

# **Elaboração de Artigos Científicos**

**Prof. Dr. Fabiano Larentis**

**Novembro 2015**

## O que é pesquisa?

- Pesquisar é simplesmente reunir informações necessárias para encontrar a **resposta** para uma **pergunta** e assim chegar à **solução** de um **problema**.

***Pesquisa é um processo de perguntas e investigação, é sistemática e metódica e aumenta o conhecimento.***

# Ciência

- **Conjunto organizado de conhecimentos** relativos a um determinado objeto, especialmente os obtidos mediante a observação, a experiência dos fatos e um método próprio, capaz de ser submetido à verificação.
- Em seu sentido amplo e clássico, a ciência é um saber metódico e rigoroso, vale dizer, **um conjunto de conhecimentos metodicamente adquiridos**, mais ou menos sistematicamente organizados, e suscetíveis de serem transmitidos por um processo pedagógico de ensino.
- A Ciência, assim como a arte, a ideologia e o jornalismo, é um processo de produção da informação. Diferencia-se, no entanto, pela explicação (relação com a teoria), método e pela prova/validade.
- **Triângulo da Pesquisa:** Teoria, Campo e Método

# **Ciência**

**“A ciência está atrás do que o universo realmente é, não do que nos faz sentir bem.”**  
(Carl Sagan)

**“A primeira condição para modificar a realidade consiste em conhecê-la.”**  
(Eduardo Galeano)

Quando a gente acha que tem todas as respostas, vem a vida e muda todas as perguntas.



# Artigo Acadêmico

**Quais são as partes de um artigo acadêmico?**

**Como desenvolver um artigo acadêmico?**

# Artigo acadêmico – aspectos gerais

**RESUMO** – apresentar uma síntese do trabalho com um todo, incluindo objetivo geral, temas abordados no referencial teórico, aspectos metodológicos, os principais resultados e um fechamento (10 a 15 linhas)

**1 INTRODUÇÃO** – delimitar o tema e definir o problema de pesquisa, apresentar os objetivos do estudo, descrever a estrutura do artigo (seções);

**2 REFERENCIAL TEÓRICO** - comentar os principais assuntos/temas para compreensão do problema de pesquisa em questão;

**3 MÉTODO DA PESQUISA** – apresentar delineamento (design/tipos de pesquisa), participantes do estudo/população e amostra, processo da coleta de dados e da análise de dados;

**4 ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS** – com base nos objetivos específicos, descrever e analisar os resultados, de preferência efetuando relações com a teoria apresentada.

**5 CONSIDERAÇÕES FINAIS** – retomar tema/problema e objetivo, apresentar resumo dos resultados, descrever o que se aprendeu de forma geral com o trabalho e implicações às empresas, apresentar sugestões para futuras pesquisas e limitações do estudo.

**REFERÊNCIAS** – indicar todas as obras consultadas

# Título

- Relação direta com o objetivo geral do trabalho;
  - O ideal é que o título tenha no máximo três linhas;
  - Colocar iniciais do título em maiúsculas.
- **Exemplos:**
    - **Decisões de Investimento em Ativos de Longo Prazo nas Empresas Brasileiras: que tipo de aderência existe ao modelo teórico?**
    - **Planejamento Tributário e Simulação: Estudo e Análise dos Casos Rexnord e Josapar**
    - **Relação entre estratégias de preços e de custeio**
    - **Práticas de gestão de custos logísticos internos: estudo de caso em empresa moveleira do sul do Brasil**
    - **Os impactos dos investimentos no desempenho das empresas brasileiras**
    - **Utilidade do EVA® na Predição de Lucros Futuros das Empresas Brasileiras de Capital Aberto com Aplicação de Dados em Painel**
    - **Estimando risco e retorno em operações de empréstimo: estudo de caso em uma cooperativa de crédito**

# Resumo

- ▶ É a “porta de entrada” de um artigo – a escolha de continuar lendo um artigo dependerá de seu resumo
- ▶ Apresenta-se, de forma sintética, os principais aspectos do artigo
  - ▶ Um resumo possui uma introdução (com o objetivo), apresenta os temas abordados no referencial teórico e o método de trabalho e descreve os principais resultados, encerrando com considerações finais
- ▶ Não confundir resumo com introdução
- ▶ No mínimo 10 linhas e no máximo 15 linhas
- ▶ O resumo é a última parte a fazer do artigo

# Introdução

- ▶ **Consta inicialmente a delimitação do tema e a definição do problema – contextualizar o leitor antes de apresentar o objetivo do estudo. Esta contextualização também pode ser em relação à empresa em estudo, caso necessário.**
- ▶ **Apresentam-se os objetivos gerais e, optativamente, os objetivos específicos. Também pode-se apresentar a justificativa do estudo**
- ▶ **Ao final, descrição da estrutura do artigo (como estão dispostas as sessões do artigo, o que é desenvolvido em cada sessão);**

# Delimitação do Tema e Definição do Problema (Contextualização e Problemática)

**No contexto científico, problema é qualquer questão não solvida e que é objeto de discussão, em qualquer domínio de conhecimento (GIL, 2002)**

- Formulação do problema a ser investigado, lacunas de estudo dentro de um determinado tema;
- O “problema” é uma questão não respondida que é objeto de discussão – situação que instiga determinadas perguntas
- “É uma situação não resolvida, podendo ser a identificação de oportunidades até então não percebidas pela organização”;
- Deve envolver variáveis que podem ser observadas ou mensuradas;
- Não confundir PROBLEMAS com sintomas.
- Não confundir problemas práticos (relacionados à ação) e problemas de pesquisa (relacionados à informação)

# Delimitação do Tema e Definição do Problema

## O que descrever/elaborar?

- Comentar sobre a importância do(s) tema(s) ou o que levou o pesquisador a direcionar suas atenções ao que quer investigar;
- Caracterizar a organização, historiando sua evolução e apresentando dados sobre sua situação atual; Caracterizar o ambiente da organização (mercado);
- Historiar os antecedentes e as possíveis causas do problema;
- Apresentar evidências sobre os efeitos do problema em aspectos da organização;
- Identificar para quem a situação representa um problema (direção da organização, um ou mais departamentos ou seções);
- Estabelecer o foco do projeto e seus limites - sob que ângulo ou que perspectiva se deseja tratar o problema.

**Quem define um problema já o resolveu pela metade (Julian Huxley)**

# Definição do Problema – Questão de Pesquisa

**Requisitos:** no texto introdutório pode ser apresentada uma questão de pesquisa, antes do objetivo. Deve ser clara e precisa, deve ser empírica, deve ser delimitado a uma dimensão viável.

## **Exemplos:**

*Sendo assim, a questão que norteia esta pesquisa é a seguinte:*

- **Qual a situação do sistema de distribuição de lucros em empresa do setor manufatureiro?**
- **Quais as variáveis que exercem influência sobre a retenção de profissionais no setor público?**
- **Como estão os principais custos envolvidos nos processos logísticos?**
- **Qual é o impacto dos custos das práticas indicadas de governança corporativa, compliance e disclosure, no ativo de pequenas cooperativas de crédito e a percepção, por parte dos associados, desses custos?**

# Objetivos

**Os objetivos são o que se espera realizar e alcançar; irão fixar padrões de sucesso pelos quais o trabalho será avaliado**

## **Objetivo Geral:**

Define o propósito do trabalho de forma ampla. Deriva-se da questão problema.

- **Avaliar o sistema de distribuição de lucros em empresa do setor manufactureiro**
- **Verificar os impactos dos investimentos no desempenho das empresas brasileiras**
- **Analisar as estimativas de risco e retorno em operações de empréstimo em uma cooperativa de crédito**
- **Analisar os processos e práticas da gestão de custos logísticos de uma empresa moveleira**

# Objetivos

## Objetivos específicos

- Os objetivos específicos operacionalizam/especificam o objetivo geral (definem itens específicos que deverão ser abordados para que o objetivo geral possa ser atingido. Estão associados a etapas (atividades) a cumprir no decorrer do trabalho.

***Objetivo geral:* Analisar os processos e práticas da gestão de custos logísticos de uma empresa moveleira**

## Objetivos específicos

- **Mapear os processos logísticos da empresa;**
- **Analisar os principais custos envolvidos nos processos logísticos;**
- **Relacionar as principais práticas de GEC.**

# Objetivos

## Como formular os objetivos:

- Criar sentenças claras e curtas para cada um dos objetivos;
- Iniciar com verbos no infinitivo (determinar, avaliar, elaborar, estudar);
- Formular **objetivos-meios**: não confundir os objetivos do projeto com os resultados esperados (ex número de pessoas atendidas);
- Formular objetivos realistas: considerar os recursos à disposição para realizar o projeto; não cabe desculpar-se ao final do trabalho.
- Os objetivos devem tratar sobre o que se deseja realizar, não sobre *como* se deseja realizar (isso irá constar no método)
- Não devem especificar, em objetivos específicos, o tipo de dado que vai ser levantado, ou a amostra que vai ser utilizada (estes itens fazem parte da metodologia do trabalho).

# Justificativas

Justificar é apresentar as razões para a própria existência do projeto, descreve a importância, a oportunidade e a viabilidade do trabalho. A contribuição que a pesquisa em si tem, e para quem.

## ***Importância e oportunidade do projeto (não do tema):***

- Quais são os resultados visados?
- Ele é importante para quem? Para a empresa? Para a comunidade? Para a universidade? Por que a pesquisa é interessante e útil?

## **•Oportunidade - justificar o trabalho pelas demandas do ambiente (interno e externo)**

Ex: globalização, competitividade, exigências dos consumidores; benefícios para os funcionários e gestores, exigências legais, necessidade do estudo, etc..

## **•Viabilidade - Para verificar a viabilidade, considerar a complexidade (tempo demandado, conhecimentos do aluno), o custo do projeto e o acesso às informações**

IMPORTANTE: Evitar justificativas de ordem pessoal ou juízo de valor.

# Referencial Teórico/Fundamentação Teórica

A fundamentação teórica engloba tudo o que for relevante e necessário para esclarecer e justificar o problema em estudo; serve para orientar o método de trabalho e os procedimentos de coleta e análise dos dados.

Podem constituir-se em Fundamentação Teórica:

- A literatura especializada no assunto em questão
- Resultados de outras pesquisas relacionadas ao tema, anteriormente realizadas
- Depoimentos de autoridades e/ou experts no assunto

*Ex: Objetivo geral:*

Analisar os processos e práticas da gestão de custos logísticos de uma empresa moveleira

Identificar variáveis que exercem influência sobre a retenção de profissionais no setor público

**A revisão da literatura deverá incluir?**

## Fundamentação Teórica

*Aquele que não reconhece o impacto da teoria em encontrar significado nas situações segue procedimentos mas não consegue compreender os mais profundos “porquês” e aplicá-los em outras situações. Sem entendimento da teoria, torna-se meramente usuário de um “livro de receitas” – um guia passo a passo que qualquer pessoa com razoável inteligência pode aplicar (ENGLEHART, 2001).*

Teoria sem prática é cega; prática sem teoria é vazia  
(KANT)

Prática sem teoria – velejar sem conhecer navegação

Teoria sem prática – definir rota sem o barco

(confiança que a rota é certa,  
independente da situação/contexto)

# Fundamentação Teórica

## Pontos chave

- Buscar a definição clara dos conceitos-chave do projeto
- Não se deter a somente um ou dois autores: comparar visões diferentes
- Manter uma seqüência lógica na apresentação dos conteúdos (geralmente do geral para o específico: contextualização, importância, definições, características/peculiaridades, processos/etapas, análises)
- Criar subtítulos para diferenciar os assuntos tratados;
- Elaborar **frases ou apresentar expressões de ligação** entre os assuntos e seções
- Não deixar de abordar os aspectos-chave sobre o tema do trabalho
- Não incluir textos que não estejam relacionados ao tema
- Utilizar as normas da ABNT
- É FUNDAMENTAL, IMPRESCINDÍVEL, citar cada autor consultado

***OBS: A revisão não é uma mera cópia de textos. Eles devem ser selecionados e apreciados pelo aluno, que deve relacioná-los à temática em questão***

## Roteiro para Elaboração da Fundamentação Teórica

- **Introdução** (delimitar o assunto/tema e indicar o que será tratado; situar genericamente a produção bibliográfica relativa ao tema; indicar o contexto em que cada estudo foi produzido).
- **Desenvolvimento** (resumir/reescrever sinteticamente as informações oferecidas pelos autores em relação ao tema; destacar linhas centrais do pensamento dos autores)
- **Crítica** (dialogar com os autores, destacando avanços, equívocos, pontos importantes para o trabalho/estudo; indicações de caminhos a serem seguidos)

## **Na escolha dos textos a serem utilizados, questionar:**

- O texto é relevante para o assunto que estou interessado?
- O texto é escrito por autor conhecido, cujo trabalho é confiável?
- A fonte é confiável (periódico, congresso, Internet)?
- O texto está atualizado?

## **Ordem lógica no desenvolvimento do texto (fluidez);**

- Deixar clara complementaridade de texto, ratificação de ideias, comparações, contestação/crítica/contraponto – texto não pode estar “truncado” (dificuldade em continuar a leitura);
- Ex: em relação a isso, relativo a isso, associado a isso, além disso, ademais, paralelamente, comparado a, por sua vez, por outro lado, todavia, entretanto, no entanto, embora, no que diz respeito, no que se refere

**Alguns exemplos de periódicos e bases de dados para pesquisa:**

## **Geral**

Google Acadêmico – [scholar.google.com.br](http://scholar.google.com.br)

SPELL - Scientific Periodicals Electronic Library - <http://www.spell.org.br/>

Webqualis -

<https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculoPublicacaoQualis/listaConsultaGeralPeriodicos.jsf?conversationPropagation=begin>

SciELO - <http://www.scielo.org/php/index.php>

## **Periódicos**

Revista Contabilidade & Finanças - <http://www.eac.fea.usp.br/eac/revista/>

Contabilidade Vista & Revista –

<http://revistas.face.ufmg.br/index.php/contabilidadevistaerevista>

RC&C. Revista de Contabilidade e Controladoria -

<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/rcc>

Revista Brasileira de Finanças-

<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rbfin/index>

Revista Contemporânea de Contabilidade

<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/contabilidade>

Revista de Contabilidade e Organizações - <http://www.rco.usp.br/index.php/rco>

## Sugestões de periódicos e bases de dados para pesquisa:

Faces: Rev. Adm. - <http://www.fumec.br/revistas/facesp>

RAE, RAE Eletrônica, GV Executivo ([www.rae.com.br](http://www.rae.com.br))

RAC [http://www.anpad.org.br/periodicos/content/frame\\_base.php?revista=1](http://www.anpad.org.br/periodicos/content/frame_base.php?revista=1)

RAUSP - <http://www.rausp.usp.br/>

RAM - [http://mackenzie.br/revista\\_admi.html](http://mackenzie.br/revista_admi.html)

REAd - <http://seer.ufrgs.br/read>

BASE - <http://revistas.unisinos.br/index.php/base>

RBGN - [www.fecap.br/rbgn](http://www.fecap.br/rbgn)

REGE USP - <http://www.regeusp.com.br/>

RCA - <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/adm>

Gestão e Planejamento - <http://www.revistas.unifacs.br/index.php/rgb/index>

Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade -

<http://www.revistas.uneb.br/index.php/financ>

Revista de Finanças Aplicadas -

<http://www.financasaplicadas.net/ojs/index.php/financasaplicadas>

## Encontros/Congressos

- Anais do ENANPAD (Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração) (<http://www.anpad.org.br> )
- Anais do ANPCONT – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Contabilidade - <http://www.anpcont.com.br/site/>
- Anais do Congresso Brasileiro de Custos - <http://www.abcustos.org.br/>
- Sociedade Brasileira de Finanças - <http://www.sbfin.org.br/>

## Teses e dissertações:

UFRGS - <http://www.lume.ufrgs.br/>

Unisinos – teses, dissertações, tccs

[http://www.unisinos.br/biblioteca/index.php?option=com\\_content&task=view&id=138&Itemid=185&menu\\_ativo=active\\_menu\\_sub&marcador=185](http://www.unisinos.br/biblioteca/index.php?option=com_content&task=view&id=138&Itemid=185&menu_ativo=active_menu_sub&marcador=185)

PUCRS -

<http://www3.pucrs.br/portal/page/portal/biblioteca/Capa/BCEPesquisa/BCETesesDiss>

UFSM - <http://cascavel.cpd.ufsm.br/tede/>

**Biblioteca UCS:** <http://www.ucs.br/site/biblioteca/>

Biblioteca Virtual, Periódicos Online, Teses e Dissertações, Outras Fontes de Pesquisa

## COMO ELABORAR BONS ARGUMENTOS

- **Imaginar-se num diálogo com os leitores: autor fazendo afirmações, leitores formulando boas perguntas, autor respondendo a elas da melhor forma possível;**
- **Argumentação envolve**
  - Uma **afirmação** (aquilo que se quer que os leitores acreditem);
  - **Evidências** ou **justificativas** que a sustentem (razões pelas quais eles devem acreditar na afirmação);
  - **Fundamentos:** princípio geral/suposição/premissa que **explica** porque a evidência é **importante** para a afirmação;
  - **Ressalvas**, que tornam afirmações e evidências mais **precisas** (estipulam condições para sustentação das afirmações, lidam com objeções).

# Normas ABNT – pontos importantes de consulta

## •Apresentação Gráfica:

### •Escrita:

- Fontes e negritos;
- Tamanhos das fontes – títulos e textos, notas de rodapé, fontes de ilustrações e tabelas, títulos de ilustrações e tabelas, legendas, citações longas;

### •Margens:

- Tamanho das margens (esquerda, superior, direita, inferior) e dos recuos (parágrafos e citações longas);
- Posição dos títulos;

### •Espaços:

- Entre linhas e parágrafos;
- Entre títulos e texto;
- Para citações longas;

### •Paginação:

- Páginas contadas e não numeradas; páginas contadas e numeradas;

# Normas ABNT – pontos importantes de consulta

• **Elementos pré-textuais (da capa até o sumário), textuais (da introdução até as conclusões) e pós-textuais (das referências bibliográficas em diante):**

- Itens obrigatórios e opcionais;
- Itens numerados (textuais) e não numerados;
- Numerações de títulos (elementos textuais-seções primárias, secundárias, terciárias, quaternárias e quinárias);
- Notas de rodapés (elementos textuais);
- Citações (elementos textuais);
  - Diretas (até 3 linhas e mais de 3 linhas) e indiretas;
  - Citação de citação
  - Tipo de citação (sistema autor-data), autores e ano;
- Apresentação de ilustrações (figuras, quadros, gráficos), tabelas, equações e fórmulas;
- Diferença entre apêndice e anexo;
- Citações referenciadas (sistema autor-data);
  - Tipo de publicação (livro, periódico, outro documento, internet) e de pessoa (física ou jurídica);
  - Palavras em negrito

# Normas ABNT – pontos importantes de consulta

## Exemplos de referências em texto:

- Conforme Gomes (1999, p. 35), “... “  
(GOMES, 1999, p. 35)
- Conforme Gomes (1999), .... **ERRADO** Conforme GOMES(1999)
- De acordo com Lopes e Matias (2004), ...  
(LOPES; MATIAS, 2004)
- Com base em Kotler e Keller (2005) e Nickels e Wood (1999), ...  
(KOTLER; KELLER, 2005; NICKELS; WOOD, 1999)

**Sites:** no texto indicar apenas o nome do site ou do autor do site e ano de consulta, caso não haja ano da publicação/texto/artigo

Ex: Conforme UCS (2015),...

Elaboração de referências: [www.more.ufsc.br](http://www.more.ufsc.br)

# Estrutura Referencial Teórico (para Projeto de Artigo)

Assunto (seção)	Detalhamento do assunto	Principais Autores
2.1 ASSUNTO 1	Aspectos que serão tratados	Autor 1 (ano); Autor X (ano)
<b>2.1.1 Assunto 1.1</b>	Aspectos que serão tratados	Autor 1 (ano); Autor X (ano)
<b>2.1.x Assunto 1.x</b>	Aspectos que serão tratados	Autor 1 (ano); Autor X (ano)
2.2 ASSUNTO 2	Aspectos que serão tratados	Autor 1 (ano); Autor X (ano)
<b>2.2.1 Assunto 2.1</b>	Aspectos que serão tratados	Autor 1 (ano); Autor X (ano)
<b>2.2.x Assunto 2.x</b>	Aspectos que serão tratados	Autor 1 (ano); Autor X (ano)

# Normas ABNT – pontos importantes

**Tipos de artigos** – teórico-empírico ou ensaio teórico (avaliar com o orientador)

**Estrutura para um Artigo Acadêmico:**

**RESUMO**

**1 INTRODUÇÃO**

**2 REFERENCIAL TEÓRICO**

**2.1 EXEMPLO TÓPICO**

**2.1.1 Exemplo de tópico**

**2.1.1.1 Exemplo de tópico**

**3 MÉTODO DE PESQUISA**

**4 ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS**

**5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

**REFERÊNCIAS**

**APÊNDICES**

**ANEXOS**

**Obs:** Ensaio teórico não costumam apresentar os títulos referencial teórico, método e análise dos resultados. Trata-se de uma defesa de argumento e posicionamento com base na teoria.

Delineamento			Participantes ou População e Amostra	Processo de Coleta (descrever como ocorreu a coleta, não apenas a técnica de coleta)	Processo de Análise (descrever técnica e processo)
Natureza	Nível	Estratégia			
Qualitativa	Exploratório	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Estudo de Caso</li> <li>•Estudo qualitativo genérico</li> <li>•Etnografia</li> <li>•Pesquisa-Ação</li> <li>•Pesquisa Documental</li> </ul>	Participantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Entrevista em profundidade (semi-estruturada ou não estruturada)</li> <li>-Entrevistas em grupo (focus group)</li> <li>-Questionário com questões abertas               <ul style="list-style-type: none"> <li>-Dados secundários</li> <li>-Observação (direta ou participante)</li> <li>-Documentos, textos</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Conteúdo</li> <li>•Discurso</li> </ul>
Quantitativa	Descritivo	Enquete	População e Amostra	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Questionário estruturado</li> <li>-Observação direta</li> </ul>	Estatística
	Explicativo	Pesquisa Experimental	Participantes ou grupos	-Testes	Estatística

# Definição e Operacionalização de Variáveis ou Categorias

- ✓ Orientação Básica - Objetivos Específicos
- ✓ Devem responder a questão: “Como atingir os objetivos específicos”
- ✓ Originarão os instrumentos de coleta (roteiros de entrevista, roteiros de observação ou questionários)

<b>Objetivo Específico (exemplos)</b>	<b>Como atingi-lo (informações, questionamentos e análises necessárias)?</b>
Analisar as políticas de orçamento	
Identificar os principais métodos de formação de preços	
Desenvolver plano para redução de despesas gerais	

## Escolha dos Tipos de Questão

Questões abertas

Permitem ampla liberdade de resposta

Questões fechadas limitam as opções de resposta a um determinado número de alternativas pré-definidas

# Propriedades para um Questionário

- Perguntas/afirmações claras, bem definidas (quem, o que, como, onde, quando)
- Palavras simples
- Evitar ambigüidades
- Opções das questões devem ser excludentes
- Evitar perguntas tendenciosas
- Evitar alternativas e suposições implícitas
- Grau de dificuldade – do mais fácil para o mais difícil
- Grau de especificidade – do geral ao específico
- Ordem lógica (frases de transição breves)

# Avaliação de questões

1. **Você normalmente janta no mesmo lugar?**
2. **Você pensa que a empresa de energia que te atende faz tudo que pode para reduzir a poluição do ar?**
4. **Quanto da revista Veja você normalmente lê?**
  - menos de  $1/3$
  - entre  $1/3$  e  $1/2$
  - mais de  $1/2$
5. **Na sua opinião, os impostos estão muito altos?**
6. **Você vai ao teatro regularmente?**
7. **Você está satisfeito com a qualidade e o preço do produto X?**
8. **Você deixou o seu emprego recentemente e está procurando por um novo?**
9. **Todo mundo sabe que os adolescentes e seus pais vivem discutindo. Fale um pouco sobre os motivos de discussão entre você e seus pais.**
10. **Você acha que os brasileiros patriotas devem adquirir automóveis importados, quando isso pode gerar desemprego de brasileiros?**
11. **Você é favorável a um orçamento equilibrado?**

# Avaliação de questões

**12. A empresa demonstrou interesse quando você necessitou de informações sobre seu Plano de Saúde ? (escala de 1 muito satisfeito a 5 muito insatisfeito)**

**13. Forma de pagamento mais utilizada na compra de eletrônicos?**

1 ( ) cartão de crédito      2 ( ) cheque      3 ( ) crediário

**14. Característica que influencia na escolha de um supermercado?**

( ) Localização/estacionamento

( ) Condições de pagamento

( ) Preço

( ) Qualidade/Marca do produto

( ) Atendimento

**15. Por qual motivo você geralmente compra roupa?**

1) ( ) Lançamento da coleção

2) ( ) Necessidade da roupa

3) ( ) Promoção

4) ( ) Consumismo

5) ( ) Necessidade de acompanhar a moda

# Exemplos de questões

CONFIANÇA	Discordo			Concordo			SCO
	Total mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total mente	
1. As transações com este fabricante não precisam ser supervisionadas detalhadamente.	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>
2. Com certeza este fabricante respeita a confidencialidade das informações repassadas por sua empresa.	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>
3. Sua empresa tem plena confiança na veracidade das informações que recebe deste fabricante.	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>
4. Este fabricante retém para si, ou seja, omite informações importantes.	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>
5. Este fabricante tem merecido a confiança de sua empresa.	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>

Atendimento	<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-between;"> <span style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Totalmente Insatisfeito</span> <span>←</span> <span>→</span> <span style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Totalmente Satisfeito</span> </div>										SCO	
	Cordialidade e interesse dos funcionários	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)		(9)
Capacidade dos funcionários em resolver problemas	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(9)
Agilidade dos funcionários	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(9)
Iniciativa demonstrada pelos funcionários	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(9)
<b><i>Satisfação Geral com o atendimento prestado, considerando os aspectos avaliados.</i></b>	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(9)

# Exemplos de questões

Nesse momento, utilize esse cartão para responder as questões que apresentarei. Indique seu grau de concordância com as afirmações feitas. Quanto mais próximo de 5, mais você concorda com a afirmação. Quanto mais próximo de 1, menos você concorda. Lembre-se que existem pontos intermediários.

Eu compro produtos de marca própria.	( )
Eu procuro por produtos de marca própria quando vou às compras.	( )
Minha lista de compras inclui diversos produtos de marca própria.	( )
Minha decisão de compra é influenciada pela exposição de produtos com marcas conhecidas na prateleira	( )
Eu comparo os preços de pelo menos algumas poucas marcas antes de escolher um produto.	( )
Comparo preços até para pequenos produtos ou de menor valor.	( )
É importante para mim conseguir o melhor preço para os produtos que compro.	( )
O orçamento para compras na minha família é sempre “apertado”.	( )

Saúde em Bento Gonçalves	Nota ( 0 a 10)	Sem condições de opinar
1. Atendimento médico, de forma geral.		
2. Atendimento dos enfermeiros, de forma geral.		
3. Atendimento do Corpo de Bombeiros, em caso de urgências.		
4. Atendimento dos postos de saúde, de forma geral.		
5. Atendimento do Hospital Tacchini		
6. Atendimento dos planos de saúde, de forma geral.		
7. Tempo de espera para consultas médicas		
<b>8. Satisfação geral com a saúde , considerando os aspectos acima.</b>		

# Exemplos de questões

ITENS		INSATISFEITO			SATISFEITO			Não tenho opinião
		Totalmente Insatisfeito	Muito Insatisfeito	Pouco Insatisfeito	Pouco Satisfeito	Muito Satisfeito	Totalmente Satisfeito	
<b>LIDERANÇA</b>								
46	Contribuição do superior imediato para a motivação dos colaboradores	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	
47	Profissionalismo do seu superior imediato	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	
48	Disponibilidade de tempo do seu superior imediato	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	
49	Respeito do seu superior imediato para com os funcionários	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	
50	Igualdade no tratamento dado aos funcionários pelo seu superior imediato	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	
51	Bom exemplo dado pelas chefias aos funcionários (postura profissional)	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	
<b>52</b>	<b>Satisfação geral com a liderança exercida pelo seu superior imediato</b>	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	

# Exemplos de questões

<b>LEALDADE:</b> Responda às seguintes questões, tendo em vista a probabilidade (chance) de ocorrência: 1 muito improvável a 7 muito provável para as seguintes questões:		1 Muito improvável a 7 Muito provável						
1	Usarei produtos ecologicamente corretos novamente?	1	2	3	4	5	6	7
2	Comprarei maior quantidade desses produtos nos próximos anos?	1	2	3	4	5	6	7
3	Direi coisas positivas sobre esses produtos para outras pessoas?	1	2	3	4	5	6	7
4	Considerarei esses produtos como sua primeira opção de compra em relação a outros da mesma categoria?	1	2	3	4	5	6	7
5	Recomendarei esses produtos a amigos, vizinhos e parentes?	1	2	3	4	5	6	7
6	Terei um maior volume de compras com empresas que comercializam esses produtos?	1	2	3	4	5	6	7
7	Encorajarei amigos e parentes a comprar produtos ecologicamente corretos?							

# Exemplos de questões

- Participação das vendas do Brasil (**mercado interno**) no total faturado \_\_\_\_\_ %
  - Participação da indústria moveleira nas vendas mercado interno \_\_\_\_\_ %
  - Principal linha de produtos (ou serviços) vendida para a indústria moveleira no mercado interno
- 
- Participação do Rio Grande do Sul nas Vendas mercado interno (geral) \_\_\_\_\_ %
  - Participação da indústria moveleira nas vendas no Rio Grande do Sul \_\_\_\_\_ %

- Margem líquida de lucro % 2008 (após IR)
  - ( 1 ) 0 a 5%
  - ( 2 ) 6 a 10%
  - ( 3 ) 11 a 15%
  - ( 4 ) 16 a 20%
  - ( 5 ) Mais de 20%
  - ( 6 ) Negativo. Quanto? \_\_\_\_\_

# Preparação de Dados

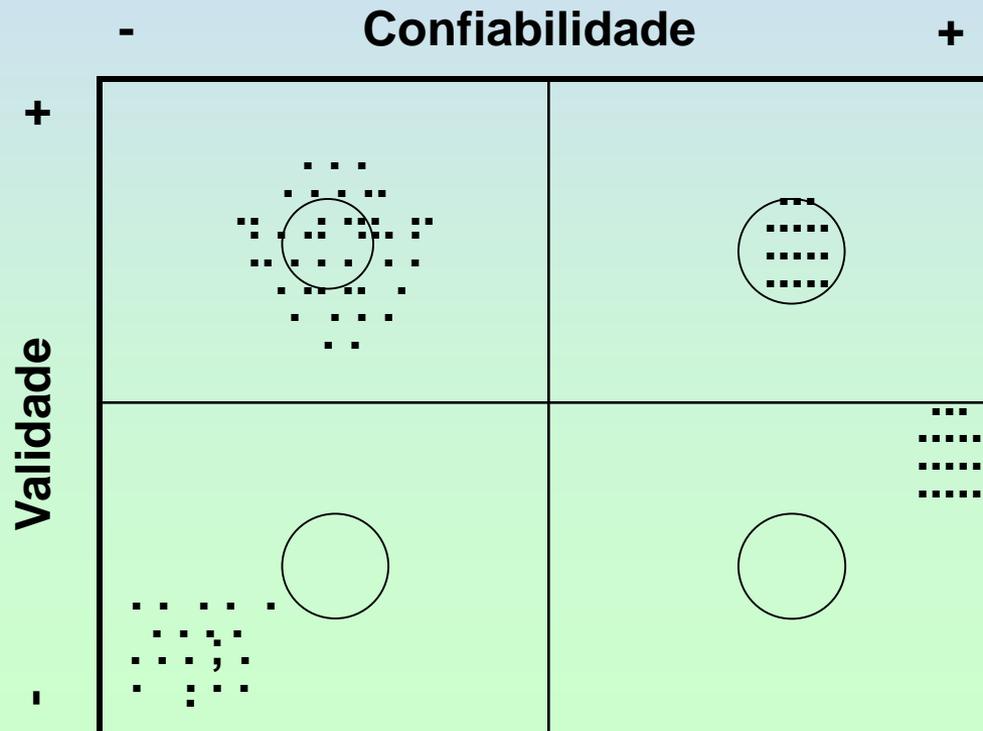
- Verificação dos questionários;
- Edição ou Organização (lidando com respostas insatisfatórias - retorno ao campo, completar valores faltantes, eliminar entrevistas);
- Codificação;
- Transcrição;
- Limpeza de dados (por computador - consistências, respostas omitidas, substituição de valores);
- Escolha de estratégia para análise dos dados

# Avaliação de Instrumentos de Coleta

- **Fontes potenciais de erro em pesquisa**
- Características relativamente estáveis do indivíduo: inteligência, educação, valores
- Fatores pessoais de curto prazo ou transitórios: saúde, emoções, fadiga
- Fatores situacionais como a presença de outras pessoas, ruídos, distrações
- Falta de clareza da escala, nas instruções ou nos próprios itens.
- Impressão ruim, excesso de itens, planejamento deficiente
- Diferenças entre entrevistadores

# Avaliação de Escala/Instrumentos

- **Confiabilidade** – grau em que uma escala produz resultados consistentes quando se fazem medições repetidas da característica.
- **Validade** – âmbito no qual as diferenças em escores observados da escala refletem as verdadeiras diferenças entre objetos – medir o que se propõe a medir. Medida perfeitamente válida é perfeitamente confiável (o contrário pode não ser verdadeiro).



# Procedimentos de Coleta

## ✓ Equipe de Pesquisa

- ↪ Estrutura - Hierarquia, número de integrantes
- ↪ Seleção, Treinamento, Supervisão e Validação, Avaliação,
- ↪ Funções

## ✓ Prazos

## ✓ Controles

- ↪ Distribuição do trabalho
- ↪ Volume de trabalho
- ↪ Qualidade do trabalho
- ↪ Prazos de execução

# Análise e Interpretação de Resultados – Pesquisa Qualitativa

## **-Análise de Conteúdo**

-Uso de categorias de análise

-Identificar as principais ideias ou conceitos por trás dos conteúdos analisados

## **-Análise de Discurso**

-Analisar o que é dito, o que está nas entrelinhas e o que poderia ser dito

-Analisa construções ideológicas presentes em um texto ou fala

-Todo discurso é uma construção social, reflete uma visão de mundo determinada

# **Análise e Interpretação de Resultados – Pesquisa Quantitativa**

**Estatística descritiva e Inferencial (como testes de hipóteses e análise de relações)**

## **Análise Estatística (exemplos)**

### **Escalas Nominais**

Freqüência, Percentagem, Moda.

### **Escalas Ordinais**

Freqüência, Percentagem, Mediana

### **Escalas Intervalares**

Média, Moda, Desvio Padrão, Percentagem

### **Escalas de Razão**

Média, Moda, Desvio Padrão, Percentagem

# Análise e Interpretação de Resultados – Pesquisa Qualitativa

## Apresentação das análises:

### *Pesquisa qualitativa*

- Utilizar relatos para reforçar argumentos apresentados;
- Ex:

Não é apenas a franquia que aprende com a empresa fornecedora, mas a empresa com a franquia, principalmente no que tange a práticas de mercado e comportamento do cliente. Abaixo um comentário que atesta isso:

Nós somos os olhos do mercado, então a gente levou muitas informações de concorrentes, do que a gente acha ser ideal, de grupos, de produtos. Nós ajudamos a enxergar o serviço de outro modo. Eu acredito que eles aprenderam também. E eu acho que eles têm muito a aprender e nós também. Essa troca é salutar e existe.

**(Franquia 1)**

# Análise e Interpretação de Resultados – Pesquisa Qualitativa

**-Análise de Conteúdo**

**-Uso de categorias de análise**

*Exemplo de análise de conteúdo em quadro:*

<b>Empresa, Usuário</b>	<b>Mudanças no plano (sugestões)</b>
<b>Usuários Plano Empresarial e Familiar</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-ampliação do atendimento on-line ou por telefone</li><li>-ampliação do espaço online para usuário fazerem avaliação do plano, darem sugestões;</li><li>-aumento do número de médicos em determinadas especialidades</li><li>-execução pesquisa de satisfação/ouvidoria, constantemente publicadas</li><li>-melhoria no atendimento (agilidade);</li><li>-melhoria no quadro de médicos</li><li>-plano de descontos/bônus para os que não utilizam o plano com muita frequência;</li><li>-redução do nível de burocracia (autorizações, liberação de procedimentos,</li></ul>
<b>Empresas Clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-melhor esclarecimento/comunicação sobre determinados produtos</li><li>-melhoria na divulgação do plano de saúde (incluindo entre os funcionários)</li><li>-melhoria no relacionamento comercial;</li><li>-melhoria no sistema administrativo relacionado ao plano (efetuar inclusões e exclusões por e-mail/internet, informatizar e parametrizar sistema de cadastro e utilizá-lo via internet, reduzir solicitação de documentos em papel,</li><li>-permissão de mais opções de reembolso;</li><li>-ter consultor/gestor exclusivo para determinadas empresas;</li></ul>

# Análise e Interpretação de Resultados – Pesquisa Qualitativa

## Apresentação das análises:

### *Pesquisa qualitativa – outro exemplo*

<b>Categorias</b>	<b>características</b>
Confiança em relação a informações	<ul style="list-style-type: none"><li>• Abertura de informações</li><li>• Transparência</li><li>• Cumplicidade</li><li>• Compartilhamento de informações e ideias</li><li>• Segurança a respeito da qualidade das informações</li></ul>
Confiança em relação a ações	<ul style="list-style-type: none"><li>• Segurança no que o outro faz</li><li>• Estar presente nas ações</li><li>• Dar liberdade para trabalhar</li><li>• Segurança com a qualidade do produto ou serviço</li></ul>

## Resultados – Pesquisa Quantitativa

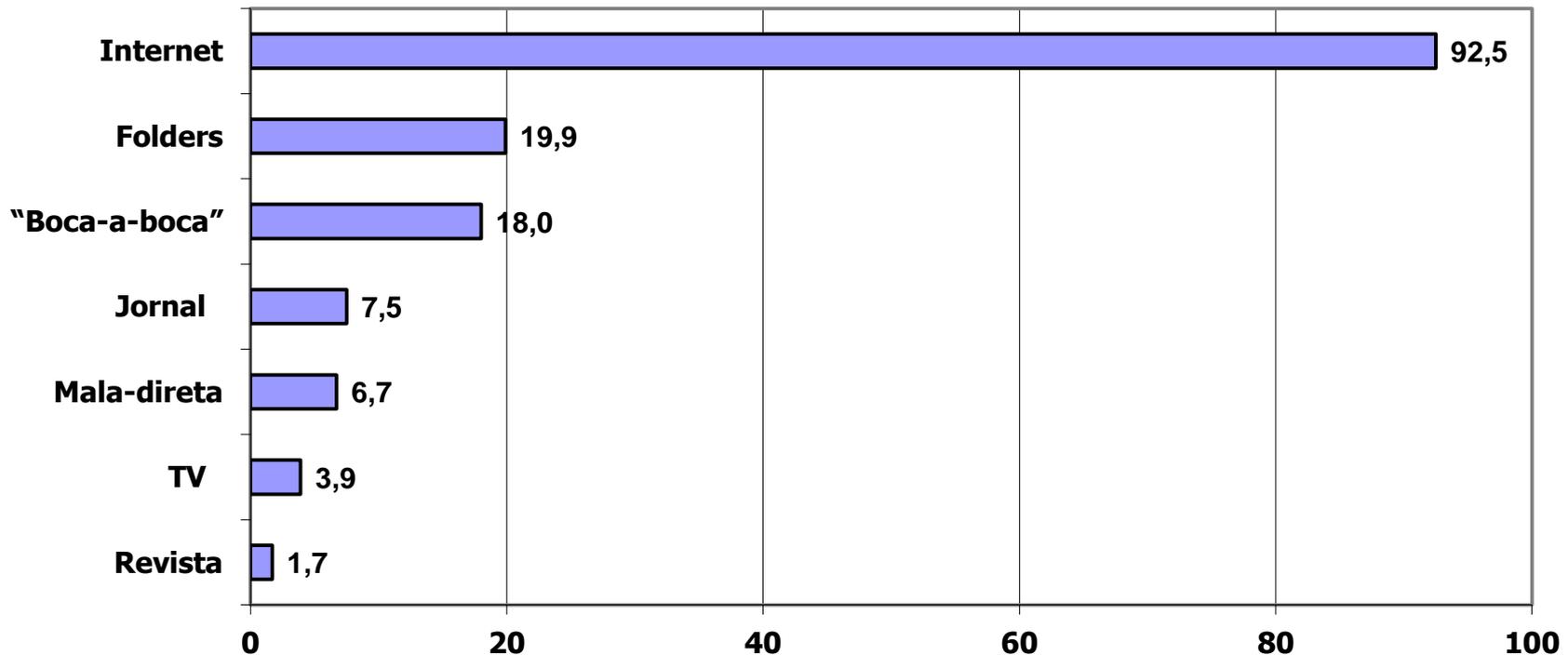
### Apresentação das análises:

- Apresentar de preferência gráficos em pizza ou barras/colunas para frequências ou cruzamentos (considerar o que facilita mais a visualização).
  - *Nas frequências apresentar em ordem decrescente (critério de Pareto) quando houver apresentação de opções (como ex razões para comprar em supermercados);*
  - *Casos como faixas de idade, faturamento, grau de instrução, deixar na ordem que se encontra*
- Em tabelas procurar apresentar frequências/médias em ordem decrescente
- Questões múltiplas – utilizar gráficos em barras ou colunas (mais de 100%)
- Apresentação de médias – utilizar gráficos em barras ou colunas, em ordem decrescente, se for o caso;
- **Informações em cruzamentos: apresentar em tabela ou em gráfico de barras divididas.**

# Análise e Interpretação de Resultados – Pesquisa Quantitativa

**Apresentação das análises:**

*Pesquisa quantitativa*

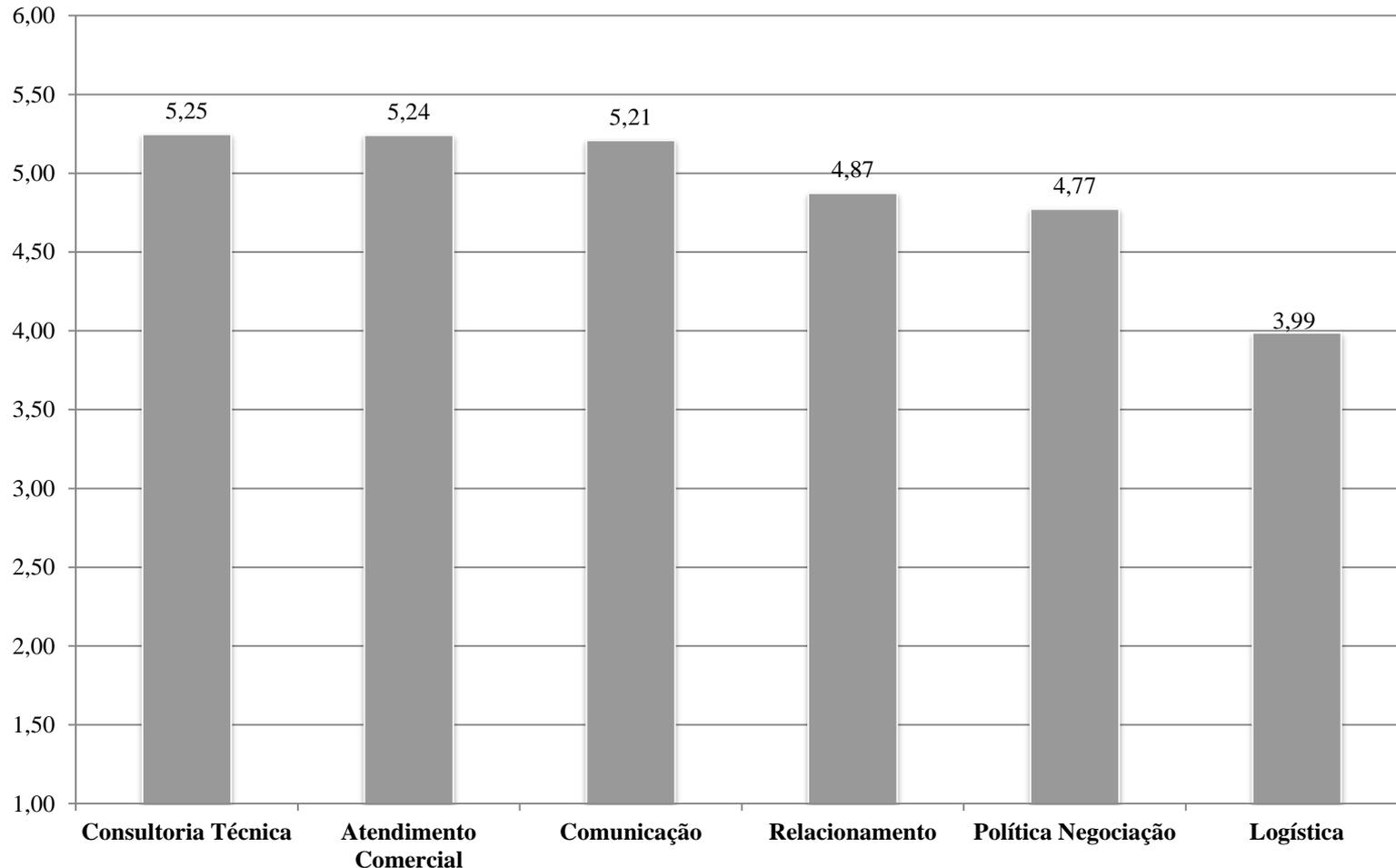


**Amostras menores de 100 casos – sugere-se apresentar além do % o número correspondente.**

# Análise e Interpretação de Resultados – Pesquisa Quantitativa

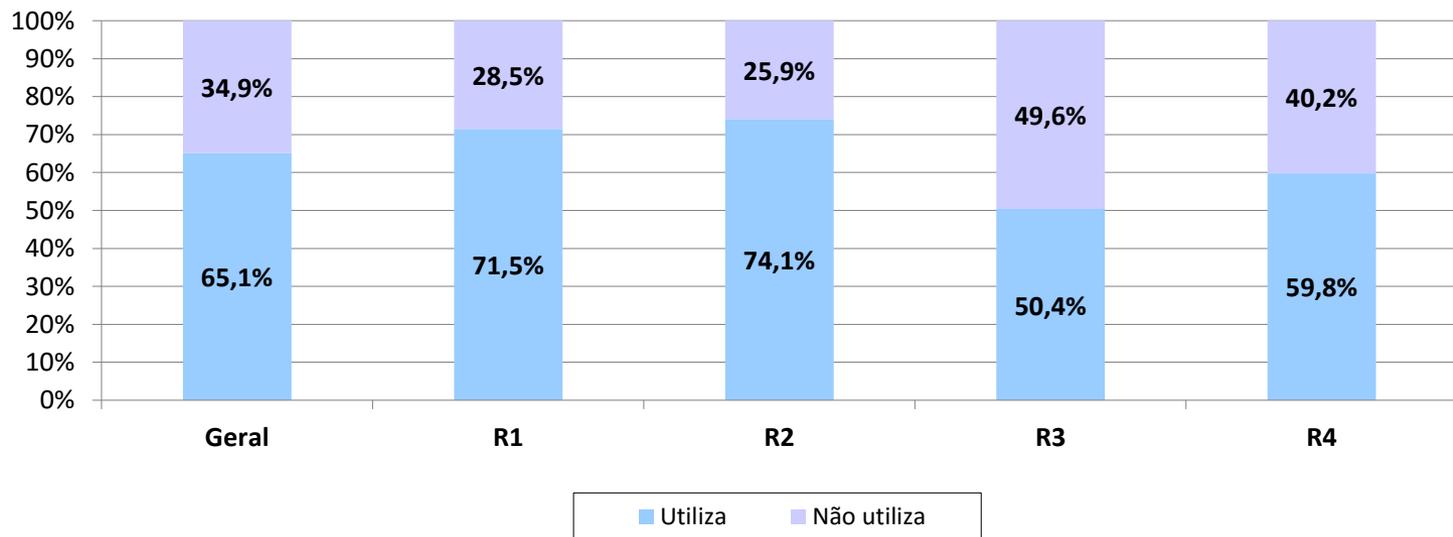
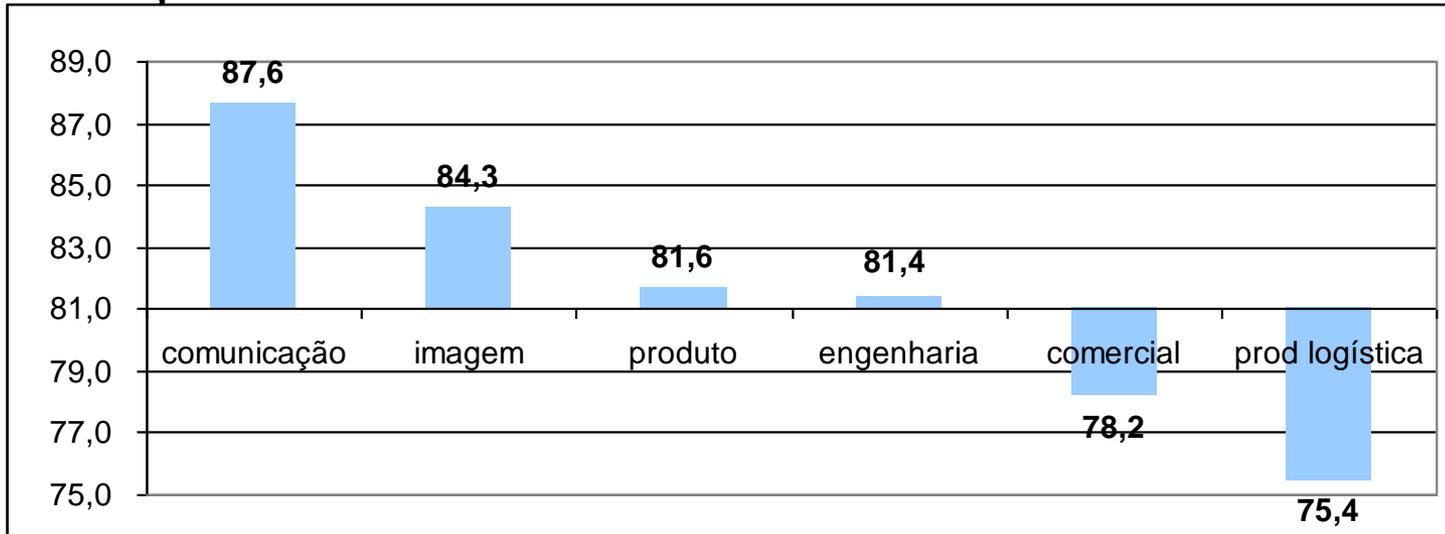
**Apresentação das análises:**

*Pesquisa quantitativa (médias)*



# Análise e Interpretação de Resultados – Pesquisa Quantitativa

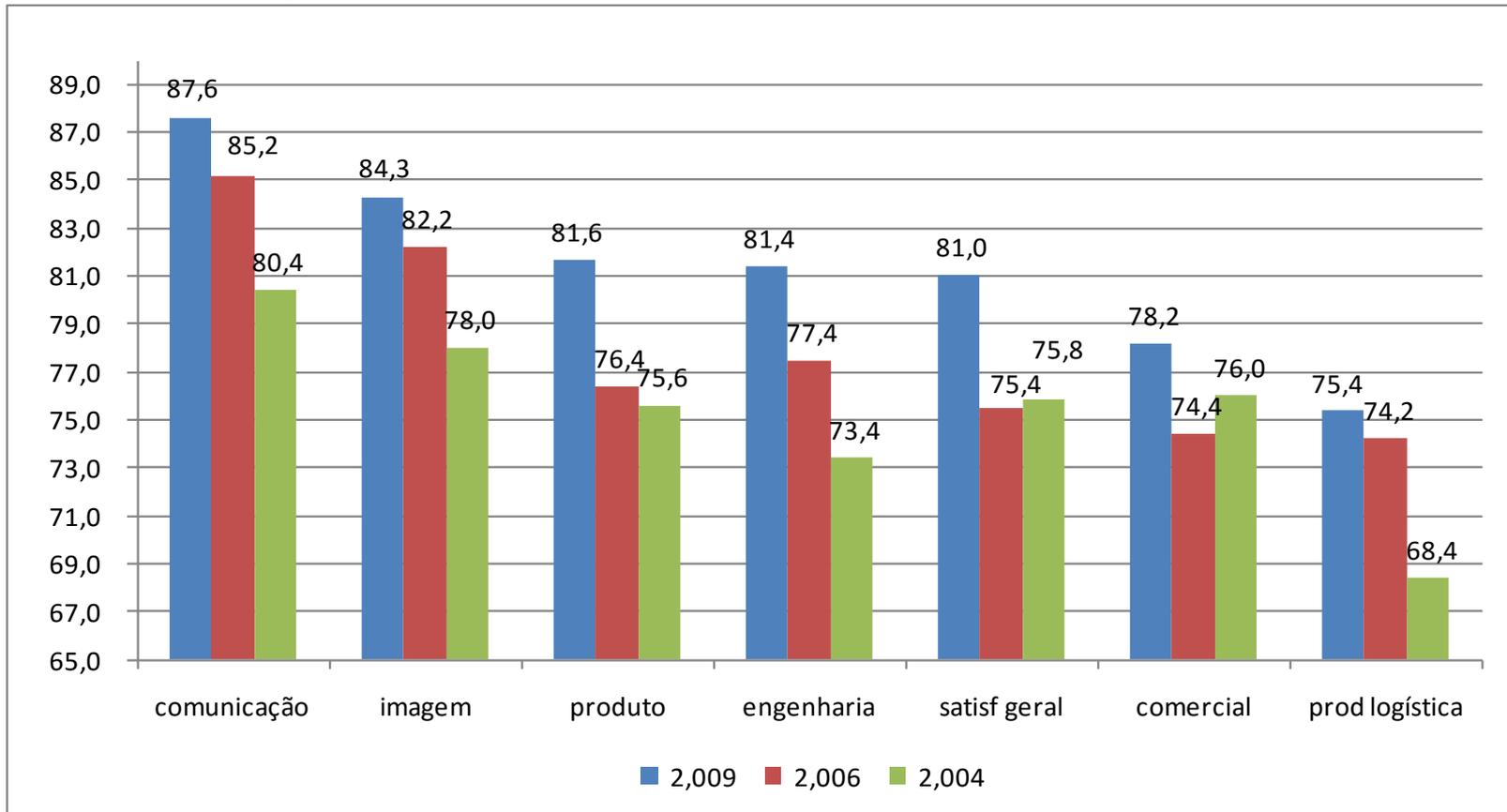
## Apresentação das análises:



# Análise e Interpretação de

## Resultados – Pesquisa Quantitativa

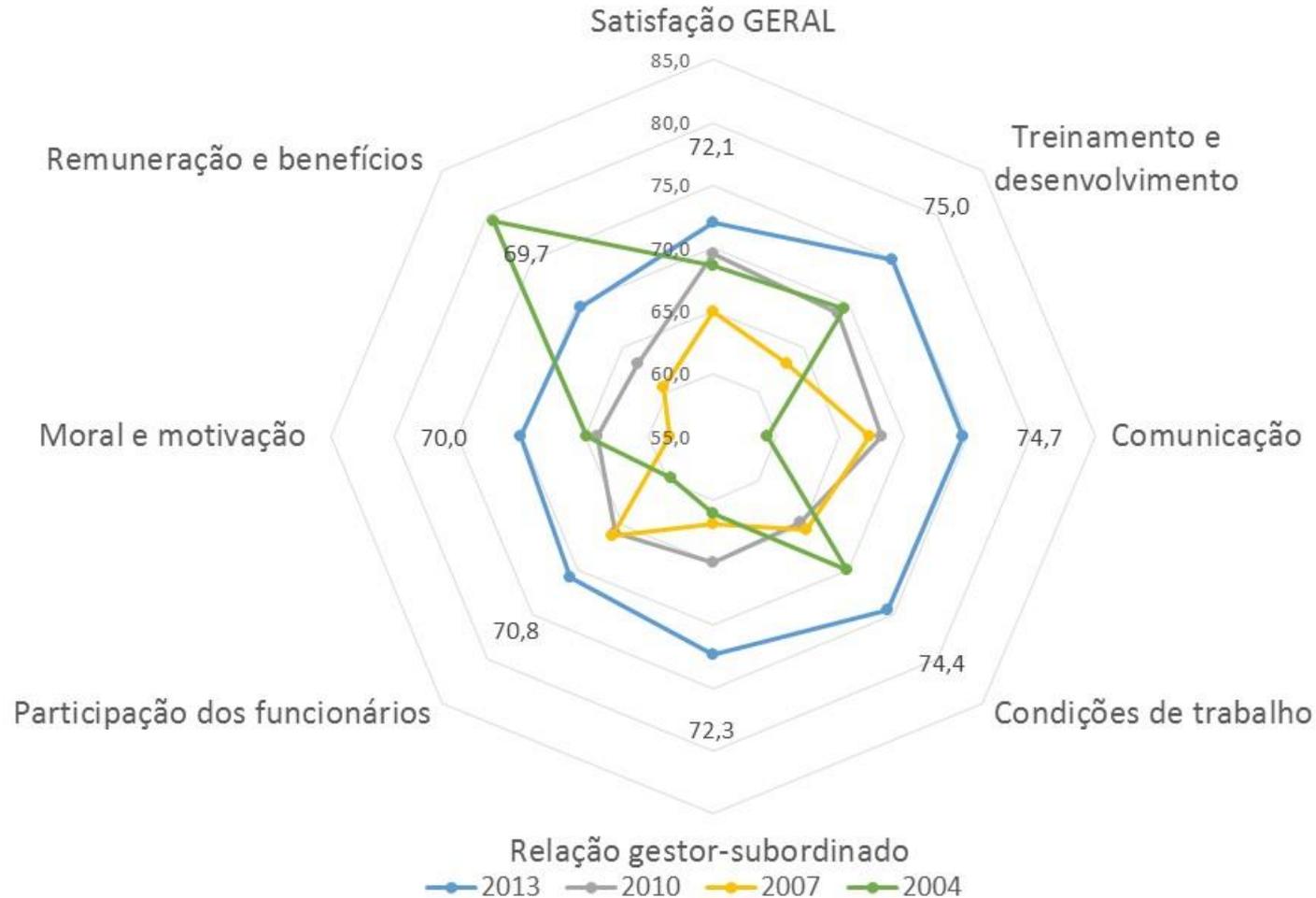
### Apresentação das análises (médias em graus)



$$\text{Grau de Intensidade \%} = (\text{Média} - 1) \times \left( \frac{100}{\text{pontos da escala} - 1} \right)$$

# Análise e Interpretação de Resultados – Pesquisa Quantitativa

## Apresentação das análises (médias em graus) - Radar



# **CONCLUSÕES ou CONSIDERAÇÕES FINAIS**

## **A conclusão de um trabalho compreende:**

- a retomada da introdução e dos objetivos;
  - resumo dos argumentos disseminados no corpo do trabalho (desenvolvimento) ou apresentação de como os objetivos específicos foram alcançados;
  - o que se aprendeu com o trabalho (implicações);
  - limitações do estudo
  - Sugestões para futuras pesquisas
- 
- A conclusão, tanto quanto a introdução, deve ser proporcional em relação ao desenvolvimento do trabalho;
  - Cuidado com uso da palavra “conclui-se”

# Retomando - Artigo Acadêmico

## Estrutura para um Artigo Acadêmico:

**RESUMO**

**1 INTRODUÇÃO**

**2 REFERENCIAL TEÓRICO**

**2.1 EXEMPLO TÓPICO**

**2.1.1 Exemplo de tópico**

2.1.1.1 Exemplo de tópico

**3 MÉTODO DE PESQUISA**

**4 ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS**

**5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

**REFERÊNCIAS**

**APÊNDICES**

**ANEXOS**

**Ensaio Teórico – não há método nem análise dos dados e resultados, apenas desenvolvimento do referencial teórico, com defesa de um argumento/interpretação.**

# Fontes Consultadas

- BOOTH, Wayne C.; COLOMB, Gregory G.; WILLIAMS, Joseph M. **A arte da pesquisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- COLLIS, Jill; HUSSEY, Roger. **Pesquisa em Administração**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- COOPER, Donald. R. SCHINDLER, Pamela S. **Método de pesquisa em administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- \_\_\_\_\_. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.
- \_\_\_\_\_. **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.
- MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- MERRIAN, S. B. **Qualitative research**. San Francisco: Jossey-Bass, 2009.
- ROESCH, Sylvia. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- TACHIZAWA, Takeshy; MENDES, Gildásio. **Como fazer monografia na prática**. 6. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2001.
- VERGARA, Sylvia. **Projetos e relatórios da pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2000
- YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 4ª ed, Porto Alegre: Bookman, 2010.
-