

FONTES DE INDICADORES SOCIAIS PARA MARKETING

Paulo de Martino Jannuzzi¹

1 - INTRODUÇÃO

A identificação do mercado consumidor de um determinado produto ou serviço e a investigação detalhada acerca de suas características são atividades básicas e preliminares de qualquer programa de Marketing. Afinal, não há como definir, com alguma base técnica, estratégias para atingir e estimular os consumidores sem que se saiba quem são, quantos são e como são estes consumidores.

Para análise das características e potencialidades do mercado consumidor, Cobra (1990) aponta a utilização de dois recursos principais: as pesquisas de mercado e o SIM-Sistema de Informação em Marketing. Ainda que os levantamentos de campo tenham se disseminado nos meios políticos e empresariais brasileiros, especialmente a partir dos anos 70 (Durant 1991), a coleta de dados secundários -ponto de partida para constituição de um SIM- parece ser a prática mais comum quando se precisa "conhecer o mercado".

Dentre estes dados secundários, destacam-se, para o Marketing, os indicadores sociais coletados ou produzidos por órgãos dos diversos níveis do Estado. E é com o objetivo de relacionar algumas fontes periódicas onde podem ser encontradas estas estatísticas sociais e discutir seus problemas de validação e aplicação que se apresenta este texto. Embora o trabalho tenha se dirigido na identificação de fontes de abrangência nacional, procurou-se trazer algumas referências locais e estaduais.

2 - FONTES DE INDICADORES SOCIAIS

Para Carley (1985), há uma produção relativamente abundante e diversificada de informações sociais no Brasil. Além dos Censos Demográficos, há diversas pesquisas periódicas, com maior ou menor abrangência geográfica, sendo executadas por organismos em diferentes esferas de governo.

As publicações dos censos decenais são, certamente, as fontes mais conhecidas e utilizadas no Planejamento de Marketing, pela cobertura temática e geográfica da pesquisa. Trazem informações sobre as características demográficas da população (quantitativo populacional por sexo e faixa etária, migração, nupcialidade, fecundidade, tamanho de famílias, etc), características sócio-econômicas (rendimento, posse de bens de consumo, situação de trabalho,

1 Professor do Departamento de Administração da Faculdade de Ciências Econômicas, Contábeis e Administrativas da Pontifícia Universidade Católica de Campinas - FCECA/PUCCAMP. Mestrando em Administração Pública na EAESP/FGV.

ocupação, qualificação profissional, escolaridade, etc) e características dos domicílios particulares (composição material, número de cômodos, dormitórios, banheiros, formas de ligação de água e esgoto, etc). Como resultado da participação de setores organizados da sociedade civil (entre eles a ABA/ABIPEME) e da necessidade de novas informações para planejamento público, essa temática investigativa vem sendo ampliada desde 1940, adquirindo uma certa estabilidade nos anos 70.

Além da abrangência temática, um outro aspecto que torna o Censo uma fonte de grande utilidade para atividades de Marketing é sua cobertura nacional. Por definição, os recenseamentos cobrem a totalidade do território e fornecem dados desagregados a nível de Grandes Regiões, Unidades de Federação, Meso e Micro-regiões, Municípios, Distritos e até mesmo a nível de setor censitário (unidade geográfica de coleta que, na zona urbana, compreende cerca de 300 domicílios ou uma favela). Isso abre a possibilidade de formulação de programas de Marketing com nível de detalhamento e alcance bastante variados e de proporções adequadas ao tamanho, volume de negócios, abrangência geográfica e objetivos estratégicos das empresas.

A PNAD- Pesquisa Anual por Amostra de Domicílios- implementada em 1967 para permitir o acompanhamento sistemático do quadro sócio-econômico e padrão demográfico no período inter-censitário, é outra fonte bastante consultada em Marketing. O questionário da pesquisa compõe-se de quesitos invariáveis (dados demográficos, remuneração, ocupação e escolaridade da força de trabalho, características dos domicílios, etc) e de um formulário suplementar, com questões relacionadas ao tema-alvo escolhido para o ano (fecundidade, migração, saúde, participação política, etc). De especial interesse mercadológico, vale registrar que, em 1974, a PNAD desdobrou-se em uma pesquisa mais abrangente, o ENDEF- Estudo Nacional de Despesa Familiar. Este estudo visava o levantamento de dados sobre a distribuição do gasto familiar em alimentação, habitação, transporte, serviços pessoais, vestuário, etc. Em 1987, um levantamento similar, POF- Pesquisa de Orçamentos Familiares-, foi levado a efeito nas principais capitais estaduais. Ainda que não abranja municípios com grande potencial de consumo como Campinas, Santos, Ribeirão Preto, Juiz de Fora, e que alguns resultados possam ter-se modificado devido à recessão de 90/91, a POF continua sendo a principal e mais completa referência pública na área.

Não fossem as limitações de seu plano amostral, a PNAD se constituiria na principal fonte para o SIM, por trazer informações anualmente atualizadas. A amostragem e metodologia utilizada na pesquisa permitem a desagregação dos dados a nível de Grandes Regiões, Unidades de Federação e por Regiões Metropolitanas, mas não contemplam unidades geográficas menores como Municípios e Micro-regiões.

Existem ainda várias pesquisas setoriais que trazem indicadores sociais para o SIM, como os listados no Anexo. Anualmente o IBGE realiza os levantamentos de Registro Civil, da Assistência Médico-Sanitária e das Ocorrências Policiais, na totalidade dos municípios. O Ministério da Saúde agrega informações sobre nascimentos e óbitos, usando como entrada de dados boletins preenchidos nos hospitais. O Ministério do Trabalho organiza estatísticas sobre emprego e remuneração, a partir dos relatórios RAIS enviados pelas empresas. O MEC divulga sinopses sobre o Ensino Básico, Secundário e Superior. A Receita Federal divulga totalizações, a nível municipal, do total de contribuintes e valor arrecadado do Imposto de Renda de pessoas físicas e jurídicas. O TSE- Tribunal Superior Eleitoral publica periodicamente a relação

quantitativa de eleitores, alfabetizados ou não, nos municípios brasileiros. O INAMPS publica anuários com dados de atendimento nos hospitais conveniados.

Em âmbito estadual, o SEADE- Sistema Estadual de Análise de Dados- compila em um anuário as estatísticas produzidas pelos diversos órgãos e secretarias. A Coordenadoria de Assistência Hospitalar da Secretaria de Estado da Saúde levanta dados sobre o movimento de pacientes nos hospitais paulistas e das doenças diagnosticadas nos internamentos. A Secretaria da Educação publica anuários sobre a movimentação escolar: número de matrículas de 1º e 2º graus, taxa de reprovação e evasão, etc. Com periodicidade mensal, o convênio SEADE/DIEE-SE apresenta ainda indicadores sobre emprego e desemprego na região metropolitana de São Paulo.

Em Campinas, a A.C.I.C. publica mensalmente um resumo estatístico -Economia Campineira- com alguns indicadores, com ênfase no desempenho do Comércio, Indústria e Finanças locais.

3 - PROBLEMAS NO LEVANTAMENTO E UTILIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES

Com essa variada gama de fontes e de informações, um leigo poderia supor que seria simples e direto o levantamento das características e potencialidades do mercado consumidor ou de um segmento deste. Se estivéssemos no Primeiro Mundo, talvez isso fosse verdade. Mas estamos no Brasil, lidando com levantamentos estatísticos de qualidade e facilidades de consulta de padrão do Terceiro Mundo.

É bem verdade que a qualidade dos levantamentos estatísticos e registros administrativos vêm melhorando desde que foram implementados, mas ainda persistem alguns problemas de ordem metodológica e/ou operacional. Algumas pesquisas já alcançaram sua maioridade, como a PNAD. Mesmo assim, é oportuno lembrar que os resultados da PNAD precisam ser expandidos a partir de amostras, empregando-se para isso projeções de população. A qualidade das informações quantitativas estão, portanto, condicionadas à qualidade destas estimativas populacionais, que tendem a se tornar menos precisas à medida que se distancia da época de realização do Censo. Este é um problema que o IBGE vem procurando solucionar, com o emprego de uma nova metodologia para estimativa da população, a partir de dados do Cadastro de Eleitores do TSE.

O levantamento de estatísticas vitais e Registros Cíveis (nascimentos, mortes) apresentam certo grau de sub-registro, mais significativo nas regiões Norte e Nordeste que no Sul e Sudeste (Camarano 1990, Min. Saúde 1991). Em particular, para o Estado de São Paulo, a omissão de registros desta natureza é baixa (estima-se em 5 %). Quanto à RAIS, esta ainda não atinge a totalidade de seu universo de investigação, ainda que este tenha se ampliado bastante em relação à década de 70. Sua cobertura nas regiões Norte/Nordeste e no setor agropecuário é deficiente. Desde que se leve em consideração que a RAIS é uma fonte adequada para retratar as características da força de trabalho formalmente registrada, ela pode ser de grande valia, como demonstram Sabóia e Tolipan (1985) e IPARDES (1987).

Em geral, as estatísticas censitárias gozam de grande confiabilidade perante o público usuário. Mas os problemas de falta de cobertura e de erros de aplicação do questionário, noticiados na imprensa durante a coleta de dados do último censo, deveriam servir de alerta ao pesquisador (Cf. Isto é Senhor de 15/01/92). A realização de um Censo num país continental e populoso como o Brasil é uma operação bastante complexa, e se mal conduzida, pode

prejudicar a qualidade do levantamento. Problemas na distribuição de material, na formulação e organização do questionário, na alocação e transporte de recenseadores, na supervisão dos trabalhos de coleta e crítica dos questionários, na seleção e na contratação de pessoal qualificado e, em especial, deficiências do processo de treinamento são alguns dos fatores que podem ter consequências danosas nos resultados finais. Espera-se que a Pesquisa de Avaliação do Censo 1991 aponte as limitações do levantamento realizado.

Além dos questionamentos sobre a qualidade das informações, o usuário de estatísticas sociais enfrenta outros tipos de problemas como as descontinuidades das séries históricas, redefinições metodológicas de conceitos em prejuízo da comparabilidade, a falta de cobertura de algumas áreas geográficas e de temas sociais, impossibilidade de desagregação das informações para unidades geográficas menores, espaçamentos muito longos entre levantamentos e atrasos na divulgação dos resultados das pesquisas. Este último é, em particular, um problema grave para o Planejamento Mercadológico. Os resultados do Censo Econômico de 1985, por exemplo, só vieram a ser apresentados quase 5 anos depois. Hoje, há mais de um ano da conclusão do Censo Demográfico, não se dispõe de qualquer Tabulação Avançada- por amostragem- a respeito dos dados levantados, e pior, sem uma previsão fidedigna para isso. O único resultado que se tem hoje é um levantamento preliminar do total de habitantes e domicílios em cada cidade. Mas a demora na divulgação dos resultados não é um problema apenas do IBGE. Estatísticas de Mortalidade agrupadas pelo M. Saúde levam 3 a 4 anos para serem publicadas. O anuário RAIS leva cerca de 2 anos para se tornar público.

Para agravar as dificuldades do usuário de estatísticas sociais, grande parte das informações estatísticas não está disponível em meios magnéticos para computador, mas em anuários, listagens e outras publicações. Dos diversos organismos responsáveis pela coleta e tabulação de estatísticas, o IBGE é um dos poucos que oferecem facilidades informacionais. É possível solicitar tabulações especiais e fitas magnéticas com resultados das PNADs e amostras dos censos. Além disso, o IBGE dispõe de um recurso de consulta informatizado, franqueado ao pesquisador comum, em qualquer ponto do território através da RENPAC. Este recurso é o SIDRA- Sistema IBGE de Recuperação Automática- que, embora de fácil utilização e com opções de desagregação de informações em diversos níveis, apresenta um elenco limitado de temas de consulta.

4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Algumas das publicações e anuários aqui citados não são encontradas facilmente, mas existem algumas bibliotecas bem aparelhadas em São Paulo, como a do SEADE, do IBGE e da FEA/USP. Todas elas contam com serviços de consulta bibliográfica por telefone, e empréstimo inter-bibliotecas. O SEADE dispõe ainda de um serviço de auxílio à recuperação de dados (CDR- Centro de Documentação e Referência), aberto à qualquer pesquisador. As agências e órgãos produtores ou centralizadores de estatísticas também podem ser contactados no caso de interesse pela aquisição de publicações ou tabulações específicas. O IBGE/RJ e o Ministério do Trabalho parecem contar com uma boa estrutura de atendimento para estes serviços. Em Campinas, há um bom material para consulta de estatísticas sociais nas bibliotecas da PUCCAMP, da UNICAMP (IFCH e IE), da agência do IBGE, do NEPO (Núcleo de Estudos de População-UNICAMP) e do NEPP (Núcleo de Estudos de Políticas Públicas-UNICAMP).

Procurou-se trazer aqui algumas das principais fontes públicas de indicadores sociais de interesse do Marketing. Este acervo poderá servir como material de consulta para trabalhos preliminares de identificação do tamanho e perfil de segmentos do mercado consumidor nacional, para atualização do SIM, para orientar a organização de uma pesquisa mercadológica específica e outras atividades em Marketing. Em qualquer destas atividades é importante que os resultados de cada pesquisa sejam interpretados à luz da metodologia empregada e das limitações operacionais associadas à pesquisa.

Por fim, vale acrescentar que muito mais importantes que o grau de precisão estatística com que os dados se apresentam "são as ordens de grandezas e, acima de tudo, tendências e direções" que eles sinalizam (Richers 1981,p.34).

BIBLIOGRAFIA

- Camarano, Ana Amélia. "Informações demográficas: o que se tem, o que se usa e como se usa?", in REV.BRAS.EST.POPULACIONAIS 7(2), Campinas, 1990.
- Carley, Michael. INDICADORES SOCIAIS: Teoria e Prática. RJ, Zahar, 1985.
- Cobra, Marcos. ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING. SP, Atlas, 1990.
- Durant, José Carlos. IMPLANTAÇÃO DA PESQUISA DE OPINIÃO E MERCADO NO BRASIL (1930/1972). SP,NPP/EAESP/FGV,1991.
- IBGE. METODOLOGIA DO CENSO DEMOGRÁFICO DE 1980, RJ, IBGE, 1983.
- IPARDES/ Fundação Edison Vieira. AVALIAÇÃO DO ALCANCE E LIMITES DA RAIS E LEI 4923/65. Curitiba, IPARDES, 1987.
- Ministério da Saúde. ESTATÍSTICAS DA MORTALIDADE 1987. Brasília, FNS, 1991.
- Richers, Raimar. O QUE É MARKETING. SP, Brasiliense, 1981.
- Sabóia, João L.M e Tolipan, Ricardo M.L. . A RELAÇÃO ANUAL DE INFORMAÇÕES SOCIAIS (RAIS) E O MERCADO FORMAL DE TRABALHO NO BRASIL: Texto para discussão n.67. RJ, UFRJ/IEI, 1985.

Anexo: Principais fontes periódicas de estatísticas sociais

Fonte:Publicação	Tipo de Informação	Nível Desagregação
IBGE:		
Censos Demográficos	variáveis demográficas, sócio-econômicas, caract. domicílio	Grandes Regiões UF, Municípios

Anexo: Principais fontes periódicas de estatísticas sociais

<u>Fonte/Publicação</u>	<u>Tipo de Informação</u>	<u>Nível Desagregação</u>
PNADs	variáveis demográficas, sócio-econômicas, temas específicos	Grandes Regiões, UF, Reg. Metropol.
Estatísticas do Registro Civil	nascimentos, mortes, casamentos.	Grandes Regiões UF, Municípios
Estatísticas da Saúde	Tipos de estabel., número de consultas e internações, qte leitos	Grandes Regiões UF, Municípios
Anuário Estatístico do Brasil	resultados das PNADs, Censos e outras pesquisas periódicas	Grandes Regiões UF
<u>SEADE:</u>		
Anuário Estatístico do Estado de SP	variáveis demográficas, saneamento básico, estat. saúde, educação	R. Administrativas R. Governo Mun. (nem todas est)
Perfil municipal	séries históricas de indic. econ/soc/finanças	R. Administrativas R. Governo, Mun
<u>Ministério do Trabalho:</u>		
Anuário RAIS	estat. emprego e renda	Grandes Regiões UF
<u>Ministério da Saúde:</u>		
Estatísticas de mortalidade	qte. mortes por causa e faixa etária	Grandes Regiões UF
<u>Ministério da Fazenda:</u>		
Arrecadação de Tributos Federais	movimentação IR/IPI, n. contribuintes/ firmas	Reg. Fiscais, Delegacias, Mun.
<u>Ministério da Educação:</u>		
Sinopse do Ensino Superior, Básico	matrículas, formados, evasão, n. prof.	Grandes Regiões UF

Anexo: Principais fontes periódicas de estatísticas sociais

<u>Fonte:Publicação</u>	<u>Tipo de Informação</u>	<u>Nível Desagregação</u>
<u>INAMPS:</u>		
INAMPS em dados	mov. ambulatorial, internações	Superit.Regionais UF
<u>Tribunal Superior Eleitoral:</u>		
Cadastro de eleitores	N. eleitores, escolaridade	UF, Municípios
<u>Centro de Inf. Saúde/Secr.Est.Saúde:</u>		
Fichário próprio	estatísticas saúde, causas mortis	Escrit.Regionais Municípios SP
<u>Centro de Inf. Educação/Secr.Est.Educação:</u>		
Anuário Estatístico da Educação do ESP	matrículas,taxas de evasão, reprovação, rec. humanos educ.	Delegacias Ensino Reg.Administrativas Municípios SP
<u>Revista Dirigente Municipal:</u>		
"Os 500 municípios mais desenvolvidos" (public. anual)	indicadores de infraestrutura e finanças públicas	Municípios