

3

Metodologia

3.1

Tipo de Pesquisa

Esta pesquisa pode ser classificada descritiva – pois busca identificar as características de determinado fenômeno ou população, no caso a população dos proprietários e funcionários do Tex Mex não tendo compromisso de explicar os fenômenos que descreve, mas pode servir de base para esta explicação.

Ela utilizou os seguintes meios para coleta de dados:

- Bibliográfico: a fundamentação teórica do trabalho foi realizada uma investigação sobre cultura organizacional, cultura de empresas familiares, gerenciamento de competências estratégicas; profissionalização, com o uso de material acessível ao público em geral, tais como: livros, teses, dissertações e artigos;
- Documental: baseado documentos internos da empresa foco de estudo;
- Telematizada: através de consultas via internet para buscar mais dados secundários referentes ao setor da análise;
- Pesquisa de campo: baseada em dados primários, obtidos através de entrevistas semi-estruturadas aplicadas aos proprietários e funcionários do Tex Mex e observação participativa (investigação empírica) da pesquisadora realizada dentro do ambiente do Tex Mex.

3.1.1

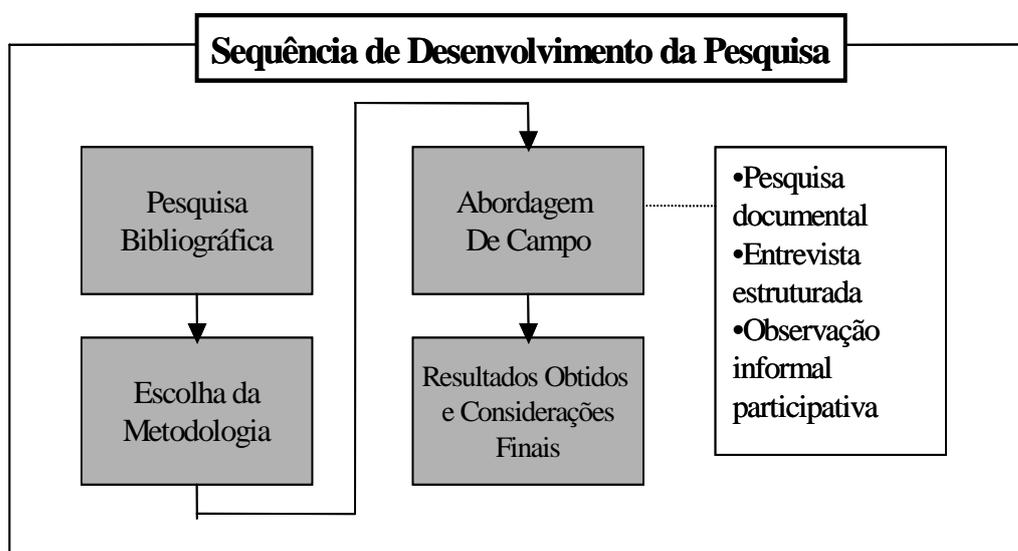
Descrição das Etapas da Pesquisa

A seqüência do desenvolvimento da pesquisa está resumido no fluxograma a seguir:

3.1.2

Seleção dos Sujeitos

O Universo da pesquisa é uma pequena empresa familiar no ramo de Restaurantes de comida Tex Mex, na capital do Rio de Janeiro, Brasil, cuja propriedade é de três dos quatro irmãos da família Silva, onde a mãe e as esposas de dois dos irmãos trabalham como funcionárias no negócio, apesar de somente uma esposa (a pesquisadora) ser acionista de duas das quatro lojas na empresa.



A empresa analisada é o Restaurante com o nome fantasia “Tex Mex” fundado e gerenciado completamente pela “família Silva” (nome da família não é real).

Para as seis entrevistas foram selecionados todos os membros da família Silva, que trabalham ou são sócios na mesma. Algumas perguntas foram modificadas para ajustar essa diferença de vínculo empregatício. As entrevistas foram realizadas em outubro de 2006.

Não podemos generalizar dados desta empresa para todo setor nem tampouco para “todas” pequenas empresas familiares. O intuito desse estudo é de explorar um caso particular e específico, quem tem características bem interessantes e particulares, que podem auxiliar a compreensão de cultura organizacional de uma pequena empresa familiar, e da gestão da mesma (Santos & Tomei, 2004) .

3.1.3

Roteiro das entrevistas

OUTUBRO DE 2006

Fundadores, (sócios e irmãos) cunhada e mãe

TÓPICO 1 - PLANEJAMENTO DA EMPRESA

No começo do Tex Mex, qual seria a sua área de atuação?

Você tinha experiência prévia no ramo, na sua área de atuação?

Quando você começou a trabalhar no Tex Mex? (pergunta para funcionários)

Porque?

Para que você foi contratado?

O que você acha que deve ser feito?

Como?

Quando?

Quais eram os objetivos para o ano de 2005?

Foram alcançados?

Quais eram os objetivos para 2006?

Foram alcançados?

Quais são os objetivos para 2007 e 2008?

TÓPICO 2 - VISÃO

Quando o Tex Mex começou, como era?

Era como você imaginava? Descreva

Como você visualiza o Tex Mex daqui a 1 ano?

O que você acha do Tex Mex hoje? Descreva.

TÓPICO 3 – MUDANÇA ORGANIZACIONAL

Se você pudesse mudar as coisas no Tex Mex o que você mudaria?

Porque?

Você acha que seus sócios topariam?

Caso não, porque?

TÓPICO 4 – BARREIRAS DE PROFISSIONALIZAÇÃO

Você acha que existe uma barreira de profissionalização no Tex Mex?

Porque?

TÓPICO 5 – CULTURA ORGANIZACIONAL

Você acha que o Tex Mex é uma extensão da sua casa?

Porque?

O que você mais gosta no Tex Mex?

O que você menos gosta no Tex Mex?

3.1.4

Tratamento dos Dados

Todos os dados coletados foram considerados sob o aspecto qualitativo, sem a inclusão de categorização, a partir da análise em profundidade das entrevistas comparadas com os questionários e dados secundários.

3.1.5

Limitações do Método

O Tex Mex foi a empresa escolhida como foco de estudo nesta pesquisa; porém, existem outras pequenas empresas familiares atuantes no setor de Restaurantes no Rio de Janeiro. As generalizações não podem ser feitas de forma aleatória como prevê o método de estudo de caso; porém, a pesquisa possibilita revelar particularidades da instituição examinada que, muitas vezes, podem ser reveladoras para o fenômeno estudado. Segundo Yin (2001), o objetivo de um estudo de caso é fazer uma análise “generalizante” e não “particularizante”. Portanto os estudos de caso, da mesma forma que os experimentos, são generalizáveis a proposições teóricas e não a populações e universos.

Por se tratar de uma pesquisa feita por um investigador oriundo da organização, e com vínculos familiares, existe uma facilidade em compreender a visão nativa dos membros e no acesso a informações sensíveis. Por outro lado, esta posição não permite o contraste da visão “aculturada” dos membros da organização em relação à visão parcialmente isenta da pesquisadora. A pesquisadora possui seus próprios valores, crenças e idéias que são confrontados com os valores da organização.

Quanto à fase das entrevistas, é preciso compreender o papel da pesquisadora. A pesquisadora como entrevistadora tem uma função dupla, a de extrair informações dentro de características de neutralidade, de sinceridade do respondente, e a de interpretar os dados que coleta. Mesmo que a função de interpretação não se realize simultaneamente, o isolamento da fase interpretativa para o momento pós-entrevista não acontece totalmente. A comunicação pressupõe a interação e a entrevistadora interage como cientista e como indivíduo

– funções inseparáveis. É preciso cuidado, porém às vezes impossível que a entrevistadora cause a indução das respostas ou a reação transparente ao entrevistado, de modo a não influenciar suas informações.

Outro aspecto ao qual o método está limitado diz respeito à seleção dos entrevistados já que a metodologia utilizada restringe a possibilidade de se trabalhar com um número muito grande de sujeitos, ainda que o acesso a um número maior pudesse ser mais produtivo a fim de se obter mais informações para a investigação.

É importante considerar também como limitação que os entrevistados nem sempre fornecem respostas verdadeiras, isto é, o que realmente pensam ou que reflitam as suas opiniões reais, principalmente por conta do vínculo familiar da entrevistadora com os sujeitos. Além disso, a pesquisa de campo está relacionada com a percepção dos entrevistados, sejam eles donos ou familiares. Seu grau de discernimento, de compreensão da realidade e das perguntas e a forma de comunicação de que se utilizaram podem ter dado margem a distorções e a problemas ligados ao entendimento incorreto, por parte da pesquisadora, dos conceitos passados nas respostas.

Ainda em termos da coleta de dados a principal limitação está na dificuldade de se recolher todas as respostas desejadas.

Outra limitação que pode ser identificada diz respeito à interpretação dos itens do questionário. Mesmo considerando que o questionário foi pilotado antes de sua aplicação, a interpretação de seus itens também pôde acarretar desvios nos resultados além de uma limitação de resposta em relação ao definido pela pesquisadora.

Neste sentido, existem as limitações inerentes à própria metodologia empregada, uma vez que a abordagem qualitativa está sujeita às interpretações da pesquisadora. Entretanto, a consciência do rigor metodológico, que busca o distanciamento do objeto de estudo e isenção de preconceitos, procurou contrabalançar esta limitação. Ainda sobre isso, há a ligação da pesquisadora com a empresa em análise, bem como com os respondentes, que pode ter inibido os mesmos a apresentarem todos os fatores relevantes.

Vale destacar que, apesar das limitações apresentadas inerentes ao estudo, o método foi capaz de capturar a realidade da empresa foco de estudo e compreender a mudança cultural.

YIN (1996) ainda menciona uma última limitação, oriunda da metodologia de um estudo de caso único, que seria a vulnerabilidade potencial deste tipo de pesquisa acabar não sendo o caso que se imaginava que fosse de início, não tendo as características que se julgavam necessárias para que ele seja suficiente por si só.

Por último, uma limitação importante se deve ao fato do estudo ser referente a um período muito curto de análise. O estudo em questão concentrou-se no período 2003-2006, sendo 2003, o ano que a empresa iniciou o processo de profissionalização até o presente. Este período foi escolhido por revelar o início do processo de mudança cultural e por ser acessível à pesquisadora.

3.2

Estudo de caso

Este projeto foi desenvolvido segundo a metodologia de estudo de caso único. Para a escolha de tal metodologia, Yin (1996) sugere a análise de três fatores: o tipo de problema a ser resolvido, o controle que a pesquisadora possui sobre os acontecimentos e o grau de foco em eventos contemporâneos em contraste com eventos históricos.

Com relação ao primeiro ponto e conforme abordado anteriormente, o tipo de pesquisa deste trabalho é exploratório com nuances descritivas e explicativas, tentando responder como as diversas características da cultura organizacional do Tex Mex e sua evolução influenciaram no seu desempenho.

Sendo mais relevante então a forma como as principais características culturais da organização (o fenômeno em tela) ocorreram ao longo do período analisado do que generalizações estatísticas a respeito do fato, o estudo de caso parece ser mais apropriado.

Sobre o segundo ponto mencionado por Yin (1996), o controle sobre tais fenômenos por parte da pesquisadora é muito pequeno, não podendo interferir diretamente nas decisões das mudanças focadas no trabalho.

Yin (1996) destaca três situações nas quais um estudo de caso único é mais apropriado:

- quando representa o caso decisivo no que tange testar-se uma teoria bem formulada, dado que é necessário um caso único, que satisfaça todas as condições para se confirmar, contestar ou estender uma teoria;
- quando lida com um caso revelador, tendo a pesquisadora a oportunidade única de analisar um fenômeno até então inacessível.

Esta pesquisa trata de um fenômeno enquadrável no segundo item. O Tex Mex, que é uma típica pequena empresa familiar com uma atuação expressiva na capital do Rio de Janeiro.