

Tipos de Pesquisa

Tipos de pesquisa

Pesquisa Exploratória

- Compreensão do problema.
- Elaboração do projeto.
- Processo é flexível.
- Pode ser conduzida com dados secundários ou primários.
- Quando primários, é quali.

Pesquisa conclusiva

- Testa hipóteses
- Examina relação entre variáveis
- É formal, estruturada.
- Baseada em amostragem.
- Pode ser classificada como:
descritiva ou
causal.
- É quantitativa

Usos da pesquisa exploratória

- Auxilia na compreensão do problema.
- Auxilia na elaboração de um enunciado mais preciso do problema.
- Colabora na identificação de cursos alternativos para uma ação.
- Estabelece prioridades para uma pesquisa posterior e formatação do projeto de pesquisa.
- Colabora no teste de algumas hipóteses.

Características

- Processo de pesquisa é flexível, não-estruturado.
- O foco de pesquisa pode mudar de acordo com novas descobertas.
- Pode ser conduzida com base em dados secundários ou primários.

A pesquisa exploratória de dados secundários

- Desvantagens
 - Coletados para outros fins – influência na relevância e exatidão
 - Podem estar desatualizados
 - Metodologia aplicada não adequada ou não confiável
- Vantagens dos dados secundários
 - Fácil acesso
 - Mais baratos
 - Rápida obtenção

A pesquisa exploratória de dados secundários

- **Fontes externas**

- Imprensa: fornece dados sobre sindicatos, grupos ambientalistas, de defesa do consumidor
- Associações profissionais e de mercado
- Agências e institutos governamentais
- Concorrência: *benchmark*
- Referências:
 - início para levantamento mais extenso;
 - fornece informações técnicas para problemas específicos rapidamente

- **Cuidados no uso**

- Verificar metodologia usada para garantir validade e confiabilidade dos dados
- Verificar a atualidade dos dados

A pesquisa exploratória de dados primários

- É qualitativa
- Resultados não são definitivos
- Serve de base para pesquisas posteriores
- Fontes:
 - pessoas-chave na estrutura organizacional
 - líderes de opinião

Conceito: Pesquisa conclusiva

Pesquisa Descritiva

- Descreve características do fenômeno estudado:

1. Opinião
2. Percepção
3. Imagem
4. Comportamento
5. Perfil de público
6. Audiência/ recepção

- Auxilia na associação entre variáveis.

Pesquisa Causal

- Estabelece relações de causa e efeito entre as variáveis que compõem as hipóteses.

Pesquisa conclusiva descritiva

- Levantamento de perfil
 - Verifica reações dos públicos a respeito de uma empresa ou assunto público
 - Auxilia na identificação de sub-grupos favoráveis ou hostis
 - Limitação: estático
- Levantamento de tendências
 - Levantamentos de perfil realizados repetidamente com amostras diferentes
 - Utilizado para análise da eficácia de uma mensagem: que elementos da mensagem atingiram o público? Quais não atingiram?

Pesquisa conclusiva descritiva

- Levantamento de painel
 - Levantamentos de perfil realizados repetidamente com a mesma amostra.
 - Permite estudar o contexto da mudança de opinião e atitudes individuais.
 - Auxilia na identificação das razões de mudança.

Natureza de pesquisa

Pesquisa Qualitativa

Auxilia na compreensão inicial do problema.
Resultados não podem ser generalizados.
É exploratória.
Amostragem intencional.
Coleta de dados não-estruturada.
Análise não-estatística.
Oferece temas relevantes para campanhas institucionais

Pesquisa Quantitativa

Utilizada para a recomendação de plano de ações.
Generaliza resultados pois estuda número representativo de casos.
É conclusiva.
Amostragem aleatória.
Coleta de dados estruturada.
Análise estatística.