FUNDAMENTOS E APLICAÇÃO DO MÉTODO DELPHI

Fernanda Andrade

Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal

fernanda.andrade@esce.ips.pt

Palavras-chave: Método Delphi, Vantagens e Aplicação

Resumo

O método Delphi aplica-se para efetuar previsões, conhecer percepções sobre situações futuras, obter ou completar informação sobre um tema pouco conhecido ou complexo, podendo facilitar o processo de tomada de decisão. É também cada vez mais utilizado em investigação académica e científica, sobretudo se existe pouca informação numa determinada área. A operacionalização técnica inclui várias fases e fundamenta-se nos princípios essenciais da metodologia qualitativa e quantitativa. Na fase inicial define-se o problema a estudar, forma-se um painel de peritos e elabora-se um primeiro questionário. Na fase seguinte enviam-se e recebem-se os questionários, após o qual se procede ao respetivo tratamento estatístico. A informação obtida reenvia-se aos diferentes membros do painel pedindo-lhes que considerem estas suas respostas e respondam de novo. O processo repete-se até que se consiga consenso ou pelo menos um grau muito elevado de homogeneidade, só nesse caso se elabora a síntese dos resultados. Em todo o processo, é necessário manter o anonimato entre os diferentes membros do painel, cujo número é aconselhável que se situe entre um mínimo de 7 e um máximo de 30. Trata-se portanto de uma metodologia que apresenta vantagens importantes, já que a estrutura funcional permite analisar várias opiniões e reflexões num determinado momento, sem ser necessário reunir as pessoas, evitando portanto as distorções da interação presencial. Além disso, não se perdem as vantagens de técnicas similares, a originalidade, a criatividade, a reflexão e o interesse. O estudo efetuado que se apresenta sobre a retenção de clientes e os bons resultados conseguidos explicitam o modo de utilização e as vantagens deste método.

Referências bibliográficas

Gutiérrez, J. A. T., Casielles, R. V., y Acebrón, L. B. (2005). *Investigación de mercados: Método de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing*. Madrid: Paraninfo.