5 Conclusões

O objetivo principal desta dissertação foi investigar se existe utilização sistemática de estatísticas socioeconômicas produzidas por órgãos públicos pela comunidade acadêmica da área de Administração.

Para tanto, foram levantados dados de natureza quantitativa, a partir do método de análise bibliométrica. Em seguida, foi conduzida uma pesquisa de natureza qualitativa, que além de sugerir respostas para as questões iniciais, trouxe ainda mais perguntas. Levantamentos bibliométricos fornecem resultados para estudos em diversos campos, possibilitando mapeá-los e permitindo que se extraia desse mapeamento informações úteis pra a compreensão de sua estrutura e de tendências futuras. Aqui, com a pesquisa bibliométrica foi possível ter uma ideia da frequência com que dados socioeconômicos são utilizados em estudos acadêmicos da área de Administração.

Já as entrevistas em profundidade buscaram observar percepções dos autores dos artigos identificados que possam influenciar nas decisões de quem busca por informação estatística pública. As entrevistas também permitiram conhecer dificuldades encontradas pelos entrevistados, que podem ser razões para que outros pesquisadores não utilizem as informações, e algumas sugestões para fomento do uso de dados secundários em pesquisas acadêmicas.

A análise dos artigos publicados entre 2004 e outubro de 2010, em importantes revistas de Administração do Brasil e nos anais dos EnANPADs e dos EMAs, possibilitou apresentar panorama atualizado sobre a utilização pela comunidade acadêmica de dados socioeconômicos produzidos por entidades públicas. O processo de seleção, análise e categorização dos artigos não buscou desenvolver nem testar novas teorias, mas produzir um perfil geral sobre o uso de dados de domínio público.

Os resultados da pesquisa bibliométrica sugerem uma subutilização das informações oriundas de fontes públicas, principalmente se considerarmos tudo o que é produzido e disponibilizado pelos órgãos públicos. Dos 4.687 artigos

publicados no período entre 2004 e 2010, somente 196 fizeram uso de algum tipo de informação estatística socioeconômica, correspondendo a apenas 4,18% do total analisado: um percentual baixo de pesquisadores, na área de Administração, vêm utilizando dados estatísticos em seus estudos publicados na forma de artigos científicos.

Entre os periódicos analisados, A RAP foi o veículo que mais publicou artigos baseados em estatísticas públicas. Entretanto, nos anais dos eventos encontravam-se 31% do total de artigos identificados. Quase a metade dos 196 artigos analisados foram escritos por dois autores, variável comumente avaliada em estudos bibliométricos. A filiação do principal autor também é identificada com frequência em estudos desta natureza. Neste trabalho, acadêmicos ligados à USP, principal universidade brasileira, foram os que publicaram a maior quantidade de trabalhos com dados públicos. Porém, foram encontradas 72 IES diferentes dentre os 196 artigos, mostrando a diversidade de instituições dedicadas ao estudo da Administração que os utilizam.

Os dados sobre orçamento familiar tiveram a preferência dos acadêmicos. Entre os temas abordados, 89 trabalhos abordaram algum tema relacionado a Marketing fazendo uso de dados produzidos pelo IBGE, sendo o subtema Determinantes Individuais do Comportamento do Consumidor o mais encontrado. Os subtemas Consumo, Cultura e Grupos Sociais e Relacionamentos, Satisfação e Lealdade vieram em seguida, confirmando resultados de outros estudos bibliométricos, que identificaram tais subtemas como os prioritários na percepção dos acadêmicos brasileiros da área de Marketing.

O levantamento bibliométrico também apurou a utilização de informações produzidas por outros órgãos públicos que não o IBGE, verificando que 47 dos 196 artigos usaram dados de instituições como Ministério do Trabalho e Emprego, Ipea, Fundação Seade e Ministério da Educação. Estes órgãos, portanto, também se constituem em valiosas fontes de informações públicas para pesquisas acadêmicas.

As análises das entrevistas permitiram identificar alguns pontos valorizados pelos autores em relação à obtenção dos dados que eles gostariam de ver combinado ao serviço prestado pelos órgãos produtores. Isso se observou nas sugestões de melhorias no acesso e divulgação dos dados e nas cobranças por maior cooperação entre as organizações e instituições de ensino. Sobre essa

questão é positivo recorrer a Migueles (2003, p. 14), quando aponta que “construir pontes entre ambos é fundamental para que a gestão do conhecimento ocorra. Saber circular entre estes dois universos é certamente uma vantagem para o gestor.”

Nas entrevistas também foi possível observar que os pesquisadores se sentem seguros em usar dados públicos, em função de sua qualidade percebida. A relação direta entre o que se quer investigar e o que as bases de dados oferecem também é importante, pois assim o pesquisador consegue produzir análises mais ricas e detalhadas. Por isso, é fundamental estar atento às demandas de quem utiliza dados, algo que pode ser potencializado quando a fonte produtora procura estar mais próxima de seus usuários, principalmente os acadêmicos.

A facilidade de acesso gratuito aos dados confere rapidez e segurança ao trabalho, permitindo economia de tempo e recursos, pois o pesquisador não necessita elaborar questionários e ir a campo. Porém, precisa estar seguro da qualidade técnica dos dados, o que, de acordo com a análise das entrevistas, não parece ser um problema para o IBGE, já que os entrevistados manifestaram confiar nos dados do Instituto em função, especialmente, das qualificações dos profissionais que lá atuam.

Dificuldades percebidas nos relatos dos entrevistados incluem a necessidade de maior clareza na forma de trabalhar das instituições produtoras de dados e no atendimento prestado aos usuários das informações. Os complicadores também perpassam demora no atendimento, suporte ineficiente, dificuldade para encontrar os dados nos sites dos órgãos, necessidade de programas específicos e conhecimentos aprofundados de estatística no tratamento dos números, além de preocupante descontinuidade na produção de determinadas informações.

Também foi possível identificar críticas gerais que podem estar limitando ou, até mesmo, impedindo maior uso ou produção de mais dados secundários. Nesse aspecto, mereceu destaque a escassez de recursos destinados à pesquisa no Brasil, o que pode ser explicado por mentalidade cultural de, historicamente, não valorizar a construção de bancos de dados estatísticos sobre determinadas áreas. A falta de continuidade na produção de informações, o desconhecimento da existência e até certa precariedade dos dados também podem estar desestimulando o uso.

Como sugestões apontadas com o intuito de fomentar o uso de dados secundários está a necessidade de trabalhar melhor a formação dos profissionais da área de Administração. Correções no preparo dos profissionais para o manejo de dados estatísticos podem diminuir a atual preferência pela maciça condução de estudos de natureza qualitativa. Mais agilidade na produção e disponibilização dos dados e aumento e melhoria na divulgação de pesquisas também foram citados. O maior intercâmbio, sugerido pelos entrevistados, com as instituições de ensino serviria para captar necessidades de informação por parte dos usuários.

Os 196 artigos analisados são representativos do uso de informações socioeconômicas de natureza pública pelos acadêmicos da área de Administração no período de 2004 a 2010, além de bem refletirem a produção acadêmica e os esforços de pesquisa dos principais centros de pós-graduação do país nestas áreas. Isto porque, por um lado, o trabalho abrangeu os mais relevantes e tradicionais periódicos da área estudada, segundo avaliação Qualis-CAPES. Por outro lado, os EnANPADs e os EMAs vêm ganhando cada vez mais relevância na comunidade científica, ao disseminar trabalhos oriundos de docentes e discentes de muitos cursos de pós-graduação *stricto sensu* em Administração no Brasil, com números crescentes de participantes e trabalhos submetidos e apresentados. A inclusão dos dois eventos na análise também se deu pelo fato de os principais periódicos de Administração serem multitemáticos, não apresentando, portanto, publicação regular de artigos de Marketing. Caso somente as revistas fossem analisadas, acredita-se que haveria baixa quantidade de artigos de Marketing, o que não atenderia aos objetivos propostos neste estudo.

Assim, entende-se que a produção científica apresentada nos periódicos e nos encontros que fizeram parte da análise, por regularmente publicarem artigos relacionados às áreas de interesse deste estudo, caracteriza-se como um referencial no desenvolvimento crítico dos estudos sobre Administração e Marketing no Brasil.

Por fim, outra importante contribuição deste trabalho se constitui na expansão das análises dos estudos bibliométricos comumente publicados, voltados em sua grande maioria somente para identificação de instituições de origem dos pesquisadores, número de publicações por autor, análises das citações e variáveis do gênero.

5.1. Recomendações

Através do conhecimento produzido por estudos bibliométricos, é possível planejar, refletir melhor sobre a realidade acadêmica e, conseqüentemente, contribuir para aumento da qualidade da produção e colaborar com a melhoria da própria atividade. Além disso, combinado com outros tipos de análises, como as entrevistas em profundidade aqui conduzidas, os indicadores bibliométricos podem servir como auxiliares na tomada e no gerenciamento de decisões, bem como podem ajudar na avaliação do estado de determinada ciência. Um trabalho deste tipo, através das classificações realizadas, poderá facilitar a identificação do estado da arte da utilização de informações estatísticas públicas pelos acadêmicos da área de Administração. Em função disto, é possível traçar algumas recomendações às instituições de ensino superior e ao público acadêmico das áreas estudadas, com o objetivo de incentivar o uso de dados secundários em pesquisas acadêmicas e aprimorar os programas de pós-graduação das IES. Adicionalmente, também cabe tecer recomendações de uso gerencial para órgãos públicos que produzem dados, notadamente ao IBGE.

Considerando que dados secundários podem ser obtidos com baixo custo e se constituir de uma grande variedade de informações que ajudam a esclarecer ou redefinir problemas de pesquisas exploratórias, entende-se que sua utilização economiza tempo, recursos e esforços, além de trazer enriquecimento adicional às pesquisas das quais fazem parte.

Alguns entrevistados apontaram a necessidade de investir na formação dos pesquisadores que atuam nas áreas de Administração e Marketing. Assim, as IES poderiam incentivar o uso de dados secundários em pesquisas acadêmicas, além de trabalhar mais intensamente a formação dos estudantes, neles despertando o interesse por análises de caráter quantitativo. As IES devem funcionar como um laboratório propício à formação de profissionais aptos a trabalhar com dados estatísticos, incluindo em seus programas de pós-graduação disciplinas preparatórias em tais fundamentos.

Uma pesquisa é, por excelência, importante mecanismo de produção de conhecimento e fundamental para um planejamento estratégico, de marketing e de comunicação consistentes. A intenção central de toda pesquisa exploratória

consiste em abordar um problema sobre o qual o pesquisador não tem informações nem conhecimentos suficientes para traçar estratégias de pesquisa sofisticadas que possibilitem atingir objetivos mais precisos. A posse de informação adequada facilita o processo de tomada de decisão, economizando tempo e recursos e aumentando a efetividade do trabalho. Assim, esta dissertação poderá também ser um estímulo para pensar sobre como eventualmente trabalhar com conhecimento científico pode ser um diferencial no mundo dos negócios.

No campo organizacional, as recomendações se dirigem aos órgãos públicos produtores de dados estatísticos, notadamente ao IBGE, por ter sido a fonte de informação mais utilizada. O IBGE parece ter, como diferencial competitivo frente a outras organizações que levantam dados, o fato de ser o produtor oficial de informações estatísticas sobre a realidade brasileira. Porém, a produção de informações, em uma sociedade em constante processo de transformação, que apresenta expressivos desequilíbrios sociais e econômicos, marcantes desigualdades regionais e localizada em extensa área geográfica, requer ininterrupta atenção quanto ao melhor formato e mais rápido prazo de divulgação, a mais exata metodologia a ser utilizada, a tecnologia mais adequada a este processo de produção e que atenda, sobremaneira, à diversidade temática e cultural encontrada no Brasil e aos diversos públicos com os quais o Instituto se relaciona. Assim, a instituição deve, permanentemente, zelar pela qualidade dos dados produzidos e buscar as melhores e mais transparentes formas de divulgação, já que o cliente insatisfeito com o atendimento prestado pela organização tende a expressar essa insatisfação de várias formas, apresentando baixa predisposição para avaliar bem qualquer produto ou serviço relacionado à empresa. Durante as entrevistas em profundidade, isso pôde ser observado em comentários de entrevistados. A identificação de insatisfações sugere que a organização deve reexaminar suas relações com seus mercados e públicos-alvo. Cabe lembrar que a elaboração de parâmetros de avaliação de desempenho permitem o constante aperfeiçoamento de produtos e serviços, bem como sua adequação às dinâmicas necessidades dos clientes.

Em órgãos públicos, o objetivo principal do Marketing se verifica em termos de interesse público para a sociedade. No caso do IBGE, este interesse público está declarado na missão do órgão: “Retratar o Brasil com informações necessárias ao conhecimento da sua realidade e ao exercício da cidadania” (IBGE,

2011). Apesar do crescente discurso sobre a importância da produção e gestão de conhecimento, poucos são os administradores que usam o conhecimento científico como auxiliar na gestão e fazem de pesquisas verdadeiros aliados na tomada de decisões e na produção de resultados. Portanto, é necessária atenção nas relações entre a organização e seus diversos mercados e públicos, a fim de que os objetivos do Instituto sejam eficazmente alcançados por meio de orientação para o Marketing. Já em 1978, Kotler (1978, p. 236) atentava para essa preocupação, através da premissa de que “toda organização enfrenta mercados e públicos para os quais é necessário preparar planos e com os quais é necessário manter relações”. Se, naquela época, essa necessidade era sentida, na dinâmica atual dos mercados faz-se ainda mais premente.

Ademais, comentários de entrevistados resumem bem a percepção de que, em se tratando do IBGE (órgão que anualmente disponibiliza resultados de mais de 80 estudos estatísticos), os pontos principais a serem melhor trabalhados são de fato a divulgação dos dados e o suporte oferecido aos usuários das informações produzidas pelo Instituto.

5.2. Sugestões para trabalhos futuros

Ao longo deste trabalho, e a partir dos seus resultados e conclusões, foram identificados alguns pontos que podem ser alvo de estudos posteriores.

O levantamento e análise de dados bibliométricos gera informações sobre a dinâmica científica de um país, permitindo comparações com a produção científica do resto do mundo. Assim, sugerem-se as seguintes pesquisas futuras:

- Comparação dos resultados da área de Administração com outras áreas (Economia, por exemplo).
- Comparação dos resultados nacionais com resultados de outros países.