

S.O.S. TCC

Encontro 04 - Abordagens quantitativas

Ludmila Guimarães e Renata Oliveira

PetADM

Retrospecto

1. Tema
2. Pergunta-problema
3. Objetivos geral e específico
4. Relevância
5. Revisão da literatura
6. Abordagem qualitativa
7. Abordagem quantitativa
8. Discussão e conclusões

Agenda

- AI para suporte à revisão da literatura
- Dados primários e dados secundários
- Questionários
- Segmentação da amostra
- Métodos de análise

Recursos para suporte à revisão da literatura

Organização dos artigos

- Zotero
- Mendeley

Elaboração de notas atômicas

- Notion
- Scrintal
- Evernote
- Obsidian

Citações

- Plugin Word - Zotero
- Plugin Chrome - Zotero

Revisão textual

- Grammarly
- LanguageTool

Recursos para suporte à revisão da literatura

- Scispace
- Perplexity
- Research Rabbit

Atividade - Revisão da literatura

1. Faça seu cadastro nas plataformas **Zotero**, **Research Rabbit** e **Scispace**
2. A partir da sua pergunta problema, escolha palavras-chave e pesquise essas palavras no **Scispace** e escolha dois artigos com maior número de citações e publicado em revistas de impacto.
3. Entre na sua conta no **Research Rabbit**, crie uma coleção e adicione os DOI desses artigos para pesquisa.
4. Identifique os autores e as publicações mais relevantes nesse assunto.

Dados primários e dados secundários

Dados primários

Dados inéditos coletados diretamente pelos pesquisadores

Dados secundários

Dados públicos e já existentes, coletados por terceiros. Podem ser estruturados ou não estruturados.

Primary and secondary data

Dados primários e dados secundários

Dados primários

- Grupos focais
- Entrevistas
- Monitoramento de mídias sociais
- Questionários
- Gravações de audio
- Gravações de video - Observação -
Ensaaios em laboratório

Dados secundários

- Sites de empresas
- Estatísticas públicas
- Parcerias com instituições
- Relatórios publicizados
- Artigos com disponibilização de dados
primários
- Web scrapping

Dados primários e dados secundários

Dados primários

- Organizados
- Controle da quantidade e da qualidade
- Certezas sobre a qualidade das fontes
- **Consume mais tempo**
- **Custo mais elevado**
- **Sujeito participante**

Dados secundários

- Agilidade
- Baixo custo
- Ajuda a refinar a pergunta de pesquisa
- **Dados podem estar antigos**
- **Pode haver viés que não será identificado ou resolvido na base de dados**
- **Incertezas sobre a confiabilidade e validade das fontes**

Questionários - Vantagens e desvantagens

Vantagens

- Permite obter uma grande quantidade de dados em pouco tempo;
- Pode atingir um grande número de pessoas simultaneamente;
- Respostas obtidas de forma rápida e precisa;
- Em razão do anonimato, os respondentes se sentem mais à vontade;
- Facilita a padronização e comparação dos dados;
- Menos risco de distorção.

Desvantagens

- Falta de pessoalidade;
 - Os respondentes podem ser desonestos ou responder sem que a resposta realmente reflita a intenção de comportamento;
 - A leitura de todas as perguntas, antes de responder, pode influenciar nas respostas;
- Impossibilidade de generalização**

Questionários – Dicas

- Revise o problema de pesquisa
- Conheça os tipos de questões
- Determine cada pergunta pensando nas variáveis que serão investigadas conforme teoria
- Inclua dados socioeconômicos e demográficos
- Inclua o TCLE
- Procure equilibrar o detalhamento com o tempo a ser gasto por cada respondente
- Use uma ferramenta digital
- Faça um teste piloto
- Revise o conteúdo do questionário

Questionários - Tipos de perguntas

Única escolha

* 1. ANTES da pandemia COVID-19, qual era a frequência de deslocamentos para as seguintes atividades?

	N/A	Sem necessidade de deslocamento	Eventualmente	até 2 vezes por semana	entre 3 e 6 vezes por semana	Diariamente
Trabalho	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estudo (para sua formação)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transporte de filhos menores para escola	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serviços	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saúde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lazer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Questionários - Tipos de perguntas

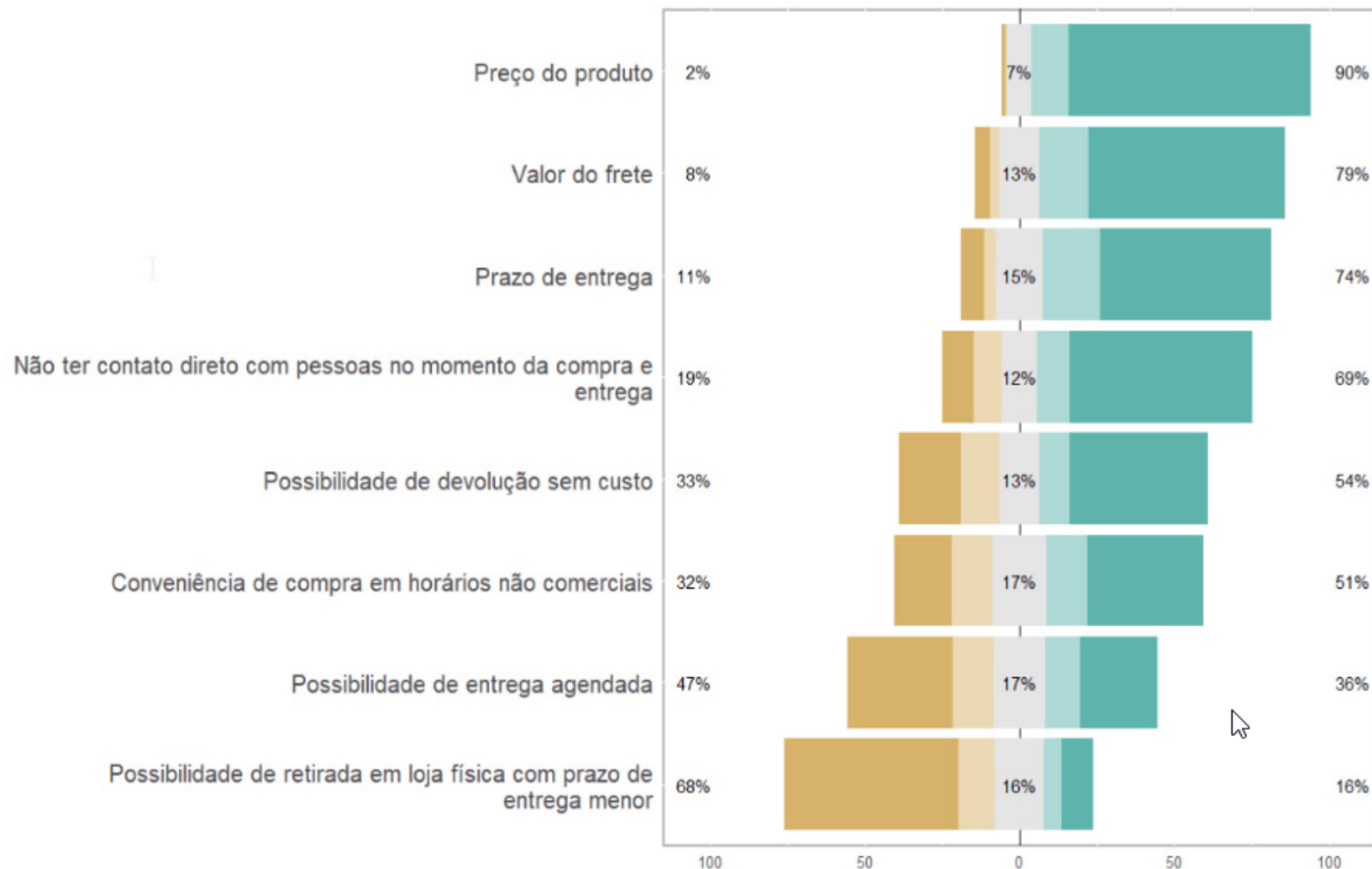
Likert

* 6. Assinale o número de estrelas que representa a importância de cada atributo na decisão de compra pela internet ANTES da pandemia do COVID-19.

Quanto maior o número de estrelas, mais importante o atributo.

Preço do produto	★	★	★	★	★
Conveniência de compra em horários não comerciais	★	★	★	★	★
Preço da entrega	★	★	★	★	★
Prazo de entrega	★	★	★	★	★
Possibilidade de entrega agendada	★	★	★	★	★
Possibilidade de retirada em loja física com prazo de entrega menor	★	★	★	★	★
Possibilidade de devolução sem custo	★	★	★	★	★
Não ter contato direto com pessoas no momento da compra e entrega	★	★	★	★	★

Questionário - Escala Likert



Questionários - Tipos de perguntas

Aberta

7. Considerando o período ANTES da pandemia COVID-19, **onde** você:

Deixar em branco os campos caso não estivesse trabalhando ou estudando (incluindo filhos menores)

	Cidade	Bairro/Quadra/Setor
Morava	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Trabalhava	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Estudava (para sua formação)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Escola de filhos menores	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Questionários - Tipos de perguntas

Múltipla escolha

17. Assinale as alternativas que melhor representam suas mudanças de comportamento em relação às compras DURANTE a pandemia COVID-19.

	Compras em LOJAS FÍSICAS	Compras pela INTERNET
Nenhuma mudança	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Maior quantidade de compras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Menor quantidade de compras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compras em novos sites/apps diferentes dos usuais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

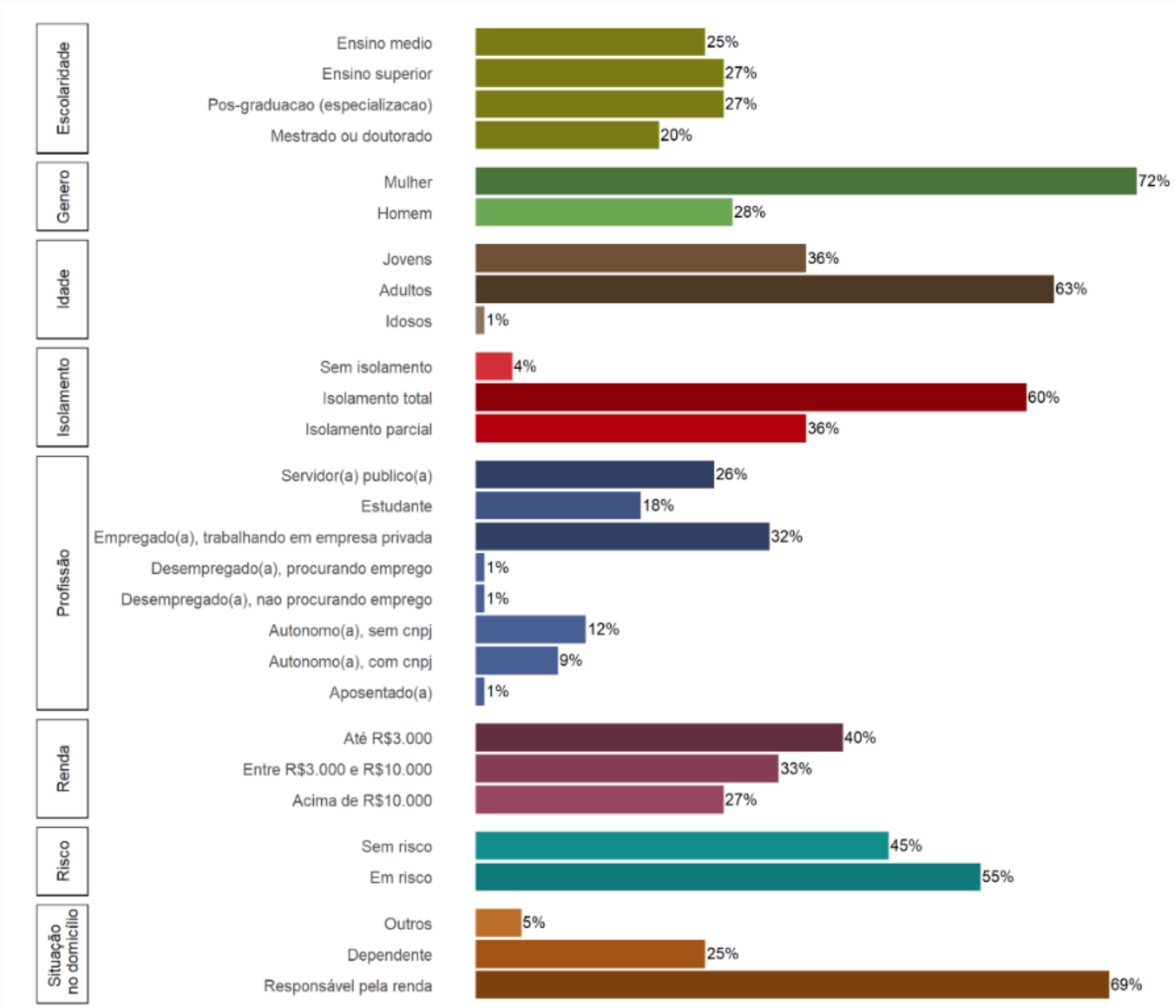
Questionários – Recursos

- Logical jump
- Classes ou valores(aberta)
- Timestamp
- Gênero

* 20. Como você se identifica?

- ☐ Mulher
- ☐ Homem
- ☐ Outros
- ☐ Prefiro não responder

Questionários - Caracterização e segmentação da amostra



Métodos de análise

- Estatística descritiva, multivariada, espacial e não espacial
- Econometria espacial e não espacial - A Econometria consiste em uma série de ferramentas estatísticas que visam obter relações relevantes entre variáveis a partir de modelos
- Análise de conteúdo
- Análise espacial
- outros....

Atividade - Abordagem quantitativa

1. Elabore um questionário que esteja alinhado com sua **pergunta de pesquisa**. Elabore-o por meio do **Google Forms**.
2. Inclua perguntas de **atributos socioeconômicos e demográficos**.
3. Mande no grupo do workshop para que os colegas **respondam** e mandem um **feedback**.



PET

Programa de
Educação Tutorial

Administração