

Subject: esclarecimentos em relação ao CP: 2760/2009

Exmos srs,

No âmbito do concurso 2760/2009 gostaríamos de ter os seguintes esclarecimentos:

1. Erro amostral solicitado no ponto 3.2 é referente à globalidade do estudo, ou a cada um dos segmentos regionais e de classes sociais, etc?

2. Como definem a estrato social? É que não há uma definição unanime destes critérios. (Se a escolha de classe social não for oficial e pública a distribuição por classe social deve ser definida pela anacom ao nível regional)

A título exemplificativo temos:

ESOMAR (principal associação mundial de analistas/researchers de mercado):

a1: Socio-Economic Groups (aka Social Grades or Social Class)

A method of dividing a population of interest into groups usually based on income and occupation of the head of household, although other variables can also be used. The ESOMAR social grades (A, B, C1, C2, D, E1, E2 & E3) are based on the terminal education age and occupation of the main income earner.

<http://www.esomar.org/index.php/glossary-s.html>

a2: Nivel economico (Esomar e eurobarometro)

Socio-Economic Groups - "Economic Status": [classification] through household ownership of selected durables, proved to be even more innovative. It consists not of recording a level of income, nor in the estimation of disposable income, but in assessing a standard of living by studying the level of equipment of the households where the interview took place. It definitely looks very sensible; advertisers should actually be much more interested by the kind of money people spend than by the kind of money they make!

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_055_en.pdf

Em ambos os casos estas definições foram feitas em colaboração com o eurobarômetro.

b: Penguin dictionary of marketing (uma publicação de referência)

Social group: a number of individuals who share specific characteristics and who are bound to a unified group through shared expectations and obligations.

The Penguin Dictionary of Marketing by Phil Harris

c: INE: Grupo socio-económico

Trata-se de uma variável estabelecida através de vários indicadores socio-económicos que procura reflectir o universo da actividade económica, visto sob o ângulo da inserção profissional dos indivíduos. Estão presentes as seguintes variáveis primárias: profissão, situação na profissão e número de trabalhadores da empresa onde trabalha.

in Census 2001 - Antecedentes, Metodologia e Conceitos - INE

Como se pode ver, cada organização estima as classes sociais - usando muitas vezes um sistema de "A" a "E" (excepção feita ao INE). As principais agências e institutos nacionais do sector usam um misto dos critérios acima descritos de acordo com os objetivos do estudo. Para estudos genéricos como o apresentado, o mais vulgar é usar a formulação da ESOMAR (a1) ou classes de rendimento puras (por exemplo escalões de IRS).

3. Qual a distribuição do universo dos professores de acordo com os critérios amostrais salientados, nomeadamente, faixa etária, nível educativo, área NUTS II e estrato social.

4. Nos pontos 2.6 e 2.7 os atributos do serviço são questionados autonomamente fazendo com que esta diferença entre expectativas e percepções não seja bem explorada. (A satisfação é nada mais a diferença entre as expectativas e a satisfação.) A apresentação destes objetivos tais como está fará com que:

- a. haja uma sobrevalorização dos custos (preço) e de aspectos menos positivos
- b. haja uma subvalorização dos aspectos mais positivos

A solução obriga a um questionário de *trade-off*. Quem fará o questionário? A Anacom ou o fornecedor? Quem fará a análise, já que se o questionário exigir metodologias de *trade-off* a análise exige mais do que estatística descritiva.

5. Como se define o que dados são "relevantes" para a georefenciação?

PricewaterhouseCoopers (pwc.com/pt)
Palácio Sottomayor
Rua Sousa Martins, 1-2º
1069-316 Lisboa
Fixed: +351 213 599 355
Mobile: +351 918 440 238
Fax: +351 213 599 996

Advisory Services | Performance Improvement
filipe.charters.azevedo@pt.pwc.com