

5 Metodologia

Para efetuar o estudo, elaborou-se um questionário inspirado no teste S-TOFHLA (apêndice 1). Foram desenvolvidas 21 questões com palavras e expressões encontradas nas embalagens das marcas de lubrificantes pesquisadas. Procurou-se abranger, nas perguntas, as características básicas do produto e os apelos de Marketing encontrados nas embalagens. Foi realizado um teste prévio com 10 proprietários de veículos e com 6 frentistas para testar o grau de dificuldade das questões e validar o teste para a pesquisa.

5.1. Amostra

A amostra foi definida pelo critério de acessibilidade (Vergara, 2007). Foram validadas entrevistas de 31 frentistas de postos de gasolina das bandeiras Ipiranga, Shell, BR e Esso das cidades do Rio de Janeiro e Niterói, e de 35 proprietários de veículos residentes nas mesmas cidades.

5.2. Seleção de sujeitos

Os sujeitos da pesquisa foram frentistas de postos de gasolina, por estes venderem e manusearem lubrificantes em um importante canal de venda e proprietários de veículos em geral, por serem os compradores de óleos lubrificantes automotivos.

5.3. Coleta de dados

Os dados foram coletados por meio de uma pesquisa de campo. Elaborou-se um questionário inspirado no S-TOFHLA, como expressões contidas nas embalagens de seis marcas diferentes de lubrificantes automotivos. Foram feitas entrevistas em postos de gasolina com os frentistas, sempre com o entrevistador não permitindo que os respondentes copiassem as respostas uns dos outros. Foram feitas entrevistas também com proprietários de veículos em alguns locais, também com a presença do entrevistador e com os mesmos cuidados para evitar que os respondentes copiassem as respostas.

5.4. Limitações do método

O teste S-TOFHLA é um instrumento de avaliação de múltipla escolha. Os respondentes possuem quatro opções de resposta fornecidas no teste e possuem, no mínimo, 25% de chances de acerto caso não tenham idéia da resposta correta. Se utilizarmos outro método que não contemple um teste de múltipla escolha, para medir o nível de entendimento dos mesmos respondentes em relação à comunicação nas embalagens de lubrificantes, talvez os percentuais de acerto podem ser menores dos verificados no teste inspirado no S-TOFHLA.