

# Estudo da influência da Engenharia de Produção

João da Silva

([joaosilva@universidade.br](mailto:joaosilva@universidade.br) - POS/UNIVERSIDADE)

Maria da Silva

([mariasilva@universidade.br](mailto:mariasilva@universidade.br) - POS/UNIVERSIDADE)

José da Silva

([mariasilva@universidade.br](mailto:mariasilva@universidade.br) - POS/UNIVERSIDADE)

## Resumo

*Este trabalho apresenta a técnica conhecida como grupos focados. O texto apresenta um histórico dos grupos focados, as situações em que eles podem ser empregados, as vantagens sobre outros métodos de pesquisa, o planejamento das sessões e respectivas listas de verificação, a condução das sessões e algumas alternativas para a análise dos dados.*

**Palavras chave:** Grupos focados, pesquisa qualitativa, engenharia de produção.

## 1 Introdução

Em anos recentes, o método de *grupos focados* tem-se tornado muito popular, seja na coleta primária ou auxiliar de dados, bem como em avaliações da pesquisa. Segundo Kidd e Parshall, (2000) como qualquer método de pesquisa, ele deve ser conduzido com o devido rigor científico. *Grupos focados* são fóruns de um pequeno grupo de indivíduos que se reúnem para conversar sobre algum tópico de interesse. Em geral, os encontros contam com 5 a 10 pessoas, têm duração aproximada de duas horas e são conduzidos por um moderador. O moderador utiliza roteiros semi estruturados previamente preparados para gerar e orientar a discussão. Os dados fundamentais produzidos por esta técnica são transcritos das discussões do grupo e acrescidos das anotações e reflexões do moderador (Beyea e Nicoll, 2000a).

Segundo Krueger (1994) *apud* Oliveira e Freitas (1997), as características gerais dos *grupos focados* são o envolvimento das pessoas, as reuniões em série, a homogeneidade dos participantes quanto aos aspectos de interesse da pesquisa, a geração de dados, a natureza qualitativa e a discussão focada em um tópico que é determinado pelo propósito da pesquisa.

Os *grupos focados* tiveram origem na Sociologia. Hoje, são amplamente utilizados na área de *marketing*, mas também têm crescido em popularidade na área da saúde e sistemas de informação (Kidd e Parshall, 2000). Apesar do grande potencial de aplicação, até o momento, pouca literatura foi encontrada a respeito do uso desta técnica na Engenharia de Produção. No final deste capítulo algumas aplicações no âmbito da Engenharia de Produção serão relatadas.

## 2 Referencial Teórico

Segundo Fern (1982) *apud* Churchill e Nielsen (s.d.), a técnica de *grupos focados* é melhor empregada para a geração de idéias e impressões que se tem de um produto ou serviço do que para examiná-los sistematicamente. Assim sendo, esta técnica não deveria ser utilizada para determinar a proporção de pessoas que pensam de determinado modo ou de outro. Os resultados não são estatisticamente representativos da população, por isso não são projetáveis, dificultando a codificação, tabulação e a análise estatística.

Segundo Greenhalg e Taylor (1997) os *grupos focados* caracterizam um método de pesquisa qualitativo, juntamente com outros métodos como a observação passiva, a observação participante e as entrevistas em profundidade. Uma pesquisa quantitativa deveria começar com uma idéia, usualmente articulada como uma hipótese, e, baseados nela, através de medidas, gerar dados que permitam chegar a uma conclusão. Já a pesquisa qualitativa, por sua vez, começa com uma intenção para explorar uma área particular, coletar dados, que neste caso são observações e entrevistas, e com estes dados gerar idéias e hipóteses gerais através do que é conhecido como raciocínio indutivo. A validade de métodos qualitativos é melhorada usando uma combinação de métodos de pesquisa, um processo conhecido como triangulação, e pela análise independente dos dados por mais de um pesquisador. O Quadro 1 sintetiza algumas diferenças entre os métodos.

Um teste para verificar a adequabilidade do uso da técnica de *grupos focados*, consiste em perguntar quão ativa e facilmente os participantes discutiram o tópico de interesse da pesquisa. O uso dos *grupos focados* é

particularmente necessário quando o objetivo é explicar como as pessoas consideram uma experiência, uma idéia ou um evento, visto que a discussão durante as reuniões é efetiva em fornecer informações sobre o que as pessoas pensam ou sentem, ou ainda, sobre a forma como agem (Morgan, 1988 *apud* Oliveira e Freitas, 1998).

Para Wolcott (1994) o desafio em investigações qualitativas reside no uso dos dados e não na coleta dos dados. O uso dos dados é que vai transformá-los em conhecimento e em novas formas de entender a realidade. O maior desafio para pesquisadores qualitativos é compreender o que pode ser feito com os dados e para onde os dados podem conduzir. Os estudos em grupos focados produzem um grande volumes de dados, que podem ser classificados de acordo com diversos critérios, comparados entre si (comparação interna), comparados com a literatura (comparação externa), ou analisados de diversas outras formas.

Quadro 1: Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa

Item	Qualitativo	Quantitativo
Teoria social	Ação	Estrutura
Método	Observação, entrevista	Experimentação, pesquisa
Questão	O que é X ? (classificação)	Quantos Xs ? (enumeração)
Raciocínio	Indutivo	Dedutivo
Método de amostragem	Teórico	Estatístico
Força	Vigência	Confiabilidade

Fonte: (Adaptado de Mays, 1996 *apud* Greenhalg, 1997)

### 3 Procedimentos Metodológicos

Kidd e Parshall (2000) afirmam que muitos pesquisadores têm argumentado que as entrevistas de *grupos focados* não são adequadas como método padrão a ser utilizado sozinho, mas precisam ser complementadas de observação participante ou outro método etnográfico. O que foi originalmente utilizado, e hoje se conhece como *grupos focados* foram triangulações de dados qualitativos e quantitativos dos mesmos participantes. A confiabilidade dos grupos focados pode ser assegurada se forem conduzidos múltiplos grupos, idealmente em múltiplos lugares, com a inclusão de dados de outras fontes. Porém, se estes dados serão qualitativos ou quantitativos, dependerá do propósito e da necessidade da pesquisa.

Cada vez mais os pesquisadores estão reconhecendo as vantagens de associar métodos qualitativos e quantitativos, resultando em misturas metodológicas que fortalecem o desenho da pesquisa. Neste contexto os *grupos focados* podem preceder, suceder ou ser utilizado ao mesmo tempo que um método quantitativo. Quando o *grupo focado* precede um método quantitativo, auxilia o pesquisador a aprender o vocabulário e descobrir o pensamento do público alvo, além de fornecer indícios de problemas especiais que podem ocorrer na fase quantitativa. Os estudos quantitativos que sucedem o *grupos focados* capacitam o pesquisador a fazer inferências bem focadas sobre determinada população. Quando ele sucede um método quantitativo, os *grupos focados* podem explorar ou esclarecer questões que tenham emergido na análise dos resultados do método quantitativo (Morgan, 1988, Krueger, 1994 e Greenbaum, 1993, *apud* Oliveira e Freitas, 1998).

Portanto, pode-se afirmar que o posicionamento dos *grupos focados* na pesquisa é definido pelo objetivo de sua aplicação. Merece, pois, ser precedido de reflexão sobre o papel que desempenhará no roteiro de estudo e sobre a expectativa de uso dos seus resultados.

### 4 Resultados

De acordo com Oliveira e Freitas (1997) e (Beyea e Nicoll, 2000a; 2000b e 2000c), pode-se dividir os *grupos focados* em três etapas: planejamento, condução das entrevistas e análise dos dados. O planejamento é crítico para o sucesso dos *grupos focados*, pois nesta fase o pesquisador considera a intenção do estudo e os usuários da informação, além de desenvolver um plano que guiará o restante do processo da pesquisa, incluindo a elaboração das questões e a seleção dos participantes. A fase de condução consiste na moderação das reuniões. Após estas sessões, na fase da análise, são realizadas as transcrições, o tratamento dos dados e a elaboração dos relatórios.

#### 4.1 Planejamento

Conduzir um estudo utilizando *grupos focados* pode parecer extremamente fácil: convidar pessoas para uma reunião, perguntar-lhes algumas questões e ouvir suas respostas. Entretanto, Beyea e Nicoll (2000b) advertem que, se fosse tão simples, o planejamento não seria necessário. Os fatores mais comuns que afetam o planejamento de grupos focados são as restrições de custo e de tempo (Kidd e Parshall, 2000).

O planejamento começa pela determinação do propósito da reunião, que deve ser definido através da organização dos pensamentos de maneira lógica e racional. Definido o propósito passa-se ao detalhamento de aspectos relacionados com sua realização, como por exemplo: participantes, local, questões e moderador (Krueger, 1994 *apud* Oliveira, 1997 e Beyea e Nicoll, 2000a e 2000b).

Os participantes do estudo deverão ser escolhidos de acordo com os propósitos da pesquisa. O recrutamento dos participantes pode requerer bastante tempo quando populações especializadas ou desenhos experimentais forem utilizados. Para o recrutamento dos participantes, pode ser desenvolvido um questionário de quatro a seis questões de caráter eliminatório, com o objetivo de verificar se a pessoa convidada possui ou não as características desejáveis para participar das sessões. Pode ser considerada a necessidade de segmentar os participantes em categorias, por fatores como localização geográfica, faixa etária, tamanho da família, sexo, *status*, etc (Oliveira e Freitas, 1997).

Na medida em que os grupos focados contam com poucos participantes, em geral, não é possível formar uma amostra representativa da população, do ponto de vista estatístico. No entanto, é uma boa idéia cobrir tantos segmentos quanto for possível (reunir pessoas de diferentes perfís), de modo a assegurar que diversos pontos de vista serão contemplados nas discussões.

Embora os *grupos focados* variem em tamanho, a maioria consiste de 8 a 12 elementos. Grupos muito pequenos são facilmente dominados por um ou dois membros, e grupos muito grandes podem causar tédio em alguns participantes ou gerar conversas paralelas (Churchill e Nielsen, s.d.; Simon, 1999). O grupo deve ser pequeno o suficiente para todos terem a oportunidade de partilhar suas percepções e grande o bastante para fornecer diversidade de idéias. A dificuldade de gerenciamento aumenta à medida que aumenta o número de participantes, pois, assim, aumenta o papel do moderador, exigindo maior experiência e envolvimento (Oliveira e Freitas, 1997; Churchill e Nielsen, s.d.). Para Oliveira e Freitas (1997), o número ideal de participantes seria de 4 a 12 pessoas, sendo adequado convocar aproximadamente 20% a mais de participantes, para haver garantia de número mínimo de pessoas. Caso todas as pessoas convocadas para a seção compareçam, algumas poderão responder por escrito as questões do roteiro em outra sala, ou pode-se realizar outra sessão em paralelo. A melhor disposição dos participantes é em torno de uma mesa circular ou oval, e o nome de cada participante deverá ficar visível para os demais durante a sessão (Beyea e Nicoll, 2000b).

Alguns aspectos deverão ser observados para a escolha do local da reunião: ser de fácil acesso aos participantes, não propiciar distrações, facilitar a disposição dos participantes e possuir sistema de áudio ou de vídeo (Oliveira e Freitas, 1997; Simon, 1999). Beyea e Nicoll (2000b) lembram que o local da reunião deve ser adequado para a discussão de um tópico, como por exemplo, uma reunião para discutir uma experiência negativa que ocorreu num hospital, poderá ser muito pouco produtiva se ocorrer no próprio hospital. Também mencionam que a hora da realização da reunião deve ser adequada para os participantes, como por exemplo, não é conveniente discutir as atitudes dos jogadores de futebol em uma reunião que ocorre durante um jogo importante de um campeonato. Provavelmente somente adultos que não se interessam por futebol irão comparecer.

Uma sessão típica de *grupos focados* tem duração entre 1 hora e meia e 2 horas (Churchill e Nielsen, s.d; Beyea e Nicoll, 2000b). O número de sessões varia em função das reuniões estarem ou não produzindo novas idéias. Se o moderador puder antecipar com clareza o que será dito no próximo grupo, então a pesquisa está encerrada, o que normalmente acontece após a terceira ou quarta sessão (Morgan, 1988; Krueger, 1994; Greenbaum, 1993 *apud* Oliveira, 1997).

Para a condução das sessões, pode ser elaborado um guia de tópicos ou um roteiro de questões (Simon, 1999). No guia de tópicos devem ser listados aspectos ou questões formados apenas por palavras chaves, enquanto que no roteiro de questões as frases são completas, para que se possa ter uma sequência das mesmas e obter o exato conteúdo desejado (Oliveira e Freitas, 1997). A qualidade das respostas estará diretamente relacionada com a qualidade das perguntas. As questões são a essência da entrevista em *grupos focados*, devendo parecer espontâneas para os participantes, mesmo tendo sido cuidadosamente selecionadas e elaboradas tendo em vista a informação esperada (Simon, 1999). De acordo com Beyea e Nicoll (2000b), uma entrevista típica tem em média 12 questões, as quais poderão ser de vários tipos, cada uma com propósito próprio. O uso prévio de *brainstorming* com colegas ou usuários da informação poderá ser útil para a obtenção de questões e de variações no vocabulário, podendo-se fazer um teste piloto. Krueger (1994) *apud* Oliveira e Freitas (1997) classifica tais questões nas seguintes categorias:

- **questões abertas** - a primeira rodada de perguntas da sessão poderá ser feita a todos, de forma a permitir uma resposta rápida e permitirá identificar as características dos participantes;
- **questões introdutórias** - introduzem o tópico geral a discussão e fornecem aos participantes oportunidade

- para refletir sobre experiências anteriores;
- **questões de transição** - essas questões movem a conversação para as questões chaves que norteiam o estudo;
  - **questões-chave** - direcionam o estudo; normalmente utilizam-se entre duas e cinco questões. São as questões que requerem maior atenção e análise;
  - **questões finais** - fecham a discussão, considerando tudo o que foi dito até então. Permitem aos participantes considerar todos os comentários compartilhados na discussão, bem como identificar os aspectos mais importantes;
  - **questões-resumo** - o moderador deverá fazer um resumo, em dois ou três minutos, das questões chave e das grandes idéias que emergiram da discussão. Após, deverá perguntar aos participantes se o resumo foi adequado;
  - **questão final** - o moderador deverá fazer uma breve explanação sobre o propósito do estudo e, como última questão, perguntará se algo foi esquecido ou se os participantes têm algum conselho.

O quadro 3, apresenta uma lista de verificação, elaborada pelos autores deste trabalho, contendo aspectos que precisam ser definidos antes da realização de qualquer estudo em grupos focados. O quadro 4, por sua vez, apresenta um exemplo do que precisa ser verificado em relação a infraestrutura necessária.

Quadro 3: Lista de verificação para auxiliar no planejamento dos estudos em grupos focados

Etapa	Itens de verificação
1. Definições iniciais	Definir claramente os objetivos do estudo Identificar o público a ser pesquisado
2. Detalhamento do estudo	Definição do número de sessões e objetivo de cada sessão Definição do local, dia e hora Infraestrutura necessária Definição da forma de registro das informações Escolha do Moderador e Auxiliares Definição do número de participantes (por sessão) Definição do perfil dos participantes Seleção dos participantes Convite aos participantes
3. Roteiro de questões (por sessão)	Questão inicial Questão de transição Questões centrais Questão resumo Questão final
4. Alternativas de análise	Listar antecipadamente as possibilidades de análise: Critérios de classificação das informações, Comparações que poderão ser feitas, etc.

Quadro 4: Exemplo de lista de verificação para auxiliar no planejamento da infraestrutura

Etapa	Itens de verificação
Sala e mobiliário	Uma boa mesa de reunião, circular ou oval, Cadeiras confortáveis, para 12 pessoas Mesa auxiliar para o café, Mesa auxiliar para o projetor
Equipamento	<i>Notebook</i> e softwares que serão usados pelo moderador Vídeo projetor (testar conexão e funcionamento em avanço) Tela (ou parede branca) Dois (02) gravadores (podem ser mini gravadores) Fitas para os gravadores (previsão de 3 horas de fita para cada gravador) Opcionalmente, um dos gravadores pode ser substituído por uma filmadora
Material de apoio	10 conjuntos de Folha e caneta para anotações <i>Flip chart</i> ou quadro branco e pincéis para <i>flip chart</i> ou quadro branco À frente de cada participante deve ter um papel indicando seu Nome/Empresa (obs: o tamanho

	das letras deve ser tal que o moderador consiga fazer a leitura. Nomes compactos em letras grandes são melhores que Nomes completos em letras miúdas).
Recursos humanos	Duas pessoas para ajudar durante a reunião (anotações e trocar a fita dos gravadores). Uma das pessoas que ira ajudar durante a reunião será a mesma que fará a transcrição da reunião (texto gravado => Computador). Essa pessoa deve ter bom senso para eliminar os comentários que não agregam nenhuma informação
Facilidades	Bolachas, Sanduíches ou salgadinhos em uma mesa lateral, para serem consumidos na entrada Café e água sobre a mesa de reunião, para serem consumidos durante a reunião.

O moderador possui um papel chave na condução do estudo. Ele deve saber como perguntar as questões, como sondar a informação e tornar os membros do grupo confortáveis para desejarem manifestar sua opinião para o grupo. Como em qualquer esforço para coletar dados, a qualidade da informação somente será obtida se ocorrer um bom planejamento e implementação antes e durante a sessão dos grupos focados (Beyea e Nicoll, 2000a).

Abaixo seguem dez características desejáveis de moderadores de grupos focados (adaptado de Greenbaum, 1988 *apud* Churchill e Nielsen, s.d.):

- a) Possuir aprendizagem rápida: o moderador deve ser capaz de aprender rapidamente e incorporar novos materiais em seu pensamento e vocabulário. Deve ser capaz de absorver rapidamente o conteúdo que o cliente apresenta e compreender o que ele procura gerar do *grupos focados*. Também deve ser capaz de rapidamente absorver e compreender o que os participantes do *grupos focados* querem dizer.
- b) Ser um líder amigável: o moderador pode desenvolver rápida concordância com os respondentes do grupo. Ele deve ser visto pelo grupo como a autoridade, mas também como o tipo de pessoa com quem eles gostariam de ter uma conversa informal. Se o moderador é visto como sendo amigável, ele ou ela trarão à tona mais honestidade nas respostas do grupo, o que pode não ocorrer se ele tiver uma postura ameaçadora ou ditatorial.
- c) Ser esclarecido mas não todo-conhecedor da verdade: o moderador deverá comunicar ao grupo que ele possui algum conhecimento sobre o tema em análise, mas não é um *expert*. Se os membros do grupo vêm o moderador como um *expert*, eles o questionarão em vez de responder ou discutir os pontos planejados. Deve-se atentar para o fato de que os participantes também podem responder ao moderador da perspectiva de *expert*, pois são o consumidor, o usuário ou o cliente potencial para o produto, serviço ou idéia concebida. Com o objetivo de impressionar o moderador com seu conhecimento poderão prejudicar a reunião.
- d) Possuir uma excelente memória: o moderador necessita ter excelente memória para ser capaz de interligar diferentes respostas que são geradas durante todo o tempo da reunião. Para tanto, deve ser capaz de lembrar informações chaves relatadas voluntariamente por cada participante durante a sessão, de modo que afirmações feitas posteriormente possam ser checadas, para ver se há consistência nos pontos de vista dos participantes.
- e) Ser um bom ouvinte: o moderador deve ter a habilidade de ouvir toda a informação que as pessoas dizem, em termos de conteúdo e implicações.
- f) Ser um facilitador, não um ator: o objetivo do grupo é obter informações dos participantes preferencialmente a entretê-los numa sala de reuniões. Alguns moderadores atuam para os clientes que estão observando a sessão. Observar uma sessão de *grupos focados* pode ser tedioso, particularmente quando se é participante de uma série de sessões, e algumas piadas podem fazer o tempo passar mais rapidamente. Porém, isso não deve ser usado em excesso, pois pode prejudicar a coleta de informações.
- g) Ser flexível: o moderador deve ser flexível durante a sessão, respeitando o fluxo da discussão. Alguns moderadores seguem tão rigorosamente o roteiro estabelecido que rompem o fluxo natural da discussão para assegurar que cada ponto do esquema seja coberto antes de ir para um novo item. O roteiro é simplesmente um esquema e freqüentemente é mais efetivo desviar da ordem predefinida para obter respostas que enriquecem a discussão. Um moderador efetivo deve ser suficientemente flexível para fazer isso.
- h) Ser empático: o moderador deve ser um indivíduo capaz de estabelecer uma conexão com cada participante. Deve ser capaz de identificar o nervosismo de alguns participantes do grupo, alterando a ordem dos respondentes para deixá-lo mais a vontade. Se o participante acredita que o moderador compreende sua situação, esta pessoa provavelmente participará ativamente das discussões do grupo.

- i) Ter uma visão geral do quadro: o moderador deve ser capaz de separar as observações importantes de uma sessão das menos importantes. Ao final de cada sessão, o moderador deve ser capaz de juntar todos as respostas recebidas, percebendo e comunicando a mensagem geral, gerada pela discussão, ao cliente.
- j) Ser um bom relator: a maioria dos clientes que utilizam a técnica de *grupos focados* exige informações escritas para registrar os resultados das sessões. Assim sendo, o moderador deve ser qualificado para escrever claramente resumos concisos das reuniões, provendo os clientes com conclusões e resultados significativos, orientados para a ação.

## 4.2 Condução das sessões

A maior diferença entre entrevistas em grupo e entrevistas individuais é que na segunda sempre está claro quem está falando. Por isso, quando estamos falando de *grupos focados*, torna-se muito importante a forma como se armazenam os dados para posterior transcrição e análise. A gravação pode ser considerada a principal forma para a obtenção de dados, portanto, é fundamental assegurar a sua qualidade. A utilização de vídeo apresenta a vantagem de identificar quem está falando, mas pode tornar a reunião mais incômoda (Kidd e Parshall, 2000 e Morgan, 1988; Krueger, 1994; Greenbaum, 1993 *apud* Oliveira, 1997). Muitas vezes se utiliza um moderador assistente para auxiliar o moderador a detalhar a ordem de quem fala e de comportamentos não verbais importantes (Kidd e Parshall, 2000). Também é uma boa idéia contar com alguns auxiliares, que podem ficar em uma mesa lateral, fazendo anotações.

Muitas pessoas tem a ilusão de que entrevistar é tarefa simples, mas na verdade requer disciplina mental, preparação e habilidade para a integração em grupo. Muito do sucesso dos estudos em grupos focados depende de boas questões formuladas e de respondentes adequadamente escolhidos (Beyea e Nicoll, 2000c).

A sessão pode iniciar com o moderador se apresentando, dando as boas vindas aos participantes, agradecendo pela sua participação e explicitando o propósito da reunião. Os elementos do grupo poderão ser apresentados pelo moderador ou apresentarem-se aos outros participantes. Os participantes poderão preencher um pequeno questionário com dados sociodemográficos para formar uma base de dados. Então o moderador deverá explicar as regras básicas da sessão, incluindo tempo da mesma e forma de responder as questões. Por exemplo, o moderador pode estabelecer que cada membro, ao redor da mesa, responderá a cada questão, ordenadamente, na sua vez. Qualquer formato particular para respostas e perguntas deverá ser exposto antes da sessão iniciar. Finalmente, toda opinião oportuna relatada e compartilhada durante a sessão será mantida como informação confidencial e anônima num relato posterior do moderador (Beyea e Nicoll, 2000b). De acordo com Oliveira e Freitas (1997), todas as sessões de um mesmo estudo em grupos focados devem seguir padrões idênticos.

Para Krueger (1994) *apud* Oliveira e Freitas (1997) e Beyea e Nicoll (2000a), a sessão dos *grupos focados* é mais facilmente conduzida quando os participantes apresentam homogeneidade em certos aspectos, como nível cultural, faixa etária, sexo, posição econômica entre outros. Porém, é importante considerar se o resultado obtido pelo grupo reflete o pensamento da população. A não homogeneidade dos participantes, em alguns casos, é necessária para detectar a divergência de opiniões, para estimular a discussão e gerar um possível consenso. Porém, não há dúvida de que a homogeneidade de pensamento gera uma reunião mais fácil de ser conduzida.

## 4.3 Análise dos dados obtidos

Cada passo relatado de uma sessão de *grupos focados* deve obedecer um método sistemático para assegurar que a informação obtida seja confiável e válida (Beyea e Nicoll, 2000b). Quando os *grupos focados* são utilizados em pesquisas mais formais, deve ser dada muita atenção para o rigor analítico, o que nem sempre fica evidente na literatura sobre este tema (Kidd e Parshall, 2000).

Segundo Ribeiro (2001), a análise dos dados pode servir para completar um diagnóstico, para identificar ações a serem tomadas, para direcionar novos estudos, ou simplesmente para aprofundar o estudo. Após a coleta de dados, é feita a transcrição e a análise, onde se deverá considerar as palavras e os seus significados, o contexto em que foram colocadas as idéias, a consistência interna, a frequência e a extensão dos comentários, a especificidade das respostas, e a importância de identificar as grandes idéias (Beyea e Nicoll, 2000c, e Oliveira e Freitas, 1997).

Segundo Oliveira e Freitas (1998), as duas formas básicas e complementares de análise dos *grupos focados* são qualitativa ou resumo etnográfico e sistemática codificação através da análise de conteúdo. Na abordagem etnográfica são relevantes as citações diretas da discussão do grupo, enquanto que na análise de conteúdo é valorizada a descrição numérica dos dados. A semelhança dos *grupos focados* com outros métodos de pesquisa qualitativos fica mais evidente no relatório da pesquisa, em virtude da inexistência de regras rígidas para a sua

confeção. O relatório é composto por citações, resumos das discussões e tabelas, mapas ou esquemas, os quais contêm as informações básicas obtidas em cada um dos grandes tópicos da discussão.

Para Simon (1999), a falha mais comum após o planejamento, condução e a análise dos dados é que a informação gerada não é efetivamente utilizada. Para que isto não ocorra, deve-se achar uma maneira de transformar os resultados em ações concretas.

## 5 Conclusões

Realizar um estudo em *grupos focados* é uma das possíveis alternativas para reunir informações. De qualquer forma, é importante ter em mente que somente poderão ser obtidas informações úteis se o estudo for conduzido seguindo um método sistemático, que assegure confiabilidade e validade aos dados coletados. No caso de *grupos focados*, um bom planejamento e condução das sessões, seguido de uma análise criteriosa do que foi relatado, pode levar o cliente a obter os dados necessários para subsidiar a tomada de decisão.

As aplicações na engenharia de produção, conforme breves relatos acima, estão ocorrendo, embora mais lentamente que em outras áreas, como no marketing e na saúde. Observou-se que o método é utilizado com adaptações, principalmente no que se refere ao papel do moderador, número de sessões e transcrição das reuniões.

Na literatura consultada há poucos casos em que a única fonte de pesquisa seria utilizar os grupos focados. Observa-se que na maioria dos artigos há muita preocupação com a análise quantitativa dos dados. Segundo Ribeiro (2001), pesquisadores mais inclinados para o lado quantitativo podem sucumbir muito cedo a pressão de reduzir os seus dados a categorias numéricas ou variáveis, buscando maior credibilidade, em detrimento de um maior aprofundamento qualitativo do estudo. Os estudos em grupos focados, conduzidos ao longo de diversas sessões, permitem ao pesquisador ampla oportunidade de aprofundar a pesquisa. Em alguns casos eles irão fornecer acesso a questões complexas e inter-relacionadas, cujo entendimento não seria alcançado através de tabulações numéricas ou entrevistas isoladas.

## Referências

- BELMONTE, F.A.F. 1998. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Investigação e Análise dos Elementos de Satisfação e Motivação no Ambiente de Trabalho – Estudo de Caso no Setor Bancário. Escola de Engenharia, Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- BEYEA, S., NICOLL, L.H. 2000a. Learn more using focus group. *Association Of Operating Room Nurses Journal*, Denver, v.71, n.4, p.897-890.
- BEYEA, S., NICOLL, L.H. 2000b. Methods to conduct focus group and the moderator's rule. *Association Of Operating Room Nurses Journal*, Denver, v.71, n.5, p.1067-1068.
- BEYEA, S., NICOLL, L.H. 2000c. Collecting, analyzing, and interpreting focus data group. *Association Of Operating Room Nurses Journal*, Denver, v.71, n.6, p.1278-1283.
- CHURCHILL, Jr, G.A., NIELSEN, Jr.A.C. s/d. *Marketing Research, Methodological Foundations*. 6 ed. The Dryden Press, s.d. Cap.4, p.153 - 161: Research Design.
- ECHAVESTE, M.E.S. 1997. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Planejamento da Otimização Experimental de Processos Industriais. Escola de Engenharia, Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- GREENHALGH, T., TAYLOR, R. 1997. Papers go beyond numbers (qualitative research). *British Medical Journal*, London, v.315,n.7110, p.740-743.
- KIDD, P.S., PARSHALL, M.B. 2000. Getting the focus and the group: Enhancing analytical rigor in focus group research. *Qualitative Health Research*, Thousand Oaks, v.10, n.3, p.293-308.
- OLIVEIRA, M., FREITAS, H.M.R. 1998. Focus group - pesquisa qualitativa: resgatando a teoria, instrumentalizando o seu planejamento. *Revista de Administração*, São Paulo, v.33, n.3, p. 83-91.
- RIBEIRO, J.L.D. 2001. Técnicas para o tratamento de dados qualitativos. In: Ribeiro, J.L.D. & Nodari, C.T. *Tratamento de dados qualitativos: técnicas e aplicações*. FEENG, Porto Alegre, pp. 09-24.
- SIMON, J.S. 1999. How to conduct focus group. *Nonprofit World*, Madison, v.17, n.5, p.40-43.
- VAN DER LINDEN, J.C. S., GUIMARÃES, L.B.M., FOGLIATTO, F.S. Identificação de demanda ergonômica Estudos da influência da engenharia de... Silva; Silva & Silva 7

de usuários de escritórios informatizados. Submetido e aceito para o 4o Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (no prelo).

WOLCOTT, H.F. 1994. Transforming qualitative data: description, analysis, and interpretation. Thousand Oaks, USA, Sage Publication.