

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS
COMISSÃO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

Lorena Cauduro Ponso

**PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES DA CEEE SOBRE
DESVIO DE ENERGIA**

Porto Alegre

2006

Lorena Cauduro Ponso

**PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES DA CEEE SOBRE
DESVIO DE ENERGIA**

**Trabalho de conclusão de curso de graduação
apresentado ao Departamento de Ciências
Administrativas da Universidade Federal do Rio
Grande do Sul, como requisito parcial para a
obtenção do grau de Bacharel em Administração.**

Orientador: Prof. Walter Meucci Nique

Porto Alegre

2006

LORENA CAUDURO PONSO

PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES DA CEEE SOBRE DESVIO DE ENERGIA

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Walter Meucci Nique

Conceito final

Aprovada em de de.....

BANCA EXAMINADORA

AGRADECIMENTOS

Ao professor Walter Meucci Nique e a Fernanda Pagliarini Zilles pela orientação recebida e à Lourdes do CEPA.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	5
2	HISTÓRICO	7
3	CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	10
3.1	DEPARTAMENTO DE GRANDES CLIENTE E PERDAS COMERCIAIS	12
4	DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	14
4.1	OBJETIVO GERAL	18
4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
5	REVISÃO DA LITERATURA	19
5.1	SERVIÇO	19
5.2	COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	19
5.3	FATORES QUE INFLUENCIAM O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	20
5.3.1	Fatores culturais	21
5.3.1.1	Cultura	21
5.3.1.2	Subcultura	23
5.3.1.3	Classe social	24
5.3.2	Fatores sociais	26
5.3.2.1	Grupos de referência	26
5.3.2.2	Tipos de grupos	27
5.3.3	Fatores psicológicos	30
5.3.3.1	Motivação	30
5.3.3.2	Natureza dinâmica da motivação	33
5.3.3.3	Necessidades	34
5.3.3.4	Percepção	35
5.3.3.5	Aprendizagem	36
6	MÉTODO	38
6.1	AMOSTRA	39
7	ANÁLISE DOS DADOS	41
7.1	CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA	41
7.2	APRESENTAÇÃO DOS DADOS DE ACORDO COM OS OBJETIVOS	43
8	CONCLUSÃO	61
9	REFERÊNCIAS	65
	APÊNDICE	66
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO	67

1 INTRODUÇÃO

As pessoas vivem em constante construção de seus valores, hábitos e costumes, influenciadas também pela mudança do ambiente em que vivem. As empresas, por sua vez, para sobreviverem e crescerem, devem estar atentas a essas transformações.

É necessário saber como as pessoas percebem e interpretam tais mudanças para entender a origem de suas ações. O comportamento do consumidor na compra de produtos ou serviços, por exemplo, está relacionado de forma significativa às ações das empresas.

Uma complexidade de fatores influem sobre a decisão dos consumidores de pagar ou não por um serviço utilizado, como é o caso da energia elétrica. O que antigamente parecia ser um problema relacionado exclusivamente à situação financeira das pessoas, hoje parece relacionado, em grande parte, também à moral dos indivíduos, já que o comportamento fraudulento não é privilégio dos serviços essenciais. Existe, por exemplo, um crescente número de pessoas que possui o serviço de televisão a cabo clandestinamente.

Não é possível afirmar que a causa é essa ou aquela, ao menos não individualmente. A questão é que esse tipo de comportamento vem crescendo e impondo às empresas um custo considerável, muito por elas desconhecerem a visão dos consumidores desses serviços.

Neste trabalho é estudada a percepção dos consumidores da CEEE sobre o desvio de energia, situação diferenciada das comumente pesquisadas por envolver um ato ilícito. O desafio é levantar subsídios que ajudem na formulação de ações para transformar essas pessoas em consumidores regulares de energia elétrica.

Na prática, podemos ter várias ações de combate a essas irregularidades: aplicação da própria lei, fiscalização e cobrança, mas, na verdade, nenhum desses tipos surtiu efeito significativo, pelo menos não na forma em que estão sendo empregadas.

Levando-se em consideração o crescente aumento no número de irregularidades e, conseqüentemente, de perdas financeiras, esse estudo é pertinente para a compreensão e análise do problema para a formulação de ações de combate e prevenção mais efetivas.

Inicialmente é apresentado o histórico da empresa, sua caracterização e estrutura organizacional, bem como a descrição do setor referente às fiscalizações das instalações consumidoras de energia elétrica. A seguir, são definidos o problema de pesquisa, o objetivo geral e os específicos, a revisão da literatura e o método aplicado.

E, finalmente, são apresentados os resultados da pesquisa, a análise dos dados e a conclusão.

2 HISTÓRICO

A Fiat Lux foi a primeira empresa a explorar eletricidade em Porto Alegre no final do século XVIII. Em 1906, surgiu a Companhia Força e Luz Porto-Alegrense e em 1923 foi criada a Companhia de Energia Elétrica Rio-Grandense (CEERG). A Usina Termelétrica de Porto Alegre – Usina do Gasômetro – foi inaugurada em 1928 e produziu energia a partir do carvão por mais de quatro décadas. Posteriormente a CEERG, de propriedade da Bond and Share, incorporou os ativos da Fiat Lux, da Usina Municipal e da Companhia Força e Luz.

Com o intuito de aproveitar melhor os potenciais hídricos e carboníferos surge, em 1943, um órgão público no setor, a Comissão Estadual de Energia Elétrica (CEEE), subordinada à Secretaria de Estado dos Negócios de Obras Públicas. Em 1959, foi transformada em autarquia e vinculada à então Secretaria de Estado de Energia e Comunicações. Em 1961, o Governo do Estado encampou os contratos de concessão e declarou de utilidade pública, para fins de desapropriação, os bens da CEERG. Em 1963, surge a Companhia Estadual de Energia Elétrica (CEEE), uma sociedade de economia mista que passa a controlar os serviços de geração, transmissão e distribuição.

Na década de 70 a CEEE realizou pesados investimentos em novas usinas devido à demanda energética crescente. Empréstimos financeiros foram feitos para viabilizar a construção da Usina Termelétrica Presidente Médici (Candiota II) que endividou a empresa nas décadas seguintes. Outro projeto, a Usina Termelétrica de Candiota III, ficou pelo caminho, com os equipamentos comprados e estocados na França. A insuficiência tarifária entre 1980 e 1993, adotada pelo governo federal como política de contenção da inflação e outros investimentos feitos pela empresa sem o retorno esperado, agravaram o endividamento da estatal. Entre 1980 e 1996, o endividamento global da CEEE triplicou devido a seus altos juros.

Em meados da década de 90, o modelo institucional do setor elétrico seria modificado através das Leis 8.987 e 9.074 e o Decreto-Lei 1.503 que possibilitou a inclusão do sistema Eletrobrás no Programa Nacional de Desestatização (PND).

Antes da reestruturação, a CEEE era responsável pela concessão de energia elétrica a todos os municípios do Estado, abastecendo 89% deles de forma direta e fornecendo energia elétrica às demais localidades por meio de pequenas concessionárias e permissão a cooperativas. A CEEE era responsável por um mercado global de 2.779.935 consumidores.

O desmembramento da CEEE em seis empresas e uma *holding* foi autorizado com a aprovação da Lei 10.900/96, sendo três delas formalmente constituídas em 1997: a Companhia Norte-Nordeste de Distribuição de Energia Elétrica (atual RGE – Rio Grande Energia S.A.), a Companhia Centro-Oeste de Distribuição de Energia Elétrica (atual AES Sul – Distribuidora Gaúcha de Energia Elétrica S.A.) e a Companhia de Geração Térmica de Energia Elétrica (CGTEE).

Em 1997, as duas empresas distribuidoras foram alienadas e a empresa de geração térmica foi repassada à União para posterior privatização, conforme acordo do Estado com o governo federal.

A CEEE permaneceu com a Região Sul-Sudeste, o que representa 32,7% do mercado, controlando ainda o parque gerador hídrico e a Rede Básica de Transmissão no Estado.

Depois da reestruturação a Companhia Estadual de Energia Elétrica atua em 27% da área do Estado, sendo que a distribuição abrange 68 municípios. A Estatal passa a controlar a operação e a manutenção do parque gerador hídrico, constituído por três grandes usinas hidrelétricas (Jacuí, Passo Real e Itaúba) e 12 usinas de pequeno porte, que totalizam uma potência efetiva de 902,6 MW. A empresa também opera a Rede Básica de Transmissão, que compreende 49 subestações e 5.137 quilômetros de rede.

O resultado desta mudança foi o saneamento econômico-financeiro, a melhoria na qualidade dos serviços e no nível de investimentos.

A Lei 10.848, de 15 de março de 2004, proposta pelo Governo Federal e aprovada pelo Congresso Nacional, estabeleceu novas regras para o setor elétrico brasileiro, como a proibição de que uma empresa de distribuição de energia exerça atividades de geração e venda de energia a consumidores livres, dentre outras restrições.

Já que a CEEE exerce atividades de geração, transmissão, distribuição e comercialização de energia elétrica, precisa de uma reestruturação para adequar-se à nova Lei. Por isso, o Governo do Estado criou um grupo de trabalho envolvendo diversas secretarias para acompanhar o processo de desverticalização da empresa.

No final de 2004 a Empresa contratou uma consultoria para indicar alternativas para a desverticalização da empresa, em especial para a segregação da atividade de distribuição, exigida pela Lei Federal 10.848/04.

O modelo societário adotado compreende a criação de uma empresa *holding* com duas subsidiárias: uma empresa de Geração e Transmissão de Energia Elétrica e outra de Distribuição, permanecendo o Governo do Estado do Rio Grande do Sul com o controle acionário das empresas oriundas do processo de reestruturação.

Atualmente, a empresa está em processo de adequação à nova legislação que deve ocorrer até o final do ano de 2006.

3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A Companhia Estadual de Energia Elétrica é uma empresa de economia mista, regida pela Lei das Sociedades Anônimas e composta pelas áreas de Geração, Transmissão e Distribuição. Sua composição acionária é formada pelo Governo do Estado, que detém 65,92% das ações e a Eletrobrás que possui 32,59% da participação, além de outros sócios minoritários. A CEEE é a 6ª maior empresa do Rio Grande do Sul, a 17ª da Região Sul e a 117ª do Brasil, conforme ranking da Fundação Getúlio Vargas, possuindo a 8ª maior receita bruta e o 10º maior ativo da Região Sul.

A área de Geração é composta por 15 usinas hidrelétricas que representam 75% da geração hídrica do Rio Grande do Sul.

Na área de Transmissão, a CEEE é proprietária de 98% das linhas de transmissão, viabilizando o suprimento de energia das concessionárias de distribuição no Rio Grande do Sul, além da própria CEEE, consumidores livres, produtores independentes e as empresas de geração CGTEE e Tractebel.

Na área de distribuição, a CEEE é concessionária dos serviços de distribuição de energia elétrica no sul e sudeste do Estado, o que compreende as regiões Metropolitana, Litoral Norte e Litoral Sul, e atende a 72 municípios, abrangendo uma área de 73.627 Km, correspondente a aproximadamente 32% do mercado consumidor do Estado. A empresa fornece energia elétrica a 1.300.000 unidades consumidoras, atendendo 3.500.000 pessoas, aproximadamente 1/3 da população total do Estado.

A CEEE é composta por sete diretorias que são: Geração, Transmissão, Distribuição, Financeiro, Administrativo, Jurídico e Representante de Pessoal. A

Diretoria de Distribuição é formada por dez divisões mais a ouvidoria. A Ouvidoria, Divisão de Relacionamento com o Cliente e a Divisão Metropolitana vinculadas a esta diretoria são encarregadas da maior parte das atividades comerciais que envolvam direta ou indiretamente o cliente, tais como: atendimento nas agências, tele-atendimento, agência virtual, execução de serviços, soluções de problemas, etc.

Também nesta divisão encontramos o Departamento de Grandes Clientes e Perdas Comerciais que, entre outros serviços, é responsável pela fiscalização das instalações consumidoras.

Missão

Atuar nos mercados de geração, transmissão e distribuição de energia elétrica com rentabilidade, responsabilidade social e ambiental, satisfazendo às necessidades dos clientes com qualidade, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade.

Valores

Ética

Atuar, interna e externamente, de forma íntegra e transparente, orientando-nos pela justiça, respeito e honestidade.

Profissionalismo

Nossas atividades são realizadas com determinação e competência, buscando a melhoria contínua e eficiência dos serviços e resultados.

Responsabilidade

Promover em todos os processos e etapas do trabalho o respeito aos aspectos sociais e ambientais.

Reconhecimento

Reconhecer e valorizar as características, competências e contribuições de cada empregado, com igualdade de oportunidade, propiciando o desenvolvimento pessoal e profissional.

Espírito empreendedor

Os empregados pautam suas ações com base na ousadia, criatividade e iniciativa, visando ao crescimento dos negócios da empresa.

Espírito de equipe

Trabalhar para atingir melhores resultados, compartilhando idéias e talentos, respeitando a diversidade de opiniões e fortalecendo o trabalho em equipe.

Segurança

A CEEE prioriza a execução de suas competências dentro dos princípios de segurança e confiabilidade tanto de seus colaboradores como da sociedade para qual presta serviço.

3.1 DEPARTAMENTO DE GRANDES CLIENTE E PERDAS COMERCIAIS

O Departamento de Grandes Clientes e Perdas Comerciais está vinculado à Divisão Metropolitana e este último à Diretoria de Distribuição. Ele é encarregado das fiscalizações nas unidades consumidoras, que são classificadas quanto ao seu fornecimento como de alta ou baixa tensão. Clientes em alta tensão são aqueles que demandam uma quantidade maior de potência e um consumo mais expressivo de energia, geralmente grandes empresas e indústrias, ao contrário da maioria dos consumidores residenciais e comerciais, que são de baixa tensão. As fiscalizações quanto à tensão se realizam separadamente, pois seu volume, procedimentos e cobrança diferem muito uma da outra.

A parte do setor encarregada da fiscalização de baixa tensão, além do supervisor, possui nove auxiliares administrativos cujas atribuições são a realização dos cálculos de irregularidades e avarias nos medidores, respostas a recursos

administrativos, e atendimento a vários setores da empresa, como ao departamento de cobrança, à ouvidoria, etc.

Existem ainda equipes de trabalho de campo, responsáveis pelas fiscalizações e outros serviços oferecidos pela CEEE. Atualmente, em torno de 12 equipes de fiscalização são responsáveis pelo atendimento às cidades de Porto Alegre, Viamão, Alvorada, Guaíba, Eldorado do Sul, Barra do Ribeiro, São Jerônimo, Butiá, Arroio dos Ratos, Pantano Grande. Conforme o último levantamento, realizado em maio de 2006, há cerca de 90.000 unidades consumidoras a serem fiscalizadas.

4 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Não é de hoje que as concessionárias de energia elétrica enfrentam o problema dos “gatos de luz”, termo mais usado pela população para se referir aos desvios de energia. Com a Companhia Estadual de Energia Elétrica não é diferente.

Cresce cada vez mais o número de irregularidades e, conseqüentemente, de perdas financeiras. Em contrapartida, não existe um aumento no número de fiscalizações, pois os recursos destinados a este fim são insuficientes.

Juntamente com esse volume expressivo de desvios, o número de pessoas oferecendo seus serviços para fazerem irregularidades parece aumentar. Não raro, pessoas de má-fé se utilizam do nome da companhia para obter acesso aos medidores de energia, e posteriormente extorquir os consumidores, além de fraudarem lacres e documentos utilizados pelo setor de fiscalização.

Surgem outros problemas em conseqüência dessas ligações irregulares que o meramente econômico, como o risco de morte, as interrupções e quedas no fornecimento de energia - que não afetam todos os consumidores, mas que são fonte de uma série de reclamações, principalmente daqueles que são atingidos e estão regulares com a companhia.

Em virtude da quantidade insuficiente de fiscalizações, a empresa pode, indiretamente, estar colocando em risco a integridade física das pessoas.

A situação se torna mais preocupante à medida que são observadas reações negativas dos consumidores no atendimento ao cliente via 0800 ou nas agências: declaram, por exemplo, estarem dispostos a desviar, já que onde moram a maioria das pessoas furta energia sem que haja qualquer ação da empresa. Essas declarações são feitas principalmente por pessoas que relatam que, após

apresentarem uma série de denúncias, e com a permanência da irregularidade, se sentem extremamente injustiçadas pela falta de providências da CEEE.

As solicitações de fiscalização são feitas através de diversos meios de denúncia (0800, agências, cartas, *e-mails*, ouvidoria, etc.) ou pela análise do consumo dos clientes ativos, sob responsabilidade do Departamento Comercial. Porém, o Departamento de Grandes Clientes e Perdas Comerciais, encarregado da fiscalização, em virtude da falta de estrutura e de pessoal, demora em fiscalizar as demandas do Departamento Comercial.

Clientes ativos são os que possuem cadastro na CEEE e recebem regularmente suas faturas de energia elétrica. Quando esses clientes sofrem o corte de energia por falta de pagamento e não quitam os débitos com a companhia dentro de um determinado período, passam a ter o cadastro encerrado.

Pelo fato de terem ao menos um endereço conhecido pela CEEE, seja comercial ou residencial, os clientes ativos tem preferência de fiscalização. Nesses casos, a possibilidade da cobrança ser exitosa é maior, se comparada com os desvios encontrados nos endereços com cadastro encerrado.

A quantidade de consumidores encerrados que depois de desligados pela fiscalização comparecem na empresa para quitar seus débitos e regularizar sua situação é muito pequena: a maioria não aparece e volta a fazer a irregularidade. Situação de mais difícil cobrança que essa é a das pessoas que consomem energia e nunca tiveram cadastro com a CEEE, isto é, nunca solicitaram energia elétrica em seu nome.

Existem ainda as áreas dominadas por ligações clandestinas que sequer possuem rede elétrica convencional. Após a implantação de rede nesses locais, os consumidores clandestinos que solicitam a ligação de energia passam a figurar no cadastro da empresa e receber a fatura de energia elétrica. Em regra, essas áreas têm carências não só de adequada rede elétrica como também de água, esgoto, asfaltamento, etc.

Em suma, são regiões com população de situação financeira precária e de condições miseráveis de habitabilidade. Grande parte dessas pessoas acaba não

cumprindo a obrigação de pagar a conta de luz e, por isso, tem a energia cortada, tornando-se em pouco tempo novamente irregulares.

Outro ponto a considerar é a necessidade da existência de uma adequada gestão da fiscalização para que esse trabalho reverta em mais retorno financeiro para empresa.

Com este intuito foi criado no começo deste ano o Departamento de Gestão e Perdas que, estuda alternativas para tornar o setor mais eficiente, inclusive com a implantação de novos sistemas e tecnologias a fim de facilitar e agilizar a fiscalização e sua gestão.

Outra mudança que ocorreu em fevereiro deste ano foi a instalação da Delegacia de Repressão aos Crimes contra o Patrimônio das Concessionárias e os Serviços Delegados, que tem como objetivo combater as quadrilhas responsáveis por furtos de fios e cabos das redes elétricas e de comunicações. O órgão é o resultado de convênio entre a Secretaria da Justiça e da Segurança (SJS) com as empresas concessionárias e visa também ao atendimento às equipes de fiscalização.

Esse convênio é fundamental para a empresa coibir as fraudes, já que o desvio de energia elétrica é considerado furto pelo Código Penal brasileiro, estando sujeito às sanções legais. Entretanto, atualmente vêm sendo utilizadas somente em casos muito específicos, como naqueles em que o consumidor está envolvido também em outros crimes. Nesses casos, a solicitação de fiscalização parte da própria polícia.

Via de regra, é feito o boletim de ocorrência policial quando ocorre alguma complicação durante a fiscalização, como ameaça aos fiscais, ou quando tratarem-se de consumidores comerciais (restaurantes, bares, etc.) e residenciais com maior possibilidade de cobrança – aqueles com consumo significativo que, pelo local onde moram e/ou por sinais externos de riqueza, aparentam condições de cumprir a obrigação de pagar a fatura de energia e não o fazem. A importância desse recurso foi enfatizada pelo departamento jurídico, pois é mais um documento a favor da empresa, o que facilita sua defesa caso hajam ações na justiça.

O departamento de fiscalização, amparado pelo departamento jurídico, vêm analisando a possibilidade de utilização da detenção em casos específicos, principalmente naqueles consumidores reincidentes que aparentam melhores condições financeiras. Essa medida tem como objetivo forçar a regularização do consumidor e, indiretamente, mostrar à comunidade que seus atos têm conseqüências, já que a impunidade cada vez mais parece estimular o furto de energia.

A proposta deste trabalho é estudar toda essa problemática descrita, mas vista pela ótica do consumidor de energia.

Os consumidores da CEEE dividem-se em consumidores de alta e consumidores de baixa tensão. Os consumidores de alta tensão são as grandes empresas e indústrias, enquanto que os de baixa tensão são aqueles com consumo residencial ou mesmo comercial sem maiores exigências de carga elétrica. Mas, para fins desse estudo, focaremos somente os consumidores atendidos em baixa tensão, devido a maior incidência de desvios de energia nesse grupo e por ele abranger a maioria da população.

Analisaremos através de pesquisa a percepção que os consumidores têm das ações da empresa ou da falta delas, o quão informados são a respeito dos riscos decorrentes de desvios de energia, e qual a relação desta percepção com o volume de desvios de energia.

O desvio de energia parece ter múltiplas causas que podem ou não estar relacionadas com a percepção dos consumidores sobre a atuação da empresa, como a qualidade e quantidade de informações sobre o assunto que ela disponibiliza aos consumidores, o tratamento que ela dá às irregularidades e aos fraudadores, etc.

Importa, assim, conhecer essa percepção para que a empresa aja de forma a utilizar racionalmente os recursos de que dispõe e alcançar melhores resultados e satisfação do consumidor.

Essas ações dependerão do resultado da pesquisa, podendo modificar conceitos dos consumidores em relação ao desvio de energia, a própria maneira da empresa trabalhar ou combinar esses dois efeitos.

4.1 OBJETIVO GERAL

Verificar a percepção dos consumidores a respeito do desvio de energia.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Verificar a percepção dos consumidores em relação a ação da CEEE sobre o desvio de energia.
- Verificar a percepção dos consumidores em relação aos consumidores irregulares.
- Conhecer a visão dos consumidores em relação ao risco e as conseqüências da realização de um desvio de energia.

5 REVISÃO DA LITERATURA

5.1 SERVIÇO

Segundo Kotler (2000, p. 448), serviço é qualquer ato ou desempenho, essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer a outra e que não resulta na propriedade de nada. A execução de um serviço pode ou não estar ligada a um produto concreto.

A energia elétrica é um bem intangível e seu fornecimento é o serviço prestado pela concessionária a cada unidade consumidora. Este serviço pode ser avaliado através da qualidade do fornecimento de energia, representada, entre outras coisas, pela ausência de interrupções e de quedas de energia, pelo atendimento ágil e eficiente dos funcionários, pelo esclarecimento dos consumidores.

5.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Para Sheth, Mittal e Newman (2001, p.29), o comportamento do cliente é definido como as atividades físicas e mentais realizadas por clientes de bens de

consumo que resultam em decisões e ações, como comprar e utilizar produtos e serviços, bem como pagar por eles.

A situação financeira das pessoas, tanto quanto os desejos e necessidades, tem grande influência na decisão do consumidor.

O comportamento do consumidor é o estudo das motivações, necessidades e percepções que levam o indivíduo a tomar decisões de gastar ou não seus recursos financeiros no consumo de determinado produto ou serviço.

Entender o comportamento do consumidor não é tarefa fácil. Os clientes mudam de idéia constantemente, agem de uma forma diferente do que pensam e podem até não ter consciência de suas reais motivações.

O comportamento que desejamos estudar é o do indivíduo que contrata o serviço de fornecimento de energia elétrica e não paga o que realmente consome ou não contrata o serviço e consome à revelia da concessionária.

Este tipo de situação, talvez pela sua especificidade, é de pouco estudo na literatura. Os conceitos clássicos sobre o comportamento enfocam tão-só os motivos que levam os indivíduos a comprarem produtos e serviços, e não os que os levam a consumir sem pagar devidamente por isso. Dito de outra forma, o problema aqui não é o interesse pelo produto ou serviço, mas o desinteresse pela contraprestação.

5.3 FATORES QUE INFLUENCIAM O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

O comportamento do consumidor é o estudo dos fatores que influenciam nas suas decisões. São eles: culturais, sociais, pessoais e psicológicos.

5.3.1 Fatores culturais

5.3.1.1 Cultura

“A cultura é o principal determinante do comportamento e dos desejos da pessoa. À medida que cresce, a criança adquire certos valores, percepções, preferências e comportamentos de sua família e de outras instituições” (KOTLER , 2000, p.183).

De acordo Sheth, Mittal e Newman (2001, p.151), a cultura é tudo o que a pessoa aprende e partilha com membros de uma sociedade, inclusive idéias, normas, moral, valores, conhecimento, habilidades, tecnologia, ferramentas, objetos materiais e comportamentos.

Ainda segundo os mesmos autores, as pessoas adquirem cultura pelos processos de enculturação e aculturação. A enculturação é o processo de aprender a própria cultura, de ingressar em seu interior. A aculturação é o processo de aprender uma nova cultura.

Também através da cultura aprendemos o que é bom e mau, certo e errado, o que é um comportamento aceitável ou não pela sociedade.

Características da cultura, segundo Sheth, Mittal e Newman:

- A cultura é aprendida.
- A cultura regula a sociedade.

- A cultura torna a vida mais eficiente.
- A cultura é adaptativa.
- A cultura é ambiental.
- As múltiplas culturas organizam-se em ninhos hierárquicos.

“A cultura é uma resposta humana ao ambiente, e à medida que o ambiente muda, a cultura tende a adaptar-se às novas exigências ambientais” (SHETH, MITTAL; NEWMAN, 2001, p.154).

É aprendida desde que nascemos e regula a sociedade através de normas e padrões de comportamento adquiridos nas interações entre os indivíduos no trabalho, escola, família ou em qualquer ambiente que proporcione a troca de informações e o aprendizado.

Os valores individuais fazem parte da cultura, podendo ou não mudar de acordo com o ambiente. Por exemplo, pessoas de diferentes níveis sociais que convivem em ambientes completamente diferentes, podem possuir os mesmos valores ou não.

A experiência com desvio de energia mostra que o comportamento ilícito ocorre em todas as classes sociais, não dependendo, portanto, somente da cultura ou do meio. A falta de combatividade da empresa às fraudes, por exemplo, pode ser um estímulo àquelas pessoas pré-dispostas a tirar vantagem de uma situação sempre que possível.

Porém, junto à moral dos indivíduos, a ética coletiva também exerce grande influência sobre o comportamento humano. Ambas orientam e direcionam as pessoas, criando regras e padrões de comportamento que fazem parte da cultura da sociedade.

Segundo Schiffman e Kanuk (2000, p.287):

A cultura é a soma total das crenças, valores e costumes aprendidos que servem para direcionar o comportamento de consumo dos membros de uma determinada sociedade.

Os componentes crença e valor referem-se aos sentimentos acumulados e as prioridades que os indivíduos têm sobre as coisas e posses.

Crença, por sua vez, consiste no grande número de afirmações mentais ou verbais que refletem o conhecimento particular de uma pessoa e a avaliação de alguma coisa. Valores também são crenças.

Em contraste com as crenças e valores os costumes são modos abertos de comportamentos que constituem maneiras de se comportar culturalmente aprovadas ou aceitas em situações específicas.

Em um bairro nobre, por exemplo, um estabelecimento comercial que é flagrado furtando energia elétrica, pode sofrer um impacto negativo nas suas vendas por conta da publicidade do fato, enquanto que em um bairro de estrutura urbana precária, desatendidas em suas prioridades pelo poder público, onde as fraudes são mais freqüentes, o comerciante ou o particular poderá contar até com a solidariedade de vizinhos para manter seu estabelecimento em atividade depois da interrupção do fornecimento clandestino.

A cultura, além de ter influência do ambiente é aprendida e compartilhada entre os indivíduos, portanto existe uma cultura que transmite valores e idéias erradas para as pessoas em relação a determinado produto ou serviço.

Na prática de desvios de energia, o costume colabora com este tipo de ação, porque tem aprovação da maioria das pessoas em determinadas localidades, contribuindo para o aumento das irregularidades.

5.3.1.2 Subcultura

“Um grupo cultural distinto que existe como um segmento identificável dentro de uma sociedade maior e mais complexa”(SCHIFFMAN; KANUK, 2000, P.310).

Segundo Schiffman e Kanuk (2000) esses grupos são distintos, mas concordam em relação a crenças, valores e costumes da sociedade que formam a cultura.

“Os membros de uma subcultura específica têm crenças, valores e costumes que os separam dos outros membros da mesma sociedade” (SCHIFFMAN; KANUK, 2000, P.310).

Em regiões onde a maioria da população tem energia de forma irregular existem valores, crenças e costumes que influenciam as pessoas a se comportarem desta maneira. Como este comportamento não é adotado por toda sociedade, essas pessoas formariam um grupo com uma subcultura diferenciada da maioria.

Como essas subculturas são facilmente identificáveis é possível elaborar programas específicos de prevenção e combate à fraude.

Segundo Kotler (2000, p.183), cada cultura é constituída por subculturas, que fornecem identificação e socialização mais específicas para seus membros. Pode-se classificar subculturas a partir de nacionalidade, religião, grupos raciais e regiões geográficas.

5.3.1.3 Classe social

Para Kotler (2000, p.183), as classes sociais são divisões relativamente homogêneas e duradouras de uma sociedade. Elas são hierarquicamente ordenadas e seus integrantes possuem valores, interesses e comportamentos similares.

“A classe social é definida como a divisão dos membros de uma sociedade em uma hierarquia de classes de *status* distintos, de modo que os membros de cada classe tenham relativamente o mesmo *status* e os membros de todas as outras classes tenham mais ou menos *status*. Quando se

considera o comportamento do consumidor, o *status* é mais frequentemente definido em termos de uma ou mais variáveis sócio-econômicas como: renda familiar, *status* profissional e aquisição de instrução”(SCHIFFMAN; KANUK, 2000, P.267).

De acordo com Schiffman e Kanuk (2000, p.268), divisão da sociedade em classes sociais possibilitou aos pesquisadores notarem a existência de valores, atitudes e padrões comportamentais compartilhados entre os membros *dentro* de cada classe social e valores atitudes e comportamentos diferentes *entre* as classes sociais.

A percepção que o consumidor tem da própria classe social e de classes diferenciadas da sua, influencia no seu comportamento.

Em uma região em que predomina determinada classe social, pode ser costume um tipo de comportamento, em virtude da subcultura do local. Independente do comportamento estar certo ou errado, para a maioria da sociedade, naquele local aquela atitude é aceita por todos.

Para enfatizar essa situação, Schiffman e Kanuk (2000, p.268) ainda descrevem que a condição de membro de uma classe social serve ao consumidor como uma estrutura de referência para a elucidação de suas atitudes e comportamentos.

As pessoas procuram se espelhar nas atitudes e comportamentos de seus semelhantes para basearem suas próprias atitudes e comportamentos.

5.3.2 Fatores sociais

5.3.2.1 Grupos de referência

“Um grupo pode ser identificado como duas ou mais pessoas que partilham um propósito comum.” (SHETH, MITTAL; NEWMAN, 2001, p.165).

Segundo Kotler (2000, p.185), os grupos de referência de uma pessoa são aqueles que exercem alguma influência direta (face a face) ou indireta sobre as atitudes ou o comportamento dessa pessoa. Segundo o mesmo autor, os grupos que exercem influência direta sobre uma pessoa são chamados grupos de afinidade, como família, amigos, vizinhos e colegas de trabalho, com os quais a pessoa tem um convívio informal e contínuo.

A família é o grupo de maior influência sobre o indivíduo, pois nela se passa a maior parte do tempo, se aprende valores e comportamentos e se troca idéias e opiniões. Os amigos estão em segundo lugar entre os grupos que mais influenciam o comportamento do consumidor, suas opiniões e atitudes servem como referência, pois assim como os colegas de trabalho eles têm uma convivência próxima e freqüente.

5.3.2.2 Tipos de grupos

Primário x secundário

Segundo Newman os grupos primários são aqueles com que as pessoas interagem com freqüência e cujas opiniões e normas elas consideram importante seguir. Nos grupos secundários, o contato não é freqüente, e as normas do grupo são consideradas menos obrigatórias.

Schiffman e Kanuk (2000, p.228) descrevem que a distinção entre grupos primários e secundários se faz pela importância percebida dos grupos pelo indivíduo e pela freqüência ou constância com que o indivíduo interage com os grupos.

O grupo primário tem maior influência sobre o comportamento do consumidor e pode ser identificado como: família, amigos, vizinhos e etc. Pelo fato de ser um grupo bem heterogêneo, não é possível identificar nele uma característica comum.

No caso do desvio de energia, principalmente em localidades dominadas por ligações clandestinas, esses grupos são referência de comportamento. Não raro, em ações de fiscalizações em que ocorre o corte de energia por irregularidade, os fiscais são indagados a respeito do motivo da ação, já que grande parte da comunidade encontraríasse na mesma situação. Esses consumidores agem como um grupo protegendo uns aos outros, e chegam até a ameaçar os fiscais.

A falta de infra-estrutura no local onde moram e o esquecimento dessas pessoas pelas autoridades contribuem para a afirmação de suas atitudes, enquanto que a ação da empresa sobre alguns indivíduos isolados do grupo provoca a revolta dos demais.

Formal e informal

“Nos grupos formais, as condutas e comportamentos tendem a ser altamente codificados. Os grupos informais, em contrapartida, têm poucas regras explícitas de comportamento” (SHETH, MITTAL; NEWMAN, 2001, p.166).

Schiffman e Kanuk (2000) descrevem o grupo formal como tendo uma estrutura altamente definida, papéis específicos e níveis de autoridade e objetivos específicos em relação ao grupo informal.

“Do ponto de vista do comportamento do consumidor, os grupos sociais informais ou os grupos de amizade são geralmente mais importantes para o profissional de marketing porque a sua estrutura menos claramente definida fornece um ambiente mais adequado para a troca de informações e de influência sobre assuntos relacionados ao consumo” (SCHIFFMAN; KANUK, 2000, P.228).

Nas localidades descritas anteriormente, um exemplo de grupo formal que tem influência sobre a comunidade são as associações de bairro, cujo representante é o líder comunitário. Em ações da companhia, é utilizada a influência deste grupo sobre a comunidade.

Após a implantação da rede elétrica da CEEE na localidade, a empresa encaminha o parcelamento de postes populares para estes consumidores, tendo como intermediário o líder comunitário, que pode e deve servir como elemento de prevenção a comportamentos nocivos aos interesses da empresa.

Determinação e escolha

“Um grupo por escolha, como o próprio nome indica, é aquele a que uma pessoa decide voluntariamente juntar-se. Um grupo por indicação ou determinação é aquele em que a associação é automática para alguém que tenha as características que definem o grupo” (SHETH, MITTAL; NEWMAN, 2001, p.166).

Existem poucos grupos por determinação. Os melhores exemplos são a família e a religião. A família, por uma razão óbvia: simplesmente nascemos em uma; a religião, porque a tendência é adotarmos a mesma religião praticada por nossos familiares.

Já os praticantes de xadrez, os frequentadores de academia de ginástica, os consumidores irregulares, são exemplos típicos de grupo por escolha. Importa observar, entretanto, que enquanto a ginástica e o xadrez são dispensáveis, por serem um *hobby* ou um mero interesse individual, a energia elétrica tem caráter de bem essencial e chega a determinar a qualidade de vida de uma pessoa.

Associação e simbólicos

“Os grupos por associação são aqueles em que um indivíduo que alega ser um membro é reconhecido como tal pelo líder e/ou pelos membros-chaves do grupo. Nos grupos simbólicos por outro lado, não há regra ou procedimento para garantir a pertença, e o líder do grupo ou seus membros chefes podem até negar esta função, mas o indivíduo se considera membro e, voluntária e discretamente, adota as normas e valores do grupo, identificando-se com ele” (SHETH, MITTAL; NEWMAN, 2001, p.166).

Para Schiffman e Kanuk (200, p.228), algumas vezes os grupos são classificados pelo *status* dos seus membros. Um grupo ao qual uma pessoa tanto pode pertencer como se qualificar para associado é chamado de grupo de associação. Grupo simbólico são os grupos nos quais um indivíduo tende a não ser aceito, apesar de agir como membro, adotando valores, atitudes, e o comportamento do grupo.

Os consumidores da CEEE formam um grupo de associação. Todavia, os consumidores que possuem energia clandestinamente não se enquadram neste grupo e muito menos no grupo simbólico. Ao contrário deste, os indivíduos não se comportam como membros do grupo de consumidores legais, mas a empresa tem interesse na sua aceitação, isto é, no seu ingresso no grupo de associação – os consumidores (regulares).

5.3.3 Fatores psicológicos

Os fatores psicológicos como motivação, percepção, aprendizagem, crenças e atitudes influenciam no comportamento do consumidor.

5.3.3.1 Motivação

O entendimento das necessidades e motivações é importante para as empresas tentarem prever o comportamento do consumidor no mercado.

“Motivação pode ser descrita como a força motriz interna dos indivíduos que os impele à ação. Esta força é produzida por um estado de tensão, que existe em função de uma necessidade não-satisfeita” (SCHIFFMAN; KANUK, 2000, P.60).

Ainda segundo o autor, os indivíduos se esforçam para reduzir essa tensão através do comportamento que eles esperam que vá satisfazer suas necessidades. As metas específicas que selecionam e os padrões de ação que empreendem para alcançar suas metas são resultado do pensamento e da aprendizagem.

Um exemplo disso seria a motivação baseada na necessidade de possuir energia elétrica que resultaria na contratação do serviço de fornecimento de energia. Mas existem também outras necessidades não satisfeitas que produzem um estado de tensão suficiente para o consumidor fraudar.

A maioria da literatura sobre motivação não se aplica diretamente a este caso, pois é direcionada às pessoas que compram produtos e serviços dentre uma

variedade de opções a sua escolha. Mas o que nos interessa é saber quais as necessidades e motivações que levam o indivíduo a cometer o ato ilícito.

Segundo Kotler (2000), as pessoas possuem necessidades fisiológicas e psicológicas que passam a ser motivo quando alcançam um determinado nível de intensidade levando a pessoa a agir.

Se analisarmos o conceito sob o ponto de vista do produto energia, este será sempre uma necessidade fisiológica, mas analisando a motivação que leva algumas pessoas a obter energia de forma irregular, também podemos incluir a necessidade psicológica como influência sobre a ação do consumidor. Consumidores que possuem boa condição financeira e, ainda assim, agem irregularmente, não possuem somente a necessidade fisiológica como motivação, já que têm condições de pagar devidamente pelo serviço. Isto não quer dizer que os pobres tenham somente a necessidade fisiológica como motivação, pois encontramos pessoas que vivem em regiões em que o normal é furtar energia e, contrariando todas as expectativas, agem corretamente, sendo ridicularizadas por vizinhos pela sua atitude.

A diferença entre as atitudes desses dois tipos de consumidor tem origem nos valores de cada indivíduo.

Para Sheth, Mittal e Newman (2001, p.326) o processo motivacional começa quando um estímulo gera uma moção ou excitação na direção de um objeto-alvo.

Esses estímulos que motivam o indivíduo a optar por uma determinada direção variam de acordo com o ambiente, situação sócio-econômica e valores do indivíduo. Shifman e Kanuk (2000, p.62) tratam a motivação como negativa ou positiva em termos de direção. Alguns psicólogos referem-se às forças positivas como necessidades, desejos ou vontades, e às forças negativas a medos ou aversões.

Por este conceito se referir a compra de produtos e serviços, a ação da maioria das empresas é sempre no sentido de minimizar a motivação negativa e maximizar a positiva.

No caso da energia elétrica, entretanto, a força negativa é desejável, pois representaria um contensor para o indivíduo não desviar energia elétrica, seja por medo de ser descoberto ou por outro motivo qualquer. Diferentemente do que ocorre na maioria das empresas, essa motivação negativa deverá ser incentivada, pois a aversão, nesse caso, refere-se à fraude, não à compra de determinado produto ou serviço.

Além disso, quando o consumidor está insatisfeito com o serviço e não possui outra opção de fornecedor (no caso, não há outra concessionária de energia elétrica na área em que reside), pode sentir-se autorizado a agir de forma incorreta. Isto ocorre quando nas solicitações de fiscalizações dos consumidores, a empresa não atende suas reclamações. O denunciante, quando cumpridor de suas obrigações para com a empresa, ao observar que a irregularidade delatada permanece, tende a tornar-se incrédulo em relação à capacidade da empresa de coibir a irregularidade.

Neste caso, uma necessidade não é atendida, causando uma visão negativa da empresa baseada numa força positiva.

Os mesmos autores ainda diferenciam a motivação como racional e emocional:

Racionais: implica que os consumidores elegem metas com base em critérios totalmente objetivos, como tamanho, peso, preço, etc.

Emocionais: implicam a seleção de objetivos de acordo com critérios pessoais ou subjetivos.

Como a energia elétrica é um bem intangível e um serviço monopolizado, não poderia ter a motivação racional no sentido que o autor descreve. A motivação emocional seria possível, pois o indivíduo julga e avalia os princípios individuais e outros critérios que o induzem à ação.

5.3.3.2 *A natureza dinâmica da motivação*

“Necessidades e objetivos estão crescendo e mudando constantemente em resposta à condição física de um indivíduo, ao ambiente, a interações com os outros e a experiências” (SCHIFFMAN; KANUK, 2000, P.63).

Segundo os autores algumas das razões pelas quais a atividade humana voltada para as necessidades nunca pára, incluem:

As necessidades nunca estão completamente satisfeitas: em intervalos de tempo as pessoas experimentam necessidades de fome que devem ser satisfeitas ou a necessidade de poder de um indivíduo não é completamente satisfeita e o leva a se esforçar mais intensamente.

Novas necessidades emergem à medida que as velhas são satisfeitas: existiria uma hierarquia de necessidades em que necessidades novas, de uma posição mais alta, emergem à medida que necessidades de posições mais baixas são satisfeitas.

O sucesso e o fracasso influenciam os objetivos: o sucesso torna as pessoas mais confiantes em suas habilidades de alcançar objetivos mais altos e, ao contrário, o fracasso diminui os níveis de aspiração.

Objetivos substitutos: quando um indivíduo não consegue alcançar um objetivo, seu comportamento se dirige a um objetivo substituto. Apesar de não ser tão satisfatório quanto o objetivo primário, ele pode ser suficiente para dissipar uma tensão desconfortável.

A multiplicidade das necessidades: quando o comportamento de um consumidor normalmente satisfaz mais de uma necessidade.

As necessidades e os objetivos variam entre os indivíduos: pessoas com necessidades diferentes podem buscar satisfação através da seleção dos mesmos objetivos, enquanto pessoas com as mesmas necessidades podem buscar satisfação por meio de objetivos diferentes.

A dinâmica que o autor descreve mostra que os indivíduos são dotados de inúmeras necessidades que se modificam, multiplicam e aumentam ao longo do tempo. Essas necessidades se modificam influenciadas por valores pessoais, condição social, influência do ambiente e aprendizado que possuem.

5.3.3.3 Necessidades

Shifman e Kanuk (2000, p.60) descrevem as necessidades como inatas ou adquiridas. As necessidades inatas são as necessidades fisiológicas, necessárias para manter a vida. Uma vez que são necessárias para manter a vida, as necessidades biogênicas são necessidades primárias.

Segundo os mesmos autores, as necessidades adquiridas são aquelas que aprendemos em resposta à nossa cultura ou meio ambiente. Aí estão incluídas necessidades de auto-estima, de prestígio, de afeto, de poder e de aprendizagem. Uma vez que as necessidades adquiridas são psicológicas, são consideradas necessidades secundárias.

Enquanto a energia elétrica é uma necessidade primária, a opção de fraudar é uma necessidade secundária, proveniente somente do indivíduo, de sua situação e da influência do ambiente.

5.3.3.4 Percepção

“Percepção é o processo pelo qual um indivíduo seleciona, organiza e interpreta a informação que recebe do ambiente” (SHETH, MITTAL; NEWMAN, 2001, p.286).

“O estudo da percepção é, em grande parte, o estudo acerca do que nós inconscientemente adicionamos ou subtraímos dos dados sensoriais brutos para produzir o nosso próprio quadro particular do mundo” (SCHIFFMAN; KANUK, 2000, P.103).

A percepção, segundo Kotler (2000), depende não apenas de estímulos físicos, mas também da relação desses estímulos com o ambiente e das condições interiores da pessoa, que fazem com que elas tenham diferentes percepções sobre uma mesma situação, devido a três processos:

Atenção seletiva: as pessoas são expostas a uma grande quantidade de estímulos que são filtrados por não ser possível prestar atenção a todos. É mais provável que as pessoas notem estímulos que se relacionem com uma necessidade atual, que elas antecipam, isto é, esperam haver uma dada propaganda em um determinado lugar ou estímulos que tem um apelo maior do que o normal.

Distorção seletiva: é a tendência de transformar a informação em significados pessoais e interpretá-la de maneira que se adapte a seus julgamentos.

Retenção seletiva: Propensão a lembrar os pontos positivos mencionados a respeito de um produto de que gostamos e esquecer os pontos positivos expostos a respeito de produtos concorrentes.

“A conduta ética de uma empresa pode ter um impacto significativo sobre as percepções que o público tem dela e sobre as decisões sobre ser ou não um cliente seu” (SHETH, MITTAL; NEWMAN, 2001, p.296).

A percepção que os consumidores têm da empresa depende da qualidade dos serviços prestados e do atendimento prestado por seus funcionários. A CEEE terceiriza grande parte de seus serviços, e este pessoal terceirizado participa também da formação da imagem da empresa.

A conduta ética dos funcionários e terceirizados, bem como as ações que a empresa adota, reflete sobre a percepção e a decisão dos consumidores.

No caso de ligações irregulares, uma agravante é a atuação no mercado de indivíduos que, a pretexto de uma intervenção técnica, utilizam o nome da empresa para a prática de extorsões, colaborando para uma imagem negativa da empresa.

Por outro lado, a quantidade de informações que a empresa disponibiliza sobre os riscos e conseqüências da prática da irregularidade, pode modificar a percepção dos consumidores e, assim, alterar seu comportamento.

Um meio pelo qual os profissionais de *marketing*, através da informação, podem modificar percepções, é a aprendizagem.

5.3.3.5 Aprendizagem

As pessoas se comportam em relação a uma dada situação por meio da aprendizagem que receberam, o que não significa que se limitem a reproduzir comportamentos. Além das informações e conhecimentos que possuem, sofrem a ação de seus valores pessoais.

Segundo Shifman e Kanuk (2000, p.137), a aprendizagem do consumidor é um processo, ou seja, ela evolui continuamente e muda em função do conhecimento adquirido recentemente ou em função da experiência.

Ainda segundo o mesmo autor, a aprendizagem pode ser intencional, ou seja, adquirida em função do interesse do indivíduo, ou incidental, isto é, adquirida por acaso. Um consumidor, por exemplo, pode buscar informações sobre um produto ou serviço ou aprender através de anúncios e propaganda.

De acordo com Newman, existem quatro diferentes mecanismos de aprendizado:

Aprendizado cognitivo: adquiridos através da comunicação escrita e oral, incidental ou intencionalmente.

Condicionamento clássico: é o processo pelo qual uma pessoa aprende uma associação entre dois estímulos em virtude de sua constante aparição como um par. É o ensinamento de certos comportamentos através da repetição.

Condicionamento instrumental: as pessoas aprendem a responder de determinadas maneiras porque elas são compensatórias.

Moldagem: as pessoas aprendem observando outras.

6 MÉTODO

Na consecução deste trabalho, optou-se pela utilização de uma pesquisa quantitativa de caráter descritivo.

Como trata-se de pesquisa sobre percepção, foi eleita a técnica projetiva. A utilização dessa técnica faz com que, ao perguntarmos sobre a percepção que têm de outros indivíduos, indiretamente, os entrevistados acabem projetando para a situação suas próprias motivações, crenças, experiências ou sensações.

O questionário, conforme apêndice A, consiste, basicamente, em um instrumento estruturado de coleta de dados que exigiu um cuidado extra na sua elaboração, já que seus questionamentos envolvem um ato ilícito e, por isso, poderiam gerar desconforto no entrevistado.

Foi realizado um pré-teste no cruzamento das Ruas Sepé Tiaraju com Orfanatório, por ser um local de passagem de moradores das vilas do Bairro Santa Teresa, com o intuito de verificar a compreensão do questionário por pessoas com menor grau de instrução. Verificou-se, assim, dificuldade de entendimento de algumas questões que, por isso, foram reescritas para aproximar sua redação da linguagem mais coloquial.

A aplicação do questionário foi realizada pelo Centro de Estudos e Pesquisas em Administração (CEPA), órgão vinculado à Escola de Administração da UFRGS, por 10 entrevistadores no dia 3 de outubro de 2006. No começo da manhã desse dia, foi realizado um breve treinamento com os entrevistadores, ocasião em que foram lidas as perguntas do questionário e esclarecidas as dúvidas em relação ao seu entendimento e aplicação. Ao final da tarde, foi acompanhada a chegada dos

entrevistadores com o retorno da aplicação do questionário. Nenhum entrevistador relatou qualquer dificuldade na aplicação do questionário.

Para a análise dos resultados foi utilizado o *software* Sphinx versão 4.5.

6.1 AMOSTRA

A população da pesquisa é composta por consumidores de energia elétrica da CEEE da cidade de Porto Alegre

A amostra é aleatória e a técnica de amostragem utilizada é a não probabilística por cotas de acordo com sexo, idade e escolaridade, baseadas no último censo demográfico da cidade de Porto Alegre. Essa técnica foi utilizada por ser a que melhor representa proporcionalmente a opinião dos consumidores da capital.

Determinou-se que seriam coletadas 200 entrevistas, a serem aplicadas por 10 entrevistadores, cabendo a cada um deles, portanto, uma cota de 20 entrevistas. Foram sorteados, então, 10 bairros da cidade de Porto Alegre. Esse sorteio foi feito por um programa de computador do CEPA dentre os 78 bairros oficiais da capital.

Definiu-se que as entrevistas seriam aplicadas nas ruas e cada entrevistador deveria posicionar-se no local de maior circulação de pessoas do respectivo bairro. Em outras palavras, os entrevistadores deveriam entrevistar qualquer pessoa que se encaixasse no perfil da amostra de acordo com sexo, idade e escolaridade.

Os bairros sorteados foram:

- Auxiliadora;
- Cidade Baixa;

- Floresta.
- Higienópolis;
- Ipanema;
- Jardim Lindóia;
- Menino Deus;
- Moinhos de Vento;
- Restinga;
- Santo Antônio.

7 ANÁLISE DOS DADOS

Inicialmente, descreveu-se as variáveis da amostra em relação ao sexo, idade e escolaridade, que foram determinadas de acordo com o mais recente censo demográfico de Porto Alegre. Com isso, buscou-se uma projeção dos resultados que, em tese, se obteria entrevistando toda população da capital.

Logo após, para uma melhor observação, a análise dos dados foi dividida agrupando-se os resultados das questões de acordo com cada objetivo proposto.

7.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Tabela 1 – Sexo dos entrevistados

Sexo	Qt. cit.	Freq.
masculino	94	47,0%
feminino	106	53,0%
TOTAL OBS.	200	100%

Fonte: Dados da amostra.

A amostra em relação ao sexo representou ambos de maneira semelhante, reproduzindo a mesma proporção entre sexos do mais recente censo demográfico de Porto Alegre.

Tabela 2 – Idade dos entrevistados

Idade	Qt. cit.	Freq.
16 à 19	16	8,0%
20 à 39	88	44,0%
40 ou mais	96	48,0%
TOTAL OBS.	200	100%

Fonte: Dados da amostra.

Na amostra por idade, há uma diferença significativa entre a faixa etária de 16 a 19 anos e as demais, também de acordo com o mais recente censo demográfico da capital.

Tabela 3 – Grau de escolaridade dos entrevistados

Grau de escolaridade	Qt. cit.	Freq.
1º grau/ensino fundamental	99	49,5%
2º grau/ensino médio	56	28,0%
ensino superior	45	22,5%
TOTAL OBS.	200	100%

Fonte: Dados da amostra.

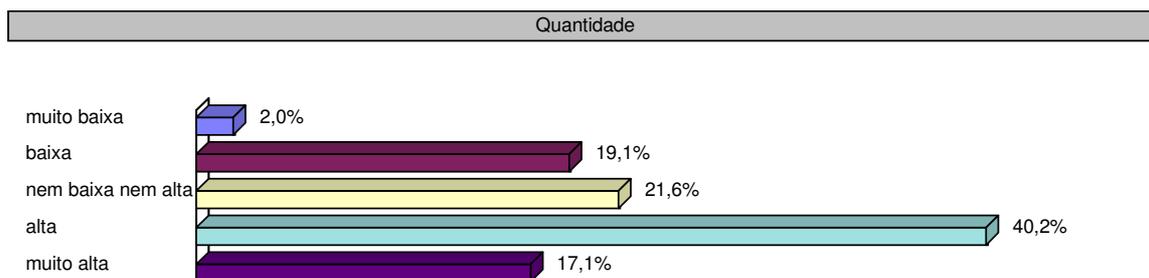
Na amostra por escolaridade há um percentual significativamente maior de entrevistados com 1º grau/ensino fundamental. Os outros dois grupos têm percentuais semelhantes entre si.

Tal distribuição do grau de escolaridade na população espelha os dados do mais recente censo demográfico de Porto Alegre.

7.2 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DE ACORDO COM OS OBJETIVOS

Percepção dos consumidores em relação aos consumidores irregulares

Gráfico 1 - Na sua opinião, a quantidade de pessoas que fazem desvio de energia elétrica, popularmente conhecido como "gato de luz", na cidade de Porto Alegre é:



Média = 3,51 Desvio-padrão = 1,05

Fonte: Dados da pesquisa

A quantidade de pessoas que fazem desvio de energia elétrica na cidade de Porto Alegre é elevada segundo a maioria dos entrevistados.

Tabelas – 4, 5 e 6 Cruzamento das médias da questão sobre a quantidade de desvios com o sexo, idade e escolaridade

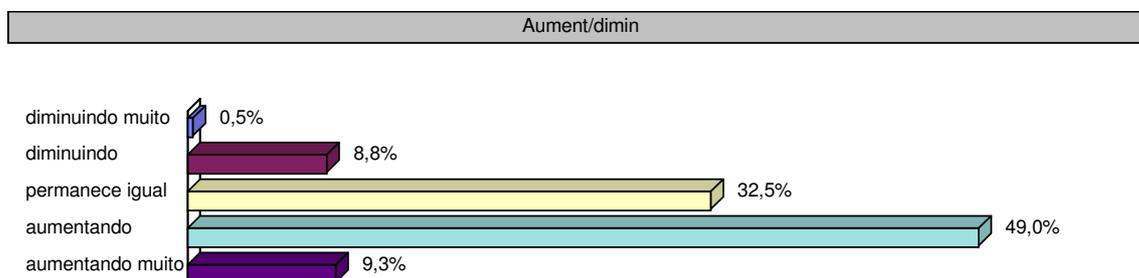
Sexo	Quantidade
masculino	3,45
feminino	3,57
TOTAL	3,51

Idade	Quantidade
16 à 19	3,75
20 à 39	3,57
40 ou mais	3,42
TOTAL	3,51

Grau de escolaridade	Quantidade
1º grau/ensino fundamental	3,45
2º grau/ensino médio	3,62
ensino superior	3,51
TOTAL	3,51

Fonte: Dados da pesquisa

Não houve diferença de opinião de acordo com sexo, idade e escolaridade. A quantidade de desvios de energia é percebida como alta pela maioria da população independentemente dessas variáveis.

Gráfico 2 - Na sua opinião, a quantidade de desvios de energia elétrica está:

Média = 3,58 Desvio-padrão = 0,80

Fonte: Dados da pesquisa

A maioria dos entrevistados acha que o desvio de energia elétrica está aumentando e 32,5% acha que a quantidade permanece igual.

Portanto, a maioria dos consumidores percebe que a quantidade de desvios de energia elétrica, além de ser alta, como visto na questão anterior, está aumentando.

Tabelas – 7, 8 e 9 Cruzamento das médias da questão sobre o aumento/diminuição da quantidade de desvios com o sexo, idade e escolaridade

Sexo	Aument /dimin
masculino	3,69
feminino	3,48
TOTAL	3,58

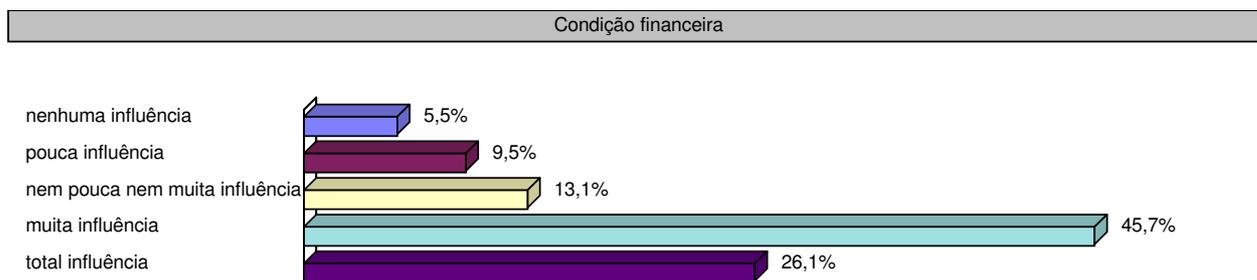
Idade	Aument /dimin
16 à 19	3,88
20 à 39	3,57
40 ou mais	3,53
TOTAL	3,58

Grau de escolaridade	Aument /dimin
1º grau/ensino fundamental	3,58
2º grau/ensino médio	3,54
ensino superior	3,61
TOTAL	3,58

Fonte: Dados da pesquisa

No cruzamento com a idade, os jovens de 16 a 19 anos acham que o desvio de energia está aumentando mais, se comparados às demais faixas etárias. Em relação ao sexo e à escolaridade, não houve diferença significativa de opinião.

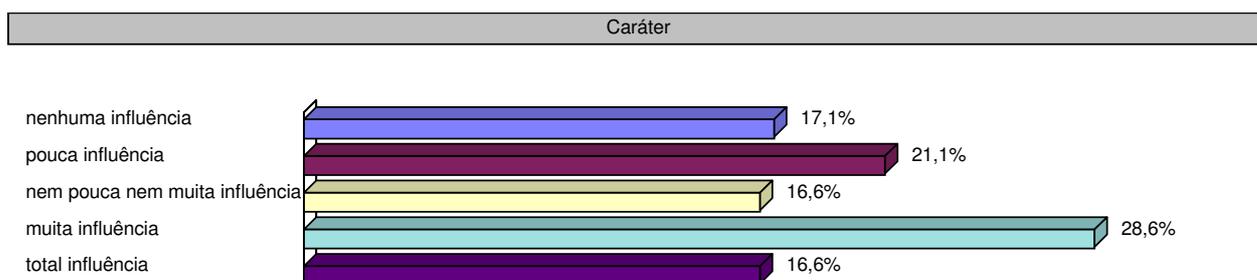
Gráfico 3 - O quanto a condição financeira da pessoa tem influência sobre a decisão dela de fazer um desvio de energia:



Média condição financeira = 3,77 Desvio-padrão = 1,11

Fonte: Dados da pesquisa

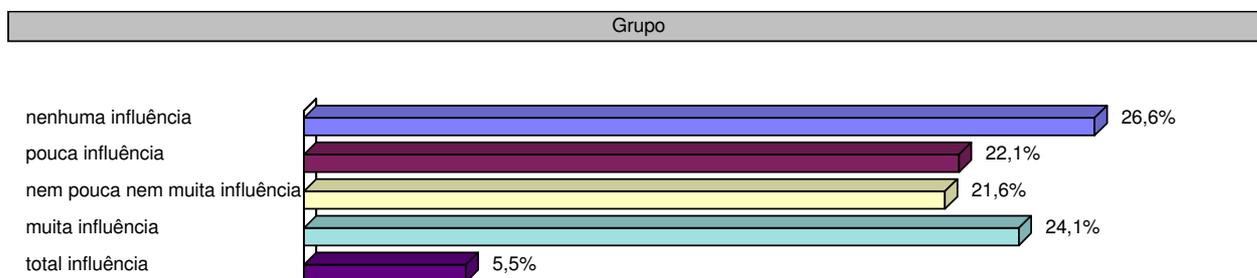
Gráfico 4 - O quanto o caráter da pessoa tem influência sobre a decisão dela de fazer um desvio de energia:



Média caráter = 3,07 Desvio-padrão = 1,36

Fonte: Dados da pesquisa

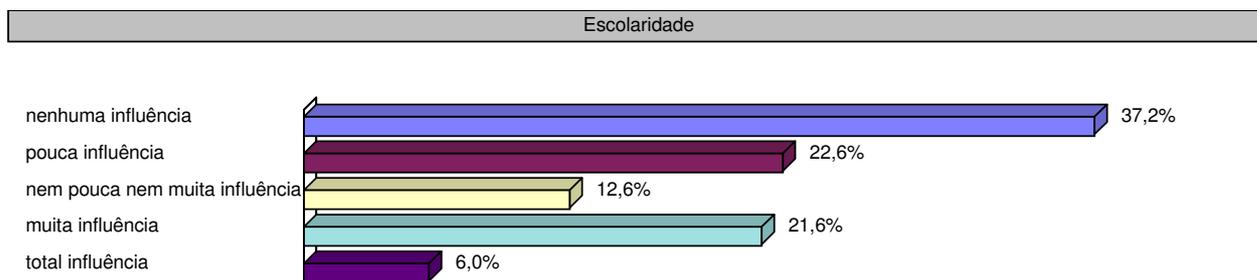
Gráfico 5 - O quanto os parentes, amigos e vizinhos da pessoa têm influência sobre a decisão dela de fazer um desvio de energia:



Média grupo = 2,60 Desvio-padrão = 1,26

Fonte: Dados da pesquisa

Gráfico 6 - O quanto o grau de escolaridade da pessoa tem influência sobre a decisão dela de fazer um desvio de energia:



Média escolaridade = 2,37 Desvio-padrão = 1,33

Fonte: Dados da pesquisa

Somando-se os resultados de muita e total influência conclui-se que a condição financeira é apontada por 71,8% dos entrevistados como o item de maior influência na decisão de fazer o desvio de energia, dentre os 4 apresentados.

O caráter é considerado como influenciador na decisão de fazer um desvio de energia, embora com uma intensidade menor do que a condição financeira.

Os parentes, amigos e vizinhos, considerados os grupos de maior convivência da pessoa, foram considerados influenciadores, embora em menor grau que a condição financeira e o caráter.

Por sua vez, a escolaridade da pessoa é o item de menor influência, tendo inclusive a percentagem mais alta de “nenhuma influência”, 37,2% de respostas, o que tornou sua média a mais baixa.

Tabela - 10 Cruzamento das médias das questões sobre as influências na decisão de fazer o desvio de energia com o sexo

Sexo	Caráter	Condição financeira	Grupo	Escolaridade
masculino	2,98	3,72	2,50	2,20
feminino	3,14	3,82	2,69	2,51
TOTAL	3,07	3,77	2,60	2,37

Fonte: Dados da pesquisa

No cruzamento do grupo de influências com o sexo constatamos não existir diferenças de opinião.

Tabela - 11 Cruzamento das médias das questões sobre as influências na decisão de fazer o desvio de energia com a idade

Idade	Caráter	Condição financeira	Grupo	Escolar idade
16 à 19	2,38	3,63	3,50	1,75
20 à 39	3,09	3,75	2,35	2,30
40 ou mais	3,16	3,82	2,67	2,54
TOTAL	3,07	3,77	2,60	2,37

Fonte: Dados da pesquisa.

No cruzamento do grupo de influências com a idade, constatou-se que os jovens de 16 a 19 anos acham que o grupo - amigos, parentes e vizinhos-, depois da condição financeira, é o item que mais influencia na decisão de fazer o desvio de energia. Essa faixa etária também se diferencia das demais pela baixa influência significativa atribuída ao caráter e à escolaridade.

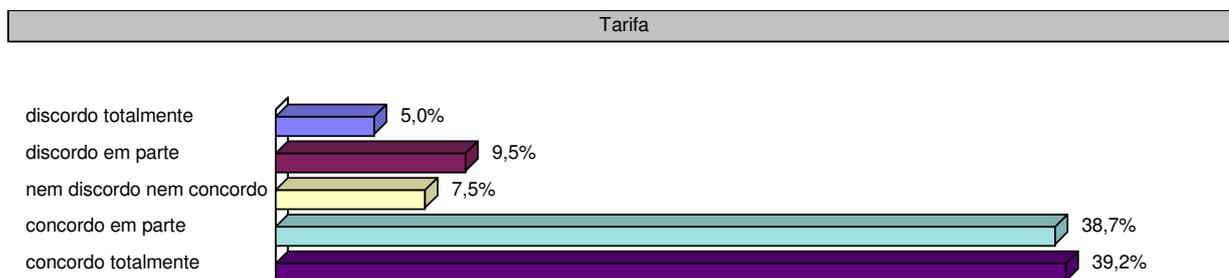
Tabela - 12 Cruzamento das médias das questões sobre as influências na decisão de fazer o desvio de energia com a escolaridade

Grau de escolaridade	Caráter	Condição financeira	Grupo	Escolar idade
1º grau/ensino fundamental	3,01	3,86	2,52	2,32
2º grau/ensino médio	3,04	3,59	2,59	2,13
ensino superior	3,22	3,82	2,78	2,78
TOTAL	3,07	3,77	2,60	2,37

Fonte: Dados da pesquisa.

No cruzamento do grupo de influências com a escolaridade constatou-se não existir diferenças de opinião.

Gráfico 7 - A maioria das pessoas desvia energia porque a tarifa de energia elétrica é alta:



Média = 3,97 Desvio-padrão = 1,14

Fonte: Dados da pesquisa

Verificou-se que 77,9 % dos entrevistados concordam com a afirmação de que as pessoas desviam energia porque a tarifa é alta. Essa percepção é mais uma condicionante na decisão de desviar.

Tabelas – 13, 14 e 15 Cruzamento das médias da questão sobre tarifa de energia com o sexo, idade e escolaridade

Sexo	Tarifa
masculino	3,80
feminino	4,13
TOTAL	3,97

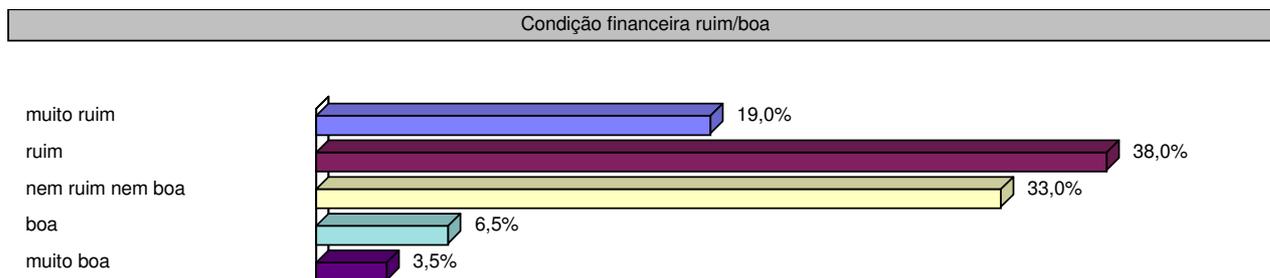
Idade	Tarifa
16 à 19	4,00
20 à 39	4,03
40 ou mais	3,92
TOTAL	3,97

Grau de escolaridade	Tarifa
1º grau/ensino fundamental	4,06
2º grau/ensino médio	3,91
ensino superior	3,87
TOTAL	3,97

Fonte: Dados da pesquisa.

Apesar de não existirem diferenças significativas em relação ao sexo, idade e escolaridade, as mulheres concordam mais do que os homens com a afirmação de que as pessoas desviam energia porque a tarifa é alta.

Gráfico 8 - A maioria das pessoas que desvia energia elétrica tem uma condição financeira:



Média = 2,38 Desvio-padrão = 0,98

Fonte: Dados da pesquisa

A maioria dos entrevistados acha que o desvio é feito por pessoas de condição financeira ruim. Embora a condição financeira seja considerada a grande influenciadora na decisão de desviar energia, cabe considerar que, segundo os resultados obtidos, 43% das pessoas que fazem desvios de energia não têm uma condição financeira precária.

Tabelas – 16, 17 e 18 Cruzamento das médias da questão sobre a condição financeira com o sexo, idade e escolaridade

Sexo	Condição financeira ruim/boa
masculino	2,55
feminino	2,22
TOTAL	2,38

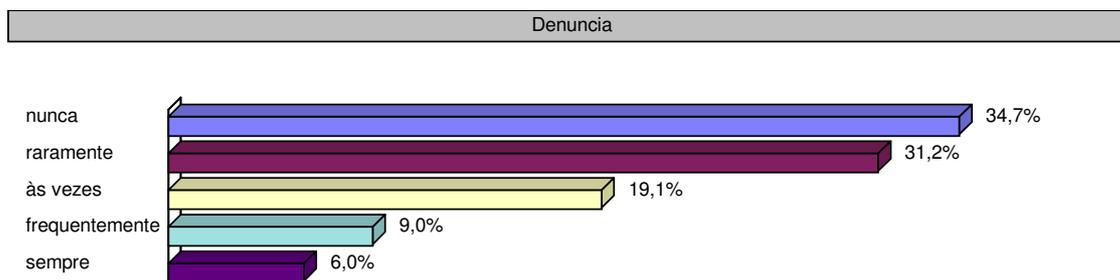
Idade	Condição financeira ruim/boa
16 à 19	2,56
20 à 39	2,39
40 ou mais	2,33
TOTAL	2,38

Grau de escolaridade	Condição financeira ruim/boa
1º grau/ensino fundamental	2,36
2º grau/ensino médio	2,48
ensino superior	2,27
TOTAL	2,38

Fonte: Dados da pesquisa.

Apesar de não existirem diferenças significativas em relação ao sexo, idade e escolaridade, as mulheres, mais do que os homens, acham que as pessoas que desviam energia têm uma condição financeira ruim.

Gráfico 9 - A maioria das pessoas que conhece alguém que faz desvio de energia elétrica denuncia:



Média = 2,21 Desvio-padrão = 1,19

Fonte: Dados da pesquisa

A partir da média de respostas de 2,21 verifica-se que a maioria das pessoas raramente denuncia um desvio de energia, talvez em virtude do alto grau de impunidade percebido, como veremos na próxima questão.

Tabela – 19, 20 e 21 Cruzamento das médias da questão sobre a frequência de denuncia com o sexo, idade e escolaridade

Sexo	Denuncia
masculino	2,27
feminino	2,15
TOTAL	2,21

Idade	Denuncia
16 à 19	2,06
20 à 39	2,39
40 ou mais	2,06
TOTAL	2,21

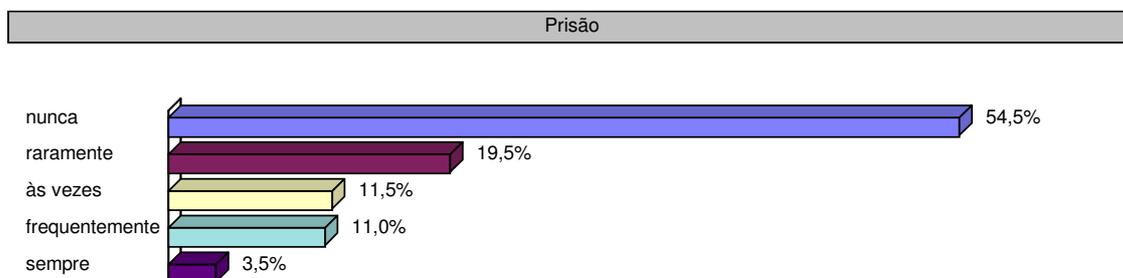
Grau de escolaridade	Denuncia
1º grau/ensino fundamental	2,20
2º grau/ensino médio	2,18
ensino superior	2,24
TOTAL	2,21

Fonte: Dados da pesquisa.

O hábito de não denunciar não tem diferença de acordo com sexo, idade e escolaridade.

Percepção dos consumidores da CEEE sobre as riscos e conseqüências do desvio de energia

Gráfico 10 - A maioria das pessoas acha que a prisão por desvio de energia elétrica acontece:



Média = 1,90 Desvio-padrão = 1,19

Fonte: Dados da pesquisa

As pessoas acham que a prisão por desvio de energia raramente acontece. Isso demonstra o altíssimo grau de impunidade percebido, sobretudo se observarmos que a maioria dos entrevistados acha que a prisão por desvio nunca acontece.

Tabelas – 22, 23 e 24 Cruzamento das médias da questão sobre a freqüência de prisão com o sexo, idade e escolaridade

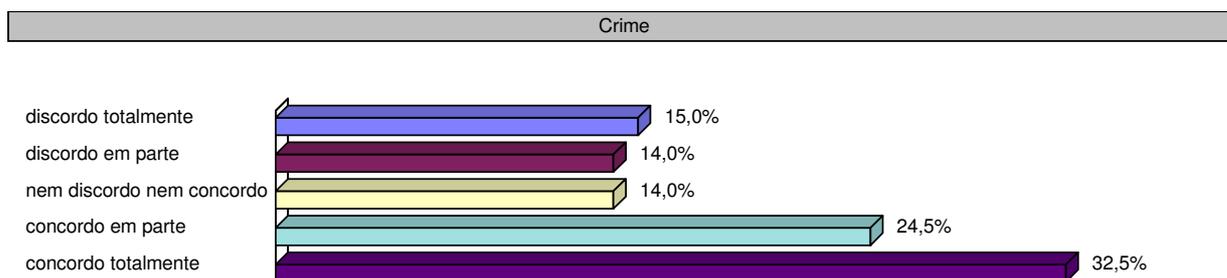
Sexo	Prisão
masculino	1,93
feminino	1,87
TOTAL	1,90

Idade	Prisão
16 à 19	2,13
20 à 39	2,05
40 ou mais	1,72
TOTAL	1,90

Grau de escolaridade	Prisão
1º grau/ensino fundamental	1,91
2º grau/ensino médio	2,00
ensino superior	1,73
TOTAL	1,90

Fonte: Dados da pesquisa.

Não existe diferença significativa de opinião quanto à prisão por desvio de energia em relação ao sexo, idade e escolaridade.

Gráfico 11 - A maioria das pessoas acha que o desvio de energia elétrica é crime:

Média = 3,46 Desvio-padrão = 1,45

Fonte: Dados da pesquisa

A maioria das pessoas não tem plena consciência que o desvio de energia é crime.

Somente um pouco mais da metade das pessoas concordaram que desvio de energia é crime, aí incluídos os que concordaram parcialmente - quase ¼ do total. Portanto, obtemos um percentual de 67,5 % de pessoas que não é inteiramente consciente de que o desvio é crime. Isto pode estar diretamente relacionado ao alto grau de impunidade percebido.

Tabelas – 25, 26 e 27 Cruzamento das médias da questão sobre o crime com o sexo, idade e escolaridade

Sexo	Crime
masculino	3,61
feminino	3,32
TOTAL	3,46

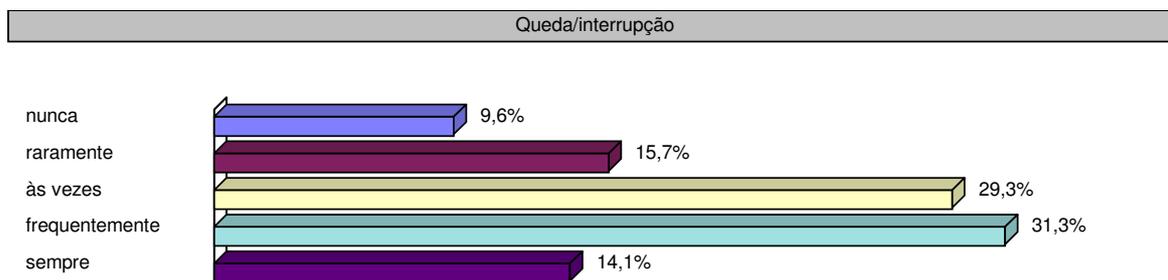
Idade	Crime
16 à 19	3,25
20 à 39	3,42
40 ou mais	3,52
TOTAL	3,46

Grau de escolaridade	Crime
1º grau/ensino fundamental	3,30
2º grau/ensino médio	3,52
ensino superior	3,71
TOTAL	3,46

Fonte: Dados da pesquisa.

Em relação ao sexo, idade e escolaridade não existe diferença de opinião significativa quanto ao fato de o desvio de energia ser crime.

Gráfico 12 - O desvio de energia pode causar queda/interrupção no fornecimento dos vizinhos:



Média = 3,25 Desvio-padrão = 1,17

Fonte: Dados da pesquisa

A maioria dos consumidores tem consciência de que o desvio de energia pode causar queda/interrupção no fornecimento dos vizinhos.

Com relação à percepção da frequência do acontecimento, 44% dos entrevistados acham que a queda/interrupção pode acontecer frequentemente ou sempre, com a média ficando em 3,25.

Tabelas – 28, 29 e 30 Cruzamento das médias da questão sobre a frequência de queda/interrupção com o sexo, idade e escolaridade

Sexo	Queda/interrupção
masculino	3,29
feminino	3,21
TOTAL	3,25

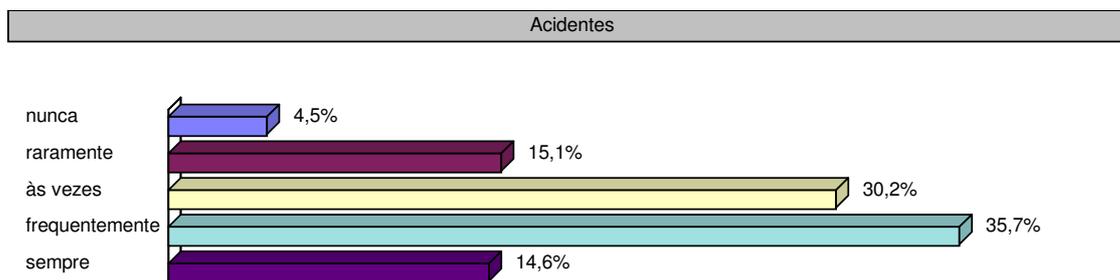
Idade	Queda/interrupção
16 à 19	3,13
20 à 39	3,28
40 ou mais	3,24
TOTAL	3,25

Grau de escolaridade	Queda/interrupção
1º grau/ensino fundamental	3,16
2º grau/ensino médio	3,39
ensino superior	3,26
TOTAL	3,25

Fonte: Dados da pesquisa.

Em relação ao sexo, idade e escolaridade, não existe diferença significativa de opinião sobre a influência do desvio de energia na queda/interrupção no fornecimento dos vizinhos.

Gráfico 13 - Os acidentes elétricos causados por desvios de energia elétrica acontecem:



Média = 3,41 Desvio-padrão = 1,05

Fonte: Dados da pesquisa

A maioria dos consumidores tem consciência de que o desvio de energia pode causar acidentes e que estes acontecem frequentemente, com a média ficando em 3,41.

Tabelas – 31, 32 e 33 Cruzamento das médias da questão sobre a frequência de acontecimento de acidentes com o sexo, idade e escolaridade

Sexo	Acidentes
masculino	3,52
feminino	3,30
TOTAL	3,41

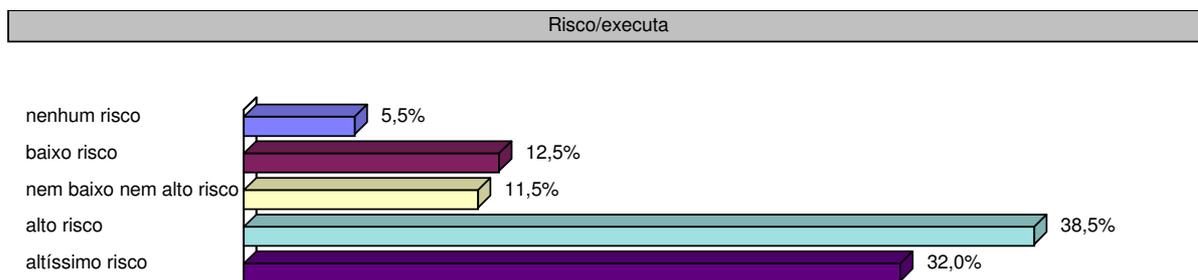
Idade	Acidentes
16 à 19	3,63
20 à 39	3,39
40 ou mais	3,39
TOTAL	3,41

Grau de escolaridade	Acidentes
1º grau/ensino fundamental	3,38
2º grau/ensino médio	3,55
ensino superior	3,29
TOTAL	3,41

Fonte: Dados da pesquisa.

Não existe diferença significativa de opinião sobre os acidentes elétricos causados por desvio em relação ao sexo, idade e escolaridade.

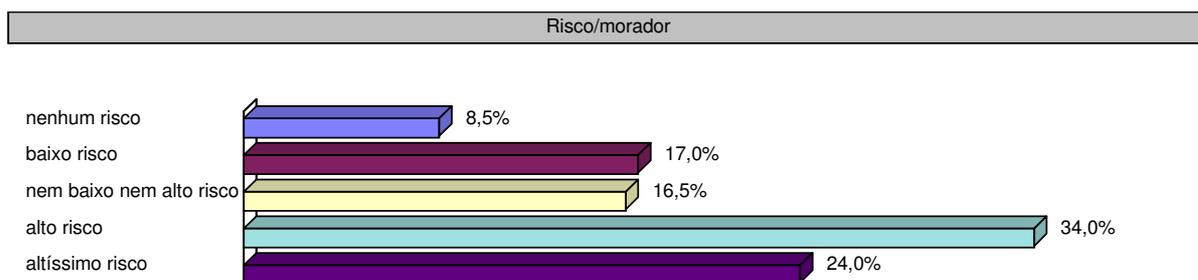
Gráfico 14- Quanto ao risco à vida, a maioria das pessoas acha que o desvio de energia para quem faz o desvio, tem:



Média executada = 3,79 Desvio-padrão = 1,18

Fonte: Dados da pesquisa.

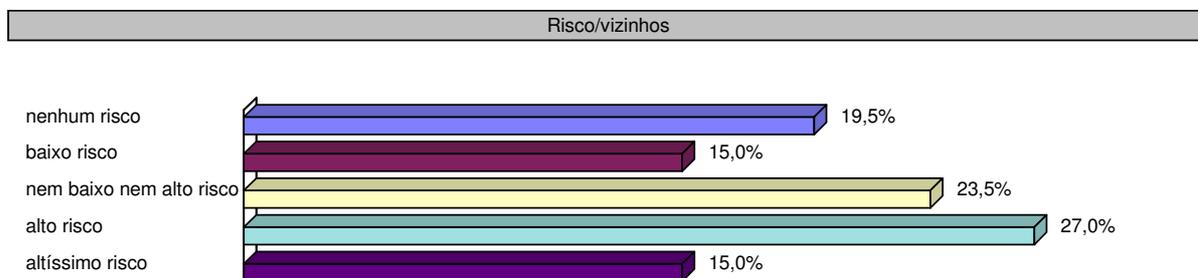
Gráfico 15- Quanto ao risco à vida, a maioria das pessoas acha que o desvio de energia para quem mora na casa com desvio, tem:



Média morador = 3,48 Desvio-padrão = 1,26

Fonte: Dados da pesquisa.

Gráfico 16- Quanto ao risco à vida, a maioria das pessoas acha que o desvio de energia para os vizinhos, tem:



Média vizinhos = 3,03 Desvio-padrão = 1,34

Fonte: Dados da pesquisa.

Com relação ao risco à vida, os entrevistados acham que o risco é alto para quem executa o desvio de energia, mas de média intensidade para os vizinhos. De acordo com as médias, verifica-se que as pessoas acham que o risco diminui quanto mais longe a pessoa estiver do local do desvio de energia.

Tabelas – 34, 35 e 36 Cruzamento das médias das questões sobre os riscos com o sexo, idade e escolaridade

Sexo	Risco/executora	Risco/morador	Risco/vizinhos
masculino	3,76	3,40	2,91
feminino	3,82	3,55	3,13
TOTAL	3,79	3,48	3,03

Idade	Risco/executora	Risco/morador	Risco/vizinhos
16 à 19	3,63	3,25	2,88
20 à 39	3,76	3,38	3,00
40 ou mais	3,84	3,61	3,08
TOTAL	3,79	3,48	3,03

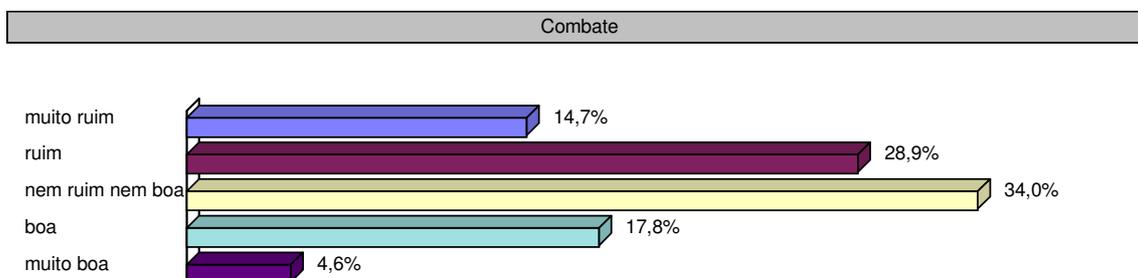
Grau de escolaridade	Risco/executora	Risco/morador	Risco/vizinhos
1º grau/ensino fundamental	3,94	3,36	2,90
2º grau/ensino médio	3,80	3,77	3,27
ensino superior	3,44	3,38	3,02
TOTAL	3,79	3,48	3,03

Fonte: Dados da pesquisa.

Não existe diferença significativa de opinião quanto ao risco à vida em relação ao sexo, idade e escolaridade.

Percepção dos consumidores quanto à ação da empresa

Gráfico 17- A fiscalização da CEEE, no combate aos desvios de energia elétrica, é:



Média = 2,69 Desvio-padrão = 1,07

Fonte: Dados da pesquisa.

A fiscalização da CEEE, no combate aos desvios de energia, é vista como “nem ruim nem boa”, tendendo para o ruim, já que 43,6% dos entrevistados responderam que o combate aos desvios é ruim ou muito ruim.

Tabelas – 37, 38 e 39 Cruzamento das médias da questão sobre o combate aos desvios com o sexo, idade e escolaridade

Sexo	Combate
masculino	2,51
feminino	2,84
TOTAL	2,69

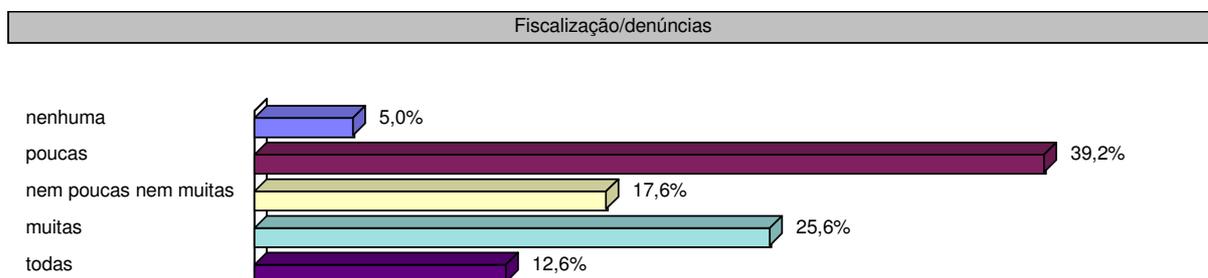
Idade	Combate
16 à 19	2,80
20 à 39	2,80
40 ou mais	2,56
TOTAL	2,69

Grau de escolaridade	Combate
1º grau/ensino fundamental	2,67
2º grau/ensino médio	2,80
ensino superior	2,58
TOTAL	2,69

Fonte: Dados da pesquisa.

Apesar de não existirem diferenças significativas em relação ao sexo, idade e escolaridade, ao analisarmos o cruzamento entre o combate e o sexo dos entrevistados, verificamos que as mulheres têm uma visão da ação da CEEE mais positiva da que os homens têm.

Gráfico 18- Na sua opinião, das denúncias que a CEEE recebe, são fiscalizadas:



Média = 3,02 Desvio-padrão = 1,17

Fonte: Dados da pesquisa.

Apesar do maior número de respostas (39,2%) se concentrar em “poucas”, a média ficou em 3,02, o que leva à conclusão de que a maioria dos consumidores acha que a CEEE fiscaliza uma parte das denúncias que recebe.

Tabelas – 40, 41 e 42 Cruzamento das médias da questão sobre a fiscalização com o sexo, idade e escolaridade

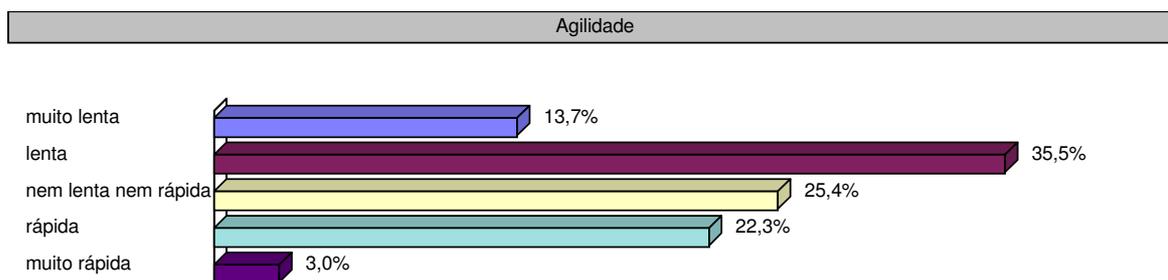
Sexo	Fiscalização/denúncias
masculino	3,11
feminino	2,93
TOTAL	3,02

Idade	Fiscalização/denúncias
16 à 19	2,38
20 à 39	2,93
40 ou mais	3,20
TOTAL	3,02

Grau de escolaridade	Fiscalização/denúncias
1º grau/ensino fundamental	3,07
2º grau/ensino médio	2,85
ensino superior	3,09
TOTAL	3,02

Fonte: Dados da pesquisa.

Apesar de não existirem diferenças significativas em relação ao sexo e a escolaridade, no cruzamento com a idade, os jovens entre 16 a 19 anos responderam que a CEEE fiscaliza pouco. Este resultado é significativamente diferente das demais faixas etárias, já que, à medida que aumenta a idade, a percepção que as pessoas têm da fiscalização é mais positiva.

Gráfico 19 - Na sua opinião, a CEEE atende as denúncias de maneira:

Média = 2,65 **Desvio-padrão = 1,07**

Fonte: Dados da pesquisa.

A percepção da maioria dos consumidores em relação à agilidade da CEEE no atendimento às denúncias é de lentidão, com 49,2% dos entrevistados respondendo que é lenta ou muito lenta. A média ficou em 2,65.

Tabelas – 43, 44 e 45 Cruzamento das médias da questão sobre a agilidade no atendimento às denúncias com o sexo, idade e escolaridade

Sexo	Agilidade
masculino	2,61
feminino	2,69
TOTAL	2,65

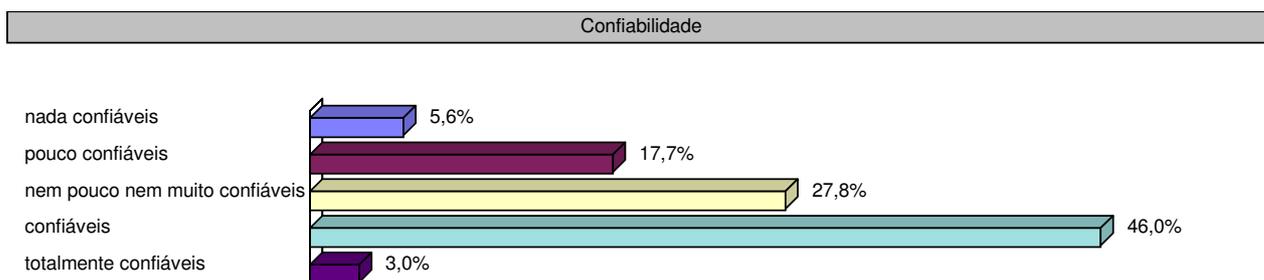
Idade	Agilidade
16 à 19	2,19
20 à 39	2,69
40 ou mais	2,71
TOTAL	2,65

Grau de escolaridade	Agilidade
1º grau/ensino fundamental	2,57
2º grau/ensino médio	2,79
ensino superior	2,67
TOTAL	2,65

Fonte: Dados da pesquisa.

Apesar de não existirem diferenças significativas no cruzamento da agilidade no atendimento às denúncias com o sexo e a escolaridade, no cruzamento com a idade, os jovens entre 16 e 19 anos responderam que a CEEE é lenta ou muito lenta. Essa imagem negativa da ação da empresa é significativamente maior nessa faixa etária do que nas demais, como podemos verificar pela média de 2,19.

Gráfico 20 - Na sua opinião, os funcionários e prestadores de serviço da CEEE são:



Média = 3,23 Desvio-padrão = 0,96

Fonte: Dados da pesquisa.

Os funcionários e prestadores de serviço da CEEE são vistos como confiáveis pela maior parte dos entrevistados.

Tabelas – 46, 47 e 48 Cruzamento das médias da questão sobre a confiabilidade dos funcionários e prestadores de serviços com o sexo, idade e escolaridade

Sexo	Confiabilidade
masculino	3,12
feminino	3,33
TOTAL	3,23

Idade	Confiabilidade
16 à 19	3,31
20 à 39	3,09
40 ou mais	3,35
TOTAL	3,23

Grau de escolaridade	Confiabilidade
1º grau/ensino fundamental	3,15
2º grau/ensino médio	3,24
ensino superior	3,40
TOTAL	3,23

Fonte: Dados da pesquisa.

Não existem diferenças significativas de opinião no cruzamento da confiabilidade dos funcionários com o sexo, idade e escolaridade.

8 CONCLUSÃO

O objetivo deste trabalho foi o de conhecer a percepção dos consumidores sobre o desvio de energia na cidade de Porto Alegre. Para isso, a revisão da literatura foi importante na identificação das várias influências que podem atuar sobre o consumidor que desvia energia.

Na análise dos dados, constatou-se que a maioria dos consumidores acha que a quantidade de desvios de energia, além de ser alta, está aumentando. Esse resultado é muito interessante se considerarmos que o desvio de energia nem sempre é de fácil identificação, além do que sua ocorrência é mais comum em determinados bairros ou regiões, e a pesquisa foi aplicada em toda a capital.

Conforme a pesquisa, como as pessoas raramente denunciam um desvio de energia, e uma vez que faltam recursos materiais e humanos para fiscalizar as denúncias recebidas, a empresa deve investir principalmente em infra-estrutura para ter uma fiscalização efetiva, minimizando, assim, suas perdas comerciais. Por perdas comerciais entenda-se não só o prejuízo direto da utilização de energia elétrica sem a devida contraprestação por conta do desvio, mas também o desgaste da imagem da empresa diante do consumidor idôneo.

O incremento da infra-estrutura também é pressuposto de uma ação de *marketing* estimuladora de denúncias, já que não haveria sentido buscar um número maior de denúncias sem antes criar condições de atender ao volume atual.

Como vivemos em um país em que a maioria da população é pobre, o problema do desvio de energia está ligado, em grande parte, ao problema econômico e social do país, de renda baixa e mal distribuída.

Nesse contexto, já era esperado que a condição financeira das pessoas resultasse como o item de maior influência na decisão de fazer um desvio de energia. Por outro lado, os entrevistados reconheceram que 33% das pessoas que fazem o desvio não têm uma condição tão ruim assim, e 10% delas têm uma condição favorável, o que pode remeter a decisão por desviar a um outro motivo.

O caráter, segundo a pesquisa, tem influência na decisão de fazer um desvio de energia, embora com uma intensidade menor do que a condição financeira.

Em menor grau que a condição financeira e o caráter, o grupo de convivência dos consumidores também influencia na decisão de desviar energia.

De um modo geral, a percepção da influência do grupo é vista como de menor intensidade, provavelmente porque deve ocorrer em maior grau em localidades dominadas por ligações clandestinas, e a presente pesquisa abrangeu todos os consumidores de Porto Alegre.

Contudo, nas fiscalizações, principalmente em áreas dominadas por ligações clandestinas, e no atendimento aos consumidores via 0800 ou agências, observa-se a influência negativa dos vizinhos, parentes e amigos. Da mesma forma, percebe-se a influência do meio em consumidores quando cobram providências em relação às denúncias já feitas, sob a ameaça de também fazerem desvios em caso de não-atendimento.

Importa observar que mesmo aqueles que se utilizam do desvio não admitem tratamento diferente do dispensado aos seus vizinhos: sentem-se no direito de desviar energia quando a área é dominada pela irregularidade, por exemplo.

Já a escolaridade é o item de menor influência dentre os quatro apresentados.

No cruzamento dos itens influenciadores da decisão de desviar energia, a idade mostrou-se peculiar. Para os jovens de 16 a 19 anos, depois da condição financeira o que mais influencia na decisão de desviar energia são os amigos, parentes e vizinhos. Outra diferença desse grupo é a baixa influência significativa atribuída ao caráter e à escolaridade.

Esse resultado provavelmente seja uma característica dessa faixa etária, mais influenciável pelas outras pessoas por estar em processo de afirmação da personalidade. Entretanto, não foi só aí que o comportamento dos mais jovens diferenciou-se em relação às demais faixas etárias.

Essa suscetibilidade do jovem às influências – negativas, neste caso - é preocupante, já que com o apontado crescimento da quantidade de desvios, existirão cada vez mais pessoas influenciando umas às outras a também fazer desvios, e assim, sucessivamente.

Outros resultados demonstram que os jovens de 16 a 19 anos têm uma imagem negativa do desvio de energia e da ação da CEEE. Além de achar que o desvio de energia está aumentando mais, acham que a empresa fiscaliza menos e é mais lenta no atendimento às denúncias que recebe, se comparados aos resultados das demais faixas etárias.

As demais faixas etárias acham que das denúncias que a CEEE recebe ela fiscaliza “nem muitas nem poucas”, isto é, poderíamos dizer que a empresa fiscaliza uma parte das denúncias recebidas. Esse resultado, se não é o desejável, não é de todo mal, já que uma percepção negativa - “nenhuma” ou “poucas” - da ação da empresa, associada a um sentimento de impunidade, poderia aumentar ainda mais os casos de desvios.

Já em relação à agilidade e à quantidade de desvios, não houve diferença de opinião por parte dos jovens, apenas uma quantidade de respostas significativamente maior.

Ainda que a CEEE eventualmente receba denúncias de que seus prestadores de serviço estariam envolvidos em irregularidades, de certa forma a maioria dos consumidores demonstrou confiança nesses profissionais. Apesar da média de 3,23 não ser muito alta, este foi o melhor resultado encontrado em relação ao comportamento da CEEE quanto ao desvio de energia. Os demais resultados não foram positivos para a empresa.

Com relação às conseqüências de se fazer um desvio de energia, constatou-se o alto grau de impunidade percebido pelos consumidores. A prisão pelo crime é

vista como improvável, o que certamente colabora para que a quantidade de desvios aumente.

O que também contribui para o alto grau de impunidade é que a maioria dos consumidores não tem completa consciência de que o desvio de energia é crime.

Sendo assim, uma ação recomendável é o investimento por parte da empresa em publicidade conscientizadora, informando seus consumidores que desviar energia é crime e que pode levar à prisão.

Quanto ao risco à vida, os consumidores têm consciência de que ele existe e de que o desvio pode acarretar acidentes e quedas/interrupção no fornecimento dos vizinhos. Como para os consumidores os acidentes e as quedas no fornecimento são freqüentes, isso nos levaria a imaginar que essa consciência não é suficiente para inibir o desvio de energia.

Entretanto, essa impressão não é verdadeira pela conjugação de dois fatores: primeiro - os desvios de energia concentram-se em determinadas áreas; segundo - a percepção da consciência é colhida do conjunto dos consumidores. Ou seja, o nível de consciência nas áreas críticas talvez não seja o suficiente. Cabe, portanto, uma ação direcionada a essas localidades para promover uma maior conscientização, alocando recursos, naturalmente escassos, de maneira mais racional – onde eles poderão surtir melhores efeitos.

O investimento em *marketing* se apresenta, portanto, como um dos elementos indispensáveis à alteração do quadro desfavorável à CEEE. As ações de *marketing* buscariam obviamente a conscientização dos consumidores e serviriam também para demonstrar que a empresa não está alheia ao problema, promovendo assim uma melhor imagem da sua atuação.

10 REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing**. Uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de Marketing**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MITTAL, Banwari; NEWMAN, Bruce I.; SHET, Jagdish N. **Comportamento do cliente**: indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2001.

RIO GRANDE DO SUL. CEEE. **Relatório de gestão 95/98**. Marta Cioccarri (Coord. e red.). Porto Alegre: Palotti, [s.d.].

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie L. **Comportamento do Consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos, 2000.

APÊNDICE

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

1. Na sua opinião, a quantidade de pessoas que fazem desvio de energia elétrica, popularmente conhecido como "gato de luz", na cidade de Porto Alegre é:

muito baixa baixa nem baixa nem alta alta muito alta

Na sua opinião:

	1	2	3	4	5
2. O quanto o caráter da pessoa tem influência sobre a decisão dela de fazer um desvio de energia:	<input type="radio"/>				
3. O quanto a condição financeira da pessoa tem influência sobre a decisão dela de fazer um desvio de energia:	<input type="radio"/>				
4. O quanto os parentes, amigos e vizinhos da pessoa têm influência sobre a decisão dela de fazer um desvio de energia:	<input type="radio"/>				
5. O quanto o grau de escolaridade da pessoa tem influência sobre a decisão dela de fazer um desvio de energia:	<input type="radio"/>				

1: nenhuma influência, 2: pouca influência, 3: nem pouca nem muita influência, 4: muita influência, 5: total influência

Na sua opinião:

	1	2	3	4	5
6. A maioria das pessoas acha que o desvio de energia elétrica é crime:	<input type="radio"/>				
7. A maioria das pessoas desvia energia porque a tarifa de energia elétrica é alta:	<input type="radio"/>				

1: discordo totalmente, 2: discordo em parte, 3: nem discordo nem concordo, 4: concordo em parte, 5: concordo totalmente

Na sua opinião:

	1	2	3	4	5
8. O desvio de energia pode causar queda/interrupção no fornecimento dos vizinhos:	<input type="radio"/>				
9. A maioria das pessoas acha que a prisão por desvio de energia elétrica acontece:	<input type="radio"/>				
10. Os acidentes elétricos causados por desvios de energia elétrica acontecem:	<input type="radio"/>				
11. A maioria das pessoas que conhece alguém que faz desvio de energia elétrica denunciam:	<input type="radio"/>				

1: nunca, 2: raramente, 3: às vezes, 4: frequentemente, 5: sempre

Quanto ao risco à vida, a maioria das pessoas acha que o desvio de energia...

	1	2	3	4	5
12. para quem faz o desvio, tem:	<input type="radio"/>				
13. para quem mora na casa com desvio, tem:	<input type="radio"/>				
14. para os vizinhos, tem:	<input type="radio"/>				

1 : nenhum risco, 2 : baixo risco, 3 : nem baixo nem alto risco, 4 : alto risco, 5 : altíssimo risco

15. Na sua opinião, a quantidade de desvios de energia elétrica está:

diminuindo muito diminuindo permanece igual aumentando aumentando muito

Na sua opinião:

	1	2	3	4	5
16. A maioria das pessoas que desvia energia elétrica tem uma condição financeira:	<input type="radio"/>				
17. A fiscalização da CEEE, no combate aos desvios de energia elétrica, é:	<input type="radio"/>				

1 : muito ruim, 2 : ruim, 3 : nem ruim nem boa, 4 : boa, 5 : muito boa

18. Na sua opinião, a CEEE atende as denúncias de maneira:

muito lenta lenta nem lenta nem rápida rápida muito rápida

19. Na sua opinião, os funcionários e prestadores de serviço da CEEE são:

nada confiáveis pouco confiáveis nem pouco nem muito confiáveis confiáveis totalmente confiáveis

20. Na sua opinião, das denúncias que a CEEE recebe, são fiscalizadas:

nenhuma poucas nem poucas nem muitas muitas todas

21. Sexo:

masculino feminino

22. Idade:

16 a 19 20 a 39 40 ou mais

23. Escolaridade:

1º grau/ensino fundamental 2º grau/ensino médio ensino superior

24. Bairro:
