

Revista Científica

VERITAS

Universidade Nacional Timor Lorosa'e (UNTL)

Vol. 5
Nº 1 – Jun/2017

Mercado, desenvolvimento humano e sócio-económico



Programa de Pós-Graduação e Pesquisa
Unidade de Produção e Disseminação do Conhecimento

ISSN: 1410-0991

VERITAS

Revista Científica da Universidade Nacional Timor Lorosa'e

VERITAS

Revista Científica da Universidade Nacional Timor Lorosa'e

Patrono

Francisco Miguel Martins (Reitor da Universidade Nacional Timor Lorosa'e)

Diretor

Francisco Miguel Martins (Reitor da Universidade Nacional Timor Lorosa'e)

Editor-Chefe

Vicente Paulino (Diretor da Unidade de Produção e Disseminação do Conhecimento)

Editores associados

José Pinto Casquilo & Vasco Vitas da Cruz

Editores técnicos

Antero Bendito (Instituto da Paz – UNTL)

Miguel Maia dos Santos (INL-UNTL)

Capa e Paginação

Vicente Paulino

Dossier organizado por

Vicente Paulino

Endereço da Redação

UPDC-PPGP – Unidade de Produção e Disseminação do Conhecimento do Programa de Pós-Graduação e Pesquisa da UNTL, Avenida 5 de Maio, nº 20, Dili

Edição

Programa de Pós-Graduação e Pesquisa - Universidade Nacional Timor Lorosa'e

Impressão e Acabamento: Tipografia Silvia

Tiragem: 200 exemplares

ISSN: [ISSN 1410-0991](#)

Conselho Editorial

Francisco Miguel Martins (UNTLL)
Acácio Amaral Cardoso (UNTLL)
José Casquilho (PPGP-UNTLL)
Vicente Paulino (PPGP-UNTLL/CEMRI-UAberta - Portugal)
Maria Raquel Lucas (Univ. Évora)

Conselho Científico

Aurélio Sérgio Cristóvão Guterres (UNTLL)
Adérito Barbosa (FEC/Univ. Católica de Moçambique)
Benjamim de Araújo e Corte-Real (INL-UNTLL)
Carlos Andre (COIMBRA)
Rui Graça Feijó (CES-Univ. Coimbra)
Marçal Gusmão (UNTLL)
Vasco Fitas da Cruz (Univ. Évora)
João Martins (UNTLL)
Luís Amaral (FUP/MINHO)
Pedro Nogueira (Univ. Évora - Portugal)
Robert Evan Verhine (UFBA/BAHIA)
João Nuno Corrêa-Cardoso (Univ. Coimbra)
Lúcio Sousa (Univ. Aberta - Portugal)
José Aroso Linhares (Univ. Coimbra)
Sabina da Fonseca (UNTLL)
Vicente Paulino (PPGP-UNTLL, CEMRI-UAberta - Portugal)
Peter Dawkins (VICTORIA UNIVERSITY)
Marwata (KRISTEN SATYA WACANA)
Warren Bebbington (MELBOURNE UNIVERSITY)

Índice

Apresentação: Mercado, desenvolvimento humano e sócio-económico	5
<i>Vicente Paulino</i>	
O mercado dos Tais Timor em Timor-Leste	9
<i>Hipólito do Rosário Silveira</i>	
<i>Pedro Damião Henriques</i>	
<i>Maria Leonor da Silva Carvalho</i>	
<i>Maria Raquel Lucas</i>	
A qualidade do atendimento e a satisfação dos clientes no sector das telecomunicações em Timor-Leste	33
<i>Marna Sarmento Baptista</i>	
<i>Cristina Marreiros</i>	
<i>Maria Raquel Lucas</i>	
Igualdade, desigualdade e desenvolvimento humano em Timor-Leste	53
<i>Augusto Mendonça</i>	
<i>Maria Leonor da Silva Carvalho</i>	
<i>Maria Conceição Rego</i>	
Gestão de recursos humanos na universidade nacional timor lorosa'e	73
<i>Jacinto Belo - UNTL</i>	
<i>Vasco Fitas da Cruz</i>	
<i>Maria Raquel Lucas</i>	
Contribuição para o estudo do valor socioeconómico e cultural das plantas medicinais de Timor-Leste	101
<i>Xisto Martins</i>	
<i>Pedro Damião de Sousa Henriques</i>	
O efeito de fatores específicos das empresas na relação entre a qualidade da auditoria e a rendibilidade das ações: Evidência no mercado de capitais Indonésio	127
<i>Fernando Hanjam</i>	
<i>Helena Coelho Inácio</i>	
<i>Elisabete F. Simões Vieira</i>	

Apresentação: mercado, desenvolvimento humano e sócio-económico

Vicente Paulino*

Na nossa contemporânea encontra-se uma realidade chamada “preocupação” e tal provocada pelas incertezas históricas, políticas e económicas. Certo que todas as pessoas preocupam com o desenvolvimento económico, com a dignidade trabalhadores, com a ausência de princípios morais inerentes ao lucro e com a necessidade de se reformar uma economia de mercado instável.

Estamos diante de uma sinergia da globalização e economia de mercado, onde somos obrigados a viver na “responsabilidade social” num quadro de “vocabulário social e económico”, mas na prática, as vezes não costumam constar, pelo menos em tão grande detalhe. O alargamento das cidades urbanas é efeito da globalização no processo de desenvolvimento das sociedades, a questão das necessidades básicas também é uma “questionação preocupante” na nossa realidade complexa, para a qual o pensamento positivista determinista não tem explicação. Compreender uma realidade complexa exige uma ruptura paradigmática, pelo que precisa o aprofundamento da noção de complexidade, para que possamos abordar o fenómeno da globalização como uma transformação qualitativa que se desenvolve “no sentido de uma mudança sistémica complexificante”¹.

“A sociedade cada vez mais globalizada torna-nos vizinhos, mas não nos faz irmãos” (Papa Bento XVI - Caritas in Veritate, 2007). Isto quer dizer que a insistência na redistribuição da riqueza tem vindo a surgir “perturbação de legitimidade” da soberania, por isso, a economia deve ser autónoma e ser escudada de ‘influências’ de carácter moral”. Para tal, é necessário apostar no desenvolvimento, colocando-o como elemento principal para enriquecer as vidas e liberdades das pessoas comuns associadas ao bem-estar e a dignidade dos indivíduos em todas as sociedades.

O conceito de desenvolvimento humano associa-se ao bem-estar da sociedade e, se assim, todo o processo de actividades relacionado com a “sustentabilidade económica”, de certeza de que deve-se ao espaço mercantil. Aqui, apresenta-se o mercado como um lugar da realização das actividades económicas, onde esse procede à troca de bens por uma unidade monetária ou por outros bens. Os mercados

* Professor Auxiliar Convidado no Programa de Pós-graduação e Pesquisa da Universidade Nacional Timor Lorosa'e.

¹ SANTOS, Victor Marques. 2002. Conhecimento e Mudança – Para uma Epistemologia da Globalização. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, p.56.

tendem a equilibrar-se pela lei da oferta e da procura. Aliás, existem tanto mercados genéricos como especializados, onde apenas uma mercadoria é trocada. Os mercados funcionam ao agrupar muitos vendedores interessados e ao facilitar que os compradores potenciais os encontrem. Uma economia que depende primariamente das interações entre compradores e vendedores para alocar recursos é conhecida como economia de mercado. Aliás, Karl Max define a mercadoria como sendo: a) como valor de uso, a mercadoria é algo concreto, um objeto de consumo, que pode ser imediatamente utilizado para satisfazer uma necessidade ou que pode ser consumido produtivamente - ser usado como meio de produção de outros objetos ou como matéria-prima; b) como valor de troca, a mercadoria é uma coisa que pode ser trocada por outra, diretamente - escambo - ou por meio do dinheiro. Marx afirma que, como valor de troca, as peculiaridades dos objetos são deixadas de lado para considerá-los apenas como quantidades abstratas. Por exemplo, 2 kg de arroz tornam-se iguais a uma caixa de fósforos, enquanto que, como coisas concretas (valores de uso), caixas de fósforos e sacos de arroz não tem nada em comum.

Contudo, podemos dizer que os artigos publicados aqui neste número reflectem-se, sobretudo, o mercado, desenvolvimento humano e sócio-económico da sociedade timoriana. O texto “O mercado dos Tais Timor em Timor-Leste” (de Hipólito do Rosário Silveira, Pedro Damião Henriques, Maria Leonor da Silva Carvalho & Maria Raquel Lucas) procura caracterizar o mercado dos têxteis de *Tais Timor*, nas vertentes da produção, da comercialização e do consumo. O artigo “A qualidade do atendimento e a satisfação dos clientes no sector das telecomunicações em Timor-Leste” (de Marna Sarmento Baptista, Cristina Marreiros & Maria Raquel Lucas) reflecte a prestação dos serviços feita pelos funcionários de Timor-Telecom, numa perspectiva da satisfação dos clientes, que tem vindo a contribuir, cada vez mais, para o sucesso das organizações, seja para reter esses mesmos clientes, seja para conquistar novos, oferecendo ao mesmo tempo vantagens em relação aos concorrentes.

A “Igualdade, desigualdade e desenvolvimento humano em Timor-Leste” é outro texto apresentado por Augusto Mendonça, Maria Leonor da Silva Carvalho & Maria Conceição Rego, que aborda as assimetrias na distribuição dos benefícios decorrentes do desenvolvimento humano, caracterizando o acesso à saúde, ao trabalho, à educação, e as infraestruturas básicas existentes. Enquanto o texto de Jacinto Belo, Vasco Fitas da Cruz & Maria Raquel Lucas, sob o título “Gestão de recursos humanos na universidade nacional timor lorosa'e”, reflecte sobre a reformulação e a modernização da gestão de recursos humanos assume um papel privilegiado na perspectiva dos trabalhadores pois a incorporação de boas práticas de gestão ajuda a manter o bem-estar das pessoas que trabalham nas organizações, nomeadamente na UNTL.

O artigo de Xisto Martins e Pedro Damião de Sousa Henriques, intitulado “Contribuição para o estudo do valor socioeconómico e cultural das plantas medicinais de Timor-Leste” apresenta uma análise sobre os três grupos de intervenientes no consumo de plantas medicinais utilizadas para tratar doenças: os curadores, as clínicas de saúde e os utilizadores, com o intuito de caracterizar este mercado e identificar as suas principais lacunas. Por fim, o artigo de Fernando Hanjam, Helena Coelho Inácio & Elisabete F. Simões Vieira, sob o título: “O efeito de fatores específicos das empresas na relação entre a qualidade da auditoria e a rendibilidade das ações: evidência no mercado de capitais Indonésio, procura identificar fatores específicos das empresas que possam influenciar a rendibilidade das ações e analisar a influência destes na relação entre a qualidade da auditoria e a rendibilidade das ações.

O mercado dos *Tais Timor* em Timor-Leste

Hipólito do Rosário Silveira*

Pedro Damião Henriques*

Maria Leonor da Silva Carvalho*

Maria Raquel Lucas*

Resumo

Os têxteis tradicionais de Timor Leste designados por *Tais Timor* são uma forma ancestral de definir a identidade da população. Os seus desenhos e cores representaram um padrão único para cada um dos distritos. Para além de serem usados pela população de Timor-Leste, como vestuário e significado cultural, os *Tais Timor*, também são muito apreciados pelos visitantes de Timor-Leste. Esta actividade económica tem tido novos desenvolvimentos, quer em termos dos padrões, quer do *design*. Como tal pode e deve ser uma forte aposta para os mercados nacional e internacional, representando assim uma mais-valia para desenvolvimento futuro de Timor-Leste.

O objectivo deste estudo é caracterizar o mercado dos têxteis de *Tais Timor*, em Timor-Leste, nas vertentes da produção, da comercialização e do consumo. A recolha de dados primários utilizou inquéritos por questionário endereçados a produtores, vendedores e consumidores dos *Tais Timor*.

Os dados foram analisados utilizando instrumentos estatísticos. Os resultados mostram que a produção e comercialização utiliza técnicas tradicionais e rudimentares, produzindo maioritariamente os produtos clássicos Tais Mane, Tais Feto, Salendas e Cachecol e que precisa de modernização nas diferentes área de negócio, para poder almejar alcançar os mercados internacionais e que os consumidores internacionais devem ser um alvo a explorar para a consolidação deste mercado.

Palavras-chave: Têxteis, Timor-Leste, *Tais Timor*, Produção, Venda e Consumo.

* Mestre em Economia e Gestão para Negócios, Timor-Leste, hipolito212silveira.hs@gmail.com.

* CEFAGE-UE e Departamento de Economia, Universidade de Évora, Portugal, pdamiao@uevora.pt.

* Departamento de Economia, Universidade de Évora, Portugal, leonor@uevora.pt.

* CEFAGE-UE e Departamento de Gestão, Universidade de Évora, Portugal, mrlucas@uevora.pt.

Introdução

Timor-Leste é um país ainda em fase de construção e com o seu processo de crescimento económico muito avançado tendo ganho o ranking do mundo ao nível do crescimento económico em 2010. Tem uma área total de 14 954 Km², dividida por 13 distritos, 65 sub-distritos e 442 sucos, a que corresponde uma população total de 1 066 409 habitantes, em que mais de metade tem menos de 19 anos (DNE, 2010a, 2010b).

Apesar de Timor-Leste se encontrar dividido em treze distritos, as diferentes línguas são cerca de quinze e distribuem-se de uma forma esparsa e errática por todo o território. Tal diversidade é transposta para os têxteis, em termos de cores, motivos e técnicas usados na tecelagem. Segundo o Relatório de Desenvolvimento Humano de Timor-Leste, em 2000, a indústria representava somente 3,5% do PIB, sendo a maior parte constituída por actividades de pequena escala. As empresas que empregavam a maior parte da mão-de-obra neste sector estavam envolvidas na tecelagem dos panos tradicionais (*Tais*) e mobiliários, empregando um número médio de trabalhadores de apenas três pessoas (UNDP, 2002).

Num mercado geral de oligopólio, as empresas têxteis de Timor-Leste convivem com o constante desafio de reduzir custos de forma a manter a competitividade e, conseqüentemente, possibilitar a sobrevivência. Atualmente estas sofrem de grandes pressões aos produtores com maior produção para satisfazerem os seus clientes tanto no mercado nacional como no internacional.

Assim, o problema que se coloca às empresas têxteis de Timor-Leste é o de realizar um esforço significativo para atingir patamares competitivos, estando este esforço intimamente relacionado com novos arranjos organizacionais e formações de equipas de trabalho, assim como, com avanços tecnológicos, novos equipamentos e novas técnicas de produção e redução de custos. Este facto, por si só, faz com que as empresas necessitem de capacitar os agentes de produção para a operacionalização de equipamentos com alta tecnologia industrial e melhor gestão dos processos de produção e vendas, formando um novo perfil de profissionais e organizações.

Reduzir os custos de importação e melhorar os custos domésticos implica ainda que as empresas de têxteis em Timor-Leste modernizem nas matérias-primas, seja na qualidade e diversidade do algodão para produção de têxteis, seja nas tecnologias de plantação, controlo de flores e processo de colheita. Melhorias que, uma vez incorporadas nos processos de fiação, tecelagem em malharia (entrelaçamento dos fios têxteis) reduzem custos totais, alguns dos quais associados à redução de empregos directos e de postos de trabalho. Ainda assim, esta é a forma que as organizações têm encontrado para encontrar novas perspectivas de sobrevivência, garantirem o abastecimento do mercado doméstico em qualidade e quantidade e aproveitarem oportunidades de entrada no mercado mundial.

O objectivo deste estudo é caracterizar o mercado dos têxteis de *Tais Timor*, em Timor-Leste, nas vertentes da produção, da comercialização e do consumo, especialmente nos municípios de Díli, Baucau, Maliana (Marobo), Lospalos, Ermera e Oecusse, ou seja, os *Tais Timor* na perspectiva dos produtores, vendedores e consumidores.

Tais Timor

A tecelagem, nascida da preocupação do homem em cobrir o seu corpo e do desejo de aperfeiçoamento do vestuário, é o artesanato mais antigo da humanidade (Ximenes, 2012). O tecido daí resultante deu origem a distintos processos de fiação e tecedura e a uma actividade económica produtora de riqueza que responde a necessidades sociais básicas e a pressões do contexto cultural e da natureza. Ainda segundo o mesmo autor, esta actividade têxtil sempre esteve mais ligada às comunidades rurais do que urbanas pela necessária proximidade aos fornecedores de matéria-prima donde se extrai o fio, a pecuária e a agricultura. À medida que foi evoluindo, tornou-se uma actividade complementar, criando mercado e gerando rendimento para as famílias camponesas.

Em Timor-Leste, o *Tais Timor* é um tecido tradicional da cultura timorense, grosseiro, feito de algodão em teares rudimentares. O seu uso tem evoluído, desde uma indumentária rudimentar, até à sua utilização em cerimónias culturais tradicionais (Ximenes, 2012).

Base do vestuário timorense tradicional, o *Tais Timor* era originalmente produzido em dois estilos principais, masculino e feminino. O masculino – mane – é um grande pedaço de pano usado ao estilo *sarong* à volta da cintura do homem. O feminino – feto – tem as extremidades dos panos costurados juntas e assemelha-se a um tubo longo que a mulher usa como vestido. Mais recentemente, a estes dois estilos veio juntar-se o *selendang*, um pedaço delgado e longo de pano usado para homenagear que é colocando cerimoniosamente em torno do pescoço (Alola, 2002).

Os desenhos e cores dos Tais estão associados com os distritos e ilustram o ambiente, a cultura e as diferenças linguísticas entre os distritos e as comunidades que os habitam (Alola, 2002). A arte dos Tais conta a história de Timor-Leste (Ximenes, 2012) e revela a importância do papel tradicional da mulher na família e na comunidade e o seu enorme envolvimento em todas as actividades económicas. A maioria das mulheres luta pela subsistência através da agricultura, cuidando do gado e das culturas alimentares. Devido à elevada taxa de analfabetismo das mulheres e o seu acesso limitado à educação (apenas 39% das mulheres adultas são consideradas literadas), as oportunidades de rendimento têm sido limitadas a

actividades como pequenos comércios de venda de produtos de necessidade básica, costura e artesanato (Ximenes, 2012).

Os desenhos e técnicas dos *Tais Timor* seguem uma linhagem matrilinear que vem desde antes do tempo do colonialismo Português, período em que esta actividade era considerada um trabalho de mulheres. As avós sentavam-se a tecer e ensinavam o ofício às mais jovens, nas tradicionais casas *adat*, ou seja nas casas comunitárias para cerimónias, enquanto os avós e os homens mais jovens realizavam outras actividades. Várias peças específicas de valor foram produzidas e usadas em cerimónias tradicionais *adat*. Durante as negociações de casamento, a família da noiva dá um conjunto de tais consistindo de tais mane e feto, e a família do noivo oferece gado e dinheiro, bem como outras oferendas. Antes da década de 1970 todas as mulheres deviam saber tecer tais, e era considerado por muitos como um pré-requisito matrimonial. Os *Tais Timor* eram usados quer em funerais quer nas cerimónias de *kor-metan* (primeiro aniversário de um funeral) e uma mercadoria geralmente não destinada a venda (Alola, 2012).

A produção de Tais tornou-se mais relevante, como geradora de rendimento, durante o período da ocupação Indonésia em Timor-Leste (1975 a 1999). Muitos produtores comentaram que, embora flutuante e pouco confiáveis, os preços dos *Tais Timor* durante o período de transição (final de 1999-maio de 2002) foram consideravelmente mais elevados que durante o tempo indonésio devido à presença de estrangeiros capazes de pagar preços mais elevados. No entanto, o mercado esteve mais estável durante o período indonésio em que os principais clientes eram militares indonésios estacionados em Timor-Leste em grande número. Decorrente desta situação, as cores, desenhos e motivos foram ajustados a pedido dos clientes. *Selendangs*, os tais longos e finos usados em cerimónias, tornaram-se populares nessa altura. À medida que os tais ficavam disponíveis para venda, os homens envolveram-se na sua comercialização e produção.

Durante o tempo indonésio as restrições à produção eram muitas, incluindo a dificuldade e os custos de transporte dos distritos, bem como a necessidade básica da aceder à comida e atender aos problemas da segurança. Durante o último período da Indonésia, com violência e destruição, o fornecimento de matérias-primas tradicionais como o algodão e plantas para tingir começou a diminuir. Isso é atribuído ao aumento do uso de pesticidas e desfolhantes, bem como à queima da vegetação. Além disso, os fios indonésios tornaram-se mais disponíveis em lojas e mercados para os tecelões (Alola, 2012).

A cadeia produtiva têxtil em Timor-Leste pode ser dividida em três grandes segmentos industriais, cada um com níveis muito distintos de escala. São o segmento fornecedor de fibras e filamentos químicos que, junto com o de fibras naturais (com origem no sector agropecuário), produz matérias-primas básicas que alimentam as indústrias do sector de manufaturados têxteis (fios, tecidos e malhas) e da confecção de bens acabados - vestuário, linha lar etc (IEMI, 2001).

As diferenças de níveis tecnológicos entre as etapas da cadeia, os produtos serem facilmente transportáveis e as actividades estarem implantadas há mais de um século no País, configuram pequenas barreiras à entrada no mercado. Em geral, a grande heterogeneidade tecnológica da cadeia (inter intraempresas) está aliada à heterogeneidade de tamanho das empresas, sobretudo no final da cadeia produtiva (Haguenauer *et al.*, 2001).

As várias etapas da cadeia produtiva têxtil integram:

- *Fiação*: etapa de obtenção do fio a partir das fibras têxteis que pode ser enviado para beneficiamento ou diretamente para tecelagens e malharias.
- *Beneficiamento*: etapa de preparação dos fios para seu uso final ou não, envolvendo tingimento, engomagem, retorção (linhas, barbantes, fios especiais, etc.) e tratamentos especiais.
- *Tecelagem e/ou Malharia*: etapa de elaboração de tecido plano, tecidos de malha circular ou retilínea, a partir dos fios têxteis.
- *Enobrecimento*: etapa de preparação, tingimento, estamparia e acabamento de tecidos, malhas ou artigos confeccionados.
- *Confecção*: nesta etapa o setor tem aplicação diversificada de tecnologias para os produtos têxteis, acrescida de acessórios incorporados nas peças.

Procedimento Metodológico

Usou-se o método descritivo (Nasir,1988) ou seja, aquele que descreve uma determinada situação e recomenda soluções para os problemas encontrados.

Quanto à área e dimensão do estudo, o procedimento assentou na amostragem não probabilística por conveniência. Neste caso, quer a área de intervenção quer o número de unidades em análise, foram suportados na conveniência do pesquisador, na acessibilidade aos produtores e vendedores nacionais de *Tais Timor* e aos consumidores nacionais e estrangeiros de *Tais Timor*. Este método tem como desvantagem a impossibilidade de generalizar os resultados obtidos ao universo, mas tem a vantagem de a amostra de conveniência ser menos dispendiosa e mais simples de aplicação (Churchill, 1999).

A metodologia inclui a recolha de informação proveniente de duas fontes, primária e secundária. Os dados primários foram obtidos a partir de inquéritos por questionário especificamente elaborado com o propósito do estudo e aplicado aos produtores e vendedores de *Tais Timor* e aos consumidores. Os dados secundários resultaram da revisão da literatura, de estatísticas oficiais, estudos e boletins institucionais e de livros, pesquisas, estudos e artigos científicos sobre a temática em estudo.

O foco da abordagem é dirigido aos produtores, vendedores e consumidores dos têxteis *Tais Timor*. Na produção são abordadas as empresas, a produção, a comercialização e as perspectivas futuras. Nos vendedores olhamos para a forma como o comércio de *Tais Timor* está organizado e nos consumidores tentamos descortinar os principais factores diferenciadores na compra de *Tais Timor*.

Análise e discussão dos resultados

Produção de Têxteis

Neste ponto caracterizamos as empresas pertencentes à amostra deste estudo, para as quais foram solicitadas informações gerais referentes ao tempo de actividade da empresa, número de empregados, produtos principais que produzir (fabricam), área de actuação do mercado, concorrência no mercado. A discussão dos resultados fica bastante limitada dada a pequena dimensão da amostra que foi possível inquirir.

As 8 empresas identificadas na pesquisa para a produção dos têxteis *Tais Timor* estão localizadas em Díli, sete são empresas privadas (87,5%) enquanto uma empresa é do tipo familiar -12,5%

Relativamente à idade dos gerentes das empresas produtoras, a idade média é de 46,8 anos. Em 62,5% (5 empresas) das empresas os gestores têm idade entre trinta e cinco a quarenta e nove anos de idade, 25,0% (2 empresas) têm entre cinquenta a sessenta e quatro anos de idade e 12,5% (1 empresa) têm mais de sessenta e cinco anos de idade. Estes gestores têm na maior parte dos casos (75%) o ensino secundário enquanto 25% tem o ensino superior.

As empresas analisadas têm na sua maioria já alguns anos de experiência no ramo da produção de Tais Timor, embora nenhuma tenha uma idade que permita inferir que funcionasse no tempo da ocupação Indonésia. Em termos médios, as empresas já estão neste negócio há 7,8 anos, com cinco empresas (62,5%) entre seis a dez anos, uma empresa (12,5%) instalou-se entre onze e quinze anos e duas empresas (25,0%) instalaram-se há menos de cinco anos. Podemos afirmar que a maioria das empresas vivenciou um momento de menor competição de mercado, iniciando as suas actividades num período caracterizado pela economia de Timor-Leste ser mais fechada neste sector. Nesse período, as empresas não se preocupavam com o impacto da competição internacional no mercado interno, devido às restrições às importações que existiam. Ao invés, hoje, o ambiente é oposto, onde o acirramento da competição e a globalização exigem posturas diferentes, tanto no âmbito da produção, como nas questões administrativas.

Recursos usados na produção

Os materiais utilizados por todos os produtores são comprados e incluem o algodão, as fibras sintéticas e os tinteiros. O algodão é comprado localmente por 75% dos produtores e é importado por 25%, as fibras sintéticas são todas importadas, os tinteiros de cores são 67% nacionais e 33% importados, enquanto o mel de cera, as cores de madeira e o bételo e badejo são nacionais.

Os tais são confeccionados com instrumentos tradicionais de tear. A média destes instrumentos por empresa é de 5,6 unidades, variando de um mínimo de 3 unidades a um máximo de 12 unidades.

O número total de empregados alocados aos diferentes sectores da empresa (produção, vendas, administração, mão de obra e outros serviços) é, em média 9,4 trabalhadores, 6,9 na produção e 2,5 na administração. Observa-se que o maior contingente de empresas (75%) tem um total de empregados entre seis a dez pessoas, que 12,5% das empresas tem um total de empregados entre onze a quinze pessoas e 12,5% tem entre desaseis a vinte empregados. Por outro lado, identificamos nos mesmos produtores, o número de pessoas que estão afectas ao sector da produção, sendo que na grande maioria das empresas (75%) o número de pessoas a fazer produção varia entre cinco a nove pessoas, em 12,5% das empresas entre uma a quatro pessoas e em 12,5% mais de quinze pessoas.

A maioria das empresas (62,5%) dão formação às pessoas que trabalham na produção de *Tais Timor* enquanto 37,5% não facultam formação aos seus trabalhadores antes de eles iniciarem a produção de *Tais Timor*.

Produção e comercialização de Tais

As empresas produtoras do *Tais Timor*, todas produzem Tais feto, Salenda e Cachecol, todas com excepção de uma produzem Tais Mane e pasta, enquanto 25% produz xaile para sofá e mesa e 12,5% acessórios. A Tabela 1 mostra as quantidades médias produzidas por empresa e por mês de *Tais Timor*.

A venda dos produtos é feita na totalidade para o mercado nacional. Todas as empresas vendem ao consumidor final, a empresas privadas, a Instituições governamentais, a Instituições de Ensino e Pesquisa e a ONG. As empresas privadas que compram os produtos são pequenas, médias e grandes empresas. As empresas não têm marca própria.

O preço de venda por parte das empresas de produção é fixo para uma empresa (12,5%), fixo ou negociado com comprador para outra empresa e nas restantes empresas (75,0%) o preço é negociado com os compradores. Todas as empresas fazem descontos na venda do produto em função de uma percentagem do preço.

Tabela 1 – Tipos de produtos, número de empresas e quantidade produzida
(Fonte: Elaboração Própria, 2015)

Tipo de produtos	Empresas		Quantidade Média por mês
	Número	Porcentagem	
Tais Feto	8	100,0	10
Tais Mane	7	87,5	8
Salendas	8	100,0	26
Cachecol	8	100,0	37
Pasta	7	87,5	21
Xaile sofá	2	25,0	28
Xaile mesa	2	25,0	28
Acessórios	1	12,5	120
Casacos	0	0,0	0

Relativamente ao rendimento mensal, o resultado da pesquisa indica que 50% das empresas têm um rendimento mensal inferior a 500 USD, que 37,5% das empresas um rendimento mensal entre 5000 e 1000 USD e somente uma empresa (12,5%) obtém um rendimento mensal superior a 1000 USD.

A estratégia de produção dos têxteis nas empresas produtoras é de 2 tipos: 50% das empresas apresentam uma estratégia de produção dos têxteis do tipo “Produção Feita Quando Tiver Pedido de Compra Pelos Clientes” e 50% das empresas “Produzir para Garantir Quebra de Stock e Produzir Conforme Plano Anual”. Em termos de estratégia global, as empresas referiram o aumento da produção e da qualidade (75%), o estudo do mercado e dos concorrentes (62,5%), a promoção dos *Tais Timor* (25%) e o *design* e modelos (12,5%).

A grande maioria das empresas (75%) não receberam ajudas externas para apoiar a produção da sua empresa. Somente duas empresas (25%) receberam ajuda de instituições governamentais, ajudas essas monetárias e no valor de 1500 USD e uma empresa da USAID no valor de cerca de 20.000 USD para reabilitação do negócio, formação e certificação.

Estratégia, concorrentes, dificuldades e ajudas.

Para melhorar a sua estratégia de negócio, ficar mais perto dos seus clientes, poder apresentar os seus produtos e satisfazer os clientes, todas as empresas, à exceção de uma, participam em feiras para promoção dos seus produtos, sendo estas feiras de âmbito nacional e referindo não ter participado em feiras internacionais. As empresas fazem também publicidade aos seus produtos na rádio (25%), nos jornais (25%) principalmente quando têm visita de membros do governo, na televisão (12,5%) e 25% das empresas utilizam banner/panfletos como forma de promoção.

A maior parte das empresas (87,5%) reconhece a existência de concorrentes no mercado, que esses concorrentes têm dimensões variadas (empresas pequenas médias e grandes) e que esses concorrentes colocam os problemas, dos quais salientamos: a maior competição no mercado via preço e baixa qualidade dos produtos à venda, empresas com equipamentos mais modernos e empresas com maior capacidade de produção (Tabela 2).

Tabela 2 – Problemas colocados pelas empresas concorrentes (Fonte: Elaboração Própria, 2015)

Tipo de problema colocado pelas empresas concorrentes	Nº empresas que referiram
Maior competição no mercado através do preço e baixa qualidade	5
Empresas com equipamentos de produção mais modernos	2
Empresas com maior capacidade de produção	2
Empresas a fazer cópias ilegais dos produtos	1
Medo de perder os clientes	1
Equipamentos insuficientes de produção nas empresas	1
Empresas com maior capacidade de negociação com outros países	1
Empresas com maior publicidade nacional e internacional	1
Os clientes gostarem mais de produtos estrangeiros	1
Empresas com maior experiência no negócio	1

Relativamente às principais dificuldades das empresas (Tabela 3), salientamos a falta de equipamentos modernos, a falta de recursos humanos qualificados na área dos têxteis e a falta de matérias-primas no mercado. No que diz respeito às principais ajudas pedidas pelos produtores, a palavra governo aparece em muitos dos pedidos (Tabela 4).

Tabela 3 – Principais dificuldades das empresas (Fonte: Elaboração Própria, 2015)

Tipo de dificuldade	Nº empresas que referiram
Falta de equipamentos modernos	7
Falta de recursos humanos qualificados na área dos têxteis	4
Falta de matérias primas no mercado	4
Falta de clientes	2
Falta de atenção do governo	2
Preço das matérias primas alto	1
Produção pequena	1
Meios Financeiros	1
Preço e venda dos produtos baixos	1

Tabela 4 – Principais ajudas a receber pelas empresas (Fonte: Elaboração Própria, 2015)

Tipo de ajuda	Nº empresas que referiram
Desenvolver negócio	4
Desenvolver uma produção com equipamentos modernos	4
Formação dos recursos humanos com curso de têxteis de Timor	4

Apoio Financeiro	1
Formação em administração de negócio	1
Infraestruturas	1
Na qualidade de produção	1
Ajuda no desenvolvimento do mercado dos têxteis	1
Preço das matérias-primas mais baixas	1
Promoção dos tais	1
Criar regulamento de importação	1

Análise e discussão do sector das empresas vendedoras de têxteis

As inquiridas 22 empresas vendedoras dos têxteis *Tais Timor* estão distribuídas por seis distritos: Díli (36,4%), Lospalos (36,4%), Oecusse (13,6%), Baucau (4,5%), Ermera (4,5%) e Maliana (4,5%). Numa perspectiva rural-urbana, 36,4% das empresas estão localizadas em Díli e 63,6% estão localizadas fora de Díli.

Dez das empresas identificadas (45,5%) são empresas em grupo, oito empresas (36,4%) são familiares, 4 empresas (18,2%) são unipessoais. As empresas unipessoais estão todas localizadas em Díli, enquanto fora de Díli só existem empresas familiares ou de grupo.

Os gerentes das empresas apresentam uma idade média de 36 anos, variando de um mínimo de 17 a um máximo de 60 anos. Por classes de idade, 50% dos gerentes pertencem à classe ≥ 35 e ≤ 49 anos, 32,0% são jovens ≥ 17 e ≤ 34 anos, enquanto 18,0% dos gerentes são gestores mais experientes entre os 50 e 64 anos.

Relativamente aos níveis de conhecimento dos gerentes das empresas dos vendedores *Tais Timor*, a maior parte (63,6%) tem o ensino secundário, 18,2% o ensino pré-secundário, o ensino superior e sem frequência de escola 9,1% cada. A formação superior dos gestores está presente somente nas empresas unipessoais localizadas em Díli enquanto a não frequência da escola por parte dos gestores está presente nas empresas familiares localizadas fora de Díli. Os níveis de conhecimentos destes são muito importantes pois vão gerir as suas empresas e ter poder executivo, de planeamento, de organização, de direcção (ou motivação) e de controlo da mesma. Para servir a empresa e ter sucesso na gestão, o gerente tem que ter um perfil de conhecimentos técnicos, económicos, sociais e jurídicos para poder tomar as decisões adequadas com eficiência e eficácia para conduzir as suas empresas perante o mundo moderno e globalizado.

A idade média das empresas é de 5,5 anos, variando entre um mínimo de 2 e um máximo de 15 anos. A distribuição das empresas por classes de anos de actividade mostra-nos que 68% tem menos de cinco anos de idade no negócio *Tais Timor*, 27% tem entre seis a dez anos enquanto somente uma empresa tem mais de 10 anos. Estes dados são reflexo da juventude do país e do recomeço da actividade económica neste sector como em muitos outros após a separação da Indonésia depois dos 24 anos de ocupação.

As empresas inquiridas têm empregados que trabalham nas diversas áreas do negócio, finanças, administração, logística e vendas. Em média, cada empresa tem 6 colaboradores. As empresas localizadas em Díli têm um maior número de colaboradores (8) do que as que estão fora de Díli (4) sendo estas diferenças significativas, p-value < 0,05. O número de colaboradores também varia com o tipo de empresa, as empresas unipessoais têm mais colaboradores (8) que as empresas familiares (6) e de grupo, no entanto estas diferenças não são significativas (p-value >0,05) (Tabela 5).

Tabela 5 – Relação do número de colaboradores com a localização e o tipo de empresa
(Fonte: Elaboração Própria, 2015)

	Número de colaboradores	F	p-value
Localização			
Díli	8	7,371	0,013
Fora de Díli	4		
Tipo de Empresa			
Unipessoal	8	1,563	0,235
Grupo	4		
Familiar	6		

A distribuição das empresas por classes do total de empregados mostra que 68,2% tem <= 4 empregados, 32% tem entre 11 e 25 colaboradores, 22,7% das empresas com > 4 e <= 10 colaboradores e 9,1% tem mais de 10 colaboradores. A distribuição dos colaboradores por localização das empresas mostra que fora de Díli estão as empresas na classe de colaboradores mais baixa e que em Díli estão as empresas com as classes de colaboradores mais elevadas, sendo estas diferenças significativas, p-value < 0,05 (Tabela 6). A distribuição dos colaboradores por tipo de empresa mostra que apesar de a relação não ser significativa, as empresas familiares e de grupo tendem a estar nas classes de colaboradores mais baixas ao invés das unipessoais que tendem a estar nas mais elevadas.

Tabela 6 – Relação das classes de colaboradores com a localização e o tipo de empresa
(Fonte: Elaboração Própria, 2015)

	Classes Colaboradores (unidades)				χ^2	p-value
	<=4	>4 e <=10	>10	Total		
Localização						
Díli	12,5%	62,5%	25,0%	100,0%	17,967	0,000
Fora de Díli	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%		
Tipo de Empresa						
Unipessoal	25,0%	50,0%	25,0%	100,0%	5,995	0,200
Grupo	90,0%	10,0%	0,0%	100,0%		
Familiar	62,5%	25,0%	12,5%	100,0%		

No que diz respeito à venda dos produtos aos consumidores, todos os vendedores, em Díli ou fora de Díli, dizem que vendem Tais Mane e Tais Feto. Somente 54,5% dos vendedores vendem salendas, 75% dos vendedores de Díli e 42,9% dos vendedores fora de Díli. Relativamente aos xailes de mesa e às pastas, cerca 22,7% dos vendedores vendem, sendo que as empresas fora de Díli não reportam a sua venda.

As quantidades médias vendidas por semana são 13 unidades para os Tais Mane e Tais Feto, 35 unidades de salendas, 40 unidades de xaile para mesa e 32 unidades de pastas. Para os Tais Mane, Tais Feto e Salendas as quantidades médias vendidas em Díli são superiores às quantidades vendidas fora de Díli, embora essas diferenças não sejam significativas (p-value >0,05) (Tabela 7).

Em termos globais cada empresa vende em média cerca de 62 unidades por mês. Se analisarmos a produção pela localização verificamos que as empresas em Díli vendem em média 105,8 unidades e as de fora de Díli cerca de 36,5 unidades e que estas diferenças são significativas (p-value < 0,05) (Tabela 8). Se analisarmos a produção por tipo de empresa, verificamos que as empresas unipessoais têm uma média de produção de 115,7 unidades por mês com as empresas de grupos de 50,4 unidades por mês e as empresas familiares de 48,9 unidades por mês. Estas diferenças são globalmente significativas, sendo que o teste de comparação multilateral LSD permite-nos dizer que as vendas entre as empresas de grupo e as familiares não são significativamente diferentes (p-value=0,928) (Tabela 8). As empresas com mais anos de existência vendem maiores quantidades (93 a 95 unidades) que as empresas mais recentes, sendo estas diferenças globalmente significativas (p-value < 0,05). As empresas cujos gestores têm maiores níveis de educação (superior a 129 unidades) apresentam níveis de venda maiores do que as empresas sem nenhum nível de educação (20 unidades), sendo estas diferenças significativas (p-value < 0,05).

Tabela 7 – Produtos vendidos pelas empresas vendedoras por localização (Fonte: Elaboração Própria, 2015* impossível de calcular)

Tipo de produto	Empresas Vendedoras (%)			Média por vendedor por mês (unidades)			F	p-value
	Total	Díli	Fora de Díli	Total	Díli	Fora de Díli		
Tais Mane	100,0	100,0	100,0	12,8	15,8	11,0	2,707	0,116
Tais Feto	100,0	100,0	100,0	13,3	15,4	12,1	0,945	0,343
Salenda	54,5	75,0	42,9	34,7	38,3	31,0	0,778	0,398
Xaile mesa	22,7	62,5	0,0	40	40,2	0,0	*	*
Pasta	22,7	62,5	0,0	32	32,2	0,0	*	*

Tabela 8 – Relação da quantidade de venda total com a localização, o tipo de empresa, os anos de funcionamento e os níveis de educação (Fonte: Elaboração Própria, 2015)

	Quantidade média vendida (unidades)	F	p-value
Localização			
Díli	105,8	37,992	0,000
Fora de Díli	36,5		
Tipo de Empresa			
Unipessoal	115,8	5,866	0,010
Grupo	50,4		
Familiar	48,8		
Anos de existência			
<=5 Anos	47,0	3,576	0,048
>5 e <=10 Anos	93,0		
> 10 Anos	95,0		
Níveis de educação			
Nenhum	20,0	4,872	0,020
Pré-Secundário e secundário	58,9		
Superior	129,0		

Cerca de metade das empresas vende menos de 50 unidades por mês, 27,3% vende entre 50 e 100 unidades e 22,7% mais de 100 unidades. Quando relacionamos a distribuição das empresas por classes de venda total e a sua localização, as localizadas em Díli pertencem às classes de venda com maiores quantidades e as fora de Díli às classes de venda de menores quantidades, sendo estas diferenças significativas ($p\text{-value} < 0,05$). Se relacionarmos a distribuição das empresas por classes de venda total com o tipo de empresas verificamos que as unipessoais pertencem às classes de venda com maiores quantidades e as do tipo grupo ou familiar às classes de venda com menores quantidades, sendo estas diferenças quase significativas ($p\text{-value} = 0,078$) (Tabela 9).

Tabela 9 – Relação entre as classes de quantidade de venda total e a localização e o tipo de empresa (Fonte: Elaboração Própria, 2015)

	Classes de quantidade de venda total (unidades)				χ^2	p-value
	<=50	>50 e <=100	>100	Total		
Localização						
Díli	0,0%	37,5%	62,5%	100,0%	15,518	0,000
Fora de Díli	78,6%	21,4%	0,0%	100,0%		
Tipo de Empresa						
Unipessoal	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%	8,390	0,078
Grupo	60,0%	30,0%	10,0%	100,0%		
Familiar	62,5%	25,0%	12,5%	100,0%		

Os produtos vendidos pelas empresas de comercialização de *Tais Timor* são comprados através de vários canais, desses destacamos os distribuidores referidos por 50% das empresas, os representantes referidos por 45,5%, directamente nos fabricantes por 40,9% e os revendedores por 31,8% dos vendedores.

Todas as empresas de comercialização de *Tais Timor* vendem através de venda directa, através de pedido de compra e 54,5% através de outros meios. É de referir que a venda *on-line* ainda não se encontra em funcionamento em nenhuma das empresas. Os principais clientes de todas as empresas inquiridas são os consumidores finais, as instituições governamentais, as empresas privadas, as instituições de ensino e pesquisa e as ONG. Na ordenação dos clientes as empresas ordenaram em primeiro lugar os consumidores finais, depois as empresas privadas e as instituições governamentais. É de referir que as empresas privadas que compram os *Tais Timor* são do tipo pequena, média e grande empresa. As vendas são feitas na totalidade para o mercado nacional.

O preço de venda é fixo ou negociado com os compradores em 77% das empresas, é fixo para 14% das empresas e 9% das empresas negocia com os compradores. Todas as empresas dizem que fazem desconto na altura da venda e que esse desconto é uma percentagem do preço em relação a quantidades das compras em máximo 2% de descontos global.

O rendimento médio mensal das empresas é de 666 USD por empresa. O rendimento médio das empresas não varia de forma significativa com a idade das empresas, com a localização das empresas, embora as empresas de Díli tenham um rendimento maior que as empresas fora de Díli em ≤ 500 USD; não varia com o tipo de empresa, embora as empresas unipessoais tenham um rendimento maior que as empresas por grupo e estas maior que as empresas familiares; não varia com o nível de educação dos gestores embora o nível de rendimento aumente com o nível de escolaridade.

A distribuição das empresas por classes de rendimento mostra-nos que 50% está na classe de rendimento mais baixa (≤ 500 USD), 40,9% na classe de rendimento intermédia (> 500 e ≤ 1000 USD) e somente 9,1% tem um rendimento maior que 1000 USD.

As empresas vendedoras não receberam ajuda de empresas privadas e de instituições de ensino e pesquisa, somente duas empresas receberam ajuda governamental em valor monetário e outras duas empresas receberam ajuda de ONG, uma na forma de ajuda à reabilitação e outra de ajuda monetária. Todas as empresas participaram em feiras nacionais para aproximar as suas actividades de negócio aos consumidores. Todas as empresas fazem promoção dos seus produtos através da rádio, televisão, jornais, com excepção *do banner* (95,5%) e *facebook* (4,5%).

A estratégia das empresas vendedoras de *Tais Timor* passa entre outras coisas por aumentar os pontos de venda, procurar clientes permanentes, garantir qualidade do produto, promover o marketing, aumentar as vendas e promover o *Tais Timor*, fazer cooperação com empresas da mesma área, capacitar os recursos humanos, produzir mais modelos de *Tais Timor*, estudar o mercado e aumentar a qualidade de serviço no ponto de venda.

As empresas vendedoras de *Tais Timor* inquiridas sentem a concorrência das outras empresas do mercado, quer sejam pequenas, médias ou grandes, e os problemas que estas empresas concorrentes colocam são de variada ordem tais como publicidade dos produtos incluindo *online*, ter produtos inovadores, ter maior capacidade de produção, ter um sistema de atendimento do cliente moderno, fazer promoção mensal dos produtos, ter loja ambulante de venda, ter poder de compra das matérias-primas e praticar preços baixos. Em termos de dificuldades enumeram: preço de mercado não estável, dificuldades financeiras, nas vendas, falta de recursos humanos qualificados nas áreas de vendas e negócio, e de infra-estruturas de venda dos *Tais Timor*, dificuldades na ligação internacional, preço das matérias-primas elevado, falta de apoio do governo.

Para resolver as dificuldades, ultrapassar a concorrência e prosseguir a sua estratégia, as empresas vendedoras de *Tais Timor* formularam um conjunto de pedidos de ajuda em que o papel do estado é requerido quase sempre na sua concretização. Destas salientamos: regulação do mercado de *Tais Timor* e do seu preço, promoção dos têxteis a nível nacional e internacional, criação de espaços de venda, apoio financeiro às empresas, medidas para aumentar a produção, formação de recursos humanos, e formação profissional têxtil.

Análise e discussão dos questionários dos Consumidores

Os factores que influenciam os consumidores na tomada de decisão de compra são culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Dos 126 consumidores identificados como compradores dos têxteis *Tais Timor* estão localizados em 13 municípios, com 57% dos consumidores com menos de vinte anos, na classe entre vinte e um a quarenta anos de idade são 33,0% e com mais de quarenta anos de idade são 10% dos consumidores. A maioria (56%) dos consumidores pertencem ao sexo feminino e 44% ao sexo masculino.

Os níveis de educação dos consumidores são na maioria (62%) o nível secundário, 29% o Bacharelato, Licenciatura ou Mestrado, 6% o ensino pós-secundário não superior, enquanto os analfabetos e com ensino primário são residuais, 20% e 1%, respectivamente. Estes níveis de educação são significativamente diferentes por género ($p\text{-value} < 0,05$), verificando-se que as mulheres só têm níveis de educação mais baixos que os homens ao nível do ensino superior, já que sem escola e ensino primário são só homens (Tabela 10).

Relativamente à nacionalidade dos consumidores, 91% são consumidores nacionais enquanto 9% são estrangeiros. Os consumidores timorenses são provenientes dos 13 distritos que compõem o país, com maior incidência para Bobonaro (22,6%), Ermera (14,8%) e Baucau (13%). Dos consumidores estrangeiros, 63,7% são portugueses, 27,3% australianos e 9,1% são brasileiros.

Tabela 10 – Relação entre os níveis de educação e o género (Fonte: Elaboração Própria, 2015)

Níveis de educação	Feminino	Masculino	Total	χ^2	p-value
Sem escola ou ensino primário	0,0%	100,0%	100,0%	6,276	0,043
Ensino secundário e pós secundário	52,3%	47,7%	100,0%		
Ensino superior e pósgraduado	67,6%	32,4%	100,0%		

O tipo de instituição onde trabalham os consumidores estudados é diversa, 64 % nas instituições de ensino e pesquisa, 14% quer nas instituições governamentais quer nas empresas privadas, 3% em ONG e 5% em outras instituições. Enquanto, o rendimento mensal médio dos consumidores é de 326 USD. A grande maioria (68%) está na classe ≤ 200 USD, 22% na classe 200-400 USD, 4% na classe 500-1000 USD e 6% na classe > 1000 USD. A relação destas classes de rendimento por nacionalidade é, como seria de esperar, diferente e significativa (p-value $< 0,05$), os consumidores timorenses têm menor rendimento que os consumidores estrangeiros.

Não há diferenças de rendimento por género, sendo a distribuição dos consumidores masculinos e femininos por classe de rendimento bastante semelhante, p-value $> 0,05$. No entanto quando analisamos o rendimento por níveis de educação, existem diferenças significativas (p-value $< 0,05$), os consumidores com maiores níveis de educação têm maior rendimento (Tabela 11). A maioria dos consumidores locais tem rendimentos na classe \leq duzentos dólares (73,9%), enquanto os estrangeiros têm rendimentos superiores a 1000 dólares (72,7%).

Tabela 11 – Relação entre as classes de rendimento e a nacionalidade (Fonte: Elaboração Própria, 2015)

Nacionalidade	Classes de rendimento (USD)					χ^2	P-value
	≤ 200	> 200 e ≤ 500	> 500 e ≤ 1000	> 1000	Total		
Timorense	73,9%	24,3%	1,7%	0,0%	100,0%	110.940	0,000
Estrangeira	0,0%	0,0%	27,3%	72,7%	100,0%		

Tabela 12 – Relação entre as classes de rendimento e níveis de educação (Fonte: Elaboração Própria, 2015)

Níveis de educação	Classes de rendimento (USD)					χ^2	P-value
	≤ 200	> 200 e ≤ 500	> 500 e ≤ 1000	> 1000	Total		
Sem escola ou ensino primário	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	55,313	0,000
Ensino secundário e pós secundário	86,0%	12,8%	1,2%	0,0%	100,0%		
Ensino superior e pósgraduado	21,6%	45,9%	10,8%	21,6%	100,0%		

Os consumidores estudados, na sua grande maioria (98%), declararam que já utilizaram *Tais Timor* durante a sua vida, enquanto os 2% dos consumidores que nunca utilizaram *Tais Timor* são de nacionalidade timorense. As compras na sua

grande maioria (87% dos consumidores) são feitas em lojas que vendem *Tais Timor*, enquanto 13% referem que compram noutros lugares.

Os padrões mais referidos pela totalidade dos consumidores são os de Bobonaro (32,5%), Oecussi (26,2%) e Lautem (23,0%). A importância relativa dos padrões de cada distrito mantém-se com excepção do padrão de Oecussi, referido pela totalidade dos estrangeiros. Para estes, para além de Oecussi são referidos os padrões de Relativamente ao local de compra dos *Tais Timor*, 24% dos consumidores afirmam que os compram nas lojas de *Tais Timor*, 23% compram directamente à produção, 15% compram nos pontos de venda dos vendedores, mais 15% compram aos vendedores ambulantes, sendo que outros 5% compram tanto a vendedores ambulantes como a vendedores nos pontos de venda, e os restantes 8% compram nas lojas ambulantes de *Tais Timor*.

Em relação ao tipo de Tais comprado, Tais homem e/ ou Tais mulher, 76% dos consumidores dizem comprar Tais homem e 77% referem comprar Tais mulher. A grande maioria dos consumidores (98%) refere que a qualidade do *Tais Timor* é boa, sendo que são timorenses os 2% que referem que a qualidade não é boa. Relativamente ao uso de *Tais Timor*, a grande maioria (96%) refere a sua satisfação pelo seu uso e os 4% que não a referem são também timorenses.

A avaliação que os consumidores fazem do preço é bastante positiva, cerca de 88%, enquanto 12% não consideram o preço favorável. Destes, 53,3% são timorenses e 46,7% são estrangeiros. Os preços pagos pelos consumidores variam de acordo com as classes da Tabela 13. A classe 25-30 USD é a que inclui mais consumidores (45%), seguida da classe 15-25 USD com 26% dos consumidores, da classe 5-10 USD com 18% e da classe 10-15 USD com 11% dos consumidores. Os consumidores estrangeiros compram produtos mais caros que os timorenses e estas diferenças de padrão no preço pago são significativas ($p\text{-value} < 0,05$). Não existem diferenças entre os preços pagos por género e por níveis de educação, mas a distribuição, quer dos homens e mulheres, quer dos níveis de educação por classes de preço é bastante semelhante ($p\text{-value} > 0,05$).

Tabela 13 – Relação entre as classes de preços pagos e a nacionalidade
(Fonte: Elaboração Própria, 2015)

Nacionalidade	Classes de preços pagos (USD)					χ^2	P-value
	5 a 10	10 a 15	15 a 25	25 a 50	Total		
Timorense	20,0%	12,2%	27,8%	40,0%	100,0%	10,739	0,013
Estrangeira	0,0%	0,0%	9,1%	90,9%	100,0%		

Relativamente à opinião dos consumidores por classes de níveis de satisfação em relação à qualidade dos *Tais Timor*, 42% dos consumidores dizem-se muito satisfeitos, 13% algo satisfeitos, 35% satisfeitos, 7% e 3% não estão satisfeitos. Quando analisamos estas classes de níveis de satisfação por nacionalidade, por género e por rendimento, verificamos que os timorenses, que os homens e que os consumidores de rendimento mais baixo são mais exigentes em termos de

qualidade que os consumidores estrangeiros, que as mulheres e que os consumidores de rendimento mais elevado, sendo estas diferenças significativas (p-value <0,05) (Tabela 16). A satisfação pela qualidade dos *Tais Timor* não é afectada pelos níveis de educação (p-value > 0,05).

Os consumidores não estão satisfeitos em relação a qualidade dos *Tais Timor* em 3% dos casos devido à qualidade de *Tais Timor* não ser boa.

Tabela 14 – Relação entre os níveis de satisfação na qualidade com a nacionalidade, o género e o rendimento (Fonte: Elaboração Própria, 2015)

	Não Satisfeito	Pouco Satisfeito	Satisfeito	Algo Satisfeito	Muito Satisfeito	Total	χ^2	P-value
Nacionalidade								
Timorense	3,5%	7,9%	37,7%	9,6%	41,2%	100,0%	15,871	0,003
Estrangeira	0,0%	0,0%	0,0%	45,5%	54,5%	100,0%		
Género								
Masculino	7,3%	9,1%	18,2%	10,9%	54,5%	100,0%	16,780	0,002
Feminino	0,0%	5,7%	47,1%	14,3%	32,9%	100,0%		
Rendimento (USD)								
<= 200	4,7%	9,4%	42,4%	8,2%	35,3%	100,0%	23,080	0,027
> 200 e <= 500	0,0%	3,6%	25,0%	14,3%	57,1%	100,0%		
> 500 e <= 1000	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%		
> 1000	0,0%	0,0%	0,0%	37,5%	62,5%	100,0%		

Relativamente à utilização dos *Tais Timor*, a distribuição por classes de satisfação, 42% dos consumidores mostram-se muitos satisfeitos, 15% algo satisfeitos, 32% satisfeitos, 9% pouco satisfeitos e 2% não satisfeitos. Estes níveis de satisfação na utilização variam de forma significativa com a nacionalidade e o género (p-value < 0,05), os timorenses e os homens apresentam menores níveis de satisfação que os estrangeiros e as mulheres (Tabela 15). Por outro lado o rendimento e os níveis de educação não afecta a satisfação na utilização dos *Tais Timor*. É portanto, os consumidores dos *Tais Timor*, maioritariamente os nacionais utilizarem *Tais Timor* durante no seu dia a dia (98%).

Tabela 15 – Relação entre os níveis de satisfação na utilização com a nacionalidade e o género (Fonte: Elaboração Própria, 2015)

	Não Satisfeito	Pouco Satisfeito	Satisfeito	Algo Satisfeito	Muito Satisfeito	Total	χ^2	P-value
Nacionalidade								
Timorense	2,6%	9,6%	33,3%	11,4%	43,0%	100,0%	10,252	0,036
Estrangeira	0,0%	0,0%	18,2%	45,5%	36,4%	100,0%		
Género								
Masculino	5,5%	12,7%	30,9%	3,6%	47,3%	100,0%	14,028	0,007
Feminino	0,0%	5,7%	32,9%	22,9%	38,6%	100,0%		

Em relação à satisfação de adquirir os *Tais Timor*, 50% dos consumidores estão muito satisfeitos, 10% algo satisfeitos, 34% satisfeitos, 4% pouco satisfeitos e

2% não satisfeitos. Este padrão de satisfação não é influenciado pela nacionalidade, pelo género, pelos níveis de educação e pelo rendimento (p-value > 0,05).

Em relação à satisfação obtida pelas cores dos *Tais Timor*, verificamos que 44% dos consumidores estão muito satisfeitos, 17% algo satisfeitos, 34% satisfeitos, 3% pouco satisfeitos e 2% não satisfeitos. Este padrão do nível de satisfação pelas cores não é afectado pela nacionalidade, género, níveis de educação e rendimento dos consumidores (p-value > 0,05). Além disso, em relação à satisfação na compra dos *Tais Timor* em comparação com os têxteis de outros países, verificamos que 30% dos consumidores estão muito satisfeitos, 14% algo satisfeitos, 26% satisfeitos, 7% pouco satisfeito e 23% não satisfeito. Estes níveis de satisfação são influenciados significativamente pela nacionalidade, níveis de educação e níveis de rendimento: os consumidores timorenses, aqueles com níveis de educação mais baixos e os com menores níveis de rendimento são os que apresentam mais baixos níveis de satisfação com a compra de *Tais Timor* quando comparados com a compra de têxteis importados (Tabela 16). O género não influencia os níveis de satisfação obtidos na compra de *Tais Timor* em comparação com têxteis importados.

O padrão do nível de satisfação pelas compra de *Tais Timor* comparando com têxtil importado não é afectado pela nacionalidade, níveis de educação e rendimento dos consumidores (p-value > 0,05) como podemos observado na Tabela 16.

Tabela 16 – Relação entre os níveis de satisfação na compra de *Tais Timor* em comparação com têxteis importados com a nacionalidade, os níveis de educação e o rendimento
(Fonte: Elaboração Própria, 2015)

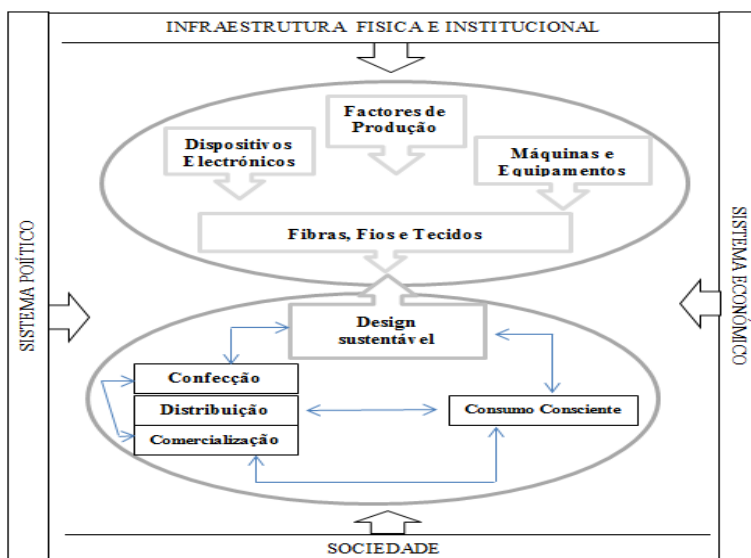
	Não Satisfeito	Pouco Satisfeito	Satisfeito	Algo Satisfeito	Muito Satisfeito	Total	χ^2	P-value
Nacionalidade								
Timorense	24,6%	7,9%	27,2%	8,8%	31,6%	100,0%	26,685	0,000
Estrangeira	0,0%	0,0%	18,2%	63,6%	18,2%	100,0%		
Níveis de educação								
Sem escola ou ensino primário	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	29,003	0,000
Ensino secundário e pós secundário	22,1%	7,0%	25,6%	8,1%	37,2%	100,0%		
Ensino superior e pósgraduado	22,2%	2,8%	30,6%	27,8%	16,7%	100,0%		
Rendimento (USD)								
<= 200	18,8%	9,4%	28,2%	9,4%	34,1%	100,0%	33,943	0,001
> 200 e <= 500	42,9%	3,6%	25,0%	7,1%	21,4%	100,0%		
> 500 e <= 1000	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%		
> 1000	0,0%	0,0%	25,0%	62,5%	12,5%	100,0%		

Proposta de cadeia de Valor para os Tais Timor

A análise dos resultados relativos aos diferentes intervenientes do mercado de têxteis de *Tais Timor* que foram estudados, conjuntamente com a revisão da literatura efectuada permite propor um desenho de cadeia de valor para a actividade económica em causa, assente nas seguintes perspectivas de sustentabilidade (promoção do seu desenvolvimento de valor sustentável), do cliente (proposta de valor para os clientes), interna (melhoria de processos) e estratégica (organização da produção, inovação, desenvolvimento de design, novas tecnologias, flexibilidade e criatividade).

O desenho de cadeia de valor proposto, que se expõe na Figura 1, tem como ponto de partida o melhoramento da estrutura que se considera existir actualmente e a visão futura sobre a estrutura da actividade, cujo motor interno será o consumo e a comunicação entre todos os parceiros intervenientes na criação de valor.

Figura 1- Proposta de Desenho da Cadeia de Valor Tais Timor
(Fonte: Elaboração Própria, 2015)



O desenho da Cadeia de Valor apresentado assenta nos seguintes pressupostos:

- Existência de empresas inovadoras em produtos e processos, intensivas em I&D&I (investigação e desenvolvimento e inovação) e com forte liderança e suporte tecnológico;

- A conjugação de três elementos chave: matérias-primas de qualidade, talento/criatividade/I&D&I e gestão integrada;
- Empresas flexíveis à possibilidade de rápida adaptação à concorrência global, à aquisição de novas tecnologias e ao aparecimento de empreendedores conscientes e comprometidos com a produção sustentável;
- Empresas focadas nos consumidores e no mercado e seu monitoramento através de novas tecnologias e em elos da cadeia de valor ao longo do tempo, sobretudo no que diz respeito à Distribuição e Comercialização (Vendas) pela sua relevância em termos globais;
- Capacitação e formação dos recursos humanos e mão-de-obra para a oferta de produtos de qualidade e diversificada a preços competitivos.

A justificação para o elo Fibras, Fios e Tecidos encontrar-se ao mesmo nível dos outros elos de suporte deve-se ao desejo da estrutura seja dividida pelas tipologias de poder de governança de cadeias, sugeridas por Gereffi (1999^a, 1999b) – *buyer-driven* e *producer-driven* – e Gereffi et al (2005) e haver uma nítida separação entre os modelos de negócio coordenados pelos grandes compradores e aqueles coordenados pelos produtores. Os vectores tecnológicos de mudança propostos assentam em pesquisa e desenvolvimento de produtos e processos nos negócios de fabricação de *Tais Timor* e de estruturas têxteis (fibras, fios e tecidos), enquanto os outros elos podem ser coordenados por compradores e empresas de marca, cada vez mais intimamente ligados aos consumidores.

Considerações Finais

Este estudo é assim um pequeno contributo para ampliar o conhecimento sobre os três principais intervenientes do mercado de *Tais Timor*, através da investigação empírica realizada com 8 produtores, 22 vendedores e 126 consumidores.

O objectivo geral do estudo foi o de caracterizar os *Tais Timor* na perspectiva dos produtores, vendedores e consumidores. Os resultados analisados e discutidos, é possível retirar as seguintes conclusões mais relevantes

- Os produtores são na grande maioria empresas do tipo unipessoal, com actividade de negócio e gestores da empresas que ainda estão em jovens com formação de ensino secundária e superior; A produção é feita com um misto de matérias-primas importadas e nacionais, utiliza teares tradicionais, o número médio de trabalhadores é de cerca de 9, trabalhando cerca de 75% na área da produção, as empresas produzem maioritariamente os produtos tradicionais - Tais Mane, Tais Feto, Salenda e Cachecol, A venda dos produtos é feita na totalidade para o mercado nacional, ao consumidor final; Na promoção dos seus produtos as empresas têm participado em feiras nacionais mas estão ausentes de feiras internacionais e têm

utilizado meios de divulgação locais como rádio, televisão, jornais e panfletos; As dificuldades das empresas estudadas é de salientar a falta de equipamentos modernos, a falta de recursos humanos qualificados na área dos têxteis e a falta de matérias-primas no mercado para efectuar concorrentes no mercado.

- As empresas de comercialização estudadas estavam localizadas em Díli e fora de Díli, o número médio de colaboradores é de cerca de 6, com as empresas em Díli e unipessoais a terem quase o dobro dos colaboradores das outras município, os produtos vendidos são adquiridos nos distribuidores, representantes, fabricantes e revendedores, os produtos vendidos são essencialmente Tais Mane, Tais Feto, Salendas, sendo as quantidades vendidas destes produtos pelas empresas de Díli maiores comparando com empresas fora de Díli; tal como para as empresas unipessoais, para as empresas com mais anos de actividade e com gestores com maior nível de educação na promoção dos seus produtos; As empresas têm participado em feiras nacionais mas estão ausentes de feiras internacionais e quase todas têm utilizado meios de divulgação locais como rádio, televisão, jornais e panfletos; A estratégia das empresas vendedoras de *Tais Timor* passa por aumentar os pontos de venda, procurar clientes permanentes, garantir a qualidade do produto, promover o marketing, aumentar as vendas e promover os *Tais Timor*, fazer cooperação com empresas da mesma área, capacitar os seus recursos humanos, produzir mais modelos de *Tais Timor*, estudar o mercado e aumentar a qualidade de serviço no ponto de venda;

- Os consumidores estudados pertencem a todos os distritos de Timor-Leste incluindo os consumidores estrangeiros localizado em Díli, A quase totalidade dos consumidores já utilizou *Tais Timor* na sua vida, as compras são feitas em lojas e os padrões mais referidos são Bobonaro, Oecusse e Lautem, os consumidores compram de preferência Tais Mane e Tais Feto e consideram que a qualidade dos *Tais Timor* boa e também o preço favorável, comprando os consumidores estrangeiros produtos mais caros que os consumidores timorenses. Relativamente aos níveis de satisfação pela qualidade dos *Tais Timor*, os consumidores manifestam níveis elevados de satisfação, sendo que os estrangeiros, as mulheres e os consumidores com rendimento maior estão mais satisfeitos do que os timorenses, os homens e os consumidores com rendimento menor, respectivamente;

- Para ultrapassar as limitações nas ajudas pedidas pelos produtores, a palavra governo aparece em muitos dos pedidos, dos quais salientamos as ajudas para desenvolver o negócio, uma produção com equipamentos modernos e a formação dos recursos humanos com um curso na área dos têxteis *Tais Timor*; Para resolver as dificuldades, ultrapassar a concorrência e prosseguir a sua estratégia as empresas vendedoras de *Tais Timor* formularam um conjunto de pedido de ajudas em que o papel do estado é requerido quase sempre na sua concretização das quais salientamos as seguintes: regulação do mercado de *Tais Timor* e do seu preço, promoção dos têxteis a nível nacional e internacional, criação de espaços de venda,

apoio financeiro às empresas, medidas para aumentar a produção, formação de recursos humanos, e formação profissional têxtil; Este sector, sendo importante para o futuro do país, requeria uma intervenção integrada, através de um estudo de viabilidade para a criação de um Centro Nacional do *Tais Timor* (CNTT), tipo centro de competências, uma associação de produtores, de vendedores de instituições públicas e de cooperativas que concentrasse todas as actividades de investigação e desenvolvimento nos aspectos de promoção, criação, ensino e produção de *Tais Timor*.

Referências bibliográficas

Alola, (2002). *Traditional Crafts of Timor-Leste: A Marketing Overview*, Fundação Alola, Timor-Leste.

Churchil

DNE (2001^a)

DNE (2001b)

Haguenauer, L., Bahia, L.D., Castrol, P.F. de, Ribeiro, M.B. (2001). *Evolução das Cadeias Produtivas Brasileiras na Década de 90*. Texto para discussão nº 786, IPEA, abril.

IEMI. (2001). *Relatório Setorial da Indústria Têxtil Brasileira*. São Paulo: Instituto de Estudos e Marketing Industrial, Brasil Têxtil.

Silveira, H. S. (2015)....

UNDP (2002)

Ximenes, F. (2012). *O Tais Desde os Primórdios à Contemporaneidade*, Conferência 'Timor-Leste: Memórias e História da Antropologia', 4 Agosto, UNTL, Díli, <http://www.historyanthropologytimor.org/wp-content/uploads/2013/01/Ximenes-TAIS.pdf> (Acesso em 14 Dezembro 2014)

A qualidade do atendimento e a satisfação dos clientes no sector das telecomunicações em Timor-Leste

Marna Sarmento Baptista*

Cristina Marreiros*

Maria Raquel Lucas*

Resumo

A qualidade do atendimento dos serviços prestados, numa perspectiva da satisfação dos clientes, tem vindo a contribuir, cada vez mais, para o sucesso das organizações, seja para reter esses mesmos clientes, seja para conquistar novos, oferecendo vantagens em relação aos concorrentes. Clientes que se encontrem satisfeitos podem voltar novamente para usufruírem dos serviços prestados, assim como recomendar esse serviço a um amigo ou familiar. A presente investigação teve por objectivo conhecer a qualidade do serviço e a satisfação dos clientes da Timor Telecom, através de um questionário aplicado a uma amostra de clientes da Timor Telecom em Díli. Os resultados obtidos permitem concluir que os clientes estão satisfeitos, existindo quatro dimensões que constituem a oferta global da Timor Telecom, importantes para avaliação da sua satisfação, os produtos e serviços, a empresa no seu global, os funcionários e a loja.

Palavras-chave: Qualidade, Atendimento, Satisfação, Clientes, Telecomunicações

Introdução

A satisfação do consumidor é um conceito de marketing muito importante para a sustentabilidade das organizações e o bom atendimento ao cliente é um dos objectivos a ser perseguido, face ao forte ambiente concorrencial e à elevada instabilidade dos mercados. A procura constante de novas formas de actuação para se manterem competitivas representa uma oportunidade de oferecer uma vantagem em relação aos concorrentes e, assim, tentar conquistar a preferência dos clientes. A continuidade de uma organização depende da sua capacidade para inovar e encontrar formas de satisfazer as necessidades dos atuais e potenciais clientes, oferecendo-lhes produtos e serviços capazes de acrescentar valor (Kotler e Armstrong, 2013).

* (Mestre em Economia e Gestão Aplicadas, Timor Telecom, marna.sarmento@timortelecom.tl)

* (Departamento de Gestão e CEFAGE, Universidade de Évora, cristina@uevora.pt)

* (Departamento de Gestão e CEFAGE, Universidade de Évora, mrlucas@uevora.pt)

Proporcionar a satisfação a necessidades e desejos dos clientes em mercados diferenciados (Kotler, 2003, Kotler e Keller, 2006) é a essência do marketing. Dentro deste conceito, o marketing relacional procura desenvolver e manter um intercâmbio permanente com os clientes e abandonar as relações de curto-prazo (Gronroos, 2004, Gummesson, 2004). O propósito é a construção de ligações fortes e duradouras da empresa com os clientes a vários níveis. O seu surgimento está fundamentalmente ligado ao desenvolvimento da sociedade de informação e à consciência das limitações associadas a uma orientação transaccional em mercados saturados e altamente competitivos onde a vantagem já não está nos atributos do produto mas na satisfação dos clientes (Egan, 2003).

Definida de distintas formas, desde a avaliação total da performance suportada em todas as experiências (positivas e negativas) anteriores (Woodruff, 1997, Jones, Mothersbaugh, e Beatty, 2000), até ao grau com que o consumidor se sente realizado com as características proporcionadas pelo consumo ou utilização de uma determinada oferta (Marques, 2012), a definição de satisfação que mais prevalece é a proposta por Oliver (1980). Nesta, a satisfação do cliente é uma atitude ou uma avaliação que é formada comparando as expectativas do que iria receber de um produto/serviço, com as percepções de performance do que realmente recebe. Para Johnson (1995), a satisfação resulta simultaneamente de uma transacção específica (sendo um juízo avaliativo em relação a uma compra) e de um processo cumulativo, existindo dois tipos de satisfação, a transaccional associada a um a única transacção (Shankar et al, 2003) e a relacional que diz respeito a toda a experiência de consumo (Bouguerra e Mzoughi, 2011).

A qualidade e a satisfação do cliente são temas associados (Oliver, 1997) e um importante paradigma nos serviços, materializada numa importante renovação dos modelos de gestão, na liderança participada, na descentralização e desburocratização de procedimentos, no envolvimento a todos os níveis e no grau de satisfação dos funcionários e clientes e nos resultados face à sociedade (Soares, 2002). A qualidade é entendida como a diferença entre as expectativas dos clientes e as percepções que estes têm do produto ou serviço (Grönroos, 1984 e Parasuraman et al.1988) e um antecedente da satisfação do cliente (Oliver, 1993, Fornell et al., 1996, Hurley, 1998, Silva, 2009).

Segundo Carr e Littman (1992), a aposta na qualidade, vai desde a oferta de um melhor serviço, à diminuição nos gastos do orçamento e ao recrutamento e manutenção dos melhores funcionários. Neste contexto, a qualidade do atendimento aos clientes poder representar não apenas uma vantagem competitiva para a empresa mas também para os funcionários preservarem os seus postos de trabalho. Para Alves (2003), uma forma de perspectivar se uma determinada organização está a desempenhar bem a sua função garantindo a sua sustentabilidade é através da análise da satisfação dos seus clientes e da avaliação que estes fazem do serviço recebido e da forma como o mesmo é prestado. O conhecimento dos

factores que afectam a satisfação dos clientes é assim fundamental para as organizações. Permite delinear os planos de acção, tendo por base as percepções e expectativas dos clientes e criar ofertas de produtos e serviços à medida das necessidades dos mesmos.

Analisar a qualidade do atendimento e a satisfação dos clientes no sector das telecomunicações em Timor-Leste, é o principal objectivo do presente trabalho. Os objectivos específicos incluem efectuar uma ampla revisão bibliográfica sobre a importância da qualidade no atendimento ao cliente, conhecer a opinião dos clientes da Timor Telecom (TT) acerca da qualidade da prestação do serviço de atendimento, investigar o nível de satisfação dos clientes relativamente à prestação do serviço fornecido pela empresa que afectam a satisfação dos clientes da Timor Telecom e, identificar os factores que podem contribuir para a satisfação dos clientes no sector das telecomunicações em Timor-Leste.

1. Revisão da literatura

Qualidade no Atendimento

O conceito de atender significa, acolher com atenção, cortesia ou dar atenção (por exemplo a um cliente), prestando-lhes um serviço, escutando-o atentamente (Buarque, 2001). A qualidade no atendimento está, assim, relacionada com o desempenho da organização e com a percepção que dela os clientes têm, sendo função do líder incentivar os seus colaboradores a contribuírem para a prestação de um serviço ajustado às necessidades e expectativas dos clientes. Todos na empresa ou na organização devem fazer o melhor possível todos os dias e estarem altamente comprometidos para que o futuro seja brilhante (Moller, 2002).

Sendo o atendimento diferenciado ao cliente um dos propósitos de muitas organizações na actualidade, a qualidade do atendimento associada quer à forma como o colaborador faz o atendimento e satisfaz a expectativa do cliente quer como este o percebe e avalia a satisfação da sua expectativa, são factores fundamentais. Importa assim que os colaboradores tenham conhecimento da sua função e estejam interessados e conscientes da sua importância. Isto porque os esforços e o desempenho determinam a formação da percepção dos clientes sobre a qualidade dos serviços e, muitas vezes também, da qualidade pessoal (Moller, 2002). São as sensações de prazer ou desapontamento, resultantes da comparação do desempenho percebido de um produto ou serviço em relação às expectativas dos consumidores, que induzem a satisfação ou a insatisfação (Kolter, 2010).

Quando a empresa oferece um bom atendimento, o cliente reconhece o valor recebido por esse atendimento e geralmente fica satisfeito, mesmo quando a empresa não dispõe do serviço procurado. Daí que o valor percebido pelo cliente, é um tema estudado por diversos autores (Anderson et al, 1994, Ravald e Grönroos, 1996, McDougall e Levesque, 2000, Silva, 2009) como antecedente da satisfação,

incluindo as telecomunicações (Turel e Serenko, 2006). Desta forma, manter o foco no cliente e estabelecer com ele uma relação de confiança e credibilidade que permita reter os actuais e cultivar novos, são aspectos de gestão muito valorizados. Adicionalmente, também a gestão das reclamações e consideração das sugestões, a fim de corrigir possíveis erros que poderiam causar sérias consequências para a empresa (por exemplo, quebra de imagem negativa, afastamento de clientes e dificuldade em conquistar novos clientes), são fundamentais. Ter uma boa gestão de reclamações induz aumentos da satisfação do cliente e melhorias no funcionamento da organização (Ovenden 1995, Levesque e McDougall, 1996, Nyer, 2000, Johnston, 2001).

Segundo Kotler (2010), o atendimento ao cliente envolve todas as actividades que lhe facilitam o acesso às pessoas certas dentro de uma empresa para receberem serviços, respostas e soluções de problemas, de forma rápida e satisfatória. Para tal é necessário que o prestador do serviço conheça os requisitos básicos para um bom atendimento ao cliente em virtude da qualidade desse atendimento determinar o sucesso ou o fracasso de um negócio (Bogman, 2002).

O contacto de um funcionário com os clientes como um todo, influencia o relacionamento destes com a organização. Ou seja, o atendimento está directamente ligado aos negócios que uma organização pode ou não realizar, de acordo com suas normas e regras, estabelecendo dessa forma uma relação de dependência entre quem atende por parte da organização e o cliente (Carvalho, 1999). Os requisitos básicos para um bom atendimento ao cliente apresentam-se no Quadro 1. São eles, conhecer, ouvir, falar e perceber.

Quadro 1 – Requisitos Básicos do Bom Atendimento ao Cliente (Fonte: Marques, 1997)

Requisito	Explicação
Conhecer	As funções, a empresa, as normas e os procedimentos. O funcionário precisa ter conhecimento das suas funções dentro da empresa, como esta trabalha, quais são as normas a serem cumpridas e quais os procedimentos a adoptar para que seu trabalho seja bem-sucedido.
Ouvir	Compreender o Cliente. Não é possível atender o cliente, sem antes saber o que ele deseja. É necessário ouvir o que o cliente tem a dizer para estabelecer uma comunicação sem desgastes e sem adivinhações, para não correr o risco de o frustrar. <i>“Ouvir é ser sábio”</i>
Falar	Vocabulário simples, claro e objectivo. Depois de ouvir atentamente o cliente é necessário falar para estabelecer o processo de comunicação. Quando um funcionário transmite uma informação ao cliente, deve utilizar sempre uma linguagem adequada, evitando termos técnicos, siglas, gírias. Deve ser claro, objectivo, respeitando o nível de compreensão do cliente.
Perceber	O Cliente na sua totalidade. Os gestos, as expressões faciais e a postura do cliente são ricos em mensagens, que se percebidas auxiliarão na compreensão do mesmo. Sendo

as pessoas diferentes umas das outras, a percepção é um factor fundamental para o funcionário perceber as diferentes reacções e assim dispensar um tratamento individual e único a cada cliente.
--

O bom atendimento, para Kotler (2010), supõe criar um relacionamento com o cliente, escutar as necessidades do cliente, resolver os problemas rapidamente, conhecer bem os produtos e serviços oferecidos, evitar o “Eu não sei”, e, superar as expectativas do cliente. Já Marques (1997) considera existirem diversos factores que influenciam o atendimento ao cliente. São eles o stress, a resistência à mudança, a valorização profissional, a formação e treinamento, a liderança e, a qualidade de vida no trabalho (QVT), dentre outros.

Para Schermerborn et al. (2000), qualquer atitude ou comportamento que reflecte a falta de vontade de fazer ou apoiar uma mudança desejada - a resistência à mudança-, gera pouca flexibilidade na prestação do serviço e não melhora o desempenho. É contudo explicado do ponto de vista humano na medida em que geralmente os indivíduos são adversos a inovações e ao desconhecido reagindo com insegurança, e com um sentimento de ameaça à situação instaladas e vigente.

A valorização profissional leva os funcionários a aceitarem mais facilmente mudar comportamentos de atendimento indutores de melhoria de resultados financeiros e de imagem da organização perante a sociedade. Contudo, para tal, importa o perfil do líder e o desempenho da sua principal função que é a de incentivar os colaboradores a contribuírem para organização, a proporcionarem um ambiente saudável, a facilitar o entrosamento, bem como a facultar flexibilidade. Para Moller (2002), se todos os intervenientes de uma organização desempenhassem bem as suas funções o seu futuro não seria questionável. A importância do líder ter capacidade de influenciar os funcionários a adoptar uma atitude de melhoria contínua justifica o facto de o seu perfil ser um determinante do atendimento ao cliente.

A capacitação dos funcionários é outro factor fundamental ao atendimento do cliente. A qualificação induz segurança nos colaboradores e, conseqüentemente, o treinamento é considerado um factor influenciador do atendimento ao cliente, bem como da qualidade de vida no trabalho (QVT) por esta ser preponderante na melhoria do atendimento (Vasconcelos, 2006). Segundo o mesmo autor, QVT é um conjunto das acções desenvolvidas por uma empresa que integram a adopção de melhorias e inovações, de gestão, tecnológicas, de processos e, no ambiente de trabalho. Os programas de QVT favorecem os funcionários que se sentem mais dispostos a contribuir com a organização, melhorando o atendimento. Outro aspecto que influencia ainda no atendimento ao cliente é o stress, que deve ser reduzido ao mínimo. Actualmente o considerado adequado é o funcionário ao entrar na organização, torna-se um colaborador integrado e participativo, com direito a todos os sonhos de auto - estima e auto - realização. Factores como a segurança no trabalho, a remuneração, o salário e o ambiente deixaram de ser

motivos de importância exclusiva para a satisfação do trabalhador (Julião, 2009).

Quanto maior for o nível e qualidade do atendimento, da atenção voltada para o cliente, mais satisfatória será a relação entre este e a organização assim como em relação ao produto ou serviço (Kotler, 2010). Sobretudo em mercados dinâmico e muito competitivos, a estratégia de sobrevivência da empresa nestes ambientes deve estar orientada para a inovação tecnológica e de gestão numa orientação para o atendimento e satisfação do cliente (Miranda, 2007).

Satisfação e Qualidade nos Serviços

Segundo Kotler (2003 e 2010) a satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado do produto ou serviço, geralmente suportada na qualidade, em relação às expectativas do cliente. De acordo com Kotler, (2010), satisfação implica sempre ter em atenção o bom atendimento, mesmo em caso de reclamação. Isto porque um cliente cujas reclamações são resolvidas de modo satisfatório pode manter-se ligados à empresa de forma mais forte do que aquele que nunca ficou insatisfeito nem reclamou. Para Parker e Mathews (2001), a satisfação depende da percepção do cliente em relação ao desempenho do produto em comparação com suas expectativas, podendo ser vista como um processo e como um resultado. O Quadro 2 resume as principais definições do conceito de satisfação da literatura.

Quadro 2 – Definições de Satisfação dos Clientes (Fonte: Elaboração Própria)

Requisito	Explicação
<i>Howard e Sheth (1969)</i>	Satisfação é o estado cognitivo do cliente entre o sacrifício da compra do produto ou serviço e a recompensa recebida.
<i>Day et al. (1977)</i>	Satisfação é uma reacção de reconhecimento e avaliação das diferenças antes e depois do consumo.
<i>Churchill e Surprenant (1982)</i>	Satisfação é o resultado de uma comparação que o comprador faz das recompensas e custos da compra com as consequências antecipadas.
<i>Westbrook e Reilly (1983)</i>	Satisfação é um estado emocional agradável resultante do facto de um produto, serviço, loja ou acção do consumidor conduzir ou levar a empresa a alcançar os seus valores.
<i>Tse e Wilton (1988)</i>	Satisfação é uma resposta do consumidor à avaliação da discrepância percebida entre as expectativas anteriores (ou alguma norma de desempenho) e o desempenho efectivo do produto, tal como percebido depois do consumo.
<i>Hunt (1977)</i>	Satisfação resulta da avaliação de uma experiência de compra ou utilização, pelo menos tão boa como a esperada.
<i>Oliver (1997)</i>	Satisfação é uma avaliação de que a característica de um produto ou serviço, ou o produto ou serviço em si, forneceu (ou está a fornecer) um

	nível agradável de realização relacionada com o consumo, incluindo níveis de sobre realização ou subavaliação.
<i>Kotler (1991)</i>	Satisfação do cliente é a diferença entre o que os clientes reconhecem no desempenho do produto e as suas expectativas pessoais , que é função da cognição do desempenho e das expectativas.
<i>Zeithaml e Bitner (2003)</i>	Satisfação é a resposta ao atendimento do cliente . Trata-se da avaliação feita pelo cliente em relação a um produto ou serviço e o sentimento de contentamento decorrente do seu consumo ou uso.

Se o desempenho não corresponder às expectativas do cliente, o comprador ficará insatisfeito. Se corresponder às expectativas, ele ficará satisfeito. Se exceder às expectativas, ele ficará altamente satisfeito e encantado. Também pode ser definida como um julgamento avaliativo após uma escolha em relação a uma decisão de compra (Oliver, 1999, Churchill e Suprenant, 1992, Oliver e De Sarbo, 1988). Para Turel e Serenko (2006), no caso dos telefones móveis, a satisfação resulta fundamentalmente da diferença entre a experiência de uso real e a expectativa e valor percebido do serviço.

Detzel e Desatnick (1995) ressaltam que a satisfação do cliente, produzida por toda uma organização, departamentos, funções e pessoas, é o grau de felicidade experimentada por ele e um dos principais elementos para a fidelização. Sejam boas ou não, o cliente comunica as suas experiências a outros potenciais clientes, sendo este um factor relevante para o sucesso da empresa. Para Kotler (2010), os clientes satisfeitos compram novamente e contam aos outros suas boas experiências. Quanto aos clientes insatisfeitos, muitas vezes mudam para a concorrência e depreciam o produto aos outros.

Entre os clientes incluem-se compradores externos de bens e serviços da organização, fornecedores, a comunidade local, funcionários, gerentes e supervisores (e accionistas, se a organização for de capital aberto). Embora a satisfação plena dos clientes seja uma tarefa difícil, a verdade é que satisfazer e exceder as expectativas do cliente pode resultar em benefícios valiosos para a empresa seja por influenciarem o tipo e a extensão da procura (Hoffman et al., 2009) seja porque clientes satisfeitos compram mais produtos com mais frequência, sendo a possibilidade de perdê-los para a concorrência menor do que os clientes insatisfeitos (Hoffman et al., 2009). Para este autor, a organização não pode minimizar a importância da satisfação do cliente nem deixar de definir uma orientação estratégica no sentido da satisfação dos clientes para obter sucesso. Ter um bom produto não dá vantagem competitiva em virtude da ênfase direccionada ao produto ter sido substancialmente superada para um marco de referência que atesta a real qualidade do produto ou serviço prestado (Hoffman et al., 2009).

Segundo Las Casas (2008), um cliente satisfeito fiel a uma marca ou empresa, é um importante activo intangível da organização em virtude da sua acção ter efeitos, em média, em cinco outros próximos, sendo isso um excelente

multiplicador. Segundo Kotler (2003) clientes cujas reclamações são resolvidas de modo satisfatório tornam-se mais fiéis à empresa do que aqueles que nunca ficaram insatisfeitos.

Avaliar constantemente os níveis de satisfação dos clientes e valorizar a sua importância é essencial para uma organização. Contudo, estando a satisfação associada a sensações de prazeres ou desapontamentos resultantes da comparação de desempenho percebido de um produto ou serviço em relação às expectativas dos clientes, nem sempre as organizações que o fazem, conseguem a fidelização do cliente (Zeithaml e Bitner, 2003). Daí a temática da satisfação e da fidelização ser merecedora de muita atenção na literatura de marketing e objecto de diversos estudos e pesquisas embora nenhum ainda em Timor Leste, à excepção de um questionário realizado pelas Nações Unidas ao mercado de telecomunicações (UNMIT, 2011). Sobre este sector foram encontrados distintos autores e estudos realizados (Turel e Serenko, 2006, Samuel, 2006, Miranda, 2007, Kang et al, 2009, Bayraktar et al., 2012, Uddin e Akhter, 2012, Mohafez et al., 2012, Asghar et al, 2012 e, Liu et al, 2013). O estudo de Mohafez et al. (2012) por exemplo, para o mercado de Teerão, capital do Irão, encontra uma relação significativa e positiva entre as expectativas percebidas e outros factores como a qualidade percebida e o valor percebido.

No caso do sector das telecomunicações móveis, Samuel (2006), sugere às empresas que maximizem a satisfação do cliente e melhorarem o desempenho do negócio, assim como segmentem o mercado e adoptem estratégias orientadas aos diferentes segmentos de clientes. Mohafez et al. (2012) mostra a existência de alguma relação significativa e positiva entre as expectativas percebidas e outros factores, como a qualidade percebida e o valor percebido, desempenhando a satisfação do cliente um papel importante na manutenção da actual quota e na absorção de novos clientes.

Bayraktar et al (2012), usando uma abordagem DEA (data envelopment analysis), no mercado de telecomunicações emergente da Turquia confirma ser mais caro atrair novos clientes do que manter os existentes. Uddin e Akhter (2012) num estudo sobre os factores que influenciam a satisfação do cliente com os telefones móveis no Bangladesh, concluiu ter o valor percebido um papel mediador entre a qualidade, a equidade e a satisfação.

Os estudos sobre a satisfação seguem fundamentalmente duas abordagens (Johnson, 2001), uma que os considera uma transacção específica e, outra, como um processo cumulativo. Adicionalmente, Vilares e Coelho (2005) adicionam à primeira abordagem da satisfação, um prognóstico avaliativo pós-compra e, na segunda, uma avaliação global baseada no conjunto da experiência de compra e de consumo de um produto ou serviço, ao longo do tempo.

A abordagem da satisfação como um processo cumulativo é mais enriquecedora. Fornece um melhor indicador do desempenho do serviço com base no passado, presente e futuro. Trata-se de uma avaliação global da experiência do cliente, até ao presente, com um fornecedor de um produto ou serviço, em vez de uma avaliação específica de um produto ou serviço num dado momento. Outra vantagem importante desta abordagem é a sua maior capacidade de previsão do desempenho económico, uma vez que a tomada de decisão dos clientes se assenta no conjunto das suas experiências e não apenas numa transacção específica ou num dado momento (Johnson, 2001).

De acordo com as teorias psicológicas e sociais, a avaliação da satisfação pelos clientes é justificada por sentimentos pessoais de equidade na troca, de desconfirmação entre os desejos e os resultados obtidos, de preferências individuais, de comparações sociais e de outros fenómenos mais ou menos complexos o que leva a diferenças de atitudes entre os consumidores (Williams et al., 1998).

2. Metodologia

A metodologia usada no da satisfação dos clientes no sector das telecomunicações em Timor Leste, operacionalizado na principal operadora do mercado, a empresa Timor Telecom S.A., cuja principal actividade é o sistema de telefonia móvel, fixa e internet, foi a descritiva. Segundo Nasir (1988), este método cria um retrato da situação ou evento que fornece uma conexão entre os fenómenos, responde a questões de investigação, faz previsões e retira implicações dos problemas analisados, propondo pistas para a sua solução.

A investigação envolveu procura de informação, primária e secundária, criadora de conhecimento acerca da realidade estudada. Na recolha de informação secundária foi realizado um amplo levantamento bibliográfico, através da pesquisa de artigos científicos, dissertações e teses, manuais, livros, revistas, bases bibliográficas e outros documentos. Sobre a realidade timorense, pouco se tem publicado ou está disponível, sendo apenas de evidenciar o inquérito sobre comunicação e os media, realizado em 2010 pelas Nações Unidas (UNMIT, 2011). A informação primária que permitiu realizar a análise empírica foi obtida através da aplicação presencial de um questionário estruturado a uma amostra de conveniência (não probabilística) de 100 clientes da Timor Telecom residentes na cidade de Díli. Esta foi posteriormente analisada com recurso a métodos de estatística descritiva e multivariada (análise factorial).

3. Análise e discussão dos resultados

A maioria dos clientes inquiridos têm entre 20 e 50 anos, são homens, funcionários públicos, de origem timorense, com nível de escolaridade superior e um rendimento superior a \$1000 mensais.

Quanto à satisfação com a TT, a maioria está satisfeita ou pouco satisfeita sendo os níveis de satisfação são mais elevados com a amabilidade dos funcionários e os mais baixos relativamente ao conhecimento dos funcionários. O nível de satisfação com a qualidade dos produtos e serviços da TT é também médio. Os níveis de insatisfação são especialmente elevados nas solicitações de avarias e no serviço de internet, seguindo-se a informação oral. A satisfação com aspectos globais da TT, nomeadamente as instalações, revela níveis levados. A maioria está pouco satisfeita ou insatisfeita com a forma como as reclamações são tratadas, bem como pelo interesse demonstrado pela empresa em resolver o problema e, com o tempo de resposta aos problemas colocados e, com os serviços de Call Center.

Na análise factorial inicialmente realizada incluíram-se todos os itens, a partir dos quais se gerou uma solução com quatro factores baseada na derivação dos factores de acordo com o critério de valores próprios. Neste modelo, as comunalidades de todos os itens está acima de 0,5 (Quadro 3) demonstrando que o conjunto de factores originados explicava uma boa proporção da variância de todos os itens. No Quadro 4, a correlação dos dados, demonstrada pelo teste de Bartlett ($\text{sig} = .000$) e sustentada pelo valor do índice de KMO, que foi de 0.26, pode, segundo Silvério (2003), ser considerada com “Bom”.

Quadro 3 – Comunalidades dos Itens da Escala de Satisfação (Fonte: Output do SPSS)

Comunalidades	
Horário de Funcionamento	,749
Espaço de Atendimento	,751
Espaço de Espera	,758
Funcionários Amáveis	,791
Conhecimento dos Funcionários	,745
Tempo de Resposta	,591
Informação Oral	,610
Documentos Emitidos	,589
Serviço Móvel	,741
Serviço Internet	,724
Serviço Fixo	,702
Solicitações Avaria	,648
Instalações da Timor Telecom	,709
Materiais Associados	,769
Serviço de Call center	,608
Tratamento de Reclamação	,756

Interesse em resolver problema do Cliente	,676
Prazo de Resposta	,716

Quadro 4 – Teste KMO e de Bartlett da Escala de Satisfação (Fonte: Output do SPSS)

KMO and Bartlett's Test		
KMO Measure of Sampling Adequacy.		,726
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	866,924
	Df	153
	Sig.	,000

A decisão quanto ao número de factores a reter na solução final foi fundamentada nos valores próprios e na variância explicada e, conforme pode ser verificado no Quadro 5, foram retidos quatro factores.

A fim de explicar as saturações ambíguas a solução foi rodada através do método Varimax e obteve-se a solução final apresentada no Quadro 5. Neste modelo os quatro factores explicam aproximadamente 70% da variância das 18 variáveis iniciais, um valor bom, em ciências sociais, segundo Silvério (2003).

Quadro 5 – Modelo de Análise Factorial da Satisfação (Fonte: Output do SPSS)

Itens	Componente			
	1	2	3	4
a) a) Horário de Funcionamento	,010	,187	,840	,092
b) Espaço de Atendimento	-,022	-,095	,813	,286
c) Espaço de Espera	,241	,368	,746	-,090
d) Funcionários Amáveis	,064	,866	,170	,088
e) Conhecimento dos Funcionários	,111	,852	,077	-,001
f) Tempo de Resposta	,558	,449	,280	,015
g) Informação Oral	,565	,522	,109	,082
h) Documentos Emitidos	,506	,476	,272	,180
i) Serviço Móvel	,855	-,072	,061	,044
j) Serviço Internet	,806	,181	,114	,172
k) Serviço Fixo	,723	-,248	,339	,063
l) Solicitações Avaria	,536	,314	-,319	-,400
m) Instalações da TT	,395	-,095	,369	,638
n) Materiais Associados	,086	,358	-,002	,796
o) Serviço de Call center	,390	,377	-,330	-,453
p) Tratamento de Reclamação	,709	,464	-,179	-,075
q) Interesse em resolver problema do Cliente	,662	,463	-,122	,088
r) Prazo de Resposta	,691	,471	-,086	-,101
Rótulos	Produtos	Funcionários	Loja	Empresa

Valores Próprios	6,625	3,038	1,877	1,096
Alfa de Cronbach	0,900	0,823	0,781	0,303
Variância (%)	36,8	16,9	10,4	6,1
Variância Acumulada (%)	36,8	53,7	64,1	70,2

Conforme esperado, a solução factorial extraiu os factores pela ordem de importância, com o Factor 1 a ter o valor mais elevado de variância explicada (37%) e o Factor 4 o valor mais baixo (6%). O alfa de Cronbach dos quatro primeiros factores foi, respectivamente, de 0,9, 0,82, 0,78, e 0,3. Estes valores indicam que a fiabilidade interna dos primeiros quatro factores é boa para um estudo exploratório em ciências sociais. No entanto, o Factor 4 possui um valor baixo de alfa Cronbach, caracterizando uma fiabilidade interna pobre, o que pode ser justificada por se tratar da última subescala e, consequentemente, ter uma percentagem de variância explicada relativamente pequena.

Desta forma, enquanto se pode afirmar que este modelo de factores demonstram uma boa adaptação global aos dados e a cada variável, a fiabilidade interna do Factor 54 poderia ser melhorada, com o objectivo de melhor qualificar o factor. Marreiros (2005) afirma que possivelmente a melhor forma de alcançar tal melhoramento é através da adição de itens que possam ajudar a medir esta dimensão da satisfação.

Pela análise do Quadro 5 pode ver-se que o Factor 1 está fortemente correlacionado com as afirmativas “f”, “g”, “h”, “i”, “j”, “k”, “l” e “p, “q”; “r”. Estes itens estão relacionados com a satisfação dos consumidores relativamente aos vários serviços e produtos oferecidos pela Timor Telecom, desde o serviço fixo às reclamações. Sendo assim, este factor pode ser identificado como a dimensão “Produtos”. Assim pode concluir-se que todos os produtos e serviços oferecidos pela Timor Telecom fazem parte da mesma dimensão, independentemente de serem pagos ou não, oferecidos presencialmente ou à distância. É ainda importante salientar que é este factor que mais contribui para explicar a variância dos níveis de satisfação dos clientes.

O Factor 2 está fortemente associado às afirmações “d e “e”, que estão ligadas directamente às características dos funcionários que traduzem a sua capacidade, o que para os consumidores é um factor determinante da sua satisfação com os serviços. Os itens “g”, “h” e “f”, apesar de terem o seu peso mais elevado no factor 1, também têm um peso significativo nesta dimensão do modelo. Uma vez que estes itens estão relacionados com as interacções dos funcionários com os clientes, nomeadamente no seu tempo de resposta e na informação fornecida eles também são considerados na interpretação deste factor. Assim, o Factor 2 foi denominado como “Funcionários” e traduz a importância destes para a satisfação com a Timor Telecom.

As afirmativas “a”, “b” e “c” estão correlacionadas directamente com questões referente às instalações das lojas da Timor Telecom agruparam-se no Factor 3 que

por isso foi designado por “Loja”. Assim a Loja, onde os clientes têm grande parte das interações com a empresa são o terceiro factor mais importante para explicar a satisfação dos respondentes.

Finalmente os itens “m” e “n” representando as questões referentes às evidências físicas da empresa no seu todo estão fortemente relacionados com o Factor 4. O item “o” – serviços de Call Center - está também associado a este factor, embora com menos peso e de forma negativa. Assim este factor foi denominado empresa e representa os aspectos ligados menos directamente ao contacto presencial com o público e que são vistos pelos respondentes como ligados à empresa de forma global. Este é o factor menos importante para explicar a variabilidade na satisfação dos clientes.

Em síntese, os resultados da análise factorial indicam que, para os consumidores da Timor Telecom existem quatro dimensões importantes para avaliação da sua satisfação com a qualidade Timor Telecom. Os respondentes agrupam a sua avaliação da satisfação nas várias dimensões que constituem a oferta global da Timor Telecom, desde os seus produtos e serviços, à empresa no seu global, passando pelos funcionários e pela loja.

Conclusões

A satisfação do consumidor representa um dos maiores conceitos do marketing relacional que tem vindo, de forma consensual, a ser considerado um desenvolvimento fundamental para a manutenção de uma relação duradoura e reciprocamente proveitosa e satisfatória para os clientes e uma organização.

Contudo, enquanto a satisfação dos clientes em relação à maioria dos bens físicos e serviços têm sido bem explorado na literatura académica, existe pouca pesquisa sobre esses factores em relação aos serviços de telecomunicações e nenhuma ainda realizada em Timor Leste, à excepção do presente trabalho e de um outro, ambos de âmbito académico. Este estudo, é assim, um pequeno contributo para aumentar o conhecimento neste domínio ao procurar conhecer a perspectiva dos clientes acerca da qualidade da prestação do serviço de atendimento.

A qualidade no atendimento ao cliente para uma empresa prestadora de serviços é de fundamental importância tanto para os clientes como para a própria organização caso pretenda posicionar-se em conquistar, manter ou aumentar, o seu espaço num mercado competitivo como é o das telecomunicações. Este é o caso da TT que embora tendo conquistado o mercado, necessita cada vez de o manter e, eventualmente, de aumentar sobretudo face à recente liberalização do mercado ocorrida em Timor Leste.

A revisão da literatura sobre a temática da satisfação dos clientes, foi essencial para melhorar o conhecimento na temática em estudo, embora alguns pela

proximidade de procedimentos metodológicos ou de abordagem ao tema tenham sido mais importantes.

A opinião dos clientes da TT acerca da qualidade da prestação do serviço de atendimento é, de uma forma geral, positiva, mostrando-se estes satisfeitos quanto ao atendimento das suas necessidades. No entanto, é de reconhecer a impossibilidade de atingir a máxima satisfação de todos os clientes, pois as pessoas são diferentes e necessitam de um atendimento diferenciado ou até mesmo de alguns privilégios. Em geral, a satisfação com os aspectos globais da TT são mais elevados do que os relativamente a produtos. Existe maior satisfação quanto às instalações e os materiais associados do que com o horário de atendimento, o espaço e os funcionários. Maior satisfação está relacionada com a amabilidade dos funcionários e menor, com o nível de conhecimento dos funcionários. Os níveis de insatisfação são especialmente elevados com os serviços de Call Center e com o tratamento de reclamações e o interesse e tempo na resolução do problema. Os clientes muitos satisfeitos com as rede fixas e móveis representam uma dimensão reduzida. De todos os itens avaliados, as reclamações são as que têm pior qualidade na perspectiva dos respondentes.

São quatro as dimensões subjacentes à satisfação dos clientes, por ordem de importância, produtos, funcionários, loja e empresa. Nos produtos, o factor que mais contribui para explicar a variância dos níveis de satisfação dos clientes e que reúne os itens relacionados a todos os serviços e produtos oferecidos aos clientes. Permite concluir que todos os produtos e serviços oferecidos pela TT fazem parte da mesma dimensão, independentemente de serem pagos, oferecidos, obtidos presencialmente ou à distância. O factor ligado directamente às características dos funcionários, nomeadamente a sua capacidade, a interacção e, o tempo de resposta na informação fornecida e à empresa, traduz a importância destes para a satisfação com a TT. As instalações das lojas da TT onde os clientes têm grande parte das interacções com a empresa, são importantes para explicar a satisfação dos respondentes. As evidências físicas da empresa no seu todo, é o factor menos importante que os restantes, talvez por estar menos directamente ligadas ao contacto presencial com o público. É de reter que as referidas quatro dimensões que melhor explicam a satisfação dos clientes da TT são exactamente aquelas onde os níveis de insatisfação são mais elevados.

Bibliografia

- AAKER, D., KUMAR, V., DAY, G. (2001). Pesquisa de Marketing. São Paulo, Atlas.
- ALVES, H. (2003). “Uma abordagem de marketing à satisfação do aluno no ensino universitário público: índice, antecedentes e consequências”, Tese de Doutoramento em Gestão, Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- ANDERSON, E.W., FORNELL, C., LEHMANN, D.R. (1994), “Customer

- satisfaction, market share, and profitability: findings from Sweden", *Journal of Marketing*, Vol. 58, July, pp. 53-66.
- ANTÓNIO, Nelson (2003). *Estratégia Organizacional – Do posicionamento ao movimento*, Lisboa: Sílabo .
- ASGHAR, Afshar Jahanshahi, ALIREZA, Mirzaie, AMIN, Asadollahi (2012). "Mobile Commerce beyond Electronic Commerce: Issue and Challenges", *Asian Journal of Business and Management Sciences*, Vol. 1 No. 2: 119-129.
- BAYRAKTAR, E., TATOGLU, E., TURKYILMAZ, A., DELEN, D., ZAIM, S.- (2012). "Measuring the efficiency of customer satisfaction and loyalty for mobile phone brands with DEA", *Expert Systems with Applications* 39 (2012) 99–106.
- BLACKWELL, R. D., MINIARD, P. W., ENGEL, J.F. (2006). *Consumer Behavior*, 10th Edition, Forth Worth, The Dryden Press.
- BOUGUERRA, A., MZOUGH, M. N. (2011). "Relationship Marketing: The Forgotten Consumer". *International Journal of Business and Social Science*, 2 (6).
- BUARQUE, A. (2001). *Mini Dicionário*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- CARR, David K., LITTMAN, Ian D. (1992). *Excelência nos serviços públicos: gestão da qualidade total na década de 90*. Rio de Janeiro: Quality Mark.
- CARVALHO, Pedro C. (1999). *Administração Mercadológica*. 1 ed. Campinas: Alínea.
- CERVO, A. L., BERVIAN, P. A. (1983). *Metodologia Científica*. 3a Ed., São Paulo, McGraw-Hill.
- CHURCILL, G.A, SURPRENANT, C. (1982). "An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction", *Journal of Marketing Research*, vol.19,no.1,pp.491-504.
- CHURCILL, G.A, SURPRENANT, C. (1992). "An investigation into the determinants of customer satisfaction", *Journal of marketing research*, 19, Nov, pp. 491- 504.
- COBRA, Marcos. (2001). *Estratégias de Marketing de Serviços*. São Paulo: Editora & Marketing.
- DETZEL, Denis H., DESATNICK, Robert L. (1995). *Gerenciar bem é manter o cliente*. São Paulo: Pioneira.
- DRUCKER, P. (1995). "Conheça quem não é seu cliente e descubra os novos mercados". *Folha Management*, São Paulo, 1995, p.1-4.
- EGAN, John (2003). "Back to the future: divergence in relationship marketing research", *Marketing Theory*, 3 (1), 145-57.
- GIANESI, Irineu G.N., CORRÊA, Henrique Luiz (1996). *Administração estratégica de serviços*. São Paulo, Atlas.
- FORNELL, C., JOHNSON, M. D., ANDERSON, E. W., Cha, J., BRYANT, B. E.

- (1996). "The American Customer Satisfaction Index: Nature, purpose, and findings". *Journal of Marketing*, 60(4), 7–18. - 58 –
- FREEMANTLE, David (1999). *What Customers Like About You: Adding Emotional Value for Service Excellence and Competitive Advantage*. Nicholas Brealey Publishing, 310 p.
- GRÖNROOS, Christian (1984). "A service quality model and its marketing implications". *European Journal of Marketing*. 18(4), 36–44.
- GRÖNROOS, Christian (2004). "The Relationship Marketing Process: Communication, Interaction, Dialogue, Value", *Journal of Business and Industrial Marketing*, 19, 2, 99-113.
- GUMMESSON, Evert (2004). "Return on Relationships (ROR): The Value of Relationship Marketing and CRM in Business-to-Business Contexts", *Journal of Business and Industrial Marketing*, 19, 2, 136-48.
- HAIR, J.F., ANDERSON, R.E., TATHAM, R.L., BLACK, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. 5a Ed, International. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall Internacional.
- HOFFMAN, K.D., BATESON, J.E.G., IKEDA, A.A., CAMPOMAR, M.C. (2009). *Princípios de Marketing de Serviços – Conceitos, Estratégias e Casos*. Tradução da 3a Edição Norte-Americana. CENGAGE Learning.
- HUNT, K.H. (1977). "Customers Satisfaction /Dissatisfaction- Overview and Future Directions", in Hunt, K. H. *Conceptualization and Measurement of Customer Satisfaction and Dissatisfaction*, Marketing Science Institute, Cambridge,MA,pp.71-109.
- HURLEY, F., (1998), "Customer Service Behaviour in Retail Settings: A Study of the Effect of Service Provider Personality", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26 (2), 115-127.
- JOHNSTON, R. (2001). "Linking complaint management to profit", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 12, No. 1, pp. 60 – 69.
- JOHNSTON, R. (1997). "Identifying the critical determinants of service quality in retail banking: importance and effect" *International Journal of Bank Marketing*.14 (4), 111-116.
- JOHNSTON, R., CLARK, G. (2001). *Service Operations Management*. Prentice-Hall, Harlow, UK.
- JONES, M.A., MOTHERSBAUGH, D.L., BEATTY, S.E. (2000). "Switching barriers and repurchase intentions in services". *Journal of Retailing* 76(2), 259-74.
- JULIÃO, T. F. (2009). "Qualidade de Vida no Trabalho: Um estudo de caso realizado no Colégio Sete de Setembro". Monografia. Curso de Administração. Faculdade Sete de Setembro – FASETE. Paulo
- KANG, Jian, ZHANG, Xin, ZHENG, Zhao-hong (2009). "The relationship of customer complaints, satisfaction and loyalty: Evidence from China's mobile phone industry", *China-USA Business Review*, Volume 8, No.12 (Serial No.78), Dezembro, USA.

- KERIN, R.A., HARTLEY, S.W., BERKIWITZ, E.N., RUDELIUS (2007), W., Marketing, 8o edição, São Paulo: Mc- Graw-Hill
- KOTLER, Philip (1991). "Marketing Management Analysis" Planing, and Control, pp.41-54.
- KOTLER, Philip. (2003). Administração de Marketing. São Paulo: Prentice Hall.
- KOTLER, P., ARMSTRONG, G. (2013), Principles of Marketing. 15 ed., Prentice Hall.
- KOTLER, P. (2010). Marketing para o Século XXI. Tradução de Saul Barata – 6aed. Lisboa, Editorial Presença.
- KOTLER, P., KELLER, K. L., (2006). Administração de Marketing. 12rd ed. Pearson/Prentice Hall.
- LAS CASAS, A. Luzzi (2008). Administração de vendas. 8a Edição, S Paulo.
- LEBOEUF, Michel (1996). Como conquistar clientes e mantê-los para sempre. São Paulo: Harbra.
- LEVESQUE, T., MCDOUGALL, G. H. G. (1996). "Determinants of customer satisfaction in retail banking". International Journal of Bank Marketing, 14(7), 12-20.
- LI, H., YE, Q., LAW, R. (2012). "Determinants of Customer Satisfaction in the Hotel Industry: An Application of Online Review Analysis". Asia Pacific Journal of Tourism Research. 1-19.
- LIU, Wen-Long, JANG, Hyeong-Yu, JANG, Y. (2013). "Factors Affecting Consumer's Perceived Advertising Value and Attitude toward Mobile Advertising: Focus on Company-factors and Consumer-factors", Asian Journal of Business and Management Sciences, Vol. 3 No.2: 44-55.
- MALHOTRA, Naresh. K. (2011), Pesquisa de Marketing, 6a ed., Bookman, Brasil.
- MCDOUGALL, H.G., LEVESQUE, T (2000). "Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation", Journal of Services Marketing, Vol., 14 No. 5, pp. 392-410.
- MARQUES, Fábio (1997). Guia prático da qualidade total em serviços. São Paulo: APMS, 1ed.
- MARQUES, Alzira (2012). Marketing Relacional – como transformar a fidelização de clientes numa vantagem competitiva. Lisboa: Edições Sílabo; 1o edição.
- MARREIROS, C. (2005). "Consumers' Perceptions of and Attitudes to Beef: A Study of Labelled Beef in Portugal". Thesis of Doctor in Philosophy, University of Newcastle.
- MATTAR, F. N. (2014). Pesquisa de Marketing: Metodologia, Planejamento, Execução e Análise, 7a ed., São Paulo: Editora Atlas, 482 pp.
- MIRANDA, Claudia M. (2007). "Qualidade do Serviço e Satisfação do Cliente.

- Caso Vodafone”. Dissertação de Mestrado em Marketing, Universidade Católica Portuguesa, Centro Regional do Porto, Faculdade de Economia e Gestão.
- MOLLER, C. (2002). O lado humano da qualidade: maximizando a qualidade de produtos e serviços através do desenvolvimento das pessoas. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- MOHAFEZ, Hamed, MIRABI, Vahidreza, KHEYRI, Bahram (2012). “Effective factors on mobile phone customer satisfaction “. *Management Science Letters* 2 (2012) 1011–1016, Growing Science.
- NASIR, M. (1988). *Metode Penelitian*. Gahlia Indonesia. Jakarta.
- NYER, P. U. (2000). “An investigation into whether complaining can cause increased consumer satisfaction”, *Journal of Consumer Marketing*, 17:1 , 9-19
- OLIVER, R. L. (1980). “A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions”. *Journal of Marketing Research*.17(4), 460–469.
- OLIVER, R. L. (1993). “Cognitive, affective and attribute bases of the satisfaction response”, *Journal of Consumer Research*, Vol. 20, December, pp. 418-30.
- OLIVER, R. L., DE SARBO, W.S. (1988), Response determinants in satisfaction judgments, *Journal of Consumer Research* 14(4), 495-507.
- OLIVER, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Singapore: McGraw Hill.
- OLIVER, R. L. (1999), Whence consumer loyalty?, *Journal of Marketing* 63(Special Issue), 33-44
- OVENDEN, A., (1995). “Keep your customers happy and your competition will slowly fade away”, *The TCM Magazine*, Vol. 7 No. 1, pp.46-49.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V.A . e BERRY, L. L . (1985). “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”. *Journal of Marketing*. New York: American Marketing Association.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V.A., BERRY, L.L. (1988).“SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 64, Spring, pp. 2-40.
- PARASURAMAN, A., BERRY, L.L., ZEITHAML, V.A. (1991). “Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale”, *Journal of Retailing*, Vol. 67, Winter, pp. 420-50.
- PARKER, C., MATHEWS, B. (2001). “Customer Satisfaction: Contrasting Academic and Consumers Interpretations”. *Marketing Intelligence & Planning*, vol. 19, n.o 1, pp. 38-44.
- PORTER, Michael. (2000). “A nova era da estratégia”. *HSM Management*, São Paulo, edição especial, mar./abr.
- RAVALD, A., GRÖNROOS, C. (1996). “The value concept and relationship marketing”, *European Journal of Marketing*, Vol. 30 No. 2, pp. 19-30.
- REIS, E., Moreira, R. (1993). *Pesquisa de Mercados*. Edições Sílabo. Lisboa.

- RUKHSANA, G. REHMAN, G.I, NIAZ, A. B. (2012). “Determinantes of Customer Satisfaction and Retention in Commercial Banks of Pakistan”, *Asian Journal of Business and Management Sciences*, Vol. 2 No. 1: 107-112.
- SAMUEL, Eniola (2006). “Customer Satisfaction in the Mobile telecommunications industry Nigeria”, Master of Business Administration (MBA).Blekinge Institute of Technology, Department of Management, Ronneby, Suécia.
- SCHERMERBORN, J. R. (2000). *Fundamentos do comportamento organizacional*. 2 ed. São Paulo: Atlas.
- SCHIFFMAN, L. G., KANUK, L. L. (2010). *Consumer Behavior*, Prentice Hall, 10th Edition.
- SHANKAR, V., SMITH, A. K., RANGASWAMY, Arvind (2003). “Customer satisfaction and loyalty in online and offline environments”. *International Journal of Research in Marketing*. 20, 153–175.
- SILVA, Sheila (2009). “Satisfação e Qualidade como Factor de Vantagem Competitiva dos Serviços de Call Center: Criação e validação de um instrumento de medição da satisfação dos consumidores”, Dissertação de Mestrado em Gestão, especialização em Marketing, Universidade de Évora, Portugal.
- SILVA, Sheila, MARREIROS, Cristina G. SOUSA, António (2011). “Determinantes da satisfação dos consumidores nos serviços de callcenter: um estudo empírico com consumidores brasileiros”. *Af-Revista PMKT*.12-23.
- SILVÉRIO, M. C. C. (2003). “Pesquisa de Marketing”. *Publicações Universidade de Évora, Ciências Económicas e Empresariais*, no 11. SOARES, V. (2002). *A cultura organizacional e seus componentes*. Charles Cultura (eds), Brasil.
- SOLOMON, Michael, BAMOSSY, Gary, ASKEGAARD, Soren (2009). *Consumer behaviour: an European perspective*, 4th edition, Prentice Hall.
- TUREL, O., SERENKO, A. (2006).”Satisfaction with mobile services in Canada: An empirical investigation”, *Telecommunications Policy* 30:314–331.
- TSE, D.K., WILTON, P.C. (1988). “Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension,” *Journal of Marketing Research*, pp.204-212.
- TSCHOHL, John, FRANZMEIER, Steve (1996). *A Satisfação do Cliente – como alcançar a excelência através do serviço ao cliente*. São Paulo: Makron Books.
- UDDIN, Mohammed B., AKHTER, Bilkis (2012). “Customer Satisfaction in Mobile Phone Services in Bangladesh: a survey research”, *Management & Marketing*, volume X: 1.
- UNMIT – United Nations Integrated Mission in Timor-Leste (2011). “Timor-Leste Communication and Media Survey”, Dili, June
- WESTBROOK, R., REILLY, M.D. (1983). “Value- percept disparity: an alternative to the disconfirmation of expectations theory of consumer

- satisfaction”, in Bagozzi, R.P. and Tybout, A.M. (Eds), *Advances in Consumer Research*, Association for Consumer Research, Ann Arbor, MI, pp. 256- 61.
- WING, M. J. (1998). *Como Falar com seus Clientes: o guia da Arthur Andersen*. Rio de Janeiro: Campus.
- WHITELEY, R. (1995). “Ouvir o cliente é o melhor”. *Management*, São Paulo, p. 1-4
- WILLIAMS, B., COYLE, J., HEALTY, D. (1998). “The meaning of patient satisfaction: an explanation of high reported levels”, *Social Science and Medicine*, Vol. 47, pp. 1351-9.
- WOODRUFF, Robert b. (1997). “Customer value: The next source for competitive advantage”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol 25, Issue 2, pp 139-153.
- VASCONCELOS, A. F. (2008). *Qualidade de Vida no trabalho: Origens, evolução e perspectiva*. São Paulo, v. 08, no1, p.24-35, março.
- VILARES, M. J., COELHO, P. S. (2005). *A Satisfação e Lealdade do Cliente: Metodologias de Avaliação, Gestão e Análise*. Lisboa, Escolar Editora.
- ZEITHAML, V.A., PARASURAMAN, A., BERRY, L.L. (1990). *Delivering Quality Service*, The Free Press, New York, NY.
- ZEITHAML, V.A., BITNER, M.J. (2003), *Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente*, 2.ed. Porto Alegre: Bookman.

Webgrafia

<http://www.jornaldenegocios.pt/>

<http://www.jornal.gov.tl>

<http://asia.stevieawards.com>

<http://www.timortelecom.tl>

Igualdade, desigualdade e desenvolvimento humano em Timor-Leste

Augusto Mendonça*
Maria Leonor da Silva Carvalho*
Maria Conceição Rego*

Resumo

Timor Leste é um dos mais jovens países do mundo. É um território onde, não obstante as riquezas naturais que possui e a possibilidade de registar níveis elevados de crescimento económico, a população ainda se confronta com carências em muitos sectores fundamentais, como sejam infraestruturas básicas, acesso à saúde, à educação, ao trabalho entre outros, e ainda com uma grande desigualdade em termos de distribuição do rendimento, e que são os principais responsáveis pelas assimetrias existentes em termos de desenvolvimento humano. O combate a estas assimetrias encontra-se subjacente à construção democrática do país, envolvendo a participação da população, através de diversos mecanismos.

O objetivo foi analisar as assimetrias na distribuição dos benefícios decorrentes do desenvolvimento humano, caracterizando o acesso à saúde, ao trabalho, à educação, e as infraestruturas básicas existentes.

Para concretizar este objetivo, utilizou-se uma metodologia descritiva, de corte transversal, passando pela descrição da situação atual através da recolha de dados primários, obtidos a partir de inquérito por questionário especificamente elaborado para o efeito e aplicados a uma amostra, que contemplava a população urbana e a população rural. Os dados secundários necessários à pesquisa foram provenientes da revisão da literatura realizada sobre a temática em estudo.

A análise dos resultados revelou diferenças significativas entre as populações rurais e urbanas, nomeadamente a nível do rendimento, das condições de vida, das habilitações literárias e do conhecimento do português, da ocupação profissional, identificando por isso um problema de desigualdade entre as duas populações.

Palavras-chave: Desigualdade, Desenvolvimento Humano, Igualdade, Timor-Leste

* UNTL, Timor-Leste, augustomendonca@rocketmail.com

* Universidade de Évora, Portugal, ICAAM, leonor@uevora.pt

* Universidade de Évora, Portugal, CEFAGE, mcpr@uevora.pt

1. Enquadramento

A economia mundial, cada vez mais complexa e assimétrica, tem vindo a ser analisada em função dos problemas de desigualdade económica e de desenvolvimento que lhe são associados (Ammendola, 2011). Muitas vezes as análises incidem no PIB e, noutras, vão para além disso, levando em consideração o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) como forma de medir outras formas de progresso, tais como a educação e a saúde (Ammendola, 2011). Wilkinson e Pickett (2009), comparando sociedades com menores disparidades de rendimentos, argumentam que as sociedades igualitárias têm um desempenho melhor em termos de problemas sociais. Os mesmos autores afirmam ainda que maiores diferenças entre ricos e pobres induzem mais violência, taxas de nascimentos entre adolescentes mais elevadas, maior obesidade, níveis de confiança mais baixos, níveis mais baixos de bem-estar infantil, menos bem-estar da comunidade e número mais elevado de presos, ou seja características que revelam níveis globais de qualidade de vida frágeis.

A análise da igualdade e desigualdade é complexa sobretudo pela dificuldade de recolha de informação (que varia muito no tempo e no espaço) e, pelos inúmeros métodos que podem ser utilizados na sua análise (Silber, 1999; Lall et al., 2007; Cowell, 2011) mas também, pela sua dimensão multidisciplinar (Ammendola, 2011). Para Milanovic (2011), há a desigualdade entre indivíduos pertencentes à mesma Nação, a desigualdade que se observa quando se estabelece uma comparação entre países e, a desigualdade entre cidadãos do mundo (Milanovic 2011). Desigualdades no acesso e no nível de educação e qualificação, na saúde, na distribuição do rendimento, a existência de infra-estruturas básicas, a diferença entre o rural e o urbano e o nível de industrialização, são alguns dos factores a ter em consideração (Milanovic 2011).

O nível de desigualdade económica de um país é uma variável extremamente importante em termos políticos, pelo que se torna pertinente compreender quais os factores que podem contribuir para a continuidade dessas desigualdades (Carmo e Cantante, 2015). Deste modo, segundo Carmo e Cantante (2015), a análise da redistribuição do rendimento - o que deverá ser da responsabilidade do Estado - é um dos principais aspectos a levar em conta quando se trata de mitigar o fenómeno das desigualdades económicas.

As políticas sociais e de redistribuição procedentes dos vários sectores do estado social têm como objectivo primordial a redução das desigualdades económicas e sociais e o conseqüente alargamento e aprofundamento das oportunidades de melhoria da qualidade de vida. Relativamente a Timor Leste, sendo um dos mais jovens países do mundo, e um território onde, não obstante as riquezas naturais que possui e a possibilidade de registar níveis elevados de crescimento económico, a população ainda se confronta com carências em muitos sectores fundamentais, como sejam infraestruturas básicas, acesso à saúde, à

educação, entre outros, e ainda com uma grande desigualdade em termos de distribuição do rendimento, e que são os principais responsáveis pelas assimetrias existentes em termos de desenvolvimento humano. Assim, conhecer a situação dos timorenses ao nível da igualdade e desigualdade, ou seja, a respeito das assimetrias existentes, em particular nos sectores sociais, tem importância ao nível da economia, da sociedade e do desenvolvimento humano e da política.

Uma das características associada com a desigualdade na distribuição de rendimentos é a pobreza. Existem inúmeras evidências que a desigualdade e a pobreza levam ao baixo crescimento e o crescimento mais baixo resulta em pobreza (e desigualdade). Países com altos níveis de desigualdade têm baixo crescimento, o que por sua vez leva à perpetuação da pobreza. Políticas para melhorar a igualdade e o crescimento devem passar por diminuir a pobreza, aumentar a equidade e acelerar o crescimento.

De acordo com Lundberg e Squire (1999), pobreza e desigualdade não podem ser confundidos. A pobreza mede o bem-estar de uma família ou de um indivíduo, comparando-o com um padrão existente. A desigualdade mede a distribuição do bem-estar dentro de uma sociedade, descreve uma distribuição relativa. Deste modo, uma sociedade pode ser totalmente igualitária, mesmo que todos os seus membros sejam pobres, mas pode ser altamente desigual, apresentando pouca ou nenhuma pobreza.

Este trabalho que agora apresentamos, além desta Introdução está organizado da seguinte forma: a secção 2 apresenta uma perspectiva sobre o território de Timor Leste e distritos em estudo, a secção 3 explicita a metodologia subjacente a este estudo e na secção 4 apresentam-se os principais resultados alcançados. O trabalho termina com uma secção de considerações finais.

2. Uma perspectiva sobre o território de Timor-Leste e distritos em estudo

A intervenção militar de Portugal em Timor-Leste, no começo do século XX, transformou os reinos que existiam e que correspondiam à autoridade e divisão administrativa tradicionais, em comandos militares que mais tarde se transformaram nos atuais distritos. Estes encontram-se divididos em subdistritos, que por sua vez se dividem em sucos e, finalmente, em aldeias. Atualmente, Timor-Leste tem 13 distritos, 65 subdistritos, 445 sucos e 2225 aldeias (DGE 2013).

No país podem encontrar-se cerca de 32 línguas locais, sendo os grupos linguísticos mais importantes em termos de população Tetum (36,6%), Mambae (12,5%), Makasae (9,7%), Tetun Terik (6,0%), Baikenu (5,9%), Kemak (5,9%) e Bunak (5,3%). Há duas formas de organização familiar, uma patrilinear que existe na maior parte do território e outra matrilinear em regiões onde predominam os grupos etnolinguísticos Tetum-Terik, Búnaque e Galoli (Narciso e Henriques 2014).

A população de Timor-Leste é muito jovem, sendo a média de idades de 18,4 anos. A taxa de crescimento da população entre 1916 e 2006 é notória (Henriques et.al. 2014), diminuindo e pode ser de 3,15% em 2007 para 2,7% em 2012 (DGE 2013). Em 2013, a esperança média de vida era de 67,5 anos. Timor Leste conta com uma população residente de 1.180.069 pessoas em 2013, (INE, 2015), sendo que destes cerca de 280 mil habitantes residem na capital, Dili.

Os dados oficiais e estudos já realizados a este respeito (DGE, 2012 e Mendonça, 2015, por exemplo) permitem concluir que o distrito de Díli é o que tem maior número de alunos (50045) e de professores (1254) a nível de ensino básico, embora não seja este o distrito com maior número de escolas, apenas 8 % das escolas (96 escolas). O distrito com maior número de escolas deste nível de ensino é o de Baucau (14%). O distrito de Ainaro apresenta valores relativamente baixos em cada um destes itens: alunos (6%), professores (5%) e escolas (7%). No total, o país tem, no ensino básico 303396 alunos, em 1268 escolas onde leccionam 8732 professores. Em relação ao ensino secundário também é Díli o distrito com o maior número de alunos (16134) maior número de professores (360) e maior número de escolas (21) Também neste nível de ensino, o distrito de Ainaro apresenta valores muito baixos: alunos (4%), professores (4%) e escolas (5%). O país, no seu conjunto, tem 41717 alunos no ensino secundário, que frequentam 78 escolas sob a orientação de 1258 professores (dados para 2012). Passando ao ensino secundário técnico para 2012, encontra-se um padrão idêntico aos outros níveis de ensino, mas aqui o distrito de Díli ainda se destaca mais relativamente aos outros distritos com 2673 alunos, 115 professores e 4 escolas. No distrito de Ainaro não existe este nível de ensino, o mesmo acontecendo no distrito de Manatuto. No total o país tem, neste nível de ensino, 5889 alunos, em 17 escolas, onde leccionam 310 professores.

Relativamente ao número de alunos por professor, em cada nível de ensino e por distrito, o nível de ensino com o maior número médio de alunos por professor é o básico (35), seguido do secundário (33) e finalmente o secundário técnico (19). A nível de ensino básico o distrito que apresenta maior número de alunos por professor é Ermera (48) logo seguido por Díli (43). Ainaro também apresenta um número acima da média (39). No ensino secundário, o maior número de alunos por professor é também no distrito de Ermera (52), seguido por Díli com 45. O distrito de Ainaro situa-se na média (33). Finalmente, para o ensino secundário técnico, continua a ser Ermera o distrito com maior número de alunos por professor (162), situando-se Díli na 3ª posição com 23 alunos. O distrito de Ainaro não tem este nível de ensino. Em média, o país tem 35 alunos por professor no ensino básico, 33 no ensino secundário e 19 no ensino secundário técnico. Estes indicadores permitem que, em geral, a taxa de escolarização no ensino básico em 2011 fosse de 91,6% e a taxa de escolarização no ensino secundário de 94,4% em 2013 (INE, 2015).

Em termos de saúde, verifica-se a existência de 764 estabelecimentos de saúde públicos, e apenas 41 privados. Baucau é o distrito com maior número estabelecimentos de saúde públicos (12%), seguido de Ermera e Bobonaro com 10% cada um, vindo Díli a seguir com 7%. No entanto, Díli detém o maior número de estabelecimentos privados (22%), contra 20% em Ermera e só 5% em Baucau. Ainaro apresenta 7% dos estabelecimentos de saúde privados. Díli é o distrito melhor equipado em termos de pessoal de saúde, com 44% dos médicos, 32% das enfermeiras e 25% das parteiras. Já Ainaro apresenta dos menores números deste pessoal de saúde (3% dos médicos, 3% das enfermeiras e 5% das parteiras), embora disponha de um número de estabelecimentos de saúde dentro da média. No total, o conjunto do país dispõe de 293 médicos, 820 enfermeiras e 426 parteiras. Estes dados são corroborados com outros de síntese que informa da existência de 0,5 médicos por 10000 habitantes sendo que a taxa de mortalidade infantil ainda permanece em 46 por mil.

Os dados disponíveis (DGE, 2012 e Mendonça, 2015) mostram que a população urbana tem menos acesso à água potável do que a rural (63% contra 71%). Este é também o padrão que se verifica para o distrito de Díli, com 69% da população urbana com acesso à água potável e 86% da população rural. Este padrão muda quando se analisam os distritos de Aileu e de Ainaro. O distrito de Aileu é o que apresenta maior acesso à água potável na população urbana (82%) contra 76% na população rural. Em Ainaro, 79% da população urbana tem acesso à água potável e na rural isso só se verifica para 54% da população, valor abaixo da média.

Em termos económicos, importa destacar que a economia era baseada no ciclo do sândalo até meados do século XIX, no ciclo do café até ao começo do século XXI, e desde 2006 pelo ciclo do petróleo. As exportações além do petróleo são quase exclusivamente dominadas pelo café. Em 2011, o sector do petróleo representava 77% do PNB e os outros produtos 23%.

A estrutura produtiva de Timor-Leste assenta sobretudo no petróleo e na agricultura, perspectivando-se também o desenvolvimento do turismo. A população é maioritariamente rural (75%) e depende de algum tipo de atividade agrícola para a sua sobrevivência. O desenvolvimento rural, baseado na agricultura e nas atividades agro-alimentares, pode reduzir a pobreza dos residentes e melhorar a segurança alimentar do país. Em termos de agricultura, pode dizer-se que é uma agricultura de subsistência, com níveis de produção e de produtividade baixos, e muitos agricultores não possuem qualificações para o desenvolvimento de uma atividade empresarial. Cerca de 63% das famílias estão envolvidas na agricultura. Timor –Leste exporta anualmente 12,5 mil toneladas de café, o que corresponde a 80% das exportações não petrolíferas, sendo que cerca de 50 mil famílias dependem desta cultura para o seu sustento. O país é o maior produtor de café orgânico do mundo. As populações mais pobres dependem da floresta como fonte de alimento, combustível, forragem, medicamentos e material de construção. O

bambu é muito abundante e é usado para vários fins: cestos e tecelagem, habitações e canais de irrigação.

Apesar do país possuir recursos marítimos ricos, a contribuição do sector das pescas para a produção e rendimento nacional é reduzida porque a maior parte da atividade é tradicional, feita em pequenos barcos junto da costa.

O território timorense tem um potencial apreciável de recursos naturais, como o ouro, cobre, manganês, prata e crómio. Entre os minerais não metálicos encontram-se os calcários, o mármore e o fósforo. O petróleo e o gás natural são os recursos naturais, em exploração, com o valor económico mais significativo, sendo a economia de Timor-Leste considerada muito dependente do petróleo.

Tabela 1 – Índice de desenvolvimento humano e suas componentes em 2013

IDH	Esperança de Vida à Nascimento (Anos)	Média de anos de escolaridade (Anos)	Anos de Escolaridade Esperados (Anos)	RNB/capita (2011PPC\$)	População que vive abaixo da linha de pobreza (%)	Coefficiente de Gini (2007)
0,62	67,5	4,4	11,6	9.674	49,9	0,319

Fonte: PNUD (2014); World Bank (2015)

Os dados mais recentes e respeitantes ao ano 2013 mostram que o IDH assume, em Timor-Leste, o valor 0,620, o que coloca o país na posição 128 no conjunto de 187 países analisados (Tabela 1). Este IDH para Timor-Leste cresceu 33,4% entre 2000e 2013. Verifica-se também um coeficiente de Gini, para 2007, de 0,319, o que traduz um relativo equilíbrio na distribuição do rendimento entre os residentes do país.

3. Metodologia

O estudo foi desenvolvido nos distritos de Díli, sub-distritos Nain feto, Dom Aleixo, Vera Cruz, Cristo Rei, Atauro e Metinaro; e em Ainaro, sub-distritos Hatoudo, Ainaro, Hatubuilico e Maubisse. A escolha destes locais de pesquisa foi feita com base no conhecimento que o investigador possui das áreas, e prendeu-se com a necessidade de comparar uma zona urbana com uma zona rural. A escolha foi também feita com o acordo dos líderes locais e do governo local, que desde logo aceitaram a proposta de pesquisa apresentada pelo investigador.

A escolha dos indivíduos para a aplicação do questionário foi feita por conveniência, baseando-se na indicação dos chefes dos sucos e aldeias, pertencentes aqueles distritos e subdistritos, que detêm um bom conhecimento sobre as populações.

O método de pesquisa utilizado foi o método descritivo. Este método, tendo como objectivo criar uma imagem dos fenómenos reais observados com atenção

voltada para os problemas que ocorrem, baseia-se na recolha de dados, sua análise e interpretação dos resultados através de testes estatísticos (Silva, 2004).

A área de amostragem foi selecionada intencionalmente entre outras possíveis, de forma a garantir o confronto entre uma área urbana e uma área rural. Os Distritos escolhidos para realização dos questionários foram Díli e Ainaro. Os distritos foram escolhidos por serem do conhecimento do autor e reunirem as características necessárias ao estudo.

O instrumento escolhido para a recolha de dados primários foi o inquérito por questionário, realizado em diversos sucros, dos distritos de Díli e de Ainaro e respectivos subdistritos. Para a sua concretização foram aplicados inquéritos a 200 respondentes no distrito de Díli e outros 200 no distrito de Ainaro.

Após a realização dos questionários, o trabalho de tratamento dos mesmos efetuou-se com recurso ao programa estatístico *SPSS®* (versão 22), envolvendo as seguintes fases: 1) Criação de ficheiro de dados; 2) Inserção de dados; 3) Realização da análise estatística; e, 4) Interpretação dos resultados obtidos.

4. Análise e discussão dos resultados

4.1 Caracterização socio-económica dos inquiridos

Foram aplicados 400 questionários de forma equitativa, em dois distritos de Timor-Leste: um urbano (Díli) e outro rural (Ainaro). No Distrito de Díli, os sub-distritos inquiridos foram Nain Feto, Dom Aleixo, Vera Cruz, Cristo Rei, Atauro e Metinaro. Em Ainaro, os sub-distritos foram Hatoudo, Ainaro, Hatubuilico e Maubisse.

Os inquiridos eram na maioria homens, 73% no distrito de Ainaro e 75% em Díli. A maioria dos inquiridos tem idades compreendidas entre os 31 e os 50 anos (62%), e 91% dos inquiridos tem mais de 31 anos. Quanto ao estado civil dos inquiridos, predomina o casado com 94% para Díli e 89% para Ainaro.

No que respeita ao nível de escolaridade dos inquiridos, no Distrito de Díli domina o nível superior (39%), logo seguido do ensino secundário com 32%. Sem escolaridade apenas 7% dos inquiridos. Já no Distrito de Ainaro, domina o ensino secundário (31%), seguido do ensino primário com 28%. O nível superior é de cerca de metade relativamente a Díli, e o nível de escolaridade menos representado entre os inquiridos deste distrito é o ensino pré-secundário (7%).

Verificou-se a presença de 13 grupos étnicos entre os inquiridos de Díli, sendo o Mambae o mais representativo (50% dos inquiridos). Também em Ainaro, o grupo étnico Mambae é o mais representativo dos 3 existentes (79%).

Quanto ao número de membros da família, em Díli, dominam as famílias com 4 a 6 membros em Díli (46%) e 7 a 9 membros (39,5%), e em Ainaro dominam as famílias com 7 a 9 membros (41,5%) e 4 a 6 membros. Cada casa de família no distrito de Díli tem, em média 6,4 membros no agregado familiar, e em Ainaro tem,

em média, 5,8 membros de família. Os distritos não são significativamente diferentes relativamente ao número de membros do agregado familiar ($p\text{-value}>0,05$).

Relativamente ao conhecimento da língua Portuguesa, apenas 13% dos inquiridos fala bem, distribuindo-se igualmente pelos 2 distritos. No distrito de Díli, 24% fala razoavelmente e em Ainaro apenas 14%. A maior parte dos inquiridos tem um conhecimento incipiente do português (43%). Em Díli, 19% dos inquiridos não sabe português, aumentando esta percentagem para 31% no distrito rural. Os distritos são significativamente diferentes relativamente aos conhecimentos de língua portuguesa ($p\text{-value}<0,05$).

4.1.2 Condições de Vida dos Inquiridos

Os inquiridos apresentam diferentes condições de habitação, consoante vivam no Distrito de Díli ou no de Ainaro (Mendonça, 2015). Em Díli o tipo de habitação dominante é a casa com condição permanente (27%), estando a casa mais simples representada com apenas 4%. Já em Ainaro, a casa meia parede é a dominante com 38%, e o tipo de casa permanente ou semi-permanente corresponde apenas a 16% dos inquiridos. Os distritos são significativamente diferentes relativamente ao tipo de habitação ($p\text{-value}<0,05$).

A maioria dos inquiridos já tem energia eléctrica, 96% em Díli e 52% em Ainaro. O painel solar também é muito utilizado em Ainaro com 39% dos inquiridos a usarem este tipo de luz. Uma pequena parte da população do Distrito de Ainaro ainda usa o lampião (4%), o Petromax (4%) e o Gerador (2%). Os distritos são significativamente diferentes relativamente ao tipo de energia utilizado ($p\text{-value}<0,05$).

A água canalizada é dominante em casa (58%) no Distrito de Díli, sendo a água de nascente a fonte menos utilizada (2%). Já para o Distrito de Ainaro, as fontes de água mais utilizadas são a água nascente (48%) e a água canalizada (37%). O poço e o poço mais fontenário representam, cada um, 1% dos inquiridos. Os distritos são significativamente diferentes relativamente à fonte de água utilizada ($p\text{-value}<0,05$).

No Distrito de Díli quase todos os respondentes utilizam a água com tratamento (98%). Em Ainaro, embora a maioria dos inquiridos refira que consome água tratada (59%), ainda existem 41% que a consomem sem tratamento. Os distritos são significativamente diferentes relativamente ao tratamento da água ($p\text{-value}<0,05$).

Para a grande maioria dos inquiridos de Díli (71%) o lixo é recolhido através de colecta domiciliária, 17% dos inquiridos queimam ou enterram o lixo. Em Ainaro não se verifica recolha do lixo através de colecta domiciliária, mas a maioria dos inquiridos (51%) joga o lixo na superfície da terra, queima-o ou

enterra-o e apenas 4% joga o lixo na superfície da terra. Os distritos são significativamente diferentes relativamente ao destino dado ao lixo doméstico ($p\text{-value}<0,05$).

Em Díli, a energia utilizada para cozinhar pode ser, maioritariamente, lenha (46,5%) ou querosene (42,5%), sendo que a lenha é obtida através da compra (69%) ou da apanha (31%). Em Ainaro, a energia utilizada para cozinhar é quase totalmente proveniente da lenha (99,5%) que é toda apanhada por estes utilizadores.

Os bens relacionados com o bem-estar dos inquiridos foram classificados em 3 grandes grupos, meios de transporte, cozinha e telecomunicações. Nos meios de transporte estão incluídos a mota e o carro, na cozinha estão o fogão e o frigorífico e nas telecomunicações estão o rádio, a TV e o computador. Estes grandes grupos deram origem a um conjunto de subgrupos constituídos pelas várias combinações destes grupos.

Os distritos de Díli e de Ainaro são significativamente diferentes relativamente à posse de bens ($p\text{-value} <0,05$). Assim, no distrito de Díli, 58% dos inquiridos possui bens de cada um dos grupos, 13,5% possui mota e ou carro e rádio e ou TV. No distrito de Ainaro, 38% dos inquiridos possui rádio e ou TV e 26,5% tem mota e ou carro e rádio e ou TV. Em Ainaro apenas 8,5% dos inquiridos possui bens de todos os grupos.

Em relação às refeições que tomadas em cada um dos Distritos verifica-se que em Díli, 87% dos inquiridos faz 3 refeições diárias distribuídas por Mata-bicho, Almoço e Jantar; 13% dos inquiridos faz também 3 refeições mas distribuídas por Mata-bicho, Pequeno almoço e Jantar. Em Ainaro é esta última distribuição de refeições diárias a mais frequente com 56% dos respondentes, sendo que 35% fazem Mata-bicho, Almoço e Jantar. As diferenças são significativas entre distritos ($p\text{-value}<0,05$). Os inquiridos dos 2 distritos consideram, maioritariamente, a alimentação que fazem como suficiente.

A totalidade dos inquiridos em Díli diz que os meses em que há mais falta de alimentos são Outubro, Novembro, Dezembro e Janeiro, enquanto que nem todos os inquiridos de Ainaro, 92%, indicam apenas estes meses, e estas diferenças são significativamente diferentes ($p\text{-value}<0,05$). Também relativamente aos meses de maior abundância os inquiridos de Díli estão todos de acordo relativamente aos meses de Março a Agosto, mas os inquiridos de Ainaro têm outras opiniões além destes meses, e estas diferenças são significativamente diferentes ($p\text{-value}<0,05$).

O destino dado aos alimentos em excesso também apresenta algumas diferenças entre os 2 distritos. Em Díli 54% dos inquiridos armazena os alimentos em excesso e 39% armazena e oferece. Em Ainaro, 39% responderam que armazenam, oferecem ou vendem, 26% simplesmente armazena, enquanto 17% armazena e vende. Estas diferenças são significativamente diferentes ($p\text{-value}<0,05$) entre os distritos.

4.2 Discussão dos resultados em função do Rendimento dos inquiridos

4.2.1 Relação entre Rendimento e Variáveis Sociais

Espera-se que exista uma relação entre o rendimento e variáveis tais como o distrito de residência, a idade, a educação, o número de membros do agregado familiar, tipo de casa, origem da água consumida.

A análise do rendimento monetário das famílias, permite verificar que 51% dos inquiridos do distrito de Díli e 37% do de Ainaro têm rendimento entre 501 e 1000 USD. No distrito de Ainaro, há 35% dos inquiridos com rendimento inferior a 500 USD. Existem diferenças significativas entre os rendimentos monetários dos dois distritos ($p\text{-value} < 0,05$)

Relativamente à idade dos inquiridos, a Tabela 2 mostra que esta relação não é significativa, $p\text{-value} > 0,05$, pelo que não se pode dizer que os inquiridos mais velhos obtenham maior rendimento. Verifica-se que os inquiridos na faixa etária intermédia (30-49 anos) estão, maioritariamente, na classe de rendimento mais elevada (67,2%). Os inquiridos mais novos encontram-se na sua maioria na classe de rendimento mais baixa (12,3%) e os indivíduos mais velhos situam-se, em maior número, na classe de rendimento entre os 1001 e os 1500 USD (41,4%).

Tabela 2- Relação entre rendimento mensal dos inquiridos e idade (Fonte: Mendonça, 2015)

Rendimento médio mensal	Classes de idade (anos)			Total	χ^2	p-value
	<30	30-49	>=50			
<500	12,3%	59,4%	28,3%	100,0%	8,839	0,183
501-1000	9,1%	65,7%	25,1%	100,0%		
1001-1500	10,3%	48,3%	41,4%	100,0%		
>1500	4,9%	67,2%	27,9%	100,0%		

Verifica-se que o nível de educação influencia o rendimento dos inquiridos ($p\text{-value} < 0,05$) (Tabela 3). Os inquiridos com rendimentos mais elevados têm o ensino superior (42,6%), o mesmo acontecendo no escalão de rendimento logo abaixo (1001-1500 USD) (44,8%). Na classe de rendimento mais baixo predominam os indivíduos com o ensino primário (34%). 37,7% dos indivíduos com rendimento entre 501-1000 têm o ensino secundário.

Tabela 3. Relação entre o Nível de Educação e o Rendimento Mensal (Fonte: Mendonça, 2015)

Rendimento médio mensal	Nível de escolaridade					Total	χ^2	p-value
	Sem escolaridade	Ensino primário	Ensino pré-secundário	Ensino Secundário	Ensino superior			
<500	27,4%	34,0%	12,3%	20,8%	5,7%	100,0%	81,068	0
501-1000	10,9%	13,7%	9,1%	37,7%	28,6%	100,0%		
1001-1500	1,7%	15,5%	5,2%	32,8%	44,8%	100,0%		
>1500	4,9%	13,1%	9,8%	29,5%	42,6%	100,0%		

Com base na Tabela 4, o número da familiares que os inquiridos sustentam não influencia o rendimento dos mesmos, $p\text{-value} > 0,05$. Os níveis de rendimento mais elevados correspondem a famílias com agregados familiares com 4 a 6 elementos (44,35). No escalão mais baixo do rendimento, estão as famílias com 7 a 9 elementos.

Tabela 4 - Relação entre o Número de Familiares e o Rendimento Mensal
(Fonte: Mendonça, 2015)

Rendimento médio mensal	Classes de familiares que sustenta				Total	χ^2	p-value
	<4	4-6	7-9	>9			
<500	19,8%	34,9%	37,7%	7,5%	100,0%	15,521	0,078
501-1000	9,7%	44,6%	42,3%	3,4%	100,0%		
1001-1500	3,4%	44,8%	44,8%	6,9%	100,0%		
>1500	11,5%	44,3%	36,1%	8,2%	100,0%		

Verifica-se que o nível de conhecimentos de língua portuguesa influencia o rendimento dos inquiridos ($p\text{-value} < 0,05$) (Tabela 5). Os inquiridos com rendimentos mais elevados falam bem (31,1%).No escalão de rendimento logo abaixo (1001-1500 USD), 36,2% dos indivíduos tem um conhecimento incipiente do português. Na classe de rendimento mais baixo também predominam os indivíduos com conhecimento incipiente do português (48,1%), o mesmo acontecendo no nível de rendimento entre os 501-1000 USD (46,3%).

Tabela 5 – Relação entre o Nível de Língua Portuguesa e o Rendimento Mensal (Fonte: Mendonça, 2015)

Rendimento médio mensal	Nível da Língua Portuguesa				Total	χ^2	p-value
	Nao sabe	Incipiente	Fala razoavel	Fala bem			
<500	43,4%	48,1%	8,5%	0,0%	100,0%	74,986	0,000
501-1000	21,7%	46,3%	21,1%	10,9%	100,0%		
1001-1500	6,9%	36,2%	31,0%	25,9%	100,0%		
>1500	18,0%	32,8%	18,0%	31,1%	100,0%		

Relativamente ao tipo da casa verifica-se que existe uma relação significativa entre a condição da casa e o rendimento, $p\text{-value} < 0,05$. Verifica-se que inquiridos com maiores rendimentos apresentam casas permanentes e de qualidade (39,3%), assim como os rendimentos entre 1001 e 1500 USD (37,9%), enquanto os mais pobres apresentam casas de meia parede (47,2%) (Tabela 6). Os inquiridos com rendimentos entre os 501 e os 1000 USD têm cas de tijolo sem reboco e piso (36%) e casa de meia parede (24,6%).

Tabela 6 - Relação entre o Tipo de Casa e o Rendimento Mensal (Fonte: Mendonça, 2015)

Rendimento médio mensal	Tipo de residência						Total	χ^2	p-value
	Casa de bambu	Casa meia parede	Casa de tijolo, sem reboco e piso	Casa de tijolo, com reboco e piso	Casa permanente de boa qualidade	Outro			
<500	22,6%	47,2%	14,2%	6,6%	6,6%	2,8%	100,0%	111,116	0,000
501-1000	7,4%	24,6%	36,0%	21,1%	9,7%	1,1%	100,0%		
1001-1500	3,4%	13,8%	24,1%	20,7%	37,9%	0,0%	100,0%		
>1500	4,9%	21,3%	18,0%	16,4%	39,3%	0,0%	100,0%		

Tabela 7 - Relação entre o Tipo de Água e o Rendimento (Fonte: Mendonça, 2015)

Rendimento médio mensal	Tipo de Água				Total	χ^2	p-value
	Água de nascente e ou ribeira	Poço e ou Fontenário	Canalizada	Água de nascente e canalizada			
<500	36,8%	17,9%	34,0%	11,3%	100,0%	29,031	0,004
501-1000	27,4%	16,0%	47,4%	8,6%	100,0%		
1001-1500	17,2%	5,2%	67,2%	10,3%	100,0%		
>1500	26,5%	14,8%	47,3%	18,0%	100,0%		

Dos inquiridos mais pobres, 36,8% têm acesso à água da nascente ou da ribeira e 34% a água canalizada. Nas outras classes de rendimento predomina o acesso à água canalizada (Tabela 7). Estas diferenças significativas, com um p -value =0,004.

4.2.2 Relação entre Rendimento e sua Origem

O rendimento monetário dos inquiridos dos dois distritos tem várias origens, que vão desde o trabalho assalariado à venda de produtos agrícolas. Agruparam-se as várias origens em 8 grandes grupos: venda de produtos agrícolas, trabalho assalariado, comércio, outro, venda de produtos agrícolas e trabalho assalariado, venda de produtos agrícolas e comércio, venda de produtos agrícolas e trabalho assalariado e comércio, trabalho assalariado e comércio. O cruzamento destes grandes grupos ou classes de proveniência do rendimento monetário com as classes desse mesmo rendimento monetário mostra que a venda de produtos agrícolas é feita maioritariamente (56%) pelos inquiridos da classe de rendimento mais baixa.

O trabalho assalariado é mais importante (54,5%) para a classe de rendimento entre os 501 e os 1000 USD, bem como o comércio (59%), a venda de produtos agrícolas e comércio (59,1%) e o trabalho assalariado e comércio (40%). O conjunto das 3 atividades (venda de produtos agrícolas, trabalho assalariado e comércio) tem grande importância (66,7%) para a classe de rendimento mais elevada.

Quanto à origem do rendimento monetário por distrito (Tabela 8), verifica-se que, para 47,5% dos inquiridos de Díli, o rendimento monetário é proveniente do trabalho assalariado, 15% do trabalho assalariado e comércio, 14,5 % da venda de produtos agrícolas e 10% só do comércio. Em Ainaro, 35,5% dos inquiridos diz que o seu rendimento monetário provém da venda de produtos agrícolas, 20% do comércio, 13% do trabalho assalariado e 10,5% da venda de produtos agrícolas e trabalho assalariado. Existem diferenças significativas entre as origens dos rendimentos monetários dos dois distritos ($p\text{-value}<0,05$).

Tabela 8 – Origem do Rendimento Monetário dos inquiridos por distrito
(Fonte: Mendonça, 2015)

Origem do Rendimento Monetário	Distrito		p-value
	Dili	Ainaro	
Venda de Produtos Agrícolas	14,5%	35,5%	0,000
Trabalho Assalariado	47,5%	13,0%	
Comércio	10,5%	20,0%	
Outro	6,5%	5,0%	
Venda de Produtos Agrícolas e Trabalho Assalariado	1,5%	10,5%	
Venda de Produtos Agrícolas e Comércio	4,0%	7,0%	
Venda de Produtos Agrícolas e Trabalho Assalariado e Comércio	,5%	4,0%	
Trabalho Assalariado e Comércio	15,0%	5,0%	
Total	100,0%	100,0%	

O rendimento agrícola dos inquiridos pode ter duas origens: venda de produtos vegetais e ou venda de produtos animais. Para 35% dos inquiridos, o rendimento agrícola provém da venda de produtos vegetais e animais, 14% só vendem produtos vegetais e 17% só vendem produtos animais, enquanto 35% dos inquiridos não tem rendimento agrícola.

Analisando a proveniência de rendimento agrícola por Distrito, verifica-se que apenas 21% dos inquiridos do Distrito de Díli vendem produtos vegetais e 28% vendem produtos animais. Para Ainaro, a venda de produtos agrícolas é feita por 76,5% dos inquiridos e a venda de produtos animais por 74,5% dos inquiridos. Os dois distritos são significativamente diferentes quanto à origem do rendimento agrícola, quer da venda de produtos vegetais, quer da venda de produtos animais ($p\text{-value}<0,5$), diferença esta bem patente nas origens e percentagens anteriores.

Para o conjunto dos dois distritos, a venda de batata constitui a mais importante origem do rendimento agrícola (51% dos inquiridos). Analisando por distrito, em Díli o produto vegetal mais importante é o milho (10%). Em Ainaro é o café (57%) o produto mais importante, seguindo-se o milho (54%), as batatas (51%) e as hortícolas (51%).

Para o conjunto dos dois distritos, os porcos e as galinhas são os mais vendidos, 33% e 32%, respectivamente. Para os distritos, em Díli as cabras e os búfalos são os mais vendidos (16% cada um) e em Ainaro os porcos representam 58% das vendas e as galinhas (53%).

4.2.3 Autoconsumo e consumo de produtos

Para fazer a análise do autoconsumo, vegetal ou animal, suas relações, e comportamentos nos dois distritos em estudo, dever-se-á começar por perguntar quem é o responsável por alimentar a família (Tabela 9). Para os dois distritos esta responsabilidade compete a ambos, homem e mulher, em 80% dos casos em Díli e em 75% dos casos em Ainaro. As diferenças são significativas ($p\text{-value}<0,05$).

Tabela 9 – Responsável por alimentar a família (Fonte: Mendonça, 2015)

Responsável por alimentar família	Distrito		<i>p-value</i>
	Dili	Ainaro	
Homem	12,5%	14,0%	0,000
Mulher	7,5%	11,0%	
Ambos	80,0%	75,0%	
Total	100,0%	100,0%	

O autoconsumo pode ser de produtos vegetais (arroz, café, milho, batata, mandioca, hortícolas), de produtos animais (galinhas, porcos, cabras, vacas, búfalos) ou de ambos os tipos de produtos. O autoconsumo de produtos vegetais é feito por 54% dos inquiridos, enquanto o dos animais é feito por 51% dos inquiridos. O autoconsumo de produtos vegetais e animais é feito por 38% dos respondentes, enquanto 33% diz que não faz autoconsumo.

Analisando o autoconsumo por distrito, o autoconsumo de produtos vegetais é feito maioritariamente em Ainaro (85%) enquanto em Díli apenas 22% dos inquiridos faz autoconsumo de produtos vegetais.

O autoconsumo de produtos animais apresenta o mesmo padrão do dos produtos vegetais, com 81% dos respondentes em Ainaro e 21% em Díli a fazerem autoconsumo de produtos animais. As diferenças entre distritos, quer relativamente ao autoconsumo de produtos vegetais quer do de produtos animais, são significativas, com $p\text{-value} < 0,05$.

O rendimento monetário é gasto em bens de consumo, sendo que as decisões de como gastar o dinheiro, pertencem ao homem, tanto em Díli (81%) como em Ainaro (67%). Em Díli, para 12% dos inquiridos esta tomada de decisão cabe à mulher e 7% a ambos. Em Ainaro, passa-se o contrário, com 20% dos respondentes

a dizerem que a tomada de decisão cabe a ambos e 14% a indicar a mulher. Estas diferenças entre os dois distritos são significativas, apresentado um *p-value* de 0,001.

Os bens em que os inquiridos podem gastar o dinheiro constituem um conjunto vasto compreendendo animais, *inputs*, alimentos, escola, roupa, e pode ir também para poupança.

No Distrito de Díli o dinheiro é gasto, principalmente, em escola dos filhos (99%), roupa (97%) e alimentos (74%). Em Ainaro, a escola dos filhos é indicada por 84% dos respondentes, seguida da roupa (81%) e dos alimentos (50%). Em Díli, a poupança é indicada por 58% dos inquiridos, enquanto em Ainaro só 43% põem o dinheiro na poupança. Estas diferenças são significativas entre os distritos (*p-value*<0,05).

4.3 A função do rendimento monetário

Tendo analisado a correlação entre algumas das variáveis em estudo, como sejam o rendimento e o nível de escolaridade, o rendimento e o conhecimento da língua portuguesa, o rendimento e a idade, e verificado a existência de correlação entre as duas primeiras, conforme Tabela 10, trata-se agora de confirmar as diferenças significativas entre os dois Distritos no que respeita ao nível de escolaridade e ao nível de conhecimento da língua portuguesa, ou seja se o rendimento depende dessas 2 variáveis de forma distinta consoante o Distrito ou não, e apresentar a melhor função para explicar o rendimento monetário.

Tabela 10 - Correlação entre as variáveis (Fonte: Mendonça, 2015)

Variáveis	χ^2	<i>p-value</i>
Rendimento *Nível de escolaridade	81,068	,000
Rendimento *Nível de L Portuguesa	74,966	,000
Rendimento *Idade	8,839	0,183
Rendimento*Distrito	16,348	0,001
Nível de escolaridade*Distrito	49,383	,000
Nível de L Portuguesa* Distrito	11,348	,000

Para estudar estes efeitos, construiu-se um modelo de regressão em que a variável dependente é o rendimento e as independentes são a idade, o nível de escolaridade e o nível de conhecimento da língua portuguesa. Juntaram-se a este modelo, uma variável qualitativa (*dummy*), que toma o valor 1 no caso da observação pertencer ao distrito de Ainaro e o valor 0 no caso de pertencer ao distrito de Díli. Estas variáveis qualitativas foram introduzidas para o nível de escolaridade e para o nível de conhecimento da língua portuguesa. O modelo a estimar é representado pela equação (1):

$$\text{Rend} = \beta_0 + \beta_1 \text{Idade} + \beta_2 \text{Esc} + \beta_3 \text{Esc} * \text{Ainaro} + \beta_4 \text{LPor} + \beta_5 \text{LPor} * \text{Ainaro} + u \quad (1)$$

Sendo

Rend – rendimento monetário anual dos inquiridos em USD

Idade – a idade dos inquiridos (anos)

Esc – Nível de Escolaridade (em anos)

LPor – Nível de conhecimento da língua Portuguesa

Ainaro - variável *dummy* que toma o valor 1 quando a observação pertence ao Distrito de Ainaro e o valor 0 quando a observação é do distrito de Díli.

Os β 's são os parâmetros da regressão a estimar.

O parâmetro β_3 dá a diferença de rendimento entre o Distrito de Ainaro e o de Díli, quando se fala de nível de escolaridade.

O parâmetro β_5 é a diferença de rendimento entre o Distrito de Ainaro e o de Díli, quando se fala de nível de conhecimento da língua portuguesa.

Assim a equação do rendimento para o distrito de Ainaro é dada por (2):

$$\text{Rend} = \beta_0 + \beta_1 \text{Idade} + (\beta_2 + \beta_3) \text{Esc} + (\beta_4 + \beta_5) \text{LPor} + u \quad (2)$$

E a equação do rendimento para o distrito de Díli é dada por (3):

$$\text{Rend} = \beta_0 + \beta_1 \text{Idade} + \beta_2 \text{Esc} + \beta_4 \text{LPor} + u \quad (3)$$

Para testar as diferenças entre os distritos, deve fazer-se

$\beta_2 + \beta_3 = \beta_2$, ou seja deve testar-se a (4) hipótese nula $\beta_3 = 0$, contra a alternativa $\beta_3 \neq 0$

e

$\beta_4 + \beta_5 = \beta_4$, ou seja deve testar-se a (5) hipótese nula $\beta_5 = 0$, contra a alternativa $\beta_5 \neq 0$

A estimativa do modelo completo (1), produziu os seguintes resultados:

ANOVA					
	<i>gl</i>	<i>SQ</i>	<i>MQ</i>	<i>F</i>	<i>F de significância</i>
Regressão	5	17994383,71	3598876,742	17,59620999	9,65434E-16
Residual	394	80583116,29	204525,6759		
Total	399	98577500			
	<i>Coefficientes</i>	<i>Erro-padrão</i>	<i>Stat t</i>	<i>valor P</i>	
Intercepto	168,1646409	129,9457737	1,294113969	0,196384081	
Idade	3,203443845	2,389189905	1,340807542	0,180755449	
Esc	77,75549262	27,83259368	2,793684754	0,005465493	
Esc*Ainaro	85,00923334	36,75507352	2,312857116	0,021244913	
LPor	123,9018666	41,06415175	3,017275685	0,002716137	
LPor*Ainaro	-122,838611	57,59488576	-2,132804144	0,033558364	

Fonte: Resultado da regressão, Mendonça (2015)

Como $F = 17,596$, o modelo ajusta-se aos dados.

O modelo completo estimado é:

$$\text{Rend} = 168,16 + 3,20 \text{ Idade} + 77,76 \text{ Esc} + 85,01 \text{ Esc} * \text{Ainaro} + 123,90 \text{ LPor} - 122,84 \text{ LPor} * \text{Ainaro} + u$$

Todos os parâmetros estimados, com exceção de β_0 e de β_1 , são significativamente diferentes de zero, para o nível de significância de 5% (valor $P < 0,05$). Portanto, para as hipóteses (4) e (5), rejeita-se a hipótese nula, o que significa que os Distritos contribuem, significativamente, para a explicação da variação do rendimento, ou seja, devem considerar-se dois modelos distintos para explicar a variação do rendimento:

Distrito de Díli:

$$\text{Rend} = 168,16 + 3,20 \text{ Idade} + 77,76 \text{ Esc} + 123,9 \text{ LPor} + u$$

Distrito de Ainaro:

$$\text{Rend} = 168,16 + 3,20 \text{ Idade} + 162,77 \text{ Esc} + 1,06 \text{ LPor} + u$$

Estas conclusões são concordantes com o que já se tinha encontrado anteriormente em relação ao coeficiente de correlação de Pearson. Estas duas equações de regressão mostram a diferença de rendimentos entre os dois distritos, para indivíduos com a mesma idade, nível de escolaridade e nível de conhecimento de português. Em igualdade de circunstâncias, o distrito de Ainaro terá um rendimento estimado inferior ao rendimento do distrito de Díli.

Uma das premissas da regressão linear é a da homocedasticidade do termo erro. Caso esta situação não se verifique, então existe heterocedasticidade, sendo necessário corrigir o problema.

Para testar a heterocedasticidade no caso presente, recorreu-se ao teste de Breusch-Pagan e ao de White. De acordo com os testes aplicados, verificou-se não existir heterocedasticidade do termo erro, pelo que não foi precisa qualquer correção ao modelo estimado.

5. Conclusões

O trabalho realizado relativamente aos habitantes dos Distritos de Díli e de Ainaro permitiu tirar as seguintes conclusões:

1. Os inquiridos pertenciam a dois distritos diferentes: Díli e Ainaro. Eram mais homens que mulheres ($\frac{3}{4}$ e $\frac{1}{4}$, respectivamente), tinham idades maioritariamente compreendidas entre 31 e 50 anos, casados.
2. Relativamente à educação, em Díli dominavam os indivíduos com nível superior e também secundário, enquanto em Ainaro os inquiridos tinham

maioritariamente os ensinos secundário e primário. Em ambos os distritos o conhecimento da língua portuguesa é incipiente, sendo que em Ainaro também muitos dos inquiridos não sabiam a língua portuguesa.

3. O grupo étnico dominante nos dois distritos entre os respondentes foi o Mambae.
4. Em relação às condições de vida dos dois distritos também se verificaram diferenças significativas. Em Díli o tipo de casa dominante é a casa do tipo permanente, a maioria tem energia eléctrica, usa água canalizada e tratada, e o lixo tem recolha domiciliária. Em Ainaro o tipo de habitação dominante é a casa meia parede, também usam maioritariamente a energia eléctrica embora usem outras fontes de energia, a água utilizada é proveniente da nascente ou da ribeira. O destino do lixo é principalmente jogado na superfície da terra, enterrado ou queimado.
5. Em termos de bens possuídos, podendo caracterizar o bem-estar, há diferenças significativas entre os dois distritos. Em Díli a maioria possui bens relativos quer a meio de transporte, à cozinha e rádio e ou TV. Em Ainaro, a maioria dos respondentes possui rádio e ou TV.
6. Os inquiridos dos 2 distritos consideram, maioritariamente, a alimentação que fazem como suficiente. Para o Distrito de Díli, a totalidade dos inquiridos refere os meses em que há mais falta de alimentos como sendo Outubro, Novembro, Dezembro e Janeiro, enquanto nem todos os inquiridos de Ainaro referem apenas estes meses. Também relativamente aos meses de maior abundância os inquiridos de Díli estão todos de acordo relativamente aos meses de Março a Agosto, mas os inquiridos de Ainaro têm outras opiniões além destes meses, e estas diferenças são significativamente diferentes.
7. O rendimento da população dos dois distritos não depende da respectiva idade, e do número de membros família, mas depende do nível de educação, do nível de conhecimento da língua portuguesa. Existe uma relação significativa entre o rendimento e o tipo de habitação e o tipo de acesso à água.
8. Existe uma relação significativa entre a origem do rendimento e o rendimento. A origem do rendimento é significativamente entre os dois distritos.
9. Os dois distritos são significativamente diferentes quanto à origem do rendimento agrícola, quer da venda de produtos vegetais, quer da venda de produtos animais.
10. Os produtos agrícolas mais vendidos no Distrito de Díli são a batata e as cabras e búfalos, e no Distrito de Ainaro p café é o produto vegetal mais vendido, assim como os porcos e as galinhas o são do lado dos produtos animais.

11. A responsabilidade de alimentar a família cabe tanto ao homem como à mulher nos dois distritos.
12. O autoconsumo pode ser de produtos vegetais e ou de produtos animais. Este autoconsumo não é feito por todos os inquiridos. Existem diferenças significativas entre os dois distritos, quer relativamente o autoconsumo vegetal quer ao animal.
13. As decisões relativamente ao uso do dinheiro em bens de consumo e serviços cabem ao homem nos dois distritos. Existem diferenças significativas entre os dois distritos relativamente ao tipo de bens adquiridos: no distrito de Díli gastam mais na Escola dos filhos, em roupa e na alimentação. Já em Ainaro, os maiores gastos refletem-se na escola dos filhos e na roupa. Em Díli há mais poupanças que em Ainaro.
14. A função rendimento estimada para a população dos 2 Distritos mostra uma relação positiva do rendimento com a idade, o nível de educação e o nível de conhecimento da língua portuguesa da população. No entanto, o parâmetro estimado para a variável idade não é significativamente diferente de zero ($p\text{-value}>0,05$). O mesmo não acontece relativamente aos parâmetros estimados para as variáveis nível de educação e nível de conhecimento da língua portuguesa. Esta função estimada permitiu identificar a diferença de rendimento entre os dois distritos.

Contudo, verificaram-se diferenças significativas entre os dois distritos relativamente à maioria dos itens estudados, revelando condições de vida desiguais, níveis de educação diferentes, diferentes proveniências do rendimento monetário das famílias, ou seja desigualdades entre um distrito urbano e um distrito rural.

Referências bibliográficas

- Ammendola, Giuseppe (2011). “Algumas tendências e perspectivas sobre Globalização, Crescimento económico, Igualdade e Desenvolvimento”. JANUS.NET *e-journal of International Relations*, Vol. 2, Nº 2, outono 2011. Consultado em 25 de Agosto de 2015, observare.ual.pt/janus.net/pt_vol2_n2_art1.
- Carmo, R. e Cantante, F. (2015). *Desigualdades, Redistribuição e o impacto da pobreza: tendências recentes e o impacto da crise económico-financeira*. Sociologia, Problemas e Práticas, 77, 33-51.
- CGD (2013). **Timor-Leste: oportunidades e potencial de desenvolvimento**, estudo elaborado por Caixa Geral de Depósitos, Lisboa.
- Cowell, F. (2011). *Measuring Inequality*. 3rd editio. Oxford University Press

- DGE (2013). Timor-Leste em números, Direcção Geral de Estatística, Ministério das Finanças, Díli.
- DGE (2012). Timor-Leste em números, Direcção Geral de Estatística, Ministério das Finanças, Díli.
- DGE (2011), Population and Housing Census of Timor-Leste 2010, Direcção Geral de Estatística, Ministério das Finanças, Díli.
- DNE (2010). Resultado Final do Censo Nacional, Direcção Geral de Estatística, Ministério das Finanças, Díli.
- Henriques PDS, Carvalho MLS, Narciso V, Lucas MR and Bettencourt EMV (2014) - A agricultura familiar em Timor-Leste: da colonização portuguesa à restauração da independência, Comunicação apresentada no IV Encontro RuralRePort Rede de História Rural em Português, Agricultura Familiar na História: comunidades, economias e paisagens, Palmela, 27 e 28 de Junho de 2014, Portugal.
- INE (2015), A CPLP em Números 2015, Instituto Nacional de Estatística, Lisboa.
- Lall, Subir, Jaumotte, Florence, Papageorgiou, Chris, Topalova, Petia (2007). “Globalization and Inequality”, *World Economic Outlook, capítulo 4, October 2007*: pp. 135-169.
- Lundberg, M. & Squire. L. (1999). “Growth and Inequality: Extracting the Lessons for Policymakers”. Unpublished manuscript, Washington, D.C., World Bank.
- Milanovic, Branko (2011). *The Haves and the Have-Nots: A Brief and Idiosyncratic History of Global Inequality*. New York: Basic Books.
- Silber, Jacques (1999). *Handbook of Income Inequality Measurement (Recent Economic Thought)*. Boston: Kluwer.
- Silva, C.R.O. (2004). *Guia prático de Metodologia e Organização do projecto de Pesquisa*. Centro Federal de Educação Tecnológica do Ceará.
- Wilkinson, Richard, and Kate Pickett (2009). *The Spirit of Level: Why More Equal Societies Almost Always Do Better*. New York: Penguin Books.
- World Bank (2009). “What is Inclusive Growth?” Washington, D.C.: World Bank. <http://siteresources.worldbank.org/INTDEBTDEPT/Resources/468980-1218567884549/WhatIsInclusiveGrowth20081230.pdf>. Accessed [August 22, 2014]

Gestão de recursos humanos na universidade nacional timor lorosa'e

Jacinto Belo - UNTL*

Vasco Fitas da Cruz*

Maria Raquel Lucas*

Resumo

O estudo da performance dos funcionários, considerados um recurso valioso e estratégico na organização, é um tema dominante que desperta o interesse dos estudiosos no desenvolvimento da gestão de recursos humanos, expresso nas atuações e comportamentos de muitos gestores organizacionais. Neste contexto, a reformulação e a modernização da gestão de recursos humanos assume um papel privilegiado na perspectiva dos trabalhadores pois a incorporação de boas práticas de gestão ajuda a manter o bem-estar das pessoas que trabalham nas organizações. O presente estudo, analisou alguns dos diversos aspetos que estimulam a performance dos funcionários não docente da Universidade Nacional Timor Lorosa'e, assumindo que essa performance é uma ferramenta organizacional fundamental. A investigação é de carater descritiva-quantitativa, reforçada com uma análise da componente qualitativa, permitindo explorar as opiniões de uma amostra constituída por 100 funcionários não docentes. O resultado da análise indica que a gestão de recursos humanos não dá benefício maximal para a instituição incluindo a formação, que não é considerada favorável ao desempenho das tarefas e à performance da instituição.

Palavras-chave: *gestão, recursos humanos, universidade, Timor-Lorosae*

Introdução

A gestão dos recursos humanos (GRH) é um tema de interesse crescente, quer em termos académicos, quer empresariais, assente numa visão destes como um activo valioso e estratégico para as organizações e nas pessoas como colaboradores ou parceiros estratégicos, fundamentais para o alcance das metas organizacionais e de vantagens competitivas sustentáveis ao longo do tempo (Pralhad e Hamel, 1990). Desde o estudo pioneiro de Smith (1963), até aos mais recentes de Camara

* Mestre em Economia e Gestão Aplicadas, especialização em Economia e Gestão para Negócios, Timor-Leste, reitoria.untl@gmail.com

* Universidade de Évora, Portugal, ICAAM, vfc@uevora.pt

* Universidade de Évora, Portugal, CEFAGE, mrlucas@uevora.pt

et al. (2010) e Cunha et al. (2010), existe a consciência de que os indivíduos possuem um conjunto de competências, conhecimentos e experiências que podem funcionar como uma alavanca tanto para gerar benefícios próprios, como para contribuir para o desempenho e sucesso das organizações.

Vários autores (Albuquerque, 2002; Fischer e França 2002; Dutra, 2006; Limongi-França, 2007; Fombrun *et al.* 1984) tem demonstrado que o capital humano é fundamental para o sucesso de uma organização. É dentro desta linha que Fischer e França (2002) atesta que "toda e qualquer organização depende, em maior ou menor grau, do desempenho humano para o seu sucesso e que Dutra (2006) assume a GRH como fundamental em virtude das pressões, tanto do ambiente externo, como do ambiente interno.

Para Fleury e Fleury (2002), a GRH é parte integrante de uma estratégia organizacional que, sobretudo num ambiente cada vez mais caracterizado por rápidas e constantes mudanças, é essencial à sua continuidade (Albuquerque, 2002) e deve ser precedida por um adequado planeamento estratégico (Almeida, 2004). Essa estratégia pode ser entendida como um padrão ou plano que integra as principais metas, políticas e sequências de ação da organização em um todo coeso (Mintzberg, 1982 e Mintzberg *et al.*, 2006). Ou seja, é a sistematização do caminho (ou direção) a seguir, definido, no processo de planeamento estratégico, após terem sido considerados o ambiente, os recursos disponíveis, para o alcance da visão, missão e objetivos da organização (Fischmann e Almeida, 1991). Almeida (2004) recomenda eficácia e não apenas eficiência, na implementação da estratégia definida, sustentando Camara *et al.* (2010) que, para além da eficiência, é a eficácia que proporciona melhores resultados e sucesso a uma organização.

Para Sammartino (2002) e Limongi-França (2007), a integração da GRH na estratégia organizacional, induz ao comprometimento das pessoas com os objetivos da organização e, em consequência, a uma maior motivação destes para o alcance das metas definidas.

Difícilmente a GRH é bem-sucedida se as organizações não alcançam os seus objetivos (Albuquerque, 2002), sendo fundamental à obtenção de bons resultados, a participação das pessoas no processo, a sua aprendizagem, conscientização e comprometimento com os intentos da organização e com as formas adoptadas para os realizar. Também Longo (2007) defende que, avaliar o sistema de GRH supõe estimar os resultados da organização embora, enfatize que a influência das pessoas nos resultados da organização varia de acordo com a natureza da atividade, o ambiente onde opera e a sua estratégia. O referido autor (Longo, 2007) afirma ainda que o desenvolvimento tecnológico (tecnologias de informação e comunicação, fontes de energia e da biogenética), assim como, a incorporação da mulher no mundo do trabalho, implicaram transformações que afetaram a GRH, bem como os valores culturais e princípios que orientam as relações das pessoas no mundo do trabalho. A combinação desses fatores resulta na necessidade das

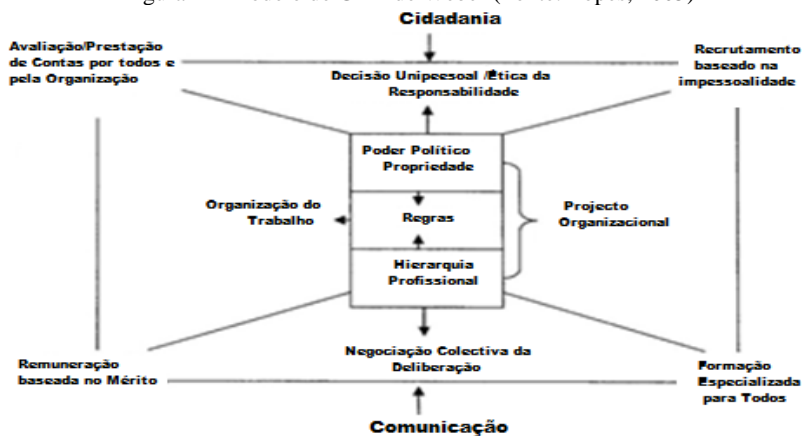
organizações refletirem e reverem a forma de gestão do seu pessoal, considerando a importância do fator humano na garantia da competitividade das organizações modernas. O presente trabalho analisa a situação atual da GRH na Universidade Nacional Timor Lorosa'e, identificando os principais problemas e sugerindo soluções para os melhorar.

1. Modelos de GRH

São várias as abordagens e modelos de GRH que podem ser usados em distintas organizações (Cunha *et al.*, 2004, Cunha *et al.*, 2010), com resultados bem-sucedidos (Camara *et al.*, 2010).

Um dos modelos de GRH, inspirado nos princípios e valores da cultura germânica (Lopes, 2005) e designado por modelo Weberiano (Weber, 1947), assenta numa cultura organizacional com orientações na confiança ou ética individual, individualidade, formação permanente e colectiva e na cidadania e tratamento da problemática da divergência. A confiança ou ética individual transmite a ideia de que os indivíduos são responsáveis pela tomada de decisões, justificando a ordenação da acção organizacional numa base hierárquica. O princípio da responsabilidade colectiva é transferido para a propriedade, por um lado e, por outro, para os técnicos e os trabalhadores que, devidamente qualificados para o efeito, apoiam ou coordenam a preparação de decisões que serão assumidas pela hierarquia (Lopes, 2005). Finalmente, o princípio da cidadania baseia-se na capacidade e na gestão das divergências de opinião ou de interesses e constitui o suporte de práticas comunicativas adequadas e transparentes de modo a evitar que o sistema de regras conduza a organização a uma inflexibilidade indesejável (Figura 1).

Figura 1 – Modelo de GRH de Weber (Fonte: Lopes, 2005)



Para Lopes (2005), o modelo Weberiano é adaptativo de GRH por os seus princípios surgirem como garantia para assegurar o equilíbrio entre práticas, estratégias e táticas. Sustenta o autor que a configuração dos pilares tradicionais de Weber são: a) Recrutamento e selecção, operacionalizados na noção de impessoalidades; b) Avaliação de desempenho, prestação de contas ou transparência; c) Formação profissional contínua, abrangente e universal, susceptível de fazer de cada profissional um especialista na sua área; e d) Remuneração em função do mérito revelado pela avaliação de desempenho, sem esquecer a relação entre este e o desempenho global da organização. Em suma, o primeiro princípio decorre das condições técnicas e de mercado e como tal obedece a uma racionalidade técnica. O segundo princípio de natureza ética fundamenta a partilha da responsabilidade organizacional e, o terceiro princípio, tem uma dimensão política que se traduz na necessidade de criar divergências e de aceder à capacidade de crítica construtiva e de cenários alternativos que sustentem uma racionalidade política (Lopes, 2005).

Quadro 6 – Modelos normativos de GRH (Fonte: Legge, 1995, Tavares e Caetano, 1999)

Modelos Normativos de GRH	
Modelos <i>HARD</i>	Modelos <i>SOFT</i>
Instrumentalismo utilitarista	Humanismo desenvolvimentista (Hendry e Pettigrew, 1990)
Integração das políticas de RH com a estratégia de negócio da empresa. Os sistemas de RH são necessários para atingir os objectivos estratégicos da organização (Fombrun et al, 1984).	Integração das políticas de RH com a estratégia de negócio da empresa. Os RH são uma mais valia e uma fonte de vantagem competitiva através do seu empenho, adaptação e elevada qualidade (competências, desempenho, etc.) (Guest, 1987).
Consistência entre as políticas, os sistemas e as práticas de pessoal com os objectivos de negócio da empresa. A coerência interna da GRH é uma condição essencial à obtenção de tais objectivos (Hendry e Pettigrew, 1986).	A GRH tem como missão conseguir a implicação dos trabalhadores através dos processos de "comunicação, motivação e liderança" (Storey, 1987)
Planeamento formal dos RH, considerados um "factor de produção, conjuntamente com a propriedade e o capital" (Legge, 1995). As pessoas são uma despesa necessária à realização do negócio ao menor custo (Torrington e Hall, 1987). As pessoas são um recurso passivo, mais do que uma fonte de energia criativa. A GRH é dominada pelos aspectos estratégicos, quantitativos e de negócio. Os RH são geridos como outro factor económico qualquer, ou seja, de modo racional (Storey, 1987).	Os RH são proactivos e não meros inputs passivos do processo produtivo. São capazes de se "desenvolver", merecem a "confiança" da gestão e a sua "colaboração" consegue-se através da "participação" e da "escolha informada" (Beer e Spector, 1985).

A GRH é dominada pelos aspectos estratégicos, quantitativos e de negócio. Os RH são geridos como outro factor económico qualquer, ou seja, de modo racional (Storey, 1987).	A GRH é um meio de tornar os trabalhadores numa fonte de recursos e uma mais valia para a organização. As políticas de RH devem direccionar-se para a maximização do potencial humano, através do uso de técnicas distintas e diferenciadas.
Modelos Centrados da "GP"	Modelos centrados na "GRH"

Os modelos normativos assentam no pressuposto de que a GRH deve ser percebida como uma vantagem competitiva, uma mais valia e não um custo. São as competências e a implicação dos trabalhadores e não o cumprimento de regras, que fazem a diferença na *performance* organizacional, logo há que dispensar uma atenção especial aos processos de recrutamento, selecção e formação de modo a aumentar as competências organizacionais. Por outro lado, as decisões sobre GRH deve ter uma importância estratégica, ser consideradas ao mais alto nível hierárquico e na definição da política da empresa e estar alinhada com o ambiente competitivo. Esses modelos normativos, concebidos por Storey (1995) e apresentados no Quadro 1, integram duas perspectiva diferentes, uma de transição de um estágio a outro mais evoluído da GRH (Legge, 1995), designada metaforicamente de modelo *Hard* e outra, por oposição à primeira, de modelo *Soft*.

Na comparação dos modelos *Hard* e *Soft*, Legge (1995) conclui existirem entre ambos mais semelhanças do que diferenças, como sejam a necessidade de integrar as políticas e práticas de GRH com os objectivos organizacionais, a implicação dos gestores de linha na GRH, a importância atribuída ao desenvolvimento de competências como requisito de satisfação pessoal e garante do sucesso organizacional, o rigor dos processos de recrutamento e selecção, de modo a colocar as pessoas certas nos lugares certos e conseguir uma melhor integração das práticas de GRH com os objectivos organizacionais, incluindo o desenvolvimento individual (Legge, 1995).

No que respeita às diferenças entre os modelos, os *Soft* consideram a GRH uma tarefa de gestão estratégica central onde as pessoas são o recurso mais valioso para obtenção dos objectivos organizacionais (Legge, 1995). Mas, para Fowler (1987 citado por Legge, 1995) as reais diferenças entre os dois modelos situam-se mais ao nível da linguagem e não do conteúdo.

Ainda sobre as divergências dos modelos, o Quadro 1 permite verificar que o modelo *Hard* mantém uma visão tradicional das pessoas no seu contexto de trabalho, considerando-as "passivas", "um factor de produção" ou uma despesa necessária para atingir os objectivos organizacionais. Pelo contrário, o modelo *Soft* concebe os RH como uma mais valia e uma fonte de recursos e, para além disso, considera-os proactivos e dotados de capacidades de desenvolvimento. No que respeita à gestão, enquanto o modelo *Hard* defende a integração estratégica da

GRH na gestão de linha, o modelo *Soft* enfatiza as qualidades específicas dos RH e a necessidade de utilizar um conjunto de técnicas distintas e diferenciadas de GRH no sentido de maximizar o seu potencial.

Uma outra tipologia, designada de modelos de gestão macroeconómica dos recursos humanos é apresentada por Bouchez (2005) que identifica o Tipo I e Tipo II que se aproximam dos modelos *Hard* e *Soft*, respectivamente e, o modelo Tipo III que fornece uma visão prospectiva da GRH no terceiro milénio. Em seguida, cada uma destas tipologias é descrita (Quadro 2).

O modelo tipo I, uma adaptação passiva e defensiva do pessoal (1975-1985), que teve o seu apogeu nos grandes grupos industriais especialmente entre meados da década de 1970 e meados da década de 1980, é tido como o prolongamento das práticas dominantes nas organizações com modelos de crescimento de tipo fordista. Numa lógica de "adaptação passiva e defensiva do pessoal", em que as formas de organização do trabalho permanecem marcadas pelos modos de organização taylorista, as empresas tendem a negligenciar o potencial dos seus recursos humanos. A gestão das pessoas continua a ser formal e serve de suporte às reestruturações empresariais, limitando os seus efeitos sociais e preservando a paz social. Este modelo distingue-se do modelo precedente pelo tratamento da situação do emprego e pelos dispositivos de amortecimento dos impactos sociais que cria. De facto, após a degradação do emprego (1983 e 1984) o modelo evolui para a prática da flexibilidade quantitativa externa como variável de ajustamento, numa perspectiva de curto prazo²³. A partir daí observa-se a emergência de empregos atípicos (e.g. contratos a tempo limitado) bem como a progressão da exteriorização do emprego, seja ela "física" ou "organizacional" e/ou "jurídica", podendo as duas formas (no caso da subcontratação) ou não (formas interinas ou de trabalho por conta do Estado) combinar-se.

O modelo tipo II corresponde à activação e mobilização do mercado interno de recursos humanos (1980-2000). Na década de 1980 as práticas de GRH ajustam-se aos princípios das duas correntes de pensamento que suportaram as reestruturações organizacionais: os modelos *lean production* e os modelos antropocêntricos, ou na terminologia de Bouchez (2005), a "gestão ideológica" e a "modernização sócio-produtiva". A "gestão ideológica", de inspiração oriental, manifesta-se na concepção de uma espécie de pensamento único, quase hegemónico e mágico da gestão que proclama um "novo modelo de excelência" ou um novo *one best way*. Trata-se de uma corrente normativa que apela às formas de participação directa e à implicação das pessoas. Porém, vários efeitos perversos surgiram do facto de o ocidente ter confundido a cultura do "defeito zero" com o "zero limites". Sob a influência dos novos princípios e metodologias de gestão, as condições de troca alteram-se desfavoravelmente para as empresas que não alinham nesta moda de gestão. No que respeita aos trabalhadores, esta corrente funcionou como toma forma de manipulação ideológica, principalmente a partir do momento em que

coabita com os planos sociais. Por sua vez, a "modernização sócio-productiva" surge como um prolongamento do movimento sócio-técnico. Neste caso defende-se a flexibilidade qualitativa interna numa perspectiva de médio prazo e no contexto de uma gestão antecipada das competências e dos empregos. Emerge o conceito de "organização qualificante", no âmbito do qual o pessoal é considerado como "um investimento" ou um "recurso", ou seja, como uma "oportunidade estratégica", em vez de um constrangimento ou um custo. A inteligência humana, que até então constituía uma ameaça passa a ser solicitada. Na sequência da nova concepção dos RH entra em vigor a gestão previsional (Gilbert, 1999) dos empregos e das competências, nos anos 1980. Esta gestão previsional continua sobretudo descritiva, monolítica e desligada das estratégias e práticas de produção. Porém, uma verdadeira gestão previsional das competências só viria a ocorrer a partir de 1987. A pertinência desta corrente deriva do facto de reforçar a ideia que competência e organização estão estreitamente combinadas e que toda a organização pode fabricar competência ou incompetência. Contribui também para actualizar o conceito de empregabilidade, como nova forma de segurança profissional.

O modelo tipo III, que assume a flexibilidade partenarial e mutual do século XXI, pode considerar-se ainda em construção, funcionando como um prognóstico para o futuro, sendo apenas possível apresentar as orientações e os contornos gerais. Yisa estabelecer a coerência (à semelhança do que aconteceu com o modelo dos "trinta gloriosos") entre a realidade económica e organizacional e a gestão do emprego e dos recursos humanos, na era da sociedade da informação e digital. Esta realidade afasta-se cada vez mais do perímetro clássico da empresa típica, ela própria cada vez mais porosa, e apresenta duas pistas, cujos conceitos centrais são a pluriactividade (como nova forma de emprego) e a empregabilidade (como nova forma de "desemprego activo").

Quadro 7 – Modelos macroeconómicos de GRH (Fonte: Bouchez, 2005)

Tipologias simplificadas dos modelos macroeconómicos de GRH			
Período	1975-1985	1980-2000	Século XXI
Tipologias	Tipo I: Adaptação passiva e defensiva do pessoal	Tipo II: Activação e mobilização do mercado interno de RH	Tipo III: Flexibilidade partenarial e mutual dos RH
Descrição Sumária	- Gestão quantitativa e demográfica dos efectivos - Potencial interno pouco mobilizado - Gestão formal do pessoal	Dois aspectos diferenciados: - Gestão "ideológica" e "mobilização" dos RH - Modernização sócio-productiva (organizações qualificantes)	- Gestão ofensiva e regulada das competências no quadro de uma bacia de emprego - Construção de um status profissional do trabalho pluriactivo - Construção da empregabilidade para uma segurança profissional activa

Os modelos contingenciais de GRH admitem que esta tem um carácter contingencial o que significa, que não têm leis nem princípios universais por depender do contexto organizacional (ambiente, tecnologia, políticas e directrizes, filosofia de gestão, concepção sobre o homem e a sua natureza e quantidade e qualidade dos RH disponíveis) e, conseqüentemente, dever tomar em consideração as mudanças que ocorrem nas organizações e nos seus ambientes. Quer isto dizer que a GRH é uma variável dependente de factores de contingência que, ao mudarem exigem também uma mudança na forma de gerir as pessoas. Dado que a GRH não é "um fim em si mesma, mas um meio de alcançar a eficácia e a eficiência das organizações através das pessoas, permitindo condições favoráveis para que estas alcancem seus objectivos pessoais" (Chiavenato, 2004) o autor sugere que a GRH se dote de técnicas "altamente flexíveis e adaptáveis, sujeitas a um desenvolvimento dinâmico" (Chiavenato, 2004).

Para Limongi-França (2007) são dois os principais modelos de GRH, que variam de acordo com a forma como usam a autoridade, obediência, liderança, disciplina e autonomia: o modelo directivo ou diretivo-autoritário e o modelo participativo ou consultivo-participativo (Quadro 3).

Quadro 3 – Modelos de GRH na concepção de Limongi-França (Albuquerque, 1992 e 2002)

Modelo	Estratégia de Controle	Estratégia de Comprometimento
Características Distintivas		
<u>Estrutura Organizacional</u>	Altamente hierarquizada, separação "quem pensa" e "quem faz"	Redução de níveis hierárquicos e de chefias intermediárias, junção do fazer e do pensar – <i>empowerment</i>
Organização do trabalho	Trabalho muito especializado, gerando monotonia e ilustações	Trabalho enriquecido, gerando desafios
Realização do Trabalho	Individual	Em grupo
Sistema de Controle	Ênfase em controles explícitos do trabalho	Ênfase no controle implícito pelo grupo
<u>Relações de Trabalho</u> (Política de Emprego)	Foco no cargo, emprego a curto prazo	Foco no encarreiramento flexível, emprego a longo prazo
Nível de educação e formação requerido	Baixo, trabalho automatizado e especializado	Alto, trabalho enriquecido e intensivo em tecnologia
Relações Empregador e Empregado	Independência	Interdependência, confiança mútua
Relações com Sindicatos	Confronto baseado na divergência de interesses	Diálogo, busca da convergência de interesses

Participação do Empregado nas Decisões	Baixa, decisões tomadas de cima para baixo	Alta, decisões tomadas em grupo
Política de Recursos Humanos (Contratação)	Contrata para um cargo ou para um conjunto especializado de cargos	Contrata para uma carreira longa na empresa
Treinamento	Visa ao aumento do desempenho na função actual	Visa preparar o empregado para futuras funções
Carreira	Carreiras rígidas e especializadas, de pequeno horizonte e amarradas na estrutura de cargos	Carreiras flexíveis, de longo alcance, com permeabilidade entre diferentes carreiras
Salarial	Focada na estrutura de cargos, com alto grau de diferenciação salarial entre eles	Focada na posição da carreira e no desempenho, com baixa diferenciação entre níveis
Incentivos	Uso de incentivos individuais	Foco nos incentivos grupais vinculados a resultados empresariais

O modelo diretivo usa a estratégia de controle enquanto o participativo adota a estratégia de comprometimento. No modelo diretivo, as chefias usam a autoridade formal e a burocracia, para ter o respeito e obediência dos subordinados, utilizando-se de métodos e instrumentos coercitivos de repreensão, em caso de necessidade. As organizações que usam esse modelo de administração, designadas de mecanicistas, tendem a ter uma estrutura centralizada e uma estrutura de cargos definida ao pormenor, sem deixar autonomia para quem ocupa o cargo. Nesse estilo de gestão, as pessoas não estão comprometidas com a organização e, por isso, estão pouco motivadas para lutar pelo alcance dos resultados do negócio.

O modelo participativo defende a autonomia, liderança e disciplina, como princípios da gestão de pessoas. Sendo, as pessoas, responsáveis pelo seu desempenho e comportamento. A obediência, disciplina e respeito pelos chefes não são impostos por normas e procedimentos coercitivos, sendo que, as pessoas tendem a estar comprometidas com a organização, porque se sentem parte dela.

A Evolução histórica da GRH é retratada por distintos autores (Albuquerque, 1992, 2002; Fleury e Fleury, 2002; Limongi-França, 2004; Fischer e França, 2002; Nigro, 1966; Dutra, 2006; Limongi-França, 2007; Longo, 2007) que mostram que esta continua a ser um grande desafio nos dias atuais, considerando a complexidade da natureza humana e das organizações.

1.1. GRH na Função Pública

O conceito de função pública refere-se à parte da institucionalidade dos sistemas político-administrativos (Longo, 2007), existindo, essencialmente, dois modelos de função pública que variam de acordo com a cultura administrativa dominante. O primeiro, designado na perspectiva do Estado de direito e onde o

Estado tem o papel de criar e fazer cumprir Leis, usando a sua força coercitiva e, o segundo, designado de interesse público onde o Estado/Governo exerce um papel de conciliador dos interesses gerais da sociedade (Longo, 2007).

No primeiro modelo, o de Estado de direito, que tem como valores essenciais, a segurança jurídica, o respeito ao precedente na hierarquia e a equidade ou igualdade dos cidadãos perante a Lei, "os funcionários são vistos como investidos de poderes", por isso a sua formação é essencialmente em matérias de direito. Enquadram-se nesse modelo cultural, países como a Alemanha, França e Espanha. No segundo modelo, os funcionários tendem a ter uma formação multidisciplinar e são considerados "simples cidadãos que trabalham para organizações governamentais, e não como uma classe ou casta especial investida de elevada missão de representar o Estado" (Longo, 2007). Este é o modelo típico dos países anglo-saxónicos.

A preocupação com a GRH no setor público tem crescido no seio daqueles que dirigem esse setor. O crescimento da procura por novas formas, metodologias e ferramentas que possam melhorar a gestão de pessoas no setor público é prova disso. Foi ficando evidente que as mudanças legais, as reestruturações organizacionais e a modernização tecnológica, embora sejam importantes, não são suficientes para mudar, em profundidade, o funcionamento das organizações públicas. A verdadeira mudança é aquela que consegue penetrar nas mentes dos indivíduos e transferir-se para suas condutas. O olhar se volta para as pessoas e é, na maioria das vezes, um olhar de interrogação, dúvida e perplexidade. [...] melhorar a gestão das pessoas é visto em nossos dias como um dos desafios principais da gestão pública e, ao mesmo tempo, como o que enfrenta maiores obstáculos e resistências (Longo, 2007).

A importância da GRH no Setor Público, nos tempos modernos, demonstra-se pelo número crescente de funcionários públicos (Longo, 2007). Sobre a gestão pública, Nigro (1966) diz que, tanto no passado como no presente, "a evolução da administração de pessoal no serviço público nos Estados Unidos tem-se caracterizado pelas seguintes diretrizes: (1) a luta antiempreguista; (2) o critério da eficiência e (3) a influência das relações humanas". Segundo o autor, esses critérios variam cronologicamente de acordo com o contexto e eles não são mutuamente excludentes.

Sobre a necessidade de reformas no setor público, Longo (2007) pesquisou alguns países desenvolvidos, nomeadamente a Alemanha, Bélgica, Canadá, EUA, França, Holanda, Itália, Japão, Reino Unido, Suécia, Austrália e Nova Zelândia, durante as duas últimas décadas do século XX, afirmando que surge um momento em que vários países se questionam sobre os paradigmas, em função dos seus sistemas político-administrativos. Ela surge como resultado de pressões motivadas pela crise fiscal e pelo aumento quantitativo e qualitativo da procura por serviços públicos. Essas mudanças no setor público buscavam essencialmente maior

eficiência e redução do déficit público, por um lado, e a melhoria da qualidade do serviço público, a "visão do cidadão como cliente e a consecução da 'receptividade' da administração" (OCDE, 1988 citado por Longo, 2007).

Surge então a Nova Gestão Pública que tenta contrariar a idéia de que as instituições públicas são ineficientes. Há todo o interesse em desburocratizar o sistema público, ao mesmo tempo em que se tenta mudar o comportamento dos funcionários públicos, trazendo alguns princípios de gestão, típicos da gestão privada. Passa a haver uma preocupação com os resultados tangíveis e a criação de valor, em vez de simplesmente cumprirem-se as regras estabelecidas; passa a valorizar-se o desempenho, o empreendedorismo e a prestação de contas, em vez de cumprirem-se, apenas, as responsabilidades e a rotina administrativa; a gestão tende a ser descentralizada, em vez de centralizada.

Apesar de existirem modelos diferentes de gestão, na função pública, e de os mesmos variarem de acordo com as especificidades e a cultura de cada país, existem características que são muito comuns à maioria dos países. É interessante passar um olhar sobre o resumo que Longo (2007) faz em relação às principais disfunções dos sistemas de gestão pública (Quadro 4).

Quadro 4 – Principais disfunções dos sistemas de gestão pública
(Fonte: Adaptado de Longo, 2007)

Palavra-Chave	DESCRIÇÃO DA DISFUNÇÃO
Excesso de uniformidade	Um excesso de uniformidade nos padrões reguladores do emprego público que reduz a capacidade de adaptação a ambientes plurais e dinâmicos e de reação diante das mudanças.
Regulamentos em demasia	Há regulamentos em demasia, o que provoca um alto e excessivo grau de padronização das práticas de pessoal.
Gestão centralizada	A gestão está excessivamente centralizada. Os dirigentes dispõem de pouca autonomia para o exercício de suas responsabilidades na gestão de seus recursos humanos.
Organização do trabalho Engessada e fragmentada	A organização do trabalho (estruturas e postos) está engessada e fragmentada. Com frequência, deriva da lei ou de acordos coletivos centralizados e não de decisões adotadas em função de gestão. Há excesso de especificação das tarefas, introduzindo rigidez na atribuição do trabalho.
Mobilidade é baixa	A mobilidade é baixa, tanto em sua dimensão interna como externa; a mobilidade interna fica dificultada pelo excesso de regulamentação de tarefas, já mencionado e, às vezes, pela existência de barreiras horizontais e verticais.
Sistemas de recrutamento e seleção são longos	Os sistemas de recrutamento e seleção são longos, complexos e excessivamente formalizados. Neles, é atribuído peso excessivo aos conhecimentos e méritos formais.

Excesso de segurança no emprego	Constatamos um excesso de segurança (percepção de estabilidade garantida) no trabalho.
Barreiras de graduação	A ascensão é dificultada pela existência de barreiras de graduação que dificultam as promoções. Com frequência, é atribuído peso excessivo à antiguidade.
Barreiras para a progressão salarial	A retribuição se dá frequentemente pela graduação ou categoria e não pelo cargo, não vinculando o salário à responsabilidade assumida e às cargas de trabalho reais. As graduações podem converter-se, além disso, em barreiras para a progressão salarial.
Separação entre o desempenho a promoção e retribuição	Existe separação quase absoluta entre o desempenho no cargo e o funcionamento dos sistemas de promoção e retribuição. As experiências de retribuição ao desempenho chocam-se com a existência de mecanismos eficazes de avaliação.
Paternalismo	Os estilos dirigentes tendem ao paternalismo. Frequentemente adotam condutas mais de apoio ao pessoal do que de exigência.
Coletivismo	Impera o coletivismo nas relações laborais, entrando em colisão com as necessidades crescentes de segmentação e personalização das práticas de pessoal. As vezes, detecta-se uma tendência a um alto grau de conflito.

Para Longo (2007) se gerir pessoas é complexo, gerir pessoas no sector público é uma tarefa ainda mais complexa, pela componente política implícita na gestão das organizações desse sector, por as prioridades serem ambíguas, e facilmente mutáveis, os ciclos políticos poderem ser breves, para além de outras restrições impostas pela natureza legal e cultural das organizações.

2. Metodologia

O estudo segue uma análise descritiva, adequada para avaliar situações ou eventos num determinado momento, retirando implicações dos problemas analisados e propondo pistas para a sua solução.

Relativamente à origem da informação, recorreu-se a duas tipologias de fontes, primárias e secundárias. No que se refere à informação com origem em fontes secundárias, foram provenientes de uma ampla revisão da literatura sobre GRH, os principais modelos e pesquisas realizadas. No caso da informação oriunda de fontes primárias, esta resultou do estudo empírico apoiado no desenvolvimento, teste e aplicação de um instrumento de recolha de informação (questionário), que serviu de base à investigação e que foi elaborado propositadamente para o efeito com base na literatura e em outras diversas considerações, fundamentadas e validadas cientificamente. As questões foram agrupadas por temas consoante os conceitos essenciais do estudo, havendo um grupo relativo a informação geral dos inquiridos (chefias e funcionários da UNTL).

A Universidade Nacional Timor Lorosa'e foi escolhida como unidade de análise por ser a única universidade pública do país. A população inquirida integrou todos os indivíduos de sexo masculino e feminino, com idades compreendidas entre os 18 e os 65 anos, não docentes, que se encontravam a trabalhar nessa instituição no momento de realização da pesquisa.

No que diz respeito à análise e tratamento de dados e discussão dos resultados, esta última por confrontação dos resultados obtidos pelos questionários com a pesquisa bibliográfica efectuada, utilizou-se uma ferramenta específica de um programa de software estatístico, a *Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* e respectiva análise estatística.

3. Resultados

3.1. Chefias

Foram efectuados 41 inquéritos por questionário aos funcionários da Universidade Nacional Timor Lorosa'e que ocupam cargos de Direcção e Chefia nas diferentes unidades orgânicas desta instituição de ensino superior. Destes, 63% eram homens e 37% mulheres e, situavam-se, maioritariamente, nos escalões etários entre os 40 e os 49 anos e no nível de escolaridade superior (56% era licenciado, 18% bacharel e 13% mestre ou com pós-graduação).

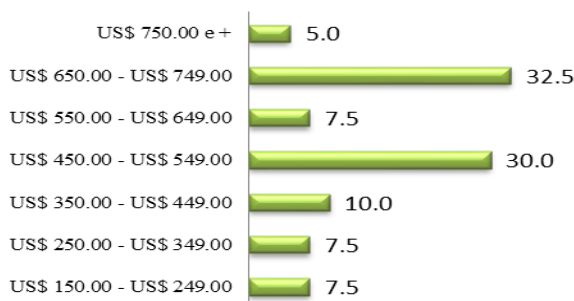
Na Figura 2, onde se expõe a distribuição dos inquiridos, segundo as Unidades Orgânicas onde desempenham o cargo de chefia, revela que 24,4% dos cargos de Chefia da UNTL são ocupados pela estrutura reitoral, a que se segue a Divisão do Plano e Finanças e a Divisão dos Recursos Humanos.

Figura 2 – Distribuição das Chefias pelas Unidades Orgânicas (%) (Fonte: Inquérito às Chefias da UNTL, 2014)



As direcções de Acreditação, Serviços Académicos, Instituto Nacional de Linguística e Logística e Transportes são as unidades orgânicas que possuem menos cargos de Chefias (1 Director por cada unidade orgânica referida). Quanto à descrição dos cargos por níveis de categoria da Função Pública, 42% das chefias situa-se no nível 5 da classificação da Função Pública em Timor-Leste, 32% no nível 6 e 13% no nível 7. A estes níveis correspondem escalões de rendimento diferentes com base em salário também díspar (Figura 3). A maioria dos titulares de cargos de chefia (75%) recebem mais de US\$ 450.00 de rendimento anual. Os restantes 25% situam-se nos escalões mais baixos de rendimento, justificação que se prende com a lei da progressão na carreira e actualização salarial vigente em Timor-Leste.

Figura 3 – Escalão de rendimento, com base no salário, das Chefias da UNTL (%) (Fonte: Inquérito às Chefias da UNTL, 2014)



Quanto à progressão de carreira na Função Pública para cargos de chefia, 78% das Chefias da UNTL eram funcionários públicos em efectivo exercício de funções públicas anteriormente à sua nomeação, verificando-se uma efectiva mobilidade dos funcionários públicos para cargos de chefia na UNTL.

As duas línguas oficiais de Timor-Leste são as mais utilizadas na produção de documentos de serviço. Do total de chefias inquiridas, 27,5% produz documentos exclusivamente em Língua Portuguesa enquanto que 15% utiliza exclusivamente a Língua Tétum na redacção de documentos oficiais. De notar que 20% dos inquiridos utiliza ambas as Línguas Oficiais e, a mesma percentagem de inquiridos, utiliza 4 línguas na redacção dos documentos de serviço – 2 línguas oficiais (Tétum e Português) e 2 línguas de trabalho (Língua Indonésia e Inglês).

No que respeita à opinião das chefias quanto aos métodos de recrutamento e selecção dos recursos humanos, 41% das chefias elegeu todos os métodos de selecção dos recursos humanos listados como utilizados na UNTL associando-os a transparência e a uma boa gestão dos recursos humanos a contratar. Estes métodos

incluem análise das candidaturas, entrevista, análise dos currícula, testes psicológicos, Provas práticas no posto de trabalho e, referência, entre outros.

Os métodos utilizados para selecção de pessoal na UNTL, são considerados adequados por 85% das chefias assim como as as políticas de GRH em vigor, definidas legalmente pela Comissão da Função Pública de Timor-Leste. Contudo, 64% discordam dos métodos de selecção de recursos humanos, por considerarem que não são suficientes e por se basearem de uma forma excessiva em testes psicotécnicos/psicológicos. O mérito (14%) e as Referências (22%) são outros métodos de selecção mencionados.

A existência de uma análise sistemática das necessidades de formação anuais, é afirmado por 78% dos inquiridos como sendo positivo. Numa análise mais abrangente sobre a existência de uma estratégia global de formação nas unidades orgânicas da UNTL, a maioria dos inquiridos (67%) e dirigentes dessas mesmas unidades confirmam haver definida uma estratégia global de formação dos RH e, conseqüentemente, necessária e desejadamente implementada. A par dessa estratégia global de formação de todos os funcionários não docentes da UNTL, 76% das Chefias inquiridas asseguram haver também uma política de formação mínima anual a todos os funcionários não docentes da UNTL. Apenas 24 % consideram não ser assegurada uma formação mínima aos funcionários das unidades orgânicas das quais são dirigentes. Quanto ao tipo de formação disponibilizada aos funcionários não docentes da UNTL, 52% das Chefias afirma ser essa formação proporcionada através de Seminários e/ou workshops de curta duração. As modalidades de formação de longa duração intercalada com formação de curta duração são, também, consideradas por 30% das chefias inquiridas. Essa formação é, segundo as Chefias feita em igual proporção no contexto nacional e internacional (47%), havendo somente 6% que acham ser esta formação exclusivamente proporcionada em contexto internacional.

Sendo a formação um instrumento essencial à melhoria do desempenho dos funcionários, foram também os inquiridos questionados sobre a adequabilidade da formação obtida ao desempenho das respectivas funções. A análise dos resultados obtidos, evidenciam que a maioria das Chefias (85%) considera ser a formação adequada ao desempenho esperado dos funcionários.

O Plano de Formação dos funcionários não docentes da UNTL é suportado, essencialmente, por duas fontes de financiamento, sendo maioritária (57%) a oriunda do próprio Orçamento Geral da instituição. A outra fonte financeira (13%) é o Fundo de Desenvolvimento do Capital Humano de Timor-Leste embora existam algumas acções de formação incluídas no Plano de Formação implementado pelas Chefias inquiridas que são imputadas, simultaneamente, a ambas as fontes de financiamento.

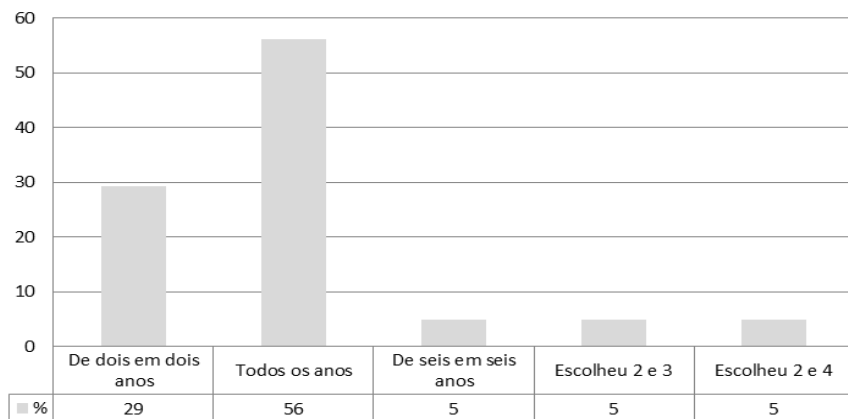
Quando questionados sobre a existência de formadores certificados nas unidades orgânicas, as chefias inquiridas respondem negativamente em 56% dos

casos. As chefias que confirmaram a existência de formadores certificados, representa apenas 44% dos inquiridos.

No que se refere à resposta da UNTL às necessidades identificadas de formação dos funcionários não docentes que lhe são comunicadas, existe considerável concordância dos inquiridos ao dizerem ser a resposta às necessidades formativas identificadas reactiva, planeada e organizada (82%) e, adequada às necessidades (88%). Apenas 7% dos inquiridos afirmou ser inferior às necessidades.

Do total de Chefias da UNTL inquiridas, 87% afirmam que todos os funcionários não docentes estão sujeitos a avaliação pela hierarquia, havendo apenas 13% que refere não se estender a avaliação de desempenho a todos os funcionários. No que respeita à periodicidade, a maioria das Chefias (56%) afirma ser a avaliação de desempenho dos funcionários não docentes realizada anualmente, enquanto 29% sustenta ue esta avaliação é realizada apenas de 2 em 2 anos (Figura 4).

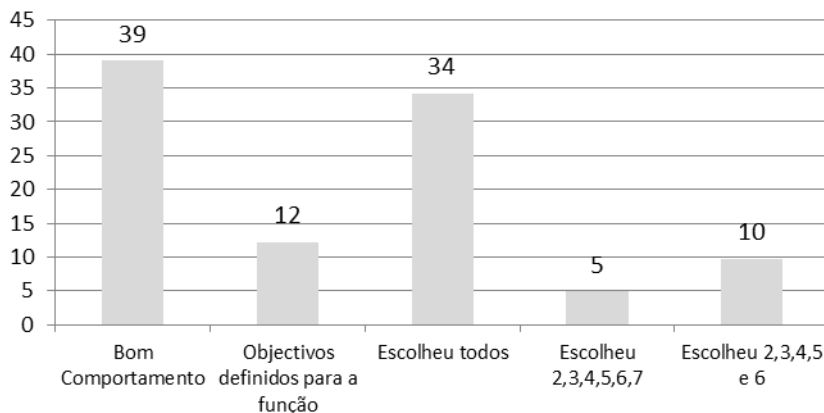
Figura 4 – Periodicidade da avaliação dos funcionários não docentes (%) (Fonte: Inquérito às Chefias da UNTL, 2014)



Os critérios de avaliação de desempenhos dos funcionários não docentes da UNTL, baseiam-se essencialmente no bom comportamento do funcionário (Figura 5). Do total de inquiridos, 39% das Chefias afirmam ser o critério de avaliação mais importante o bom comportamento e, 44% identificam todos os critérios considerados no questionário. Quanto às formas de avaliação de desempenho realizadas, o preenchimento de fichas de avaliação de desempenho pré-concebidas pelas hierarquias é o mais considerado (69%), sendo o principal critério de progressão na carreira a antiguidade do funcionário (41%), desde que tenha sempre um mérito mínimo. Para 20% dos inquiridos, a progressão/promoção de carreira

deve apenas ser estabelecida com base num único critério, o mérito e/ou desempenho.

Figura 5 – Critérios de avaliação dos funcionários não docentes (%) (Fonte: Inquérito às Chefias da UNTL, 2014)



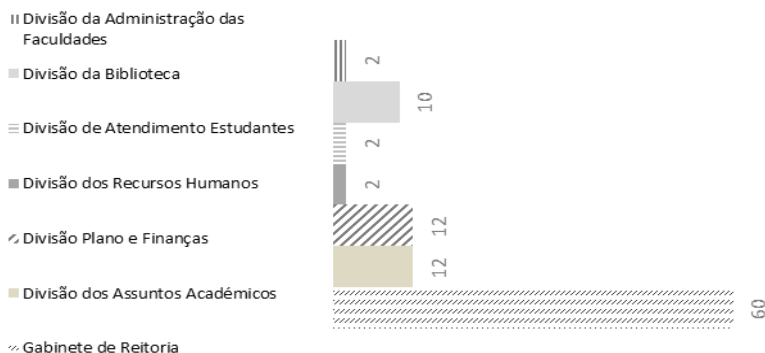
Quanto aos níveis de remuneração mensais auferidos, a maioria das Chefias (61%) considera estarem estes dentro dos valores médios praticados em Timor-Leste. Semelhante opinião tem sobre os salários auferidos pelos funcionários não docentes onde, a maioria (56%), afirma estarem na média salarial. Apenas 15% refere serem os salários muito abaixo da média.

3.2. Funcionários não Docentes

Dos 50 funcionários não docentes participantes no estudo, 58% são Mulheres e 42% são Homens dos quais, 25% se situa no grupo etário dos 25 aos 29 anos e 20% tem idade superior a 50 anos.

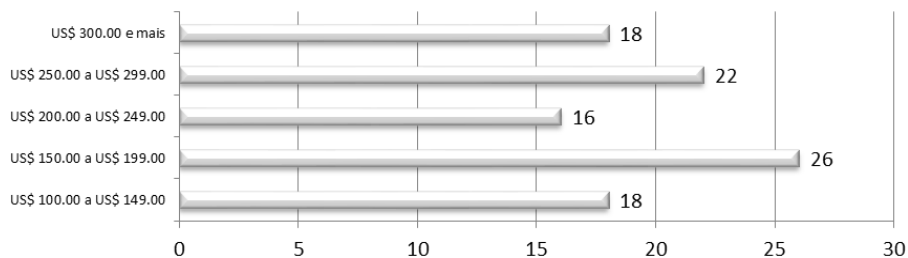
No que respeita às habilitações literárias, os funcionários não docentes caracterizam-se por 34% serem detentores do grau de licenciado e por 18% terem apenas completado o 3º ciclo (9º ano). Na sua maioria (60%) estão afectos ao Gabinete da Reitoria no desempenho das suas funções ainda que 24% pertença às Divisões de Plano e Finanças e Assuntos Académicos e 10% à Divisão da Biblioteca (Figura 6).

Figura 6 – Caracterização dos inquiridos, pelas unidades orgânicas de serviço (%) (Fonte: Inquérito aos funcionários não docentes da UNTL, 2014)



Do total de inquiridos, 28% está no Nível 5 da tabela da Comissão da Função Pública de Timor-Leste, 24% situa-se no nível 3, 18% no nível 4 e 14% nos níveis 6 e 2 desta mesma tabela. Quanto ao salário auferido mensalmente, 26% dos funcionários não docentes recebe entre US\$150.00 e US\$ 199.00 encontrando-se 22% dos inquiridos num escalão remuneratório entre os US\$ 250.00 e os US\$ 299.00 (Figura 7).

Figura 7 – Caracterização dos inquiridos, segundo o nível salarial (%) (Fonte: Inquérito aos funcionários não docentes da UNTL, 2014)



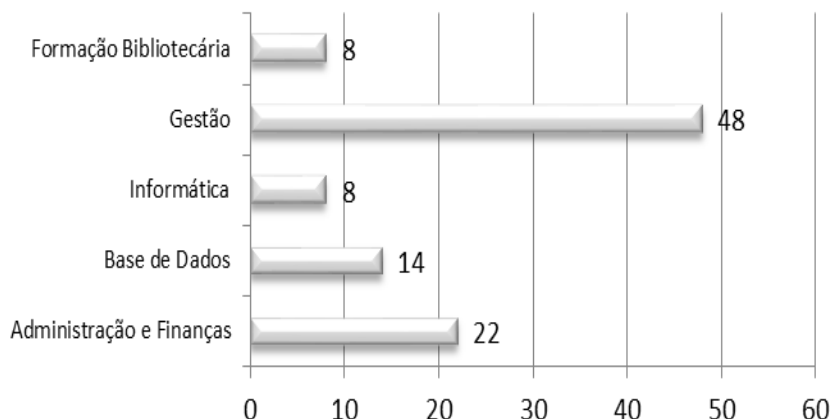
As competências dos funcionários não docentes da UNTL foram avaliadas a vários níveis, sendo o linguístico um deles. A maioria do inquiridos (70%) afirma utilizar, no desempenho das suas funções, as 2 Línguas Oficiais de Timor-Leste (Tétum e Português) enquanto 24% declara utilizar exclusivamente o Tétum e 6% exclusivamente o Português, como língua de serviço.

Do total de inquiridos, 44% afirma que teve acesso a ações de formação coordenadas pela UNTL em várias modalidades formativas, assim como a

formação interna e externa dada em contexto nacional e/ou internacional, manifestando 24% dos inquiridos ter formação em instituições no estrangeiro. Cerca de 68% dos funcionários não docentes frequentaram acções de formação a tempo inteiro. A dedicação exclusiva na capacitação profissional dos funcionários revela-se na maioria dos inquiridos, sendo que 38% afirmam terem realizado a sua formação em tempo parcial.

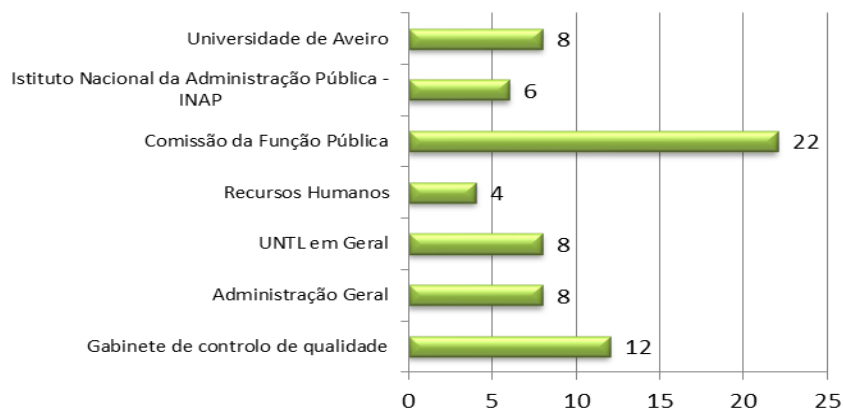
Quanto à aquisição de competência em áreas funcionais específicas, os resultados indicam que 48% das acções de formação foram realizadas na área de Gestão, 22% em conteúdos de Administração e de Finanças, 14% em base de dados e 8% em informática. Ou seja, cerca de 70% da formação disponibilizada aos funcionários não docentes da UNTL é na área da Gestão e procedimentos financeiros e contabilísticos (Figura 8).

Figura 8 – Áreas das Acções de Formação Frequentadas (%) (Fonte: Inquérito aos funcionários não docentes da UNTL, 2014)



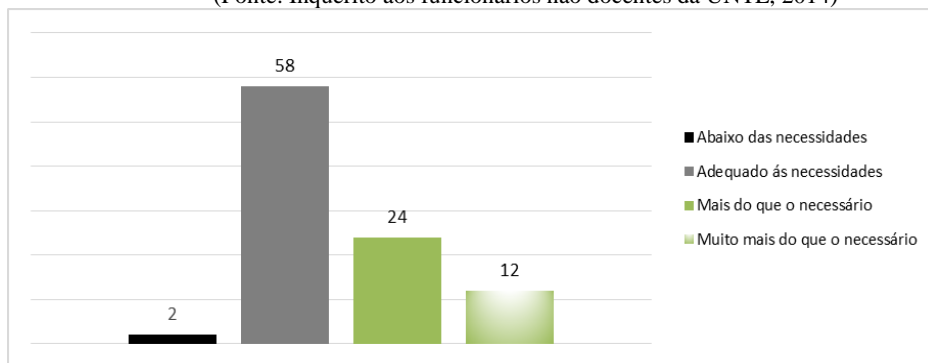
Considerando a natureza da função pública, 22% das acções de formação são definidas pela Comissão da Função Pública. Quanto a outras instituições responsáveis pelas áreas de formação, de realçar o Gabinete de Controlo de Qualidade (12%) e, com igual proporção (8%), a UNTL em geral, a Administração Geral e a Universidade de Aveiro (Figura 9). Quanto ao contexto, 32% foram exteriores à UNTL mas realizadas em Timor-Leste, 22% feitas no estrangeiro e 14% dentro da UNTL. Destas, a maioria (58%) foram realizadas a tempo integral e, na área funcional de Gestão (44%) e de Administração e Finanças (12%). Apenas 2% realizaram formação em Língua Portuguesa.

Figura 9 – Responsáveis pelas Áreas das Acções de Formação (%) (Fonte: Inquérito aos funcionários não docentes da UNTL, 2014)



A Figura 10 ilustra em que medida a formação disponibilizada aos funcionários não docentes corresponde às suas necessidades. A sua análise permite evidenciar que a maioria dos inquiridos (58%) consideram ser essa oferta formativa adequada às suas necessidades enquanto outros (24%) a consideram necessária, muito necessária (12%) ou abaixo das necessidades (2%).

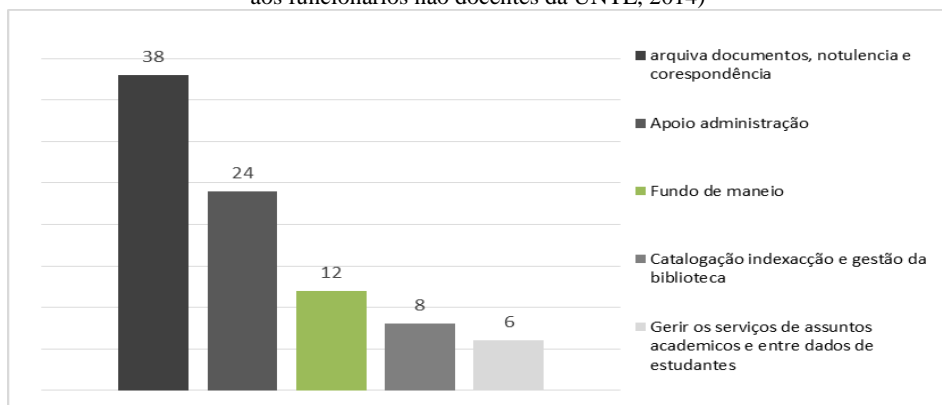
Figura 10 – Avaliação da formação face às necessidades dos funcionários (%) (Fonte: Inquérito aos funcionários não docentes da UNTL, 2014)



Quando se questionam os funcionários não docentes sobre a necessidade de existir formação no futuro, a quase totalidade (98%) afirma que sim acrescentando que essa formação futura deve ser mais avançada em conteúdos, sobretudo em língua, seja portuguesa (38%), seja simultaneamente Português e Inglês (50%).

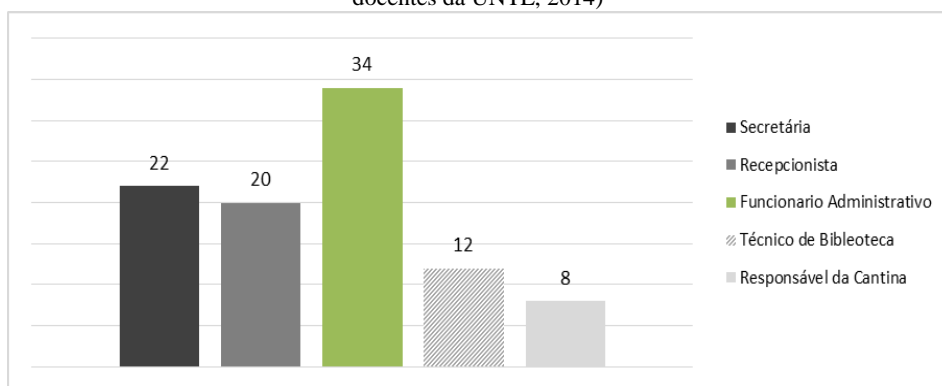
Quanto ao contexto da formação futura, uma proporção maioritária de inquiridos prefere formação externa à UNTL, sobretudo no estrangeiro (62%) e nas áreas funcionais onde desempenham as suas funções actuais (Figura 11).

Figura 11 – Conteúdos funcionais actuais e de formação futura (%) (Fonte: Inquérito aos funcionários não docentes da UNTL, 2014)



Os funcionários da UNTL desempenham sobretudo tarefas administrativas, sejam relacionadas com arquivos, documentação e correspondência (38%), seja apoio à administração (24%), fundo de maneio (12%) ou catalogação e indexação de obras na biblioteca (8%). Quanto à função desempenhada pelos funcionários, vai de rececionista (34%) a responsável da cantina (8%), passando por todas as outras que se apresentam na Figura 12.

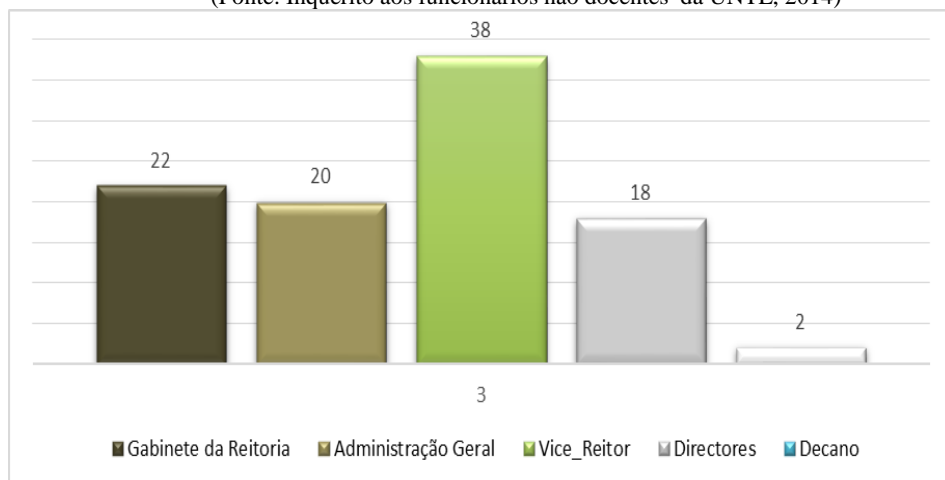
Figura 12 – Função desempenhada pelos funcionários (%) (Fonte: Inquérito aos funcionários não docentes da UNTL, 2014)



Quando questionados sobre a existência de um sistema formal de avaliação do desempenho, a maioria dos inquiridos manifesta o seu conhecimento (86%) havendo apenas 14% que respondem não o conhecer. Contudo, quanto ao número de anos de implementação desse mesmo sistema, não existe manifesta concordância na medida em que 49% afirmam a sua existência há um ano enquanto 43% lhe atribuem 2 anos no tempo de implementação.

Numa grande parte das situações, os inquiridos consideram o vice-reitor como o avaliador responsável pelo seu desempenho (38%), enquanto outros afirmam serem responsáveis pela avaliação das suas funções, o gabinete da reitoria (22%), a administração geral (20%), os directores (18%), ou o decano (2%), ou seja, Chefias da UNTL (Figura 13). Os inquiridos associam, consequências decorrentes da avaliação do desempenho ao "Vencimento" (53%) e à "Formação" (40%).

Figura 13 – Responsável pela avaliação do desempenho dos funcionários (%)
(Fonte: Inquérito aos funcionários não docentes da UNTL, 2014)



A análise dos resultados relativos à remuneração dos funcionários não docentes evidencia que, em geral, os inquiridos manifestam não estar satisfeitos com o nível salarial mensal auferido (81%), havendo apenas 7% que respondem "Sim", considerando ser este adequado às suas necessidades. Quanto aos critérios considerados adequados para a atribuição de incentivos salariais aos funcionários não docentes, os resultados encontrados evidenciam o critério habilitação literária (54%) assim como o haver incentivos iguais para todos (32%). A experiência e a antiguidade, são entendidos como critérios menos importantes.

Aparentemente parece que os inquiridos defendem incentivos salariais iguais para todos, a não ser que exista um diferencial ao nível da educação/formação,

razão pela qual também defendem a manutenção do plano de formação da UNTL em diversas áreas funcionais, seja interno ou externo.

Os resultados demonstram assim, não apenas a valorização do esforço de qualificação dos funcionários não docentes pela instituição, através de projectos de capacitação institucional de âmbito nacional e internacional, como também a necessidade de continuar a desenvolver esse plano a dois níveis. No curto prazo visando capacitar os funcionários para as necessidades e exigências dos seus papéis funcionais e, no longo prazo, com o propósito de preparar os funcionários para uma carreira duradoura, com vistas a transformá-los em membros valiosos da organização UNTL.

Conclusões

O investimento no capital humano, na aprendizagem, em novas formas de GRH, bens e património permitem elevar o valor duma Instituição. A motivação constitui uma das preocupações da GRH e é uma forma de conseguir alcançar vantagens competitivas e desempenhos necessárias para o aumento dos padrões de eficiência e de qualidade.

Dada a complexidade do comportamento humano, a GRH implica dedicação, sensibilidade e, acima de tudo, capacidade para gerir na multiplicidade. Todos os indivíduos são diferentes, regem-se por valores únicos e têm atitudes que os distinguem dos demais.

Na Universidade Nacional Timor Lorosa'e, os desafios são ainda muitos e o seu passado recente baseia-se em episódios de reconstrução física e institucional, num apoio quase nulo de legado documental e formativo aos funcionários. Conseguir chefias e funcionários não docentes motivados e com formação adequada e valorizados é fundamental e, terá consequências, para o desenvolvimento institucional e para a capacitação das chefias e funcionários não docentes.

De modo geral, as mudanças e o reforço positivos nas competências do capital humano da UNTL, através da formação (interna e/ou externa, nacional e/ou internacional) disponibilizada e incentivada aos colaboradores, induz motivação e melhoria na eficácia e qualidade de prestação de serviço, tendo um impacto significativo numa franca melhoria do desempenho organizacional.

Contudo, é de crucial importância que a Universidade Nacional Timor Lorosa'e, na figura dos elementos que compõem a sua estrutura, “aprendam” a lidar, valorizar, motivar e a capacitar o seu capital humano, pois este assume um importante papel na sua performance e no seu desenvolvimento enquanto Universidade. Este capital humano é altamente variável ao longo do tempo, pelo que, o seu valor pode variar consoante as prioridades estratégicas desenvolvidas por

programas de governo, no âmbito nacional ou em alinhamento estratégico com o que a UNTL define como prioridade na GRH. Neste contexto, os resultados obtidos permitem apontar áreas de melhoria na selecção e recrutamento de pessoal para a Universidade Nacional Timor Lorosa'e, assim como, mudanças na prática de GRH que, conseqüentemente, exigem uma mudança no enquadramento jurídico de contratação pública. Sendo as regras actualmente vigentes definidas pela Comissão da Função Pública de Timor-Leste, a necessidade de recorrer à utilização de testes psicológicos para seleccionar e recrutar funcionários, conforme sugestão das Chefias, poderia trazer consigo uma maior morosidade no processo de recrutamento, pela necessidade de aprovação de procedimentos pelo organismo da tutela na contratação de funcionários públicos.

Num país em desenvolvimento como Timor-Leste há que ter consciência que o capital humano é a maior riqueza da Nação. Como tal, as chefias e funcionários devem possuir individualmente competências, talentos e conhecimentos e ser estimulados a melhorar e desenvolver essas competências de forma contínua. A solução para este “problema” é, invariavelmente, o proporcionar de uma formação adequada para os mesmos, em função dos seus termos de referência com base nas suas responsabilidades perante as instituições, e motivando-os no desempenho das suas funções.

O Governo de Timor-Leste está ciente das exigências e da necessária capacitação ao capital humano nacional e respectivo financiamento. O orçamento geral da UNTL, para cada ano fiscal, contempla um plano de formação a cumprir e no qual é imputado um montante considerável do orçamento global. Também o Fundo de Desenvolvimento do Capital Humano assume uma percentagem significativa do financiamento global para Planos de Formação Avançada e Contínua dos recursos humanos nacionais.

A GRH da UNTL não se delimita por motivos financiamento e, por isso, deve responder às exigências nacionais de recrutamento e de formação. Um bom planeamento, as boas práticas de recrutamento e selecção e a formação profissional permitem obter práticas de gestão de recursos humanos eficientes e com resultados bem definidos, em função das necessidades nacionais e daqueles que são os princípios base de consolidação de um Ensino Superior: 1) Seriedade, 2) Rigor, 3) Credibilidade, 4) Responsabilidade, e, 5) Procura de Excelência.

Em suma, este trabalho permitiu demonstrar não apenas a GRH e a valorização do esforço de qualificação dos funcionários não docentes pela UNTL, através de projectos de capacitação institucional de âmbito nacional e internacional, como também a necessidade de continuar a desenvolver esse plano a dois níveis. No curto prazo visando capacitar os funcionários para as necessidades e exigências dos seus papéis funcionais e, no longo prazo, com o propósito de preparar os funcionários para uma carreira duradoura, com vistas a transformá-los em membros valiosos da organização UNTL Possibilitou ainda a identificação de linhas

temáticas para desenvolvimento e desenho de estudos futuros e a sugestão da sua replicação noutros organismos públicos de modo a obter mais resultados sobre a panorâmica da gestão dos recursos humanos na realidade nacional.

Melhorias na GRH na Universidade Nacional Timor Lorosa'e devem priorizar a capacitação em língua portuguesa e inglesa, em informática e em métodos de análise e tratamento de dados.

Bibliografia

- Albuquerque, L. (1987). O papel estratégico de Recursos Humanos. Tese de Livre docência. Fea-USP. 1987.
- Albuquerque, L. (1992). Competitividade e Recursos Humanos. *Revista de Administração*, Vol.27, nº4, Out/Dez, 1992.
- Albuquerque, L. (2002). A gestão estratégica de pessoas. In: Fleury, M. T. L. (Org.). *As pessoas na organização*. São Paulo: Gente, 2002, p. 35-50.
- Almeida, M. I. R., Teixeira, M. L. M., Martinelli, D. P. (1993). Por que administrar estrategicamente Recursos Humanos ? *Revista de Administração de Empresas – RAE*, v.33, n.2, p.12-24, mar/abr..
- Almeida, Walnice (2004). *Captação e seleção de talentos*. São Paulo: Atlas.
- Atkinson, John (1987). La flexibilité de l'emploi sur les marchés internes et externes du travail. In Dahrendorf, R. Kohler E., Piotet, F. *Nouvelles Formes de Travail et d'activités* (pp. 3-48). Dublin: Fondation Européenne pour l'amélioration des conditions de vie et de travail.
- Bouchez, Jean-Pierre (2005). La gestion des ressources humaines : histoire et perspectives. De l'ère industrielle vers l'ère de l'immatérialité. In Weiss, Dimitri (Coord.). *Ressources Humaines*. 3.^a ed. (pp. 5-51). Paris: Éditions d'Organisation.
- Boyer, Luc e Equilbey, Noël (2003). *GRH - Nouvelles Pratiques*. Vade-mecum. Colombelles: Éditions Management e Societé.
- Brewster, Chris (2004). European perspectives on human resource management. *Human Resource Management Review*. 14: 365-382.
- Brewster, Chris et al (2006). What determines the size of the HR function? A cross national analysis. *Human Resource Management*. Vol. 45, 1: 3-21.
- Camara, Pedro B., Guerra, Paulo, Rodrigues, Joaquim (2010). *Novo Humanator - Recursos Humanos e Sucesso Empresarial*, 4.^a Edição, Administração e Gestão, D. Quixote, Lisboa.
- Casado, T. A. (2002). A motivação e o trabalho. In : Fleury, M. T. L. (Org.). *As Pessoas na Organização*, São Paulo: Gente.
- Chiavenato, Idalberto (2004). *Recursos Humanos. O capital humano nas organizações*. 8.^a ed. São Paulo: Atlas.

- Cunha, Miguel Pina; Rego, Arménio; Cunha, Rita Campos, Cabral-Cardoso, Carlos (2004). *Manual do Comportamento Organizacional e Gestão*. 3.^a ed. Lisboa: Editora RH, Lda.
- Cunha, Miguel P., Rego, Arménio, Gomes, J., Cabral-Cardoso, C., Marques, C., Cunha, Rita (2010). *Manual de Gestão de Pessoas e do capital Humano*, 2.^a Edição Revista e Corrigida, Edições Silabo, Lisboa
- Decreto-Lei No. 14/2008 de 29 de Outubro sobre a Lei Bases da Educação de Timor-Leste
- Decreto-Lei No. 8/2009 de 19 de Maio sobre o Regime Jurídico dos estabelecimento de Ensino Superior
- Decreto-Lei No. 16/2010 de 20 de Outubro sobre o Estatuto da Universidade Nacional Timor Lorosa'e (UNTL)
- Devanna, M.A.; Fombrun, C.J.; Tichy, N.M. (1984). A framework for strategic human resource management, In: Fombrun, C.J.; Tichy, N.M.; Devanna, M.A. (Coords.). *Strategic human resource management*. New York: John Wiley, 1984.
- Dutra, J. S. (2006). *Gestão de Pessoas: Modelo, Processos, Tendências e Perspectivas*. São Paulo: Atlas.
- Fayol, H. (1956). *Principes Généraux d' Administration*. Administration industrielle et général, Dunod, Paris.
- Fischmann, Adalberto, Almeida, Martinho (1991). *Planejamento Estratégico na prática*. 2.^aEd. São Paulo, Atlas.
- Fleury, A. e Fleury, M.T. (2002). *Estratégias empresariais e formação de competências – Um quebra cabeça caleidoscópico da industria brasileira*. Editora Athas, São Paulo.
- Fischer, André, França, Ana (2002). *As pessoas na organização*. 2. ed. São Paulo:Genti.
- Fombrun, Ch.; Tichy, N. E Devanna, M. (1984). *Strategic Human Resource Management*. New York: John Wiley and Sons.
- Hipólito, J. A. M. (2001). *Administração salarial: a remuneração por competências como diferencial competitivo*. São Paulo: Atlas.
- Limongi-França, A.C. (2004). *Qualidade de vida no trabalho – QVT: conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial*. 2. ed. São Paulo: Atlas.
- Limongi-França, A.C. (2007). *Práticas de Recursos Humanos PRH: Conceitos Ferramentas e Procedimentos*. São Paulo: Atlas.
- Longo, F. (2007). *Mérito e Flexibilidade: A Gestão de Pessoas no Setor Público*.
- Lopes, Albino (2005). “Gestão de Recursos Humanos versus Gestão de Pessoas: a arte do equilíbrio entre a iniciativa e a cooperação nas organizações”. Texto base de Gestão de Recursos Humanos, Curso de Gestão, ISCTE (documento policopiado).

- Legge, Karen (1995). HRM: rhetoric, reality and didden agendas. In Storey, John (Ed.) (1995). *Human Resource Management. A critical text.* (pp.33-59). London: Thomson Business Press.
- Mintzberg, Henry, Lampel, J., Quinn, J.B., Ghoshal, S. (2006). *O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados.* 4 ed. Porto Alegre: Bookman.
- Mintzberg, Henry (2003). Criando organizações eficazes: estruturas em cinco configurações. São Paulo: Atlas
- Mintzberg, Henry (1982). *Structure et Dynamique des Organisations.* Paris: Les Éditions d'Organisation.
- Nigro, F. A. (1966). Administração de Pessoas no Serviço Público. Fundação Getúlio Vargas Serviços de Publicações. Rio de Janeiro: GV – Brasil.
- Peters, T., Waterman, R. (1984). *In Search of Excellence: lessons from America's best-run companies.* New York, Time Warner.
- Porter, Michael. (1989). *Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior.* 15. ed. Rio de Janeiro: Campus.
- Porter, Michael (1996) "What is Strategy", *Harvard Business Review*, Nov/Dec.
- Prahalad, C. K., Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation, *Harvard Business Review*, v. 68, n. 3, p. 79-91, May/June.
- Rodrigues, Marcus (1994). *Qualidade de vida no trabalho: como medir para melhorar.* Salvados, BA, Casa da Qualidade, Brasil.
- Sammartino, W. (2002). A integração do sistema de gestão de recursos humanos com as estratégias organizacionais. São Paulo: USP, Tese de Doutorado.
- Schuler, R.S. (1987). Personnel and Human Resource Management Choices and Organizational Strategy, *Human Resource Planning*, 10(1): 1–17
- Schuler, R.S. (1992). Strategic Human Resource Management: Linking People with the Needs of the Business, *Organizational Dynamics*, 21: 19–32
- Smith, M. (1963). Aprendizagem organizacional: oportunidades e debates atuais, In: Easterby Smith M. Burgoyne, J. Araujo, I., *Aprendizagem organizacional e organizações de aprendizagem, desenvolvimento na teoria e na prática*, São Paulo, Atlas.
- Storey, John (1995). Human Resource Management: Still marching on, or marching out?. In Storey, John (Ed.) (1995). *Human Resource Management. A critical text.* (pp.3-32). London: Thomson Business Press.
- Tavares, Susana e Caetano, António (1999). A Emergência da Gestão de Recursos Humanos Estratégica. In Caetano, António (Coord.). *Mudança Organizacional e Gestão de Recursos Humanos* (pp. 31-60). Lisboa: Observatório do Emprego e Formação Profissional.
- Ulrich, David (2003). *Os campeões de recursos Humanos: Inovando para obter melhores resultados*, São Paulo, Ed. Futura

- UNTL- Universidade Nacional de Timor Lorosa'e (vários anos). Documentos internos.
- UNTL- Universidade Nacional de Timor Lorosa'e (2011). Plano Estratégico da Universidade Nacional Timor Lrosa'e 2011-2020.
- Weber, Max (1947). *The Theory of Social and Economic Organization*. New York: Oxford University Press.
- Weber, Max (2003). Bureaucracy and Legitimate Authority. In Michael J. Handel (Ed.), *The Sociology of Organizations* (pp. 17-23). London: Sage Publications

Contribuição para o estudo do valor socioeconómico e cultural das plantas medicinais de Timor-Leste

Xisto Martins*

Pedro Damião de Sousa Henriques*

Resumo

As plantas medicinais são utilizadas desde há longo tempo para tratar as doenças da população de Timor-Leste. O conhecimento existente sobre essa utilização é muito limitado. Com este trabalho pretendeu-se analisar os três grupos de intervenientes no consumo de plantas medicinais utilizadas para tratar doenças: os curadores, as clínicas de saúde e os utilizadores, com o intuito de caracterizar este mercado e identificar as suas principais lacunas. A metodologia utilizada para a realização do trabalho e concretização dos objectivos formulados incluiu o recurso a dados primários e secundários. A obtenção de dados secundários foi feita através de uma revisão da literatura tanto de componentes teóricas como de estudos empíricos. Os dados primários foram obtidos através da aplicação de um inquérito por questionário a cada um dos intervenientes: os curadores, as clínicas de saúde e os utilizadores finais. Com os resultados obtidos tivemos indicações sobre o tipo de oferta e de procura para a utilização de plantas medicinais e para propor medidas para dinamizar esta actividade numa base em que se perspetive a segurança da população que as usa e o reconhecimento dos curadores competentes.

Palavras-chave: Plantas medicinais, procura, oferta, curadores², Timor-Leste

Introdução

As plantas medicinais são muito úteis na sociedade tradicional de Timor-Leste, para tratar pessoas, animais e também plantas (Correia 1968; Frideberg 1994; Collins *et al.* 2006; Collins *et al.* 2007). Estes autores identificaram uma série de plantas da flora timorense que são utilizadas pela população com fins medicinais. Até à data não existe intenção de manter a existência destas plantas e não lhes é dado valor em termos económicos, sociais e culturais. A população utiliza as

* Executive Director Raebia, Timor Leste P.O.Box 423 Díli-Timor Leste, xistomartins@raebia.org

* Departamento de Economia, Universidade de Évora, pdamiao@uevora.pt

² Neste trabalho utilizamos a palavra *curador(es)* em vez de *curandeiro(s)* para evitar a conotação negativa do último termo que não parece apropriada à longa tradição timorense de tratamento terapêutico com plantas medicinais.

plantas medicinais de duas maneiras: através dos curadores e através das clínicas de saúde.

Seja em florestas ou em explorações agrícolas, em cursos de água ou nas fendas do pavimento, quer em terra, no mar, as plantas crescem em todos os lugares. Desde árvores gigantes e pequenos arbustos a gramíneas, líquenes e algas, a vida vegetal é tão variada quanto os diversos habitats em que ela cresce. Muitas dessas plantas crescem onde as pessoas vivem, e esta "coabitação" e "interdependência" não são mera coincidência, pois as pessoas precisam e usam as plantas para sobreviver e tirar o máximo de sustento; este tem sido o caso há dezenas de milhares de anos, desde que os humanos fizeram a sua primeira aparição no planeta. Assim, pode-se dizer que as plantas têm um profundo valor histórico e contemporâneo para as pessoas. Elas têm valores sociais e económicos, quando as pessoas trocam uma planta ou parte de uma planta por outra coisa para melhorar os seus meios de subsistência. Elas têm valor nutricional, uma vez ingerida a planta ou parte da planta, esta promove o bem-estar e nutrição de uma pessoa. Elas têm valor medicinal, pois podem tratar doenças ou aliviar a dor. Têm valor agrícola, pois podem dissuadir um insecto de danificar uma cultura. Têm valores culturais, por a planta desempenhar um papel especial na vida de um grupo de pessoas e contar para o conhecimento, prática diária e tecnologia desse grupo. Têm valor ecológico, porque as plantas fazem parte de uma relação simbiótica entre o homem e o seu meio ambiente. Elas também têm valor estético, que se refere a um domínio de apreciação subjetiva, para além de qualquer uso particular.

Todos os valores acima referidos são distintos para os diferentes grupos de pessoas. O que as plantas significam nos trópicos Asiáticos para um grupo de subsistência não é o mesmo que elas significam para um produtor de uma economia de mercado no mundo ocidental. O significado e o valor das plantas em Timor-Leste não é necessariamente o mesmo das vizinhas ilhas de Wetar, Alor ou qualquer outra ilha na sua vizinhança, embora tenham alguma coisa em comum, nem é tão pouco o mesmo para todo o território. Podem observar-se diferenças, por exemplo, entre Mamba'e é, Kemak, Makassa'e, Tétum ou quaisquer outros grupos etno-linguísticos que habitam Timor-Leste.

Este estudo é um estudo de plantas medicinais como entidades biológicas com determinadas propriedades medicinais, e sobre como estas plantas são compreendidas, conhecidas, identificadas, crescem, são usadas e ingeridas. O estudo está necessariamente ligado a como as pessoas em Timor-Leste identificam as doenças, quer nas pessoas quer nas plantas ou animais e como estas plantas se tornam um recurso para tratamento. E também sobre a diferença entre o conhecimento comum das plantas medicinais e o seu conhecimento mais especializado, podendo encontrar-se em Timor-Leste certas pessoas, conhecidas como curadores ou matan-dook qualificadas para a prática de medicina tradicional Timorense.

A medicina tradicional e as plantas sobreviveram no período de independência de Timor-Leste. Sobreviveram primeiro por causa da resiliência dos Timorenses que sob condições adversas da ocupação indonésia e da resistência armada, continuaram a acreditar nos curadores tradicionais e nas plantas.

Assim, o conhecimento manteve-se vivo. Hoje em dia sobretudo as pessoas das áreas rurais ainda recorrem aos curadores tradicionais e às plantas medicinais, facto que pode ser explicado em parte pelo desenvolvimento na forma de tecnologias ocidentais, incluindo a medicina ocidental ter feito lentos progressos no país nos 15 anos pós independência. Mas, apesar de alguns ganhos do estilo ocidental (e Cubano) nos cuidados médicos, na forma de clínicas de saúde e disponibilidade de medicamentos, permaneceu uma certa falta de confiança na medicina ocidental e as pessoas continuaram a dar valor aos curadores e às plantas medicinais. Isto não diz respeito apenas à medicina humana, mas também à saúde das plantas e animais. Em outros casos, não é tanto uma questão de confiança mas uma questão de acessibilidade; as plantas medicinais crescem livremente e os curadores fornecem os seus serviços livremente ou baratos para os parentes e comunidades. Também, a medicina tradicional se ajusta a uma lógica cultural – as pessoas compreendem como estas medicinas trabalham relativamente aos seus pontos de vista moral, espiritual e sobrenatural sobre a causa e cura da doença. Por outras palavras, a manifestação da doença é geralmente compreendida como um efeito de os seres vivos terem desagradado aos seres sobrenaturais (antepassados mortos), usualmente devido a uma má conduta moral ou negligência social ou outra.

A utilização das plantas medicinais tal como eram utilizadas há milhares de anos em muitas sociedades à volta do mundo, também aconteceu em Timor-Leste. Muitas pessoas em Timor-Leste usam as plantas medicinais para tratamento de doenças nelas próprias, nos seus animais ou nas suas plantas. Muitos locais têm curadores que têm conhecimentos e competências para o uso das plantas medicinais no tratamento específico de certas doenças que não parecem resolver-se com os tratamentos modernos.

Este trabalho tem como objectivo promover a conservação de todas as plantas medicinais em Timor-Leste e compreender e acrescentar-lhes valor não só em termos tradicionais mas também em termos de conhecimento incluindo económico.

Enquadramento histórico

Os portugueses começaram a vir à ilha de Timor no século XVI, e em 1769, com a fundação de Dili, eles estabeleceram-se na parte oriental da ilha, ficando a parte ocidental para os holandeses. A partir desse momento, os portugueses começaram a mudar a economia, a paisagem e as políticas indígenas. Eles introduziram o milho, promovendo a cultura, tornando-a cultura dominante. O

arroz também foi implementado, tal como o café após 1860. As alterações foram progressivas e graduais ao longo do século XIX, porque os portugueses não tinham o controle total sobre os reis indígenas (Liurai) e os reinos. Mas, a partir do final do século XIX até o início do século XX, houve grandes mudanças. Estas mudanças ocorreram devido às políticas agressivas do governador Celestino da Silva (1894-1908). Ele atacou os reinos e subordinou-os, instituindo um sistema de trabalhos forçados. Desenvolveu as plantações e introduziu um imposto sobre cada homem em 1906. Os governadores seguintes continuaram com as mesmas políticas: Governador Câmara (1911-1917) trouxe um sistema comunal de plantações em que cada família timorense tinha de cultivar café e coco para o Estado. O fim da Guerra de Manu-Fahi (1911-1912) fez com que a população timorense fosse, finalmente, totalmente pacificada.

Nas décadas seguintes, as mudanças foram enormes, mesmo na estrutura política indígena. Na década de 1930, não havia mais reinos; os portugueses estavam a tomar madeiras da floresta e dedicando grandes quantidades de terra ao café, coco, borracha e outras culturas de plantação. Havia muita degradação ambiental devido às políticas portuguesas, mas os timorenses foram responsabilizados por essa deterioração, dizendo-se ser culpa da agricultura tradicional timorense ou "corte e queima". O facto é que o rápido crescimento do sector das plantações pressionava a agricultura tradicional, que era forçada a sair para uma terra mais marginal. Aumentos acentuados da população timorense também contribuíram para esta situação (Clarence-Smith 1992; Martinho 1943).

O resultado foi a degradação ambiental e perda de biodiversidade. As plantas medicinais eram inevitavelmente parte da biodiversidade, e a sua perda foi acompanhada pela perda parcial do conhecimento medicinal. Na década de 1930, os portugueses em Timor tinham-se tornado cientes da extensão do problema ambiental e perda de floresta, mas apenas em termos económicos, sem qualquer ideia sobre o valor cultural ou social dos medicamentos tradicionais.

Os curadores tradicionais eram vistos como uma "praga" ou seja eram pessoas que se aproveitaram dos timorenses, inventando histórias sobre feitiçaria e cobrando para desfazer esse feitiço com suas habilidades mágicas. Embora possa haver alguma verdade nisto, o outro lado da moeda é que os curadores não usavam apenas as plantas mágicas, mas também usavam as que tinham propriedades medicinais reais. Um administrador português, que passou 25 anos em Timor (1910-1935) alegou que os portugueses tinham que se livrar desta "praga humana" de curadores (Correia 1934; Martinho 1943). Não o conseguiram, mas conseguiram reduzir as suas atividades e diminuir o seu número na década de 1920 e 1930.

A ocupação japonesa (1942-1945) também teve um impacto devastador sobre Timor, e mais de 50.000 timorenses perderam as suas vidas. Pode seguramente assumir-se que muitas dessas pessoas eram curadores tradicionais, e que o conhecimento medicinal mais tradicional foi perdido. No período pós-guerra do

Timor Português (1945-1975), embora não haja nenhuma evidência de uma campanha activa para eliminar estes curadores, eles não tinham qualquer legitimidade na administração colonial. A literatura, em especial uma série de documentos conhecidos como planos de desenvolvimento apontam para uma crescente preocupação com a protecção do ambiente, mas na verdade nada era feito para conservar as plantas medicinais (Gunn, 1999).

A invasão Indonésia e a ocupação (1975-1999) fizeram um assalto mais grave aos curadores tradicionais, diversidade de plantas e conhecimento medicinal. Em primeiro lugar, os efeitos adversos da ocupação sobre a medicina tradicional podem ser vistos como um aspecto do rompimento mais amplo para a sociedade timorense, que foi genocida na natureza. Na primeira década de ocupação, 80% dos timorenses foram realocados longe de suas terras ancestrais. Eles foram concentrados em campos e os seus movimentos eram restritos. Estima-se que um terço (cerca de 200.000) da população pereceu de fome ou de doença, ou foram mortos durante a ocupação; ao longo dos 25 anos de ocupação um quarto de floresta foi perdido. Os efeitos devastadores da ocupação não podem ser subestimados. Em 1999, os Indonésios e os grupos paramilitares timorenses de esquerda "Timor Timur", após o referendo UN-monitorado produziram um voto a favor da independência; na época, a medicina tradicional ficou, sem dúvida, semelhante a “estado de ruína” (Aditjondro 2001; Dunn 1996; Molnar 2010).

Entre as duas guerras mundiais, alguns estudos feitos referenciam as plantas medicinais, mas principalmente dentro do contexto de entendimentos e comentários depreciativos sobre a cultura de cura (ou xamanismo, como é conhecido em outros lugares). Como mencionado acima, tanto Armando Pinto Correia (1935) e Capitão José Martinho (1943) fizeram alguma menção da medicina tradicional, demitindo a 'magia negra' ou 'bruxaria', como superstição. Administradores coloniais, como Pinto Correia e o Capitão Martinho, tentaram desacreditar e remover os curadores de suas práticas. Não há dúvida de que o entendimento colonial da medicina tradicional foi prejudicado. Assim, podemos dizer que nenhum estudo objectivo surgiu durante esse período.

As plantas e o mel têm sido usados pela população de Timor-Leste para prevenir, tratar e tratar doenças. Moreira (1968) refere que, Timor era conhecido mundialmente pelo sândalo (*Santalum album*), que era usado na Índia, na Arábia e na Europa, moído para fazer um emplastro medicinal.

O primeiro estudo feito “in loco” sobre a existência e a utilidade das plantas medicinais de Timor-Leste foi realizado por Frei Alberto de Santo Tomaz, missionário Dominicano, num trabalho manuscrito, sem data mas que se presume ser dos fins do século XVIII – “Virtudes de algumas plantas, folhas, frutas, cascas e raízes de diferentes árvores e arbustos da ilha de Timor”, que foi dado a conhecer através dos estudos de Frei Francisco Leite de Faria e do engenheiro José d’Orey, pelo Ministério do Ultramar, Lisboa, 1969. Neste manuscrito é abundante a

lista de remédios concebida por sucessivas gerações de timorenses que podem ser obtidos das plantas nele descritas.

Sobre a arte de tratar dos timorenses e as partes de plantas utilizadas para a cura, há um importante contributo de Cardoso Junior (1902), com uma exaustiva descrição dos métodos e processos de uso das plantas medicinais na cura de diferentes males, constantes do *Jornal da Sociedade de Geographia* e da autoria de João da Silva Vaquinhas.

De acordo com Cinatti (Gomes, 1950), as explorações botânicas em Timor principiaram em 1699-1700, fruto do movimento filosófico iniciado no período Renascentista, que prosseguiu até à Idade Moderna e ulteriormente conjugou-se com o Naturalismo, que suscitou no homem europeu a necessidade de um estudo pormenorizado dos novos mundos descobertos.

Também Fausto Moreira, em 1968, utiliza as classificações botânicas de Osório de Castro (1934) e de Cinatti (Gomes, 1950) para compilar algumas das plantas medicinais timorenses, consoante o seu campo de aplicação terapêutica, indicando o nome timorense, em Tétum mas também em Kemak e Mambá'e, e quais as partes da planta utilizadas (Tabela 2.1). Os dados colhidos por Moreira (1968) são um guia para o tratamento de algumas doenças e o autor frisa que o conhecimento dos curadores tradicionais “Matan-dook” é vasto e secreto e que as plantas medicinais são em muitos casos consideradas sagradas ou “lulic”³.

Os estudos recentes de Collins *et al.* (2006, 2007) identificaram um conjunto de plantas e árvores usados com fins medicinais por diferentes grupos etnolinguísticos, mencionando a sua importância para a resistência militar contra a ocupação Indonésia. Estes autores, em 2006, documentaram os conhecimentos botânicos tradicionais de 2 grupos timorenses culturais aparentados, Laklei e Idate, de raiz comum na língua Idalaka de origem austranésia, fazendo uma comparação do conhecimento das plantas medicinais e dos usos associados. Num total de 86 espécies de plantas medicinais recolhidas, 44 são reportadas a Laklei e 53 a Idate, existindo 11 em comum.). Laklei e Idate têm relativamente poucas espécies de plantas em comum, e ainda uma percentagem baixa de espécies com menções similares, quando comparado com o normal na literatura. Collins *et al.* (2005) documentou os usos prioritários medicinais das plantas de Timor-Leste..

Metodologia

O método básico utilizado é o descritivo: primeiro fazemos uma descrição da situação actual e depois propomos caminhos para a solução dos problemas encontrados (Nasir, 1988).

³Ver Tabela B.4 no Anexo.

A metodologia inclui a recolha de informação proveniente de duas fontes, primária e secundária. Os dados primários serão obtidos a partir de inquérito por questionário, especificamente elaborado com o propósito do estudo, e aplicados às clínicas de saúde, aos curadores e aos utilizadores finais de plantas medicinais.

Os dados secundários são provenientes da revisão da literatura realizada a partir de estatísticas oficiais, estudos e boletins institucionais e de livros, pesquisas, estudos e artigos científicos sobre a temática em estudo.

O método utilizado para identificar a área de estudo e o número de intervenientes foi o de amostragem (não probabilística) por conveniência. Tal significa que a área de intervenção e a escolha do número de sujeitos objecto de estudo é realizada com base na conveniência do investigador e em critérios vários, entre os quais a acessibilidade aos curadores, às clínicas de saúde e aos utilizadores finais de plantas medicinais.

Este método de escolha tem como desvantagem a impossibilidade de generalizar os resultados obtidos ao universo. Contudo, a amostra de conveniência tem a vantagem de ser menos dispendiosa e mais simples de aplicação (Churchill, 1999). Os questionários foram realizados nos distritos, subdistritos e aldeias constantes do Tabela 3.1.

Tabela 3.1 – Locais de estudo (Fonte: Elaboração Própria, 2014)

Distrito	Subdistrito	Aldeia
Liquica	Bazart	Tibar
Manu-Fahi	Same	Letefoho
		Holarua
		Daisua
		Babulu
	Turisca	Betano
		Tutuluro
		Caimane
	Alas	Wedauberek
Fatu Berlihu	Clacuc	
Manatuto	Barique	Abat Oan
		Uma Boco
		Kakae Uman

Os locais de pesquisa foram seleccionados na convicção de que as pessoas destas áreas têm um forte conhecimento de plantas medicinais e métodos de tratamento, os quais incluem tratamento para pessoas, animais e plantas. Os locais seleccionados foram na maioria dos casos comunidades muito remotas em que se mantém uma grande dependência das plantas medicinais.

Os dados recolhidos foram de duas proveniências: dados primários e dados secundários. Os dados primários foram recolhidos através de 3 questionários: às clínicas que usam plantas medicinais, aos curadores tradicionais e aos utilizadores finais.

Os dados secundários foram recolhidos através de uma pesquisa bibliográfica sobre os estudos publicados sobre este tema em Timor-Leste e no sudeste asiático.

A análise dos dados primários foi qualitativa e descritiva. Antes de iniciar as entrevistas, foi feita uma sondagem preliminar para determinar a localização do grupo-alvo: curadores, instituições e consumidores de plantas medicinais.

A recolha de dados foi efetuada principalmente em zonas de floresta aberta.

A maioria das plantas medicinais foi desenvolvida pelos curadores, inicialmente recolhidas na floresta e depois cultivadas nos jardins das casas. Observou-se, tal como já Sean Collins (2005) observara, que o grau de conhecimento das plantas medicinais variava consideravelmente de um informante para outro.

No início de cada entrevista, o entrevistador e o membro da comunidade explicavam ao informante que este poderia terminar a entrevista em qualquer momento sem explicação e que não eram obrigados a partilhar a informação de natureza espiritual ou qualquer outra informação que não se sentissem confortáveis em partilhar.

A entrevista foi conduzida durante passeios casuais com o informante, durante os quais se lhe pedia para descrever algumas plantas que ele considerasse serem importantes plantas medicinais ou plantas venenosas. Em qualquer dos locais selecionados, as entrevistas foram conduzidas em Tétum e duravam entre 1 a 2 horas. Durante a entrevista, a indicação dos usos das plantas medicinais, a parte usada das plantas, método de transformação, via de administração, habitat, e o nome vernáculo das plantas foi perguntado. No fim da entrevista o informante era compensado monetariamente.

Análise e discussão dos resultados

Este trabalho abrangeu consumidores, curadores e instituições.

Para os consumidores foram selecionados três distritos, Manu-Fahi, Manatuto e Díli, três subdistritos de Manu-Fahi e um subdistrito de Manatuto e de Díli, respectivamente. No subdistrito de Same o estudo realizou-se em seis sucos e 11 aldeias, em Fatuberliu e Turiscail realizou-se em suco e uma aldeia. No subdistrito de Barique do distrito de Manatuto, as áreas de estudo consistiram em 1 suco e 4 aldeias e no subdistrito de Vera-Cruz do distrito de Díli, a área de estudo consistiu em um suco e uma aldeia.

Para os curadores, dois distritos, Manu-Fahi e Manatuto, foram selecionados, com quatro subdistritos em Manu-Fahi, e um subdistrito em Manatuto. No

subdistrito de Same o estudo realizou-se em cinco sucos e 10 aldeias; em Fatuberliu e Turiscaí consistiu em um suco e uma aldeia. Em Barique, subdistrito do distrito de Manatuto, a área de estudo consistiu de 2 sucos e 3 aldeias.

Na localização do estudo para as instituições, dois distritos de Liquiça e Manu-fahi foram selecionados para este estudo. Uma das instituições localiza-se no subdistrito de Bazartete, suco de Tíbar e a outra em Same no suco de Lete-foho.

Consumo de plantas medicinais

O número total de inquiridos totalizou 50 consumidores. Os locais de residência são Hola-Rua com 18 entrevistados (36%), 9 entrevistas de residentes em Dili e outros tantos em Ur-Fu (18%) e ainda Asrama Madre (2), Same (7) ou We Dau Berek (5).

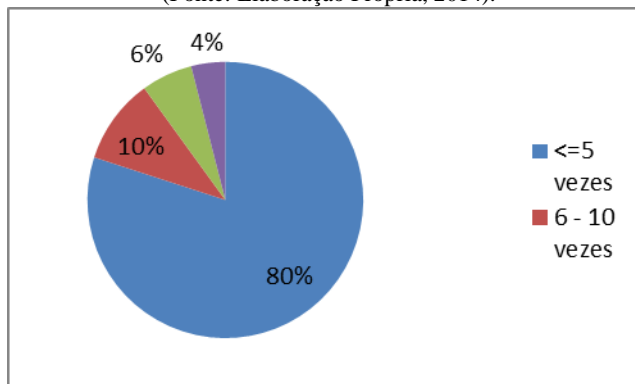
A maioria dos consumidores pertence à classe > 40 anos, havendo uma distribuição igual para as outras duas classes de idade (<= 30 anos e >30 e <=40). Nos consumidores entrevistados existe uma percentagem maior de mulheres (54%) e menor de homens (46%).

Em termos de níveis de escolaridade. 48% dos consumidores entrevistados não foi à escola, 30% tem frequência da pré-secundária ou secundária e somente 10% tem frequência do ensino superior.

A maior percentagem de consumidores são agricultores, 66%, e o menor é funcionário privado que representa 2%. Os consumidores que são donas de casa e os estudantes são 16 e 4%, respectivamente. Relativamente à distribuição dos consumidores de acordo com o seu rendimento anual, o maior percentual é na classe 151-250 USD com 70%, e a menor é na classe 251 -350 USD com 2% dos consumidores. Com rendimento anual <150 USD estão 28% dos entrevistados.

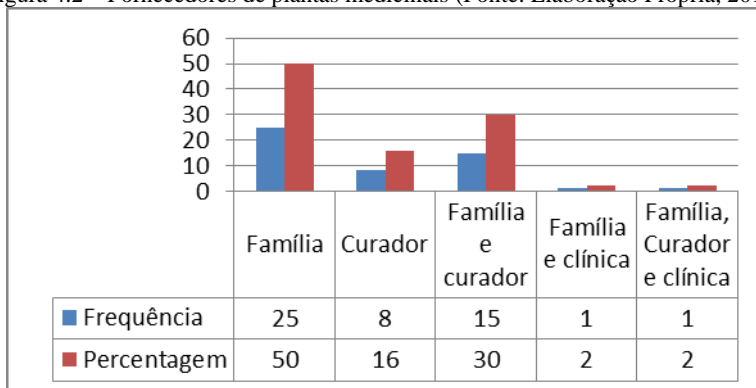
A totalidade dos consumidores entrevistados já utilizou plantas medicinais para o tratamento de doenças. A grande maioria dos consumidores (80%) utilizou plantas medicinais tradicionais menos do que cinco vezes e a frequência menos observada foi da classe entre 21 e 50 vezes, correspondente a 4% do total. Houve 10% de consumidores na classe entre 6-10 vezes e 6% na classe entre 11 -20 vezes. Em termos médios cada consumidor utilizou 6 vezes plantas medicinais tradicionais (Figura 4.1).

Figura 4.1 – Frequência na utilização das plantas medicinais (Fonte: Elaboração Própria, 2014).



A família é a grande fonte de fornecimento de plantas medicinais (84%), seguida pelos curadores (48%) e pelas clínicas (4%). Metade dos consumidores (50%) indicou que os fornecedores eram só a família e 16% que eram só os curadores. A combinação mais referida é família e curador com 30%. As clínicas só aparecem em combinação com a família (2%) ou com a família e curadores (2%) (Figura 4.2).

Figura 4.2 – Fornecedores de plantas medicinais (Fonte: Elaboração Própria, 2014).



Relativamente ao pagamento feito pelos consumidores aos curadores, a maioria dos entrevistados (44%) disse não pagar nada, 36% dos consumidores indicaram que pagaram com dinheiro e géneros e 20% somente com dinheiro. Dos 56% que pagam com dinheiro aos curadores, em média pagaram 14,8 USD, com 67,9% dos a pagar abaixo dos 10 USD e os restantes acima desse valor.

No que diz respeito ao pagamento em géneros para os curadores, dominam os galos, galinhas e frangos, citados por 83,3% dos consumidores, seguidos pelo porco 16,7%, lipa e tua sabu 11,1% e arroz, café açúcar, moedas e velas são citados, cada, por um consumidor. Em 44% das situações os consumidores pagam com mais de um género, sendo variadas as combinações de géneros utilizadas. Em 93,8% dos pagamentos em géneros a quantidade paga é de uma unidade.

Relativamente ao número de doenças reportadas pelos consumidores, em média os consumidores referem 2,6 doenças em que utilizam plantas medicinais, com 32% dos consumidores a referirem 2 ou 3 doenças e somente 20% e 16% a referirem 4 e 1 doença respectivamente.

Das doenças referidas pelos consumidores destacamos as referidas por mais de 20 % dos consumidores a Me'ar (tosse), Ulun fatuk moras (dor de cabeça), kabun moras (gastroenterite).

Alguns dos usos das plantas medicinais podem ser referidos. A malária é na maioria das situações tratada com folhas de papaia (50% das respostas). A goiaba é muito usada para tratar a dor de barriga (58% das respostas). A goiaba (36% das respostas) e o gengibre (29% das respostas) são utilizados para tratar a tosse. Para a dor de cabeça são várias as espécies que podem ser usadas para tratar esta doença **Ai-litin**, folha de papaia and beringela selvagem, cada uma com 15,4% das respostas.

A beringela selvagem (40% das respostas) é também muito utilizada para as dores de dentes. A planta utilizada para tratar a apenis (apendicite) é **Du'ut manu kidun** com 75% das respostas. **Ai-fan lor** é utilizada para tratar os problemas relacionados com anemia. A asma pode ser tratada utilizando as seguintes espécies **Duhaeni koto kabuar**, **Tohou** e **Kanua**. O reumático pode ser tratado utilizando as folhas de **Menkudu** (33% das respostas).

Os problemas relacionados com a vagina podem ser tratados utilizando **Ai-lesu mai**. A tensão arterial alta pode ser tratada utilizando a planta de **Belimbi**. A hemorragia urinária ou fecal (sintina ran) pode ser tratada utilizando **Kulu jaca kulit** ou **Fore mean**. Doenças renais pode ser tratadas utilizando **Baku moruk**, **Kami** ou **Ai-dila**. A infeção urinaria e blenorragia podem ser tratadas usando **Ai-leno** and **Ai-dila**, respectivamente.

Os cálculos renais (mi fatuk) podem ser tratados utilizando **Ai-hanek metan**, **Bayam mean** ou **Maria moe door**. Para tratar tuberculose (muta ran) pode ser usada a planta de **Ai-hanek**. A doença hepática (isin lolon kinur) pode ser tratada com a planta de café selvagem ou de **Ai-been**. A blenorragia (mi mutin) pode ser tratada utilizando a planta de **Samtuku**. Kakorok bubu pode ser tratada utilizando a planta de **Ai-bui**⁴.

A obtenção das plantas para tratamento é efetuada maioritariamente com origem em plantações do consumidor, de recolhas feitas pelos consumidores e a

⁴ Termo Mamba'e.

partir dos curadores, enquanto a combinação mais referida pelos consumidores é a obtenção com proveniência nos curadores, da plantação e da recolha.

As recolhas pelos consumidores são feitas na floresta (46%), na horta (32%), na montanha (14%) e em menor escala perto de casa e na montanha e mar. As plantas recolhidas estão na Tabela 4.5.

A maioria é obtida nas florestas (46%), seguida pelo auto-abastecimento nas próprias quintas (32%), e nas montanhas (14%). As outras localizações referidas são: horta da casa na aldeia (4%) e áreas costeiras juntamente com montanha (4%). As plantas que os consumidores recolhem nos diferentes sítios mencionados na figura 4.4 estão na Tabela 4.5.

Fonte: Elaboração Própria, 2014

Tabela 4.5 – Plantas que os consumidores recolhem	Frequência
Nome tradicional das plantas	
Duut manu kidun	3
Ai-dak, Ai-doti metan Ai-doti mutin, Ai-fukira, Ai-hane metan, Ai-hanek mutin, Ai-kafe, Ai-lelitin, Ai-tasi, Berinjela fuik, Kanua, Kovi maluku, Menkudu	2
Ai-banut, Ai-bet, Ai-damer, Ai-dik, Ai-dila fuik, Ai-fanlo, Ai-fui, Ai-hali mean, Ai-hanuk mutin, Ai-karau kidan, Ai-katinus, Ai-klaras, Ai-komak, Ai-leno, Ai-lesu mai, Ai-loa, Ai-makdadi, Ai-mi lotuk, Ai-nitas, Ai-tahan tolu, Ai-tahe metan, Ai-talik ki'ik, Ai-tua nurak, Amare fuik, Bakmoruk, Belimbi, Carlota, Curbuhan, Derok masin fuik, Duhaen, Duut ikun, Duut kabu tere, Duut mana laen, Hudi lis, Kandola, Pipinu, Kuhatene, Maria moedor, Marquizas, Rofi mutin, Samtuku, Sia manolia, Tabako fuik, Tohou, Tomate ai-ki'ik	1

Por sua vez as plantas que os consumidores cultivam constam na Tabela 4.6.

Tabela 4.6 – Plantas que os consumidores cultivam (Fonte: Elaboração Própria, 2014).

Nome tradicional das plantas	Frequência
Ai-dila	20
Ai-lia	15
Goiavas, Kinur	8
Derok masin	7
Malus	4
Buah, Duut morin, Kanua	3
Ai-nanas, Baria, Bayam mean, Kami, Tomate,	2
Ai-kahoris, Ai-mahoni, Ai-manas, Ai-oan metan, Avokate, Berinjela, Buka tahan, Lengkuas, Manlae, Marungi, Nu'u, Sst. Antonio	1

Cerca de 14% dos consumidores (ou seja 7) diz que usa as plantas nas cerimónias tradicionais. São três as cerimónias tradicionais referidas e as plantas mencionadas são o **Malus** e o **Buah**.

As partes das plantas utilizadas, assim como a indicação de como são usadas e a sua função nas cerimónias tradicionais pelos consumidores estão referidas na

Tabela 4.8. “Fase matan” é uma cerimónia de celebração que ocorre no sétimo dia após o nascimento do bebé a que correspondem as ações designadas “mama kose ba liman” e “ain liman” e “mama kose ba ain liman”, com o objectivo de tornar os olhos sãos, de acordo com a tradição praticada pelos antepassados (“tuur kostume beala sira”).

A folha de **Malus** e o fruto (fuan) **Buah** são misturados, mastigados e regurgitados numa mistura que depois é espalhada por diversas partes do corpo. Também a mistura de folhas (tahan) e frutos com água, não sendo ingerida, pode ser utilizado para lavar os olhos com o intuito de ver melhor. Os ramos (kain) de **Ai-murak** podem ser cortado em doses de três porções e sendo cada dose colocada ao lume, considera-se que serve para afastar os maus espíritos.

Tabela 4.8 – Partes e funções das plantas utilizadas pelos consumidores nas cerimónias Tradicionais (Fonte: Elaboração Própria, 2014).

Plantas	Parte usada	Como usar	Função	Total de menções
Malus	Tahan	Hamoos matan	Halo matan moos	5
		Mama kose ba liman no rein to'os	Tuir lisan avo sira nian	
		Mama kose ba ain liman	Tuir kostume beala sira nian	
Buah	Fuan	Hamoos matan	Haree moos	1
Ai-murak	Kain	Pedasuk 3 sudi iha ahi matan	Hodi proteze hosi buat a'at	1

Relativamente ao uso de plantas para tratar animais, cerca de 26% dos consumidores (portanto 13) utiliza a medicina tradicional para tratar os animais. Os animais mais referidos para tratamento com plantas medicinais são as galinhas, porcos, cada um respetivamente por 18% dos consumidores, vacas (6%) cabras (2%) e búfalos (2%), respetivamente.

Cerca de 18% dos consumidores (portanto 9) refere que consome regularmente plantas medicinais na sua alimentação e essas plantas consumidas regularmente estão na Tabela 4.8.

São muito poucos os consumidores (6%), portanto 3, que conhecem outras organizações de medicina tradicional noutros distritos e poucos, cerca de 12% dos consumidores, portanto 6, os que conhecem pessoas que conservam plantas medicinais noutros distritos. Estas pessoas começaram a conservar plantas antes de 1975 (9,1%), entre 1975 e 1999 (45,1%) e depois de 1999 (45,1%).

Os consumidores referem que foram estabelecidas três organizações de medicina tradicional: em 2009 no suco de Lete-foho, com uma ligação em rede com uma organização internacional; em 2003 em Dili-Perumnas, uma filial da anterior; e em 2000, no Suai.

Oferta de medicina tradicional com plantas medicinais pelos curadores

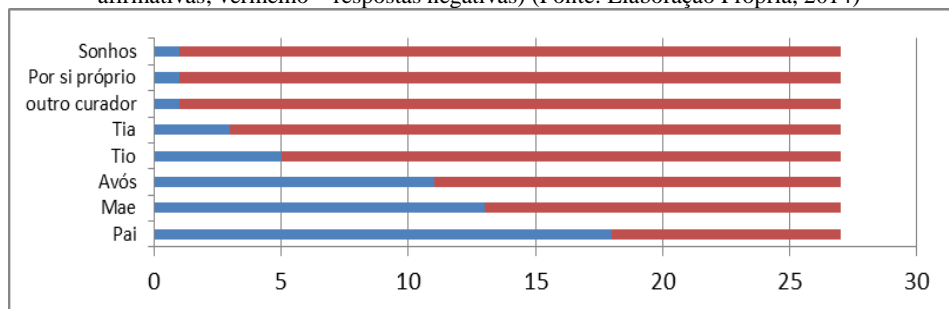
O número de curadores entrevistado totaliza 27. A maioria pertence à classe com mais de 40 anos (81,5%), havendo uma distribuição reduzida para as outras duas classes de idade. Relativamente ao género, a grande maioria dos curadores é masculina (66,7%) sendo as mulheres cerca de um terço (33,3%).

A grande maioria dos curadores não foi à escola, (66,7%), enquanto 22,2% fez a escola primária e somente 11,1% frequentou a pré secundária ou a secundária. A maioria dos entrevistados (cerca de 67%) começou a se engajar em plantas medicinais durante a ocupação Indonésia, entre os anos de 1975-1999, cerca de 15% ainda durante o período colonial português e cerca de 19% após o referendo de 1999.

A Figura 4.18 mostra a fonte de aprendizagem referida pelos 27 curadores relativa ao seu conhecimento no uso de plantas para a medicina tradicional – vários curadores mencionaram mais do que uma fonte, pelo que se apresentam os resultados na forma binária de menções positivas/negativas para cada categoria. Pode ver-se que as principais fontes mencionadas são os progenitores (pai: 18 menções; mãe: 13 menções), seguindo-se os avós (11 menções), tios (8 menções) e outras menores.

Ainda se pode concluir que só havendo 1 menção ao conhecimento transmitido por outro curador tal indica que não é usual a partilha de informação entre os curadores ou então é de natureza reservada e não é mencionada.

Figura 4.18 – Fonte de aprendizagem da arte e ciência das plantas medicinais (azul – respostas afirmativas; vermelho – respostas negativas) (Fonte: Elaboração Própria, 2014)



A contribuição da medicina tradicional para o rendimento anual dos curadores, em 2013 era a seguinte: a maior percentagem é para uma renda anual inferior a 150 USD (52%) e a menor para a classe de renda 251-350 USD (4%).

A maioria dos entrevistados (56%) disse que recebe pagamento com dinheiro e géneros para o seu serviço, apenas cerca de 4% dos entrevistados indicaram que

recebe somente dinheiro e, em igual número, géneros. De realçar que 25,9% dos curadores diz que não recebe nada pelos seus serviços. Dos pagamentos em dinheiro, os curadores recebem em média 24,4 USD, representando os recebimentos inferiores a 5 USD cerca de 42,1%, enquanto entre 5 e 10 USD representam 15,8%, e entre 10 e 20 USD 26,3% e mais que 20 USD 15,8%.

Relativamente à distribuição percentual de pagamentos em dinheiro feitos pelos consumidores aos curadores, de acordo com os curadores verificou-se que a maioria relativa dos consumidores (42%) pagaram menos do que 5 USD e uma percentagem de 16% pagou mais de 20 USD, assim como igual percentagem pagou 5 – 10 USD. A entrevista foi feita para ambos, curador e consumidor das plantas medicinais. De acordo com os curadores, De acordo com os consumidores, de forma similar ao relatado pelos curadores, a maioria relativa dos entrevistados (39%) disse que pagaram menos de 5 dólares, e cerca de 14% pagaram entre 10 e 20 dólares; ainda 18% e 29% dos entrevistados disseram que pagaram mais de 20 dólares e entre 5 e 10 dólares, respectivamente.

Nos pagamentos em género, os curadores dizem que recebem maioritariamente galos, galinhas e frangos (81%), seguindo-se vinho de palma (tua sabu) com 25%, arroz e velas (13%), moedas⁵ e lipa (6%) conforme se pode observar na Figura 4.22. Em cerca de 44% dos recebimentos utiliza-se apenas um bem, sendo variadas as combinações dos bens utilizados que foram mencionadas. Na grande maioria dos casos (88,9%) é recebido somente uma unidade do bem utilizado para pagar.

Os curadores usualmente não vendem plantas medicinais para o exterior. Os curadores atendem pessoas provenientes de diferentes origens. Assim todos os curadores mencionaram que atendem pessoas do suco a que pertencem, 70,4% dizem que atendem do subdistrito e 55,6% mencionaram o distrito, enquanto 40,7% também referiram outro distrito e 51,9% mencionaram pacientes provenientes de Díli,.

O número de pessoas atendidas por ano pelos curadores varia muito de curador para curador. Em média, relativamente ao que os 27 curadores mencionaram, o número de consumidores aumentou de 30,9 pessoas tratadas em 2012 para 38,1 pessoas em 2013. A distribuição dos curadores por classes relativas ao número de pessoas tratadas anualmente é semelhante em 2012 e 2013. A grande maioria dos curadores (63%) tratam até 10 pessoas por ano, 22 % dos curadores tratam entre 10 e 50 pessoas e somente 15% (4 curadores) tratam mais de 50 pessoas por ano.

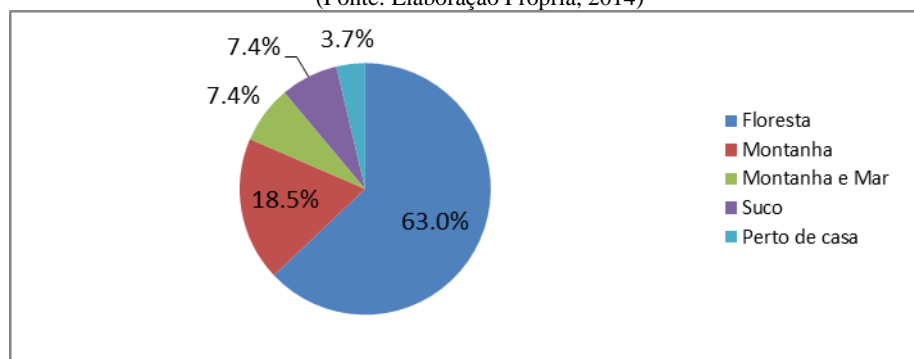
Quanto às funções das plantas medicinais para tratamento específico das doenças ela varia entre os curadores. Por exemplo, **Malus** e **Kami** (com 3 respostas) foram recomendadas para tratar “Ran mutin”(blenorragia vaginal) e, numa prática supersticiosa, para corpo inchado e ossos quebrados e deslocados.

⁵ As moedas referidas neste item são antigas e têm apenas valor simbólico como relíquia(s).

Kinur é utilizado para tratar o corpo amarelado (biliose), mau hálito e para a malária. A **Goiavas** é utilizada para a febre/malária, sarampo, dengue e dor de barriga. **Ai-hanek** é usado para a dor de barriga, malária e lombriças. **Ai-sisi** é utilizado para dar massagens no corpo, ossos quebrados e mau hálito. Todas as restantes plantas tiveram uma menção.

As plantas medicinais são obtidas sobretudo pelos curadores na floresta tipo savana (63%), seguindo-se na montanha (19%), suco e montanha e mar (7,4%) e por último perto de casa nas hortas (3,7%) conforme se pode ver na Figura 4.25.

Figura 4.25 – Tipo de locais de recolha das plantas medicinais mencionados pelos curadores
(Fonte: Elaboração Própria, 2014)



Para os curadores, existem diversas formas de obter as plantas tradicionais as quais incluem: cultivar; colecta nas florestas; compra e várias combinações. Uma parte significativa das plantas é obtida pelos curadores por colecta (70), um número menor de plantas são cultivadas (16) e 2 plantas (**Ai-tasi funane**, **Ai-manas**) são quer cultivadas quer colectadas no campo. As plantas **Ai-funan rosa** e **Belimbi** são ambas cultivadas e compradas pelos curadores.)

Cerca de 18,5% dos curadores (portanto 5) também utilizam as plantas medicinais nas cerimónias tradicionais. As principais plantas e cerimónias tradicionais relatadas pelos curadores: são utilizadas duas plantas, **Malus** e **Kami**, as suas folhas e frutos.

As plantas **Malus** e **Kami** são utilizadas para a cerimónia Saubatar⁶ (acção de graças, cerimónia antes de colheita da milho) . O **Malus** ainda é utilizado para outros eventos como lavar os bebés à nascença (Fase matan) e proclamação pública de regulamentos comunitários (Tara bandu). Os rituais usados para a cerimónia de Saubatar diferem para as duas espécies de plantas: para o **Malus** o método em Tétum

⁶ Para ver o significado consulte-se Costa (2001), pag. 296.

é chamado de “kose ba liman no ain” e para o **Kami** o método “burn”. Na cerimónia de lavagem dos bebés nascidos (Fase matan) são utilizadas moedas de 5 cêntimos em imersão juntamente com **Malus** e a água é aspergida (hisik) sobre as pessoas seguindo-se “hamulak”, invocação visando o bem futuro do bebé.

Relativamente ao tratamento de animais, cerca de 40,7% dos curadores (ou seja 11) dizem que também tratam os animais com plantas medicinais. Os animais mais referidos são os porcos (64%), seguido das galinhas e vacas (55%) e búfalos (45%) e cabras (18%)

Relativamente ao facto de haver plantas medicinais secretas verificou-se que 9 curadores (33,3%) disseram que existem plantas secretas.

Só 1 curador disse conhecer organizações de medicina tradicional noutros distritos, mas 7 curadores (cerca de 26%) conhecem pessoas que conservam plantas medicinais noutros distritos. Relativamente à ajuda aos curadores para a conservação de plantas medicinais, cerca de 67% dos curadores, portanto 18, dizem que não receberam qualquer apoio, enquanto 33% dizem que receberam apoio de agências doadoras.

Oferta de medicina tradicional com plantas medicinais pelas instituições

Foram duas as instituições analisadas: uma localizada no distrito de Liquiçá e outra no distrito de Manu-Fahi. A instituição localizada em Liquiçá começou a usar medicina tradicional para os consumidores em 1999, há cerca de 15 anos, e emprega 8 pessoas; enquanto a instituição de Manu-Fahi começou a usar medicina tradicional para os consumidores em 1990, ou seja há cerca de 24 anos e tem 10 empregados.

A grande maioria dos funcionários do conjunto das 2 clínicas é do sexo feminino num total de 13 (81%) sendo 19% do sexo masculino, portanto 3. Os funcionários são relativamente jovens, cerca de 37% com menos de 30 anos, igual número entre 30 e 40 anos e somente 25% com mais de 40 anos .

A grande maioria dos funcionários têm o ensino secundário (75%) e cerca de 25% tem formação superior universitária. A maioria dos funcionários são técnicos auxiliares (56%), sendo de referir a presença de enfermeiros, técnicos da área das finanças e outros.

Ambas as instituições receberam suporte por parte de doadores, uma na forma de dinheiro (15000 USD em 2010) e outra em géneros (150 sacos de arroz em 2009).

O número de pacientes atendido nas duas instituições é diferente, tendo a instituição localizada em Manu-Fahi assistido o dobro do número de pacientes da instituição de Tíbar (Tabela 4.19). Os pacientes atendidos nas instituições provêm

do suco, do subdistrito, do distrito da instituição e de outros distritos e da capital Díli.

No que diz respeito aos consumidores que beneficiaram dos serviços das clínicas, o pagamento foi feito em dinheiro (4 consumidores) ou dinheiro e géneros (3 consumidores). Os pagamentos em dinheiro foram de 10 USD para 57.1% dos consumidores (4), de 20 USD para 28,6% (2) e 2,5 USD para 14,3 % (1) dos consumidores que pagaram às clínicas. Os pagamentos em géneros foram em Lipa (66,7%, 2 pessoas) e galinhas (33,3%, 1 pessoa). A informação prestada pelas clínicas é diferente: uma instituição recebe dinheiro, cerca de 5 USD por paciente, e a outra instituição diz que não recebe nada dos pacientes.

Tabela 4.19 – Número de pacientes atendidos por cada instituição
(Fonte: Elaboração Própria, 2014)

Instituição	Ano 2012	Ano 2013	Por mês
Letefoho-Same	c. 500	c. 900	c. 70
Tibar-Bazartete	243	472	c. 40

Ambas as instituições desempenham três funções: consulta clínica, prescrição/receita de plantas medicinais e hospitalização. Das plantas que são utilizadas pelas instituições de saúde estudadas, duas das plantas, **Temulawake**, **Mengkudu** são utilizadas pelas 2 instituições enquanto as outras ou são utilizadas por uma ou por outra instituição. As plantas **Temuiringi**, **Banglelaos** e **Ai-lia** são utilizadas usando as raízes; as plantas **Sambiloto** e **Malus** são usadas na totalidade, folhas, rebentos, flores, raiz, frutos e casca; as plantas **Pegangang** e **Lis asu** são utilizados usando as folhas e a raiz; da planta **Karau nanal** utilizam-se as folhas, os rebentos, raiz, flores e casca; da planta **Ai-ata malae** usam-se folha, raiz, casca e fruto; da planta **Derok masin** utilizam-se as folhas, raiz e frutos; de **Tapak dara** utilizam-se as folhas, raiz, flores e frutos; da planta **Kinur** usam-se as folhas, raiz, flores e frutos.

Quanto à forma de obtenção das plantas medicinais pelas instituições, de referir que as plantas **Lelengan**, **Sambiloto**, **Temuiringi**, **Pegagang**, **Busa iburahan**, **bangle/laos**, **Karau nanal** e **Ai-ata** são obtidas através do seu cultivo pelas instituições. As espécies de **Temulawak** são obtidas pelo cultivo e pela procura. As espécies de **Mengkudu** são obtidas através do cultivo assim como pelo cultivo e procura. As espécies medicinais **Goiavas**, **Kinur** e **Tapak dara/bingkaro** sesa são obtidas pelo cultivo e pela procura. As plantas **Ai-lia**, **lis asu**, **Derok masin** são obtidas pelo cultivo e pela compra. **Malus** e **Ai-kanela** são obtidas através do cultivo, procura e compra.

A clínica de Tibar é auto-suficiente em relação ao abastecimento em plantas medicinais. As clínicas de Tibar e de Lete-foho recolhem e conservam plantas medicinais sendo as recolhas feitas em Ermera, Same, Liquiçá e Ailéu e na

Indonésia. As duas clínicas conhecem outras instituições e pessoas que conservam plantas da medicina tradicional e ainda têm ligações internacionais.

A tabela 4.24, em anexo, mostra uma síntese da informação recolhida na literatura e na pesquisa de campo. Algumas das indicações terapêuticas mostradas serão polémicas ou pouco fundamentadas, mas é o que resultou de uma compilação da pesquisa.

Relativamente às partes das plantas medicinais utilizadas pelos curadores, a grande maioria utiliza as folhas (42 plantas diferentes), ramos ou a casca (28 plantas), raízes (9 plantas), frutos (5 plantas), e num número reduzido de casos é utilizada uma combinação tais como os rebentos, raízes e casca/ramos/tronco (**Ai-about modok**), folhas e rebentos (**Ai-damer**) e rebentos e tronco (**Ai-tali ihik**).

Conclusões

Neste trabalho procurou-se dar uma contribuição para o conhecimento e valorização das plantas medicinais e suas aplicações tradicionais em Timor-Leste. O estudo mostra que se usam mais de 100 plantas medicinais para tratar uma série de problemas de saúde e doenças que afligem os seres humanos, animais e plantas (fitossanidade) e cuja síntese se procurou sistematizar na Tabela 4.24. Normalmente diz-se que o período com maior incidência na procura e utilização de medicamentos tradicionais correspondeu ao tempo da ocupação indonésia (1975-1999).

Das entrevistas concluiu-se que os curadores (27 entrevistados) são predominantemente do género masculino (67%) com idade superior a 40 anos (81,5%), não frequentaram a escola em qualquer nível (67%), aprenderam a sua arte sobretudo no seio da família destacando-se a via paterna (66%), recebem uma contribuição diminuta pelos seus serviços (as respostas indicam que até 250 USD por ano totalizam 96,3%), atendem pessoas provenientes de diversas origens destacando-se o respectivo Suco, tratam menos de 10 pessoas por ano (63%) coletam plantas medicinais de várias fontes mas sobretudo nas florestas abertas (63%), e destas utilizam sobretudo as folhas, os ramos ou a casca. Relativamente a remunerações, cerca de 26% dos curadores afirmou que não recebe nada em troca dos seus serviços; dos que recebem dinheiro, apurou-se o valor médio de 24,4 USD por paciente; os curadores atendem pessoas do suco a que pertencem e também do subdistrito (70,4%) ou mesmo de Díli (c. 52% dos respondentes). A maioria dos curadores trata menos de 10 pessoas por ano (63% das respostas).

Em relação aos utilizadores ou consumidores (50 entrevistados) conclui-se que a maioria tem mais de 30 anos (70%), sendo a distribuição por géneros aproximadamente equitativa com ligeira predominância das mulheres (54%), sendo também aproximadamente equitativa a distribuição entre aqueles que nunca

frequentaram a escola (48%) e os que apresentam algum nível de escolaridade (52%) - observando-se que 10% possuem frequência de instituição de ensino superior; em relação à profissão, a maioria dos consumidores são agricultores (66%), têm rendimento médio anual na classe 151-350 USD (70% das respostas); em termos médios cada consumidor utilizou cerca de 6 vezes plantas medicinais na sua vida, sendo a família a principal fonte de abastecimento (84%), seguindo-se os curadores (48%). É de referir que um grande número dos utilizadores afirmou não pagar nada pela utilização das plantas medicinais (44%), sendo que dos 56% que afirmaram pagar algo calculou-se o valor médio de 14,8 USD, normalmente complementado pelo pagamento em géneros onde dominam os galináceos. Os consumidores reportaram uma média de 2,6 doenças em que utilizaram plantas medicinais, sendo que em muitos casos os próprios consumidores cultivam ou coletam plantas que usam nos tratamentos, sobretudo na floresta (46%) e na horta (32%). As plantas **Malus** e **Buah** ainda são utilizadas em cerimónias tradicionais associadas a induzirem efeitos benéficos para a saúde. Uma percentagem de respondentes de 26% utiliza plantas medicinais para tratar animais, sobretudo galinhas, porcos e vacas.

Ainda foram auscultadas 2 instituições/clínicas: uma no suco Lete-Foho (Same) que iniciou funções em 1990 e tem actualmente 10 funcionários; a outra, no suco Tibar (Bazartete) que iniciou atividades em 1999 tem actualmente 8 funcionários. Em qualquer caso, exercem as funções de consulta médica, prescrição/receita de plantas medicinais e hospitalização. A maioria dos funcionários é do sexo feminino (81%), têm idade inferior a 40 anos (74%), todos frequentaram algum nível de escolaridade incluindo formação superior (25%), sendo a maioria constituída por técnicos auxiliares (56%). Tendo em conta o ano 2013 as clínicas atenderam pacientes numa ordem de grandeza de cerca de 70 pessoas por mês no caso de Lete-Foho e de cerca de 40 pacientes no caso de Tibar. As plantas medicinais utilizadas nos tratamentos clínicos são cultivadas na horta das clínicas em mais de 50% dos casos relatados, também existindo colecta na natureza e compra, havendo algumas situações mencionadas como de difícil obtenção. Verifica-se uma grande dispersão no panorama da relação entre as plantas medicinais e o seu foco terapêutico, o que por certo, suscita investigação mais aprofundada no futuro, porque são apenas 2 as plantas mencionadas pelas 2 clínicas.

Durante a colonização portuguesa e particularmente durante a ocupação indonésia, a administração fez um esforço sistemático para desencorajar e eliminar as práticas sócio-culturais tradicionais e sistemas de crenças que alimentavam e sustentavam os meios de vida e de bem-estar das pessoas e das comunidades em Timor-Leste. Um dos sistemas mais afectados foi o dos curadores, e suas práticas de uso de medicamentos tradicionais, incluindo plantas medicinais. Apesar da sua inestimável contribuição para o bem-estar da sociedade, os curadores tradicionais

eram considerados feiticeiros praticando bruxaria ou magia negra e enganando as pessoas com charlatanismo, o que nalguns casos seria verdade sobretudo em meios urbanos. Os administradores não reconheciam a sua profissão tradicional milenar e até mesmo desencorajavam a prática livre de cura tradicional. Como resultado, o número de curadores tradicionais caiu acentuadamente ao longo do tempo. Com isso, o uso de plantas medicinais e conhecimento tradicional associado de identificação, recolha e tratamento de tais plantas também diminuiu.

A perda crescente de biodiversidade devido à rápida deterioração dos recursos naturais e das sistemas e práticas agrícolas tradicionais, por um lado, e a diminuição do número de curadores tradicionais, por outro lado, deixou as comunidades rurais de Timor-Leste mais vulneráveis a problemas de saúde e doenças.

Após a independência do país, o governo democraticamente eleito tem feito um esforço constante para melhorar as instalações médicas e de saúde do país. O uso de instalações hospitalares modernas e medicamentos ocidentais está aumentando, mas é limitada a Díli e algumas capitais de distrito e ainda está fora do alcance de muitos timorenses rurais pobres, muitos dos quais têm de caminhar um dia inteiro a fim de chegar à estrada mais próxima. Os governos pós-independência têm estado a reconhecer e a apoiar os sistemas e práticas sócio-culturais tradicionais, incluindo alguns curadores.

Referências bibliográficas

- Aditjondro, G.J. (2001). *Timor Lorosa'e on the Crossroad: Timor Lorosa'e's transformation from Jakarta's colony to global capitalist outpost*. Jakarta: Center for Democracy and Social Justice Studies.
- Cardoso Júnior, J. (1902). *Plantas medicinais da ilha de Timor, subsídios para a matéria médica e terapêutica das possessões Ultramarinas Portuguesas* (Tomo 1). Lisboa: Academia Real das Ciências.
- Castro, O. de (1934). *A ilha verde e vermelha de Timor*. Lisboa: Agência-Geral das Colónias.
- Clarence-Smith, W.G. (1992). Planters and smallholders in Portuguese Timor in the nineteenth and twentieth centuries. *Indonesia Circle*, n. 57, pp. 15-30.
- Collins, S. (2005). *The Ethnobotany of East Timor* (MSc. Thesis). Ottawa: Department of Biology of University of Ottawa, Canada.
- Collins, S.; Martins, X.; Mitchell, A.; Teshome, A.; Arnason, J.T. (2006). Quantitative ethnobotany of two East Timorese cultures. *Economic Botany*, vol. 60, n. 4, pp. 347-361.

- Collins, S.; Martins, X.; Mitchell, A.; Teshome, A.; Arnason, J.T. (2007). Fataluku medicinal ethnobotany and the East Timorese military resistance, *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine*, 3:5. DOI: 10.1186/1746-4269-3-3
- Correia, A.P. (1935). *Gentio de Timor*. Lisboa: Agência-Geral das Colónias.
- Correia, F. (1968). Contribuição para o conhecimento das plantas medicinais do Timor português. *Revista Portuguesa de Farmácia*, vol 18, n. 1, pp. 13-18.
- Dunn, J. (1996). *Timor: A people betrayed* (2nd Ed.). Sydney: ABC Books
- Gomes (Cinatti), R. (1950). *Esboço histórico do sândalo no Timor Português*. Lisboa: Ministério das Colónias, Junta de Investigações Coloniais.
- Gomes (Cinatti), R. (1955). Vocabulário indígena de algumas plantas timorenses, *Garcia da Orta*, vol. II, n. 3, pp. 359-366.
- Gunn, G.C. (1999). *Timor Lorosa'e: 500 years*, Macau: Livros do Oriente.
- Martinho, J. Simões (1943). *Timor: quatro séculos de colonização portuguesa*, Porto: Editora Livraria Progredior.
- Molnar, A.K. (2010). *Timor-Leste: Politics, history, and culture*, New York: Routledge.
- Nasir, M. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Anexo

Tabela 4.24 – Síntese da informação relativa às plantas medicinais de Timor-Leste

No	Nome em Tétum	Nome Botânico	Indicação terapêutica
1	Aidila Fatuk	<i>Aegle marmelos</i>	Hipertensão; pedras nos rins
2	Ai-dila	<i>Carica papaya</i>	Malária, Hipertensão
3	Ai-bubur	<i>Eucalyptus alba</i>	Erupções cutâneas e prurido
4	Ai-Riti	<i>Euphorbia sp</i>	Problemas de resfriados e de dentes
5	Avocate	<i>persea gratissima</i>	Hepatite e corrimento vaginal
6	Ai-Lia	<i>Zingiber officinale</i>	Tosse, Tuberculose, asma, dores de costas
7	Ai-nanas	<i>Ananas comosus</i>	Otite
8	Karau nanal	<i>Aloe vera</i>	Asma, bronquite, câncer, e diarreia
9	Ai-Ata Kik	<i>Anona squamosal</i>	Dores de dentes
10	Ai-Ata bot	<i>Anona sp.</i>	Lepra, câncer, tumor e ácido úrico
11	Ai-Kanela	<i>Cinnamomum zaylanicum</i>	Tuberculose, hepatite, gripe
12	Ai-Faulor	Não identificado	Cura de ossos e hematogénica
13	Ai-Hanek	<i>Cinchona pubescens</i>	Enterite, malária, vermes
14	Ai-Sisi	Não identificado	Problemas de ossos, mau hálito
15	Ai-Tahan tolu	Não identificado	Tremores, Malária
16	Ai-Tasi Funan	Não identificado	Hepatite
17	Ai-Fau Tahan	<i>Hibiscus tiliaceus</i>	Dor de cabeça
18	Ai-Leno	Não identificado	Prolapse rectal
29	Ai-Bunut Kulit	Não identificado	Asma
20	Ai-Daak dikin	<i>Schleicera sp</i>	Ferida das mamas
21	Ai-Lasukur	Não identificado	Dor de estômago, feridas
22	Ai-Rame	Não identificado	Diarreia, Lepra

Tabela 4.24 – Síntese da informação relativa às plantas medicinais de Timor-Leste (Cont.)

No	Nome em Tétum	Nome Botânico	Indicação terapêutica
23	Ai-St. Antonio	<i>plumeria rubra</i>	Pedras nos rins
24	Ai-Hali	<i>Ficus benyamina</i>	problemas de ossos, luxação
25	Salxa mutin	<i>Apium graveolens</i>	Tuberculose, hipertensão
26	Ai-Hae Laran	Não identificado	Melena
27	Ai-manu Herik	Não identificado	Febre e malária
28	Ai-Muletir	Não identificado	Febre e malária
39	Ai-Kelenuk	Não identificado	Doenças de ovários e do pénis
30	Ai-Kulat metan	Não identificado	Diarreia
31	Ai-Fuan Lelas	Não identificado	Doença de coração
32	Ai-Samera	Não identificado	Fortificante dos dentes
33	Ai-Tafuk	Não identificado	Angina
34	Ai-manuk	Não identificado	Doenças de Penis
35	Ai-Katimur	Não identificado	Hematuria
36	Ai-Lele	<i>Ceiba pentandra</i>	Fracturas de ossos e feridas
37	Ai-Berliuk	Não identificado	Fracturas de ossos

38	Ai-lalitin	Não identificado	Angina, dor de corpo, dor de cabeça
39	Ai-Karas	Não identificado	Diarreia
40	Ai-Makadadi Mutin	Não identificado	Anginas (inflamação garganta)
41	Ai-Kandok	Não identificado	Tonificante
42	Ai-Kahunan	Não identificado	Diarreia, dor de cabeça e vômitos
43	Ai-Kalan Fuik	Não identificado	Cataratas
44	Ai-Kun	Não identificado	Tonificante e suplemento contra anemia
45	Ai-Fahi Fuan	Não identificado	Lesões de ossos
46	Ai-Bogonok Mean	Não identificado	Hemorragia interna, sangramento
47	Ai-Fuanuran	Não identificado	Melena e sangramento
48	Ai-Kafe fuik	<i>leucaena leucocephala</i>	Hepatite
49	Ai-Komak	Não identificado	Dor de dentes

Tabela 4.24 – Síntese da informação relativa às plantas medicinais de Timor-Leste (Cont.)

No	Nome em Tétum	Nome Botânico	Indicação terapêutica
50	Ai-Doti mutin	Não identificado	Febre, malária e inchaços
51	Ai-abut modok	Não identificado	Náusea
52	Ai-Fuir	Não identificado	Diarreia, melena
53	Ai-Tuduk	Não identificado	Aborto
54	Ai-Tali Ihik	Não identificado	Apendicite
55	Ai-funan Trapadera	Não identificado	Morte fetal intra-uterina
56	Ai-Leci Mali	Não identificado	Obstrução urinária, diarreia
57	Ai-Raem	Não identificado	Tonificante
58	Ai-Hali dikin	<i>Ficus benyamina</i>	Suplemento do sangue
59	Ai-Daor Tia	Não identificado	Limpa sangue
60	Ai-Kapcou	Não identificado	Corrimento vaginal
61	Ai-Manu Mata	Não identificado	Tonificante
62	Ai-Hlal tia	Não identificado	Depuração do sangue
63	Ai-Daul Tia	Não identificado	Feridas nos peitos (mulheres)
64	Bora	<i>Pandanus amaryllifolius</i>	Doenças do coração e dos rins
65	Bilimbi	<i>Averrhoa bilimbi</i>	Hipertensão
66	Bak Moruk lotuk	Não identificado	Malária, bronquite, hipertensão, fadiga
67	Bayam mean	<i>Celosia argentea</i>	Hemorragia interna, melena
68	Covi maluku	Não identificado	Hepatite
69	Du'ut Kukit mean	Não identificado	Metrorragia
70	Du'ut Morin	<i>cymbopogon citratus</i>	Hipertensão
71	Du'ut Manu Kidun	Não identificado	Dor de cabeça
72	Du'ut Claur	Não identificado	Dor de cabeça
73	Du'ut Labuturen	Não identificado	Febre, reumatismo
74	Guavas	<i>Psidium guajava</i>	Diarreia, dengue, febre, malária, sarampo
75	Ha'as	<i>Mangifera indica</i>	Problemas dermatológicos
76	Hudi Lis	<i>Musa sp.</i>	Problemas dermatológicos

Tabela 4.24 – Síntese da informação relativa às plantas medicinais de Timor-Leste (Cont.)

No	Nome em Tétum	Nome Botânico	Indicação terapêutica
77	Hudi	<i>Musa paradisiaca</i>	Problemas dermatológicos
78	Jambua	<i>Citrus paradisi</i>	Malária, hipertensão
79	Kinur	<i>Curcuma domestica</i>	Hepatite, mau hálito, malária, diabetes, hepatite, tifo, apendicite, amigdalite, dor de estômago
80	Busa iburahun	<i>Orthosiphon aristatus</i>	Rins, obstrução urinária, hepatite, epilepsia, cancer
81	Kami'i	<i>Aleurites moluccana</i>	Luxação, dor de corpo
82	Kabas	<i>Gossypium sp</i>	Tonificante
83	Karamek	Não identificado	Fractura de ossos
84	Kulu Jaka	<i>Artocarpus heterophyllus</i>	Doenças internas, hepatite
85	Kwai Talin	Não identificado	Fractura de ossos
86	Lenkuas	<i>Alpinia sp.</i>	Hipertensão
87	Lelengan	Não identificado	Malária, insónia, indutor de apetite
88	Maringi	Não identificado	Fractura, distensão, corrimento sanguíneo
89	Malus	<i>Piper betle</i>	Problemas oftalmológicos
90	Mengkudu	<i>Morinda citrifolia</i>	Hipertensão, hepatite, pedras nos rins, câncer, infeções
91	Mialur	Não identificado	Infeções urinárias
92	Marungi	<i>Moringa oleifera</i>	Hipertensão
93	Mimis tahan	Não identificado	Problemas oftalmológicos
94	Nu'u	<i>Cocos nucifera</i>	Luxação, fractura, enterite, febre e malária
95	Sambiloto	<i>Andrographis paniculata</i>	Malária, colesterol, diabetes
96	Sukaer Tahan	<i>Tamarindus indica</i>	Sarampo e dor abdominal
97	Tua metan	<i>Arenga pinnata</i>	Ajuda o bebé a desenvolver e caminhar
98	Tali (Bebak)	<i>Metroxylon sago</i>	Hipertensão, hepatite, pedras nos rins, câncer, infeções
99	Tapak Dara/ Bingkaro Sesa	<i>Vinca rosea</i>	Diabetes, hipertensão, queimaduras, tremores
100	Tabaku	<i>Nicotiana tabacum</i>	Problemas de resfriados e de dentes

Tabela 4.24 – Síntese da informação relativa às plantas medicinais de Timor-Leste (Cont.)

No	Nome em Tétum	Nome Botânico	Indicação terapêutica
101	Temu giring	<i>Curcuma heyneanae</i>	Indutor de apetite, lombrigas e infeções
102	Temulawak	<i>Curcuma xanthorrhiza</i>	Pedras nos rins, gastrite, indutor de apetite, infeções
103	Tohu Mean	<i>Sacharum officinale</i>	Melena e hematuria
104	Pagagang	<i>Centella asiatica</i>	Doenças do útero e vaginais
105	Varia	<i>Momordica charantia</i>	Malária e hipertensão

Fonte: Elaboração Própria, 2015, com base na informação bibliográfica constante em Cinatti (Gomes, 1955), Correia (1968), Collins (2005) e Collins *et al.* (2006, 2007) e Sousa *et al.* (2011) e resultados da pesquisa.

O efeito de fatores específicos das empresas na relação entre a qualidade da auditoria e a rendibilidade das ações: Evidência no mercado de capitais Indonésio

Fernando Hanjam*
Helena Coelho Inácio*
Elisabete F. Simões Vieira*

Resumo

Pretende-se identificar fatores específicos das empresas que possam influenciar a rendibilidade das ações e analisar a influência destes na relação entre a qualidade da auditoria e a rendibilidade das ações. Posteriormente verificamos se a natureza dos resultados influencia essa relação. Recorrendo à metodologia de dados em painel numa amostra de empresas com títulos cotados na bolsa de valores da Indonésia, de 2010 a 2014, concluímos que a rendibilidade das ações é positivamente influenciada pelo crescimento dos resultados e do ativo total. Contudo, não encontramos evidência de que a relação entre os fatores específicos das empresas e a rendibilidade das ações altera em empresas auditadas por uma *big four*.

Palavras-Chave - Qualidade da auditoria, Rendibilidade, Fatores específicos das empresas

1. Introdução

O objetivo principal da contabilidade consiste em fornecer informações aos gestores, investidores e outros *stakeholders* (partes interessadas na empresa), que sejam relevantes para o processo de tomada de decisões financeiras, sendo elementos essenciais na relação entre as empresas e o mercado de capitais.

De acordo com Fama (1970), os mercados eficientes são aqueles em que os participantes formulam expectativas em relação aos preços futuros das ações, tendo por base a informação disponível no mercado acerca dos eventos que possam influenciar os respetivos preços, agindo de acordo com essas mesmas expectativas. Consequentemente, o preço de uma ação deve, a qualquer momento, refletir as

* Docente na Faculdade de Economia e Gestão da UNTL (f_hanjam@yahoo.com)

* Unidade de Investigação – GOVCOPP e ISCA – Universidade de Aveiro helena.inacio@ua.pt

* Unidade de Investigação – GOVCOPP e ISCA – Universidade de Aveiro elisabete.vieira@ua.pt

informações divulgadas ao mercado, de tal forma que pode ser visto como um indicador de mensuração informacional. Assim sendo, a hipótese da eficiência dos mercados tem como pré-requisito um sistema eficiente de informações, devendo este estar capacitado para identificar, recolher, processar e divulgar informações relevantes através de mecanismos ágeis, incluindo no seu sistema os diversos intervenientes no mercado.

As demonstrações financeiras são um dos veículos de informação mais importantes, pois é a partir destas que os seus utilizadores vão tomar decisões, nomeadamente sobre investimentos e desinvestimentos. Assim, é importante que atempadamente sejam detetadas as distorções que elas possam conter, quer sejam intencionais, quer não intencionais.

Acresce ainda que, todo o processo de elaboração das demonstrações financeiras pode ser dificultado pela existência de conflitos de interesses entre os gestores e os acionistas, que se repercutem nos custos de agência, pela falta de confiabilidade nas demonstrações financeiras e ainda pela falta de acesso direto dos utilizadores a este tipo de informação. Para obviar estes problemas, o papel dos auditores independentes é crucial (Bartov, 1993).

A função de auditoria permitirá reforçar a transparência da informação e potenciar a credibilidade das demonstrações financeiras das empresas auditadas, o que, teoricamente reforçará o conteúdo informativo das demonstrações financeiras que integram a prestação de contas. Portanto, quanto maior a qualidade da auditoria maior será a fiabilidade da informação prestada ao mercado e maior a confiança dos diferentes intervenientes no mercado, nomeadamente os investidores.

Por outro lado, a divulgação dos resultados com base em demonstrações financeiras mais fiáveis permitirá aos investidores e analistas financeiros a otimização das suas análises e decisões financeiras, bem como permitirá aos primeiros melhorar o desempenho dos seus investimentos futuros. A reação dos investidores à divulgação das informações constantes das demonstrações financeiras das empresas refletir-se-á no preço das ações, influenciando assim a rendibilidade das mesmas. Pretendemos, assim, verificar até que ponto fatores específicos das empresas podem influenciar a rendibilidade das ações, bem como estudar a influência destas variáveis na relação entre a qualidade da auditoria, medida em função das demonstrações financeiras serem ou não auditadas por uma das *big four*, e a rendibilidade das ações. Posteriormente verificamos se a natureza dos resultados (positivos ou negativos) influencia estes mesmos efeitos.

Para a elaboração do estudo empírico, recorreremos a uma amostra de empresas com títulos cotados no mercado de capitais da Indonésia, analisando o período compreendido entre 2010 e 2014. Com este estudo empírico, pretendemos contribuir para a análise da importância da qualidade da auditoria na rendibilidade das ações, através da identificação de fatores específicos das empresas que sejam determinantes para esta relação.

2. Revisão da Literatura e Formulação de Hipóteses

A auditoria financeira tem como objetivo garantir que as demonstrações financeiras apresentem de forma verdadeira e apropriada a posição financeira das empresas, o resultado das suas operações, as alterações do capital próprio e os fluxos de caixa. Consequentemente, as demonstrações financeiras devem retratar corretamente as operações ocorridas nas organizações.

A imagem verdadeira e apropriada considera que a informação financeira proporcionada pelas demonstrações financeiras deve ser rapidamente compreensível pelos utilizadores, e deve ter relevância para os seus utilizadores, influenciando assim as suas decisões financeiras, ao ajudá-los a avaliar os acontecimentos passados, presentes ou futuros, ou a corrigir ou confirmar as suas avaliações. Para ser credível, a informação deve representar, com fiabilidade, as operações e acontecimentos ao longo do período. Assim sendo, a auditoria ajuda a atingir este objetivo, assegurando que os resultados da auditoria estão livres de erros materiais, com base em provas recolhidas e em conformidade com as normas aplicáveis.

O conceito de qualidade da auditoria tem sido amplamente debatido ao longo das últimas décadas, não existindo, contudo, uma definição que seja aceite de forma generalizada na literatura. Todavia, existem dois conceitos de auditoria que predominam: o conceito defendido por DeAngelo (1981) e aquele que se baseia na estrutura conceptual e normas de auditoria.

Segundo DeAngelo (1981), a qualidade de auditoria é vista como um processo sistemático para descobrir os erros e anomalias nas demonstrações financeiras (designado como competência técnica) e estar disponível para os relatar, transmitindo uma opinião objetiva sobre essas mesmas demonstrações financeiras (designado como independência). A competência técnica relaciona-se assim com a capacidade do auditor compreender e aplicar os procedimentos e métodos de auditoria apropriados, encontrando possíveis distorções, sejam elas intencionais ou não intencionais. Independentemente da subjetividade associada à qualidade da auditoria é inequívoco que esta depende das características ou do profissionalismo do auditor. Um auditor competente aplica corretamente os procedimentos de auditoria necessários e expressa de forma independente as suas avaliações acerca das demonstrações financeiras. Alguns autores, como Lu (2006), Baotham e Ussahawanitchakit (2009) e Giroux e Jones (2011), desenvolveram os seus trabalhos tendo por base a definição de qualidade da auditoria apresentada por DeAngelo (1981). A probabilidade de um auditor detetar uma distorção depende em grande parte da sua capacidade de descoberta, que está relacionada com a competência dos auditores. Da mesma forma, a probabilidade de um auditor relatar a distorção detetada está relacionada com a independência do mesmo. A qualidade da auditoria depende, portanto, da capacidade dos auditores evitarem tanto o erro de deteção, como o erro de divulgação (Kilgore, 2007).

Hassink, Bollen, Meuwissen e Vries (2009) sugerem que a qualidade da auditoria depende do profissionalismo do auditor. Um auditor profissional adapta corretamente os procedimentos de auditoria necessários para expressar de forma independente as suas avaliações acerca das demonstrações financeiras das empresas. Chanawongse, Poonpol, e Poonpool (2011) consideraram que o profissionalismo do auditor é função de várias características, como sejam a capacidade de aperfeiçoar a precisão, manter-se atualizado, tomar medidas decisivas, expressar o seu entendimento contextual, promover a transparência, a objetividade e o sentido de responsabilidade. No seu estudo, os autores concluíram que esses fatores têm um efeito direto na qualidade da auditoria. Herrbach (2001) indica que a existência e a justificação da auditoria são em grande parte dependentes dos dois conjuntos de fatores exibidos pelos auditores: a qualidade técnica e o comportamento profissional. Qualquer redução no cuidado e ceticismo envolvido na auditoria (qualidade técnica) pode ameaçar diretamente o resultado do trabalho de auditoria e a validade do parecer de auditoria. A preservação de um alto nível de aparente "profissionalismo" (comportamento profissional) também é um aspeto importante para a imagem social da auditoria. O autor concluiu que o comportamento aparente do auditor é tão importante quanto a competência técnica no que diz respeito à qualidade da auditoria, particularmente porque o comportamento do auditor é mais visível ao público em geral e ainda que, ao nível macro, o reconhecimento da qualidade da auditoria pelo ambiente económico é particularmente importante para a sobrevivência a longo prazo das empresas de auditoria. Claramente, o futuro da profissão depende da capacidade de se afirmar e legitimar o valor das metodologias de auditoria e dos resultados. Ao nível micro, a qualidade da auditoria é um elemento fundamental no mercado competitivo dos serviços de auditoria.

A próxima definição da qualidade da auditoria baseia-se na estrutura conceptual e nas normas de auditoria aplicáveis (Windmüller, 2000; Krishnan e Schauer, 2001; Behn, Choi, e Kang, 2008). Segundo a *International Standards on Auditing* (ISA) 200 do *International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB), a finalidade de uma auditoria é aumentar o grau de confiança dos utilizadores das demonstrações financeiras. Isto é alcançado pela expressão de uma opinião do auditor sobre se as demonstrações financeiras estão preparadas de acordo com o referencial de relato financeiro aplicável, em todos os aspetos materiais.

As perceções da qualidade de auditoria dependerão da perspetiva das partes interessadas. Assim, de acordo com o IAASB (2014), existem duas perspetivas sobre a qualidade de auditoria. A primeira perspetiva é a possível perceção de qualidade de auditoria através da perspetiva de um investidor, nomeadamente, através do relatório do auditor, da reputação do auditor e da relevância/expectativas de auditoria. A segunda perspetiva é a possível perceção de qualidade de auditoria

através da perspectiva do membro da comissão de auditoria, que inclui a avaliação da qualidade do auditor, avaliação da qualidade do processo de auditoria e comunicações e interações dos auditores.

No âmbito dos fatores determinantes da qualidade da auditoria, vários estudos identificaram os determinantes da qualidade da auditoria, que a afetam direta ou indiretamente e que são individualmente consistentes com algumas *proxies* de qualidade da auditoria (Watkins, Hillison, e Morecroft, 2004; Willekens e Simunic, 2007; Kilgore, 2007 e Elmahedi e Hanefah, 2013). A abordagem direta baseia-se no pressuposto de que a possibilidade de detecção das distorções será refletida no relatório de auditoria efetuado pelo auditor e a abordagem indireta observa-se através da correlação da qualidade da auditoria com fatores determinantes, tais como a dimensão da empresa de auditoria, a experiência de litígio, a reputação do auditor, o mandato do auditor, a prestação dos serviços de não-auditoria e a experiência no setor de atividade da auditoria.

A dimensão da empresa de auditoria é uma variável que representa a qualidade do auditor relativamente à sua independência, dado que as grandes empresas de auditoria são menos propensas a comprometer a sua independência do que as de pequena dimensão. Por outro lado, têm uma elevada capacidade de se especializar e inovar em termos tecnológicos, de modo a aumentar a possibilidade de detetar as distorções, tais como os erros ou as manipulações no sistema contabilístico de uma empresa. Além disso, pode dizer-se que, à partida, as maiores empresas de auditoria, as *big four*, proporcionam qualidade superior porque a sua dimensão pode apoiar programas de formação mais rigorosos, metodologia de auditoria padronizada e mais opções ajustáveis às necessidades do cliente. Assim, tendencialmente, quanto maior a dimensão da empresa de auditoria, maior será a qualidade da auditoria (DeAngelo, 1981; Al-Thuneibat, Issa, e Baker, 2011; Chen, Hsu, Huang, e Yang, 2013; Naslmosavi, Sofian, e Saat, 2013; Anis, 2014; Wang, Kung, e Lin, 2014).

O litígio do auditor é outro dos fatores associados à qualidade da auditoria, dado que o auditor está sujeito a normas e regulamentos dos quais resultam um conjunto de responsabilidades. Assim, as normas e os regulamentos são vinculativos para os auditores (em termos pessoais) e para as empresas de auditoria, entendendo-se que os litígios são indicativos de possíveis falhas dos auditores no cumprimento das normas e regulamentos. Os estudos que utilizaram a litigância da empresa de auditoria como uma *proxy* para avaliar a qualidade da auditoria foram, entre outros, os de Casterella, Jensen, e Knechel (2010), Sun e Liu (2011) e Kaplan e Williams (2013).

Outra variável que tem sido utilizada como uma *proxy* para a qualidade da auditoria, é a reputação do auditor. Lawrence, Minutti-Meza e Zhang (2011) sugerem que as empresas de auditoria prestam serviços de maior qualidade porque têm uma reputação a proteger. Segundo Teoh e Wong (1993), a reputação do

auditor apresenta uma relação positiva com a qualidade da auditoria. Estes autores consideram que a credibilidade representa a reputação do auditor, estando relacionada com um dos critérios de qualidade da auditoria e podendo ser considerada como um dos fatores determinantes desta. Através do seu estudo, os autores concluíram que a reputação dos auditores das *big 8* é mais credível do que a dos auditores das *non-big 8*.

Por sua vez, a duração da relação do auditor-cliente pode potencialmente ter algum impacto na qualidade da auditoria. No que se refere à duração do mandato do auditor, os estudos empíricos têm documentado tanto uma relação positiva como negativa entre o mandato do auditor e a qualidade da auditoria, não sendo portanto os resultados consensuais. De entre os estudos que encontraram uma relação positiva entre as duas variáveis, estão os de Davis, Soo, e Trompeter (2009) e Lin e Hwang (2010). Por outro lado, Chi, Huang, Liao, e Xie (2009) e Gul, Fung, e Jaggi (2009) documentaram a existência de uma relação negativa entre o mandato do auditor e a qualidade da auditoria.

Outro fator associado com a qualidade da auditoria é a prestação dos serviços de não-auditoria, que tem sido considerado pelos reguladores como uma ameaça à independência e causador de redução de objetividade, o que causa efeitos negativos na qualidade da auditoria (Quick e Warming-Rasmussen, 2005). Vários foram os autores que encontraram uma relação significativa entre a prestação dos serviços de não-auditoria e a qualidade da auditoria, não tendo, contudo, chegado a resultados consensuais. Wines (1994) evidenciou uma associação negativa entre os serviços de não-auditoria e os pareceres de auditoria qualificados, indicando a existência de um potencial problema de independência quando se está na presença dos serviços de não-auditoria. Em consonância, Wang e Hay (2013) analisaram a relação entre os serviços de não-auditoria e a falta de independência dos auditores das empresas com títulos cotados no mercado de capitais de Nova Zelândia, encontrando evidência de perda de independência do auditor em relação à opinião de auditoria. Por outro lado, o estudo de Okaro e Okafor (2014) mostrou que a prestação dos serviços de não-auditoria não prejudica a independência do auditor. Adicionalmente, outros estudos não encontraram uma associação significativa entre os serviços de não-auditoria e a qualidade da auditoria. Por exemplo, DeFond, Raghunandan, e Subramanyam (2002) e Frankel *et al.* (2002) concluíram que os serviços de não-auditoria não têm um efeito significativo sobre a independência dos auditores.

De acordo com Craswell, Francis e Taylor (1995) e Knechel, Naiker e Pacheco (2007), os auditores especializados em determinado setor de atividade desenvolvem um conhecimento profundo e específico, que lhes permite proporcionar maior qualidade da auditoria do que os auditores não especialistas. O resultado do estudo de Moroney e Carey (2011) mostrou, também, que a experiência no setor de atividade tem um impacto significativo na qualidade da avaliação do auditor

comparativamente com a experiência baseada em tarefa (*task-based experience*) e que a excelência no desempenho por meio de experiência no setor de atividade ocorre de forma rápida.

Para atingir as exigências dos serviços de auditoria, a literatura destaca a necessidade da existência de controlo de qualidade da auditoria. A ISA 220 da IAASB considera os seguintes elementos de controlo de qualidade: independência, integridade e objetividade, competência profissional, confidencialidade, comportamento profissional, contratação e manutenção de clientes e serviços, desempenho dos auditores nos trabalhos e avaliação e monitorização contínua do sistema de controlo da qualidade. Isto inclui políticas e procedimentos que tratam cada um dos seguintes elementos: responsabilidades de liderança relativas à qualidade dentro da empresa de auditoria; requisitos éticos relevantes; aceitação e continuação dos relacionamentos com os clientes e de trabalhos específicos; recursos humanos; execução do trabalho; e monitorização.

Ao avaliar o desempenho de uma empresa, os investidores sentir-se-ão mais confiantes se as demonstrações financeiras forem auditadas (Ussahawanitchakit, 2011; Chung, Kim, Kim, e Yoo, 2012), sendo este aspeto reforçado se as empresas tiverem uma auditoria de qualidade (Biddle e Hilary, 2006; Biddle, Hilary, e Verdi, 2009; Lenard e Yu, 2012), acrescida de uma divulgação em tempo oportuno (Wilcox, Berry, O'Bryan, e Quirin, 2010; Chung *et al.*, 2012). Assim, espera-se que a informação divulgada pelas empresas que apresentam demonstrações financeiras com elevada qualidade da auditoria apresente maior conteúdo informativo, quando comparadas com as restantes empresas. Tendo por base a revisão de literatura acerca dos determinantes da qualidade da auditoria, as *big four* agregam pelo menos três determinantes: dimensão da empresa de auditoria, reputação e auditores especializados, pelo que normalmente são vistas como sinónimo de auditoria de qualidade (Wooten e Colson, 2003; Francis, 2004). Neste contexto, tem sido dada especial atenção à associação entre a qualidade da auditoria e a variação do preço das ações.

Analisando o período compreendido entre 1996 e 2002, Hussainey (2009) encontrou evidência de que a rendibilidade das ações é significativamente influenciada pela variação dos resultados por ação, no caso em que as demonstrações financeiras são auditadas por uma das *big*. Contudo, este resultado não é aplicável às empresas que apresentam resultados negativos. O autor concluiu ainda que os investidores são capazes de antecipar os resultados futuros das empresas, o que se reflete no valor das ações, quando a auditoria é levada a cabo por uma das *big*.

Sadka e Sadka (2009) estudaram a relação entre os resultados e a rendibilidade das ações, recorrendo a uma amostra composta pelas empresas que constam das bases de dados Centre for Research in Security Prices (CRSP) e *Compustat*, e cujo ano fiscal termine em dezembro, analisando o período de 1965 a 2000. Os

resultados mostraram que a correlação contemporânea entre a variação dos resultados e a rendibilidade das ações diminui a capacidade de prever os resultados futuros.

Tendo por base uma amostra composta por empresas com títulos cotados no mercado de capitais da Turquia e analisando o período compreendido entre 2003 e 2007, Ghorbel (2012) concluiu que a qualidade de auditoria, o relatório do auditor e as auditorias conjuntas (realizadas por duas empresas de auditoria) têm um impacto conjunto sobre o preço das ações.

Atendendo aos argumentos acima mencionados, bem como à evidência empírica analisada, enunciámos as seguintes hipóteses:

H₁: Existem fatores específicos das empresas que afetam a rendibilidade das ações.

H₂: A relação entre os fatores específicos das empresas e a rendibilidade das ações é distinta consoante uma empresa seja ou não auditada por uma big four.

Adicionalmente, esperamos que a natureza (positiva ou negativa) dos resultados líquidos do período das empresas afete a rendibilidade das ações. De acordo com a hipótese dos mercados eficientes (Fama, 1970) e a hipótese da sinalização, esperamos que o mercado reaja favoravelmente a resultados positivos e negativamente a resultados negativos.

Schleicher *et al.* (2007) analisaram a relação entre a divulgação da informação das empresas e a rendibilidade das ações, recorrendo a uma amostra de 4.568 empresas do Reino Unido, para o período compreendido entre 1996 e 2002. Os resultados mostraram que a relação entre a divulgação de informação e a rendibilidade das ações é distinta consoante as empresas apresentem lucros ou prejuízos. De um modo geral, o estudo permitiu concluir que as demonstrações financeiras têm um maior conteúdo informativo no caso das empresas que apresentam prejuízos. Nestes casos, a capacidade da rendibilidade das ações antecipar variações nos resultados futuros é significativamente mais elevada.

Por outro lado, Hussainey (2009) concluiu que existe uma relação significativa entre a qualidade da auditoria e a capacidade dos investidores preverem resultados futuros (medida através da variação do preço das ações) para as empresas com resultados positivos, e não para as empresas com resultados negativos, sendo esta relação reforçada nos casos em que as demonstrações financeiras são auditadas por uma das *big four*.

Com base na revisão de literatura e nestes estudos, formulamos a última hipótese: *H₃: A relação entre os fatores específicos das empresas e a rendibilidade das ações é mais forte nas empresas com resultados positivos do que naquelas que apresentam resultados negativos.*

3. Metodologia e Dados

3.1. Variáveis

O principal objetivo é analisar até que ponto existem fatores específicos das empresas capazes de influenciar a rendibilidade das ações, bem como estudar a influência destas variáveis na relação entre a qualidade da auditoria (medida em função das demonstrações financeiras serem ou não auditadas por uma das *big four*) e a rendibilidade das ações, consideramos como variável dependente, a rendibilidade das ações (RA). Tendo por base os trabalhos de Ross, Westerfield e Jordan (2003) e Brealey, Myers e Allen (2011), calculamos a RA como o rácio entre a variação dos preços da ação face ao ano anterior (adicionada do respetivo dividendo) e o valor da ação no período anterior. Esta variável permite-nos também analisar a capacidades de antecipação dos resultados futuros por parte dos acionistas, já que estas expectativas serão refletidas nos preços das ações (Schleicher *et al.*, 2007; Hussainey, 2009). Como variáveis independentes, consideramos três fatores específicos das empresas: i) o crescimento dos resultados (CR); ii) a taxa de capitalização (TC); e iii) o crescimento do ativo total (CAT), bem como a qualidade de auditoria (AUDIT).

Atendendo às hipóteses que pretendemos testar, a variável CR corresponde à variação dos resultados por ação, calculado através do rácio entre a variação dos resultados por ação face ao ano anterior e o valor da ação no período anterior (Seng e Hancock, 2012). Chen, Lin, e Sauer (1997) analisaram o efeito do anúncio dos resultados na variação dos preços das ações, verificando que a velocidade de ajustamento do preço das ações varia diretamente com a qualidade e a quantidade de informação. Os autores concluíram ainda que o fluxo de informações transmitidas ao mercado contribui significativamente para as rendibilidades anormais das ações, bem como para a volatilidade da rendibilidade. Entre outros, o estudo de Hussainey (2009) evidenciou uma relação direta entre o crescimento dos resultados e a capacidade dos investidores anteciparem os resultados futuros das empresas. Consequentemente, esperamos um sinal positivo para esta variável.

A TC é calculada através do rácio entre os resultados por ação e o valor da ação no final de um período (Slack, Shrives, Hussainey e Mouselli, 2010). No fundo, a taxa de capitalização é uma medida de rendibilidade do capital próprio, a preços de mercado, já que compara resultados com preços de mercado, auxiliando os acionistas a avaliarem a adequabilidade da rendibilidade obtida face ao risco assumido no investimento. O estudo realizado por Bartholdy (1998) analisou a relação entre a TC e a rendibilidade futura das ações, tendo por base uma amostra de empresas com títulos cotados no mercado de capitais de Toronto, encontrando evidência de que a TC pode ser usada para prever a rendibilidade futura das ações. Lau, Lee, e McInish (2002) recorreram a uma amostra composta por empresas dos mercados de capitais de Singapura e da Malásia, analisando o período compreendido entre 1988 e 1996. Neste estudo analisaram a relação entre vários

fatores específicos das empresas, como o risco sistemático, a dimensão, a taxa de capitalização, o *book-to-market equity ratio* e a taxa de crescimento das vendas, e a rentabilidade das ações. Entre outros resultados, o estudo evidenciou uma relação positiva entre a taxa de capitalização e a rentabilidade das ações, no que se refere ao mercado de capitais da Malásia. Tendo por base os resultados obtidos por estes autores, esperamos um sinal positivo para esta variável.

A variável CAT é calculada através do quociente entre a variação do ativo total face ao ano anterior e o valor do ativo total do período anterior (Slack *et al.*, 2010). Espera-se que o crescimento do ativo espelhe um aumento da capacidade produtiva, nomeadamente resultante da expectativa, por parte dos gestores, de um aumento da procura dos seus produtos, capaz de se refletir na obtenção de resultados futuros. Cooper, Gulen e Schill (2008) testaram a relação entre o crescimento do ativo e a rentabilidade das ações no mercado dos Estados Unidos, tendo encontrado uma relação económica e estatisticamente significativa entre as variáveis, mesmo para as ações que apresentam elevadas capitalizações. Gray e Johnson (2011) analisaram a mesma relação no mercado de capitais australiano, para o período de 1993 a 2007, e encontraram igualmente evidência de uma relação positiva entre as variáveis. Assim, os resultados dos estudos empíricos têm mostrado que o crescimento dos ativos e a rentabilidade das ações estão positivamente relacionados, pelo que esperamos um sinal positivo para esta variável.

AUDIT é uma variável *dummy*, que assume o valor 1 caso as demonstrações financeiras sejam auditadas por uma das *big four* e zero nos casos contrários (Becker, Defond, Jiambalvo, e Subramanyam, 1998; Hussainey, 2009). Hussainey (2009), Ghorbel (2012) e Okolie e Izedonmi (2014) encontraram uma relação positiva entre a qualidade da auditoria e a rentabilidade das ações, o que sugere que o trabalho de auditoria realizado pelas *big four* (qualidade da auditoria) aumenta a rentabilidade das ações. Sendo assim, esperamos um sinal positivo para a variável AUDIT.

3.2. Metodologia

De modo a testarmos as diferentes hipóteses formuladas, averiguando a relação que existe entre as várias variáveis independentes e a rentabilidade das ações, ou seja, a fim de verificarmos se existem fatores específicos das empresas capazes de influenciar a variação do preço das ações, estimamos o seguinte modelo de regressão:

$$RA_{i,t} = \alpha_0 + \beta_1 CR_{i,t} + \beta_2 TC_{i,t} + \beta_3 CAT_{i,t} + \beta_4 AUDIT + \beta_5 AUDIT * CR_{i,t} + \beta_6 AUDIT * TC_{i,t} + \beta_7 AUDIT * CAT_{i,t} + \mu_t \quad (1)$$

onde o índice *i* identifica a empresa, *t* o ano respetivo e ϵ_t representa o termo de erro.

Os termos de interação da variável AUDIT com os fatores específicos das empresas (AUDIT*CR, AUDIT*TC e AUDIT*CAT) são usados para testar a segunda hipótese (H_2), já que os coeficientes destas variáveis medem o impacto diferencial dos fatores específicos (CR, TC e CAT) na rentabilidade das ações para as empresas auditadas por uma *big four* e para as restantes empresas, sendo este impacto medido pelos coeficientes β_5 , β_6 e β_7 . Se assim for, a elevada qualidade da auditoria reforça a credibilidade das demonstrações financeiras, ajudando os investidores a prever os resultados futuros das empresas, o que se refletirá no preço das ações e, conseqüentemente, na rentabilidade destas.

A fim de testar a terceira hipótese (H_3), recorreremos igualmente ao modelo de regressão (1), mas dividimos a amostra global em duas subamostras, de acordo com a natureza dos resultados apresentados pelas empresas, ou seja, considerando uma subamostra composta pelas empresas com resultados positivos e outra com as empresas que apresentaram resultados negativos.

A metodologia adotada no estudo segue uma abordagem de dados em painel, que resulta da combinação de observações com uma dimensão transversal e temporal, conseguindo esta metodologia eliminar o efeito das variáveis que não podem ser observadas, através do estudo das variações na variável dependente ao longo do tempo (Wooldridge, 2003). O painel é não balanceado, dada a ausência de informação relativamente a alguns dados.

Para a respetiva estimação, recorreremos a três modelos de regressão: o modelo Pooled dos Mínimos Quadrados (PMQ), o Modelo dos Efeitos Fixos (MEF) e o Modelo dos Efeitos Aleatórios (MEA). Recorrendo à estatística F, referente à diferenciação dos termos individuais, e ao teste de Hausman (1978), selecionamos a técnica de regressão considerada mais adequada.

Numa primeira fase, comparam-se os modelos PMQ e MEF de acordo com a estatística F. Se a estatística F não for significativa, em concordância com a hipótese nula, o estimador eficiente é o modelo PMQ, indicando a não existência de um efeito específico para cada uma das empresas. Caso esta seja significativa, rejeitamos a hipótese nula dos termos constantes serem idênticos, sendo neste caso o modelo MEF o mais adequado.

Numa segunda fase, recorreremos ao teste de Hausman, que permite avaliar o ajustamento dos modelos MEF e MEA. Aquele permite testar a hipótese nula de que o modelo MEA é o mais apropriado para uma determinada amostra, quando comparado com o MEF. Se o teste de Hausman não for estatisticamente significativo, o modelo mais eficiente é o MEA. Por outro lado, se a estatística de Hausman for significativa, verificamos evidência de correlação das variáveis explicativas com a heterogeneidade individual, rejeitando o modelo MEA, devendo, neste caso, optar pelo MEF.

3.3. Amostra

A nossa amostra consiste num painel de empresas com títulos cotados na bolsa de valores da Indonésia (IDX), para o período compreendido entre 2010 e 2014, tendo os dados sido obtidos a partir do próprio *site* da IDX. Para evitar enviesamentos na amostra resultantes das diferentes características entre setores de atividade e para trabalhar com o mesmo tipo de informações disponíveis, a amostra contempla apenas as empresas com valores cotados no setor industrial.

Para que uma empresa seja considerada na amostra, deve respeitar os seguintes critérios: 1) estar cotada na IDX continuamente, desde 1 de janeiro de 2010 até 31 de dezembro de 2014; 2) publicar as demonstrações financeiras consecutivas e regularmente durante o período referido; 3) ter sido auditada; 4) apresentar os relatórios financeiros completos; 5) não lhes ter sido atribuída uma sanção (*delisting*). Da amostra assim obtida (106 empresas) ainda foi necessário excluir 13 empresas que apresentavam valores extremos relativamente às restantes (*outliers*), a fim de não enviesar os resultados. O processo de seleção das empresas está apresentado na tabela 1.

Tabela 1 – Amostra

	Empresas
Total de empresas com títulos cotados durante o período 2010-2014	122
<i>Excluindo:</i>	
- Relatórios financeiros incompletos	13
- Sanção (<i>delisting</i>)	3
Número das empresas que preenchem os critérios	106
Excluir as empresas com os valores extremos	13
Número final das empresas	93
Número de observações	465

Podemos observar pela tabela 1 que, partindo de 122 empresas com títulos cotados na IDX no período em análise, acabámos com uma amostra de 93 empresas, o que corresponde a 465 observações. Os motivos que levaram à exclusão de 29 empresas foram os seguintes: relatórios financeiros incompletos (13); sanções (3); e as empresas com valores extremos (13).

A tabela 2 mostra a caracterização dos relatórios financeiros da amostra em função do tipo de empresa que os auditou (*big four*⁷ ou não *big four*) e de acordo com a natureza dos resultados (positivos ou negativos).

⁷ Cada uma das *big four* nomeou, na Indonésia, uma empresa de auditoria local como o membro representativo da sua empresa de auditoria nesse país. Os membros nomeados são KAP Osman Bing Satrio & Eny (para *Delloitte*), KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan (para *PwC – PricewaterhouseCoopers*), KAP Purwantono, Suherman & Surja (para *Ernst & Young*) e KAP Sidharta dan Widjaja (para *KPMG*). Assim, as empresas auditadas por outras empresas de auditoria que não estas são consideradas auditadas por não *big four*.

Tabela 2 – Caracterização da amostra

	Nº	%
Relatórios financeiros auditadas pelas <i>big four</i>	196	42,15
Relatórios financeiros auditadas pelas não- <i>big four</i>	269	57,85
Relatórios financeiros com resultados do período positivos	395	84,95
Relatórios financeiros com resultados do período negativos	70	15,05

Pela análise da tabela 2, podemos observar que 42,15% dos relatórios são auditados pelas *big four* e que 84,95% dos relatórios apresentam resultados positivos. No que respeita às *big four versus* não *big four*, os valores indicam que a maioria das empresas do setor industrial é auditada pelas empresas de auditoria não *big four*.

Posteriormente, foram consideradas duas subamostras, sendo a amostra global dividida, de acordo com a natureza dos resultados apresentados pelas empresas (lucros ou prejuízos). A subamostra composta pelas empresas com resultados positivos apresenta 395 observações, e a outra amostra, caracterizada por empresas com resultados negativos, é composta por 70 observações.

4. Resultados empíricos

4.1 Estatísticas descritivas

A Tabela 3 apresenta as estatísticas descritivas das variáveis utilizadas nos testes estatísticos: RA, CR, TC, CAT e AUDIT.

Tabela 3 - Estatísticas descritivas

Amostra completa						
<i>Variável</i>	<i>Média</i>	<i>Mediana</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>	<i>Desvio Padrão</i>	<i>Observações</i>
RA	0,1875	0,0600	-0,7151	1,7803	0,4724	465
CR	-0,0114	0,0081	-1,8746	1,0831	0,2428	465
TC	0,0651	0,0594	-0,9776	1,5537	0,2286	465
CAT	0,1415	0,1102	-0,2843	0,9932	0,1906	465
AUDIT	0,4215	0	0	1	0,4943	465
Resultados positivos						
<i>Variável</i>	<i>Média</i>	<i>Mediana</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>	<i>Desvio Padrão</i>	<i>Observações</i>
RA	0,2410	0,1336	-0,6943	1,7803	0,4808	395
CR	0,0151	0,0119	-1,4862	1,0831	0,1933	395
TC	0,1151	0,0692	-0,2686	1,5537	0,1712	395
CAT	0,1509	0,1199	-0,1825	0,9932	0,1753	395
AUDIT	0,4253	0	0	1	0,4950	395
Resultados negativos						
<i>Variável</i>	<i>Média</i>	<i>Mediana</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>	<i>Desvio Padrão</i>	<i>Observações</i>

RA	-0,0822	-0,0602	-0,71515	0,8750	0,3116	70
CR	-0,1448	-0,0388	-1,8746	0,5730	0,3846	70
TC	-0,1872	-0,1329	-0,97757	0,8565	0,3042	70
CAT	0,0943	0,0086	-0,28433	0,7748	0,2506	70
AUDIT	0,4026	0	0	1	0,4936	70

A média da variável RA apresenta alguma flutuação, sendo de 18,75% para a amostra completa, de 24,1% para a subamostra das empresas que apresentam resultados positivos e de -8,22% para a subamostra das empresas com resultados negativos. Acresce que esta variável apresenta um elevado desvio padrão, o que indicia que a amostra é composta por empresas que apresentam rendibilidades muito díspares.

A média da variável CR para a amostra global é de -1,14%, cifrando-se em 1,51% e -14,48%, para a primeira (resultados positivos) e segunda (resultados negativos) subamostras, respetivamente. Globalmente, podemos destacar o facto de, em média, os resultados das empresas terem diminuído no período em análise, bem como o facto das alterações desta variável serem relativamente baixas.

A variável TC apresenta uma média de 6,5% no caso da amostra global, sendo de 11,5% na primeira subamostra e de -18,7% na segunda subamostra. Deste modo, a TC da amostra global é influenciada negativamente pelos resultados negativos.

A variável CAT apresenta uma média de 14,15% para a amostra global, e de 15,1% e 9,43%, para a subamostra de empresas com resultados positivos e para a subamostra de empresas com resultados negativos, respetivamente. Estes valores mostram uma percentagem claramente mais elevada de utilização de ativos no caso das empresas com resultados positivos.

A variável AUDIT apresenta uma média de 42,2% para a amostra global, sendo de 42,5% e 40,3%, respetivamente, no caso das empresas que relatam resultados positivos ou negativos, o que sugere que o número de empresas auditadas por uma *big four* é inferior.

4.2 Resultados dos modelos de regressão

Aplicando os modelos PMQ, MEA e MEF, e recorrendo à estatística F, bem como ao teste de Hausman, concluímos que a estatística F não apresenta um valor estatisticamente significativo, pelo que o modelo PMQ é considerado o mais indicado. Assim, apresentamos na tabela 4 os resultados obtidos através do modelo de regressão (1), em que se analisa o efeito dos fatores específicos das empresas e da qualidade da auditoria na rendibilidade das ações.

Tabela 4 – Resultados da regressão (1): modelo PMQ

	<i>coeficiente</i>	<i>rácio-t</i>	<i>valor p</i>	
Constante	0,1462	4,2320	0,0000	***
CR	0,3557	2,8720	0,0043	***
TC	0,2107	1,3360	0,1821	
CAT	0,3414	2,4430	0,0150	**
AUDIT	0,0032	0,0551	0,9561	
AUDIT*CR	-0,1889	-0,9365	0,3495	
AUDIT*TC	-0,1851	-0,8806	0,3790	
AUDIT*CAT	-0,2030	-0,8355	0,4039	
Observações	465			
R ² Ajustado	0,045			

,*: estatisticamente significativo ao nível de significância de 5% e 1%.

Como podemos verificar na tabela 4, as únicas variáveis que apresentam valores estatisticamente significativos e, portanto, capazes de explicar a variável dependente, são CR e CAT, sendo a primeira estatisticamente significativa a um nível de significância de 1% e a segunda a um nível de 5%.

Ambas as variáveis (CR e CAT) apresentam um sinal positivo, pelo que podemos concluir que quanto maior o crescimento dos resultados e do ativo total das empresas, maior é a rendibilidade das respetivas ações.

Em relação à variável CR, verificamos que quanto maior o rácio de variação dos resultados por ação, maior a rendibilidade das ações. Dado que a rendibilidade das ações reflete as expectativas dos investidores, este resultado dá suporte à ideia de que o mercado reage às informações que vão sendo divulgadas, ficando estas espelhadas nos preços das ações (Chen *et al.*, 1997). Os resultados obtidos reforçam ainda a evidência encontrada nos estudos de Ball, Kothari, e Watts (1993) e de Hussainey (2009).

No que diz respeito à variável CAT, esta indicia que quanto maior o rácio do crescimento do ativo total, maior a rendibilidade das ações. Este resultado, embora contrário ao que foi obtido por Yao, Yu, Zhang, e Chen (2011), vai ao encontro dos resultados obtidos por Cooper *et al.* (2008) e Gray e Johnson (2011).

Nenhuma das variáveis de interação apresenta valores estatisticamente significativos, pelo que não encontramos evidência de que existe um impacto diferencial dos fatores específicos na rendibilidade das ações para as empresas auditadas por uma *big four*, quando comparadas com as restantes empresas.

Concluindo, os resultados permitem suportar a hipótese de que existem fatores específicos das empresas que afetam a rendibilidade das ações (H₁), mais concretamente, de que o crescimento dos resultados e o crescimento do ativo total afetam positivamente a rendibilidade das ações.

Contudo, a evidência não nos permite suportar a hipótese de que a relação entre os fatores específicos das empresas e a rentabilidade das ações é distinta consoante uma empresa seja ou não auditada por uma *big four* (H_2).

A fim de testarmos a última hipótese (H_3), dividimos a amostra global em duas subamostras, considerando uma subamostra composta pelas empresas com resultados positivos e outra com as empresas que apresentaram resultados negativos, e aplicamos novamente o modelo de regressão (1). Aplicamos novamente os modelos PMQ, MEA e MEF, mas de acordo com a estatística F e o teste de Hausman o modelo PMQ é considerado o mais indicado, pelo que apresentamos na tabela 5 os respetivos resultados.

Tabela 5 – Resultados da regressão (1), considerando as subamostras: modelo PMQ

	Resultados positivos				Resultados negativos			
	<i>coeficiente</i>	<i>rácio-t</i>	<i>valor p</i>		<i>coeficiente</i>	<i>rácio-t</i>	<i>valor p</i>	
constante	0,2004	4,1570	0,0000	***	-0,1021	-1,4060	0,1647	
CR	0,6097	4,0820	0,0001	***	-0,3022	-1,8970	0,0625	*
TC	-0,1940	-0,7105	0,4778		0,2932	1,3150	0,1933	
CAT	0,4553	2,7730	0,0058	***	-0,1282	-0,6822	0,4977	
AUDIT	-0,0103	-0,1409	0,8880		0,1138	1,1380	0,2596	
AUDIT*CR	-0,3980	-1,4810	0,1395		0,3183	1,3880	0,1701	
AUDIT*TC	0,0640	0,2006	0,8411		-0,1120	-0,3660	0,7156	
AUDIT*CAT	-0,2659	-0,9179	0,3593		0,0929	0,2963	0,7680	
Observações		395			70			
R ² Ajustado		0,053			0,010			

*, **, *** Significativamente diferente de zero ao nível de 10, 5%, 1%

No diz respeito à subamostra das empresas que apresentaram resultados positivos, as conclusões são semelhantes às que obtivemos quando analisámos a amostra global. Assim, podemos concluir que, para o conjunto de empresas que apresentam resultados positivos, o crescimento dos resultados e do ativo total influencia positivamente a rentabilidade das ações.

No que concerne à subamostra das empresas com resultados negativos, apenas a variável CR apresenta um coeficiente estatisticamente significativo, sendo o seu sinal negativo. Consequentemente, verificamos que para a subamostra de empresas com resultados negativos, a variável CR afeta negativamente a rentabilidade das ações.

Quanto comparamos os níveis de significância da variável CR, significativa em ambas as subamostras, verificamos que o nível de significância é mais elevado para a primeira subamostra, pelo que, para esta variável, encontramos evidência capaz de suportar a hipótese de que a relação entre os fatores específicos das empresas e a rentabilidade das ações é mais forte nas empresas com resultados positivos do que naquelas que apresentam resultados negativos (H_3).

À semelhança dos resultados apresentados na tabela 4, as variáveis de interação não apresentam valores estatisticamente significativos, pelo que não encontramos evidência de que existe um impacto diferencial dos fatores específicos na rentabilidade das ações para as empresas auditadas por uma *big four*, quando comparadas com as restantes empresas, o que não permite validar os resultados de Hussainey (2009).

5 Conclusões

Este estudo analisa o efeito de alguns fatores específicos das empresas na rentabilidade das ações, averiguando ainda até que ponto este efeito é distinto consoante uma empresa seja ou não auditada por uma *big four*. Finalmente examina o efeito da natureza dos resultados das empresas na relação entre os fatores específicos e a rentabilidade das ações.

Para tal, recorremos a uma amostra de empresas com títulos cotados no mercado de capitais da Indonésia, pertencentes ao setor da indústria, para o período compreendido entre 2010 e 2014. Posteriormente foram consideradas duas subamostras, sendo a amostra global dividida de acordo com a natureza dos resultados apresentados pelas empresas (positivos ou negativos).

Utilizou-se a metodologia de dados em painel, nomeadamente dados em painel não balanceados, devido à existência de *missing data*. O recurso à estatística F, relativa à diferenciação dos termos individuais, e ao teste de Hausman, permitiu-nos selecionar o modelo de regressão mais adequado.

A evidência obtida através da aplicação do modelo de regressão (1) permite suportar a hipótese de que existem fatores específicos das empresas que influenciam a rentabilidade das ações, sendo eles o crescimento dos resultados e o crescimento do ativo total.

Contudo, os resultados associados às variáveis de interação não nos permitiram suportar a hipótese de que a relação entre os fatores específicos das empresas e a rentabilidade das ações é distinta consoante uma empresa seja ou não auditada por uma *big four*, ou seja, o facto de uma empresa ser auditada por uma *big four* ou por uma não *big four* não tem influência na rentabilidade das ações.

Este resultado sugere que a qualidade da auditoria não reforça, por si, a credibilidade das demonstrações financeiras, não contribuindo para a previsão, por parte dos investidores, dos resultados futuros das empresas.

Considerando a divisão da amostra global em duas subamostras, de acordo com o tipo de resultados registados pelas empresas, concluímos que, para o conjunto de empresas que apresentam resultados positivos, o crescimento dos resultados e do ativo total influencia positivamente a rentabilidade das ações, o que está em consonância com os resultados obtidos para a amostra global.

Ao comparar os resultados das duas subamostras, encontramos evidência capaz de suportar a hipótese de que a relação entre os fatores específicos das empresas e a rendibilidade das ações é mais forte nas empresas com resultados positivos do que naquelas que apresentam resultados negativos.

Este estudo contribui para a evidência empírica acerca da capacidade de fatores específicos das empresas contribuírem para a rendibilidade das empresas, bem como da capacidade da qualidade da auditoria reforçar a credibilidade das demonstrações financeiras, ajudando os investidores a prever os resultados futuros das empresas, o que se refletirá no preço das ações e, conseqüentemente, na rendibilidade destas.

A realização deste trabalho apresenta, contudo, algumas limitações, como seja a existência de dados anómalos, conduzindo eventualmente a *outliers* ou a resultados enviesados, resultantes da falta ou incoerência dos valores de alguns relatórios.

Como investigação futura sobre a temática, seria enriquecedor alargar este estudo a empresas de outros setores de atividade cotadas na bolsa da Indonésia e replicar o estudo noutros mercados, o que permitir alargar a amostra, e comparar os resultados.

Bibliografia

- Al-Thuneibat, A. A., Issa, R. T. I. Al, e Baker, R. A. A. (2011). Do audit tenure and firm size contribute to audit quality? *Managerial Auditing Journal*, 26(4), 317–334.
- Anis, A. (2014). Auditors' Perceptions of Audit Firm Rotation Impact on Audit Quality in Egypt. *Accounting & Taxation*, 6(1), 105–120.
- Ball, R., Kothari, S. P., e Watts, R. L. (1993). Economic Determinants of the Relation between Earnings Changes and Stock Returns. *The Accounting Review*, 68(3), 622-638.
- Baotham, S., e Ussahawanitchakit, P. (2009). Audit Independence, Quality and Credibility: Effects on Reputation and Sustainable Success on CPAs in Thailand. *International Journal of Business Research*, 9(1), 1–25.
- Bartholdy, J. (1998). Changes in Earnings-Price Ratios and Excess Returns: A Case of Investor Over-Reaction. *International Review of Financial Analysis*, 7(3), 237.
- Bartov, E. (1993). The Timing of Asset Sales and Earnings Manipulation. *The Accounting Review*, 68(4), 840-855.
- Becker, C. L., Defond, M. L., Jiambalvo, J., e Subramanyam, K. R. (1998). The effect of audit quality on earnings management. *Contemporary Accounting Research*, 15(1), 1–24.
- Behn, B. K., Choi, J.-H., e Kang, T. (2008). Audit Quality and Properties of

- Analyst Earnings Forecasts. *Accounting Review*, 83(2), 327–349.
- Biddle, G. C., e Hilary, G. (2006). Accounting Quality and Firm-Level Capital Investment. *The Accounting Review*, 81(5), 963–982.
- Biddle, G. C., Hilary, G., e Verdi, R. S. (2009). How does financial reporting quality relate to investment efficiency? *Journal of Accounting and Economics*, 48(2–3), 112–131.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., e Allen, F. (2011). *Principles of Corporate Finance* (Tenth edit.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Casterella, J. R., Jensen, K. L., e Knechel, W. R. (2010). Litigation Risk and Audit Firm Characteristics. *Auditing*, 29(2), 71–82.
- Chanawongse, K., Poonpol, P., e Poonpool, N. (2011). The Effect of Auditor Professional On Audit Quality: An Empirical Study of Certified Public Accountants (CPAs) in Thailand. *International Journal of Business Research*, 11(3), 113–126.
- Chen, C. R., Lin, J. W., e Sauer, D. A. (1997). Earnings Announcements, Quality and Quantity of Information, and Stock Price Changes. *Journal of Financial Research*, 20(4), 483.
- Chen, Y.-S., Hsu, J., Huang, M.-T., e Yang, P.-S. (2013). Quality, Size, and Performance of Audit Firms. *International Journal of Business & Finance Research*, 7(5), 89–105.
- Chi, W., Huang, H., Liao, Y., e Xie, H. (2009). Mandatory Audit Partner Rotation, Audit Quality, and Market Perception: Evidence from Taiwan. *Contemporary Accounting Research*, 26(2), 359–391.
- Chung, J., Kim, H., Kim, W., e Yoo, Y. K. (2012). Effects of Disclosure Quality on Market Mispricing: Evidence from Derivative-Related Loss Announcements. *Journal of Business Finance & Accounting*, 39(7-8), 936–959.
- Cooper, M. J., Gulen, H., e Schill, M. J. (2008). Asset Growth and the Cross-Section of Stock Returns. *Journal of Finance*, 63(4), 1609–1651.
- Craswell, A. T., Francis, J. R., e Taylor, S. L. (1995). Auditor Brand Name Reputations and Industry Specializations. *Journal of Accounting and Economics*, 20(3), 297–322.
- Davis, L. R., Soo, B. S., e Trompeter, G. M. (2009). Auditor Tenure and the Ability to Meet or Beat Earnings Forecasts. *Contemporary Accounting Research*, 26(2), 517–548.
- DeAngelo, L. E. (1981). Auditor Size and Audit Quality. *Journal of Accounting & Economics*, 3(3), 183–199.
- DeFond, M. L., Raghunandan, K., e Subramanyam, K. R. (2002). Do Non-Audit Service Fees Impair Auditor Independence? Evidence from Going Concern Audit Opinions. *Journal of Accounting Research*, 40(4), 1247–1274.
- Elmahedi, H. F., e Hanefah, M. M. (2013). Overview of Surrogates to Measure Audit Quality. *International Journal of Business and Management*, 8(17),

- 84-91.
- Fama, E. F. (1970). Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. *The Journal of Finance*, 25(2), 383–417.
- Francis, J. R. (2004). What do we know about audit quality? *The British Accounting Review*, 36(4), 345–368.
- Frankel, R. M., Johnson, M. F., e Nelson, K. K. (2002). The Relation between Auditors' Fees for Nonaudit Services and Earnings Management. *Accounting Review*, 77(4), 71–105.
- Ghorbel, S. (2012). The Impact of Factors Related to the Audit of Financial Statements on Stock Returns: The Case of the Tunisian Market. *International Journal of Economics & Finance*, 4(4), 163–174.
- Giroux, G., e Jones, R. (2011). Measuring audit quality of local governments in England and Wales. *Research in Accounting Regulation*, 23(1), 60–66.
- Gray, P., e Johnson, J. (2011). The relationship between asset growth and the cross-section of stock returns. *Journal of Banking & Finance*, 35(3), 670–680.
- Gul, F. A., Fung, S. Y. K., e Jaggi, B. (2009). Earnings quality: Some evidence on the role of auditor tenure and auditors' industry expertise. *Journal of Accounting and Economics*, 47(3), 265–287.
- Hassink, H. F. D., Bollen, L. H., Meuwissen, R. H. G., e Vries, M. J. (2009). Corporate fraud and the audit expectations gap: A study among business managers. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 18(2), 85–100.
- Hausman, J. A. (1978). Specification Tests in Econometrics. *Econometrica*, 46(6), 1251–1271.
- Herrbach, O. (2001). Audit quality, auditor behaviour and the psychological contract. *European Accounting Review*, 10(4), 787–802.
- Hussainey, K. (2009). The impact of audit quality on earnings predictability. *Managerial Auditing Journal*, 24(4), 340–351.
- IAASB. (2014). A Framework for audit quality: Key Elements that create an environment for audit quality. Disponível em: www.ifac.org/sites/default/files/publications/files/
- ISA 200. Overall objectives of the independent auditor and the conduct of an audit in accordance with international standards on auditing. IAASB. Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements, 2015 Edition–Vol. I.
- ISA 220. Quality control for an audit of financial statements. IAASB. Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements, 2015 Edition–Vol. I.
- Kaplan, S. E., e Williams, D. D. (2013). Do Going Concern Audit Reports Protect Auditors from Litigation? A Simultaneous Equations Approach. *Accounting Review*, 88(1), 199–232.

- Kilgore, A. (2007). Corporate Governance Professional Regulation and Audit Quality. *Malaysian Accounting Review*, 6(1), 65–83.
- Knechel, W. R., Naiker, V., e Pacheco, G. (2007). Does Auditor Industry Specialization Matter? Evidence from Market Reaction to Auditor Switches. *Auditing*, 26(1), 19–45.
- Krishnan, J., e Schauer, P. C. (2001). Differences in quality among audit firms. *Journal of Accountancy*, 192(1), 85.
- Lau, S. T., Lee, C. T., e McNish, T. H. (2002). Stock returns and beta, firms size, E/P, CF/P, book-to-market, and sales growth: evidence from Singapore and Malaysia. *Journal of Multinational Financial Management*, 12(3), 207–222.
- Lawrence, A., Minutti-Meza, M., e Zhang, P. (2011). Can Big 4 versus Non-Big 4 Differences in Audit-Quality Proxies Be Attributed to Client Characteristics? *Accounting Review*, 86(1), 259–286.
- Lenard, M. J., e Yu, B. (2012). Do Earnings Management and Audit Quality Influence Over-Investment by Chinese Companies? *International Journal of Economics and Finance*, 4(2), 21–30.
- Lin, J. W., e Hwang, M. I. (2010). Audit Quality, Corporate Governance, and Earnings Management: A Meta-Analysis. *International Journal of Auditing*, 14(1), 57–77.
- Lu, T. (2006). Does Opinion Shopping Impair Auditor Independence and Audit Quality? *Journal of Accounting Research*, 44(3), 561–583.
- Moroney, R., e Carey, P. (2011). Industry-versus Task-Based Experience and Auditor Performance. *Auditing*, 30(2), 1–18.
- Naslmosavi, S., Sofian, S., e Saat, M. B. M. (2013). The effect of audit firm size on independent auditor's opinion: Conceptual framework. *Asian Social Science*, 9(9), 243–248.
- Okaro, S. C., e Okafor, G. O. (2014). Joint Provision of Audit and Non-Audit Services in Nigeria: An Empirical Study. *IUP Journal of Accounting Research & Audit Practices*, 13(1), 30–45.
- Okolie, A. O., Izedonmi, F. I. O. (2014). The Impact of Audit Quality on the Share Prices of Quoted Companies in Nigeria. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(8), 150–166.
- Quick, R., e Warming-Rasmussen, B. (2005). The impact of MAS on perceived auditor independence-some evidence from Denmark. *Accounting Forum*, 29(2), 137–168.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., e Jordan, B. D. (2003). *Fundamentals of Corporate Finance* (6th Editio.). USA: The McGraw–Hill Companies, Inc.
- Sadka, G., e Sadka, R. (2009). Predictability and the earnings–returns relation. *Journal of Financial Economics*, 94(1), 87–106.
- Schleicher, T., Hussainey, K., e Walker, M. (2007). Loss firms' annual report narratives and share price anticipation of earnings. *The British Accounting*

- Review*, 39(2), 153–171.
- Seng, D., e Hancock, J. R. (2012). Fundamental analysis and the prediction of earnings. *International Journal of Business and Management*, 7(3), 32–46.
- Slack, R., Shrives, P., Hussainey, K., e Mouselli, S. (2010). Disclosure quality and stock returns in the UK. *Journal of Applied Accounting Research*, 11(2), 154–174.
- Sun, J., e Liu, G. (2011). Client-specific litigation risk and audit quality differentiation. *Managerial Auditing Journal*, 26(4), 300–316.
- Teoh, S. H., e Wong, T. J. (1993). Perceived auditor quality and the earnings response coefficient. *The Accounting Review*, 68(2), 346–366.
- Ussahawanitchakit, P. (2011). Disclosure Quality, Corporate Citizenship and Corporate Image: Evidence from Thai Listed Firms. *International Journal of Business Research*, 11(4), 1–8.
- Wang, C. C., Kung, F. H., e Lin, K. H. (2014). Does audit firm Size Contribute to audit quality? Evidence from two emerging markets. *Corporate Ownership and Control*, 11(2 A), 96–107.
- Wang, S. W. (Stacey), e Hay, D. (2013). Auditor Independence in New Zealand: Further Evidence on The Role on Non-Audit Services. *Accounting & Management Information Systems / Contabilitate Si Informatica de Gestiuine*, 12(2), 235–262.
- Watkins, A. L., Hillison, W., e Morecroft, S. E. (2004). Audit Quality: A Synthesis of Theory and Empirical Evidence. *Journal of Accounting Literature*, 23, 153–193.
- Wilcox, W., Berry, K., O'Bryan, D., e Quirin, J. J. (2010). The Relevance Of Discretionary Disclosures: Predictive Value Versus Feedback Value. *Journal of Business & Economics Research*, 8(3), 1–12.
- Willekens, M., e Simunic, D. A. (2007). Precision in auditing standards: effects on auditor and director liability and the supply and demand for audit services. *Accounting & Business Research (Wolters Kluwer UK)*, 37(3), 217–232.
- Windmüller, R. (2000). The auditor market and auditor independence. *European Accounting Review*, 9(4), 639–642.
- Wines, G. (1994). Auditor independence, audit qualifications and the provision of non-audit services: a note. *Accounting and Finance*, 34(1), 75–86.
- Wooldridge, J. M. (2003). Cluster-sample methods in applied econometrics. *The American Economic Review*, 93(2), 133–138.
- Wooten, T. C., e Colson, R. H. (2003). Research about audit quality. *CPA Journal*, 73(1), 48–51.
- Yao, T., Yu, T., Zhang, T., e Chen, S. (2011). Asset growth and stock returns: Evidence from Asian financial markets. *Pacific-Basin Finance Journal*, 19(1), 115–139.

