

Gestão de Relacionamento com o Cidadão - CiRM: Análise Bibliométrica da Produção Científica Nacional e Internacional

Autoria

Kelliane da Consolação Fuscaldi - kellianefuscaldi@hotmail.com
Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

Livia Abreu Torres - livia1975@gmail.com
Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

Marcos Eustáquio Soares - marcosesoares.unb@gmail.com
Prog de Pós-Grad em Admin - PPGA/UnB - Universidade de Brasília

Resumo

O objetivo deste artigo é apresentar um mapeamento da produção científica nacional e internacional sobre Gestão de Relacionamento com o Cidadão. Realizou-se um levantamento bibliográfico dos artigos relacionados ao tema utilizando as palavras-chave CiRM e CzRM e os termos Gestão de Relacionamento com o Cidadão e Citizen Relationship Management. Foram identificados 20 artigos com relevância direta para a temática abordada. A pesquisa caracteriza-se como descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa, com análises realizadas por meio dos softwares Bibliometrix, SPSS e Iramuteq; e, da análise de conteúdo. Identificou-se baixa produção científica sobre o assunto pesquisado tanto em nível nacional quanto internacional, por outro lado, emergiu uma gama de oportunidades para futuras pesquisas.

Gestão de Relacionamento com o Cidadão - CiRM: Análise Bibliométrica da Produção Científica Nacional e Internacional

Resumo: O objetivo deste artigo é apresentar um mapeamento da produção científica nacional e internacional sobre Gestão de Relacionamento com o Cidadão. Realizou-se um levantamento bibliográfico dos artigos relacionados ao tema utilizando as palavras-chave CiRM e CzRM e os termos Gestão de Relacionamento com o Cidadão e *Citizen Relationship Management*. Foram identificados 20 artigos com relevância direta para a temática abordada. A pesquisa caracteriza-se como descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa, com análises realizadas por meio dos *softwares Bibliometrix, SPSS e Iramuteq*; e, da análise de conteúdo. Identificou-se baixa produção científica sobre o assunto pesquisado tanto em nível nacional quanto internacional, por outro lado, emergiu uma gama de oportunidades para futuras pesquisas.

Palavras-chave: CiRM, CzRM, *Citizen, Relationship Management*, bibliometria.

1. Introdução

A Gestão de Relacionamento com o Cidadão, traduzida do termo *Citizen Relationship Management*, cujas siglas são CiRM e CzRM, respectivamente, é um ramo do marketing de relacionamento destinado a abordar as interações governo-cidadão. Esta temática surgiu a partir de tentativas de se transformar os conceitos do gerenciamento do relacionamento com o cliente na criação de um serviço eficaz para os cidadãos no âmbito da administração pública, visto que a ampla exposição das pessoas, em geral, aos produtos e serviços do setor privado fez com que suas expectativas crescessem em relação aos produtos e serviços prestados pelos órgãos públicos (Kannabiran, Xavier, & Anantharaaj, 2004). Além disso, os mesmos autores apontam que a oferta de serviços *online* fez com que os cidadãos demandassem um nível muito maior de conveniência, disponibilidade e confiabilidade dos produtos e serviços oferecidos pelo setor público.

Isto porque nas economias avançadas, o setor público tem sido pressionado para aumentar a transparência nos procedimentos administrativos e nos processos de tomada de decisão, além de aumentar a eficiência de seus serviços para os cidadãos e as empresas (Arduini, Belotti, Denni, Giungato, & Zanfei, 2010). Somando-se a isso, o movimento recente em direção ao governo eletrônico (no qual os serviços *online* são prestados e eventualmente se estende entre as agências e organizações externas) fez com que a Gestão de Relacionamento com o Cliente - CRM, passasse a ter relevância no setor público (Pollard, Young, & Gregg, 2006).

Diante deste cenário, Fiça, Schwarczová e Mura (2015) declaram que os governos começaram a adotar práticas de gestão de relacionamento em resposta às exigências dos cidadãos pela oferta de serviços públicos com qualidade igual, ou melhor, aos serviços oferecidos pelas empresas privadas. Os cidadãos atuais esperam uma resposta mais rápida e maior acesso aos serviços do setor público, o que significa que a estrutura tradicional das organizações públicas, baseadas em uma interação hierárquica, linear e unidirecional, não é mais aceitável (Pollard *et al.*, 2006).

Na literatura são encontrados diferentes conceitos para o termo CiRM. De acordo com Kannabiran, Xavier e Anantharaaj (2004), CiRM é um método que pode ser utilizado pelo setor público com o objetivo de reorientar a operação dos serviços em torno do cidadão, ao invés de promover um processo administrativo automático, sendo possível aos administradores públicos acessar e manipular informações para obter uma imagem fiel do comportamento e das necessidades dos cidadãos. Para Schellong (2005), CiRM pode ser

definido como uma estratégia, habilitada pela tecnologia com foco amplo no cidadão, com o objetivo de manter e otimizar o relacionamento e incentivar a cidadania. Com definição similar, para Schellong e Langenberg (2007), CiRM consiste em um aglomerado de práticas de gestão, canais de comunicação e soluções tecnológicas para lidar com questionamentos, problemas, preocupações e demandas dos cidadãos, sendo uma divisão da gestão de relacionamento com o cliente que foca especificamente a maneira em que os órgãos governamentais agem em relação aos cidadãos. Para estes autores, as formas mais usuais de projetos de CiRM no setor público são os serviços de *call centers* e *webcentrics*.

Apesar dos conceitos encontrados na literatura, Schellong (2005) ressalta algumas características inerentes da administração pública que devem ser consideradas na adoção de CiRM, dentre elas: trata-se de setor monopolístico, que oferece um grande número de produtos e serviços heterogêneos, e que não pode optar por não atender os clientes não rentáveis. Em complemento, Silcock (2001) afirma que um dos maiores problemas para quem se relaciona com o governo é a sua enorme complexidade, já que os governos têm em média entre 50 e 70 departamentos e agências diferentes.

Neste contexto, é importante ressaltar que CRM não é uma solução tecnológica simples, ela envolve uma transformação estratégica complexa que deve ser desenvolvida de forma lenta e sistêmica para obter agências governamentais ágeis que respondam verdadeiramente às necessidades de seus clientes (Pollard, *et al.* 2006). Os autores complementam afirmando que é preciso haver visão, estratégia, planejamento e processo de avaliação de longo prazo.

Lam (2004) destaca que um grande desafio em qualquer sistema de CRM é criar o perfil do cidadão, uma vez que são necessárias informações complexas. Contudo, o CRM pode ajudar o governo a entender melhor as necessidades dos cidadãos, oferecendo serviços personalizados (Pollard, *et al.* 2006).

Assim, estão entre os objetivos do CiRM melhorar a orientação para o cidadão, reforçar a responsabilização e mudar a relação entre governo e cidadão (Schellong & Langenberg, 2007); e, proporcionar aos cidadãos serviços de alta qualidade e com menor custo para os contribuintes, concentrando os recursos do governo de forma a beneficiar todos os cidadãos (FiPa, Schwarczová, & Mura, 2015).

Para Akhondzadeh-Noughabi, Alizadeh, Ahmadvand e Minaei-Bidgoli (2013), as necessidades dos cidadãos precisam ser satisfeitas e entender estas necessidades é extremamente importante na Gestão de Relacionamento com o Cidadão. Assim, identificar as necessidades dos cidadãos é crucial para adoção da CiRM. Além disso, Schellong e Langenberg (2007) argumentam que uma estratégia de CiRM eficaz ajuda as administrações públicas a desenvolver e manter um relacionamento forte com os seus cidadãos. Em complemento, Kannabiran *et al.* (2004) concluem que por meio do CiRM, os administradores públicos têm a oportunidade de acessar e manipular informações e, conseqüentemente, obter uma imagem precisa do comportamento e das necessidades dos cidadãos.

Na visão de Kannabiran *et al.* (2004), CiRM é uma área relativamente nova e repleta de diversas oportunidades de pesquisa, já que os cidadãos esperam que os governos forneçam administração mais eficiente; melhores serviços; acesso, velocidade e perfeição; e, aumento da participação no processo democrático. Seguindo esta mesma perspectiva, Schellong e Langenberg (2007) consideraram a Gestão de Relacionamento com o Cidadão como um subcampo relativamente novo da pesquisa acadêmica, com potencial tanto para pesquisas teóricas quanto empíricas, cujo valor organizacional como gestão do conhecimento eficaz e o aproveitamento do conhecimento não haviam sido totalmente explorados. Tavana, Zandi e Katehakis (2013) concluem que a mudança de paradigma de uma visão centrada no governo para uma visão centrada no cidadão, tendo em vista a prestação de serviços públicos, é uma realidade.

Contudo, apesar de ser uma área com diversas oportunidades de pesquisa e de importância significativa no contexto contemporâneo, Ferreira, Lourenço, Furtado e Silva (2012) constataram, por meio de revisão bibliométrica, que apenas 14 estudos sobre marketing na perspectiva cidadão-consumidor foram publicados em periódicos nacionais da área de administração, entre os anos de 1997 e 2008. Em complemento, Demo e Pessoa (2015) afirmam que no período de 2008 a 2013, não foram publicados estudos sobre o tema CiRM nos periódicos de administração em âmbito nacional.

Diante deste contexto, o presente artigo tem o objetivo de apresentar um mapeamento da produção científica nacional e internacional sobre o tema CiRM, evidenciando oportunidades para futuras pesquisas. Visando atender aos objetivos propostos, o artigo está estruturado em quatro seções. A segunda seção descreve o método utilizado; a terceira, demonstra os resultados da produção científica, e, por fim, na última seção são apresentadas as considerações finais.

2. Metodologia

Com o objetivo de apresentar um mapeamento da produção científica nacional e internacional sobre o tema CiRM, foi utilizada a pesquisa bibliográfica, que, segundo Gil (2008), é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente por artigos científicos, tendo como a principal vantagem permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que poderia pesquisar diretamente. Considerando que os periódicos (*journals*) representam o mais alto nível da pesquisa científica (Nord & Nord, 1995), optou-se por realizar o levantamento bibliográfico a partir deste tipo de publicação.

Inicialmente, foram pesquisados os periódicos da área de administração, classificados pelo Sistema Webqualis 2015 como A1 e A2 e que apresentavam no título a palavra marketing. Ao todo, foram pesquisados 19 periódicos, relacionados na Tabela 1, compreendendo o período de 2007 a 2016. Nesta busca, foram analisados os títulos de todos os artigos e/ou suas respectivas palavras-chave, utilizando como critério de busca os seguintes termos: CiRM, CzRM e *Citizen Relationship Management*. Esses são, de maneira mais ampla, os termos mais usuais nas principais literaturas (Fil'a *et al.*, 2015; Kannabiran *et al.*, 2004; Schellong, 2005; Schellong e Langenberg, 2007; e, Akhondzadeh-Noughabi, Alizadeh, Ahmadvand, & Minaei-Bidgoli, 2013). Para esta busca, foi encontrado um artigo relacionado à temática pesquisada.

Tabela 1

Lista de periódicos incluídos no levantamento bibliográfico

Periódico	Classificação
<i>European Journal of Marketing, Industrial Marketing Management, International Journal of Bank Marketing, International Journal of Research in Marketing, International Marketing Review, Journal of Interactive Marketing, Journal of Marketing, Journal of the Academy of Marketing Science, Marketing Intelligence & Planning, Psychology & Marketing, The Journal of Business & Industrial Marketing, The Journal of Services Marketing</i>	A1
<i>International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing, International Journal of Sports Marketing & Sponsorship, Journal of Food Products Marketing, Journal of International Consumer Marketing, Journal of Relationship Marketing, Journal Social Marketing, Journal of Marketing Management</i>	A2

Nota. Fonte: Elaborado pelos autores.

Em um segundo momento, foi realizada busca na base de Periódicos Capes, já que esta base indexa revistas nacionais e internacionais de diversas áreas e traz textos completos de

revistas selecionadas. Nesta busca, foram utilizadas as palavras-chave CiRM e CzRM e os termos Gestão de Relacionamento com o Cidadão e *Citizen Relationship Management*. A pesquisa foi realizada no mês de maio de 2017, sem recorte temporal e considerando apenas os artigos revisados por pares. Foram encontrados 37 artigos. A partir dos artigos encontrados, realizou-se uma análise detalhada para verificar se estes possuíam relação direta com o tema pesquisado, sendo então selecionados 20 artigos.

Estes artigos foram então classificados de acordo com as seguintes categorias de análise: nome do periódico, ano de publicação, nacional ou internacional, país da publicação, foco geográfico, título do artigo, número de autores, subtemas, origem dos dados e enquadramento do estudo. Para os artigos classificados como teórico-empíricos, foram analisadas também a natureza do estudo, o método de pesquisa utilizado para coleta dos dados e as técnicas de análise dos dados. Por fim, foram analisados os resumos e as agendas de pesquisa propostas.

Para análise das informações contidas nas categorias mencionadas foram utilizados os *softwares* Bibliometrix e SPSS versão 22. O *software* Iramuteq foi utilizado para analisar as informações contidas nos resumos. Já as propostas de agenda de pesquisa foram categorizadas a partir da análise de conteúdo manual, que segundo Bardin (2011), têm como objetivo minimizar a visão pessoal e enriquecer a leitura, permitindo-se descobrir conteúdos e estrutura.

3. Resultados e Discussão

As informações obtidas a partir dos artigos selecionados foram organizadas em 3 etapas. Inicialmente, apresentaram-se os resultados obtidos a partir das análises realizadas pelos *softwares* Bibliometrix e SPSS. Em seguida, foram expostos os resultados encontrados a partir do *software* Iramuteq, considerando os resumos de cada artigo. Para finalizar, foi realizada uma análise de conteúdo manual das agendas de pesquisa visando categorizar as principais propostas para futuras pesquisas.

Observou-se que o tema ainda é pouco explorado pelos pesquisadores tanto em nível nacional (15% dos artigos analisados) quanto em nível internacional (85% dos artigos analisados), havendo um pico de publicação sobre o assunto em 2010, conforme demonstra a Figura 1. Uma das possíveis explicações para esse pico pode ser a publicação do artigo *The adoption of centralized customer service system: a survey of local governments*, no periódico *Government Information Quarterly* (Qualis A1, Fator de Impacto JCR 4,090), que pode ter despertado o interesse de outros pesquisadores para o tema.

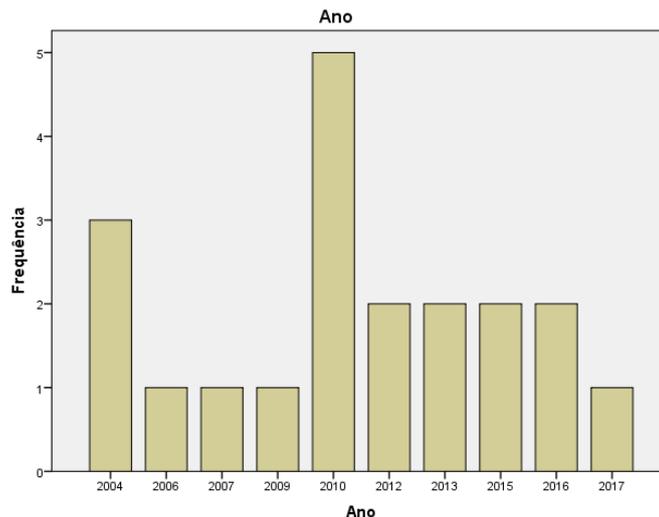


Figura 1. Frequência simples dos anos de publicação dos artigos

Nota. Fonte: Dados da pesquisa (2017)

A partir do *software* SPSS versão 22, foram realizadas tabulações cruzadas e análises de qui-quadrados (χ^2) tomando como base o ano da publicação dos artigos analisados. Para esta análise, os artigos foram agrupados em 3 macrotemas: *e-Government* (governo eletrônico), canais de relacionamento e *accountability* (transparência perante os cidadãos). Contudo, as análises evidenciaram a inexistência de significância estatística para os cruzamentos efetuados, conforme demonstra a Tabela 2. Foram feitos cruzamentos entre os 3 macrotemas e também não foram obtidos resultados estatisticamente significativos, tendo em vista que o p-valor encontrado foi superior a 0,05.

Tabela 2

Tabulações cruzadas

Ano e Macrotemas	χ^2	Graus de liberdade	Significância
Ano da publicação <i>versus e-Government</i>	8,056	9	0,529
Ano da publicação <i>versus</i> Canais de relacionamento	13,810	9	0,129
Ano da publicação <i>versus Accountability</i>	12,063	9	0,210
<i>E-government versus</i> Canais de Relacionamento	0,159	1	0,690
<i>E-government versus Accountability</i>	0,726	1	0,394
Canais de Relacionamento <i>versus Accountability</i>	1,944	1	0,163

Nota. Fonte: elaborado pelos autores

Outro dado relevante é que 16 artigos (80% do total) se concentraram exclusivamente na análise de dados secundários. Embora a coleta e o tratamento de dados primários seja usualmente onerosa, há carência de artigos utilizando pesquisas de campo propriamente ditas, ou seja, perguntando-se diretamente aos cidadãos o que eles querem em se tratando de CiRM.

Em relação ao método de pesquisa, houve predomínio de *survey* (55%) e de análise documental (20%). Já para análise dos dados, houve predominância da regressão logística e análise de conteúdo.

Considerando o número de autores, tem-se que 9 artigos foram escritos por apenas 1 autor; 3 artigos foram elaborados por 2 autores; 5 artigos tiveram 3 autores; 2 artigos contaram com 4 autores; e, apenas 1 artigo com 5 autores.

As fontes mais relevantes foram: *Government Information Quarterly*, com 3 publicações, e o *Cities The International Journal of Urban Policy and Planning*, com 2 publicações. Os demais periódicos pesquisados, apresentaram apenas 1 publicação. Apenas o

autor Christopher G. Reddick publicou 2 artigos relacionados à temática pesquisada, um em 2009 e outro 2010.

Vale ressaltar que, dos artigos analisados, 20% tiveram foco estadual; 30%, municipal; e, 50%, nacional. Em relação ao enquadramento do estudo, 80% se enquadraram como teórico-empírico, prevalecendo os estudos de natureza quantitativa e multimétodo.

Os artigos sobre o tema foram publicados principalmente no Reino Unido e nos Estados Unidos. Contudo, vale ressaltar que no Brasil e na Holanda foram publicados 3 artigos sobre CiRM. A Figura 2 exibe que o Brasil está entre os principais países que publicaram artigos sobre esta temática.

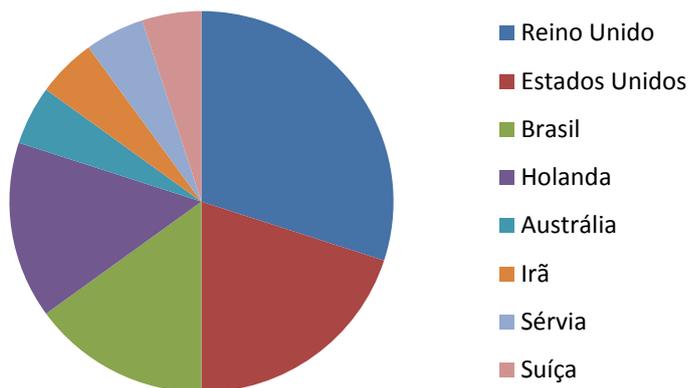


Figura 2. Frequência simples dos países de publicação dos artigos
Nota. Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Para analisar o conteúdo contido nos 20 resumos dos textos selecionados foi utilizado o *software* Iramuteq, que permite fazer análises estatísticas sobre *corpus* textuais. Foram realizadas as seguintes análises: estatísticas textuais clássicas e nuvem de palavras.

A análise estatística textual clássica demonstrou, por meio do diagrama de Zipf, que um pequeno grupo de palavras ocorre muitas vezes e um grande número de palavras tem pequena frequência de ocorrência, conforme pode ser observada na Figura 3. Ou seja, há uma concentração de determinadas palavras relacionadas ao tema pesquisado.

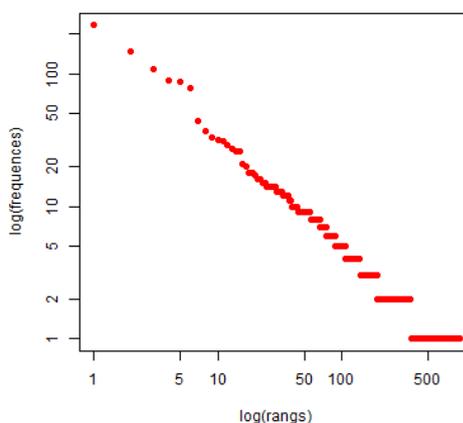


Figura 3. Diagrama de Zipf
Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Outra forma utilizada pelo *software* para análise dos dados é a nuvem de palavras (Figura 4), na qual as palavras foram agrupadas e organizadas graficamente em função da sua

periódicos da área de Marketing. Dos 20 artigos analisados apenas um encontra-se disponível em um periódico de marketing o qual, por sua vez, é especializado em marketing de relacionamento, o *Journal of Relationship Marketing*, os demais estão presentes em periódicos que tratam de gestão, administração pública, tecnologia da informação (TI) e governo eletrônico. A ausência de artigos em periódicos de marketing possibilita questionar se de fato o tema CiRM não tem despertado interesse dos profissionais dessa área.

Como sugestões para futuras pesquisas, recomenda-se ampliar estudos de bibliometria em outras bases, bem como investigar o por quê da baixa produção científica sobre CiRM na área de marketing.

Referências Bibliográficas

- Akhondzadeh-Noughabi, E., Alizadeh, S., Ahmadvand, A., & Minaei-Bidgoli, B. (2013). FTiS: A new model for effective urban management: A case study of urban systems in Iran. *Cities The International Journal of Urban Policy and Planning*, 31, 394-403.
- Arduini, D., Belotti, F., Denni, M., Giungato, G., & Zanfei, A. (2010). Technology adoption and innovation in public services the case of e-government in Italy. *Information Economics and Policy*, 22, 257-275.
- Bardin, L. (2011). *Análise de Conteúdo*, São Paulo: Edições 70.
- Bejou, A. (2012). Customer relationship management, exit-voice-loyalty, and satisfaction: the case of public schools. *Journal of Relationship Marketing*, 11(2), 57-71.
- Chen, Y. (2010). Citizen-centric e-government services: understanding integrated citizen service information systems. *Social Science Computer Review*, 28(4), 427-442.
- Fil'a, M., Schwarczová, L., & Mura, L. (2015). Citizen satisfaction survey as a tool of citizen relationship management of local government in Slovakia. *Serbian Journal of Management*, 10(1), 117-129.
- Demo, G., & Pessôa, R. (2015). CRM na administração pública: desenvolvimento e validação de uma Escala de Relacionamento com o Cidadão (ERCi). *Revista de Administração Pública*, 49(3), 677-697.
- Ferreira, P. A., Lourenço, C. D. S., Furtado, R. P. M., & Silva, S. S. (2012). Marketing público e orientação para o cidadão-consumidor: um levantamento da produção científica brasileira entre 1997 e 2008. *Gestão Pública: Práticas e Desafios*, 3(5), 170-195.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social* (6a ed.). São Paulo: Atlas
- Ghodousi, M., Alesheikh, A. A., & Saeidian, B. (2016). Analyzing public participant data to evaluate citizen satisfaction and to prioritize their needs via K-means, FCM and ICA. *Cities The International Journal of Urban Policy and Planning*, 55, 70-81.
- Hui, G., & Hayllar, M. R. (2010). Creating public value in e-government: a public-private-citizen collaboration framework in web 2.0. *The Australian Journal of Public Administration*, 69(1), 120-131.
- Kannabiran, G., Xavier, M., & Anantharaaj, A. (2004). Enabling E-Governance through Citizen Relationship Management - Concept, Model and Applications. *Journal of Services Research*, 4(2), 223-240.
- King, S. F. (2007). Citizens as customers: Exploring the future of CRM in UK local government. *Government Information Quarterly*, 24, 47-63.
- Lam, W. (2004). Integration challenges towards increasing e-government maturity. *Journal of E-Government*, 1(2), 45-58.
- Lara, R. D., & Gosling, M. S. (2016). Um modelo de gestão do relacionamento entre os cidadãos e a administração pública. *Revista Eletrônica de Administração*, 84(2), 332- 364.

- Leite, L. O., & Rezende, D. A. (2010). Realizando a Gestão de Relacionamentos com os Cidadãos: proposição e avaliação de um modelo baseado no Citizen Relationship Management. *Urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana. Brazilian Journal of Urban Management*, 2(2), 247-258.
- Mcgregor, M. A., & Holman, J. (2004). Communication technology at the Federal Communications Commission: E-government in the public interest? *Government Information Quarterly*, 21, 268-283.
- Nord, J. H., & Nord, G. D. (1995). MIS research: Journal status and analysis. *Information & Management*, 29, 29-42.
- Pollard, C., Young, J., & Gregg, P. (2006). Towards a simplified framework of CRM for use in public and private sectors. *Journal of Information Technology Case and Application Research*, 8(2), 24-38.
- Reddick, C. G. (2009). The adoption of centralized customer service systems: a survey of local governments. *Government Information Quarterly*, 26, 219-226.
- Reddick, C. G. (2010). Comparing citizens use of e-government to alternative service channels. *International Journal of Electronic Government Research*, 6(2), 54-67.
- Salviati, M. E. *Manual do Aplicativo Iramuteq*. Planaltina.
- Schellong, A. (2005). CRM in the Public Sector – Towards a conceptual research framework. *In Proceedings of the 2005 National Conference on Digital Government Research*.
- Schellong, A., & Langenberg, T. (2007). Managing citizen relationships in disasters: Hurricane Wilma, 311 and Miami-Dade County. *In Proceedings of the 40th annual Hawaii international conference on system sciences*.
- Silcock, R. (2001). What is e-government? *Parliamentary Affairs*, 54, 88-101.
- Tavana, M., Zandi, F., & Katehakis, M. (2013). A hybrid fuzzy group ANP–TOPSIS framework for assessment of e-government readiness from a CiRM perspective. *Information & Management*, 50, 383-397.
- Wu, W. (2017). Citizen relationship management system users' contact channel choices: digital approach or call approach? *Information*, 8(8), 1-16.
- Yang, H. H., Liu, J. L., Chang, M. C. S., & Yang, J. C. (2012). Improvement of e-government service process via a grey relation agent mechanism. *Expert Systems with Applications*, 39, 9755-9763.