

PROPOSTA DE MODELO DE PROTOCOLO PARA PESQUISA EM MARKETING BASEADA NOS PROTOCOLOS DAS CIÊNCIAS DA SAÚDE

PROPOSAL FOR A PROTOCOL MODEL FOR MARKETING RESEARCH BASED ON HEALTH SCIENCES PROTOCOLS

Francisco Carlos B dos Santos

PhD em Administração pela Universidade de São Paulo – USP

Professor do Mestrado Profissionalizante em Administração da Universidade Alves Faria (UNIALFA)

E-mail: fcarlos@usp.br

Tatiana Ferrara Barros

PhD em Administração pela Universidade de São Paulo – USP

Professora da Universidade Nove de Julho (UNINOVE)

E-mail: tatiferrara@hotmail.com

Recebido em 15/01/2023

Publicado em 12/01/2024

Resumo

A fim de garantir a ética na pesquisa em marketing, bem como a transparência sobre as etapas adotadas na pesquisa é necessário que o pesquisador elabore um protocolo de pesquisa. O protocolo permite o planejamento detalhado de todas as fases da pesquisa, bem como a submissão a um comitê de ética. Entretanto, nas pesquisas em marketing são utilizados apenas protocolos para pesquisas que utilizam como método o estudo de caso. Independentemente do método escolhido o protocolo pode melhorar a confiabilidade da pesquisa. Nas ciências da saúde o protocolo de pesquisa é utilizado para toda e qualquer estudo. Já na área de marketing não há um protocolo adequado que contemple os itens necessários para o desenvolvimento do estudo. Sendo assim, o presente trabalho propõe um modelo de protocolo de pesquisa para os estudos na área de marketing utilizando como base o protocolo utilizado nas ciências da saúde.

Palavras-chave: Ética; Protocolo de pesquisa; Pesquisa em Marketing.

Abstract

In order to ensure ethics in marketing research, as well as transparency about steps taken is necessary for researcher prepare a research protocol. The protocol allows detailed planning of all stages of research and submission to an ethics committee. Besides this, protocols in marketing research are only used for the method of case study. Regardless of the method chosen the protocol can improve the reliability of the research. In health sciences, the research protocol is used for any study. In marketing area there is not an appropriate protocol that includes the items for study. Thus, this paper proposes a research protocol model for studies in marketing using as base the protocol used in the health sciences.

Keywords: Ethics; Research protocol; Marketing Research.

Introdução

Os pesquisadores têm a obrigação de desenvolver pesquisas dentro de preceitos éticos, pois preservar o ser humano é mais importante que qualquer pesquisa. A preocupação ética das pesquisas com seres humanos nas ciências da saúde foi intensificada após a Segunda Guerra Mundial. Durante o nazismo diversas experiências cruéis foram realizadas com humanos e a partir daí viu-se a necessidade de construção de

diretrizes que norteariam as condutas éticas em pesquisas utilizando seres humanos (Ushmm.org, 2016).

Para que uma pesquisa seja ética é necessário que haja transparência e planejamento. Ou seja, o pesquisador deve deixar muito claro o porquê e como irá realizar a pesquisa. Além disso o planejamento prévio auxilia a realização da pesquisa. Sendo assim, o uso de um protocolo de pesquisa traz diversas vantagens para a academia como pesquisas mais éticas e transparentes, pois o protocolo pode ser submetido a um comitê de pesquisa. Ao efetuar o protocolo o pesquisador também irá planejar os detalhes da pesquisa, tornando-a mais confiável e prevendo os problemas que podem ocorrer ao longo da realização do estudo.

O protocolo de pesquisa é um recurso muito importante para aumentar a confiabilidade da pesquisa (Yin, 2015). Entretanto, nas pesquisas realizadas na área de marketing somente é utilizado um protocolo de pesquisa para os trabalhos que adotam como método o estudo de caso. O modelo de protocolo sugerido por Yin (2015) aborda o protocolo especificamente para utilização no estudo de caso, entretanto não se trata de um modelo amigável para uso e não contempla os demais métodos.

Devido a carência, a necessidade e a importância de um modelo de protocolo que pode ser utilizado para as pesquisas em marketing o objetivo do presente artigo foi propor um modelo de protocolo de pesquisa para a pesquisa em marketing, baseado no modelo utilizado nas ciências da saúde. Para isso foi efetuada uma busca, por meio de uma revisão sistemática da literatura, para a construção de um modelo de protocolo de pesquisa e em seguida a proposição de um modelo.

Fundamentação teórica

Ética

O termo ética é originado da palavra grega *éthos*. Pode ser interpretada como sendo costume, posteriormente traduzida para o latim como moral. Também pode ser interpretada como propriedades do caráter. A consciência moral tem origem principal na cultura e é o que faz os seres humanos distinguirem o certo do errado, o justo do injusto, o bom do mau e a partir deste juízo determinar sua conduta (Campos et al, 2002).

A questão ética é um tema analisado desde os primeiros filósofos gregos como Platão, Aristóteles, passando pela Idade Média como São Tomás de Aquino, até os dias atuais. Coube ao filósofo e jurista iluminista do século XVIII Jeremy Bentham, a construção de um sistema de filosofia moral, não meramente formal e especulativa, mas tendo como princípio a preocupação radical de alcançar uma escala de valores quantificável que fosse possível aplicar de forma prática. Assim, pode-se dizer que o “pai do utilitarismo” também é criador da deontologia, que diz respeito aos “deveres específicos do agir humano no campo profissional”, e da dicologia, que trata do “estudo dos direitos que a pessoa tem ao exercer suas atividades” (Leite Rodrigues, 2012).

A deontologia pode ser entendida como uma ética normativa baseada em códigos de conduta, códigos de princípios, e geralmente, nos chamados códigos de ética profissional. Desta forma, cada profissão, ofício ou âmbito determinado pode ter a sua própria deontologia, que indica qual é o dever de cada pessoa (Gerreiro, Schimidt, & Zicker, 2008). Immanuel Kant também contribuiu no desenvolvimento da deontologia, uma vez que a dividiu em dois conceitos: razão prática e liberdade. Para Kant, agir por

dever é a maneira de dar à ação o seu valor moral; e por sua vez, a perfeição moral só pode ser atingida por uma livre vontade.

Ao estudo dos problemas éticos e dimensões morais das ciências da vida e atenção à saúde dá-se o nome de bioética (Reich, 1995). As preocupações éticas relacionadas às pesquisas em seres humanos se sedimentaram principalmente após o fim da Segunda Guerra Mundial em virtude das experiências com seres humanos realizadas pelos nazistas.

Estas experiências, consideradas cruéis e desumanas, provocaram sequelas ou até a morte das “cobaías”, geralmente ciganos e judeus, sendo que as mesmas eram divididas pelos nazistas em três categorias: as que facilitavam a sobrevivência de militares, geralmente relacionadas à resistência a altitude e pressão; a segunda categoria estava relacionada com o teste de medicamentos para a cura de doenças como malária, tuberculose, febre tifoide, febre amarela e a hepatite infecciosa, inoculando os prisioneiros com as doenças e testando tratamentos, bem como teste de antídotos para gases tóxicos; a terceira categoria era de experiências relacionadas a princípios raciais e ideológicos envolvendo a esterilização humana (Ushmm.org, 2016).

Com o fim da Segunda Guerra deu-se início aos processos contra os crimes de guerra que foram realizados no Tribunal de Nuremberg. Dos doze processos o primeiro deles deu-se contra os médicos sobre o envolvimento em experiências com seres humanos. Apesar de toda a reflexão de filósofos sobre as questões éticas desde Sócrates, não havia até o final da guerra, um documento oficial que obrigasse a humanidade a seguir os preceitos éticos. Esse argumento foi utilizado pelo advogado de defesa dos médicos. Sendo assim, para dar legitimidade ao processo, foi proposto um código relacionando diretrizes éticas em pesquisas com seres humanos, conhecido como Código de Nuremberg (Ushmm.org, 2016).

O Código de Nuremberg (2006) conta com dez princípios éticos para a pesquisa envolvendo seres humanos, são eles:

“1. O consentimento voluntário do ser humano é absolutamente essencial”. Isso significa que a pessoa envolvida deve ser legalmente capacitada para dar o seu consentimento; tal pessoa deve exercer o seu direito livre de escolha, sem intervenção de qualquer desses elementos: força, fraude, mentira, coação, astúcia ou outra forma de restrição ou coerção posterior; e deve ter conhecimento e compreensão suficientes do assunto em questão para tomar sua decisão. Esse último aspecto requer que sejam explicadas à pessoa a natureza, duração e propósito do experimento; os métodos que o conduzirão; as inconveniências e riscos esperados; os eventuais efeitos que o experimento possa ter sobre a saúde do participante. O dever e a responsabilidade de garantir a qualidade do consentimento recaem sobre o pesquisador que inicia, dirige ou gerencia o experimento. São deveres e responsabilidades que não podem ser delegados a outrem impunemente.

2. O experimento deve ser tal que produza resultados vantajosos para a sociedade, os quais não possam ser buscados por outros métodos de estudo, e não devem ser feitos casuística e desnecessariamente.

3. O experimento deve ser baseado em resultados de experimentação animal e no conhecimento da evolução da doença ou outros problemas em estudo, e os resultados conhecidos previamente devem justificar a experimentação.

4. O experimento deve ser conduzido de maneira a evitar todo o sofrimento e danos desnecessários, físicos ou mentais.

5. Nenhum experimento deve ser conduzido quando existirem razões para acreditar numa possível morte ou invalidez permanente; exceto, talvez, no caso de o próprio médico pesquisador se submeter ao experimento.
6. O grau de risco aceitável deve ser limitado pela importância humanitária do problema que o pesquisador se propõe resolver.
7. Devem ser tomados cuidados especiais para proteger o participante do experimento de qualquer possibilidade, mesmo remota, de dano, invalidez ou morte.
8. O experimento deve ser conduzido apenas por pessoas cientificamente qualificadas. Deve ser exigido o maior grau possível de cuidado e habilidade, em todos os estágios, daqueles que conduzem e gerenciam o experimento.
9. Durante o curso do experimento, o participante deve ter plena liberdade de se retirar, caso ele sinta que há possibilidade de algum dano com a sua continuidade.
10. Durante o curso do experimento, o pesquisador deve estar preparado para suspender os procedimentos em qualquer estágio, se ele tiver razoáveis motivos para acreditar que a continuação do experimento causará provável dano, invalidez ou morte para o participante.”

Nota-se que durante as experiências realizadas não havia um método científico no qual se embasassem tais pesquisas e, por este motivo, eram consideradas experiências e não experimentos. Além disso, não havia o consentimento por parte dos pesquisados. A partir de então as ciências da vida e da saúde tem se preocupado em desenvolver o campo da bioética e, para isso a realização de uma pesquisa científica nessas áreas está condicionada à preparação de um protocolo de pesquisa que é submetido previamente a um Comitê de Ética, responsável por avaliar as questões éticas relacionadas à pesquisa. O pesquisado também deve assinar um termo de consentimento de participação voluntária na pesquisa, chamado de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Qualquer pesquisa que envolve direta e/ou indiretamente o elemento humano, não importando em que área do conhecimento, é sujeito às imprevisibilidades e, por conseguinte, às consequências advindas da investigação em si. Na área de saúde, o tema envolvendo a bioética já é bem desenvolvido e, muito abordado em pesquisas que envolvem seres humanos. Porém, a discussão e a reflexão sobre ética na pesquisa científica não é tão aprofundada em outras áreas das ciências, tais como as ciências sociais. Portanto, um código deontológico para a área de Administração, em específico, para pesquisas científicas que envolvam o campo é de fundamental importância no debate acadêmico.

Praticamente era inexistente no Brasil até 1988, a preocupação dos aspectos éticos em pesquisa no âmbito institucional. O pesquisador era o próprio juiz que adequava à ética à sua pesquisa. Não havia um comitê ético que dirimisse questões que envolvessem pesquisas associadas aos seres humanos em nenhuma instância institucional. Sendo assim, pode-se dizer que a sociedade brasileira é quem concedia licença total a seus cientistas para experimentar e pesquisar em seres humanos as formas que julgassem apropriadas ou necessárias.

A primeira diretriz brasileira voltada à normatização da ética na pesquisa com seres humanos foi a Resolução nº 1/1988¹, do Conselho Nacional de Saúde (CNS), órgão

¹ http://conselho.saude.gov.br/resolucoes/reso_88.htm

ligado ao Ministério da Saúde (MS), e representou um importante avanço na criação de uma legislação adequada.

As ciências biomédicas procuraram criar neste âmbito institucional um conjunto de elementos baseados em: expertise (competências e conhecimentos técnicos específicos da área), credenciamento (escolas ou colégios que autorizam a entrada de novos membros no exercício da profissão) e da autonomia (reivindicação do controle e do modo como realizar o seu trabalho); criando um código de deontologia que acabou por avançar em outras áreas do conhecimento que envolvia também pesquisas com seres humanos, sejam do ponto de vista de saúde, sociológico ou econômico (Saúde, Coelho, & Guerriero, 2006).

Segundo Minayo apud (Gerreiro et al., 2008), este avanço da medicina, no aspecto deontológico, em outras áreas não correlatas gerou e ainda gera atritos, que a seu ver seriam desnecessários, principalmente porque acabou por transformar a ética em sinônimos de procedimentos éticos, principalmente após a promulgação da Resolução 196 do Conselho Nacional de Saúde (CNS), que procurou incorporar sob a ótica do indivíduo e das coletividades, os quatro referenciais básicos da bioética: autonomia, não maleficência, beneficência e justiça, assegurando os direitos e deveres que dizem respeito à comunidade científica, aos sujeitos da pesquisa e ao Estado e estendeu o conceito de ética em pesquisa social, sobretudo quanto à pesquisa antropológica.

Minayo apud (Gerreiro et al., 2008), afirma que:

“Dois pontos interessantes podem ser assinalados nessa história: todos os pesquisadores das áreas sociais e humanas, inseridos em ensino e pesquisa em saúde são obrigados a apresentar seus projetos para os Comitês de Ética que se criaram obrigatoriamente em todas as instituições que fazem investigação e formação no setor. No entanto, os cientistas sociais e das áreas de humanidades em geral — todos eles fazendo pesquisa com populações ou indivíduos — continuam isentos da Resolução 196², ou porque se rebelaram, recusando a se submeter aos códigos da medicina ou porque consideram a Resolução inadequada para regular suas práticas.

Um segundo ponto relevante é que a inquietação gerada pela Resolução acabou por incitar as áreas disciplinares sociais e humanas a criarem seus códigos próprios, o que traz uma contribuição muito positiva também porque, geralmente, esses documentos são aprovados em Congressos das categorias, portanto, passando por discussões coletivas” (Gerreiro et al., 2008, p.16).

As ciências médicas acabaram por criar uma espinha dorsal única baseada na bioética, que guiou, mas ao mesmo tempo engessou a criação de um código de ética mais adequado às demais áreas do conhecimento. Desta forma, a formação dos Comitês de Ética acabou por se tornar apenas uma obrigação institucional.

O aspecto ético acaba sendo um alicerce fundamental na criação de boas práticas de pesquisa em marketing. Porém, dado que o elemento humano é o cerne da pesquisa, há uma zona de turgescência na definição das variáveis a serem analisadas, como por exemplo, percepção, comportamento, e assim por diante, o que torna o processo de aquisição do conhecimento, uma tarefa que envolve a interação e até certo ponto o relacionamento entre o pesquisador e o pesquisado.

² http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/cns/1996/res0196_10_10_1996.html

As relações entre a ética e as pesquisas principalmente qualitativas permitem uma grande gama de abordagens, que deriva da riqueza e da diversidade de métodos que são essência às suas práticas. Embora o conceito de ética seja até certo ponto bem definido em pesquisas (principalmente nas ciências da saúde), há a necessidade da criação de um ponto de partida nas metodologias voltadas para a análise qualitativa em marketing.

Há ainda um aspecto fundamental a ser analisado sob o ponto de vista da pesquisa qualitativa em marketing que é a intersecção entre a ética e a subjetividade. Quando são feitas pesquisas como, por exemplo, *Mystery Shopper*, Observação ou mesmo Grupo de Foco, onde o pesquisado não é informado que está sendo analisado ou que está participando de uma pesquisa, o pesquisador pode ser levado a ter percepções subjetivas sobre o comportamento, bem como induzir certos comportamentos, que do ponto de vista ético pode ser questionado pelo pesquisado.

Segundo Emmanuel Levinas, filósofo francês contemporâneo, a ética é o respeito pela alteridade. Onde a alteridade é um conceito que se traduz na ética como a filosofia primeira, e esta, por conseguinte, é a responsabilidade incondicional e irrecusável pelo outro (pessoa), mas também por todos os outros (sociedade), rompendo assim com o egoísmo. Em última instância é uma forma de pensar, quase que judaico-cristã, que busca uma forma mais humana de se viver em sociedade, onde cada um deve ter responsabilidade pelo próximo (Carrara, 2012).

Se excluirmos, mesmo que não se consiga os aspectos subjetivos da pesquisa, a questão ética acaba por si só sendo também excluída. Assim, os aspectos éticos levam em consideração a subjetividade, ou seja, uma não está inteiramente dissociada da outra.

No campo da Administração em geral, a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD), criou em 2010, um manual de boas práticas voltado para a publicação científica, onde foram apresentadas algumas diretrizes que permitiriam nortear os autores, revisores e integrantes de corpos editoriais de periódicos do ponto de vista de práticas éticas. Este documento tem caráter apenas de guia e não normativo (Leite Rodrigues, 2012).

Portanto um Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) na área de Administração é de fundamental importância para a proteção dos participantes em pesquisas e não da proteção da instituição em si, uma vez que a própria instituição pode ser pensada, em termos de entender como adequadas as pesquisas que se orientam pelos pressupostos éticos, por ela estabelecidos, dentro do código de deontologia, sendo revista de tempos em tempos, a luz do avanço no conhecimento e dos preceitos éticos.

A formação de um CEP na área de Administração, que avalie pesquisas em campo, portanto, é fundamental para a consolidação e validação das próprias pesquisas. A criação deste comitê e, por conseguinte do Código de Ética pode ser constituída através de professores, alunos de pós-graduação e a sociedade, procurando responder as seguintes questões propostas na tese de doutorado de Ana Patrícia Leite Rodrigues (Leite Rodrigues, 2012), como um guia para a construção deste código de ética:

1. O que os pesquisadores em Administração percebem ser conduta ética e má conduta no processo de pesquisa?
2. Que dilemas éticos os pesquisadores em Administração enfrentam no desenvolvimento das atividades de pesquisa?

3. Os pesquisadores que atuam na área da Administração conhecem, consideram e refletem sobre os princípios, diretrizes e parâmetros éticos existentes?
4. Os pesquisadores em Administração consideram seus valores pessoais e morais e/ou os princípios e parâmetros éticos na tomada de decisão sobre questões e dilemas éticos nas atividades de pesquisa?
5. Os pesquisadores em Administração acreditam que é necessária a orientação ou normatização sobre ética na pesquisa científica no campo da Administração?

As respostas às questões acima propostas devem chegar a um código de conduta que expresse na sua essência valores universais na relação profissional (pesquisador) que envolvam a igualdade, o altruísmo, a solidariedade, a liberdade responsável, a verdade, a justiça, a competência e o aperfeiçoamento profissional e onde a travessia pela norma deverá ter ligação com os princípios orientadores baseados no respeito pelos direitos humanos (centrado no outro – alteridade), responsabilidade (inerentes ao papel assumido perante a sociedade) e voltados para a excelência no exercício da profissão (ensino, pesquisa e divulgação).

Portanto, um processo de pesquisa exige a necessidade de um controle externo, que passa a ser analisado através de comitês de ética independentes. Para isso é necessário primeiramente a discussão sobre o uso de protocolos de pesquisa. Sendo assim, no próximo tópico será discutido o modelo de protocolo utilizado para as pesquisas com seres humanos.

Protocolos de pesquisa nas ciências da saúde

Com base no histórico apresentado sobre a bioética é possível entendermos a importância do método científico e dos cuidados para a proteção dos sujeitos pesquisados. A bioética se preocupa com os seguintes fundamentos: a não maleficência, a beneficência, a autonomia e a justiça (Sakamoto, 2011).

Na prática, para realizar pesquisas que incorporem estes fundamentos nas ciências da saúde utiliza-se o protocolo de pesquisa. O protocolo é o primeiro item a ser elaborado antes da realização da pesquisa e deve funcionar como um guia para a pesquisa e para o pesquisador. Após a elaboração, o protocolo deve ser submetido a um Comitê de Ética em pesquisa que avaliará as condições da pesquisa, aprovando-a ou solicitando alterações. Estes comitês devem ser constituídos pelas universidades e devem ainda ser específicos para cada área. Harries et al (1993) comenta sobre a criação de comitês de ética e protocolos de pesquisa padronizados.

Uma questão interessante para discussão é a diferença entre as pesquisas com seres humanos e pesquisas em seres humanos. A pesquisa em seres humanos é aquela em que há uma intervenção, neste caso o ser humano é colocado como uma cobaia. Já as pesquisas com seres humanos são mais utilizadas nas ciências sociais e o ser humano passa a ser um ator da pesquisa ou também chamado de sujeito de interlocução (Oliveira, 2004).

No Brasil a pesquisa envolvendo seres humanos é regulamentada pela Resolução do Conselho Nacional de Saúde nº 196 de 1996. Esta legislação define o protocolo como sendo um “Documento contemplando a descrição da pesquisa em seus aspectos fundamentais, informações relativas ao sujeito da pesquisa, à qualificação dos

pesquisadores e à todas as instâncias responsáveis” (Brasil, 1996). Esta mesma legislação ainda define que a pesquisa envolvendo seres humanos é “pesquisa que, individual ou coletivamente, envolva o ser humano, de forma direta ou indireta, em sua totalidade ou partes dele, incluindo o manejo de informações ou materiais.” (Brasil, 1996).

Sendo assim, nota-se que não se restringe a área da saúde, pois grande parte das pesquisas na área de marketing utiliza como sujeito seres humanos, seja ele como um consumidor ou como um funcionário de uma empresa. A pesquisa que envolve seres humanos pode ser um estudo com seres humanos ou em seres humanos. Dessa forma, é possível utilizar como base o protocolo estipulado pela legislação, adaptando-o à peculiaridades das pesquisas em marketing. Portanto, no item subsequente será apresentado um modelo de protocolo para a pesquisa em marketing.

Um modelo de protocolo para pesquisa em marketing

O modelo sugerido foi efetuado com base no estipulado na legislação (Brasil, 1996) e também levando em consideração o protocolo de pesquisa para estudo de caso proposto por Yin (2015). É proposto o seguinte modelo de protocolo para as pesquisas em marketing:

- 1- Título do projeto;
- 2- Nome, telefone e endereço para correspondência e link do currículo lattes do pesquisador responsável e dos demais pesquisadores. Este item facilita o contato com os pesquisadores quando é efetuada a submissão ao comitê de ética.
- 3- Descrição do objetivo da pesquisa.
- 4- Justificativa da pesquisa: antecedentes científicos e dados que justifiquem a pesquisa.
- 5- Descrição dos procedimentos para coleta de dados.
 - a. Materiais utilizados. Recursos de fotos, figuras ou vídeos que serão utilizados durante a coleta, bem como gravadores, câmeras para gravação de vídeos e outros recursos utilizados durante a coleta;
 - b. Procedimentos pré-coleta. Descrever as etapas que antecederão a coleta de dados como o contato com os participantes, o envio de termo de consentimento livre e esclarecido e estabelecimento de data e local para realização da coleta;
 - c. Preparação do pesquisador anterior ao trabalho de campo. Descrever quais as informações serão necessárias que o pesquisador obtenha antes da coleta de dados, como por exemplo, informações sobre a empresa.
 - d. Descrição das fontes de dados. Exemplo: entrevistas, observações, documentos.
- 6- Informações relativas ao sujeito da pesquisa:
 - a. Descrever as características das empresas a serem pesquisadas;
 - b. Descrever as características da população alvo a serem pesquisadas;
 - c. Expor as razões caso ocorra utilização de grupos vulneráveis, como crianças ou deficientes;
 - d. Descrever os planos para o recrutamento de indivíduos e os procedimentos a serem seguidos. Fornecer critérios de inclusão e exclusão dos sujeitos.
- 7- Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE. As empresas e os indivíduos ou seus representantes legais devem manifestar a sua anuência à participação na pesquisa. Além do consentimento as empresas e indivíduos participantes devem ser esclarecidos com relação à justificativa, os objetivos e os

procedimentos que serão utilizados na pesquisa; a liberdade de recusar a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa; e a garantia do sigilo assegurando a privacidade dos sujeitos quanto aos dados confidenciais envolvidos na pesquisa:

- a. Das empresas;
 - b. Das pessoas envolvidas ou responsáveis legais caso ocorra a utilização de grupos vulneráveis.
- 8- Roteiro de entrevista, observação ou questionário.
 - 9- Descrição dos procedimentos para análise de dados:
 - a. Número da licença do software. Caso tenha utilizado um software é interessante apresentar o número da licença para garantir que este programa foi adquirido de forma lícita.
 - 10- Descrição dos resultados esperados.
 - 11- Cronograma da pesquisa.
 - 12- Local onde será realizada a pesquisa.
 - 13- Orçamento detalhado da pesquisa: recursos, fontes e destinação, bem como a forma e o valor da remuneração do pesquisador.
 - 14- Declaração de que os resultados da pesquisa serão tornados públicos, sejam eles favoráveis ou não.

Discussão

O presente trabalho teve como objetivo apresentar um modelo de protocolo de pesquisa que seja mais adequado para o uso nas pesquisas em administração de empresas, mais especificamente, na área de marketing. A contribuição teórica está relacionada a futuras pesquisas que podem utilizar o modelo de protocolo proposto como base para o desenvolvimento das pesquisas, independentemente do método escolhido.

O avanço da ciência ocorre de maneira sistemática e a sistematização depende de processos bem estabelecidos e detalhados, possibilitando a replicação do estudo. Sendo assim, o uso de protocolo de pesquisa é fundamental para garantir a ética da pesquisa, bem como para assegurar os critérios de validade e confiabilidade.

O protocolo auxilia o pesquisador a planejar os detalhes de sua pesquisa e garante ainda transparência em relação as etapas utilizadas para coleta e análise dos dados. Isso permite que ao analisar uma pesquisa seja possível saber o que foi efetuado antes, durante e depois do estudo. Outra contribuição do protocolo é o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) que demonstra a anuência das empresas e das pessoas em participar da pesquisa.

Pesquisas futuras podem sugerir melhorias, inclusões e alterações neste protocolo proposto a fim de criar um padrão de protocolo para as pesquisas realizadas na área de marketing.

Referências Bibliográficas

Brasil (1996). Conselho Nacional de Saúde. RESOLUÇÃO Nº 196, de 10 de outubro de 1996. Aprovar as seguintes diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos

Camargo, M. (1999). Fundamentos de ética geral e profissional. Petrópolis : Vozes.

Campos, M., Greik, M., & Do Vale, T. (2002). História da ética. Cientefico, 2, 1-11.

- Carrara, O. V. (2012). Ética e Ontologia em Emmanuel Lévinas. *Revista Estudos Filosóficos*, no 8/2012.
- Código de Nuremberg. (2006). Tribunal Internacional de Nuremberg, 1947. Brasil; Ministério da Saúde, Conselho Nacional de Saúde. Capacitação para Comitês de Ética em Pesquisa. Brasília: Ministério da Saúde.
- Gerreiro, I. C. Z., Schmitz, M. L. S., & Zicker, F. (2008). Ética nas Pesquisas em Ciências Humanas e Sociais na Saúde. (ADERALDO & ROTHSCHILD, Ed.) (1st ed.). São Paulo: ADERALDO & ROTHSCHILD.
- Harries, U. J., Fentem, P. H., Tuxworth, W., & Hoinville, G. W. (1993). Local research ethics committees. Widely differing responses to a national survey protocol. *Journal of the Royal College of Physicians of London*, 28(2), 150-154.
- Oliveira, L. R. C. (2004). Pesquisas em versus pesquisas com seres humanos. *Antropologia e ética: o debate atual no Brasil*, 33.
- Leite Rodrigues, A. P. (2012). Ética na pesquisa em administração. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
- Nunes, L. (2008). 10 Anos de Deontologia Profissional em Enfermagem. Publicado Em *Revista Da Ordem Dos Enfermeiros*, 31, 35-47.
- Orb, A., Eisenhauer, L., & Wynaden, D. (2001). Ethics in Qualitative Research. *Journal of Nursing Scholarship*, (1994), 1994-1997.
- Saúde, Q. E. M., Coelho, I., & Guerriero, Z. (2006). Aspectos éticos das pesquisas qualitativas em saúde.
- Sakamoto, B. A. M (2011). Os fundamentos da bioética. *Revista Pesquisa em Foco: Educação e Filosofia*. Volume 4, Número 4, Ano 4, Julho.
- Reich WT (1995). *Encyclopedia of Bioethics*. 2nd ed. New York; MacMillan, 1995:XXI.
- Ushmm.org, (2016) Site da United States Holocaust Memorial Museum. Disponível em: https://www.ushmm.org/wlc/ptbr/media_ph.php?ModuleId=10007271&MediaId=630
Acesso em: 01/05/2016.
- Yin, R. (2015). *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. 5ed. Porto Alegre: Bookman.