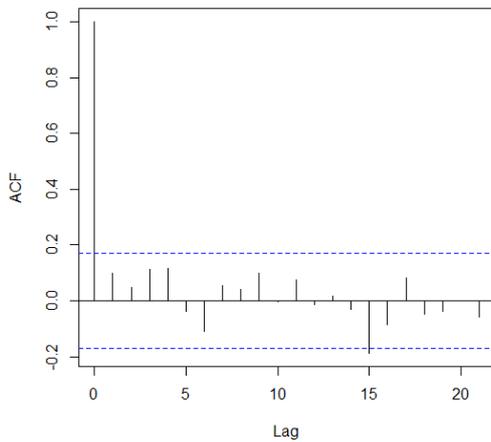
Análise de homoscedasticidade credibilidade



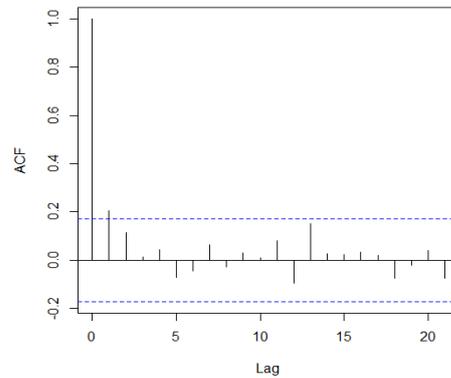
Análise de homoscedasticidade benevolência



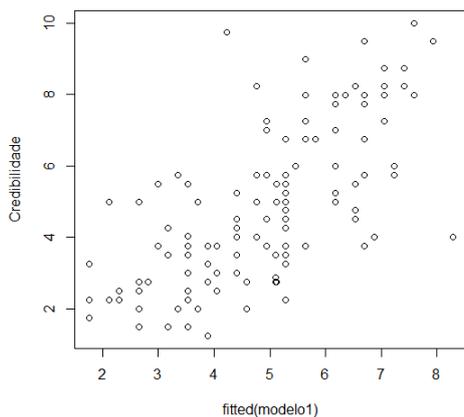
Análise de independência credibilidade



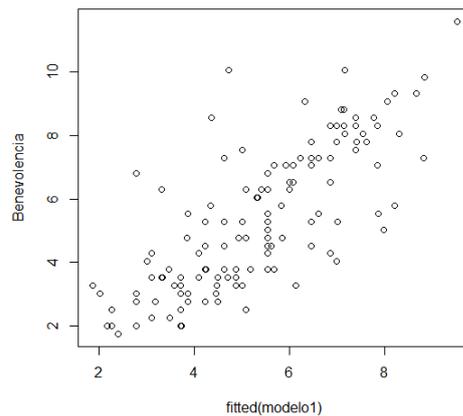
Análise de independência benevolência



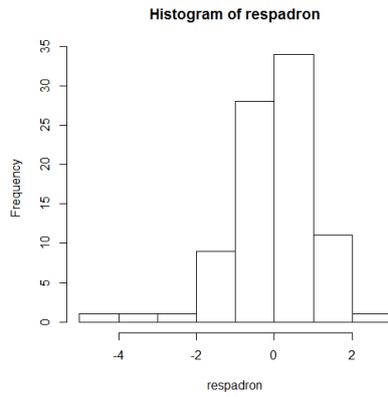
Análise de linearidade Credibilidade



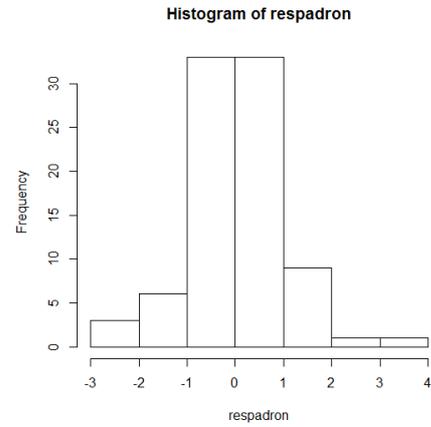
Análise de linearidade benevolência



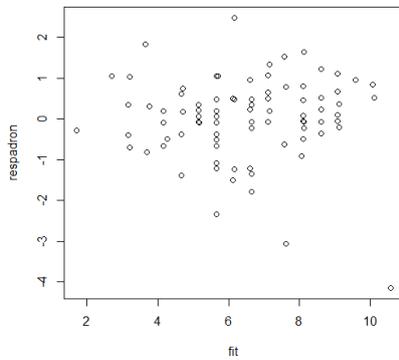
Análise de normalidade credibilidade



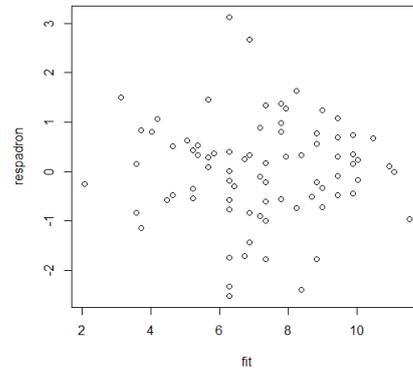
Análise de normalidade benevolência



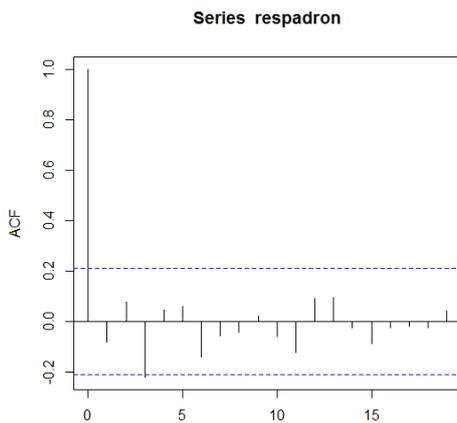
Análise de homoscedasticidade credibilidade



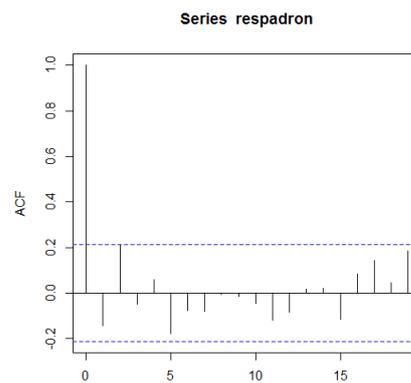
Análise de homoscedasticidade benevolência



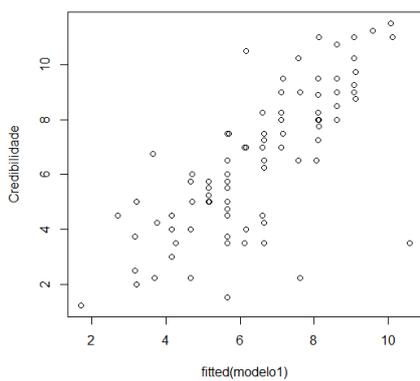
Análise de indenendência credibilidade



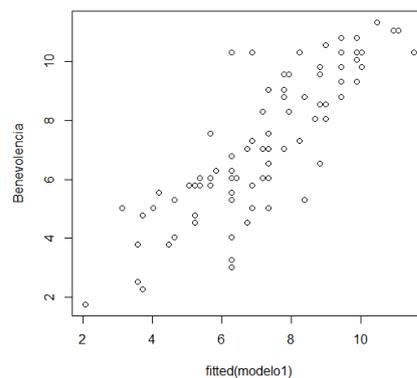
Análise de independência benevolência



Análise de linearidade Credibilidade

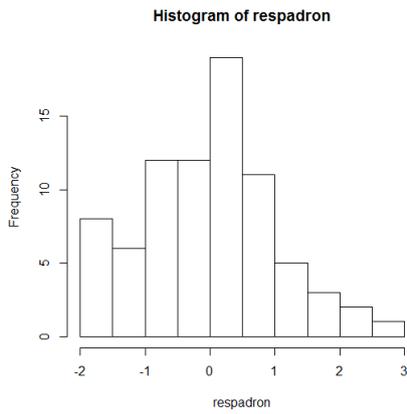


Análise de linearidade benevolência

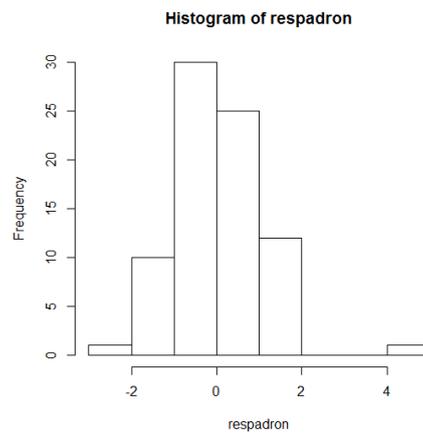


APÓS STEPWISE

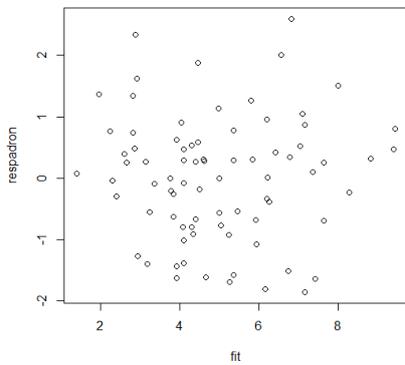
Análise de normalidade credibilidade



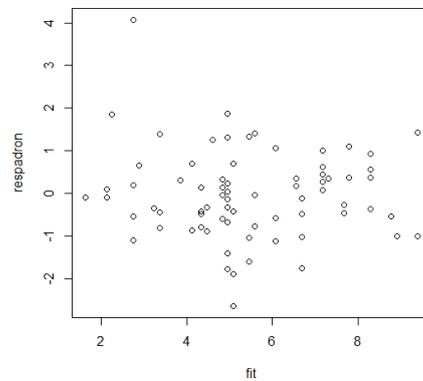
Análise de normalidade benevolência



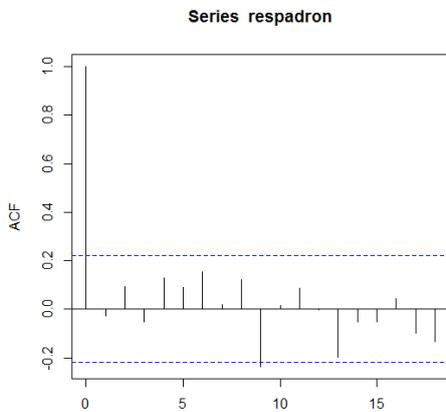
Análise de homoscedasticidade credibilidade



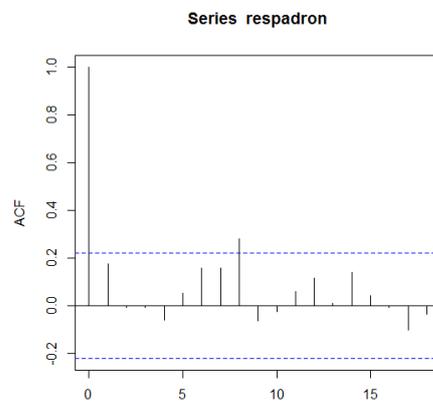
Análise de homoscedasticidade benevolência



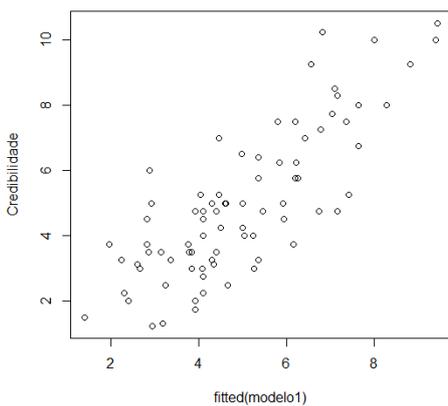
Análise de independência credibilidade



Análise de independência benevolência



Análise de linearidade Credibilidade



Análise de linearidade benevolência

