

## INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS PRIMÁRIOS PARA PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO

Carlos Leopoldo Ferreida  
Loise Cristina Schwarzbach  
Vando Cesar Ribeiro Ferreira

**RESUMO:** A coleta de dados, apesar de ser uma fase da pesquisa de campo, deve ser planejada cuidadosamente, pois é o que permitirá o embasamento necessário para obter os resultados de uma pesquisa. Toda pesquisa tende a satisfazer a necessidade de se obter informações sobre algo que se deseja descobrir. Desta forma, o objetivo deste artigo é discorrer sobre os métodos mais comuns e utilizados para coleta de dados e definir, por meio de pesquisa qualitativa, qual o método mais adequado e que melhor atenderá aos objetivos propostos em TCC. A definição da metodologia é fundamental para que a pesquisa seja confiável e para que os dados coletados tenham credibilidade como contribuição acadêmica para outros autores que possam a vir utilizá-los. A coleta de dados está inserida na metodologia de uma pesquisa de campo, e pode ser realizada através de “Observação”, “Entrevista” e “Questionário”. Como o trabalho de conclusão de curso desenvolvido pelos autores acadêmicos refere-se a uma pesquisa quantitativa que pretende levantar o grau de satisfação dos clientes dos sites de compras coletivas (empresas parceiras e consumidores finais), concluiu-se que o instrumento mais eficiente para a coleta de dados desta pesquisa é o questionário, que é o que melhor coleta dados estatísticos segundo os autores presentes no referencial teórico apresentado neste artigo.

**Palavras chaves:** Pesquisa de campo, Pesquisa empírica, análise de dados, pesquisa em TCC.

### INTRODUÇÃO

Uma pesquisa, para oferecer resultados satisfatórios e confiáveis deve ser cuidadosamente planejada e embasada em contribuições anteriores, a coleta de dados que deve ser de acordo com a necessidade da pesquisa e o e a tabulação dos resultados para então submeter à análise e se chegar a uma conclusão satisfatória. O modelo descrito é, basicamente, o corpo de uma pesquisa de campo.

Apesar da coleta de dados ser uma fase intermediária da pesquisa, deve ser considerada importante e realizada de forma cuidadosa, pois é ela quem trará o embasamento necessário para os resultados da pesquisa realizada.

O instrumento de coleta de dados deve ser definido após formulação do tema, problema e objetivos, e, além disso, deve-se determinar qual a população a ser pesquisada, a elaboração do instrumento escolhido e a programação da execução do instrumento. Escolhido o instrumento de coleta de dados e após aplicá-lo, deve-se submeter o resultado da pesquisa para a forma de análise, separando por categorias ou pelas variáveis da pesquisa e então, discutidas para se chegar ao resultado proposto e sua respectiva conclusão.

Este artigo pretende explicar sobre os instrumentos de coleta de dados possíveis para realização da pesquisa a ser realizada no TCC-Trabalho de Conclusão de Curso dos autores deste artigo e acadêmicos de Administração da Universidade Estadual do Paraná. O problema pode ser definido como: “qual o

## RAEI

instrumento de coleta de dados que melhor levantará os dados necessários para se chegar aos objetivos propostos por este trabalho de conclusão de curso?”.

Este artigo justifica-se pela necessidade em definir um instrumento de coleta de dados mais adequado entre os existentes com relação aos objetivos que pretende-se atingir para que gere uma análise satisfatória a ser discutida no trabalho de conclusão de curso a ser realizado.

O objetivo central deste artigo é reunir, por intermédio de pesquisa bibliográfica, as contribuições de alguns autores referentes aos instrumentos de coleta de dados existentes, que são a entrevista, a observação e o questionário, e, tendo o conhecimento da proposição de cada instrumento de coleta de dados, definir qual o mais adequado para a pesquisa que será realizada no trabalho de conclusão de curso.

O trabalho de conclusão de curso proposto pelos acadêmicos tem como objetivo identificar os fatores que levam consumidores a comprar em sites de compras coletivas bem como identificar o seu nível de satisfação quanto a decisão de compra e utilização do bem ou serviço adquirido. Também serão avaliados os fatores que levam empresários a buscar sites de compras coletivas como canal de venda de produtos ou serviços e ferramenta de marketing, além de identificar seu nível de satisfação. Logo, entende-se que este artigo acontecerá de forma descritiva, pois pretende-se levantar informações sobre os instrumentos de coletas de dados para então decidir qual o mais adequado para a pesquisa do trabalho de conclusão de curso supracitado.

O referido trabalho de conclusão de curso também concederá informações que descrevem o perfil e o comportamento de compra dos consumidores e empresários que buscam sites de compras coletivas.

Esta pesquisa será analisada de forma qualitativa, pois não pretende-se avaliar de forma estatística como é na pesquisa quantitativa, mas sim, a percepção dos autores deste artigo, a partir dos conhecimentos obtidos pelas publicações de outros autores, em definir qual o instrumento de coleta de dados que melhor atenderá as necessidades da pesquisa do trabalho de conclusão de curso. Ou seja, na pesquisa qualitativa os autores desenvolvem ideias a partir do que percebem nos dados.

## REFERENCIAL TEÓRICO

### Objeto de Estudo

O trabalho de conclusão de curso a ser desenvolvido tem como objetivo identificar o nível de satisfação dos consumidores que compram produtos através do site de compra coletiva, bem como a satisfação dos empresários que anunciam seus produtos ou serviços nesse site. Contudo, em face da vasta lacuna existente referente ao estudo do assunto, a parceria firmada com o controlador do site de compra coletiva que atua na cidade de Paranaguá e a motivação dos pesquisadores pelo objeto de pesquisa, foram estabelecidos os seguintes objetivos complementares: caracterizar as estratégias de marketing do empresário que anunciam seus produtos no site de compra coletiva, determinar o comportamento de compra do consumidor e do empresário.

A partir dos objetivos foi construído o referencial teórico para dar embasamento ao objeto de pesquisa. Os assuntos abordados no referencial compreendem as definições de marketing e as maneiras de criar estratégias para ganho de mercado, compras coletivas, e-commerce, marketing digital e satisfação do consumidor. Todos esses temas contribuem para dar sustentação a qualquer programa de marketing que visa promover ou comunicar um produto a um determinado público, objetivo que inicialmente as empresas almejam ao contratar os serviços de um site de compra coletiva. Segundo Felipini (2011), Há três maneiras de definir o sistema de compras coletivas pela *internet*: para o usuário da *internet*, para o empresário que anuncia e para o dono do *site* de compra coletiva. Para o usuário, o sistema de compra coletiva é um novo modelo de comércio eletrônico que oferta grande desconto em produtos ou serviços. Para o empresário, é uma ferramenta de *marketing* que pode atrair grande número de compradores para seu comércio. Já para os donos do *site*, o modelo significa um novo segmento do mercado a ser explorado.

### Instrumento de Coleta de Dados primários

A pesquisa é realizada para satisfação da necessidade de se obter informações sobre algo que se deseja descobrir. “Toda a pesquisa implica o levantamento de dados de variadas fontes quaisquer que sejam os métodos ou técnicas empregadas” (MARCONI e LAKATOS, 2011, p. 43).

## RAEI

Para o início de uma pesquisa faz-se necessário determinar qual (is) o(s) método(s) a ser usado como órgão(os) para coleta de dados, a saber da existência dos métodos de questionário, entrevista e observação que, a seguir, serão explanados.

### Observação

A observação ajuda o pesquisador a identificar e a obter provas a respeito de objetivos sobre os quais os indivíduos não têm consciência, mas que orientam seu comportamento. Desempenha papel importante nos processos observacionais, no contexto da descoberta, e obriga o investigador a um contato mais direto com a realidade. É o ponto de partida da investigação social (MARCONI e LAKATOS, 2011, p. 76).

De acordo com Marconi e Lakatos (2011), a observação apresenta vantagens e limitações que suscitam aplicar mais de uma técnica ao mesmo tempo, para os autores as vantagens e desvantagens são respectivamente:

#### *Vantagens:*

- Possibilita meios diretos e satisfatórios para estudar uma ampla variedade de fenômenos;
- Exige menos do observador do que as outras técnicas;
- Permite a coleta de dados sobre um conjunto de atitudes comportamentais típicas;
- Depende menos da introspecção ou da reflexão;
- Permite a evidência de dados não constantes do roteiro de entrevistas ou de questionários.

#### *Desvantagens:*

- O observador tende a criar impressões favoráveis ou desfavoráveis no observador;
- A ocorrência espontânea não pode ser prevista, o que impede, muitas vezes, o observador de presenciar o fato;
- Fatores imprevistos podem interferir na tarefa do pesquisador;
- A duração dos acontecimentos é variável: pode ser rápida ou demorada e os fatos podem ocorrer simultaneamente; nos dois casos, torna-se difícil a coleta de dados;
- Vários aspectos da vida cotidiana, particular, podem não ser acessíveis ao pesquisador.

Quanto aos tipos de observação em consonância com a ideia de Marconi e Lakatos (2011), são oito, que seguem:

#### 1 - Observação assimétrica

Técnica da observação não estruturada ou assimétrica, também denominada espontânea, informal, ordinária, livre, ocasional e acidental, consiste em recolher e registrar os fatos da realidade sem que o pesquisador utilize meios técnicos especiais ou precise fazer perguntas diretas. É mais empregada em estudos exploratórios e não tem planejamento e controle previamente elaborados.

#### 2 - Observação sistemática

A observação sistemática também recebem várias designações: estruturada, planejada, controlada. Utilizada instrumentos para coleta de dados ou fenômenos observados.

Realiza-se em condições controladas, para responder a propósitos preestabelecidos. Todavia, as normas não devem ser padronizadas nem rígidas demais, pois tanto as situações quanto os objetos e os objetivos da investigação podem ser muito diferentes. Deve ser planejada com cuidado e sistematizada.

#### 3 - Observação não participante

Na observação não participante, o pesquisador toma contato com a comunidade, grupo ou realidade estudada, mas sem integrar-se a ela: permanece de fora.

## **RAEI**

Presencia o fato, mas não participa dele; não se deixa envolver pelas situações; faz mais o papel de espectador. Isso, porém, não quer dizer que a observação não seja consciente, dirigida, ordenada para um fim determinado. O procedimento tem caráter sistemático.

### **4 - Observação participante**

Consiste na participação real do pesquisador com a comunidade grupo. Ele se incorpora ao grupo, confunde-se com ele. Fica tão próximo quanto um membro do grupo que está estudando e participa das atividades normais deste.

### **5 - Observação individual**

Como o próprio nome indica, é a técnica de observação realizada por um pesquisador. Nesse caso, a personalidade dele se projeta ao observado, fazendo algumas inferências ou distorções, pela limitada possibilidade de controles. Por outro lado, pode intensificar a objetividade de suas informações, indicando, ao anotar dados, quais são os eventos reais e quais são as interpretações. É uma tarefa difícil, mas não impossível. Em alguns aspectos, a observação só pode ser feita individualmente.

### **6 - Observação em equipe**

A observação em equipe é mais aconselhável do que a individual, pois o grupo pode observar a ocorrência por vários ângulos.

Quando uma equipe está vigilante, registrando o problema na mesma área, surge a oportunidade de confrontar seus dados posteriormente, para verificar as predisposições.

### **7 - Observação na vida real**

Normalmente, as observações são feitas no ambiente real, registrando-se os dados à medida que forem ocorrendo, espontaneamente, sem a devida preparação.

A melhor ocasião para o registro é o local onde o evento ocorre. Isto reduz as tendências seletivas e a deturpação na reevocação.

### **8 - Observação em laboratório**

A observação em laboratório é aquela que tenta descobrir a ação e a conduta que tiveram lugar em condições cuidadosamente dispostas e controladas. Entretanto, muitos aspectos importantes da vida humana não podem ser observados sob condições idealizadas no laboratório.

A observação em laboratório tem, até certo ponto, um caráter artificial, mais é importante estabelecer condições o mais próximo do natural, que não sofram influências indevidas pela presença do observador ou por seus aparelhos de medição e registro.

O uso de instrumentos adequados possibilita a realização de observações mais refinadas do que aquelas proporcionadas pelos sentidos.

## **Entrevista**

Outro procedimento usado no processo de coleta de dados para obter informações é o da entrevista.

A entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de um determinado assunto, mediante conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social (MARCONI e LAKATOS, 2011, p. 80).

A entrevista tornou-se, nos últimos anos, um instrumento do qual se servem constantemente os pesquisadores em ciências sociais e psicológicas. Eles recorrem a entrevista sempre que têm a necessidade de obter dados que não podem ser encontrados em registro e fontes documentais e que podem ser fornecidos por certas pessoas (CERVO, BERVIAN e SILVA, 2007).

Na perspectiva de Markoni e Lakatos (2011), a seguir as vantagens e limitações da entrevista:

*Vantagens:*

- Pode ser usada com todos segmentos da população: analfabetos ou alfabetizados;
- Fornece uma amostragem muito melhor da população geral: o entrevistado não precisa saber ler ou escrever;
- Há maior flexibilidade, podendo o entrevistador repetir ou esclarecer perguntas, formular de maneira diferente; especificar algum significado, como garantia de estar sendo compreendido;
- Oferece maior oportunidade para avaliar atitudes, condutas, podendo o entrevistado ser observado naquilo que diz e como diz: registro de ações, gestos etc.;
- Dá oportunidade para obtenção de dados que não se encontram em fontes documentais e que sejam relevantes e significativos;
- Há possibilidade de conseguir informações mais precisas, podendo ser comprovadas, de imediato, as discordâncias;
- Permite que os dados sejam quantificados e submetidos a tratamento estatístico.

*Limitações:*

- Dificuldade de expressão e comunicação de ambas as partes;
- Incompreensão, por parte do informante, do significado das perguntas da pesquisa, que pode levar a uma falsa interpretação;
- Possibilidade de o entrevistador ser influenciado, consciente ou inconscientemente, pelo questionador, pelo seu aspecto físico, suas atitudes, idéias, opiniões etc.;
- Disposição do entrevistado em dar informações necessárias;
- Retenção de alguns dados importantes, receando que sua identidade seja revelada;
- Pequeno grau de controle sobre uma situação de coleta de dados;
- Ocupa muito tempo e é difícil de ser realizada.

## **Questionário**

De acordo com Cervo *et al.* (2011) o questionário é uma das formas mais usadas na obtenção de informações para uma determinada pesquisa, e deve estar de acordo com os objetivos do trabalho no qual se insere.

O questionário é um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador. Em geral, o pesquisador envia o questionário ao informante, pelo correio ou por um portador; depois de preenchido, o pesquisado devolve-o do mesmo modo (MARCONI e LAKATOS, 2011).

Ao aplicar a forma de questionário como instrumento de coleta de dados é válido destacar as vantagens e desvantagem da escolha, que serão explanadas a seguir conforme a opinião de Marconi e Lakatos (2011):

*Vantagens:*

- Economiza tempo, viagens e obtém grande número de dados;
- Atinge maior número de pessoas simultaneamente;
- Abrange uma área geográfica mais ampla;
- Economiza pessoal, tanto em adestramento quanto em trabalho de campo;
- Obtém respostas mais rápidas e mais precisas;
- Há maior liberdade nas respostas, em razão ao anonimato;
- Há mais segurança, pelo fato de as respostas não serem identificados;
- Há menos riscos de distorção, pela não influência do pesquisador;
- Há mais tempo para responder e em hora mais favorável;
- Há mais uniformidade na avaliação, em virtude da natureza impessoal do instrumento;
- Obtém respostas que materialmente seriam inacessíveis.

*Desvantagens:*

- Porcentagem pequena dos questionários que voltam;
- Grande número de perguntas sem respostas;
- Não pode ser aplicado a pessoas analfabetas;
- Impossibilidade de ajudar o informante em questões mal compreendidas;
- A dificuldade de compreensão, por parte dos informantes, leva a uma uniformidade aparente;
- Na leitura de todas as perguntas, antes de respondê-las, pode uma questão influenciar a outra;
- A devolução tardia prejudica o calendário ou sua utilização;
- O desconhecimento das circunstâncias em que foram preenchidos torna difícil o controle e a verificação;
- Nem sempre é o escolhido quem responde ao questionário, invalidando, portanto, às questões;
- Exige um universo mais homogêneo.

**1. Análise dos dados**

Como o trabalho de conclusão de curso proposto pelos acadêmicos retrata uma pesquisa quantitativa, logo, conforme citado ao longo deste artigo, o mais eficiente instrumento de coleta de dados, para as necessidades a serem atendidas é o questionário, pois o objetivo da pesquisa é levantar dados estatísticos com relação ao desempenho dos sites de compras coletivas. Para Roesch (1999) esta ferramenta de coleta de dados deve ser usada em pesquisas quantitativas, que visam mensurar informações fornecidas em grande escala. Para isso, é necessário que os pesquisadores tenham um envolvimento intelectual com base no problema da pesquisa e no plano da pesquisa.

Então, o instrumento de coleta de dados para realização da pesquisa junto a população amostral será para esta pesquisa o questionário. Segundo Cervo *et. al.* (2007) além de ser a forma mais utilizada para coletar dados, permite que seja realizado com maior grau de exatidão, e que é formulado a partir de questões elaboradas pelos investigadores e relacionadas em ordem lógicas com um problema central com intuito de responder os objetivos da pesquisa.

Como a pesquisa de campo do trabalho de conclusão de curso abordará duas populações amostrais, também foram elaborados dois questionários, cada qual com as informações necessárias para atender os objetivos propostos. Os questionários foram elaborados no *Google Docs*, que é uma ferramenta disponibilizada pela *Google* para elaboração de formulários, documentos, planilhas, entre outros, e escolhido por ser um recurso conhecido e já utilizado pelos acadêmicos em outras pesquisas. As perguntas foram estruturadas de forma aberta e fechada de acordo com a necessidade da informação a ser coletada. Depois de elaborados os questionários, o site gera um *link* onde será possível a divulgação, e a tabulação dos dados é feita automaticamente.

**CONCLUSÃO**

Toda e qualquer pesquisa a serem desenvolvidas precisam de um instrumento de coleta de dados que possa proporcionar ao pesquisador uma maneira eficiente de colher as informações necessárias para realiza-la. Nesse sentido a escolha da metodologia é fundamental para oferecer credibilidade e confiabilidade aos resultados gerados, que poderão servir como referência para outros estudos que possam usar os dados como embasamento para próximas pesquisas. Por isso o planejamento cuidadoso do instrumento de coleta dados é fundamental para que a pesquisa possa atingir os resultados esperados e que possam contribuir de alguma maneira para os estudos de um determinado campo do conhecimento.

**REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO**

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; DA SILVA, Roberto. **Metodologia Científica**. 6 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

**RAEI**

FELIPINI, Dailton. **Compra Coletiva: um guia para o comprador, o comerciante e o empreendedor.** Rio de Janeiro: Brasport, 2011.

MARCONI, M. de Andrade; LAKATOS, E. Maria. **Técnicas de Pesquisa** . 7 ed. São Paulo: Atlas S.A, 2011.

MARCONI, M. de Andrade; LAKATOS, E. Maria. **Metodologia do Trabalho Científico.** 6 ed. São Paulo: Atlas S.A, 2001.

ROESCH, Sylvia M. A.; **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão de curso, dissertações e estudos de caso.** Colaboração: Grace V. Becker, Maria I. de Mello. 2º Ed. São Paulo: Atlas,1999.