

# iscte

INSTITUTO  
UNIVERSITÁRIO  
DE LISBOA

---

*Popular Reporting:*

**Propostas e Desafios para os Municípios**

Henrique Nunes Bota

Mestrado em Contabilidade

Orientador:

Prof. Doutor Raul Manuel Silva Laureano, Prof. Auxiliar, Iscte Business School, Departamento de Métodos Quantitativos para Gestão e Economia

Outubro, 2020



**BUSINESS  
SCHOOL**

---

Departamento de Contabilidade

*Popular Reporting:*

**Propostas e Desafios para os Municípios**

Henrique Nunes Bota

Mestrado em Contabilidade

Orientador:

Prof. Doutor Raul Manuel Silva Laureano, Prof. Auxiliar, Iscte Business School, Departamento de Métodos Quantitativos para Gestão e Economia

Outubro, 2020

## AGRADECIMENTOS

O percurso que agora alcança o seu fim, ficará na minha memória como uma experiência ímpar de empenho, esforço, dedicação, entrega, insistência e fé, jamais desistindo do objetivo traçado.

Ao longo do mesmo, tentei aplicar da melhor forma possível o que sabia sobre este assunto. Se o consegui não sei, pois não serei seguramente o melhor juiz para o determinar. O que sei e disso tenho a certeza, é que o caminho que foi percorrido ao longo deste último ano, só foi possível porque sempre encontrei o maior espírito de cooperação, assim como a abertura suficiente e necessária para os terrenos ousados e exigentes que enfrentei.

Sempre me disseram que o conhecimento obtido através do ensino e da pesquisa, é o recurso mais valioso, sendo que o mesmo, para cumprir a sua verdadeira missão, tem de ser criativo e inovador, liberto da rotina que prende e amolece. Como os Portugueses do Renascimento, devemos percorrer caminhos ainda não trilhados e aprofundar o conhecimento da nossa própria realidade.

A realização desta investigação contou com imprescindíveis apoios e incentivos, sem os quais não se teria tornado realidade e aos quais sou eternamente grato.

Destarte e em primeiro lugar quero agradecer ao Iscte-Instituto Universitário de Lisboa, a Universidade que me tirou do Algarve e que me acolheu durante cinco anos. A Universidade que me ensinou tanto e que a ela estarei eternamente grato. A Universidade que me deu ferramentas para o meu Futuro, que me ensinou a ultrapassar desafios, incertezas e percalços, tendo como objetivo a persistência, a qual é o melhor caminho para o êxito.

Agradeço ao meu Orientador, Professor Doutor Raul Manuel Silva Laureano, por ter aceite o pedido de orientar esta investigação. Muito Obrigado pela orientação e paciência, pela disponibilidade e pelo apoio constante, mas acima de tudo pelo saber que transmitiu, pelas críticas e sugestões, pela confiança, pelo profissionalismo e total colaboração no solucionar de dúvidas e problemas que foram surgindo ao longo da investigação. Estou seguro de que, com tudo isso, o resultado da mesma melhorou significativamente. Na

verdade, com uma orientação exemplar, pautada por um elevado e rigoroso nível científico, influenciou e inspirou aquilo a que eu estava motivado a conseguir!

À minha Querida Avó, Maria, por toda a preocupação e por me acompanhar ao longo da minha vida. É uma sénior de 83 anos, todavia, uma jovem de espírito.

À Emine Karameshinova pela ajuda e apoio permanente, mas em particular pela força que me deu desde o início desta investigação.

Aos meus Amigos mais próximos, que não menciono o nome, mas que sabem quem são, um Obrigado por compreenderem a minha ausência.

À Câmara Municipal de Lagos que me acolheu, em 2018, durante um mês para a realização de um estágio curricular, na Unidade Técnico-Financeira e que em 2019/2020 estive sempre presente em todo o processo de desenvolvimento desta investigação. Estou extremamente agradecido ao Presidente da Câmara, Dr. Hugo Pereira, à Coordenadora Principal da Unidade Técnico-Financeira, Dr<sup>a</sup>. Maria Fernanda Gaspar, assim como aos Técnicos Superiores daquela Unidade, Dr<sup>a</sup>. Sandra Fonseca (que me honrou com o seu apoio, confiança e disponibilidade), Dr<sup>a</sup>. Dionilde Martins e Dr. André Gândara.

Por último e o mais especial de todos, um agradecimento enorme aos meus Pais e Irmão, por me ajudarem a tornar este sonho realidade, pelas palavras de força e apoio, mas mais importante ainda, por acreditarem sempre em mim e estarem ao meu lado ao longo desta caminhada.

É graças a todos os referidos que hoje posso celebrar este marco, a apresentação desta investigação.

Muito Obrigado e Bem-Hajam

## RESUMO

Disponibilizar à população informação financeira e não financeira, de forma clara e objetiva, sobre a atuação governativa nos diversos níveis, tem vindo a ser objeto de algumas interrogações, ainda não ultrapassadas, uma vez que a maior parte dos relatórios produzidos e publicados tendem a conter informação de difícil compreensão e interpretação por uma grande parte dos cidadãos.

Entender como, de acordo com as necessidades dos cidadãos, deve ser efetuada a apresentação da informação, pode indicar, de forma dinâmica, novas perspetivas de divulgação dessa informação, de modo a cativar o interesse dos mesmos, assim como a potencializar a evolução dos relatórios a realizar.

Nessa senda, é constatado nesta investigação que o *Popular Reporting* (PR) é um instrumento de gestão criado para o perfil do cidadão comum, um relatório de dimensão pequena e com linguagem acessível. Para o efeito, é desenvolvido um PR para os Municípios portugueses, em três formatos diferentes (PDF, *website* e *dashboard*).

Em face das avaliações obtidas, em termos de indicadores por parte dos Municípios da Região do Algarve e dos diversos formatos por parte da população, é dado a comprovar a importância e o reconhecimento que esta última tem por este novo tipo de relatório, o que pode significar um envolvimento mais ativo da mesma nas questões públicas.

Por sua vez, o formato em *dashboard* pode melhorar a forma como a informação é apresentada e percebida, revelando a população um maior interesse em ferramentas de *report online*, devido ao desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TIC).

Palavras-chave: *Popular Reporting*, tomada de decisão, *accountability*, transparência, *dashboard*, TIC.



## **ABSTRACT**

Providing the population with financial and non-financial information, in a clear and objective way, on government action at different levels, has been the subject of several questions, not yet overcome, since most of the reports developed and published tend to contain information difficult to understand and interpret by a large part of citizens.

Understanding how, according to citizens' needs, the presentation of information should be carried out, can dynamically indicate new perspectives for the dissemination of that information, in order to captivate their interest, as well as to enhance the evolution of reports to be carried out.

Along this path, it is noted in this dissertation that Popular Reporting (PR) is a management tool created for the profile of ordinary citizens, a small-scale report with accessible language. For this purpose, a PR is developed for Portuguese Municipalities in three different formats (PDF, website and dashboard).

Regarding the evaluations that were obtained, in terms of indicators by the Municipalities of the Algarve region and the different formats by the population, it is given to prove the importance and recognition that the latter has for this new type of report, which can mean more active involvement in public affairs.

Lastly, the dashboard format can improve the way information is presented and perceived, revealing to the population a greater interest in online reporting tools, due to the development of information and communication technologies (ICT).

Key-words: Popular Reporting, decision making, accountability, transparency, dashboard, ICT.





## **ACRÓNIMOS, SIGLAS E ABREVIATURAS**

AGA: Association Governmental Accountants

AP: Administração Pública

BI: Business Intelligence

CAFR: Comprehensive Annual Financial Report

CCR: Citizen-centric Reporting

CIOs: Chief Information Officers

DSR: Design Science Research

EISs: Executive Information Systems

EUA: Estados Unidos da América

GASB: Governmental Accounting Standards Board

GFOA: Government Financial Officers Associations

ICMA: International City Managers Association

PAFR: Popular Annual Financial Report

PFR: Popular Financial Report (Relatório Financeiro Popular)

PR: Popular Reporting (Relatório Popular)

SEA: Service Effort and Accomplishment

TIC: Tecnologias de informação e comunicação



# ÍNDICE

AGRADECIMENTOS.....	i
RESUMO .....	iii
ABSTRACT .....	v
ACRÓNIMOS, SIGLAS E ABREVIATURAS .....	vii
ÍNDICE.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xi
ÍNDICE DE TABELAS .....	xi
1 INTRODUÇÃO .....	1
1.1 Tema.....	1
1.2 Problemática da Investigação .....	3
1.3 Objetivos e questão de investigação.....	3
1.4 Estrutura.....	4
2 REVISÃO DA LITERATURA .....	5
2.1 Relatório Municipal: O Início.....	7
2.2 <i>Popular Reporting</i> .....	13
2.2.1 Objetivos de Transparência e <i>Accountability</i> .....	16
2.2.2 Conteúdo.....	19
2.2.3 Formato.....	20
2.3 <i>Dashboard</i> : História e Conceito .....	22
2.3.1 Requisitos para a Elaboração de um <i>Dashboard</i> .....	25
2.3.2 Objetivos da Utilização de um <i>Dashboard</i> .....	27
2.3.3 Tipos de Dashboard.....	28
3 HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO E METODOLOGIA .....	31
3.1 Posicionamento da investigação.....	31
3.2 Estudo Qualitativo.....	33
3.2.1 Preparação das Entrevistas .....	33
3.2.1.2 Processo de recolha de dados e amostra.....	35
3.3 Criação do PR .....	36
3.3.1 Preparação do PR no formato <i>dashboard</i> .....	36
3.3.2 Preparação do PR nos formatos <i>website</i> e PDF .....	38
3.4 Estudo Quantitativo .....	38
3.4.1 Processo de recolha de dados e amostra.....	38
3.4.2 Técnicas de análise dos dados recolhidos.....	40

4	RESULTADOS E DISCUSSÃO .....	41
4.1	Identificar os indicadores a incluir no PR .....	41
4.2	Identificação da periodicidade do PR.....	43
4.3	Apresentação do PR .....	44
4.3.1	No formato <i>dashboard</i> .....	44
4.3.2	No formato PDF.....	46
4.3.3	No formato <i>website</i> .....	51
4.4	Avaliar a satisfação dos cidadãos com o PR implementado nos três formatos.....	57
4.4.1	Caracterização da amostra.....	57
4.4.2	Avaliação dos três formatos de PR.....	60
4.4.3	Recomendação de formato e sua periodicidade .....	66
5	CONCLUSÃO .....	69
5.1	Resumo da investigação.....	69
5.2	Contributos para o conhecimento científico e para os profissionais.....	71
5.3	Limitações .....	72
5.4	Pistas futuras de Investigação.....	73
6	REFERÊNCIAS.....	75
7	ANEXOS .....	81
7.1	Anexo A .....	81
7.2	Anexo B .....	83
7.3	Anexo C.....	84

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: PR em <i>dashbord</i> (Receita e Despesa).....	44
Figura 2: PR em <i>dashbord</i> (Agenda Cultural) .....	45
Figura 3: PR em <i>dashbord</i> (Investimentos) .....	45
Figura 4: PR em PDF (capa) .....	47
Figura 5: PR em PDF (Receitas) .....	48
Figura 6: PR em PDF (Despesas).....	49
Figura 7: PR em PDF (Agenda Cultural) .....	50
Figura 8: PR em PDF (Investimentos) .....	51
Figura 9: PR em <i>website</i> (Capa).....	52
Figura 10: PR em <i>website</i> (Receita) (1) .....	53
Figura 11: PR em <i>website</i> (Receita) (2) .....	53
Figura 12: PR em <i>website</i> (Despesa) (1).....	54
Figura 13: PR em <i>website</i> (Despesa) (2).....	54
Figura 14: PR em <i>website</i> (Agenda Cultural) (1) .....	55
Figura 15: PR em <i>website</i> (Agenda Cultural) (2) .....	55
Figura 16: PR em <i>website</i> (Investimentos) (1) .....	56
Figura 17: PR em <i>website</i> (Investimentos) (2) .....	56
Figura 18: PR em <i>website</i> (Investimentos) (3) .....	57

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Tipos de dashboard .....	30
Tabela 2: Identificação dos indicadores.....	34
Tabela 3: População e amostra por área geográfica.....	35
Tabela 4: Importância dos indicadores .....	42
Tabela 5: Periodicidade do <i>Popular Reporting</i> .....	43
Tabela 6: Caracterização sócio demográfica dos inquiridos .....	59
Tabela 7: Distribuição da concordância com a integridade da informação para cada formato .	60
Tabela 8: Distribuição da concordância com a clareza da informação para cada formato .....	61
Tabela 9: Distribuição da concordância com a aparência visual para cada formato.....	61
Tabela 10: Distribuição da concordância com a facilidade de navegação para cada formato ...	62
Tabela 11: Distribuição da concordância com o nível de usabilidade para cada formato.....	63
Tabela 12: Distribuição da concordância com a satisfação geral para cada formato.....	64
Tabela 13: Distribuição da concordância com a percepção do cidadão quanto à imagem da autarquia para cada formato .....	64
Tabela 14: Distribuição da concordância com a percepção do cidadão quanto à lealdade para cada formato .....	65
Tabela 15: Conclusões do método quantitativo .....	66
Tabela 16: Distribuição da preferência de formato por sexo .....	67
Tabela 17: Distribuição da periodicidade por sexo .....	68



# 1 INTRODUÇÃO

Neste primeiro capítulo é expressa a temática desta dissertação e a importância da respectiva aplicação na contemporaneidade, assim como também a problemática da investigação, o objetivo principal do estudo levado a cabo, as questões de investigação colocadas e os objetivos específicos que lhe estão inerentes e imprescindíveis prosseguir. Por último é apresentada a estrutura da dissertação.

## 1.1 Tema

A comunicação é comum a todos nós e a qualquer tipo de instituição, ajustando-se em função das circunstâncias. Cada vez mais, a comunicação ganha grande importância nos Municípios, pois a mesma é vista como uma forma de gestão para alcançar objetivos.

Aquela comunicação que é efetuada atualmente pelos Municípios à respectiva população, tem como objetivo transmitir, de forma organizada e frequente, informação acerca das operações que são realizadas em sede dos mesmos, com o intuito de promover tanto a transparência, que é o acesso à informação pertinente e de confiança, como também a responsabilidade, ou seja, a obrigatoriedade dos Municípios tornarem público o trabalho que realizam.

Contudo, essa mesma comunicação tem-se revelado insuficiente e com algumas inexatidões, sendo que é verificável, por um lado, um *gap* entre a informação que os Municípios publicam nos seus relatórios e a informação que a população deseja saber (Jordan *et al.*, 2016) e por outro lado, a incapacidade dos relatórios tradicionais satisfazerem as necessidades dos cidadãos não familiarizados com a informação financeira (Biondi e Bracci, 2018), assim como a dispersão da informação por inúmeros relatórios.

Na verdade, a população só poderá ter uma participação democrática ativa se tiver os elementos necessários para a construção de uma opinião fundamentada e consistente, não esquecendo que o poder local, de que faz parte os Municípios, foca-se na proximidade com a população e no alcance das aptidões. Os Municípios são, pois, a ponte para as dinâmicas locais.

Constata-se, todavia, uma falta de transparência e de responsabilidade por parte das organizações do setor público (Barbera *et al.*, 2016), provocando um baixo nível na confiança dos cidadãos e uma falta de compromisso no envolvimento democrático (Yusuf *et al.*, 2013).

Destarte e considerando que a comunicação ocupa um lugar cimeiro nas organizações, em geral, e nos Municípios, em particular, entende-se que o Popular Reporting (PR) será um instrumento de transparência e responsabilidade.

O PR consubstancia-se num relatório financeiro e/ou não financeiro, breve e com um vocabulário de fácil interpretação, adequado ao cidadão comum, não exigindo deste conhecimentos técnicos acerca de economia, finanças ou contabilidade, para entender e interpretar a informação que ali se encontra.

Nessa senda, julga-se que será fulcral para os Municípios portugueses adotarem o PR, tendo como objetivo aumentarem o respetivo nível de transparência e responsabilidade (Barbera *et al.*, 2016; Biondi e Bracci, 2018; Montesinos e Brusca, 2019), manterem a confiança dos cidadãos e produzirem um maior nível de compromisso por parte destes na tomada de decisões (Yusuf *et al.*, 2013).

Visto que ainda não existe um formato definido para a produção do PR, é importante ir ao encontro das tendências atuais de comunicação, ou seja, adotar um formato mais tecnológico, mais interativo, com menos texto, mais gráficos, imagens e tabelas, uma vez que as TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação) vieram abrir novas possibilidades de comunicação *online*, o que permite aos cidadãos estarem mais envolvidos na tomada de decisões de carácter democrático e na gestão pública (Wijnhoven *et al.*, 2015).

Dizer ainda que a valorização da comunicação nas sociedades contemporâneas é imprescindível, tendo como objetivo as organizações obterem uma imagem mais positiva, pelo que se julga que o PR será estrategicamente um processo de comunicação que ampliará a visibilidade dos Municípios, fortalecendo a confiança e a relação entre os mesmos e o respetivo público alvo.



Por fim, acrescentar que foi muito interessante e cativante realizar este estudo e analisar, ainda que modestamente, um tema pouquíssimo desenvolvido, quer a nível nacional, quer a nível internacional, obtendo as conclusões expressas a final, que poderão constituir uma ponte de partida para futuras investigações sobre a área.

## **1.2 Problemática da Investigação**

A nível internacional é verificado que, cada vez mais, existe uma maior falta de interesse nos relatórios de prestação de contas e outras informações por parte dos cidadãos, uma vez que os relatórios tradicionais são demasiado complexos (Biondi e Bracci, 2018).

De facto, constata-se uma falta de transparência e de responsabilidade (*accountability*) por parte das organizações do setor público (Barbera *et al.*, 2016), provocando um baixo nível na confiança dos cidadãos e uma falta de compromisso no envolvimento democrático (Yusuf *et al.*, 2013)

Em Portugal não existe a prática de elaborar e publicar relatórios “amigáveis/populares”, ao contrário de outros países, como são os casos dos Estados Unidos da América (EUA), Canadá, Austrália e Itália (Biondi e Bracci, 2018). A importância destes relatórios é bastante acentuada no setor público e, em particular, nos Municípios, pois são estes que estão mais próximos do cidadão e mais influenciam as suas condições de vida (mobilidade, educação, lazer, etc.) (Carvalho *et al.*, 2017). Deste modo, torna-se fulcral para o Poder (Central, Local e Regional) estreitar a sua relação com os cidadãos, sendo o PR umas das ferramentas para atingir este fim (Montesinos e Brusca, 2019).

## **1.3 Objetivos e questão de investigação**

A presente investigação tem como objetivo principal desenvolver um *Popular Reporting* (PR) para os Municípios portugueses, sendo que este instrumento é um mecanismo de responsabilidade (*accountability*), tendo por objetivo ajudar indivíduos não especialistas, na área contabilística, a entender os relatórios financeiros (Biondi e Bracci, 2018).

Para atingir tal objetivo, esta investigação visa responder à seguinte questão:

**Questão 1.** Como implementar o PR nos Municípios portugueses?

Para responder a esta questão são definidos os seguintes objetivos específicos:

**Objetivo específico 1.** Identificar os tipos de informação (financeira e não financeira) que os Municípios desejam publicar;

**Objetivo específico 2.** Identificar a característica do PR a desenvolver em termos de periodicidade;

**Objetivo específico 3.** Criar o PR em três formatos (PDF, *Website e Dashboard*);

**Objetivo específico 4.** Avaliar a satisfação dos cidadãos com o PR implementado nos três formatos.

## 1.4 Estrutura

Esta investigação encontra-se dividida em cinco capítulos, incluindo a introdução que foi expressa anteriormente.

No segundo capítulo é apresentado um dos pontos principais desta investigação, a Revisão da Literatura. A mesma é composta por quatro partes. Na primeira parte são apresentados os problemas atuais verificados na divulgação dos relatórios tradicionais, terminando esta com uma breve descrição do que é o *Popular Reporting* (PR). A segunda parte foca-se no conceito e evolução ocorridos desde o Relatório Municipal até ao PR. Na terceira parte são mencionados os objetivos para o qual o PR foi criado, alguns formatos do mesmo, assim como a respetiva informação. Na última parte é apresentado um formato de divulgação até hoje nunca utilizado em relatórios municipais, o *dashboard*, explicitando-se os objetivos de utilização, os requisitos e as etapas para a sua elaboração, assim como os tipos de *dashboard* atualmente existentes.

No terceiro capítulo é apresentado o estudo empírico, explicando-se as hipóteses de investigação e as metodologias utilizadas para a prossecução do objetivo principal desta investigação. Para além disso, são ainda expostos os métodos de recolha de dados, as amostras e as técnicas de análise dos dados recolhidos.

No quarto capítulo são apresentados os resultados e respetiva discussão, explicando-se o que resultou das análises efetuadas e comparando-se com investigações já prosseguidas anteriormente.

Por último, no quinto capítulo, é apresentada a conclusão, a qual inclui as limitações encontradas e os contributos alcançados por via deste estudo, assim como indicações para eventuais investigações, sempre profícuas para o desenvolvimento científico da temática.

## **2 REVISÃO DA LITERATURA**

A literatura sobre o *Popular Reporting* (PR) ainda é escassa e por essa razão, aquela ora apresentada nesta investigação, focar-se-á no conceito e evolução ocorridos desde o Relatório Municipal até ao PR, nos objetivos para o qual este último foi criado, no formato e na informação que contém, assim como na influência e importância que a tecnologia tem na respetiva divulgação.

A responsabilidade pública é atualmente debatida, tanto em discursos políticos como académicos, tendo sido, também, estimulada por novas reformas na gestão pública, que visam tornar as organizações mais transparentes e responsáveis (*accountability*). Mais recentemente, as políticas de austeridade vieram pressionar as organizações do setor público a reinventar a maneira como exibem as informações aos cidadãos, tanto financeiras, como não financeiras, tal como referem Biondi e Bracci (2018).

Estes autores afirmam, ainda, que, apesar das diversas tentativas de harmonizar e melhorar a contabilidade do setor público, os relatórios tradicionais vieram demonstrar que não eram considerados capazes de atender e satisfazer as necessidades dos cidadãos, não familiarizados com informação financeira. Adicionalmente, o estudo de Barbera *et al.* (2016) confirmou o interesse dos governos em fornecer informações aos cidadãos como uma ferramenta para restabelecer a confiança, bem como um meio para envolver ativamente os cidadãos no processo de decisão.

Contudo, para o sucesso destas iniciativas é necessário primeiramente a aceitação das partes interessadas (Barbera *et al.*, 2016). Destarte, um movimento, que teve a sua origem nos Estados Unidos da América (EUA) e no Canadá, evoluiu no fim do século XX, com o objetivo de preparar e publicar relatórios que abordem especialmente o perfil dos cidadãos (Biondi e Bracci, 2018). Nesta senda, profissionais e académicos recomendaram, estudaram e discutiram novos tipos de relatórios, surgindo assim o *Popular Reporting* (Barbera *et al.*, 2016; Biondi e Bracci, 2018).

Para Lewis e Hildreth (2011), não bastava que os relatórios fossem escritos, era imprescindível que as pessoas conseguissem ser capazes de lê-los e entendê-los para que a democracia tivesse significado e pudesse funcionar como sempre foi desejada.

O PR ou *Popular Financial Reporting* (PFR) refere-se à preparação de um documento breve e de fácil leitura por parte dos cidadãos (Lee, 2006). Adicionalmente, está à disposição de outros grupos de pessoas, como por exemplo, dos políticos, dos funcionários do setor público, dos *media*, dos grupos comunitários que demonstram interesse na dinâmica das práticas governamentais, etc. (Yusuf *et al.*, 2013).

Este relatório baseia-se na maturidade do cidadão para traduzir e codificar as diferentes informações financeiras fornecidas pelos Municípios, sendo que a utilidade do mesmo é expor, por via de um resumo de informações financeiras e não financeiras, assim como através de idioma acessível e compreensível para todos, dados sobre as atividades resultantes das práticas dos Municípios (Biancone *et al.*, 2016).

O PR também contribui para o desenvolvimento de cidadãos informados que desejam e são capazes de fornecer *inputs* acerca de questões políticas atuais e emergentes, pois, a partir de cidadãos mais informados, os eleitos, tanto a nível central, como regional e local, podem ter um diálogo mais eficaz com aqueles sobre questões políticas iminentes (Yusuf *et al.*, 2013).

Informar os cidadãos sobre questões orçamentais e financeiras requer transparência nas finanças do governo e acessibilidade às respectivas informações. Assim, Normanton (1971) afirmou que a prestação de contas públicas (*accountability*) significa relatar a outras pessoas, sendo que estas têm o poder de fazer críticas abertas, pelo que a transparência das informações é necessária para a participação pública.

A participação do cidadão é uma maneira de persuadir o mesmo a apoiar uma política específica, legitimar decisões políticas, criar confiança do público, assim como criar alianças com cidadãos e grupos de interesse, que podem ajudar a resolver problemas da comunidade (Lewis e Hildreth, 2011), sendo que uma participação pública bem-sucedida resulta em benefícios, onde estão incluídos uma tomada de decisão pública aperfeiçoada e um público mais satisfeito (Thomas, 1995).

O envolvimento dos cidadãos no processo de tomada de decisões orçamentais e financeiras pode melhorar a democracia e contribuir para um governo mais eficaz e responsável. Por tal facto, Franklin e Ebdon (2007) apontaram três razões para envolver os cidadãos no processo orçamental: a) ajudar as pessoas a entender como os recursos públicos são alocados e gastos; b) dar liberdade aos cidadãos para expressarem as suas opiniões e preferências; c) aumentar a capacidade dos cidadãos de avaliar como os funcionários agem em prol do interesse público.

Contudo, esse público pode não ter conhecimento dos requisitos e procedimentos formais de contabilidade e de relatórios financeiros governamentais, pelo que o principal objetivo do PR ou PFR é ajudar esse mesmo público a entender as atividades financeiras do governo (Clay 2008). Os relatórios podem ter diversas formas, como sejam, relatórios financeiros anuais populares (PAFR), guia do cidadão para o orçamento, relatórios do estado do governo e relatórios de esforços e realizações de serviços (Yusuf *et al.*, 2013).

Em suma, o PR tem como objetivo fulcral aumentar o nível de transparência e *accountability* das organizações do setor público (Barbera *et al.*, 2016; Biondi e Bracci, 2018; Montesinos e Brusca, 2019), manter a confiança dos cidadãos e produzir um maior nível de compromisso por parte dos mesmos na tomada de decisões das organizações públicas (Yusuf *et al.*, 2013).

## **2.1 Relatório Municipal: O Início**

Os Municípios envolvem-se diariamente na comunicação com a população por diversos motivos, sendo um deles a busca pelo aumento da utilização dos seus serviços, criando desta forma um tipo de *marketing*, com o intuito de informar a população sobre a disponibilidade dos mesmos. Para além deste motivo, existem outros como, por exemplo, as campanhas de serviço público projetadas para modificar o comportamento em massa e a divulgação de leis e regulamentos de forma a maximizar a conformidade pública.

Contudo, além destes programas de comunicação que contribuem para a eficácia das operações, os Municípios também têm a obrigação de realizar outro tipo de esforço diferente de todos os outros, um esforço que objetive o aumento da democracia, que alavanque a informação e que, por essa razão, mantenha a população informada, tendo assim surgido o relatório público ou relatório municipal (Lee, 2006).

Os relatórios públicos são exclusivos do setor público e não existem, como tal, nos setores de negócios sem fins lucrativos. Embora algumas empresas do setor privado e sem fins lucrativos participem em atividades de comunicação externa comparáveis aos relatórios públicos, esses esforços são voluntários e orientados pela boa vontade e não um requisito obrigatório (Lee, 2006).

O relatório público funciona como a atividade de gestão destinada a transmitir, de forma sistemática e regular, determinadas informações à população sobre o funcionamento do governo, como por exemplo, o destino do dinheiro dos contribuintes, a fim de garantir que a mesma esteja informada num ambiente democrático. O mesmo relatório deve ser disponibilizado em diversos formatos de comunicação e conter uma especial atenção ao vocabulário, mormente compreensível para todo o tipo de cidadão, o dito cidadão comum (Biondi e Bracci, 2018; Yusuf *et al.*, 2013; Lee, 2006)

Os relatórios que são geralmente densos e com informações financeiras de difícil interpretação, como por exemplo, as demonstrações financeiras, destinam-se a profissionais na área financeira/contabilística, isto é, um público alvo definido e por consequência desaconselhável para qualquer cidadão (Yusuf *et al.*, 2013).

No entanto, surgiram dois aspetos nas declarações do GASB 34 que estavam mais relacionadas com o conceito de relatório público municipal. O primeiro era que, todos os relatórios deveriam incluir uma secção intitulada de “Discussão e análise de gestão”, contendo informações sobre as atividades dos Municípios e relacionadas com os relatórios públicos. O segundo, era que o GASB estava a unir esforços para garantir que as informações contidas nas demonstrações financeiras deveriam ser apresentadas sob formato/linguagem compreensível para a população (Lee, 2006).

Os primeiros textos redigidos sobre a Administração Pública (AP) surgiram entre 1880 e 1925. Foi também por essa ocasião que os teóricos enfatizaram a necessidade dos Municípios reportarem ao público o conjunto de atividades que estavam a ser desenvolvidas. Os mesmos afirmavam que a democracia não se baseava apenas através do desenvolvimento de relatórios dirigidos ao concelho e a outros funcionários, mas também através de relatórios direcionados para a população, de maneira a que, nas eleições, os cidadãos conseguissem formular uma opinião própria e assim tomar a decisão mais acertada (Lee, 2006).

Por essa razão, Wilson (1887) procurou uma forma de interligar o compromisso tradicional da América com a vontade popular e a opinião pública, com a necessidade de uma AP moderna e profissional: “*The problem is to make public opinion efficient without suffering it to be meddlesome... Let administrative study find the best means for giving public criticism this control and for shutting it out from all other interference.*” (Wilson, 1887:215)

Ele observou que o elemento chave da boa gestão governamental vinha da separação entre a AP e a opinião pública. Duas épocas mais tarde, Munro (1916) afirmou que a maior acusação que se podia fazer contra o sistema municipal americano era o insucesso em aumentar o interesse da população e instruir a mesma em assuntos de interesse público.

Foi a partir desse ponto que os primeiros teóricos da AP começaram a desenvolver formas de conquistar uma população mais informada. Entre 1908 e 1911, em Nova York, foi testado a exibição de informações orçamentais que explicavam escolhas e decisões que tinham sido tomadas para o orçamento do ano seguinte (George, 1916).

Em geral, a elaboração de relatórios municipais planeados viria a tornar-se a base para a criação, manutenção e avanço de um eleitorado instruído. Segundo Bruère (1916), esses relatórios colocavam o povo a governar com inteligência. Da mesma forma, Munro (1916) defendeu que os relatórios anuais seriam uma forma de educar a população. Para além disso, Brandford (1915) recomendou relatórios de diversos tipos de periodicidade para além da anual, podendo variar entre a semestral, trimestral e mensal.

Desta forma, os governos precisariam de chamar a atenção da população para as suas execuções e posteriormente apresentar os resultados das mesmas, a fim de fortalecer a democracia no estado administrativo. Isso levou ao surgimento de relatórios municipais como uma característica do novo trabalho da AP.

Clarence Ridley (1927), da *Internacional City Managers Association* (ICMA), foi uma das pessoas que mais escreveu sobre os relatórios municipais. Juntamente com a Universidade de Chicago, começou a redigir sobre os mesmos em 1927 e continuou até 1940. O seu primeiro artigo sobre este tema surgiu na *National Municipal Review* em 1927 e colocava um desafio aos leitores de como é que se poderia melhorar a arte da comunicação municipal para os cidadãos.

No ano seguinte, Ridley (1928) começou a avaliar e a classificar os relatórios municipais de várias cidades, tendo como base 20 critérios, dos quais se destacavam a atratividade física, estilo literário que deveria ser claro e conciso, dimensão do relatório que não podia ultrapassar as 50 páginas e o uso de dados comparativos de anos anteriores, não ultrapassando o número de três a quatro demonstrações financeiras por relatório.

Posteriormente, em 1937, Ridley reviu a evolução dos relatórios, mas desta vez sob um ponto de vista mais acadêmico, tendo concluído que o papel dos mesmos tinha eliminado muitos obstáculos, como por exemplo, a aceitação das pessoas que governavam as cidades naquele tempo.

Em 1940, depois de reunir várias técnicas de reporte, como relatórios anuais impressos, filmes, programas de rádio, *outdoors*, colunas de jornais, folhetos incluídos nas contas de impostos e de água, assim como de audiências orçamentais, relatou que 89 municípios tinham emitido relatórios para o público, excluindo, desta forma, relatórios puramente financeiros (Ridley, 1940).

A codificação e formalização definitivas dos relatórios municipais ocorreu em 1931, com a publicação das recomendações finais do Comité Nacional de Relatórios Municipais. Este Comité foi criado em 1929, pelas Associação Municipal Americana, Associação Governamental de Pesquisa, ICMA e Liga Municipal Nacional, onde, em conjunto, prepararam, durante dois anos, recomendações para um padrão municipal definitivo, no que concerne ao formato de relatório (Lee, 2006)

Na perspectiva do Comité, os relatórios eram tão importantes e faziam parte integrante da administração pública, que deveriam ser reconhecidos como uma das componentes principais da profissão em causa.

O efeito cumulativo de todos esses esforços teve claramente um impacto na prática. Em 1927, quando Ridley (1927) iniciou a pesquisa anual da ICMA sobre os relatórios anuais municipais, 12 cidades tinham enviado os seus relatórios para revisão. Esse número cresceu para 188 em 1953 (Snyder, 1954). Isto, mostrava claramente o elevado interesse dos governos das cidades em publicar e dar a conhecer à população o que tinham feito e o que pretendiam fazer para o bem-estar da mesma (Lee, 2006).



Contudo, à medida que eram emitidos mais relatórios, começava a surgir um problema relativo à qualidade dos mesmos. Este foi um tema recorrente em grande parte das investigações publicadas nas décadas de 1930 e de 1940 (Lee, 2006).

Ao contrário desta tendência, Prince, em 1946, afirmou que a emissão dos relatórios tinha melhorado bastante, uma vez que as cidades competiam cada vez mais entre si, por forma a emitirem relatórios anuais mais informativos e interessantes (Marx, 1959).

Infelizmente, essa predominância de comentários na literatura assinalou uma falta de progresso na melhoria dos relatórios municipais e uma falta de institucionalização da atividade na prática.

Na segunda metade do século XX, as publicações, tanto de profissionais como de académicos, continuaram a dar grande ênfase aos relatórios municipais, onde eram descritos esforços de reporte nas cidades.

A *International City Managers Association* continuou o seu compromisso de promover a importância dos relatórios municipais. No seu jornal *Public* foi incluída uma revisão das práticas atuais nos relatórios, não apenas sobre o formato tradicional (relatório anual), mas também quanto a outros tipos de formatos, como era o caso de folhetos, boletins e de comunicados à imprensa (Lee, 2006)

Da mesma forma, o Anuário Municipal da ICMA, que sempre tinha incluído um artigo referente a relatórios municipais entre 1938 e 1953, viu o mesmo artigo ser descontinuado no ano seguinte (Snyder, 1954). Este artigo foi substituído por um alusivo às relações públicas municipais, mas que viria a ser descontinuado em 1967 (Tureck, 1967).

Estes desenvolvimentos assinalaram a perceção da ICMA de que os relatórios públicos não se tinham tornado numa característica permanente e importante na prática da gestão municipal.

Na década de 1960, não apenas foi dada menos atenção aos relatórios municipais, como também o objetivo do conceito diminuiu nos vários formatos de relatórios, passando unicamente para relatório municipal anual (Lee, 2006).

Uma das raras discussões que surgiram com foco nos relatórios municipais, no final do século XX, foi a proposta de Schachter (1997), de fortalecer o papel dos cidadãos no governo, fazendo com que as cidades gerassem um sistema de relatórios em três etapas diferentes, um relatório anual da cidade, apresentações mensais das atividades e acesso digital a relatórios operacionais diários.

Todavia, a ICMA não abandonou totalmente o seu compromisso com os relatórios municipais e por essa razão publicou, em 1963, um livro de 71 páginas, que fornecia instruções sobre como fazer relatórios anuais, bem como outras formas de relatório (Wall, 1963).

Embora satisfeito com o facto de 431 cidades estarem a emitir relatórios municipais anuais, a ICMA verificou que os relatórios tinham apenas um formato, o relatório anual, impresso de forma barata, o que veio a tornar-se cada vez menos atraente para o leitor, o oposto do que Ridley (1940) e outros pioneiros tinham em mente acerca dos relatórios municipais (Wall, 1963).

Novamente, em 1975, o manual da ICMA sobre relações públicas no governo local, incluiu um capítulo sobre relatórios, onde compreendia uma discussão sobre os mesmos. Este artigo recomendava a aplicação de técnicas de comunicação através de todos os meios possíveis, dando como exemplos, as publicações, os relatórios anuais, os relatórios especiais e os boletins (Lee, 2006).

A somenos importância, assim como o interesse cada vez menor em relatórios municipais foram clarificados em 1998, com as publicações de novas enciclopédias sobre política e administração pública. Estas enciclopédias não apresentavam nenhum artigo sobre relatórios, sendo que, até mesmo o interesse da ICMA pelo assunto pareceu ter desaparecido, visto que no seu manual de 1994, sobre a comunicação efetiva, não incluía nenhuma discussão sobre o papel específico e a importância dos relatórios municipais (Wheeler, 1994).

Os artigos escritos por teóricos da administração pública, que originalmente criaram e aprimoraram o conceito, apresentaram a ligação que havia entre os relatórios e a prestação de contas em democracia. Por essa razão, os relatórios continuam a ter um enorme papel na gestão governamental no século XXI, o mesmo papel que tinha aquando foi concebido no início do século XX. Como indício desta importância, em 2001, uma

organização internacional que englobava países desenvolvidos, solicitou o aumento de relatórios públicos em todos os níveis governamentais (Lee, 2006).

Estamos assim, em consequência de tal *volte-face*, a relançar novamente o elevado peso que um relatório pode fazer num país, numa cidade, passando pelos diversos níveis governamentais, do central ao local, alavancando-se, por consequência, a almejada participação dos cidadãos na formulação de políticas.

## **2.2 *Popular Reporting***

O PFR surgiu de uma iniciativa criada pelo *Governmental Accounting Standards Board* (GASB), pela *Association Governmental Accountants* (AGA) e pelos *Government Financial Officers Associations* (GFOA), nos Estados Unidos da América e no Canadá, no início dos anos 90 (Biondi e Bracci, 2018; Montesinos e Brusca, 2019).

Tanto o GASB como o GFOA produziram uma série de princípios a serem seguidos no processo de escrita de um PFR e propuseram, mais tarde, uma versão diferente do mesmo, sem a criação de um conjunto de padrões geralmente aceite (Biondi e Bracci, 2018).

Cada uma destas organizações foi proponente de uma abordagem específica aos relatórios populares, estabelecendo também diretrizes e prémios para relatórios (Harris *et al.*, 2008).

Parte da missão do GFOA era promover políticas e práticas financeiras sólidas, pelo que face a tal missão, iniciou, em 1991, um programa de prémios para promover o desenvolvimento e a implementação do *Popular Annual Financial Report* ou Relatório Financeiro Anual Popular (PAFR), onde o objetivo do mesmo era simplificar as informações do *Comprehensive Annual Financial Report* ou Relatório Financeiro Anual Abrangente (CAFR) (Yusuf *et al.*, 2013). O GFOA declarou que o PAFR era projetado para ser facilmente acessível e compreensível para o público em geral e outras partes interessadas, sem experiência em finanças públicas (Yusuf *et al.*, 2013; Biondi *et al.*, 2018).

Por outro lado, o GASB promoveu o *Service Effort and Accomplishment* ou relatório de esforço e realização de serviço voluntário (SEA), também considerado um PFR, centrado nos relatórios de desempenho de informações financeiras e não financeiras.

Já a AGA, cujos objetivos incluíam promover a responsabilização dos oficiais de finanças do governo, estabeleceu um programa de prémios para os relatórios da SEA, com base nas diretrizes do GASB. Para além disso, a AGA também promoveu o *Citizen-centric Reporting* (CCR) ou relatório centrado no cidadão, um documento com um máximo de quatro páginas, fornecendo detalhes sobre as finanças de um governo, na forma de um relatório breve, conciso, compreensível e visualmente atraente, só tendo o cidadão como público-alvo (Yusuf *et al.*, 2013; Biondi *et al.*, 2018).

Em 1992, o GASB publicou um relatório que forneceu uma visão geral dos diferentes tipos de PRs fornecidos pelos governos locais (Carpenter e Sharp 1992). Contudo, McMillan (1955) observou que os governos não tinham demonstrado interesse em publicar o PR, pese embora os benefícios que o mesmo poderia trazer.

Lee (1999) citou os relatórios financeiros populares como uma contra-estratégia de relações públicas, envolvendo a reformatação dos relatórios contábeis do governo para torná-los mais compreensíveis para os cidadãos.

No entanto, existe uma falta de entendimento básico sobre o quão difundida é a utilização pelo governo de relatórios populares, particularmente no que diz respeito aos tipos adotados e divulgados, ao conteúdo e às razões para adoção daqueles (Yusuf *et al.*, 2013).

Em 2008, uma pesquisa realizada pela AGA (2008) revelou que a grande maioria dos cidadãos, para além de acreditar que o governo tem responsabilidade no que toca à divulgação de informação para o público, tinha sentido que o mesmo governo não tinha sido transparente em relação às práticas de gastos e fundos públicos. Para além disso, a AGA também encontrou forte insatisfação entre os cidadãos em relação às informações financeiras que a população recebeu do governo (Yusuf *et al.*, 2013).

Na mesma pesquisa realizada em 2008, a AGA divulgou que cerca de 75% dos cidadãos consideraram as informações financeiras importantes, mas apenas 13% relataram satisfação com as informações fornecidas pelos governos locais.

Ora, os resultados de tal pesquisa, a que se reportam os dois parágrafos imediatamente anteriores, induzem diretamente à problemática desta investigação, uma vez que estes valores podem ocorrer por duas razões: ou os governos locais não estão a distribuir a

informação necessária para atender às necessidades da população ou a informação que é divulgada não está adequada à mesma população.

Várias tendências recentes e emergentes destacaram os esforços dos governos para atenderem às necessidades dos cidadãos por informações financeiras e serem mais responsivos ao fornecer essas mesmas informações.

Uma dessas tendências foram as páginas *web*, direcionadas para a transparência, que forneceram informações sobre as despesas do governo, mormente aquela referente à criação de um banco de dados *online* para todos, com a divulgação de todos os subsídios e contratos federais no valor de \$25.000, aprovado em 2006 e criado pela Lei Federal e Transparência de Fundos (Fabry, 2010).

Outro caso semelhante, é o da Lei Americana de Recuperação e Reinvestimento, de 2009, que, num esforço para aumentar a transparência do governo federal, impôs que todos os beneficiários de fundos federais fornecessem relatórios trimestrais, com o intuito de dar a conhecer a forma como esses mesmos fundos eram usados (Fabry, 2010).

Todas essas tendências destacam como os governos centrais, regionais e locais adotaram medidas para melhor responderem à procura dos cidadãos por uma maior transparência e *accountability*, sendo que, ferramentas como portais de transparência, *dashboards* de desempenho e guias do cidadão são úteis para tornar as informações disponíveis e acessíveis aos cidadãos.

O PR pode ser aplicado em situações e ambientes diferentes no que toca às normas contabilísticas, ao prazo, ou seja, se o relatório contém informações de um orçamento que é para o ano seguinte ou se tem informações relativas ao final do ano, e por último, ao nível de governo que, por outras palavras, pode ser central, regional ou local (Biondi *et al.*, 2018).

No que toca à difusão do PR, os únicos dados disponíveis até ao momento dizem respeito ao contexto dos Estados Unidos da América, Canadá e Austrália (Groff e Pitman, 2004). Na Europa e noutras regiões, os casos onde se divulga o PR são bastante reduzidos (Biancone *et al.*, 2016).

Em 2013, Yusuf *et al.* (2013) realizaram um estudo tendo por finalidade obter informações sobre as práticas dos PR nos diferentes níveis de governo. O estudo incluiu perguntas sobre os tipos de PR produzidos, os motivos pelos quais foram emitidos e a

logística de desenvolvimento dos mesmos. A amostra inicial foi de 145, entre cidades e municípios dos Estados Unidos da América, tendo apenas 57 cidades e municípios respondido, o que representa uma taxa de resposta de 39% (40% para cidades e 38% para municípios), todavia, a final da análise, só foram aceites 52 respostas, o que pode demonstrar a fraca difusão do PR.

Nesse estudo e relativamente a números mais concretos, cerca de 75% dos governos tinham emitido algum tipo de PR, onde se destacaram os resumos orçamentais, os orçamentos resumidos e o relatório de esforços e realizações, sendo que, no que tange às motivações que levaram os mesmos governos a emitir o PR e a fornecer informações à população, a grande maioria teve implícita uma melhor transparência e prestação de contas (*accountability*).

No que respeita ao método de divulgação, a referida investigação revelou que grande parte dos governos utilizava as bibliotecas públicas, os prédios administrativos e as respetivas páginas *web* do governo. Relativamente à distribuição do PR, a maioria, cerca de 61,5% da amostra aderiu ao PFR, 38,5% ao *Budget-in-brief*, 35,9% ao *budget summary*, 23,1% preferiu o SEA, e 10,3% o CCR. Por fim, quando questionados os governos que não tinham publicado nenhum tipo de PR, as respostas dos mesmos para o sucedido, basearam-se apenas na falta de recursos para o desempenho daquele.

Já o estudo desenvolvido ao contexto italiano dá conta de apenas um caso oficial de adoção do PR, o município de Turim. Em 2018, o mesmo município publicou o seu segundo PR, onde o respetivo projeto de implementação teve início através de uma colaboração com a universidade local, tendo esta última instituição oferecido o conhecimento e a experiência que era necessária para a preparação daquele instrumento (Biondi e Bracci, 2018).

Adicionalmente, em Portugal apenas se sabe de um estudo revelando o interesse por parte dos municípios na adoção deste mecanismo de *accountability* (Oliveira, 2016).

### **2.2.1 Objetivos de Transparência e *Accountability***

Com o decorrer dos tempos, a integridade, a transparência e a *accountability* têm-se revelado cada vez mais importantes, sendo até identificadas pelos países das Nações Unidas como parte dos princípios fundadores da Administração Pública (Armstrong, 2005). Visto que o PR tem como objetivo primordial a melhoria da transparência e da

*accountability* por parte dos governos para com os cidadãos, é necessário primeiramente aclarar alguns conceitos que lhes são inerentes.

Nesse sentido, veja-se então:

O primeiro conceito que é necessário esclarecer é o de “Governo Aberto”. Meijer *et al.* (2012) definem este conceito como o ponto a partir do qual os cidadãos podem controlar e influenciar os processos do governo, através do acesso a informações e a áreas de tomada de decisão. Associadas a tal conceito, surgem duas dimensões, a transparência que advém do acesso à informação do governo por parte da população, tendo por objetivo apoiar a *accountability* em todos os assuntos públicos (Meijer *et al.*, 2012; Linders e Wilson, 2011; Heckmann, 2011) e a participação através do acesso a áreas de tomada de decisão (Meijer *et al.*, 2012). Linders e Wilson (2011) ainda acrescentam que a participação pode assumir duas formas diferentes, uma através da recolha de opiniões e outra através da recolha de ideias e soluções.

Na Administração Pública, o conceito de integridade alude à honestidade ou à confiança na execução de encargos oficiais, servindo como contradição à corrupção ou abuso de poder. Para a própria administração da ONU, a integridade foi definida como “*includ(ing)*”, não se limitando assim à proibição, à imparcialidade, à justiça, à honestidade e à veracidade” (Armstrong, 2005).

Segundo Armstrong (2005), o conceito de transparência refere-se ao acesso integral do público a informações adequadas e honestas sobre o desempenho e decisões no setor público.

Quanto ao conceito de *accountability*, historicamente este está estreitamente relacionado com a contabilidade. Todavia, atualmente está muito além das suas origens contábeis e tornou-se num símbolo de boa governação democrática moderna, tanto no setor público, como no setor privado (Bovens, 2007).

Para além do conceito de transparência, Armstrong (2005) clarifica o termo *accountability* que, traduzido para português, significa responsabilidade. Este termo refere-se à obrigação por parte dos agentes da Administração Pública de informar os cidadãos sobre o uso de recursos públicos e a responsabilidade por parte do governo de cumprir os objetivos de desempenho. Por outro lado, Linders e Wilson (2011) mencionam que a *accountability* impõe tornar públicas e acessíveis as inter-relações e o

desempenho da Administração Pública, através de um método de transparência, com o objetivo de promover a confiança e combater a corrupção.

Por sua vez, a palavra *governance*, também esta de difícil tradução, que quer dizer governo ou governação, tem como sinónimo o “ato de governar”. Apesar de atualmente ainda não haver uma definição internacionalmente aceite deste termo, o mesmo tem vindo a assumir uma importância cada vez maior nos últimos anos. Refere Curado (2005) que, segundo a Comissão Europeia, governança está interligada aos processos e aos comportamentos, por via dos quais os interesses são articulados, os recursos são administrados e o poder é praticado junto da sociedade.

Os valores de integridade, transparência e *accountability* na Administração Pública tiveram uma reaparição nas últimas décadas, sendo que, para que uma Administração Pública se torne consistente é necessária a confiança da população. Todavia e para isso, os serviços públicos devem prosseguir, indubitavelmente, o interesse público de uma forma justa e com recursos, diariamente, bem geridos. Para a crescente confiança da população são necessárias tomadas de decisão conscientes e um serviço público que garanta essa confiança, criando-se assim condições equitativas para as empresas, contribuindo-se para o bom funcionamento dos mercados e por conseguinte para o crescimento económico.

A integridade, a transparência e a *accountability* da Administração Pública são condição inicial de suporte da confiança da população, como ponto basilar da boa governação. Alguns exemplos que podem ser observados como falhas do sistema ou até mesmo de uma “má governação”, são a corrupção e a má administração (Armstrong, 2005).

Por fim e com foco nos últimos vinte anos, surge um novo conceito de elevada importância para a investigação aqui desenvolvida, o *e-governance*.

A era digital induzida nos últimos anos introduziu muitas tecnologias de informação e comunicação (TIC) que vieram alterar, de forma drástica, a maneira como vemos o mundo. Esta mudança de paradigma gerou oportunidades, tanto no acesso remoto a recursos educacionais, governamentais e comerciais em ambientes virtuais, como no acesso a meios de redes sociais (Borgatti *et al.*, 2018).



O *e-governance* foi determinado no início do século XXI, pela Comissão Europeia, como “um sistema que une as capacidades das TIC e das ações da administração e do governo local na organização e prestação de serviços públicos e na melhoria do processo democrático” (Romansky e Noninska, 2020). Além desta definição, Acerete (2006) acrescenta que o *e-governance* está presente nos textos como atividades que envolvem o governo e as pessoas, que ocorrem através de meios eletrônicos, com o intuito de obter eficiência, eficácia, conveniência do utilizador, transformando e melhorando, assim, as relações entre governo-cidadão.

Para além disso, Saxena (2005) afirma que o *e-governance* refere-se a processos e estruturas de governação que, juntamente com as TIC, conduzem a um fortalecimento de uma boa governação.

Destarte, o *e-governance* abriu grandes oportunidades para a operacionalização das TIC, no que toca ao desenvolvimento humano nos campos socioeconómicos e de ação política para os cidadãos, e passou a estar integrado em todos os processos da sociedade, de forma a participar nas relações entre os cidadãos, o governo, as instituições e as organizações empresariais.

### **2.2.2 Conteúdo**

O estudo levado a cabo por Jordan (2016), nos EUA, intitulado de *What Citizens Want to Know about their Government's Finances: Closing the Information Gap*, revelou que existe um *gap* entre a informação financeira que o cidadão deseja saber e aquela que é publicada pelo governo, o que, devido à sua complexidade, torna extremamente difícil a participação pública na tomada de decisões. No referido estudo foram realizados diversos *focus groups* no Estado da Virgínia, tendo os respetivos resultados expressado que os cidadãos estão interessados em alguns tipos de informações em detrimento de outros e que as informações devem ser claras, relevantes e contextualizadas.

O mesmo estudo também revelou que menos de um quarto dos entrevistados demonstraram não estar bem informados sobre as finanças do governo e que os mesmos tinham bastante dificuldade em articular toda a informação, tanto do governo central, como do regional e do local.

No que concerne ao porquê dos entrevistados estarem informados, a grande predominância de respostas foi relacionada com os conceitos de *accountability* e de

transparência, assim como saber onde é que os recursos do governo são usados. Adicionalmente, as opiniões dos cidadãos sobre as informações necessárias não se limitaram àquelas financeiras, mais propriamente às orçamentais e fiscais. Houve igualmente interesse em informação não financeira como, por exemplo, a demografia, a estrutura do governo da cidade e as medidas de desempenho.

Por fim, os autores da investigação demonstraram que a mesma revelava algumas limitações, devido ao número de participantes dos *focus group*, o que impedia generalizações para a população dos Estados Unidos da América. Pese embora tal facto, foi possível concluir que existe uma lacuna na informação, tendo os mesmos autores acrescentado que uma das maneiras para promover a transparência, a *accountability* e por fim tornar o cidadão numa pessoa mais informada e mais interessada na tomada de decisões, seria através da adoção do PR.

Atualmente, ainda não existe um manual que ceda todas as diretrizes necessárias para criar um relatório eficaz, sendo que, por vezes, é mais difícil reconhecer um bom relatório do que um mau relatório, uma vez que este último maximiza o potencial de interpretar mal a informação apresentada, contendo dados e declarações inconsistentes que nos induzem em erro. Ao invés, um bom relatório, apelativo, informativo e focado em tornar um cidadão numa pessoa mais informada sobre a realidade, torna-se assim um relatório mais difícil de ser reconhecido (Herrmann, 2011).

Nessa senda, o PR deve ter um título, que apele ao interesse dos leitores, ou seja, não deve ser apenas “*Popular Annual Financial Report*” (PAFR). Para além disso, deve conter uma foto e uma carta do Presidente, onde pode incluir os destaques do ano, divulgações necessárias e/ou explicações com detalhe suficiente (mas não excessivo) de quaisquer disparidades entre dados apresentados. O mesmo deve ainda incluir um layout que chame a atenção do leitor, bem como uma linguagem clara, gráficos e tabelas, visto que estes possibilitam ao usuário uma leitura mais fácil e clara da informação financeira. O relatório requer ainda um tom educativo e informativo, de forma a informar os leitores (Herrmann, 2011; Sharp *et al.*, 1998).

### **2.2.3 Formato**

No que se refere ao formato do PR, os defensores da abordagem do “Governo Aberto” afirmam que as TIC vieram abrir novas possibilidades de comunicação *online*, permitindo

aos cidadãos envolverem-se mais ativamente na tomada de decisões democráticas e na gestão pública (Wijnhoven *et al.*, 2015). De facto, as TIC podem tornar mais fácil para a população, a articulação das diversas opiniões e a interação com a Administração Pública (AP) e com os representantes políticos (Meijer *et al.*, 2012). Adicionalmente, permitem aumentar tanto a confiança, como o interesse da população em assuntos que antes eram de difícil compreensão para os mesmos. Neste sentido, é possível afirmar que a *internet* é o meio ideal para divulgar e promover o PR, em detrimento dos meios de divulgação tradicionais, como sejam, as cópias impressas de documentos (Cohen *et al.*, 2017).

Os benefícios do uso dessas tecnologias podem incluir, para além do aumento na participação da população nas decisões do governo, o maior alcance dos cidadãos à informação, isto é, 24 horas por dia, 7 dias por semana, desconsiderando, desta forma, a dependência da cobertura dos *media*. Outra das mais-valias é a capacidade de adaptar as informações com base na profundidade dos detalhes, tendo em atenção o tipo de leitor, assim como fatores de economia, nomeadamente no que toca a custos de impressão, preservação do meio ambiente e consumo de papel (Lee, 2006).

Em 2017, Cohen *et al.* (2017) tentaram perceber se a aceitação do PR por parte dos cidadãos norte-americanos poderia ser derivada do formato como o mesmo era apresentado. Nesse sentido, avaliaram se o uso da tecnologia e da *internet* poderia aumentar o interesse dos cidadãos pelo PR e se, por sua vez, os motivaria a ter uma participação mais ativa no que toca às questões públicas.

Para aquele estudo foram criados três formatos de PR hipotéticos, um em PDF, um *flipbook* e um *website*. Posteriormente, os mesmos foram avaliados através de um questionário realizado a 165 pessoas, tendo em conta a usabilidade, aparência, navegação, clareza da informação, imagem do município, integridade da informação e satisfação geral.

A conclusão foi de que, em alguns aspetos, o *website* despertou maior interesse dos cidadãos, quando comparado com o PDF, com o *flipbook* e com as formas tradicionais de divulgação, dando assim ênfase à importância das TIC para o futuro dos PR. Contudo, noutros aspetos, o PDF obteve a preferência desses mesmos cidadãos.

Embora tal estudo tenha apresentado resultados convincentes, continua a ter limitações relacionadas com o número obtido de inquiridos e que por essa razão remetem para a questão da representatividade da amostra para a população.

Mais recentemente, em 2016, Ângela Oliveira publicou um estudo, o qual, até aos dias de hoje, é o único a nível português relacionado com o PR, tendo como objetivo analisar a adoção do mesmo nos Municípios portugueses, relativamente ao conteúdo, formato, meios de divulgação e periodicidade.

Sob a égide desse estudo e dentro das informações não financeiras mais disponibilizadas à população, encontravam-se os regulamentos, as atas das reuniões das assembleias e dos executivos, assim como os relatórios de gestão, para além dos relatórios financeiros oficiais e dos orçamentos (Oliveira, 2016).

No que toca à informação desejada e mais importante a incluir num PR, as respostas incidiram sobre a agenda desportiva e cultural, as principais receitas, despesas e investimentos. Já quanto à melhor forma de divulgar o PR, as respostas recaíram num PDF *online*, disponível na página *web* do município, para além de, eventualmente e em alternativa, o mesmo também poder ser divulgado em formato papel, para assim ficar à disposição das pessoas que não utilizam as novas tecnologias (Oliveira, 2016).

Em termos de periodicidade, a grande maioria entendeu que o PR deveria ser elaborado e publicado trimestral ou semestralmente e assim tendo como principais vantagens a melhoria na interpretação da informação, tanto financeira, como não financeira por parte dos cidadãos, o aumento do envolvimento destes nos trabalhos e atividades do município e por último assegurar uma maior transparência na gestão e nas contas dos municípios (Oliveira, 2016).

Para finalizar, dizer que o estudo em causa teve uma amostra de 86 respostas dentro, de uma população de 308 municípios, o que corresponde a apenas 28% de respostas, um número muito abaixo do esperado e que pode demonstrar a não motivação dos municípios em adotar um produto capaz de satisfazer as necessidades de transparência e *accounting* (Oliveira, 2016).

### **2.3 Dashboard: História e Conceito**

Em muitos aspetos, "*dashboard*" é simplesmente um novo nome para *Executive Information Systems* (EISs), sendo que o objetivo primordial do EIS era exibir algumas

das principais medidas financeiras, por meio de uma interface simples, de forma a que qualquer membro executivo pudesse entender (Few, 2006).

Nos anos 80, os gestores tentaram encontrar uma maneira de transformar os objetivos estratégicos da empresa no comportamento organizacional. Dois investigadores de *Harvard*, Kaplan e Norton, considerados os pais dos *Dashboards*, criaram um sistema que transformou estratégias em ações, com base no método do *Balanced Scorecards* (Ioana *et al.*, 2014).

Por sua vez, nos anos 90, o *data warehousing*, o processamento analítico *online* (OLAP) e, eventualmente, a inteligência começaram a trabalhar de mãos dadas de forma a conseguir integrar o *dashboard* na nova era, a era da informação. O foco durante essa década foi na recolha, correção, integração, armazenamento e acesso a informações, com práticas que procuravam garantir a precisão, a pontualidade e a utilidade. Desde os primeiros dias do armazenamento de dados até aos primeiros anos do século XXI, o esforço centralizou-se amplamente nas tecnologias e, em menor grau, nas metodologias necessárias para tornar as informações disponíveis e úteis (Few, 2006).

Contudo, a sua implementação, para além ter produzido bons resultados numas empresas, tal não se verificou noutras, sendo que estas últimas tiveram profundas despesas e não satisfizeram os objetivos pretendidos pelas mesmas. De todo o modo, com o decorrer dos anos, o *dashboard* foi evoluindo e sofreu melhorias significativas, estando atualmente na terceira geração (Ioana *et al.*, 2014).

Em 2001, com o escândalo da *Enron*, as empresas foram pressionadas a demonstrar a respetiva capacidade de monitorizar, de forma mais próxima o que estava a acontecer com elas. Esse aumento de responsabilidade, em conjugação com a desaceleração económica, deputou os *Chief Information Officers* (CIOs) numa missão, tendo por objetivo encontrar algo que pudesse apoiar os gerentes de todos os níveis, com mais facilidade e eficiência, a manterem supervisão no desempenho das empresas. Este foi o momento em que as pessoas reconheceram os *dashboards* como arma para combater tais problemas. (Few, 2006)

Não importa quão grande seja a tecnologia, o sucesso de um *dashboard*, como meio de comunicação, é um produto de design, resultado de uma exibição que fala de forma clara e imediata. Os *dashboards* podem explorar o poder da perceção visual para se comunicar, mas somente se aqueles que os implementarem entenderem tal poder e

aplicarem essa compreensão por meio de princípios e práticas de *design*, alinhados com a maneira como as pessoas vêem e pensam. (Few, 2006)

Os *dashboards* apresentam indicadores-chave de desempenho (KPI's) e indicadores-chave de risco (KRI's) em gráficos, mapas e *scorecards*, com o objetivo de permitir que a empresa se concentre nas atividades de desempenho mais importantes (Ioana *et al.*, 2014).

Velcu-Laitinen e Yigitbasioglu (2012) descrevem o *dashboard* como a ferramenta de diagnóstico, destinada a dar aos gerentes um vislumbre do desempenho da empresa. Na respectiva investigação, eles descobriram que os *dashboards* eram considerados como ferramentas eficazes para a gestão de desempenho, monitorização, solução de problemas, racionalização de decisões e comunicação.

Para Pauwles, K., *et al.* (2009), o *dashboard* é um representante de dados, que contém a visualização de muitas referências combinadas, resultando no resumo das principais métricas de desempenho interconectadas, para comunicar desempenhos e realizações de toda a empresa, por forma a servir de suporte à decisão.

Few (2006) acrescenta ainda que um *dashboard* é uma exibição visual das informações mais importantes, necessárias para alcançar um ou mais objetivos, consolidadas e organizadas num único quadro, para que possam ser monitorizadas rapidamente.

Assim, comparando com o painel de um carro que fornece informações críticas necessárias para que o mesmo possa funcionar, um quadro BI (*Business Intelligence*) serve um propósito semelhante, sendo utilizado para tomar decisões estratégicas para uma grande empresa, executar operações diárias de uma equipa ou executar tarefas que não envolvam ninguém para além da própria pessoa, isto é, trata-se de uma exibição numa tela única, tendo por objetivo monitorizar, com eficiência, as informações necessárias para alcançar o que se encontra determinado. (Few, 2006)

Desta forma, é possível verificar que, ao longo dos tempos, foram surgindo diversos conceitos de *dashboard*, sendo que cada conceito que apareceu, evidenciou o elevado grau de importância e a mais-valia que este mecanismo proporciona às organizações.

### 2.3.1 Requisitos para a Elaboração de um *Dashboard*

Para que seja criado um *dashboard* de qualidade, que sirva e satisfaça as necessidades de uma organização, isto, que ajude na tomada de decisões, de forma acertada e em tempo útil, segundo Malik (2005), é necessário que seja **SMART**:

- ***Synergetic*** – Para que o leitor consiga absorver informações sobre diferentes aspectos num único ecrã, o *dashboard* necessita de ser eficaz;
- ***Monitor KPIs*** – Deve exibir os KPIs mais críticos, necessários para uma tomada de decisão mais eficiente;
- ***Accurate*** – As informações apresentadas devem ser claras, para conquistar a confiança do leitor;
- ***Responsive*** – De forma a alertar o utilizador para assuntos importantes, deve incluir funcionalidades que funcionem como alerta, como é o caso de um e-mail;
- ***Timely*** - Deve exibir informações atualizadas para uma tomada de decisão eficaz. Para além disso, as mesmas devem também ser apresentadas em tempo útil, dependendo do tipo de *dashboard* que é produzido.

Para além das características apresentadas por Malik em 2005, Few (2006) foi mais profundo na sua análise e apresentou sete características, que, na ótica do próprio, são as que devem ser encontradas num *dashboard*, para ser considerado uma ferramenta de qualidade. As características apontadas pelo mesmo foram as seguintes:

- Os *dashboards* são exibições visuais. Dentro destas exibições visuais encontram-se textos, mas mais importante ainda, está a presença de gráficos, que servem de apoio ao texto e por essa razão torna a comunicação para o cidadão mais fácil e compreensível;
- Os *dashboards* exibem informações que se revelam de elevada importância e são necessárias para alcançar certos objetivos específicos. Mesmo quando a empresa tem apenas um simples objetivo, para este ser alcançado, é necessária uma busca enorme por informação que, por vezes, não está relacionada e geralmente é proveniente de diversas fontes;
- Um *dashboard* deve ocupar apenas o tamanho de uma tela de um computador, de modo a que toda a informação esteja disponível sem que seja necessário tocar no computador para mover para baixo e para o lado. Conseguir ver toda a informação

de uma só vez e sem esforço, ajuda qualquer utilizador a absorver a informação de outra maneira;

- As informações devem estar expostas *online*, através de um navegador *web*, porque esse é o melhor meio para colocar uma ferramenta de visualização, como é o *dashboard*. Contudo, futuramente, a *web* pode não ser o melhor meio;
- O *dashboard* tem como principal objetivo a monitorização rápida de informação. Apesar do facto de quase todas as informações, poderem ser exibidas adequadamente num *dashboard*, há, pelo menos, uma característica que se destaca de todas as outras e que está no cerne da importância da utilização do mesmo. Essa característica é ser uma ferramenta que condensa todas as informações e transforma-as em resumos, sendo capaz de apontar rapidamente algo que merece a atenção do utilizador, isto é, pese embora o *dashboard* não tenha como função apresentar todos os detalhes, possibilita aceder a todas as informações, o mais fácil possível;
- O *dashboard* tem métodos de exibição de forma intuitiva, concisa e clara, sendo que, de modo a que a informação caiba toda numa única tela, o *dashboard* possui mecanismos que permitem apresentar a mensagem, de forma clara num espaço limitado;
- Os *dashboards* são todos diferentes uns dos outros e personalizados, de acordo com a pessoa ou grupo de pessoas a que se destine, assim como os propósitos a servir.

Para além das características apresentadas anteriormente, Ioana, *et al.*, (2014) expressam os seis principais aspetos que os mesmos consideram importantes, antes do início da elaboração de um *dashboard*:

- Objetivo;
- Público alvo;
- Impacto;
- Dados necessários para examinar o problema;
- Necessidade ou não de filtros;
- Formato de apresentação (computador, telemóvel, *tablet*, etc.)

Assim dir-se-á que, e de modo a serem tomadas decisões acertadas, o *dashboard* fornece, em tempo útil e de forma atualizada, informação clara e concisa aos leitores,



através de um único ecrã, capaz de detalhar a informação mais importante, com formato visualmente atrativa. Contudo, nem tudo é um mar de rosas e por isso Caldeira (2010), apresenta os principais erros que decorrem da elaboração de um *dashboard*, como sejam, a informação em demasia, o *design* visual deselegante e a escolha errada de gráficos, o que, em conjunto ou em separado, acabam por não chamar a atenção dos utilizadores, induzindo os mesmos a tomarem decisões menos acertadas.

Para a elaboração do *dashboard*, Caldeira (2010) apresenta os três passos que, segundo a mesma, são fulcrais para tornar esta ferramenta o mais atrativa, concisa e que cumpra os objetivos projetados:

1. Elaboração inicial: neste primeiro passo é importante definir o objetivo principal para o qual o *dashboard* está a ser preparado, de forma a cumprir com os requisitos da entidade. Para além disso, é também importante identificar o público-alvo e a variedade de informação a colocar no mesmo;
2. Eleger e relacionar a informação: nesta etapa são estipulados quais os indicadores a utilizar, assim como a disposição e o posicionamento dos mesmos no *dashboard*; Segundo Ballou et al, (2010), o ideal é haver um misto entre indicadores financeiros e não financeiros (no máximo oito indicadores).
3. Preparar a monitorização do *dashboard*: este último passo tem como objetivo conferir performance ao *dashboard*, ou seja, são identificadas as fontes de alimentação da informação, que pode ser tanto numa folha de *Excel*, como num programa mais complexo de contabilidade e auditoria.

### **2.3.2 Objetivos da Utilização de um *Dashboard***

O grande desafio de qualquer empresa que trabalhe com muitos dados, é permitir que os diversos níveis organizacionais consigam monitorizar a evolução dos resultados, de forma rápida e fácil, por forma a que os gestores possam tomar, mais eficientemente, as decisões. Assim, importa referir os principais objetivos inerentes à utilização de um *dashboard*, indicados por diversos investigadores.

Segundo Pauwels (2009), o *dashboard*, enquanto ferramenta de visualização de dados, apresentava apenas quatro objetivos, que eram os seguintes:

1. O *dashboard* pode impor consistência nas medidas e procedimentos de medição, nos departamentos e unidades de negócio;

2. O *dashboard* pode ajudar a administração a monitorizar e a avaliar o desempenho, com a finalidade de melhorar o desenvolvimento de um produto;
3. O *dashboard* pode ser usado para planear estratégias básicas e determinar a meta para o futuro;
4. O *dashboard* ajuda na comunicação com os *stakeholders*, expondo dados específicos que podem fazer com que aqueles entendam facilmente e tomem uma decisão rápida em relação aos dados fornecidos pela ferramenta.

Posteriormente, (Ioana *et al.*, 2014) apresentaram, de forma mais resumida e condensada, um só único objetivo para o *dashboard*, que é exibir informações num único quadro, de maneira clara, por forma a ser entendida por todos e assim ajudar na tomada de decisão, sendo uma aplicação ou uma interface do usuário, que ajuda a medir o desempenho da empresa, entender as unidades organizacionais e os processos de negócios.

Todavia e apesar dos objetivos mencionados anteriormente, o *dashboard* continua a deter algumas limitações. Marcus (2006) apontou o facto desta ferramenta desprezar os indicadores de inovação e de produtividade, demonstrando um maior foco no curto prazo do que no longo prazo, o que leva, por vezes, a más decisões por parte dos gestores e a uma maior atenção no curto prazo.

### **2.3.3 Tipos de Dashboard**

Os *dashboards* foram amplamente pesquisados, com foco em vários aspetos de negócios, como sejam, medir a eficácia de ações de *marketing*, medir e monitorizar o desempenho, projetar e implantar (Hebig, *et al.*, 2019). Staron *et al.*, (2014) utilizaram o termo *dashboard* para se referirem a um sistema de medição, que visualiza indicadores e que, posteriormente, serão complementados com diversas medidas.

Para a construção de um *dashboards*, é necessário primeiramente ter em consideração quais os indicadores que vão ser analisados e mais importante ainda, a quem é que vai ser disponibilizada esta ferramenta, ou seja, quem vão ser os tomadores de decisão. Por essa razão, importa diferenciar os tipos de *dashboard* que existem.

Dentro do mundo dos *dashboards* é possível classificá-los em três tipos, onde o ponto principal na respectiva diferença é o *design* visual. Assim, os *dashboards* podem ser para fins estratégicos, fins analíticos ou táticos e fins operacionais.

No que toca ao *dashboard* para fins estratégicos, o mesmo visa a monitorização da gestão de uma organização, de forma a dar suporte aos gestores de topo. O mesmo fornece uma visão geral e rápida, necessária aos tomadores de decisão, tendo por objetivo estes controlarem as atividades e estarem atentos às oportunidades de negócio. Este *dashboard* contém indicadores de desempenho e de resultado, de modo a ser possível fazer previsões. (Few, 2006; Eckerson, 2009).

Relativamente às principais características, este tipo de *dashboard* requer mecanismos de exibição simples, dados estáticos tirados mensal, semanal ou diariamente, visto que o objetivo de um executivo deve ser a longo prazo, assim como possibilita apresentações unidirecionais, que simplesmente exponham o que está a acontecer naquele preciso momento (Eckerson, 2009; Firican, 2017; Few, 2006).

No que concerne ao *dashboard* para fins analíticos ou táticos, o mesmo requer uma abordagem diferente no que toca ao seu design. Os indicadores de desempenho neste tipo de *dashboard* são de ação e de resultado e podem ser calculados tanto manual como automaticamente (Eckerson, 2009). Comparativamente com o *dashboard* para fins estratégicos, este para fins analíticos ou táticos também beneficia de dados estáticos, que não mudam de um tempo para o outro (Few, 2006).

Este tipo de *dashboard* oferece uma base para a interação com os dados, fazendo a minúcia de cada detalhe subjacente, permitindo assim que a exploração por parte dos gestores/analistas seja necessária, não apenas para observar o que está a acontecer, mas também para examinar as causas dos resultados obtidos, como por exemplo, quando o objetivo é a análise, não basta ver que as vendas diminuíram, é necessário explorar, com o intuito de descobrir as causas dessa diminuição e tentar arranjar uma solução para corrigi-la (Few, 2006).

O próprio *dashboard*, como um dispositivo de monitorização que informa ao analista o que investigar, não necessita de oferecer suporte direto a todas as interações subsequentes, mas deve vincular-se, o mais perfeitamente possível, aos meios de análise de dados (Few, 2006).

Por fim, o *dashboard* para fins operacionais, que tem como papel a monitorização de operações por parte dos colaboradores (Few, 2006). Ao monitorizar as operações, é necessário manter a consciência das atividades e de que os eventos vão mudando constantemente, podendo assim os mesmos exigir atenção redobrada e uma resposta a qualquer momento. Por tal facto, este tipo de *dashboard* possui dados atualizados em tempo útil, para que o progresso possa ser rastreado no prazo adequado (Madyatmadja, *et al.*, 2019), acrescentando Firican (2017) que o mesmo deve ter uma periodicidade diária.

De forma semelhante ao *dashboard* para fins estratégicos, o *design* do *dashboard* para fins operacionais deve ser bastante simples. No mesmo devem estar os meios necessários para que seja possível detetar alguma anomalia, ficando, por isso, fora do limite aceitável de desempenho. Para além dessa característica, as informações são mais específicas e fornecem um nível de detalhe mais aprofundado (Few, 2006), sendo os indicadores de desempenho de ação (Eckerson, 2009).

Em suma, é apresentada a Tabela 1, que tem como intuito caracterizar de forma mais resumida e mais direta as principais características de cada tipo de *dashboard* (Operacional, Analítico/Tático e Estratégico).

**Tabela 1: Tipos de dashboard**

	Operacional	Tático	Estratégico
Finalidade	Monitorizar Operações	Medir o progresso	Executar a estratégia
Utilizadores	Colaboradores	Gestores	Gestores de topo
Domínio	Operacional	Departamental	Empresarial
Indicadores	Ação	Ação e Resultado	Resultado
Informação	Detalhada	Detalhada/Resumida	Resumida
Periodicidade	Diária	Diária/semanal	Mensal/trimestral
Objetivo	Monitorizar	Analisar	Gerir
Tipo de design	<i>Dashboard</i>	Portal de <i>BI</i>	<i>Scorecard</i>

Fonte: adaptado de Eckerson (2009: 13)

### 3 HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO E METODOLOGIA

#### 3.1 Posicionamento da investigação

Uma vez que cada metodologia detém diferentes tipos de análise e métodos de investigação e que a mesma tem grande influência na forma como o investigador executa a recolha de dados, determinou-se que, após estrear a problemática da investigação, os objetivos e as questões da mesma, as metodologias ideais a serem aplicadas seriam a qualitativa, a quantitativa e a utilizada por Caldeira (2010) para o desenvolvimento de um *dashboard*.

Para além disso, a presente investigação consubstancia um estudo exploratório, visto que, até à presente data, não existe nenhum estudo com o mesmo objetivo, no contexto português (Oliveira, 2016). Adicionalmente, no quarto objetivo específico é aplicada a abordagem positivista, uma vez que o que se propõe desenvolver neste trabalho, pode ser observado e medido, independentemente do investigador e das ferramentas de medida por si utilizadas (Major e Vieira, 2009).

A metodologia qualitativa visa responder aos dois primeiros objetivos específicos, uma vez que se baseia em entrevistas estruturadas, para as quais é elaborado um guião direcionado aos 16 Municípios do distrito de Faro (Responsáveis da Unidade Técnico-Financeira e/ou Autarcas), de forma a conquistar opiniões e ideias de elevada importância para a prossecução dos objetivos que se seguem.

No caso do terceiro objetivo específico, em particular para a criação do PR em formato *dashboard*, é aplicada a metodologia apresentada por Caldeira (2010). O *dashboard*, que como já foi referido, é uma tela que pode incluir inúmeros gráficos, tabelas, indicadores e métricas, ou seja, uma técnica de *report* capaz de abarcar toda a informação útil apenas num único ecrã e fazer concorrência aos formatos tradicionais, que são aplicados atualmente pelos Municípios, como é o caso do PDF. Para a criação do PR nos outros dois formatos utilizou-se o mesmo *design* adotado por Cohen *et al.* (2017), na sua proposta de PR para os municípios gregos.

Por sua vez, a metodologia quantitativa visa responder ao quarto e último objetivo específico, já que o método de recolha de dados é realizado através de um inquérito por questionário, dirigido a cidadãos, estes selecionados por conveniência, através de redes sociais. Desta forma, a amostra é não aleatória por conveniência.

Esta parte da investigação e algum conteúdo da mesma, teve como inspiração a investigação de Cohen *et al.* (2017) que, como foi dito anteriormente, avaliou a satisfação da população com o PR e forneceu uma visão sobre a preferência do cidadão em relação aos três formatos que foram desenvolvidos, o PDF, o *website* e o *flipbook*. Também teve como inspiração a literatura que foi até agora apresentada, relativamente a formatos e conteúdos de um PR, assim como quanto ao papel das TIC nos dias de hoje.

Adicionalmente, com esta metodologia e através da literatura de Cohen *et al.* (2017), visa-se obter evidência que permita comprovar as seguintes hipóteses de investigação, relacionadas com a qualidade da informação, a satisfação geral, a imagem do município e a qualidade do sistema:

H1. Não há diferenças significativas na perceção do cidadão quanto à integridade das informações entre os três diferentes formatos de PR.

H2. Não há diferenças significativas na clareza das informações entendidas pelos cidadãos entre os três diferentes formatos de PR.

H3. Não há diferenças significativas quanto à aparência visual entre os três diferentes formatos de PR.

H4. Não há diferenças significativas no que respeita à facilidade de navegação entre os três diferentes formatos de PR.

H5. Não há diferenças significativas no que toca à usabilidade percebida pelo cidadão entre os três diferentes formatos de PR.

H6. Não há diferenças significativas na perceção total do cidadão a respeito da satisfação entre os três diferentes formatos de PR.

H7. Não há diferenças significativas na perceção do cidadão no que toca à imagem do município entre os três diferentes formatos de PR.

Para além destas hipóteses retiradas da investigação de Cohen *et al.*, (2017), foi adicionada uma outra, mas na forma de questão de investigação, referente à lealdade percebida pelo cidadão quanto aos três formatos. Esta questão foi formulada tendo como base inquéritos de marketing de satisfação ao cliente Correia (2010).

Q1. Não há diferenças significativas na perceção do cidadão a respeito da lealdade entre os três diferentes formatos de PR.

## 3.2 Estudo Qualitativo

### 3.2.1 Preparação das Entrevistas

Esta investigação tem como principal aspiração o estudo realizado por Oliveira (2016), que analisou a adoção do PR nos Municípios portugueses, no que concerne ao conteúdo, formato, meios de divulgação e periodicidade, assim como o estudo de Cohen *et al.* (2017), que avaliou, por via de um questionário onde expunha três formatos de PR à população (PDF, *Website* e *Flipbook*), se o uso da tecnologia e da *internet* poderia aumentar o interesse dos cidadãos pelo PR e se, por sua vez, os motivaria a ter uma participação mais ativa no que toca às questões públicas.

Assim, atendendo aos dois primeiros objetivos, optou-se por aplicar o método de recolha de dados a partir de entrevistas semiestruturadas aos 16 Municípios do distrito de Faro. Numa primeira instância, as mesmas entrevistas eram para ter sido realizadas presencialmente, indo ao encontro do Presidente ou dos Responsáveis da Unidade Técnico-Financeira, estes últimos considerando o facto de estarem subjacentes à produção de todos os relatórios, tanto financeiros como não financeiros, direcionados à população. Contudo e devido à situação epidemiológica do País, provocada pela COVID-19 e consequente implementação do Estado de Emergência no mês de março transato, as Câmaras Municipais acabaram por encerrar e não foi possível realizar as entrevistas da forma desejada. Em face de tal facto, as mesmas foram efetuadas através da troca de *emails*<sup>1</sup> e/ou por chamada telefónica.

A entrevista está dividida em duas secções, cada uma delas com o propósito de atingir um objetivo específico. Nessa senda, a primeira secção pretende responder ao primeiro objetivo específico (Identificar os tipos de informação financeira e não financeira que os Municípios desejam publicar), identificando quais dos 12 indicadores é que os Responsáveis da Unidade Técnico-Financeira entendem por mais apelativos para a população, quando esta consulta um relatório. Por sua vez, a segunda secção tem como intento responder ao segundo objetivo específico (Identificar a característica do PR a

---

<sup>1</sup> Em Anexo A encontra-se o email que foi enviado às Câmaras Municipais do distrito de Faro, o qual contém uma introdução inicial e por fim as questões pertinentes para a realização dos passos seguintes da investigação.

desenvolver em termos de periodicidade), por via da identificação da periodicidade em que os mesmos Responsáveis entendem por pertinente publicar um PR.

De entre os 12 indicadores sugeridos, 11 deles foram retirados e inspirados na investigação de Oliveira (2016), sendo que o outro foi proposto por uma Responsável em *report*, que esteve sempre presente em todo o processo de formulação desta investigação. Tanto os indicadores sugeridos, como a fonte de onde foram retirados, são apresentados na Tabela 2. No que concerne à periodicidade, a pergunta tinha presente uma lista predefinida de quatro periodicidades (mensal, trimestral, semestral e anual), onde era pedido que apenas se seleccionasse uma.

**Tabela 2: Identificação dos indicadores**

<b>Indicador</b>	<b>Fonte</b>
Informação demográfica do Concelho	Oliveira (2016)
Informação institucional sobre o Município	
Gráficos ou quadros com as principais despesas	
Gráficos ou quadros com as principais receitas	
Descrição dos principais investimentos	
Montantes e credores das principais dívidas	
Agenda cultural e desportiva	
Informação dos principais contratos e parcerias com outras entidades	
Entrevistas de pessoas proeminentes no concelho	
Gráficos ou quadros com os principais subsídios e transferências obtidos, por proveniência	
Gráficos ou quadros com os principais subsídios e transferências concedidos, por destinatário	
Divulgação de locais de interesse	Responsável em <i>Report</i>

Previamente à realização das entrevistas, o guião da entrevista passou por um pré-teste, de forma a validar a coerência da mesma, corrigir erros de interpretação e verificar o tempo de execução.

Este pré-teste foi realizado por uma Responsável de uma Unidade Técnico-Financeira de uma Câmara Municipal do distrito de Faro e não foram apontados quaisquer reparos.



### 3.2.1.2 Processo de recolha de dados e amostra

O primeiro email foi enviado em meados do mês de março, tendo sido obtida, até à primeira quinzena de abril, resposta de apenas seis Municípios. Por esse motivo, foi reenviado o mesmo email para os restantes dez Municípios que não haviam respondido, sendo que, após alguma insistência, conseguiu-se obter a resposta de mais quatro, ou seja, da população inicial de que fazem parte 16 Municípios do distrito de Faro, atingiu-se uma amostra de dez Municípios, o que equivale a 63%.

Independentemente de serem conhecidos quais os Municípios entrevistados, a sua identificação não é divulgada. Assim, consideram-se os dados obtidos anónimos, destinando-se somente para esta investigação. Os mesmos têm fins estatísticos e são tratados unicamente pelas pessoas ligadas a tais fins.

Numa perspetiva geográfica, a área do Algarve que mais respondeu foi a Central, com uma taxa de resposta de 80% (quatro Municípios em cinco), seguindo-se a área do Barlavento, com uma taxa de 57% (quatro Municípios em sete) e por último a área do Sotavento, com uma taxa de 50% (dois Municípios em quatro).

Na Tabela 3 está representada a distribuição da amostra segundo o número de Municípios existente em cada uma das três áreas do Algarve. É de referir que a percentagem de Municípios (população) e de respostas por área (amostra), no Barlavento e no Sotavento é quase idêntica, 44% para 40% e 25% para 20%, respetivamente, enquanto que na área Central existe uma pequena disparidade. No entanto, pode considerar-se a amostra como representativa da população, quanto à área geográfica ( $\chi^2(2)=0,398$ ;  $p=0,848$ ).

**Tabela 3: População e amostra por área geográfica**

Região	População		Amostra	
	Número	%	Número	%
Barlavento	7	44%	4	40%
Central	5	31%	4	40%
Sotavento	4	25%	2	20%
TOTAL	16	100%	10	100%

### 3.3 Criação do PR

Para ir ao encontro do terceiro objetivo (Criar o *Popular Reporting* em três formatos) foi criado um PR em três formatos diferentes, um tradicional, que é utilizado diariamente (o PDF) e dois mais tecnológicos, mais inovadores e mais práticos, que são o *website* e o *dashboard*.

É importante realçar que os três formatos, aquando da sua aplicação no questionário de satisfação à população, contêm exatamente a mesma informação, pelo que não se trata do conteúdo que os mesmos possuem, mas sim, de como os questionados percebem a qualidade da informação divulgada e do formato apresentado.

Para a recolha da informação financeira e não financeira respeitante aos indicadores seleccionados nas entrevistas, utilizou-se, como exemplo, a Câmara Municipal de Lagos, tendo o respetivo Presidente dado a necessária autorização para utilização, neste trabalho, da imagem e da informação daquele Município. Para além disso, os contactos com a Unidade Técnico-Financeira do mesmo Município foram constantes, de forma a ajudar e a apoiar na construção do PR. A mesma informação está atualmente disponível à população no Balcão Virtual da Câmara Municipal de Lagos.

#### 3.3.1 Preparação do PR no formato *dashboard*

Para a construção e desenvolvimento do *dashboard* recorreu-se ao *Microsoft Excel 2016*, uma vez que, atualmente, esta ferramenta é uma das mais empregues nas organizações, sendo intuitiva e de fácil utilização. É um *software* que permite realizar tarefas do mais básico, como é o exemplo de cálculos, ao mais complexo, onde estão incluídas a elaboração de relatórios com gráficos e tabelas dinâmicas, fórmulas com elevado grau de complexidade, assim como automatização de tarefas através da utilização de macros.

Para além disto e mercê da capacidade de gestão, interpretação e análise de dados, o *Excel*, por via de uma folha de cálculo bem concebida e com processos automatizados, permite um aperfeiçoamento dos processos internos de qualquer empresa ou organização, ajuda no aumento da produtividade e reduz os erros humanos (Caldeira, 2010; Alexander e Walkenbach, 2013).

Por último, a escolha por esta ferramenta tem também um cariz de ordem pessoal, uma vez que é o *software* que o investigador se sente mais familiarizado, pois adquiriu conhecimentos relevantes ao longo do respetivo progresso académico no ensino superior, sentindo-se assim mais habilitado para a aplicação do mesmo.

Para a construção do *dashboard* foram seguidas as seguintes etapas apresentadas por Caldeira (2010):

1. No que se reporta à elaboração inicial, foi definido o objetivo principal, consubstanciado na preparação e divulgação de um PR, tendo como público-alvo a população de qualquer Município, sendo que, quanto à informação a inserir no PR foram auscultados os Autarcas e/ou os Responsáveis das Unidades Técnico-Financeiras, por forma a saber a variedade dessa informação;
2. No que respeita à eleição e relacionamento da informação, os indicadores utilizados foram selecionados a partir das entrevistas realizadas previamente, onde foi possível perceber quais aqueles mais relevantes e importantes para os Municípios. Relativamente ao posicionamento e disposição da informação ínsita no mesmo, houve reunião com um profissional em *report* de um Município, tendo sido verificado, numa primeira versão do *dashboard*, que havia demasiada informação numa única folha de cálculo, tendo-se nessa sequência decidido dividir o conteúdo dessa informação em três folhas;
3. Quanto à preparação e monitorização do *dashboard*, estas foram levadas a cabo por via de bases de dados em *Excel* preparadas pelos Municípios, tendo como objetivo conferir a respetiva *performance*.

Para além das etapas referidas anteriormente, foram incluídos ainda *slicers*, linhas cronológicas e macros para proporcionar uma maior interatividade ao utilizador.

O *dashboard* apresentado foi elaborado tendo como ponto de partida informação financeira e não financeira da Câmara Municipal de Lagos. Os gráficos e tabelas que estão refletidos no mesmo foram escolhidos a partir da revisão de literatura que foi analisada, uma vez que é nela que estão expressas as melhores formas de apresentar a informação, que permita uma análise rápida e fácil por parte da população.

### **3.3.2 Preparação do PR nos formatos *website* e PDF**

Para a construção e desenvolvimento do *website* recorreu-se ao programa *Wix*, uma vez que se trata de uma plataforma gratuita e de fácil utilização, onde os utilizadores não necessitam de qualquer conhecimento técnico.

Para além disso, o *Wix* permite criar *websites* exatamente como o utilizador deseja, através de um método que está integrado no mesmo que é o “Arrastar e soltar”, ou seja, basta escolher a imagem, o texto, ou o ícone que se pretende e arrastá-lo para o local que se deseja.

Por fim, para a construção e desenvolvimento do PDF recorreu-se ao programa *Adobe Illustrator CC 2020* uma vez que é aquele que o investigador se sente mais familiarizado e onde tem vindo a adquirir conhecimento.

No que concerne ao *template* e *design* adotados nestes dois formatos, os mesmos foram utilizados de acordo com os aplicados e validados na investigação de Cohen et al. (2017), na sua proposta de PR para os Municípios gregos.

## **3.4 Estudo Quantitativo**

### **3.4.1 Processo de recolha de dados e amostra**

Para a realização desta tarefa aplicou-se, como método de recolha de dados, o inquérito por questionário, o mesmo método aplicado por Cohen *et al.* (2017). Conforme foi descrito na metodologia, este questionário foi dirigido a cidadãos, através da divulgação nas redes sociais (*Facebook* e *LinkedIn*), para além de ter sido também remetido, via correio eletrónico, para as Câmaras Municipais, de forma a obter-se a colaboração, por parte das mesmas, no preenchimento e encaminhamento do questionário aos seus colaboradores.

Por fim e para alcançar este último objetivo específico (Avaliar a satisfação dos cidadãos com o PR implementado nos três formatos), foi preparado o questionário<sup>2</sup>, adaptado à realidade do objetivo geral desta investigação, dos objetivos específicos e da

---

<sup>2</sup> Em Anexo B e C encontram-se o questionário e o correio eletrónico enviado para os Municípios Portugueses, com o pedido de colaboração.

questão a investigar, tendo o mesmo sido, posteriormente, divulgado nas redes sociais, assim como enviado, por correio eletrónico, aos Municípios portugueses, de forma a obter-se também avaliações por parte de Profissionais da Administração Local.

O questionário está dividido em duas partes, sendo a primeira a caracterização sociodemográfica, como é o caso da idade, sexo, habilitações, situação profissional, residência e se o inquirido exerce ou exerceu atividade profissional na Administração Local. No que concerne à segunda parte, a mesma foca-se na avaliação dos três formatos, por via de 15 afirmações que são respondidas através de uma escala de concordância, onde o número 1 significa que o inquirido discorda totalmente da afirmação e o número 5 indica o oposto, que o inquirido concorda totalmente com a mesma.

Com estas 15 afirmações teve-se, posteriormente, a oportunidade de perceber como os inquiridos avaliaram a qualidade da informação, através da integridade e da clareza dos dados, a qualidade do sistema, atendendo à aparência visual, a facilidade de navegação e a usabilidade, a satisfação geral, a imagem do Município e por fim, a lealdade.

É importante frisar que as afirmações acima descritas foram replicadas para os três formatos e que os inquiridos, previamente à avaliação da sua concordância com tais afirmações, foram solicitados primeiramente a analisar o PR nos três formatos. Desta forma, assegurou-se que não foi induzido qualquer viés às perceções dos inquiridos durante o processo de avaliação.

Por último, no questionário é pedido ainda que seja selecionado um formato final para aplicar no Município, sugestões de melhoria do mesmo e periodicidade ideal de divulgação do PR, de forma a analisar se há diferenças entre os Municípios e a população.

Desta forma, consegue-se sugerir aos Municípios portuguesas, um PR adequado, tanto às exigências dos mesmos, como às exigências da população, com a informação, periodicidade e conteúdo adequados para todos.

Importa referir, ainda, que antes da aplicação do questionário este passou por três pré-testes, um realizado por uma Responsável de uma Unidade Técnico-Financeira de uma Câmara Municipal do distrito de Faro, outro por um familiar e um outro por uma pessoa escolhida ao acaso, em espaço público.

Estes pré-testes tiveram como objetivo corrigir erros de interpretação, verificar o tempo de resposta médio, assim como, validar a coerência do mesmo e ter a certeza de que está direcionado para ser respondido por pessoas de vários escalões etários e habilitações literárias. Os resultados evidenciaram pequenas falhas ao nível da escrita e da compreensão que foram devidamente corrigidas, sem necessidade de realizar novo pré-teste. Por exemplo, a afirmação “Estou satisfeito com as informações que encontrei neste formato de apresentação em comparação com as que gostaria de encontrar num *Popular Reporting*”, tinha inicialmente o seguinte teor “As informações que encontrei neste formato de apresentação em comparação com as que gostaria de encontrar num *Popular Reporting* são adequadas”.

### **3.4.2 Técnicas de análise dos dados recolhidos**

Na análise dos dados recolhidos junto dos 308 inquiridos, recorreu-se a técnicas de estatística descritiva e inferencial amplamente utilizadas e com resultados válidos, empregando-se, para o efeito, o IBM SPSS *Statistics* (versão 26) e considerando-se um nível de significância de 0,05.

Tendo por objetivo comparar as avaliações médias dos inquiridos quanto aos três formatos, foi utilizado o teste paramétrico t para duas amostras emparelhadas, que comparam as médias da avaliação em cada par de formatos, tal como realizado por Cohen *et al.* (2017). Adicionalmente, por questões de robustez, realizaram-se os testes não paramétricos de Friedman e de Wilcoxon.

O teste de Friedman tem como objetivo verificar se existem diferenças estatisticamente significativas no conjunto dos três formatos quanto à distribuição da avaliação. Todavia, caso sejam identificadas diferenças significativas, o mesmo teste não nos revela quais os formatos que diferem significativamente uns dos outros, pelo que se torna imprescindível aplicar o teste de Wilcoxon, de forma a comparar a distribuição da avaliação entre formatos, dois a dois.

Relativamente aos resultados do teste de *Wilcoxon* e do teste t, foi utilizada a correção de Bonferroni, uma vez que foram levadas a cabo múltiplas comparações, sendo que para efetuar aquela correção, o nível de significância inicialmente utilizado (0,05) foi dividido pelo número de comparações executadas, passando nessa sequência o mesmo nível a ser:  $0,05 / 3 = 0,017$ .

Por fim, tendo em vista relacionar o género com o formato e a periodicidade do *dashboard*, analisou-se a tabela de contingência, assim como e os resultados do teste de independência do Qui-quadrado e da medida de associação V de Cramer.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 Identificar os indicadores a incluir no PR

Como foi referido anteriormente, o guião da entrevista estava dividido em duas secções, cada uma com apenas uma pergunta. Relativamente à primeira, foi pedido que cada Município ordenasse, por ordem de importância, 12 indicadores, onde o primeiro seria o mais importante e o último o menos importante. Desta forma, conseguindo-se perceber quais são aqueles que, na opinião dos Profissionais em *report*, são necessários, assim como considerados importantes para capacitar e suscitar interesse da população pelos assuntos e temas correntes dos Municípios, indo, nessa senda, ao encontro do primeiro objetivo específico deste trabalho.

Não é demais salientar que a maioria desses indicadores encontram-se à disposição da população nos *websites* ou nos Balcões Virtuais dos Municípios (Informação demográfica do concelho; Informação institucional sobre o Município; Gráficos ou quadros com as principais receitas; Gráficos ou quadros com as principais despesas; Descrição dos principais investimentos; Agenda cultural e desportiva; Informação dos principais contratos e parcerias com outras entidades; Gráficos ou quadros com os principais subsídios e transferências obtidos, por proveniência; Gráficos ou quadros com os principais subsídios e transferências concedidos, por destinatário; Divulgação de locais de interesse), enquanto que outro indicador, mais recentemente, deixou de estar disponível (Montantes e credores das principais dívidas), devido à nova política de proteção de dados. Contudo, tais indicadores estão dispersos em diversos documentos, o que pode tornar a sua pesquisa mais extenuante e cada vez menos interessante.

Na Tabela 4 é possível reparar que existem indicadores com um valor médio muito elevado, o que demonstra que poderão ser indicadores com pouca ou quase nenhuma importância para a população. Os mesmos são “Entrevistas de pessoas proeminentes no concelho”, com uma importância média de 9,8 pontos, o que corrobora com os valores

verificados na investigação de Oliveira (2016) e “Montantes e credores das principais dívidas”, com uma média de 8,5 pontos.

**Tabela 4: Importância dos indicadores**

<b>Indicador</b>	<b>Média</b>	<b>Desvio Padrão</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Mediana</b>	<b>Máximo</b>
Informação demográfica do Concelho	8,1	3,3	1	9,0	12
Informação institucional sobre o Município	7,7	3,7	1	9,5	12
Gráficos ou quadros com as principais despesas	3,5	1,9	1	3,0	8
Gráficos ou quadros com as principais receitas	3,3	2,4	1	2,5	8
Descrição dos principais investimentos	2,3	0,9	1	2,0	4
Montantes e credores das principais dívidas	8,5	2,7	4	8,5	12
Agenda cultural e desportiva	5,1	3,4	1	4,5	11
Informação dos principais contratos e parcerias com outras entidades	7,9	2,6	4	8,5	12
Entrevistas de pessoas proeminentes no concelho	9,8	1,6	7	10,0	12
Gráficos ou quadros com os principais subsídios e transferências obtidos, por proveniência	8,0	2,5	4	8,0	12
Gráficos ou quadros com os principais subsídios e transferências concedidos, por destinatário	6,4	1,6	5	6,0	9
Divulgação de locais de interesse	7,4	2,9	3	7,0	12

Nota: n = 10 observações

Por outro lado, surgem quatro indicadores com média inferior ou relativamente acima de cinco, o que revela que, para os Responsáveis das Unidades Técnico-Financeiras e/ou Autarcas, são indicadores de elevada importância e sobre os quais a população mais procura saber informação/dados, como sejam, “Descrição dos principais investimentos”, “Gráficos ou quadros com as principais receitas”, “Gráficos ou quadros com as principais despesas” e a “Agenda cultural e desportiva”, com médias de 2,3 pontos, 3,3 pontos, 3,5 pontos e 5,1 pontos, respetivamente. Dir-se-á assim que o primeiro (Descrição dos principais investimentos) e o quarto (Agenda cultural e desportiva) indicadores mais importantes vão de encontro aos valores verificados na investigação de Oliveira (2016).

Relativamente à dispersão em torno da média, constata-se que o indicador “Descrição dos principais investimentos” foi o que teve uma média menor e um desvio padrão de 0,9 pontos, o que traduz baixa diversidade de respostas, não deixando qualquer dúvida da sua extrema importância.



## 4.2 Identificação da periodicidade do PR

De forma a atingir o segundo objetivo específico, na segunda pergunta da entrevista, foi questionada aos Municípios qual seria a periodicidade indicada como adequada e até mesmo como relevante para divulgar o PR, uma vez que para além deste Relatório, os mesmos publicam outros instrumentos (e.g., Situação Económica e Financeira e o Controlo Orçamental da Receita), sendo que, nessa sequência, as disponibilidades e o tempo para o produzir, por certo, diferem.

As respostas evidenciam que a maioria dos Municípios tem como preferência a periodicidade trimestral, com seis respostas em dez, enquanto que a periodicidade anual não verificou qualquer resposta (Tabela 5). O valor verificado na periodicidade trimestral vai ao encontro com o que foi obtido na investigação de Oliveira (2016), enquanto que a periodicidade semestral afasta-se um pouco do esperado, uma vez que na referida investigação, esta periodicidade foi a segunda mais escolhida.

**Tabela 5: Periodicidade do *Popular Reporting***

<b>Periodicidade</b>	<b>Contagem</b>
Mensal	3
Trimestral	6
Semestral	1
Anual	0

Nota: n = 10 observações

Os resultados obtidos, são, na sua generalidade, os mais esperados, uma vez que: i) primeiro, e tendo como exemplo a periodicidade mensal, o PR não teria muito conteúdo e informação nova para apresentar aos cidadãos; ii) segundo, e ao contrário, a periodicidade anual teria informação e conteúdo em demasia, o que tornaria o PR num relatório extenso, não cumprindo assim os objetivos preconizados para o mesmo. Destarte, o que seria de esperar, era que os Municípios se focassem mais na periodicidade trimestral e semestral, tal como se confirmou, apenas em parte.

## 4.3 Apresentação do PR

### 4.3.1 No formato *dashboard*

O *dashboard* está dividido em três folhas de cálculo que estão interligadas através de macros. Na primeira folha de cálculo (Figura 1) está apresentada a informação da receita e da despesa, total e desagregada por rúbricas. De forma a permitir a comparação com outros anos e trimestres, estão também presentes linhas cronológicas anuais e trimestrais, o que eleva assim a interatividade que esta ferramenta de *reporting* detém.

Na segunda e terceira folhas de cálculo estão presentes a agenda cultural e os principais investimentos, respetivamente. Quanto à folha relativa à agenda cultural (Figura 2), a mesma tem uma linha cronológica mensal e uma segmentação de dados, o que permite selecionar o tipo de evento que o possível cidadão tem interesse (e.g., desporto, cinema, ambiente e música). No que concerne à folha dos principais investimentos (Figura 3), a mesma contém uma segmentação de dados que proporciona apenas a visualização dos investimentos e das despesas referentes à rúbrica que se pretende (e.g., educação, reabilitação, infraestruturas, iluminação pública).

Figura 1: PR em *dashbord* (Receita e Despesa)

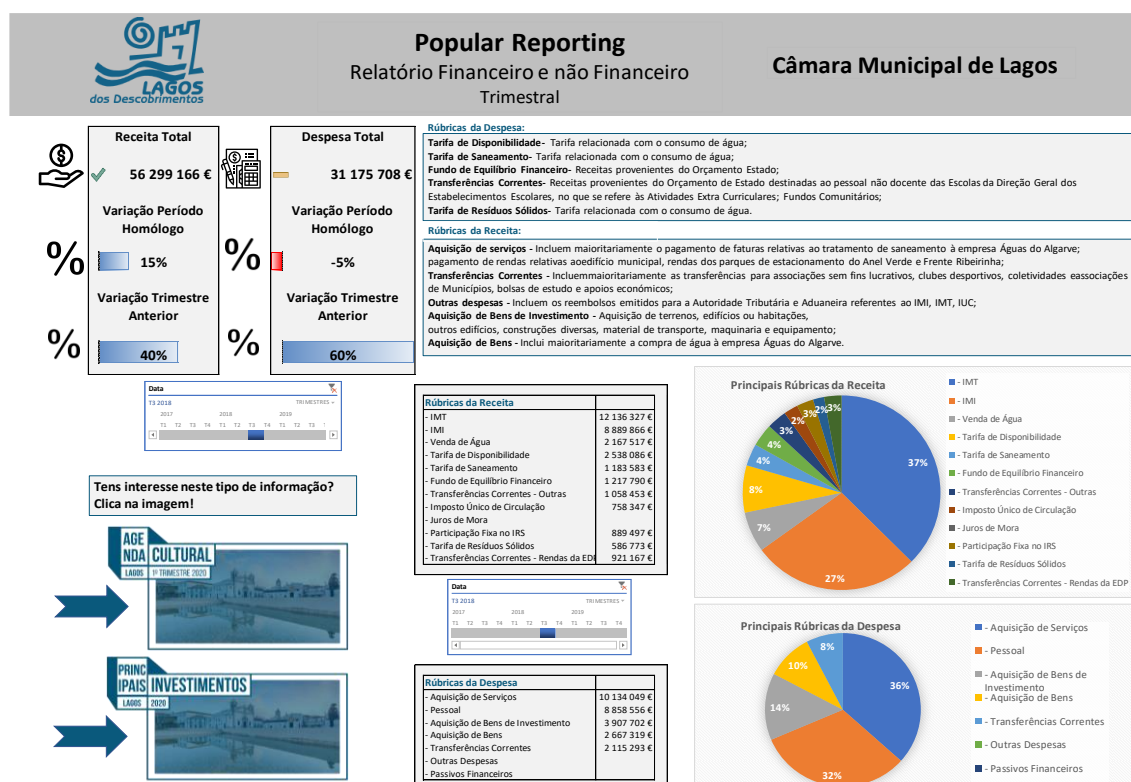



Figura 2: PR em *dashbord* (Agenda Cultural)



## Popular Reporting

Relatório Financeiro e não Financeiro  
Trimestral

Agenda Cultural

Câmara Municipal de Lagos

Designação	Data	Hora	Local
XX Festival da Cidade	15 de fevereiro de 2020	21h30	Centro Cultural
Workshop "Palavra e Movimento"	22 de fevereiro de 2020	11h00	Centro Cultural
Festa do Atletismo do Agrupamento de Escolas Júlio Dantas	5 de fevereiro de 2020	8h00	Pista de Atletismo Carlos Cabral
Exibição do Filme Documentário "Mar de Sines", de Diogo Vilhena	1 de fevereiro de 2020	15h00	Biblioteca Municipal
Desfile de Carnaval Infantil	21 de fevereiro de 2020	10h00	Praça Principal
25ª Corta-Mato da Cidade	9 de fevereiro de 2020	9h30	Mata Nacional
1ª Trail da Ponta da Piedade	23 de fevereiro de 2020	9h00	Percurso: Porto de Mós-Ponta da Piedade

**Data**

fev 2020 MESES

2020

JAN FEB MAR ABR MAI JUN JUL AGO

**Rúbrica**

- Desporto
- Evento
- Leitura
- Turismo
- Ambiente
- Cinema
- Entretenimento
- Música

Voltar à Informação Financeira.  
Clica na Imagem!




Figura 3: PR em *dashbord* (Investimentos)



## Popular Reporting

Relatório Financeiro e não Financeiro  
Trimestral

Principais Investimentos

Câmara Municipal de Lagos

Designação do Investimento	Despesa em 2020
Construção da Escola Básica do 1º Ciclo com Jardim-de-Infância - Vila da Luz - inclui equipamento	1 560 000,00 €
Estrutura verde municipal - Conservação e manutenção de espaços Verdes - Inclui equipamento	527 000,00 €
Limpeza Urbana	1 765 000,00 €
Maquinaria e equipamento diverso - inclui grandes reparações	930 000,00 €
Programa Reordenamento da Rede de Escolas	357 500,00 €
Reabilitação do Parque Habitacional Municipal - Chinicato e Bensafrim	450 000,00 €
Refeições Escolares	484 155,00 €



Voltar à Informação Financeira.  
Clica na Imagem!

**Rúbrica**

- Ambiente
- Aquisições e Reparções
- Cultura
- Educação
- Habituação
- Iluminação Pública
- Infraestruturas
- Reabilitação



### **4.3.2 No formato PDF**

O formato PDF está dividido em cinco páginas, incluindo aquela que contém a capa (Figura 4). Por sua vez, cada indicador financeiro e não financeiro tem a sua página própria.

A segunda página (Figura 5) expressa a receita do trimestre, contendo a informação sobre a receita total, sobre a variação com o período homólogo, assim como sobre a receita desagregada por rúbricas, sendo que a final procede-se à definição de algumas dessas rúbricas.

Na terceira página (Figura 6) aparece a despesa do trimestre, onde é possível verificar informação sobre a despesa total, assim como a variação com o período homólogo e a despesa desagregada por rúbricas. Também esta página contém definição de algumas rúbricas de difícil compreensão.

A quarta e quinta página compreendem a Agenda Cultural do trimestre e os principais investimentos para o ano civil, para além da despesa esperada para o mesmo período (Figura 7 e Figura 8, respetivamente).

Figura 4: PR em PDF (capa)



Figura 5: PR em PDF (Receitas)

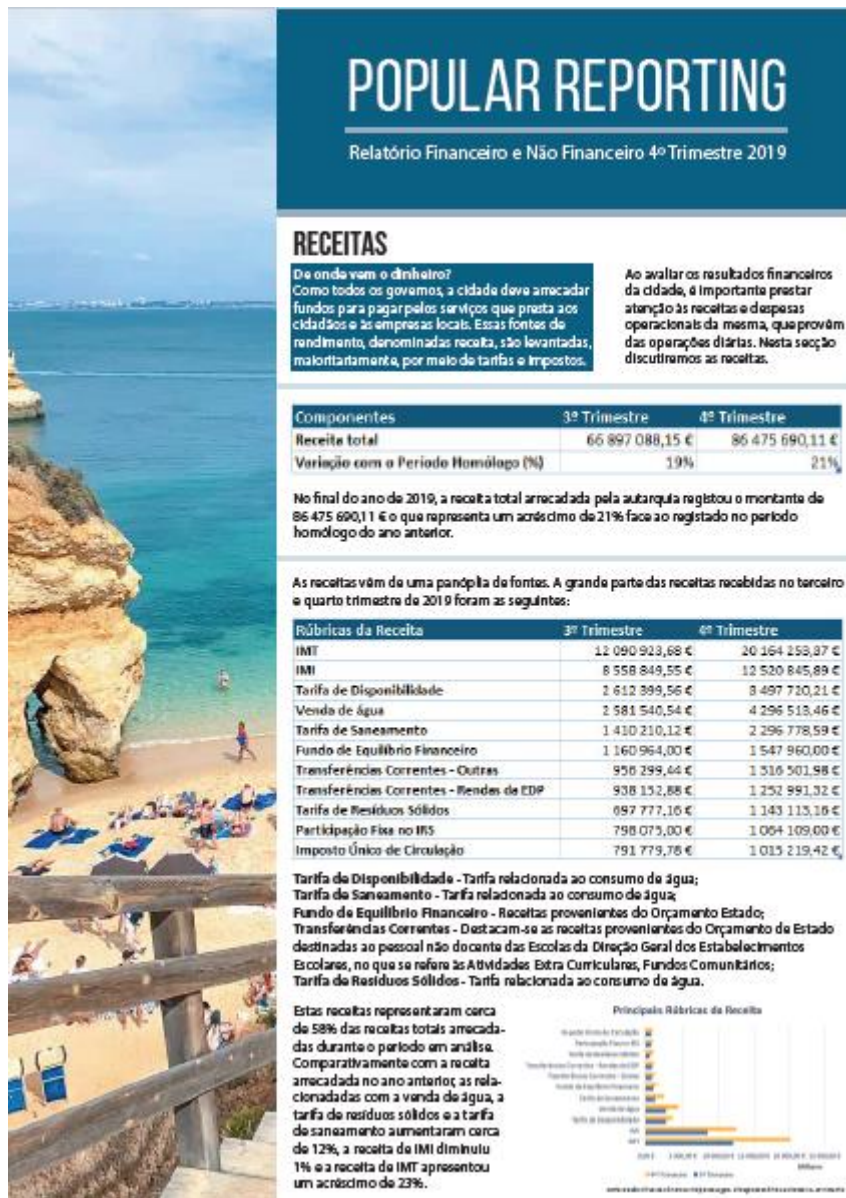




Figura 6: PR em PDF (Despesas)

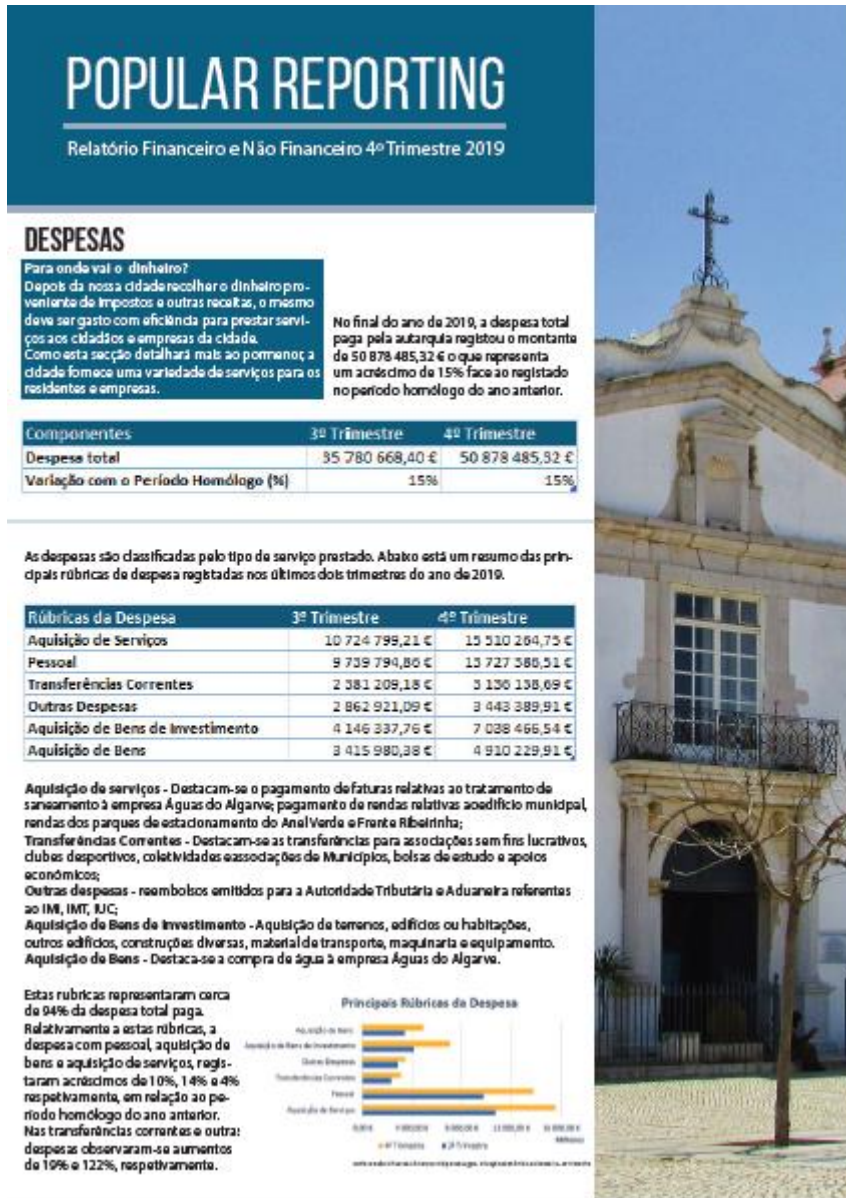


Figura 7: PR em PDF (Agenda Cultural)



## JANEIRO

**Dia 25 às 15h00**  
Debate "Água e Sociedade - Desafios para a Sustentabilidade do Algarve"  
Local: Auditório Municipal

**Dia 25 às 16h00**  
"De Cor e Salteado", com Pedro Seromenho  
Local: Biblioteca Municipal

**Dia 26 às 10h00**  
Prova de Apuramento Nacional Vela - Classe 420  
Local: Cais da Cidade

**Dia 28 às 21h00**  
Gala do Desporto  
Local: Biblioteca Municipal

**Dia 05 às 8h00**  
Festa do Atletismo do Agrupamento de Escolas Júlio Dantas  
Local: Pista de Atletismo Carlos Cabral

**Dia 09 às 9h30**  
25ª Corta-Mato da Cidade  
Local: Mata Nacional

**Dia 15 às 21h30**  
XX Festival da Cidade  
Local: Centro Cultural

**Dia 21 às 10h00**  
Desfile de Carnaval Infantil  
Local: Praça Principal

**Dia 22 às 11h00**  
Workshop "Palavra e Movimento"  
Local: Centro Cultural

**Dia 23 às 9h00**  
1ª Trail da Ponta da Piedade  
Local: Percurso: Porto de Més-Ponta da Piedade

**Dia 29 às 21h30**  
Espetáculo de Wesley Seme  
Local: Centro Cultural

## MARÇO

**Dia 01 às 8h00**  
Marcha e Corrida  
Local: Parque Urbano da Cidade

**Dia 05 às 17h00**  
Encontro de 5ª Feira  
Local: Biblioteca Municipal

**Dia 06 às 16h30**  
Ação de Dinamização Cultural e Turística "Preparar o Amanhã"  
Local: Auditório Municipal

**Dia 07 às 10h00**  
Formação "A Leitura em Voz Alta" com Cristina Palva  
Local: Biblioteca Municipal

**Dia 08 às 09h00**  
18º Granda Prémio de Atletismo de Odôxera  
Local: Vila de Odôxera

**Dia 11 às 10h00**  
XXXVII Algarve Cup  
Local: Estádio Municipal





Figura 8: PR em PDF (Investimentos)



### 4.3.3 No formato *website*

O formato *website* está dividido em cinco separadores, incluindo o primeiro deles a capa (Figura 9). De forma a escolher qual o tipo de informação financeira e não financeira de que se deseja obter conhecimento, foi colocada uma barra horizontal no topo de cada separador, com o nome dos quatro indicadores, com o intuito de também assim tornar a pesquisa mais rápida por parte do utilizador.

No que toca à informação contida nos referidos separadores, a mesma corresponde precisamente àquela expressa em cada uma das páginas do PDF.

De todo o modo, apresentam-se imagens referentes a cada um dos separadores: Receitas (Figura 10 e 11), despesas (Figura 12 e 13), agenda cultural (Figura 14 e 15) e principais investimentos (Figura 16, 17 e 18).

**Figura 9: PR em website (Capa)**



Figura 10: PR em *website* (Receita) (1)



Figura 11: PR em *website* (Receita) (2)



Figura 12: PR em *website* (Despesa) (1)



Figura 13: PR em *website* (Despesa) (2)

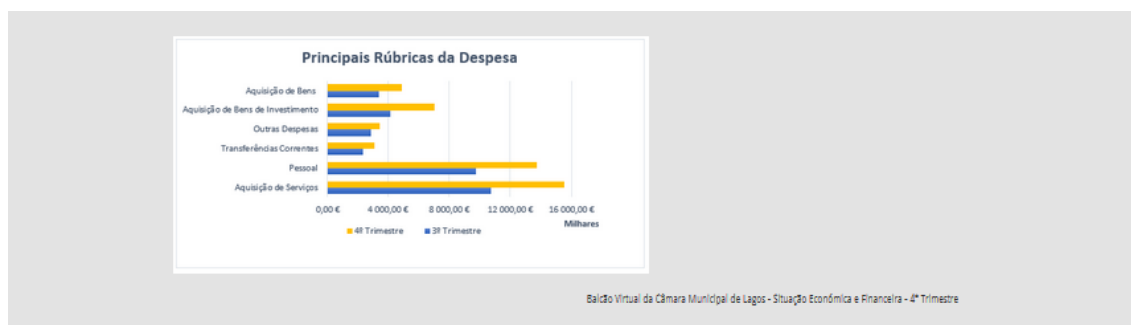


Figura 14: PR em *website* (Agenda Cultural) (1)

The screenshot shows the top navigation bar of the website. On the left is the logo for 'LAGOS dos Descobrimentos'. In the center, it says 'Popular Reporting' and 'Relatório Financeiro e não Financeiro'. On the right, it indicates '4º Trimestre 2019' and 'Câmara Municipal de Lagos'. Below this is a horizontal menu with options: 'Início', 'Receitas', 'Despesas', 'Agenda Cultural', and 'Investimentos'. The main content area is titled 'Agenda Cultural 1º Trimestre 2020' and is organized into three columns for the months of January, February, and March. Each month's column contains a list of events with their dates, times, descriptions, and locations.

Janeiro	Fevereiro	Março
<p><b>Dia 25 às 15h00</b> Debate "Água e Sociedade - Desafios para a Sustentabilidade do Algarve" <b>Local:</b> Auditório Municipal</p>	<p><b>Dia 01 às 15h00</b> Exibição do Filme Documentário "Mar de Sines", de Diogo Vilhena <b>Local:</b> Biblioteca Municipal</p>	<p><b>Dia 01 às 8h00</b> Marcha e Corrida <b>Local:</b> Parque Urbano da Cidade</p>
<p><b>Dia 25 às 16h00</b> "De Cor e Salteado", com Pedro Seromenho <b>Local:</b> Biblioteca Municipal</p>	<p><b>Dia 01 às 21h30</b> "Vou Ficar", com Dário Guerreiro <b>Local:</b> Centro Cultural</p>	<p><b>Dia 05 às 17h00</b> Encontro de 5ª Feira <b>Local:</b> Biblioteca Municipal</p>
<p><b>Dia 26 às 10h00</b> Prova de Apuramento Nacional Vela - Classe 420 <b>Local:</b> Cais da Cidade</p>	<p><b>Dia 05 às 8h00</b> Festa do Atletismo do Agrupamento de Escolas Júlio Dantas <b>Local:</b> Pista de Atletismo Carlos Cabral</p>	<p><b>Dia 06 às 16h30</b> Ação de Dinamização Cultural e Turística "Preparar o Amanhã" <b>Local:</b> Auditório Municipal</p>

Figura 15: PR em *website* (Agenda Cultural) (2)

This screenshot continues the cultural agenda from the previous one, showing events for February and March. The layout is consistent with the previous image, with events listed in columns for each month.

<p><b>Dia 28 às 21h00</b> Gala do Desporto <b>Local:</b> Biblioteca Municipal</p>	<p><b>Dia 09 às 9h30</b> 25º Corta-Mato da Cidade <b>Local:</b> Mata Nacional</p>	<p><b>Dia 07 às 10h00</b> Formação "A Leitura em Voz Alta" com Cristina Paiva <b>Local:</b> Biblioteca Municipal</p>
	<p><b>Dia 15 às 21h30</b> XX Festival da Cidade <b>Local:</b> Centro Cultural</p>	<p><b>Dia 08 às 09h00</b> 18º Grande Prémio de Atletismo de Odiáxere <b>Local:</b> Vila de Odiáxere</p>
	<p><b>Dia 21 às 10h00</b> Desfile de Carnaval Infantil <b>Local:</b> Praça Principal</p>	<p><b>Dia 11 às 10h00</b> XXVII Algarve Cup <b>Local:</b> Estádio Municipal</p>
	<p><b>Dia 22 às 11h00</b> Workshop "Palavra e Movimento" <b>Local:</b> Centro Cultural</p>	
	<p><b>Dia 23 às 9h00</b> 1º Trail da Ponta da Piedade <b>Local:</b> Percurso: Porto de Mós-Ponta da Piedade</p>	
	<p><b>Dia 29 às 21h30</b> Espetáculo de Wesley Seme <b>Local:</b> Centro Cultural</p>	

Figura 16: PR em *website* (Investimentos) (1)

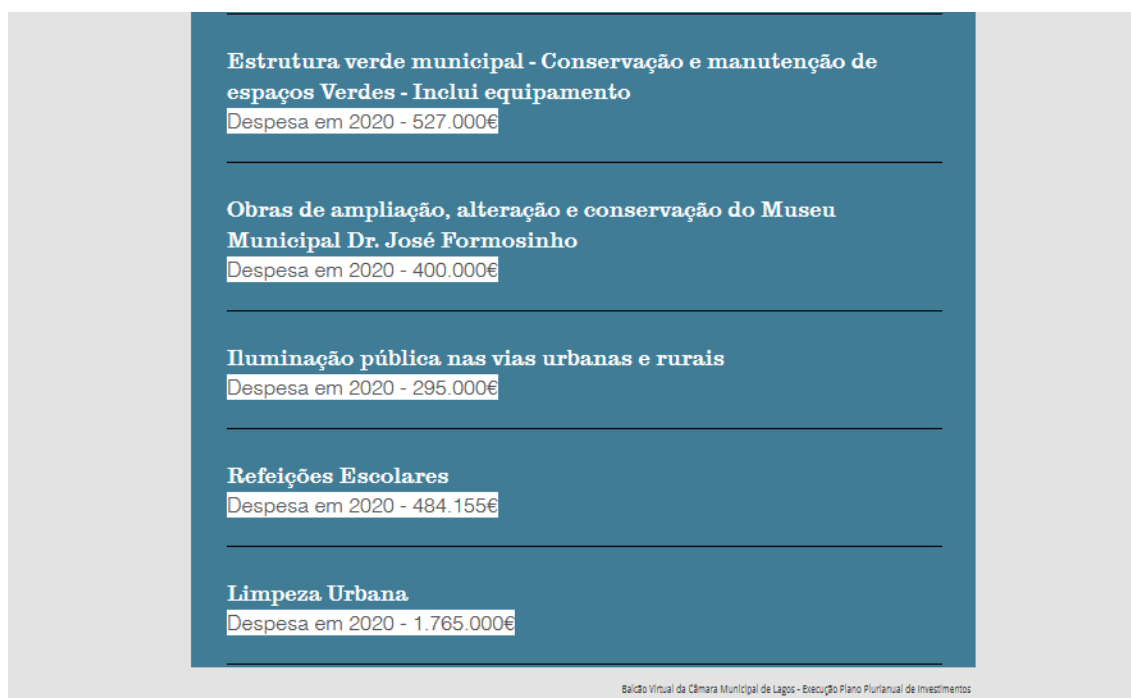


Figura 17: PR em *website* (Investimentos) (2)





**Figura 18: PR em *website* (Investimentos) (3)**



#### **4.4 Avaliar a satisfação dos cidadãos com o PR implementado nos três formatos**

Como já foi referido anteriormente, este questionário foi efetuado de forma aleatória, tendo sido divulgado nas redes sociais *Facebook* e *LinkedIn*, assim como remetido, via correio eletrónico, para alguns Municípios de Portugal continental, com o respetivo pedido de colaboração.

##### **4.4.1 Caracterização da amostra**

Como está representado na tabela 6, a amostra de 308 inquiridos caracteriza-se por ser essencialmente do sexo feminino (58,1%) com idades distribuídas por vários escalões etários, onde o maioritário, com 27,3%, a variar entre os 18 e os 25 anos e 24,7% entre os 36 e os 45 anos. No que concerne à residência, os valores mais altos distribuíram-se por três regiões, 27,9% no Algarve, exceto Lagos, 26,3% em Lisboa e Vale do Tejo e 24,4% na região de Lagos. Já no que respeita às habilitações destaca-se que a maioria, (58,8%) tem ensino superior.

Quanto à atividade profissional, destaca-se que a maioria (59,1%) é trabalhador por conta de outrem e que 21,1% são estudantes. Serve de destaque que um em cada três inquiridos exerce ou exerceu funções na Administração Local, o que revela que alguns Municípios acederam ao pedido de colaboração e que, por certo, entenderam como interessante o tema e o propósito desta investigação, o que nos congratula, porque era esse o propósito da mesma.



**Tabela 6: Caracterização sócio demográfica dos inquiridos**

Características	Inquiridos	%
<b>Sexo</b>		
Feminino	179	58,1
Masculino	129	41,9
<b>Escalão Etário</b>		
<18 anos	1	0,3
Entre 18 e 25 anos	84	27,3
Entre 26 e 35 anos	64	20,8
Entre 36 e 45 anos	76	24,7
Entre 46 e 55 anos	60	19,5
Entre 56 e 65 anos	19	6,2
Mais de 65 anos	4	1,3
<b>Habilitações</b>		
Sem Ensino Básico completo	2	0,6
Ensino Básico completo (9º ano)	9	2,9
Ensino Secundário completo (12º ano)	116	37,7
Ensino Superior	181	58,8
<b>Situação Profissional</b>		
Desempregado	10	3,2
Estudante	65	21,1
Outra	1	0,3
Reformado	6	1,9
Trabalhador estudante	15	4,9
Trabalhador por conta de outrem	182	59,1
Trabalhador por conta própria	29	9,4
<b>Exerce (eu) funções na Administração Local?</b>		
Não	198	64,3
Sim	110	35,7
<b>Residência</b>		
Alentejo	14	4,5
Algarve, excluindo Lagos	86	27,9
Centro	26	8,4
Lagos (Algarve)	75	24,4
Lisboa e Vale do Tejo	81	26,3
Norte	22	7,1
Regiões Autónomas dos Açores ou da Madeira	4	1,3

**Nota: Inquiridos = 308**

#### 4.4.2 Avaliação dos três formatos de PR

No que diz respeito à segunda parte do questionário, onde foi levada a cabo a avaliação dos três formatos do PR, através de quinze afirmações, em que os inquiridos tinham de indicar, de acordo com uma escala tipo *Likert* (1- discordo totalmente e 5- concordo totalmente), a respetiva concordância com as afirmações, os resultados são apresentados segundo as hipóteses de investigação definidas.

Quanto à “integridade da informação” nos diversos formatos do PR, a tabela 7 revela que o *dashboard* é o formato com melhor média de concordância, isto é, com 3,94 pontos, enquanto que o formato PDF é aquele que tem a média mais baixa, 3,57 pontos. Comparativamente, não é verificada uma discrepância assinalável entre as médias obtidas nos três formatos, uma vez que a distribuição das respostas à afirmação rondou aquelas duas médias.

Aplicando o teste paramétrico, teste t, a hipótese nula é rejeitada ( $p < 0,001$ ) para cada teste, o que reforça que, no que toca à integridade da informação, há diferenças estatisticamente significativas entre os três formatos, conclusão esta corroborada pelos resultados dos testes não paramétricos.

**Tabela 7: Distribuição da concordância com a integridade da informação para cada formato**

Formato	Média	D.P	Mín	P25	Mediana	P75	Máx	Teste t	Wilcoxon
<b>Este formato de apresentação garante a integridade da informação. Friedman: <math>\chi(2) = 72,407</math>; <math>p &lt; 0,001</math></b>									
1 - Dashboard	3,94	0,79	1	3,0	4,0	4,0	5	1 e 2 - $t(307) = 6,573$ ; $p < 0,001$	$z = -6,240$ ; $p < 0,001$
2 - PDF	3,57	0,75	1	3,0	4,0	4,0	5	1 e 3 - $t(307) = 4,398$ ; $p < 0,001$	$z = -4,665$ ; $p < 0,001$
3 - Website	3,70	0,70	1	3,0	4,0	4,0	5	2 e 3 - $t(307) = -3,695$ ; $p < 0,001$	$z = -3,557$ ; $p < 0,001$

Nota: Inquiridos = 308; Escala de cordância (1 - Discordo totalmente; 5 - Concorde totalmente)

A respeito da “clareza da informação” insita nos três formatos e expressa na tabela 8, aquele formato com melhor média nas duas afirmações foi o *dashboard*, a qual situa-se entre 3,98 e 3,93 pontos, enquanto que o PDF foi, novamente, o formato com piores médias, ou seja, 3,57 e 3,56 pontos. Empregando-se o teste paramétrico e os testes não paramétricos, verificou-se que todos eles rejeitaram a hipótese nula ( $p < 0,001$ ), o que evidencia, mais uma vez, a existência de diferenças estatisticamente significativas entre os três pares de formatos.

**Tabela 8: Distribuição da concordância com a clareza da informação para cada formato**

Formato	Média	D.P	Mín	P25	Mediana	P75	Máx	Teste t	Wilcoxon
<b>Estou satisfeito com as informações que encontrei neste formato de apresentação em comparação com as que gostaria de encontrar num Popular Reporting. Friedman: <math>\chi (2)= 87,655</math>; <math>p&lt;0,001</math></b>									
1 - Dashboard	3,98	0,83	1	3,0	4,0	5,0	5	1 e 2 - $t(307) = 7,131$ ; $p<0,001$	$z = -6,553$ ; $p<0,001$
2 - PDF	3,57	0,79	1	3,0	4,0	4,0	5	1 e 3 - $t(307) = 4,508$ ; $p<0,001$	$z = -5,067$ ; $p<0,001$
3 - Website	3,73	0,71	1	3,0	4,0	4,0	5	2 e 3 - $t(307) = -4,176$ ; $p<0,001$	$z = -3,966$ ; $p<0,001$
<b>Neste formato a informação é apresentada de forma clara. Friedman: <math>\chi (2)= 70,007</math>; <math>p&lt;0,001</math></b>									
1 - Dashboard	3,93	0,86	1	3,0	4,0	5,0	5	1 e 2 - $t(307) = 5,817$ ; $p<0,001$	$z = -5,695$ ; $p<0,001$
2 - PDF	3,56	0,85	1	3,0	3,5	4,0	5	1 e 3 - $t(307) = 3,655$ ; $p<0,001$	$z = -4,475$ ; $p<0,001$
3 - Website	3,71	0,75	1	3,0	4,0	4,0	5	2 e 3 - $t(307) = -3,812$ ; $p<0,001$	$z = -3,617$ ; $p<0,001$

Nota: Inquiridos = 308; Escala de cordância (1 - Discordo totalmente; 5 - Concordo totalmente)

Quanto à “aparência visual” dos três formatos, a tabela 9 confirma de novo a preferência dos inquiridos pelo *dashboard*, com a média de 3,96 pontos, sendo o formato PDF aquele com menor média, 3,78 pontos. A mesma tabela expressa igualmente que existem diferenças estatisticamente significativas entre os formatos, uma vez que a hipótese nula é rejeitada, tanto no teste t ( $p\leq 0,017$ ), como no de Wilcoxon ( $p<0,001$ ).

**Tabela 9: Distribuição da concordância com a aparência visual para cada formato**

Formato	Média	D.P	Mín	P25	Mediana	P75	Máx	Teste t	Wilcoxon
<b>A aparência visual neste formato de apresentação é adequada. Friedman: <math>\chi (2)= 72,058</math>; <math>p&lt;0,001</math></b>									
1 - Dashboard	3,96	0,89	1	3,0	4,0	5,0	5	1 e 2 - $t(307) = 6,551$ ; $p<0,001$	$z = -6,210$ ; $p<0,001$
2 - PDF	3,55	0,80	1	3,0	3,0	4,0	5	1 e 3 - $t(307) = 2,939$ ; $p=0,004$	$z = -3,646$ ; $p<0,001$
3 - Website	3,78	0,76	1	3,0	4,0	4,0	5	2 e 3 - $t(307) = -5,886$ ; $p<0,001$	$z = -5,565$ ; $p<0,001$

Nota: Inquiridos = 308; Escala de cordância (1 - Discordo totalmente; 5 - Concordo totalmente)

A tabela 10 referente à “facilidade de navegação” nos formatos apresentados indica que aquele com maior média nas duas afirmações é o *dashboard*, com 3,94 e 3,93 pontos, seguindo-se do *website* com médias de 3,76 e 3,77 pontos e por fim o PDF com 3,48 e 3,50 pontos.

No que se refere à comparação entre formatos, mormente quanto à facilidade de navegação, ambos os testes, paramétricos e não paramétricos, confirmam a existência de diferenças estatisticamente significativas entre os mesmos, dado que o teste t e o teste de Wilcoxon apresentam  $p\leq 0,017$ .

**Tabela 10: Distribuição da concordância com a facilidade de navegação para cada formato**

Formato	Média	D.P	Min	P25	Mediana	P75	Máx	Teste t	Wilcoxon
<b>É rápido encontrar as informações desejadas neste formato de apresentação. Friedman: <math>\chi (2) = 81,293</math>;</b>									
<b>p&lt;0,001</b>									
1 - Dashboard	3,94	0,86	1	3,0	4,0	5,0	5	1 e 2 - t(307) = 7,520; p<0,001	z = -6,936; p<0,001
2 - PDF	3,48	0,79	1	3,0	3,0	4,0	5	1 e 3 - t(307) = 3,159; p=0,002	z = -3,781; p<0,001
3 - Website	3,76	0,76	1	3,0	4,0	4,0	5	2 e 3 - t(307) = -5,974; p<0,001	z = -5,689; p<0,001
<b>É fácil encontrar as informações desejadas neste formato de apresentação. Friedman: <math>\chi (2) = 87,949</math>;</b>									
<b>p&lt;0,001</b>									
1 - Dashboard	3,93	0,85	1	3,0	4,0	5,0	5	1 e 2 - t(307) = 7,206; p<0,001	z = -6,969; p<0,001
2 - PDF	3,50	0,78	1	3,0	3,0	4,0	5	1 e 3 - t(307) = 2,660; p=0,008	z = -3,347; p<0,001
3 - Website	3,77	0,74	1	3,0	4,0	4,0	5	2 e 3 - t(307) = -6,894; p<0,001	z = -6,397; p<0,001

Nota: Inquiridos = 308; Escala de cordância (1 - Discordo totalmente; 5 - Concordo totalmente)

No que diz respeito ao “nível de usabilidade” dos três formatos, a tabela 11 indica que o formato que apresenta maior média é o *dashbord*, que ronda 4,07 pontos na categoria de “interatividade” e 3,94 pontos na “compreensão da informação”. Por outro lado, o PDF é o formato que, novamente, expressa os valores mais baixos, onde a maior média surge na “linguagem utilizada”, com 3,68 pontos e a menor no “nível de interatividade”, com 3,06 pontos.

No que concerne à comparação entre formatos, tanto o teste t, como os testes de Wilcoxon e de Friedman, revelam que existem diferenças estatisticamente significativas entre formatos, em todas as cinco categorias de usabilidade, visto que os dois primeiros testes apresentam  $p \leq 0,017$  e o último  $p < 0,001$ .

**Tabela 11: Distribuição da concordância com o nível de usabilidade para cada formato**

Formato	Média	D.P	Min	P25	Mediana	P75	Máx	Teste t	Wilcoxon
<b>As informações apresentadas são compreensíveis neste formato de apresentação. Friedman: <math>\chi (2)= 67,280</math>; <math>p&lt;0,001</math></b>									
1 - Dashboard	3,94	0,83	1	3	4	5	5	1 e 2 - t(307) = 6,110; p<0,001	z = -5,977; p<0,001
2 - PDF	3,58	0,80	1	3	4	4	5	1 e 3 - t(307) = 3,185; p=0,002	z = -3,685; p<0,001
3 - Website	3,77	0,74	1	3	4	4	5	2 e 3 - t(307) = -5,066; p<0,001	z = -4,862; p<0,001
<b>Sinto-me confortável a utilizar este formato de apresentação. Friedman: <math>\chi (2)= 44,929</math>; p&lt;0,001</b>									
1 - Dashboard	3,96	0,82	1	3	4	5	5	1 e 2 - t(307) = 5,029; p<0,001	z = -5,174; p<0,001
2 - PDF	3,66	0,88	1	3	4	4	5	1 e 3 - t(307) = 2,673; p=0,008	z = -3,296; p<0,001
3 - Website	3,82	0,78	1	3	4	4	5	2 e 3 - t(307) = -3,906; p<0,001	z = -3,804; p<0,001
<b>A linguagem utilizada neste formato de apresentação é clara e concisa. Friedman: <math>\chi (2)= 62,827</math>; p&lt;0,001</b>									
1 - Dashboard	4,00	0,83	1	4	4	5	5	1 e 2 - t(307) = 5,839; p<0,001	z = -5,745; p<0,001
2 - PDF	3,68	0,80	1	3	4	4	5	1 e 3 - t(307) = 3,455; p<0,001	z = -3,958; p<0,001
3 - Website	3,82	0,73	1	3	4	4	5	2 e 3 - t(307) = -4,230; p<0,001	z = -4,076; p<0,001
<b>O nível de interatividade neste formato de visualização é adequado. Friedman: <math>\chi (2)= 220,276</math>; p&lt;0,001</b>									
1 - Dashboard	4,07	0,83	1	4	4	5	5	1 e 2 - t(307) = 14,337; p<0,001	z = -11,086; p<0,001
2 - PDF	3,06	0,93	1	3	3	4	5	1 e 3 - t(307) = 7,989; p<0,001	z = -7,837; p<0,001
3 - Website	3,56	0,79	1	3	3	4	5	2 e 3 - t(307) = -10,229; p<0,001	z = -9,023; p<0,001
<b>O nível de usabilidade neste formato de visualização é adequado. Friedman: <math>\chi (2)= 92,476</math>; p&lt;0,001</b>									
1 - Dashboard	3,96	0,86	1	3	4	5	5	1 e 2 - t(307) = 7,249; p<0,001	z = -6,783; p<0,001
2 - PDF	3,53	0,77	1	3	4	4	5	1 e 3 - t(307) = 3,583; p<0,001	z = -4,177; p<0,001
3 - Website	3,76	0,73	1	3	4	4	5	2 e 3 - t(307) = -6,127; p<0,001	z = -5,638; p<0,001

Nota: Inquiridos = 308; Escala de cordância (1 - Discordo totalmente; 5 - Concordo totalmente)

A tabela 12 expõe os resultados obtidos referentes à “satisfação geral” nos três formatos, verificando-se que os inquiridos revelam sentir-se mais satisfeitos com o *dashboard*, seguindo-se o *website* e por último o PDF, com médias de 3,95 , 3,79 e 3,60 pontos, respetivamente.

Especificamente quanto à comparação entre formatos, é de realçar as diferenças estatisticamente significativas entre todos os pares dos mesmos, conforme é dado a verificar tanto nos testes paramétricos, como nos testes não paramétricos, o que revela uma maior satisfação geral dos inquiridos no uso do *dashboard*.

**Tabela 12: Distribuição da concordância com a satisfação geral para cada formato**

Formato	Média	D.P	Mín	P25	Mediana	P75	Máx	Teste t	Wilcoxon
<b>Sinto-me satisfeito com este formato de apresentação. Friedman: <math>\chi (2)= 81,163</math>; <math>p&lt;0,001</math></b>									
1 - Dashboard	3,95	0,89	1	3,0	4,0	5,0	5	1 e 2 - $t(307) = 5,815$ ; $p<0,001$	$z = -5,712$ ; $p<0,001$
2 - PDF	3,60	0,79	1	3,0	4,0	4,0	5	1 e 3 - $t(307) = 2,700$ ; $p=0,007$	$z = -3,466$ ; $p<0,001$
3 - Website	3,79	0,73	1	3,0	4,0	4,0	5	2 e 3 - $t(307) = -5,288$ ; $p<0,001$	$z = -5,016$ ; $p<0,001$

Nota: Inquiridos = 308; Escala de cordância (1 - Discordo totalmente; 5 - Concordo totalmente)

No que toca à “perceção do cidadão quanto à imagem da autarquia”, a tabela 13 demonstra que o formato que tem média mais alta é o *dashboard*, seguido do *website* e por fim do PDF, com 3,91 , 3,80 e 3,65 pontos, respetivamente.

Relativamente à comparação entre formatos, através do teste paramétrico é dado a observar que existem diferenças estatisticamente significativas entre o *dashboard* e o PDF e entre o *website* e o PDF, uma vez que  $p<0,001$ . Contudo e segundo o mesmo teste, é de realçar que não existem diferenças estatisticamente significativas entre o *dashboard* e o *website*, visto que  $p>0,017$  (segundo a correção de Bonferroni). Por sua vez, após a aplicação dos testes não paramétricos, estes revelam que existem diferenças estatisticamente significativas entre os três pares de formatos, quanto à “imagem da autarquia”.

**Tabela 13: Distribuição da concordância com a perceção do cidadão quanto à imagem da autarquia para cada formato**

Formato	Média	D.P	Mín	P25	Mediana	P75	Máx	Teste t	Wilcoxon
<b>A imagem da Autarquia de Lagos é compreensível através deste formato de apresentação. Friedman: <math>\chi (2)= 48,218</math>; <math>p&lt;0,001</math></b>									
1 - Dashboard	3,91	0,88	1	3,0	4,0	5,0	5	1 e 2 - $t(307) = 4,563$ ; $p<0,001$	$z = -4,488$ ; $p<0,001$
2 - PDF	3,65	0,83	1	3,0	4,0	4,0	5	1 e 3 - $t(307) = 1,879$ ; $p=0,061$	$z = -2,463$ ; $p=0,014$
3 - Website	3,80	0,78	1	3,0	4,0	4,0	5	2 e 3 - $t(307) = -4,396$ ; $p<0,001$	$z = -4,285$ ; $p<0,001$

Nota: Inquiridos = 308; Escala de cordância (1 - Discordo totalmente; 5 - Concordo totalmente)

Por fim e atendendo à última hipótese que diz respeito à “perceção do cidadão quanto à lealdade entre os três diferentes formatos”, na tabela 14 é possível observar que, mais uma vez, o *dashboard* é o formato que tem maior média nas duas afirmações, enquanto que o PDF mostra ser o formato com pior média nas mesmas.

Aplicando-se os testes paramétricos e não paramétricos para a comparação de formatos, repara-se que através dos primeiros testes e no que toca à primeira afirmação “Recomendarei este formato de apresentação a outras pessoas”, a hipótese nula não foi rejeitada quando comparando o *dashboard* com o *website* ( $p > 0,017$ ), o que por si só revela que não existem diferenças estatisticamente significativas entre estes dois formatos. No entanto e contrariamente, por meio dos testes não paramétricos, existem diferenças estatisticamente significativas entre os dois formatos.

Acerca da segunda afirmação “Tenho intenção de continuar a usar este formato de apresentação”, tantos os testes paramétricos, como os não paramétricos, mostram que existem diferenças estatisticamente significativas entre os três pares de formatos.

**Tabela 14: Distribuição da concordância com a percepção do cidadão quanto à lealdade para cada formato**

Formato	Média	D.P	Mín	P25	Mediana	P75	Máx	Teste t	Wilcoxon
<b>Recomendarei este formato de apresentação a outras pessoas. Friedman: <math>\chi (2) = 75,734</math>; <math>p &lt; 0,001</math></b>									
1 - Dashboard	3,92	0,88	1	3,0	4,0	5,0	5	1 e 2 - $t(307) = 5,851$ ; $p < 0,001$	$z = -5,749$ ; $p < 0,001$
2 - PDF	3,54	0,80	1	3,0	4,0	4,0	5	1 e 3 - $t(307) = 2,247$ ; $p = 0,025$	$z = -2,990$ ; $p = 0,003$
3 - Website	3,79	0,73	1	3,0	4,0	4,0	5	2 e 3 - $t(307) = -5,834$ ; $p < 0,001$	$z = -5,468$ ; $p < 0,001$
<b>Tenho intenção de continuar a usar este formato de apresentação. Friedman: <math>\chi (2) = 65,174</math>; <math>p &lt; 0,001</math></b>									
1 - Dashboard	3,89	0,85	1	3,0	4,0	4,0	5	1 e 2 - $t(307) = 5,556$ ; $p < 0,001$	$z = -5,266$ ; $p < 0,001$
2 - PDF	3,53	0,82	1	3,0	4,0	4,0	5	1 e 3 - $t(307) = 2,412$ ; $p = 0,016$	$z = -2,966$ ; $p = 0,003$
3 - Website	3,74	0,73	1	3,0	4,0	4,0	5	2 e 3 - $t(307) = -4,860$ ; $p < 0,001$	$z = -4,714$ ; $p < 0,001$

Nota: Inquiridos = 308; Escala de cordância (1 - Discordo totalmente; 5 - Concordo totalmente)

De acordo com a tabela 15 é dado a concluir que as sete hipóteses de investigação não estão verificadas, o que contraria os resultados verificados na investigação de Cohen *et al.* (2017) e de Oliveira (2016). Relativamente à questão de investigação relacionada com a lealdade, os resultados obtidos podem ter como resposta a rápida evolução da era digital tanto nas empresas como na comunidade, o que faz com que os cidadãos se desinteressem cada vez mais por ferramentas menos interativas como é o caso do PDF e do *website* e comecem a ter um interesse acrescido pelo *dashboard*, uma ferramenta que permite uma visualização rápida da informação e também análises, comparações e decisões mais céleres.

**Tabela 15: Conclusões do método quantitativo**

<b>Hipótese/Questão</b>	<b>Resultado esperado</b>	<b>Resultado obtido</b>	<b>Conclusão</b>
H1			
H2			
H3			
H4	Não há diferenças	Há diferenças	Refutada
H5			
H6			
H7			
Q1			

Se Cohen *et al.* (2017) comparando o PR nos formatos *website* e PDF, concluíram que o primeiro deles era o mais adequado para população, embora em algumas categorias não tenham surgido diferenças estatisticamente significativas entre os mesmos dois formatos, já Oliveira (2016) na respetiva investigação chegou à conclusão de que o PR em formato PDF era o mais apropriado.

Contudo, na presente investigação o *website* veio a revelar-se ser o melhor avaliado em todos os aspetos, comparativamente com o PDF, sendo que o *dashboard* foi, em todas as categorias analisadas, o formato escolhido pela população como o melhor para produzir e publicar um PR, quando comparado com os outros dois formatos.

A possível razão para este resultado deve-se ao facto da introdução de um novo formato (*dashboard*), que se revelou ser mais atrativo do que os outros dois (PDF e *website*), sobretudo nas categorias interatividade, usabilidade e clareza da informação.

#### **4.4.3 Recomendação de formato e sua periodicidade**

De forma a analisar as respostas à pergunta “Com o intuito de implementar um destes formatos de apresentação na sua Autarquia, qual recomendaria?”, na tabela 16 observa-se que dos 308 inquiridos que responderam ao questionário, mais de 64% escolheu o *dashboard* como formato preferencial para aplicar o PR no respetivo Município. Por sua vez, o segundo formato mais escolhido foi o *website*, com cerca de 27%, sendo que o último o PDF, com 9%.



É ainda possível apurar neste mesmo quadro que, desagregando as escolhas dos formatos por gênero, os inquiridos do sexo masculino têm uma maior preferência pelo *dashboard* do que aqueles do sexo feminino, nomeadamente 76% contra 56%. Ao contrário, é dado a verificar que cerca de 34% dos inquiridos do sexo feminino elegeu o *website*, enquanto que apenas 16% do sexo masculino escolheu este formato. Concluindo-se assim que embora exista uma relação entre o gênero e o formato preferido, essa relação revela-se fraca ( $\chi^2(2)=14,072$ ;  $p=0,001$ ; V de Cramer=0,214).

**Tabela 16: Distribuição da preferência de formato por sexo**

Formato		Sexo		Total
		Feminino	Masculino	
<b>Dashboard</b>	Contagem	100	98	198
	% Sexo	55,9%	76,0%	64,3%
<b>PDF</b>	Contagem	18	10	28
	% Sexo	10,1%	7,8%	9,1%
<b>Website</b>	Contagem	61	21	82
	% Sexo	34,1%	16,3%	26,6%
Total	Contagem	179	129	308
	% Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Por último e analisando as respostas à última pergunta, onde é questionada a periodicidade desejada pelos inquiridos quanto à publicação do PR pelos respetivos Municípios, a tabela 17 mostra que a maioria, tanto aqueles do sexo feminino, como do sexo masculino, 56,4% e 57,4%, respetivamente, selecionou a periodicidade trimestral, o que vai ao encontro da escolhida pelos dez Municípios que responderam à entrevista. De seguida surge a periodicidade semestral, com 26,9% das respostas, a mensal com 10,1% e por último a anual com apenas 6,2%, não se identificando uma relação significativa entre gênero e periodicidade ( $\chi^2(3)=0,213$ ;  $p=0,980$ ).

É de realçar que enquanto a periodicidade semestral foi a segunda menos escolhida pelos Municípios (obtendo apenas uma resposta em dez possíveis) e a mensal a segunda mais selecionada (com três respostas em dez), nas respostas ao inquérito, estas duas periodicidades (semestral e mensal) inverteram nas preferências do cidadão, isto é, a periodicidade semestral foi preferida à mensal.

Por fim, confrontando com os valores obtidos no estudo de Oliveira (2016), dir-se-á que as conclusões deste divergem pouco das obtidas na presente investigação, sendo que naquela primeira a periodicidade semestral é preferida à trimestral. No entanto, em ambas as investigações as periodicidades mensal e anual são as menos defendidas para publicar o PR, uma vez que, em termos mensais a informação a publicar seria pouca e anualmente em demasia, considerando as características de dimensão que se pretende para o PR.

**Tabela 17: Distribuição da periodicidade por sexo**

		Sexo			Total
		Feminino	Masculino		
Periodicidade	<b>Anual</b>	Contagem	12	7	19
		% Sexo	6,7%	5,4%	6,2%
	<b>Semestral</b>	Contagem	48	35	83
		% Sexo	26,8%	27,1%	26,9%
	<b>Trimestral</b>	Contagem	101	74	175
		% Sexo	56,4%	57,4%	56,8%
	<b>Mensal</b>	Contagem	18	13	31
		% Sexo	10,1%	10,1%	10,1%
Total		Contagem	179	129	308
		% Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

## 5 CONCLUSÃO

Neste último capítulo é apresentada a conclusão, a qual inclui as limitações encontradas e os contributos alcançados por via deste estudo, assim como indicações para eventuais investigações, sempre profícuas para o desenvolvimento científico da temática.

### 5.1 Resumo da investigação

Tornar a informação clara e disponível é, sem dúvida alguma, uma das formas mais importantes de partilhar com a população assuntos de cariz público. Contudo, a maior parte dos relatórios financeiros e não financeiros que são atualmente publicados não permitem tal desiderato, uma vez que contêm informação de difícil compreensão e interpretação para a maioria dos cidadãos.

Ao longo deste trabalho evidenciou-se, através da investigação levado a cabo, que os Municípios têm interesse em fornecer informação, financeira e não financeira, de forma a dá-la a conhecer às respetivas populações e, assim, manter a confiança, transparência, *accountability* e legitimidade, tornando, por conseguinte, os cidadãos mais informados e envolvendo os mesmos de forma ativa nos processos de decisão.

Nesse sentido, o PR surge para ir ao encontro destes objetivos, uma vez que é um instrumento de gestão criado para o perfil do cidadão comum, ou seja, um relatório de dimensão relativamente pequena, com uma linguagem acessível e de fácil interpretação, com menos texto, mais tabelas e gráficos.

Assim, a presente investigação teve como objetivo principal desenvolver um PR para os Municípios portugueses, sendo o mesmo um mecanismo de responsabilidade (*accountability*), visando, sobretudo, auxiliar indivíduos não especialistas, na área contabilística, a entender os relatórios financeiros.

Com base em tal premissa, foi-se ao encontro dos Municípios de modo a entender quais as informações, financeiras e não financeiras, que se encontram atualmente acessíveis à população, todavia, ínsitas num vasto leque de documentos, por forma a criar um único relatório, com toda a informação importante e que suscite interesse para essa mesma população.

A primeira evidência obtida por via do trabalho desenvolvido e respondendo à primeira questão de investigação “Como implementar o PR nos Municípios portugueses?”, com base numa amostra de dez Municípios que respondeu a uma pequena entrevista estruturada, foi que, atendendo a uma panóplia de doze indicadores financeiros e não financeiros, os que revelaram maior interesse por parte dos Autarcas e/ou Responsáveis das Unidades Técnico-Financeiras referem-se a “Gráficos ou quadros com as principais despesas”, “Gráficos ou quadros com as principais receitas”, “Descrição dos principais investimentos” e “Agenda cultural e desportiva”. No que tange à periodicidade, a maioria dos Municípios elegeu a trimestral.

De seguida e com os quatro indicadores acima mencionados foram criados três formatos do PR, um formato mais tradicional, como é o caso do PDF e dois mais tecnológicos, o *website* e o *dashboard*, tendo este último surgido rapidamente no quotidiano das organizações, sobremaneira devido à massificação do *business intelligence* (BI) e em particular do *self-BI*.

O uso cada vez mais generalizado das TIC, tanto na vida quotidiana, como nas empresas e nos governos, tem vindo a criar canais de comunicação, gerando assim novas oportunidades, a nível do acesso remoto a vários recursos e às redes sociais. Destarte, é imprescindível criar canais para aproximar a Administração Local dos cidadãos e assim contribuir, uma vez mais, para os objetivos pelos quais o PR foi criado.

Neste contexto, foram desenvolvidos os três formatos de PR para o Município de Lagos e foi solicitado que a população avaliasse os mesmos em oito dimensões diferentes: integridade da informação, clareza da informação, aparência visual, facilidade de navegação, usabilidade, satisfação geral, imagem do Município e lealdade.

Com base numa amostra de 308 respostas, os resultados ao questionário prosseguido para o efeito mostraram que a população demonstrou um maior interesse no PR expresso em *dashboard*. Através da análise das respostas dadas foi possível observar que este formato, mais tecnológico, revelou diferenças estatisticamente significativas em todas as oito dimensões, quando comparado com os outros dois formatos, o que nos leva a concluir que o mesmo pode melhorar a maneira como a informação é apresentada e percebida pela

população. Assim, a resposta à primeira questão de investigação resume-se a implementar o PR através de um *dashboard*, com quatro indicadores e com uma periodicidade trimestral.

O presente trabalho permitiu ainda retirar evidências sobre os potenciais benefícios que o uso da tecnologia moderna, aliada às TIC, pode, atualmente, oferecer às comunicações que são estabelecidas entre os Municípios e os cidadãos. Para além das vantagens que se relacionam com a rapidez da informação disponível, o mesmo trabalho apresenta ainda evidências corroborativas de que os cidadãos revelam um maior interesse em ferramentas de *report online*.

Entender como, de acordo com as necessidades dos cidadãos, deve ser efetuada a apresentação de informação, pode indicar, de forma dinâmica, novas perspetivas de divulgação dessa informação, de modo a cativar o interesse dos mesmos, assim como a potencializar a evolução dos relatórios a realizar.

Por fim, é importante mencionar que é necessário e fulcral que a população esteja devidamente informada e atualizada sobre todos os assuntos do Município, para além de que essa informação deve ser transparente e completa, pois, um processo de tomada de decisão deve ter a participação dos cidadãos, por forma a ser eficaz e contribuir positivamente para a *accountability*.

## **5.2 Contributos para o conhecimento científico e para os profissionais**

A resposta à questão de investigação proporciona contributos, tanto para a Academia, como também para os Profissionais. Para a Academia, esta investigação vem adicionar um novo caso de aplicação do PR nos Municípios e na Europa, enriquecendo assim a literatura sobre o tema.

Adicionalmente este estudo mostra como o *Excel*, embora não seja uma ferramenta desenhada para *BI*, permite criar *dashboards* de forma relativamente simples, mesmo para organizações de grande dimensão. Muitas vezes não se implementam determinadas ferramentas de *report* porque se pensa que os custos em tecnologias não vão compensar os benefícios, contudo, ficou provado que com o *Excel*, um *software* gratuito, torna possível a implementação dessas ferramentas de *report* dentro das organizações.

Para os Profissionais, nomeadamente para os Autarcas, é dada a conhecer uma ferramenta de *accountability* e um protótipo da mesma, que permite aos cidadãos satisfazer as suas necessidades de informação financeira e não financeira. Por sua vez, os Municípios ganham assim, um instrumento de gestão, que complementa outras formas obrigatórias de prestação de contas, melhorando, por conseguinte, a transparência e a *accountability*, garantindo no fim uma melhor tomada de decisão por parte dos cidadãos.

Para além dos contributos referidos anteriormente, esta investigação concorre ainda para a agenda de pesquisa em relação à responsabilidade pública apoiada pelas TIC. Apesar de todos os formatos de PR produzidos conterem a mesma informação e, por isso, serem considerados semelhantes para fins de *accountability*, o formato do *dashboard* tem, por certo, habilidades para servir mais serviços relacionados com a responsabilidade pública, quando comparado com o *website* ou com o PDF.

De referir que o investigador irá submeter os resultados do estudo a uma Conferência na área da contabilidade pública (*EGPA Permanent study group XII, Public Sector Financial Management*), permitindo dar a conhecer a proposta de PR para Portugal.

### **5.3 Limitações**

Apesar dos contributos identificados nesta investigação, também foram percetivas algumas limitações. A primeira delas prende-se com a realização das entrevistas, mormente o reduzido número de pessoas disponíveis para o efeito, uma vez que, embora tenha sido em número suficiente para prosseguir com o delineado, pode ter levado à omissão de alguma informação pertinente para o estudo.

A segunda limitação está relacionada com a escassa literatura que existe relativamente ao *Popular Reporting*, tanto a nível nacional, como a nível internacional, o que provoca o pouco aprofundamento do conhecimento sobre esta temática.

A terceira diz respeito à realização do questionário e respetiva representatividade da amostra, tendo em conta a população. No entanto, é possível verificar que, tanto o tamanho da amostra, como a composição da mesma, envolvem um conjunto considerado apropriado de perfis da população.

Por fim, a última limitação prende-se com o facto do *dashboard* ter sido realizado no *Excel 2016* e não numa ferramenta comercial de BI direccionada apenas para a criação do mesmo, como sejam o *Tableau*, o *Qlik* ou o *Power BI*, que têm funcionalidades mais adequadas para aplicação em *dashboards*, como é o caso do velocímetro e/ou do termómetro que permite uma maior facilidade de integração com os sistemas de informação das organizações.

#### **5.4 Pistas futuras de Investigação**

Tendo em conta a escassa literatura existente relacionada com o PR, é fulcral continuar a aprofundar o conhecimento do mesmo, aliando o *dashboard* e a Administração Local. Por tal facto, deste trabalho surgem pistas para futuras investigações, como sejam:

- Criação de um *dashboard* com os indicadores utilizados no presente trabalho, mas por via de outras ferramentas usuais para a criação do mesmo, como é o caso do *Tableau*, do *Qlik* ou do *Power BI* e, conseqüentemente, proceder à avaliação do formato através das mesmas oito dimensões (integridade da informação, clareza da informação, aparência visual, facilidade de navegação, usabilidade, satisfação geral, imagem do Município e lealdade), assim como comparar essa avaliação com a obtida neste estudo;

- Criação de uma aplicação móvel, que possibilite a visualização do *dashboard* a partir do telemóvel ou *tablet* e avaliá-la;

- Implementação do *dashboard* e estudo da sua efetiva utilização e utilidade por parte dos cidadãos.





## 6 REFERÊNCIAS

- Acerete, B., Torres, L. e Pina, V. 2006. E-governance developments in EU cities. *Reshaping government relation to citizens*, 19(2): 3-6;
- Alexander, M. e Walkenbach, J. 2013. *Excel Dashboard & Report 2nd Edition*. New York: John Wiley & Sons, Inc;
- Armstrong, E. 2005. Integrity, Transparency and Accountability in Public Administration: Recent Trends, Regional and International Developments and Emerging Issues. *Economic and Social Affairs*, Agosto: 1-16;
- Ballou, B., Heitger, D.L., Donnell, L. 2010. Creating Effective Dashboards – How Companies Can Improve Executive Decision Making and Board Oversight. *Cover Story, Strategic Finance*, 27-32;
- Biancone, P. Pietro, Secinaro, S., & Brescia, V. 2016. The Popular Financial Reporting: Focus on Stakeholders—The first European Experience. *International Journal of Business and Management*, 11(11): 115-125;
- Biondi, L., & Bracci, E. 2018. Sustainability, popular and integrated reporting in the public sector: A fad and fashion perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 10(9): 1-16;
- Barbera, C., Borgonovi, E., Steccolini, I. 2016. Popular Reporting and Public Governance: The Case of “Bilancio in Arancio” in Milan Municipality. *Governance and Performance in Public and Non-Profit Organizations*, (5): 3-30;
- Borgatti, S. P., Evertt, M. G. e Johnson, J. C. 2018. *Analysing social networks*. SAGE Publications Ltd;
- Bovens, M. 2007. *Public Accountability*. Paper for the EGPA annual conference, Oeiras;
- Bradford, E. S. 1915. *Commission Government in American Cities*. Nova York: Macmillan;
- Bruère, H. 1916. *The new city government*. Nova York: D. Appleton and Company;
- Carvalho, J., Fernandes, M., Camões, P. 2017. *Anuário Financeiro dos Municípios Portugueses 2017*. Lisboa: Ordem dos Contabilistas Certificados;

- Caldeira, J. 2010. **Dashboards - Comunicar Eficazmente a Informação de Gestão**. Lisboa: Almedina;
- Clay, J. A. 2008. *Encyclopedia of Public Administration and Public Policy*. Nova York: Taylor & Francis;
- Cohen, S., Mamakou, X. J., & Karatzimas, S. 2017. IT-enhanced popular reports: Analyzing citizen preferences. *Government Information Quarterly*, 34(2): 283–295;
- Correia, R. 2010. *Inquérito de Avaliação de Qualidade e Satisfação do utente do Serviço de Cirurgia de Ambulatório do Hospital de Santo António*. Dissertação de Mestrado Integrado em Medicina, Instituto de Ciências Biomédicas Abel Salazar, Universidade do Porto, Portugal;
- Curado, J. M. 2005. Estruturas De Governação. *Comunicação Apresentada No Curso de Defesa Nacional* - CDN 2006: 1–4;
- Eckerson, W. 2009. *Performance Management Strategies: How to Create and Deploy Effective Metrics*. The data warehousing institute;
- Eckerson, W. W. 2011. *Performance Dashboards – Measuring, Monitoring and Managing your Business*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc;
- Fabry, S. 2010. Transparency in Government Spending: Next Steps for Florida. *The James Madison Institute Policy Brief*;
- Few, S. 2006. *Information dashboard design: The effective visual communication of data*. Itália: O'Reilly Media, Inc;
- Firican, G. 2017. Best practices for powerful dashboards. *Business Intelligence Journal*. 22;
- Franklin, A. L. e Ebdon, C. 2007. Democracy, Public Participation, and Budgeting: Mutually Exclusive or Just Exhausting, *In Democracy and Public Administration*: 84–106. Nova York: M.E. Sharpe;

- George, R. E. 1916. Increased Efficiency as a Result of Increased Governmental Functions. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 64: 82;
- Groff, J., Pitman, M. 2004. Municipal financial reporting on the world wide web: A survey of financial data displayed on the official websites of the 100 largest US municipalities. *The Journal of Government Financial Management*, 53(2): 20-30;
- Hebig, R., Mugwanya, R. e Grace, K. 2019. Requirements for Measurement Dashboards and Their Benefits: A Study of Start-ups in an Emerging Ecosystem. *45<sup>th</sup> Euromicro Conference on Software Engineering and Advanced Applications (SEAA)*;
- Heckmann, D. 2011. Open government - Retooling democracy for the 21st century. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 1-11;
- Herrmann, B. K. R. 2011. Creating an Excellent Popular Financial Report. *Government Finance Review*, October: 41-44;
- Ioana, B., Claudia, S. B. e Ioan, B. M. 2014. Using Dashboard in Business Analysis. *Article of University of Oradea and The Academy of Economic Studies*, 1: 851-856;
- Jordan, M., Yusuf, J. E. W., Mayer, M., & Mahar, K. 2016. What citizens want to know about their government's finances: Closing the information gap. *Social Science Journal*, 53(3): 301-308;
- Lee, M. 1999. "Reporters and Bureaucrats: Public Relations Counter-strategies by Public Administrators in an Era of Media Disinterest in Government." *Public Relations Review*. 25 (4): 451-463;
- Lee, M. 2006. The History of Municipal Public Reporting. *International Journal of Public Administration*, 29(4-6): 453-476;

- Lewis, C. W. e Hildreth, W. B. 2011. *Budgeting: politics and power*. Nova York: Oxford University Press;
- Linders, D., e Wilson, S. C. 2011. What is open government? One year after the directive. *ACM International Conference Proceeding Series*, 262–271;
- Madyatmadja, E. D., Putri, A. S., Higna, S. S. e Pratita, W. 2019. Data Dashboard for Decision Support Systems for Intrapreneurship in A Company. *Astes Journal*, 4(6): 177-182;
- Major, M. J. e Vieira, R. 2009. Investigação Qualitativa em Contabilidade, *Contabilidade e Controlo de Gestão – Teoria, Metodologia e Práticas*: 129-161. Lisboa: Escolar Editora;
- McKenzie, K. H. J e Rentfro, R. 2008. Efforts and accomplishments in communicating with the citizenry. *Journal of government financial management*, 57 (3): 36–40;
- McMillan, T. E. 1955. State-Municipal relations in financial control. *The Accounting Review*, 30 (4): 592–599;
- Malik, S. 2005. *Enterprise Dashboards: Design and best practices for IT*. New York: John Wiley & Sons, Inc;
- Marcus, A. 2006. Dashboards in Your Future. *Magazine Interactions*, 13(1): 48-60;
- Marx, F. M. 1959. *Elements of public administration*. Englewood Cliffs, Nova Jersey: Prentice Hall;
- Meijer, A. J., Curtin, D., & Hillebrandt, M. 2012. Open government: Connecting vision and voice. *International Review of Administrative Sciences*, 78(1): 10–29;
- Montesinos, V., & Brusca, I. 2019. Non-financial reporting in the public sector: Alternatives, trends and opportunities. *Revista de Contabilidad*, 22(2): 122–128;
- Munro, W. B. 1916. *Principles and Methods of Municipal Administration*. Nova York: Macmillan;

- Noninska, I. e Romansky, R. 2020. Business virtual system in the context of e-governance: Investigation of secure access to information resources. *Journal of Public Affairs*;
- Normanton, E. L. 1971. Public Accountability and Audit: A Reconnaissance, *In The Dilemma of Accountability in Modern Government: Independence versus Control*: 311–345. Londres: Macmillan;
- Oliveira, Â. F. 2016. *Popular Reporting nos Municípios Portugueses*. Dissertação para obtenção do grau de Mestre, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra;
- Pauwels, K., Ambler, T., Clark, B. H., LaPointe, P., Reibstein, D., Skiera, B. e Wiesel, T. 2009. Dashboards as a Service. *Journal of Service Research*, 12(2), 175–189;
- Ridley, C. E. 1927. Municipal Reports. *National Municipal Review*, 16(4): 243;
- Ridley, C. E. 1928. Appraising Public Reports, *Some Essentials of a Good Municipal Report*: 150-153. The University of Chicago;
- Ridley, C. E. 1937. Municipal Reporting Taken Seriously. *Public Opinion Quarterly*, 1 (1): 112;
- Ridley, C. E. 1940. Municipal Reporting, *The Municipal Year Book*: 248-253. Chicago: International City Manager's Association;
- Saxena, K. B. C. 2005. Towards excellence in e-governance. *International Journal of Public Sector Management*, 18(6): 498-513;
- Schachter, H. L. 1997. *Reinventing Government or Reinventing Ourselves: The Role of Citizen Owners in Making Better Government*. Nova York, State University of New York Press: Albany;
- Sharp, F. C., Carpenter, F. H. e Sharp, R. F. 1998. Popular financial reports for citizens. *The CPA Journal*, 68(3): 34-38;

- Snyder, R. W. 1954. Municipal Reporting in 1953, *The Municipal Year Book*: 248-253.  
Chicago: International City Manager's Association;
- Staron, M., Meding, W., Hansson, J., Niesel, K. e Bergmann, V. 2014. Dashboards for Continuous Monitoring of Quality for Software Product under Development. *Relating System Quality and Software Architecture*: 209-229;
- Thomas, J. C. 1995. *Public participation in public decisions: New skills and strategies for public managers*. São Francisco: Jossey-Bass Publishers;
- Tureck, M. C. 1966. *The municipal year book*. Chicago; The International City Managers' Association;
- Velcu-Laitinen, O., e Yigitbasioglu, O. M. 2012. *The use of dashboards in performance management: Evidence from sales managers*. International Journal of Digital Accounting Research;
- Wall, N. L. 1963. *Municipal Reporting to the Public*. Chicago, Illinois: The International City Managers' Association;
- Wheeler, K. M. 1994. *Effective communication: A local government guide*. Washington, DC: Intl City County Management Assn;
- Wilson, W. 1887. The Study of Administration. *Political Science Quarterly*, 2(2): 215;
- Wijnhoven, F., Ehrenhard, M., & Kuhn, J. 2015. Open government objectives and participation motivations. *Government Information Quarterly*, 32(1): 30–42;
- Yusuf, J. E., Jordan, M. M., Neill, K. A., & Hackbart, M. 2013. For the people: Popular financial reporting practices of local governments. *Public Budgeting and Finance*, 33(1): 95–113;

## 7 ANEXOS

### 7.1 Anexo A

#### **Carta e questionário (entrevista) enviado por correio eletrónico às Unidades Técnico-Financeiras e/ou Presidente das 16 (dezasseis) autarquias do Distrito de Faro**

Exmo(a) Senhor(a)

Presidente da Câmara Municipal de \_\_\_\_\_

Muito Bom Dia,

O meu nome é Henrique Nunes Bota e estou atualmente a frequentar o 2º ano do Mestrado em Contabilidade, no ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa.

No âmbito de tal Mestrado, encontro-me a desenvolver a respetiva dissertação, tendo esta como objetivo criar um Relatório, o *Popular Reporting*, a ser disponibilizado aos Cidadãos por parte das Câmaras Municipais.

Atualmente, no País os níveis de abstenção estão a ter um aumento significativo, em termos não só nacional, como também local, o que pode sugerir que a população não está devidamente informada sobre os assuntos que são do respetivo interesse ou não entende a informação que lhe é disponibilizada, eventualmente, pelo facto da linguagem ser mais complexa e/ou de difícil compreensão.

O *Popular Reporting* não existe em Portugal e surge como mecanismo para colmatar o problema identificado no parágrafo anterior, sendo um instrumento adaptado ao perfil do Cidadão, tanto a nível da informação disponibilizada, como a nível da facilidade de interpretação dessa mesma informação.

Nesta primeira fase e direcionada às Câmaras Municipais do Distrito de Faro, solicito a preciosa colaboração de V. Exa no sentido de me ajudar a perceber quais os tipos de informação que mais interessarão ao Cidadão/Munícipe e qual a periodicidade considerada ideal para publicar o correlativo Relatório, tendo em conta toda uma panóplia de atividades e instrumentos que, durante todo o ano, uma Câmara Municipal tem de assegurar/desenvolver.

A ajuda que ora solicito de V. Exa, consubstancia-se na resposta ao pequeno questionário infra, que não ocupará mais do que 10 (dez) minutos, sendo que a resposta ao mesmo será totalmente anónima.

Ciente de que V. Exa contribuirá para o trabalho que me proponho desenvolver, agradeço reconhecidamente o tempo disponibilizado para o efeito.

Com os meus respeitosos cumprimentos,

Henrique Nunes Bota

## **PARTE A**

### **Conteúdo do *Popular Reporting*? (ordenar do mais ao menos importante)**

- Informação demográfica do Concelho;
- Informação institucional sobre o Município (e.g. nº de funcionários por carreira/categoria);
- Gráficos ou quadros com as principais despesas;
- Gráficos ou quadros com as principais receitas;
- Descrição dos principais investimentos;
- Montantes e credores das principais dívidas;
- Agenda cultural e desportiva;
- Informação dos principais contratos e parcerias com outras entidades;
- Entrevistas de pessoas proeminentes no concelho (e.g. empresário com empresa importante no concelho);
- Gráficos ou quadros com os principais subsídios e transferências obtidos, por proveniência;
- Gráficos ou quadros com os principais subsídios e transferências concedidos, por Destinatário;
- Divulgação de locais de interesse (Hotelaria, Restauração, etc.).

## **PARTE B**

### **Periodicidade do *Popular Reporting*? (selecionar apenas uma opção)**

- Anual;
- Semestral;



- Trimestral;
- Mensal.

## 7.2 Anexo B

### **Carta e questionário enviado por correio eletrónico às autarquias com pedido de colaboração**

Exmo(a) Senhor(a),

Presidente da Câmara Municipal de xxxxx,

O meu nome é Henrique Bota e no âmbito da minha tese do Mestrado em Contabilidade do Iscte-Instituto Universitário de Lisboa, estou a realizar uma investigação que tem como objetivo examinar a adequação de três formatos diferentes (PDF, *Website e Dashboard*) para um *Popular Reporting* (Relatório Popular) de uma Autarquia.

Tendo em vista a avaliação dos três formatos apresenta-se um exemplo para a Autarquia de Lagos (Algarve).

Assim, venho por este meio solicitar a sua colaboração e de todos os funcionários da Câmara Municipal de xxxxx no preenchimento deste pequeno questionário (duração 7/8 minutos).

O mesmo só poderá ser preenchido através do computador.

Para qualquer esclarecimento adicional pode contactar a equipa de investigação através do email [hnbas@iscte-iul.pt](mailto:hnbas@iscte-iul.pt).

As respostas são anónimas e confidenciais e serão usadas apenas para fins da investigação.

O link do questionário encontra-se na seguinte ligação:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfAK7WbeyYhd5Oa4S0DLi8LVGBwLsZ-P4Ufvy68FlqFcHb45g/viewform?usp=sf link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfAK7WbeyYhd5Oa4S0DLi8LVGBwLsZ-P4Ufvy68FlqFcHb45g/viewform?usp=sf_link)

Desde já agradeço a vossa colaboração.  
Com os melhores cumprimentos,

Henrique Bota

## 7.3 Anexo C

### Questionário encaminhado à população



## Popular Reporting nas Autarquias Portuguesas

Olá! O meu nome é Henrique Bota e no âmbito do Mestrado em Contabilidade do Iscte-Instituto Universitário de Lisboa estou a realizar uma investigação que tem como objetivo examinar a adequação de três formatos diferentes (PDF, Website e Dashboard) para um Popular Reporting (Relatório Popular) de uma Autarquia.

Tendo em vista a avaliação dos três formatos apresenta-se um exemplo para a Autarquia de Lagos (Algarve).

Assim, solicita-se a sua colaboração no preenchimento deste pequeno questionário (duração 7/8 minutos) que se divide em dois blocos: a) caracterização sociodemográfica; e b) avaliação de cada um dos formatos em 15 itens após a sua visualização.

Para qualquer esclarecimento adicional pode contactar a equipa de investigação através do email [hnbas@iscte-iul.pt](mailto:hnbas@iscte-iul.pt).

As respostas são anónimas e confidenciais e serão usadas apenas para fins da investigação.

### Bloco A - Caracterização Sociodemográfica

#### Idade \*

- <18 anos
- Entre 18 e 25 anos
- Entre 26 e 35 anos
- Entre 36 e 45 anos
- Entre 46 e 55 anos
- Entre 56 e 65 anos
- Mais de 65 anos

#### Sexo \*

- Masculino
- Feminino
- Outro

#### Habilitações \*

- Sem Ensino Básico completo
- Ensino Básico completo (9º ano)
- Ensino Secundário completo (12º ano)
- Ensino Superior

Situação Profissional \*

- Estudante
- Trabalhador estudante
- Trabalhador por conta própria
- Trabalhador por conta de outrem
- Desempregado
- Reformado
- Outra

Exerce(eu) funções na Administração Local? \*

- Sim
- Não

Residência \*

- Lagos (Algarve)
- Algarve, excluindo Lagos
- Alentejo
- Lisboa e Vale do Tejo
- Centro
- Norte
- Regiões Autónomas dos Açores ou da Madeira
- Resto do Mundo

### Bloco B – Avaliação dos formatos

Por favor, visite os URLs de cada formato de Popular Reporting e responda às perguntas a seguir:

- Website - <https://henriquebota.wixsite.com/populareporting>

- PDF - <https://henriquebota.wixsite.com/pdfpopulareporting>

- Dashboard - <https://henriquebota.wixsite.com/dashpopulareporting>

Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - Este formato de apresentação garante a integridade da informação. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - Estou satisfeito com as informações que encontrei neste formato de apresentação em comparação com as que gostaria de encontrar num Popular Reporting. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - Neste formato a informação é apresentada de forma clara. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - A aparência visual neste formato de apresentação é adequada. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - É rápido encontrar as informações desejadas neste formato de apresentação. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - É fácil encontrar as informações desejadas neste formato de apresentação. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - As informações apresentadas são compreensíveis neste formato de apresentação. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - Sinto-me confortável a utilizar este formato de apresentação. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - O nível de usabilidade neste formato de visualização é adequado. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - Sinto-me satisfeito com este formato de apresentação. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - A imagem da Autarquia de Lagos é compreensível através deste formato de apresentação. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - Recomendarei este formato de apresentação a outras pessoas. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - A linguagem utilizada neste formato de apresentação é clara e concisa. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - O nível de interatividade neste formato de visualização é adequado. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Numa Escala de concordância de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie a seguinte afirmação: - Tenho intenção de continuar a usar este formato de apresentação. \*

	1	2	3	4	5
Dashboard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PDF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Com o intuito de implementar um destes formatos de apresentação na sua Autarquia, qual recomendaria? \*

- Dashboard
- PDF
- Website

Para o formato escolhido na pergunta anterior, apresente sugestões de melhoria.

A sua resposta

---

Qual a periodicidade que considera adequada para um Popular Reporting? \*

- Mensal
- Trimestral
- Semestral
- Anual

Muito Obrigado!

Submeter

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este formulário foi criado dentro de ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa. [Denunciar abuso](#)

Google Formulários