

MBA  
USP  
ESALQ

## QUESTIONÁRIO



- Aspectos Gerais;
- Tipo de Informação Obtida em Questionários;
- Processo de Elaboração de Questionários;
- Estrutura das Questões;
- Cuidados para Aplicação de Questionários;
- Pré-Teste;
- Tipos de Amostra, Análise e Interpretação dos Dados;
- Exemplos.

# Aspectos Gerais



- ❑ A elaboração de questionários e formulários se constitui como um passo importante no planejamento da pesquisa;
- ❑ Consiste em uma técnica estruturada para a coleta de dados, que consiste de uma série de perguntas escritas em que um questionado deve responder;
- ❑ É um conjunto formal de perguntas com o objetivo de obter informações dos respondentes.

# Objetivos de um Questionário

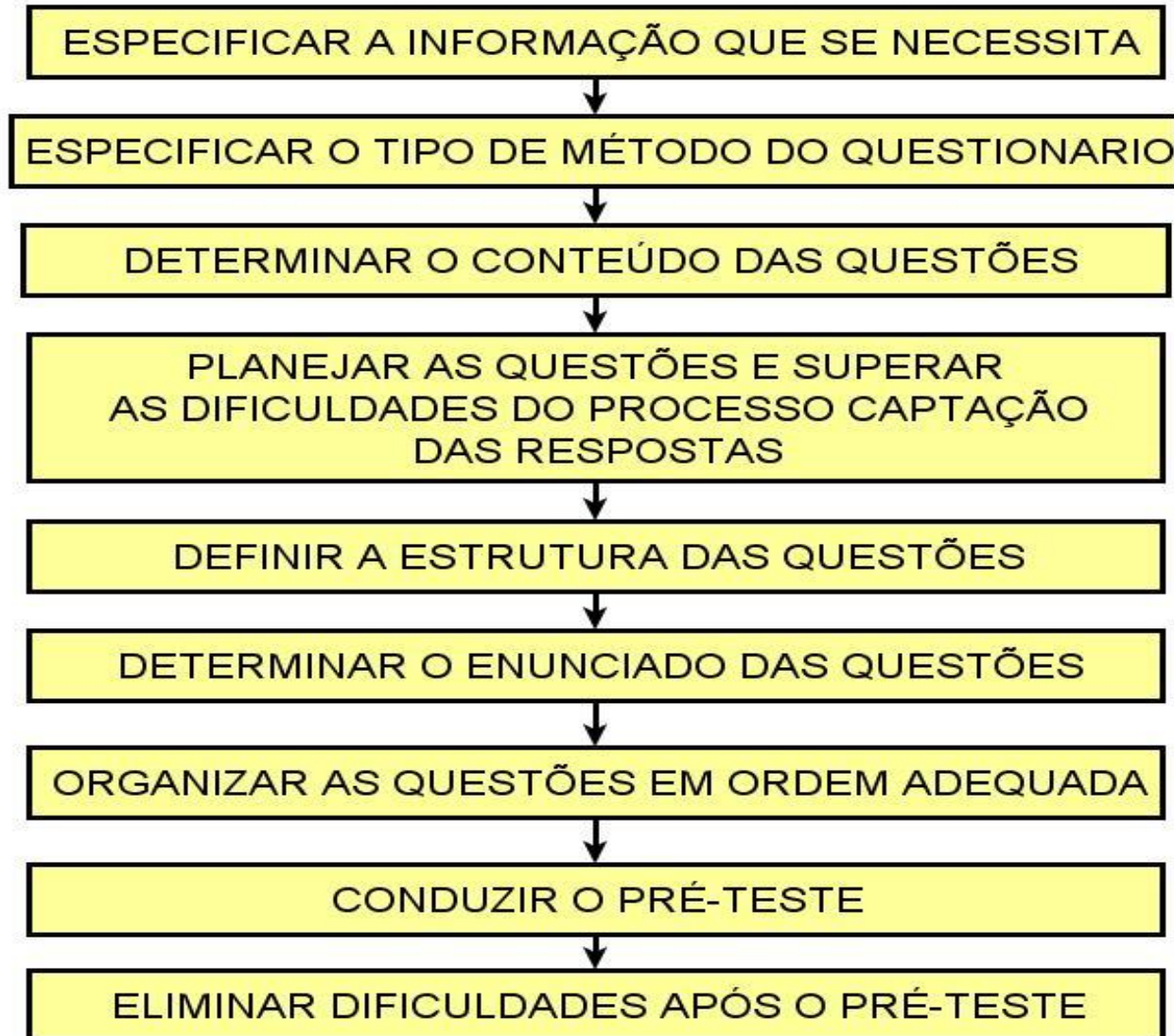


- ✓ **Traduzir a informação coletada** em um conjunto de questões específicas sobre o problema de pesquisa a ser estudado;
- ✓ **Minimizar o erro** nas respostas.
- ✓ **Conhecer a realidade** do problema investigado.

# Tipo de Informação obtida em Questionários

- ❖ **Informação Básica:** relacionada diretamente com o problema de pesquisa;
- ❖ **Informação de Classificação:** servem para classificar os entrevistados, seja em ser perfil social, ou faixa de idade;
- ❖ **Informação de Identificação:** visa atender a uma diversidade de propósitos, inclusive verificar se os respondentes relacionados foram efetivamente entrevistados.

# Processo de Elaboração de Questionários



# Escolhendo a Estrutura das Questões

A questões podem ser de 2 tipos: **estruturadas ou não estruturadas.**

## Perguntas não Estruturadas:

- São perguntas abertas em que o questionado responde com suas próprias palavras.
- São conhecidas também como perguntas de resposta livre: Qual a sua profissão, qual a sua idade, dentre outras;

# Escolhendo a Estrutura das Questões

## Perguntas não Estruturadas: Desvantagens

- Requer do interlocutor maior atenção e habilidade na captação e registro das respostas;
- Processo trabalhoso de síntese e interpretação das respostas;
- Não recomendadas para o processo de resposta *on-line*.

## Exemplo de Questão não-estruturada:

Qual ferramenta de reuniões *on-line* a organização em que trabalha utiliza?



# Escolhendo a Estrutura das Questões

## Pergunta Estruturada:

- Perguntas que pré-especificam o conjunto de respostas alternativas e o formato da resposta.
- Uma pergunta estruturada pode ser de múltipla escolha, dicotômica ou escalonada;
- Especificam o conjunto de respostas alternativas e o formato da resposta;
- **Perguntas de Múltipla Escolha.** Em perguntas de múltipla escolha, o pesquisador oferece opções de respostas, e o respondente deve escolher uma ou mais das alternativas oferecidas.

**Exemplo:** Você pretende otimizar o processo de gestão da comunicação?

- (a) Decididamente não;
- (b) Provavelmente não;
- (c) Talvez sim;
- (d) Decididamente sim.

# Escolhendo a Estrutura das Questões

## Perguntas Estruturadas:

- **Pergunta Dicotômica.** Tipo de pergunta com apenas duas possíveis alternativas, como por exemplo: sim ou não.
- Ou como outro exemplo de possibilidade de resposta  $\geq$ : “concordo” ou “discordo”, importante conter também uma alternativa considerada neutra como: “não tenho opinião”, “não sei”, “nenhum”

**Exemplo:** Pretende investir no mercado financeiro no próximo trimestre?

- (a) Sim;
- (b) Não;
- (c) Não tenho opinião;

**Como vantagem e desvantagem ao mesmo tempo esse tipo de pergunta têm os mesmos pontos: fácil de codificar e analisar, pode ser influenciada pelo fraseado.**

# Escolhendo a Estrutura das Questões

## Perguntas Estruturadas:

- **Pergunta Escalonada:** Neste caso a pergunta tem como suas respostas apresentadas em níveis, podendo selecionar apenas um.
- Podendo se Relacionar com o grau de satisfação de uma determinada situação ou produto.
- **Exemplo:** Pretende investir no mercado imobiliário neste ano?

Certamente não: 1;

Provavelmente não: 2;

Indeciso: 3;

Provavelmente sim: 4;

Certamente sim: 5.

# Cuidados para a Aplicação de Questionários

- ❖ Definição do Problema de Pesquisa;
  - ❖ Formulação do Enunciado das questões;
  - ❖ Evitar o uso de Palavras com Ambiguidade;
  - ❖ Evitar Suposições Implícitas.
  - ❖ Usar uma ordem Lógica;
  - ❖ Dividir em partes o Questionário;
  - ❖ Direcionar ramificações quando possível.
- ❖ **Atenção:** Tendenciosidade de Ordem (de posição) Tendência de um entrevistado a escolher uma alternativa simplesmente porque ela ocupa determinada posição ou está relacionada em determinada ordem.

# Avaliar a Elaboração de Questionários

## Antes do Pré-teste é necessário:

- Pensar o método da aplicação: presencial, *on-line*, envio de formulário físico;
- Conteúdo das perguntas: se exige ou não passar pelo comitê de ética;
- Avaliar a necessidade de perguntas mais sensíveis;
- Desenvolver questões neutras para aliviar a tensão entre questões críticas de um determinado processo;
- Pensar sobre a limitação de conhecimento dos respondentes.

# Pré-Teste

- ❖ O Pré-Teste visa validar os instrumentos selecionados para aplicação do questionário;
- ❖ Deve ser aplicado a uma quantidade de respondentes por volta de 10 a 20 membros independente do tamanho da amostra selecionada;
- ❖ Interpretar que os pontos questionados foram suficientes para a análise a ser feita no trabalho proposto.

# Tipos de Amostra

- ❖ **Amostra estratificada:** Caracteriza-se pela seleção de uma amostra de cada subgrupo da população considerada. Exemplo: Idade, Gênero, Classe Social, Tipo de Profissionais;
- ❖ **Amostra por Conglomerados:** Indicada em situações em que é difícil a identificação de seus elementos como: Todos os habitantes de uma cidade, organização, prédios, grupos educacionais, dentre outros;
- ❖ **Amostra por Cotas:** Utilizada em pesquisas de mercado, executada em 3 fases:  
(I) Classificação da População; (II) Determinação da proporção da população;  
(III) Fixação das cotas.

# Análise e Interpretação dos Dados

**O processo de análise envolve diversos procedimentos:**

- Codificação das respostas;
- Tabulação dos dados;
- Cálculos estatísticos;
- Compilação dos resultados (gráficos, tabelas, mapas de densidade, etc.).



# Exemplos

Avaliar o processo  
da Gestão da  
Comunicação de  
uma empresa;

Avaliar a estratégia  
de MKT aplicada  
para a divulgação  
de um determinado  
produto bem como  
a sua aderência no  
mercado;

Identificação de  
oportunidades e  
melhorias de uma  
determinada  
metodologia  
educacional;

Avaliar o processo  
de Gestão da  
Qualidade de uma  
empresa;