

3

Metodologia

Este capítulo descreve a linha epistemológica da pesquisa, conceituando o tipo de pesquisa realizada, os critérios para a seleção dos sujeitos, os procedimentos de coleta e tratamento dos dados, e as limitações dos métodos utilizados.

3.1.

Tipo da pesquisa

A linha epistemológica desta pesquisa é pós-positivista, vez que a investigação leva em consideração, além dos dados e fatos obtidos por meio de documentos e questionários estruturados, percepções subjetivas obtidas em entrevistas com executivos da empresa.

A abordagem metodológica predominante é a qualitativa, mediante a coleta dos dados em campo, no local em que os participantes vivenciam a realidade empresarial estudada. A análise dos dados é construída indutivamente a partir das particularidades do tema em geral, e onde o pesquisador interpreta o significado dos dados (CRESWELL, 2010).

Segundo a classificação de Gil (2010) e Vergara (1998), a pesquisa pode ser considerada como descritiva, pois descreve características de um determinado fenômeno, que, no presente caso, diz respeito às alianças e outras ligações estratégicas globais da Wärtsilä. Ademais, esta pesquisa pode ser classificada como exploratória, visto que não foram muitas as pesquisas acadêmicas que analisaram as implicações das ligações estratégicas em empresas do setor de energia que competem globalmente.

Quanto aos meios, a pesquisa pode ser classificada como um estudo de caso com foco na empresa Wärtsilä. Segundo Yin (2010), este tipo de estudo é conveniente para a abordagem de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto real, onde o experimento não pode ser realizado em laboratório e o pesquisador dispõe de pouco controle sobre os acontecimentos.

Com base na estratégia de triangulação de métodos proposta por Yin (2010), o estudo de caso em questão foi realizado graças a diversos meios de investigação:

- Investigação documental / telematizada
- Levantamentos de percepções dos executivos da empresa por meio de questionários estruturados e entrevistas com roteiro.

Inspirado em Tauhata (2002), o estudo de caso empreendido nesta pesquisa seguiu as etapas ilustradas na Figura 3.1. e detalhadas na sequência.

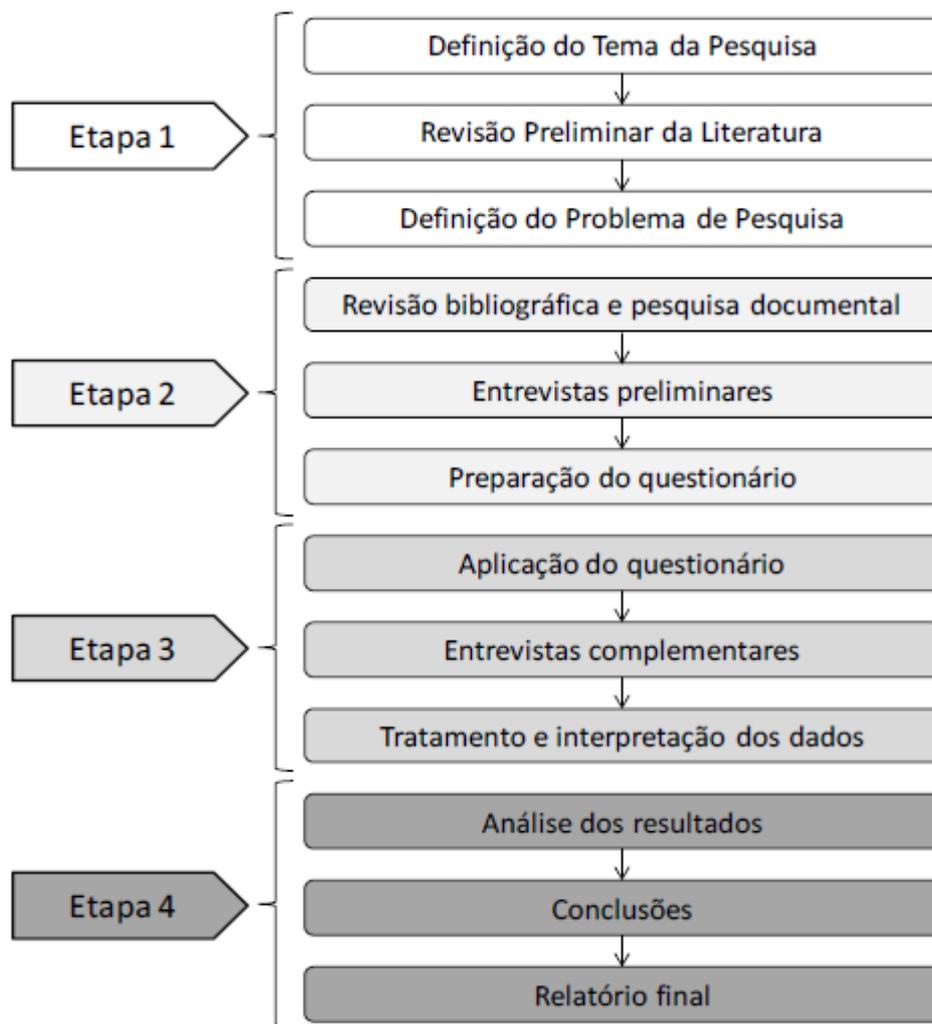


Figura 3.1. - Etapas da pesquisa.
Fonte: Macedo-Soares & Tahuata, 2002.

Etapa 1: Projeto de pesquisa

- Definição do tema da pesquisa;
- Revisão preliminar da literatura sobre estratégia de empresas.
- Definição do problema de pesquisa e elaboração da indagação a ser respondida.

Etapa 2: Preparação e coleta de dados

- Revisão bibliográfica da literatura sobre estratégia global.
- Pesquisa documental nos relatórios da Wärtsilä;
- Entrevistas preliminares com executivos da Wärtsilä;
- Preparação do questionário para a coleta de dados.

Etapa 3: Aplicação da pesquisa e tratamento dos dados

- Aplicação do questionário para a observação das percepções de executivos quanto às características e implicações estratégicas das alianças da Wärtsilä.
- Entrevistas complementares com executivos da Wärtsilä, objetivando a confirmação das percepções e o acréscimo de dados à pesquisa;
- Tratamento e interpretação dos dados.

Etapa 4: Análise dos resultados, conclusões e relatório final

- Análise dos resultados para a identificação da percepção dos entrevistados sobre as implicações estratégicas das alianças e redes da Wärtsilä na constituição de oportunidades e/ou ameaças;
- Verificação dos dados levantados para garantir que estes sejam suficientes para as respostas às perguntas do problema central e às questões intermediárias;
- Redação da conclusão, assim como apresentação sintética dos resultados, contribuições, limitações e recomendações da pesquisa;
- Redação do relatório final da dissertação

Neste capítulo, serão apresentados os principais estudos que contribuíram para a fundamentação desta pesquisa, assim como seu posicionamento teórico.

3.2. Unidade do caso e seleção de sujeitos

A unidade de caso escolhida para esta pesquisa foi a empresa Wärtsilä, por tratar-se de uma das maiores MNE's no fornecimento de soluções de energia para o mercado naval e de infraestrutura energética (usinas de geração de energia). A Wärtsilä está presente em cerca de 170 localidades em 70 países, emprega aproximadamente 18.000 funcionários ao redor do mundo, dispõe de centros de produção na Europa e Ásia, e em construção na América Latina, e realizou vendas líquidas de 4,725 bilhões de Euros em 2012. Suas operações estão estruturadas em 3 unidades de negócios: Ship Power, Power Plants e Services.

Esse amplo portfólio da empresa é consequência de sua estratégia de oferecimento de soluções integradas, com o objetivo de atender às demandas dos seus clientes por soluções eficientes e confiáveis. Na busca por soluções integradas, a Wärtsilä procurou, em parceiros externos, as competências necessárias. Tamanho empenho é ilustrado pelas mais de 10 *joint-ventures* firmadas nos últimos 10 anos.

Para responder ao questionário, foram selecionados gerentes e diretores de diferentes áreas: comercial, planejamento, gestão estratégica, recursos humanos, e unidades de negócios, Ship Power, Power Plants e Services.

Após a distribuição do questionário, foram obtidas respostas de nove executivos, número insuficiente para permitir uma generalização estatística. Em função do número de respondentes ao questionário, foram realizadas três entrevistas com executivos, a fim de corroborar as respostas obtidas no questionário e aprofundar a pesquisa com informações complementares.

3.3. Revisão da literatura e pesquisa bibliográfica

Para a revisão da literatura na área de redes e alianças estratégicas, foram realizadas buscas por informações em livros técnicos, em jornais, em revistas especializadas, em dissertações e em teses, assim como em artigos científicos da área de gestão estratégica. Também foram realizadas buscas nas fontes citadas sobre alianças estratégicas globais na indústria de energia.

Os periódicos consultados encontram-se listados a seguir:

Periódicos nacionais:

- Revista de Administração Contemporânea (RAC), publicada pela Anpad.
- Revista de Administração (BAR – Brazilian Administration Review), publicado pela ANPAD.
- Revista de Administração de Empresas (RAE), publicada pela FGV-SP.
- Revista de Administração Pública (RAP), publicada pela FGV-RJ.
- Revista de Administração (RAUSP), publicada pela USP.
- Revista de Administração (BBR – Brazilian Business Review), publicada pela FUCEPE.
- Cadernos EBAPE.BR, publicado pela Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas.

Periódicos internacionais:

- Harvard Business Review.
- Strategic Management Journal.
- Journal of Management.
- Journal of Business Research.
- European Management Journal.
- Global Strategy Journal.
- Academyof Management Journal.
- TechnovationJournal.
- ResearchPolicyJournal

3.4. Coleta de dados

De acordo com a estratégia de triangulação proposta por Yin (2010), foram utilizados vários meios de coleta de dados para o estudo de caso, tais como pesquisa documental e telematizada, levantamento de percepções com o auxílio de questionários estruturados e realização de entrevistas complementares com executivos- chave.

3.5. Pesquisa documental

Para obtenção de dados sobre a empresa e sobre a indústria analisada, foram acessados documentos disponíveis em bibliotecas, bancos de dados, revistas técnicas especializadas, e sítios na internet. Dentre as principais fontes consultadas, destacam-se as seguintes:

- Grupo Wärsilä
www.Wärsilä.com
www.Wärsilä.com/en/investors/overview
- Empresas do setor
Siemens (www.siemens.com)
General Eletric (www.ge.com)
MAN Diesel & Turbo (www.mandieselturbo.com)
Hyundai Heavy Industries (<http://english.hhi.co.kr/main/>)
Mitsubishi Heavy Industries (<http://www.mhi.co.jp/en>)
Caterpillar (www.cat.com)
Petrobrás (www.petrobras.com.br)
OGpar (www.ogpar.com.br)
OSX (www.osx.com.br)
MPX (www.eneva.com.br)
- Agência Internacional de Energia
www.iea.org
- Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel)
www.aneel.gov.br
- Agência de Energia dos Estados Unidos (*U.S. Energy InformationAdministration*)
www.eia.gov
- Associação da Indústria Europeia de Geração de Energia.
www.eurelectric.org
- Ministério de Minas e Energia
www.mme.gov.br
- Empresa de Pesquisa Energética
www.epe.gov.br

- Imprensa
www.maritime-executive.com
www.economist.com
www.portosenavios.com.br
www.exame.com.br
www.valoreconomico.com.br
www.brasilenergia.com.br

Cabe ressaltar que a pesquisa não lançou mão de qualquer informação sigilosa, tendo utilizado apenas dados de domínio público, abstendo-se, assim, de divulgar qualquer informação privilegiada ou confidencial.

3.6. Levantamento de percepções com questionário

Ainda de acordo com a estratégia de triangulação de métodos proposta por Yin (2010), após a Investigação documental / telematizada, foi realizado um levantamento de percepções dos executivos da empresa por meio de questionário semiestruturado.

O questionário enviado aos executivos da Wärtsilä foi desenvolvido com base nos construtos propostos no arcabouço Global SNA (MACEDO-SOARES, 2011). Foi constituído por perguntas fechadas, com respostas baseadas na escala Likert, e espaço para complementação da resposta, caso fosse do interesse do respondente. Foi dividido em cinco partes:

- **Parte 1 - Identificação do respondente:** Esta parte buscou entender a função do executivo, unidade de negócios à qual ele pertence (Ship Power, Power Plant, Services) e período de atuação na companhia.
- **Parte 2 - Estratégia genérica da Wärtsilä:** Buscou entender a percepção dos executivos a respeito da estratégia genérica aplicada pela empresa.
- **Parte 3 - Impacto das alianças e redes na estratégia da Wärtsilä:** Buscou entender a participação da Wärtsilä em ligações estratégicas, suas motivações e os principais atores envolvidos.
- **Parte 4 - Características das Alianças:** Buscou entender o tipo de relações, ligações e alianças estabelecidas com os diferentes atores.

- **Parte 5 - Gerenciamento de Alianças:** Buscou entender os indicadores e processos estabelecidos pela Wärtsilä no gerenciamento de alianças estabelecidas.

A versão final do questionário é apresentada no Anexo I. Após consulta ao departamento de Recursos Humanos da Wärtsilä, foi recomendada a redação do documento em Inglês, para que fosse distribuído aos executivos de diferentes subsidiárias.

3.7. Levantamento de percepções complementares por meio de entrevistas

Por fim, como proposto por Yin (2010), de acordo com a estratégia de triangulação dos dados, foram realizadas entrevistas complementares com executivos da Wärtsilä. Foram 3 entrevistas com executivos de diferentes departamentos (Ship Power, Power Plants, Services) em operação na Wärtsilä Brasil.

3.8. Tratamento dos dados

Embora a pesquisa em questão seja predominantemente qualitativa, o tratamento dos dados obtidos a partir do questionário estruturado foi realizado de forma quantitativa, utilizando o software Excel.

As análises estratégicas sob as óticas tradicional e relacional foram realizadas com base nas respostas ao questionário e obtidas nas entrevistas, e confrontadas com dados da pesquisa telematizada, quando aplicável.

O grau de validade do questionário utilizado foi elevado, por terem sido suas perguntas baseadas em constructos previamente testados em outras pesquisas empíricas.

3.9. Limitações dos métodos de pesquisa

Conforme mencionado, o objetivo desta pesquisa consistiu em contribuir para as investigações em gestão estratégica que adotam a perspectiva relacional para o caso de empresas atuantes em alianças e outras ligações e que competem globalmente. Dessa forma, por tratar-se de um estudo de caso, ele não se destinava a, e sequer seria possível generalizar estatisticamente os resultados obtidos para aplicá-los a outras empresas.

Outra limitação dizia respeito à investigação documental, que se restringiu a documentos de domínio público, acarretando a perda de informações que contribuiriam ainda mais para a pesquisa.

O número reduzido de respondentes ao questionário também representou uma limitação no levantamento de percepções dos executivos. Diante do número total de executivos dispostos a colaborar em âmbito global, tornou-se difícil conseguir uma quantidade de respondentes que representasse, com elevado nível de confiabilidade, a população de todos os executivos da Wärtsilä. Para mitigar essa limitação, foram realizadas entrevistas presenciais com executivos, com vistas à confirmação das respostas obtidas no questionário e ao aprofundamento da pesquisa por meio de informações complementares.

De fato, com o uso da triangulação citada nos métodos recomendados por Yin (2010), buscou-se minimizar muitas dessas limitações, graças ao emprego de diversos meios de coleta e fontes de dados.