

RAD 5004: Técnicas de Pesquisa

Responsáveis:

Prof^ª. Dr^ª. Janaina de Moura Engracia Giraldi

Prof^ª. Dr^ª. Lara Bartocci Liboni Amui

Coleta de Dados

Prof^a. Dr^a. Janaina M. E. Giraldi

Conteúdo

1. Aspectos Gerais
2. Proposições e Hipóteses
3. Variáveis e Escalas de Mensuração
4. Instrumentos de Coleta de Dados:
 - Coleta documental
 - Experimentação
 - Observação
 - Grupos de Foco
 - Entrevista
 - Questionário
 - Formulário



1. Aspectos Gerais

Dados primários e secundários

- Dados primários:
 - Coletados pelo próprio pesquisador
 - Mais próximos da verdade
 - Pode-se controlar o erro
- Dados secundários:
 - Estudos feitos por terceiros
 - Têm pelo menos um nível de interpretação entre o fato e o seu registro
 - Podem-se desconhecer os erros

Procedimentos da coleta de dados

- Como as informações serão coletadas?
- Em que local serão coletadas?
- Serão gravadas ou apenas registradas por escrito?
- Quem conduzirá as entrevistas?
- Duração de tempo?
- Como serão obtidos os documentos?

Participantes da Pesquisa

- Caracterizar os objetos pesquisados:
 - pessoas: nível de escolaridade, idade, sexo, posição sócio-econômica, posição dentro da organização;
 - organizações: pública ou privada, dimensão, rentabilidade;
 - documentos: tipo, procedência, disponibilidade;
 - localização geográfica.
- Verificar se há permissão para identificar os objetos de pesquisa

Participantes da Pesquisa

- Detalhar a quantidade de participantes:
 - quantos sujeitos serão entrevistados;
 - quantos questionários ou formulários serão aplicados;
 - quantas entrevistas serão realizadas;
 - quantas organizações serão estudadas;
 - quantos documentos serão analisados.

Técnicas e Instrumentos de Coleta de Dados

- Descrever o(s) instrumento(s) de coleta de dados
- Importante: controle rigoroso na aplicação dos instrumentos de pesquisa
- A coleta de dados envolve diversos passos, tais como:
 - determinação da população a ser estudada;
 - definição da amostra;
 - elaboração do instrumento de coleta;
 - programação da coleta;
 - a própria coleta.

Coleta de Dados: População

- Também chamada de “universo”
- **DEFINIÇÃO:** população é um conjunto de elementos que possuem determinadas características
- Engloba todos os elementos de um determinado espaço ou categoria, ou de ambos, como:
 - todos os habitantes de um bairro;
 - todos os médicos cardiologistas de uma cidade;
 - todos os alunos de uma faculdade;
 - todos os cachorros de uma raça.

Coleta de Dados: Amostra

- Cada indivíduo da população é chamado de “elemento”
- Censo: estudo de toda a população
- Quando se toma um certo número de elementos para se verificar algo sobre a população, esse conjunto é denominado “amostra”
- **DEFINIÇÃO:** amostra é qualquer sub-conjunto, representativo ou não, do conjunto universal ou da população
- Ex.: população: todos os alunos da FEA-RP; amostra: os alunos presentes num determinado dia

Tipos de Amostragem

- Amostragem Probabilística (aleatória):
 - a probabilidade de um elemento da população ser escolhido é conhecida
- Amostragem não probabilística (não aleatória):
 - Não se conhece a probabilidade de um elemento da população ser escolhido para participar da amostra

Amostragens Probabilísticas

- Amostragem Aleatória: com ou sem reposição
- Amostragem Sistemática ($i = N/n$)
- Amostragem Estratificada – subpopulações homogêneas: por sexo, faixa etária, nível escolar, faixa de renda, urbana e rural etc.
- Amostragem por Conglomerado – subpopulações heterogêneas: quando é mais fácil identificar características de grupos que de elementos (indivíduos)
- Amostragem por múltiplos estágios: combinações dos métodos citados acima

Amostragens Probabilísticas

- **Amostragem Aleatória:**

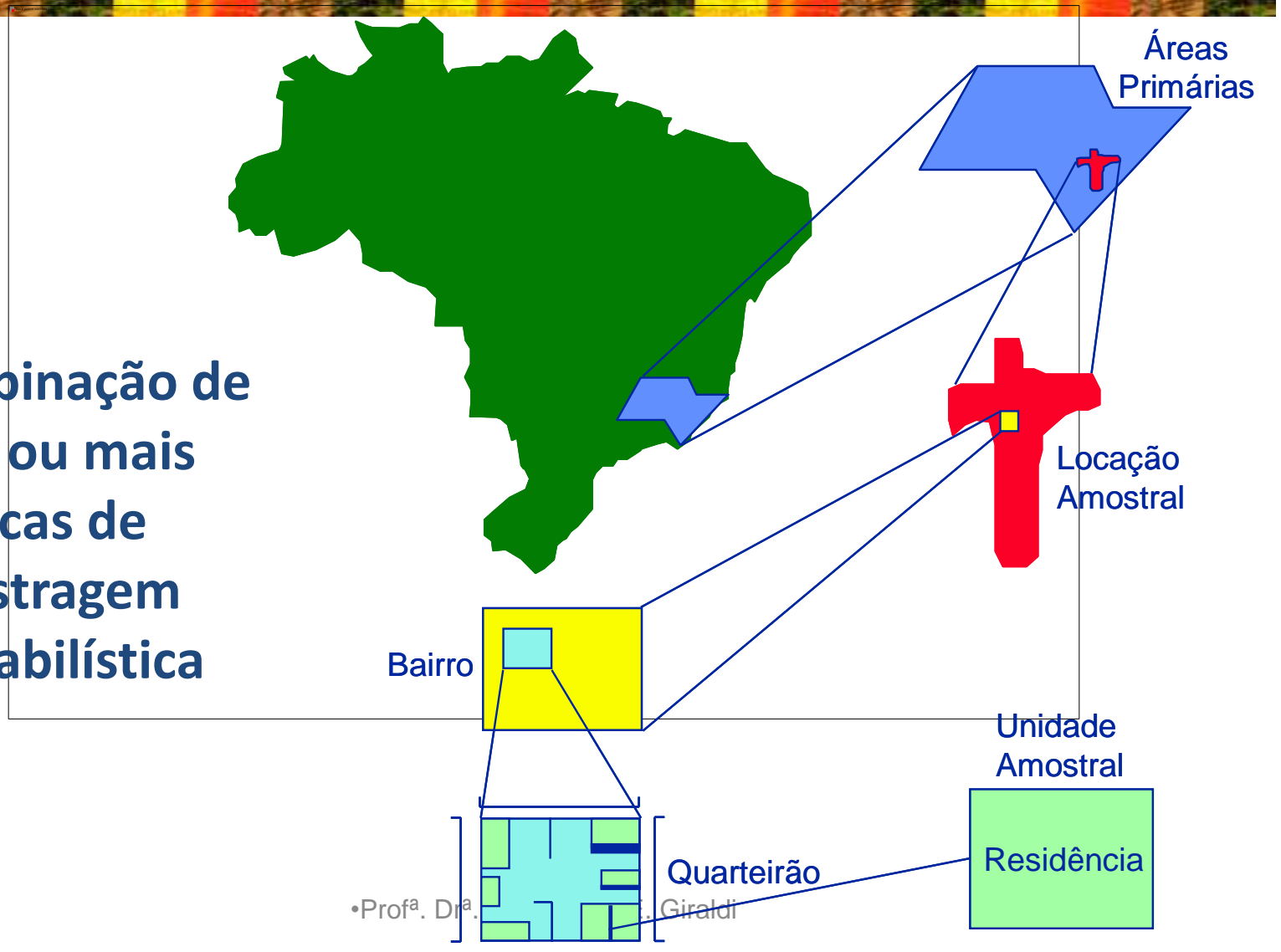
- a escolha de um indivíduo, entre a população, é ao acaso;
- cada elemento da população tem a mesma probabilidade de ser escolhido;
- dois tipos: com reposição e sem reposição.
- Ex.:
 - Sem reposição: bingo
 - Com reposição: “dado”

Amostragens Probabilísticas

- **Amostragem Sistemática:**
 - as amostras são retiradas periodicamente a partir de determinado elemento ou ponto de partida;
 - ordenação pode estar relacionada com a característica investigada.
 - Ex.: amostras colhidas de hora em hora

Amostragem em multiestágios

- Combinação de duas ou mais técnicas de amostragem probabilística



Amostragens não Probabilísticas

- Amostragem por Conveniência
- Amostragem por Julgamento
- Amostragem por Cotas
- Amostragem Bola de Neve
- **NÃO** devem ser usadas para inferência ou generalização dos resultados!

Amostragens não Probabilísticas

- **Amostragem por Conveniência:**
 - O pesquisador seleciona membros da população mais acessíveis
 - Ex.: usar os indivíduos que estão na fila do açougue para pesquisar hábitos do consumo de carne
- **Amostragem por Julgamento:**
 - O pesquisador escolhe o que acredita ser a melhor amostra
 - Ex.: usar mães de classes mais altas para pesquisar a qualidade de alimentos infantis prontos para consumo

Amostragens não Probabilísticas

- **Amostragem por Cotas:**

- o universo a ser estudado é dividido em subuniversos
- Ex.:

	Proporção	Amostra
Homens com 30 a 45 anos	70%	70
Mulheres com 30 a 45 anos	30%	30

- **Amostragem Bola de Neve:**

- Escolha inicial de um grupo
- Os elementos do grupo inicial indicam outros respondentes e assim por diante

Escolha de amostragem não-probabilística *versus* amostragem probabilística

<i>Condições que favorecem o uso de:</i>			
<u>Fatores</u>	<u>Não-Probabilística</u>	<u>Probabilística</u>	
Natureza da Pesquisa	Exploratória	Conclusiva	
Magnitude relativa dos erros de amostragem e de não-amostragem	Não-amostal: os erros de não-amostragem são maiores	Amostal: os erros de amostragem são maiores	
Variabilidade na população	Homogênea (baixa)	Heterogênea (alta)	
Considerações de Ordem Estatística	Desfavorável	Favorável	
Considerações de Ordem Operacional	Favorável	Desfavorável	



2. Proposições e Hipóteses

Proposições e Hipóteses

- PROPOSIÇÃO:
 - Declaração sobre conceitos que podem ser julgados como verdadeiros ou falsos caso se refiram a fenômenos observáveis
 - Usadas em análises qualitativas
- HIPÓTESE:
 - Proposição formulada para testes empíricos
 - Afirmação não comprovada a respeito de um fator ou fenômeno

Proposições

- Podem ser formuladas para indicar possíveis respostas para o problema de pesquisa
- São utilizadas para dados intangíveis ou de difícil mensuração, ou seja, não poderão ser testáveis
- Exemplo:
 - Problema: Qual a relação entre a amamentação e o futuro amor do filho pela mãe?
 - Proposição: Filhos que foram amamentados pela mãe têm mais amor por ela.

Hipóteses

- São possíveis respostas ao problema de pesquisa
- São formuladas como afirmações (declarações)
- Podem ser testadas através de testes estatísticos (testes de hipóteses)
- São declarações onde se atribuem variáveis para casos
- VARIÁVEL: característica, traço ou atributo
- CASO: entidade ou coisa para a qual a hipótese discorre



3. Variáveis e Escalas de Mensuração

Variáveis

- Representam classes de objetos: estado civil, sexo, renda mensal, escolaridade, participação política, nacionalidade etc.
- Algumas mais fáceis de identificar: estado civil
- Outras mais difíceis: participação política

Variáveis

Podem ser definidas como características mensuráveis de um fenômeno, que podem apresentar diferentes valores ou ser agrupadas em categorias

- Incluir as definições conceitual e operacional das variáveis na descrição do método da pesquisa

Variáveis

- Exemplos:
 - Estado civil: solteiro, casado, viúvo, desquitado ou divorciado
 - Grau de escolaridade: fundamental, médio, superior ou pós-graduação
 - Renda mensal: até 1 salário mínimo (SM); de 1 a 2 SM; de 2,1 a 4 SM; de 4,1 a 8 SM ou acima de 8,1 SM
 - Número de filhos: nenhum, 1, 2, 3, 4, 5 ou mais que 5

Variáveis

- A variável deve servir como medida de variação da amostra (DEVE VARIAR!)
- Caso contrário, deve ser eliminada
- Exemplo:
 - Estado civil: amostra de 210 pessoas, 200 são solteiras
- A variável “estado civil” não ajuda a explicar diferenças em outras dimensões: não existe variação

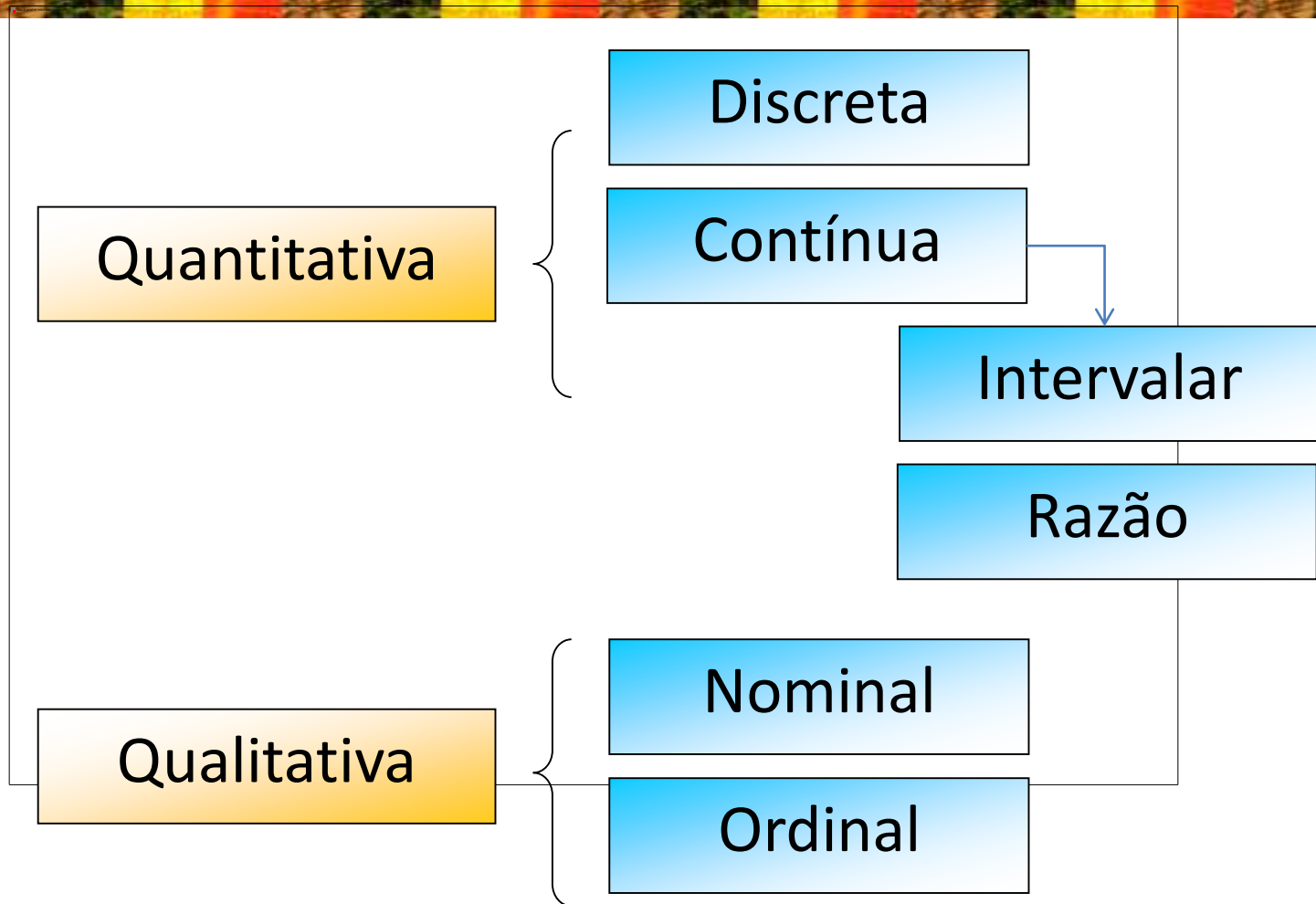
Variáveis - Regras

- Tenha um grande número de indivíduos que difiram em sua classificação
- Quando houver acúmulo em uma categoria específica: divida-a em sub-categorias
 - Ex.: grau de escolaridade: alta concentração em “fundamental” → dividir: “fundamental incompleto” e “fundamental completo”
- Um grande número de categorias com poucos indivíduos em cada: agrupe categorias

Variáveis - Regras

- Evite situações com categorias que concentrem mais que 70% dos indivíduos: prejudicam a análise
- Os valores de uma variável devem ser mutuamente excludentes: não pode haver indivíduos que se encontram em mais de um valor
- Os valores de uma variável devem ser exaustivos: todas as possibilidades devem estar incluídas

Variáveis - Classificação



Variáveis - Classificação

- QUANTITATIVA: de posição em uma escala
 - **DISCRETA**: variável que só pode assumir valores pertencentes a um conjunto enumerável
 - Ex.: número de filhos; número de casas
 - **CONTÍNUA**: números que podem assumir valores fracionários
 - Ex.: estatura, peso
 - Pode ser Intervalar ou Racional

Variáveis - Escalas

- Escala **Intervalar**:

- Além de ordenar, apresenta distâncias iguais entre os intervalos
- Ex.: temperatura: 10, 15, 20, 25°C etc. (embora se possa dizer que 20°C é mais que 10°C, não se pode dizer que é duas vezes mais quente!)

Variáveis - Escalas

- Escala **Racional/Razão**:
 - Possui as características das escalas anteriores, mas aqui existe um zero verdadeiro e é possível se conhecer a razão entre duas medidas;
 - É possível haver dobro, triplo etc.
 - Ex.: peso, tempo, distância etc.

Variáveis - Classificação

- QUALITATIVA: de alocação em uma categoria
 - **NOMINAL**: categorias independentes, sem relação entre si
 - Atribuição de nomes aos eventos ou objetos de interesse
 - Ex.: raça, nacionalidade, partido político, gênero, local de nascimento etc.

Variáveis - Escalas

- QUALITATIVA

- **ORDINAL**: categorias com relação de ordem entre si (há uma hierarquia)

- atribuição de ordem, ou hierarquia a dados qualitativos
 - Ex.: escolaridade (nível 1, 2, 3 etc), classe sócio-econômica (A, B, C etc.), estado geral do paciente (ruim, regular, bom) etc.

Escala de Likert

- Desenvolvida por Rensis Likert em 1932
- Exige que os participantes indiquem um **grau de concordância ou de discordância** com cada uma de uma série de afirmações relacionadas com os objetos de estímulo
- Fácil de construir, aplicar e compreender
- Pode ser utilizada para análise de item por item (perfil) ou somatório total
- Atentar para afirmações “negativas”
- Mais comum é ter 5 pontos, mas existem derivações com 7 e 9
- Pode consumir muito tempo do entrevistado

Escala de Likert

- Geralmente são de 5 ou 7 pontos
- Ex.: Assinale com um X o número associado à resposta que quer dar

1	2	3	4	5
Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente

A realização de um blogue ajudou-me a gostar mais de trabalhar com as TI	1	2	3	4	5
Os blogues são ferramentas pedagógicas muito potentes	1	2	3	4	5
A dinamização de um blogue incentivou a prática de pesquisa na Internet	1	2	3	4	5
Não acredito no potencial educativo dos blogues	1	2	3	4	5

Exercício 1 sobre escalas

- Vocês vão pesquisar as pessoas que freqüentam um restaurante. Como vocês fariam para ter uma amostra aleatória?
- Para caracterizar essas pessoas, crie escalas para identificar:
 - Faixa de renda
 - Escolaridade
 - Idade
 - Sexo
 - Estado civil
 - Número de filhos
 - Motivos para freqüentar o restaurante
 - Como avalia a qualidade do restaurante
- Identifique cada uma das escalas em quantitativa (intervalar ou razão) e qualitativa (nominal ou ordinal).

Variáveis - Tipos

- Variáveis independentes (VI)
- Variáveis dependentes (VD)
- Variáveis moderadoras (VM)
- Variáveis intervenientes (VIV)
- Variáveis de controle (VC)

Variáveis - Tipos

- Variáveis Independentes (VI):
 - candidatas a explicar a variável dependente;
 - são fatores determinantes, condições ou causas para certo resultado, efeito ou conseqüência;
 - afetam outras variáveis, mas não precisam estar relacionadas entre si;
 - são imprescindíveis para se obter um determinado resultado.
 - Ex: Testar a temperatura como fator modificador da taxa de crescimento em determinado organismo. Neste caso, a **variável independente** é a temperatura, enquanto a **dependente** é a taxa de crescimento.

Variáveis - Tipos

- Variáveis Dependentes (VD):
 - são aquelas afetadas ou explicadas pelas variáveis independentes;
 - variarão de acordo com as mudanças nas variáveis independentes;
 - são o resultado, consequência ou resposta de algo que foi estimulado;
 - podem ser dependentes em uma pesquisa e independentes em outra.

Var.Dependentes X Independentes

Variável Independente	Variável Dependente
Causa presumida	Efeito presumido
Estímulo	Resposta
Antecedente	Consequência
Manipulada	Resultado mensurável

Variáveis – Tipos

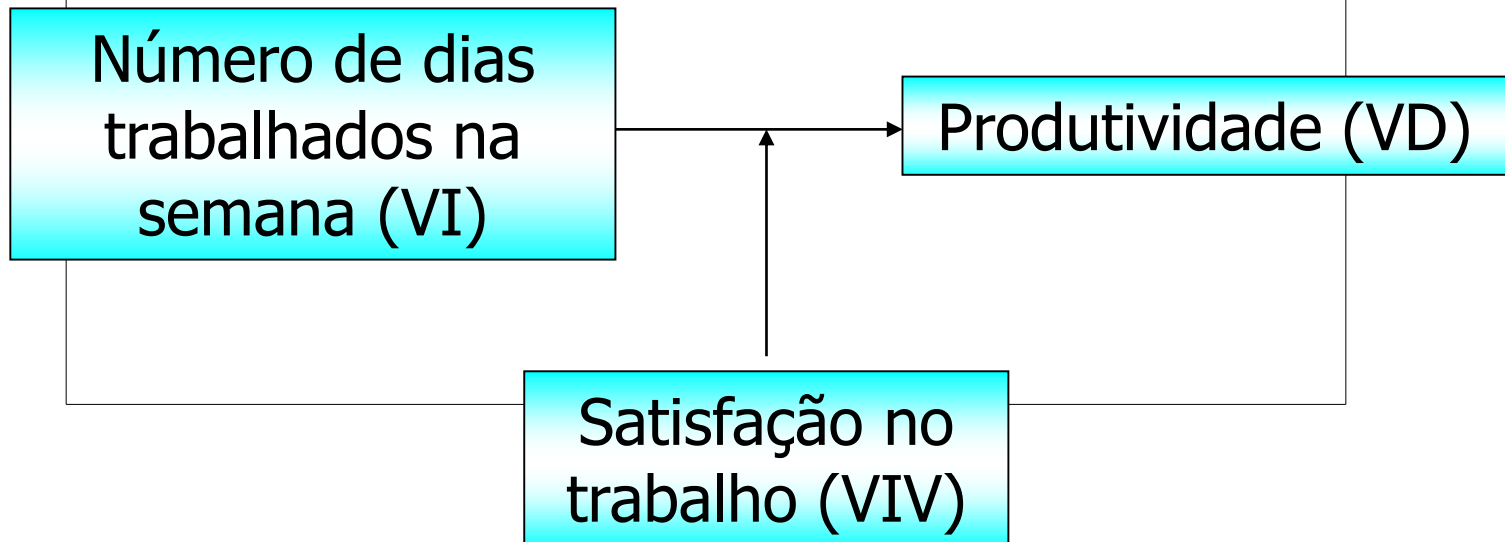
- Variáveis Moderadoras (VM):
 - são menos importantes que as variáveis independentes, porém, também podem ser condição, causa, estímulo ou determinante para o acontecimento de um feito;
 - sua classificação como VM e não como VI depende das hipóteses e do foco principal da pesquisa;
 - Ex.: O desempenho do aluno (VD) depende do número de horas de estudo (VI) e da intensidade de luz no local (VM)

Variáveis - Tipos

- Variáveis Intervenientes (VIV):
 - são as que, no tempo, estão entre as variáveis independentes e dependentes;
 - são aquelas que, teoricamente, afetam o fenômeno observado;
 - não podem ser manipuladas ou medidas;
 - são hipotéticas, teóricas e não concretas;
 - também podem intervir na variável moderadora.

Variáveis - Tipos

- Ex.: A introdução de uma semana de quatro dias (VI) vai gerar produtividade mais alta (VD) ao aumentar a satisfação no trabalho (VIV)



Variáveis – Tipos

- Variáveis de Controle (VC):
 - podem sugerir relações falsas que dizem respeito à sua interferência e não à relação estudada;
 - precisam ser controladas pelo pesquisador;
 - devem ser neutralizadas para assegurar que não terão efeito moderador na relação entre as variáveis independente e dependente.
 - Ex.: sexo e idade: variáveis segundo as quais a relação entre asma e alergia pode variar

Variáveis - Relações

- Se X muda, há mudanças em Y?
- Aumenta Y quando aumenta X?
- Diminui Y com um aumento de X?
- Há um aumento e, após, um decréscimo?
- Tipos de relações para estes casos:
 - lineares;
 - curvilíneas;
 - exponenciais.

Exercício 2 sobre variáveis

- Ainda pensando-se em um restaurante, como no exercício anterior, podemos fazer uma classificação de variáveis (independentes, moderadoras, intervenientes e de controle) tendo em vista a lista a seguir, para o caso da Variável Dependente ser “Satisfação do cliente”. A seguir, sugestões de variáveis:

- Fome do cliente
- Preço
- Atendimento
- Localização
- Expectativa do cliente
- Cardápio
- Estacionamento
- Parquinho infantil
- Segurança
- Limpeza
- Pressa do cliente
- Escolaridade
- Idade
- Sexo
- Estado civil
- Número de filhos



4. Instrumentos de Coleta de Dados

Coleta de Dados - Instrumentos

- Coleta documental
- Experimentação
- Observação
- Entrevista
- Levantamento/Questionário
- Formulário

Coleta Documental

- Restrita a documentos, escritos ou não: livros, periódicos, trabalhos acadêmicos, filmes, mapas, projetos, fotografias, gravações em fitas, CD's, rádio, cinema, televisão etc
- Fontes de informação:
 - acervos públicos;
 - acervos particulares;
 - sites de busca;
 - pessoas;
 - muitos outros.

Experimentação

- Experimentos são estudos que envolvem intervenção do pesquisador além da exigida para mensuração
- Manipulam-se algumas variáveis e observa-se como os objetos de estudo são afetados:
 - **UMA VARIÁVEL DE CADA VEZ!!!**
- Pode ser reproduzida
- Pouco utilizada para estudos de administração

Símbolos usados em experimentos

X = exposição de um grupo a uma variável independente ou tratamento

O = processo de observação

R = distribuição aleatória dos sujeitos

→ Movimento da esquerda para a direita: passagem do tempo

→ Alinhamento horizontal: mesmo grupo

→ Alinhamento vertical: atividades simultâneas

Experimento 1: **X O₁ O₂**

Experimento 2: **R X₁ O₁**

R X₂ O₂

Variáveis estranhas em experimentos

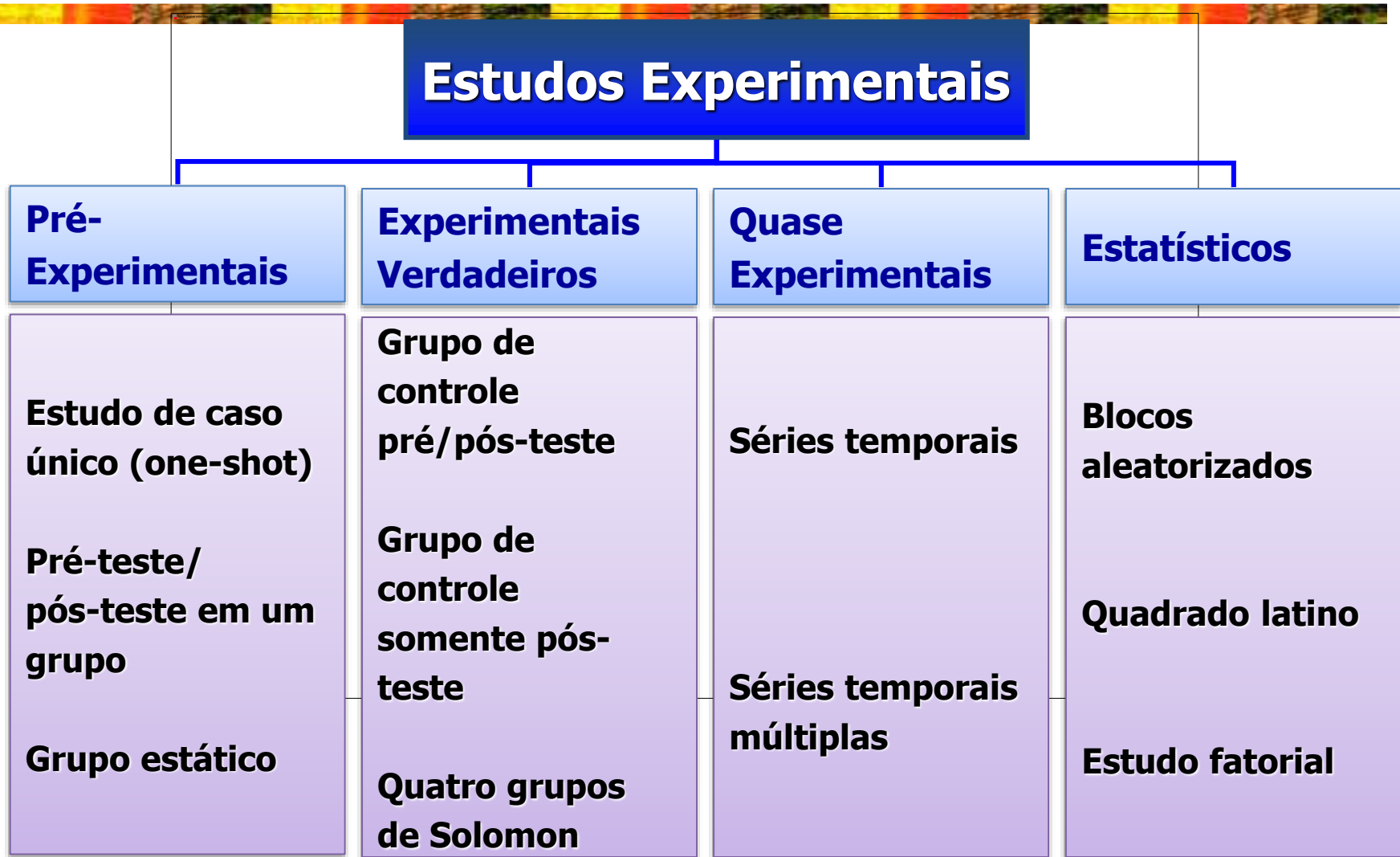
- **História:** eventos específicos externos, mas que ocorrem ao mesmo tempo
- **Maturação:** variações nas unidades de teste
- **Efeitos do teste:** uma observação anterior afeta uma posterior
- **Instrumentação:** variação no instrumento de medida, observadores ou escores
- **Regressão estatística:** mudança nos valores extremos de respostas
- **Tendenciosidade de seleção:** atribuição inadequada de tratamentos a unidades de teste
- **Mortalidade:** perda de unidades de teste

Controle das variáveis estranhas

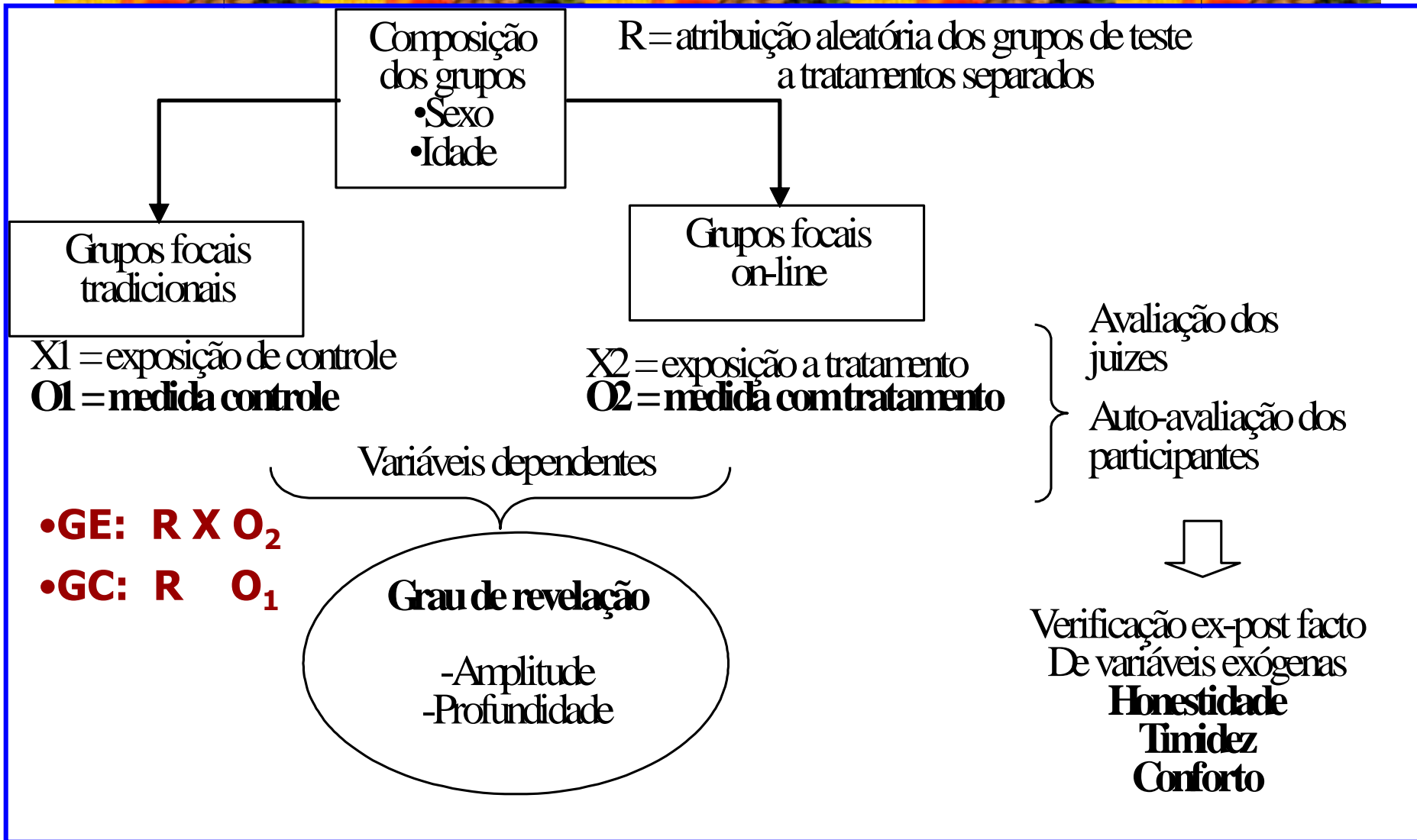


- **Randomização**
 - Atribuição aleatória de unidades de teste a grupos experimentais e de tratamentos
- **Emparelhamento**
 - Comparação das unidades de teste antes do tratamento
- **Controle estatístico**
 - Medição e ajuste por métodos estatísticos como ANCOVA
- **Controle de planejamento**
 - Planejar os experimentos

Classificação de estudos experimentais



Exemplo de experimento com grupos de controle somente pós-teste



Exemplo de experimento com grupos de controle somente pós-teste

- **Hipótese:** a atitude do cliente em relação à loja é influenciada pela música e pelos diferentes estilos musicais. Diferenças para sexo, renda, idade e grau de instrução.
- Estudo entre grupos, sem medição prévia, escolha aleatória dos sujeitos participantes, ambiente de campo.
- **Variável independente:** estilos musicais (sertanejo, axé e pop rock)
- **Situação do grupo controle:** ausência de música
- **Variável dependente:** atitude do cliente em relação à loja
 - **GE: $R X$** (*sertanejo, axé ou pop rock*) **O_1**
 - **GC: $R O_2$**
- Onde
 - **GE = grupo experimental**
 - **GC = grupo de controle**
 - **R = atribuição aleatória dos sujeitos**
 - **X = tratamento (variável independente)**
 - **O = mensuração da variável dependente**

Resultados do experimento

- 83 sujeitos, de 14 a 73 anos.
- Não houve diferenças de grandes magnitudes entre as médias dos três estilos musicais.
- Atitude mais positiva: **estilo sertanejo**.
- A **música** ambiente gera uma atitude mais **positiva** do cliente em relação à loja do que a ausência da música.

Características	Sertanejo	Axé	Pop Rock	Ausência
Média geral	9,48	9,20	9,38	8,78
Feminino	9,46	9,70	9,46	8,73
Masculino	9,60	8,22	9,27	8,87
Até 1SM	9,94	9,79	9,59	9,82
1SM a 3SM	9,08	9,38	9,68	8,48
3SM a 5SM	9,64	8,66	9,17	9,07
5SM a 7SM	10	-	9,62	8,2
7SM a 10SM	9,52	-	9,29	8,88
A partir de 10SM	9,36	9,24	9,79	-
Até fundam.	9,67	9,53	9,4	9,64
Segundo grau	9,46	8,99	9,35	8,51
Graduação/pós	9,36	9,00	9,4	8,57
Até 30 anos	9,6	8,58	9,66	7,85
De 31 a 49 anos	9,31	9,44	9,37	9,50
A partir de 50 anos	9,69	9,85	8,82	8,61

Observação

- **Observar** é aplicar atentamente os sentidos físicos a um objeto, para dele adquirir um conhecimento claro e preciso
- A observação deve ser:
 - atenta;
 - exata e completa;
 - precisa;
 - sucessiva e metódica.

Observação: Tipos

- Observação assistemática
- Observação sistemática
- Observação não participante
- Observação participante
- Observação individual
- Observação em equipe
- Observação laboratorial

Observação: Tipos

- **Observação assistemática:**
 - também chamada espontânea, informal, simples, livre ou ocasional;
 - observação sem o emprego de qualquer técnica ou instrumento;
 - sem planejamento, sem controle e sem quesitos observacionais previamente elaborados.

Observação: Tipos

- **Observação sistemática:**
 - também chamada de observação estruturada, planejada ou controlada;
 - há o planejamento prévio e a utilização de anotações, de controle de tempo e da periodicidade;
 - pode-se utilizar recursos técnicos, mecânicos ou eletrônicos.

Observação: Tipos

- **Observação não participante:**
 - o pesquisador toma contato com a comunidade, grupo ou realidade estudada, sem integrar-se a ela;
 - o observador não tem envolvimento com o objeto de estudo;
 - presencia o fato, mas não participa dele;
 - o procedimento tem caráter sistemático.

Observação: Tipos

- **Observação participante:**

- participação real do pesquisador com a comunidade ou grupo;
- o pesquisador vira um membro do grupo;
- tentativa de se colocar o observador e o observado do mesmo lado;
- difícil para o observador manter a objetividade;
- pode ser natural (o observador é originalmente do grupo) ou artificial (o observador integra-se ao grupo).

Observação: Tipos

- **Observação individual:**
 - realizada por apenas um pesquisador;
 - é o caso das pesquisas realizadas para a obtenção de títulos acadêmicos (TCC, mestrado, doutorado);
 - pode-se tornar uma tarefa difícil, dependendo do volume de dados.

Observação: Tipos

- **Observação em equipe:**
 - é mais aconselhável que a individual: o grupo pode observar a ocorrência por vários ângulos;
 - podem-se confrontar os dados observados;
 - diferentes formas:
 - todos observam os mesmos fatores ao mesmo tempo;
 - cada um observa um aspecto diferente;
 - rede de observadores: distribuídos em vários locais (observação em massa).

Observação: Tipos

- **Observação laboratorial:**
 - tem caráter artificial;
 - deve-se estabelecer condições próximas das naturais;
 - consegue isolar o objeto de pesquisa de interferências externas;
 - muitos aspectos importantes da vida humana não podem ser observados em laboratório.

Grupos focais

- Entrevista realizada, de maneira não estruturada e natural, por um moderador treinado, junto a um pequeno grupo de respondentes



Características

- Tamanho do grupo: 8 a 12 pessoas
- Composição do grupo: homogêneo, respondentes pré-selecionados
- Contexto físico: Atmosfera relaxada e informal
- Duração: 1 a 3 horas
- Gravação: de áudio e vídeo
- Moderador: habilidades observacionais, inter-pessoais e de comunicação

Grupos focais

- **Exemplos de aplicações**
 - Entender percepções, preferências e comportamento do consumidor
 - Buscar impressões sobre conceitos de novos produtos
 - Gerar novas idéias sobre produtos mais antigos
 - Elaborar conceitos e peças publicitárias
 - Sondar impressões de preço
 - Entender reações a políticas de RH

Conduzindo grupos focais

- **Preparação**
 - **Ambiente**: realizados em sala do tipo para conferências, com espelho-espião, microfones, vídeo. Pode ser em sala de estar, mais informal
 - **Recrutamento**: interceptação em shoppings, escolha aleatória por telefone ou por conveniência. Deve seguir os critérios estabelecidos de idade, ocupação, uso do produto
- **Moderador**
 - Precisa saber conduzir corretamente um grupo e ter bons conhecimentos em negócios para interagir com os patrocinadores da pesquisa

Conduzindo grupos focais

- Brindes para os participantes como agradecimento
- Grupos: mais homogêneos possíveis (demografia, sócioeconômico, estilo de vida, etc.)
- **Evitar** parentes, conhecidos, vizinhos, amigos, relacionamentos previamente existentes
- **Evitar** pessoas que participem constantemente desse tipo de pesquisa ou trabalhem com pesquisa

Conduzindo grupos focais



Moderador e entrevistados

Empresa contratante



Guia de discussão

- Esboço dos tópicos que devem ser abordados durante a reunião, servindo como lista de verificação
- **3 estágios**
 - Estabelecer um relacionamento, regras de interação no grupo e apresentação dos objetivos
 - Tentar provocar uma discussão intensa
 - Resumir as principais conclusões

Entrevista

- Não é uma simples conversa
- Tem um objetivo definido
- Conversação efetuada face a face
- Entre todas as técnicas, a entrevista é a que apresenta maior flexibilidade
- Envolve duas etapas:
 - especificação dos dados que se pretende obter;
 - escolha e formulação das perguntas.

Entrevista - Dicas

- Planejar a entrevista: delinear cuidadosamente o objetivo a ser alcançado
- Obter e manter a confiança do entrevistado, evitando ser inoportuno
- Controlar a entrevista, reconduzindo, se necessário, o entrevistado ao objetivo da pesquisa
- Obter, sempre que possível, algum conhecimento prévio acerca do entrevistado
- Convém dispor-se a ouvir mais do que falar, pois o que interessa é o que o informante tem a dizer
- Não convém ir contra às colocações do entrevistado

Entrevista - Dicas

- Marcar com antecedência o local e o horário da entrevista
- Criar condições favoráveis para a condução da entrevista
- Escolher o entrevistado de acordo com a sua familiaridade ou autoridade em relação ao assunto escolhido
- Apresentar primeiramente as perguntas que tenham menores probabilidades de provocar recusa ou produzir qualquer forma de negativismo
- Sempre que possível, conferir as respostas, mantendo-se alerta às eventuais contradições
- O entrevistador deve ser habilidoso ao registrar as respostas

Entrevistas - Perguntas

- Devem ser objetivas e não vagas
- Não devem sugerir respostas
- Devem estar diretamente relacionadas aos objetivos
- Não devem provocar resistência por parte do entrevistado
- As palavras empregadas devem apresentar significação clara e precisa
- Devem seguir uma ordenação lógica, de tal forma que os pesquisados não sejam obrigados a grandes esforços mentais

Entrevista

- Ideal quando não há fontes mais seguras
- Também usada para completar dados de outras fontes
- Possibilita registrar observações sobre: aparência, comportamento e atitudes do entrevistado
- Presença do pesquisador: pode auxiliar o entrevistado, mas igualmente inibi-lo
- Inconveniências para um entrevistador: problemas de dicção, opinião apaixonada sobre o problema de pesquisa, timidez, apresentação deficiente etc.

Entrevistas - Tipos

1. Padronizada ou estruturada:

- segue um roteiro previamente estabelecido;
- perguntas predeterminadas/fixas;
- o entrevistador conduz a entrevista evitando “desvios” do entrevistado;
- pouca flexibilidade para:
 - adaptar perguntas a determinada situação;
 - alterar a ordem dos tópicos;
 - fazer outras perguntas.
- a padronização permite a comparação entre a opinião de diferentes entrevistados.

Entrevistas - Tipos

2. Semi-estruturada:

- guiada por relação de pontos de interesse que o entrevistador vai explorando ao longo da entrevista;
- tem uma orientação básica, mas há flexibilidade;
- conduzidas com base em uma série de “lembretes”, que ressaltam alguns pontos que deveriam ser tratados na entrevista;
- a ordem dos temas pode surgir ao longo da entrevista:
 - de acordo com as respostas do entrevistado, novas perguntas surgem.

Entrevistas - Tipos

3. Não estruturada:

- grande flexibilidade para desenvolver cada situação em qualquer direção;
- o entrevistador desempenha a função de orientação e estimulação - “ouvinte”
- não há formulação de perguntas: apenas sugestão do tema geral em estudo
- o entrevistado faz um processo de reflexão sobre esse tema;
- obter do entrevistado o que ele considera os aspectos mais relevantes de determinado problema;
- pode-se explorar mais amplamente uma questão;
- em geral esse tipo de entrevista é conduzida de uma maneira mais informal.

Entrevistas - Vantagens

- Pode ser utilizada com todos os segmentos da população: analfabetos ou alfabetizados
- Maior flexibilidade:
 - o entrevistador pode repetir ou esclarecer perguntas, melhorar a compreensão.
- Maior oportunidade para avaliar atitudes e condutas do entrevistado
- Permite obtenção de informações mais precisas, podendo ser comprovadas de imediato

Entrevistas - Desvantagens

- Ocupa muito tempo e, às vezes, é difícil conseguir acesso às pessoas-chaves
- Dificuldade de expressão e comunicação de ambas as partes
- Falta de disposição do entrevistado em dar as informações necessárias
- Possibilidade de o entrevistado ser influenciado, consciente ou inconscientemente, pelo entrevistador, pelo seu aspecto físico, suas atitudes, idéias, opiniões etc.

Levantamento - Questionário

- Meio de coleta em que o próprio respondente preenche
- Considerado o meio mais rápido e barato de obtenção de informações
- Pode ser enviado pelo correio, e-mail ou entregue ao respondente
- O processo de elaboração é longo e complexo:
 - exige cuidado na seleção das questões;
 - tempo: planejamento 80% X aplicação 20%.
- Deve ser limitado em extensão e finalidade
- Se respondido na ausência do pesquisador:
 - deverá ser acompanhado de instruções minuciosas e específicas.

Questionário: Dicas

- Levar em consideração o nível de escolaridade e informação do respondente
- Incluir apenas as perguntas relacionadas ao problema proposto
- Introdução: informando os objetivos do trabalho, entidade patrocinadora etc.
- Instruções acerca do correto preenchimento das questões
- Cuidados especiais quanto à apresentação gráfica do questionário: facilitar seu preenchimento

Questionário - Perguntas

- Usar questões preferencialmente fechadas, mas com alternativas suficientemente exaustivas para abrigar a ampla gama de respostas possíveis
- Devem ser formuladas de maneira clara, concreta e precisa
- Deve-se levar em conta as implicações da pergunta com os procedimentos de tabulação e análise dos dados
- Não devem sugerir respostas
- Devem referir-se a uma única idéia de cada vez
- Deve ser iniciado com as perguntas mais simples e finalizado com as mais complexas

Questionário - Vantagens

- Economiza tempo, viagens e necessidade de pessoal
- Atinge maior número de pessoas simultaneamente
- Obtém respostas mais rápidas e mais precisas
- Há maior liberdade para o respondente, dado o anonimato
- Há menos risco de distorção, pela não influência do pesquisador
- Flexibilidade de tempo para responder o questionário no momento mais favorável
- Há maior uniformidade na avaliação, facilitando as análises

Questionário - Desvantagens

- Pequeno percentual de retorno: 20%, às vezes 5%!
- Retorno tardio
- Grande número de perguntas sem respostas
- Não pode ser aplicado a pessoas analfabetas
- Impossibilidade de ajudar o respondente em questões mal compreendidas
- Na leitura de todas as perguntas antes de respondê-las, pode uma questão influenciar a outra
- Falta de controle:
 - nem sempre quem responde o questionário é a pessoa mais indicada.

Questionário: Pré-teste

- Evidência de possíveis falhas existentes:
 - inconsistência ou complexidade das questões;
 - ambigüidade ou linguagem inacessível;
 - perguntas supérfluas ou que causem embaraço ao respondente;
 - ordem das questões;
 - extensão do questionário.
- Perguntas abertas:
 - podem ser transformadas em fechadas se não houver variabilidade de respostas.
- Permite a obtenção de uma estimativa sobre os futuros resultados

Classificação de Perguntas

A) Perguntas abertas: permitem que o respondente responda livremente, usando linguagem própria

Ex: Em sua opinião, quais fatores motivam os consumidores na compra de carros importados?

B) Perguntas fechadas: alternativas fixas, que o respondente escolhe sua resposta entre duas opções

Ex: Você é a favor da pena de morte?

Sim ()

Não ()

Classificação de Perguntas

C) Perguntas de múltipla escolha: perguntas fechadas, mas que apresentam uma série de possíveis respostas

Ex: Qual a principal ação adotada pelos supermercados visando a profissionalização da rede de compra?

- contratação de profissionais especializados
- investimento em infra-estrutura (prédio, escritório)
- investimento em tecnologia
- investimento em treinamento dos recursos humanos
- investimento em consultorias de apoio

Ordem das perguntas

- Perguntas de **filtro** para identificar respondentes qualificados
- Perguntas de **abertura**: cruciais para ganhar confiança
 - Simples, interessantes e não ameaçadoras
 - Perguntas que pedem opinião dos entrevistados
- Tipo de informação: **básica**, de **classificação** e de **identificação**
- Perguntas **difíceis**: no final da seqüência de informações básicas (indiscretas, complexas ou maçantes)

Formulário

- Situa-se entre o questionário e a entrevista
- Deve-se usar as recomendações para ambos
- O entrevistador faz a pergunta (pré-definida) e anota a resposta (pode ser com alternativas)
- Há o contato face a face entre pesquisador e pesquisado
- Utilizado em todo o segmento da população: alfabetizados e analfabetos
- Pode ser demorado: pessoa a pessoa

Entrevista X Questionário

- Entrevista (Pesq. Qualitativa):
 - Estruturada ou aberta
 - Preferível pessoalmente
 - Número menor de pessoas
- Questionário (Pesq. Quantitativa):
 - Grande número de pessoas
 - Pode ser aplicado remotamente
 - Facilita análises estatísticas

Bibliografia

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14724**: Informação e documentação: Trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002.
- CERVO, A.L.; BERVIAN, P.A. **Metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002, 242 p.
- COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de pesquisa em administração**. Trad. Luciana de Oliveira Rocha. 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2003, 640 p.
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de Pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002, 175 p.
- MARCONI, M.A.; LAKATOS, E.M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002, 282 p.
- MARTINS, J.A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1994, 116 p.

Bibliografia

- RICHARDSON, R J. et alii. **Pesquisa Social: métodos e técnicas.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999, 334 p.
- SELTZ, et alii. **Métodos de Pesquisa nas relações sociais.** São Paulo: EPU, 1989.
- VERGARA, S.C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 2000, 92p.
- KUHN, T. **A Estrutura das Revoluções Científicas.** São Paulo: Perspectiva, 1996.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada.** Trad. Nivaldo Montingelli Jr. E Alfredo Alves de Farias. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001, 719 p.
- YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001, 205 p.



Obrigada pela atenção!