

### **3**

## **Método de pesquisa**

### **3.1.**

#### **Estratégia de pesquisa**

Este trabalho utiliza o método de estudo de caso como estratégia de pesquisa, já que o tema abordado é um fenômeno recente, sobre o qual há pouca literatura. Considerou-se importante, portanto, coletar as percepções daqueles que estão profundamente envolvidos com o fenômeno – no caso, os gestores das organizações responsáveis pela criação das aceleradoras corporativas –, já que não há uma modelagem conceitual já definida para descrever e avaliar o fenômeno.

Segundo Yin (2009), um caso de estudo investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto real, quando os limites entre o fenômeno e o contexto não podem ser definidos de forma evidente. Este é o caso do trabalho em questão, já que as aceleradoras corporativas não possuem mais do que dois anos de operação no Brasil e impactam a habilidade de empresas de grande porte em inovar no mundo real.

Optou-se por uma estratégia de análise de dois casos, de forma a permitir que o estudo examine mais de uma perspectiva sobre o tema e se determinem as similaridades e diferenças entre os casos analisados. Este método é geralmente utilizado para encontrar resultados similares, situação caracterizada como uma replicação literal, ou resultados diferentes por razões previsíveis, o que representa uma replicação teórica (YIN, 2009). Dessa forma, a dissertação em questão busca encontrar uma replicação literal, já que um estudo de caso múltiplo é o método utilizado para analisar o fenômeno das aceleradoras corporativas em duas empresas de grande porte que apresentam similaridades.

### 3.2. Procedimentos de coleta e análise de dados

As empresas analisadas neste estudo são líderes em seus mercados e foram selecionadas por representarem os únicos casos de organizações brasileiras que possuíam aceleradoras corporativas em operação no momento da pesquisa, tendo já acelerado pelo menos um grupo de *startups*. Era extremamente importante que as aceleradoras estudadas já tivessem sido lançadas, já que buscou-se identificar as percepções iniciais dos benefícios gerados por elas dentro das organizações. Ambas as empresas analisadas estão propensas a adotar práticas de investimento em empresas nascentes, já que operam em ambientes dinâmicos, em indústrias altamente competitivas, com rápido ritmo de mudança tecnológica e baixa apropriabilidade (BASU; PHELPS; KOTHA, 2011). O Quadro 1 e o Quadro 2 apresentam as características das aceleradoras corporativas analisadas, além do perfil das suas áreas focadas em inovação digital:

<b>Característica</b>	<b>Empresa / Aceleradora A</b>	<b>Empresa / Aceleradora B</b>
Indústria de atuação	Mídia	Comunicação / Telefonia
Fundação	2014	2012
Sede	São Paulo	São Paulo
Modelo	Parceria com aceleradora	Aceleradora interna
% participação acionária	Até 15%	5% a 10%
Perfil de <i>startups</i> aceleradas	Variado / foco <i>mobile</i>	Variado
Nº <i>startups</i> aceleradas	4	41
Duração do programa	6 meses	6 a 12 meses
Benefícios	Até R\$ 140 mil + benefícios	Até R\$ 100 mil + benefícios
Origem do mentores	Interna e externa	Interna e externa
Perspectiva de retorno	Curto / médio prazo	Longo prazo

Quadro 1 - Características das Aceleradoras Corporativas Analisadas

Fonte: Própria

<b>Perfil da Área Digital</b>	<b>Empresa A</b>	<b>Empresa B</b>
Atividades de inovação já realizadas na área digital	Sim	Sim
Aquisição de <i>startups</i> já realizada antes da aceleradora	Sim	Sim
Experiência prévia com incubação de <i>startups</i>	Não	Sim (internas)
Patrocínio da liderança para inovação digital	Sim	Sim
Programa de intraempreendedorismo	Não	Sim

Quadro 2 - Perfil da Área Digital das Empresas Analisadas

Fonte: Própria

Os entrevistados escolhidos foram profissionais que já possuíam papéis definidos nas áreas de inovação das organizações, e estiveram diretamente envolvidos na concepção, desenho, lançamento e operação das aceleradoras corporativas. Dessa forma, foi possível obter a perspectiva de profissionais que viviam os problemas identificados na atividade de inovação e possuíam expectativas referentes aos possíveis benefícios gerados.

A coleta de dados primários foi realizada a partir de entrevistas em campo com os gestores responsáveis pela criação e implantação de aceleradoras corporativas. Durante o processo de coleta de dados em campo, realizou-se entrevistas semi-estruturadas com cerca de uma hora e trinta minutos de duração, a partir da aplicação de um roteiro de pesquisa, conforme apresentado no apêndice, com o objetivo de mapear as informações necessárias para prosseguir com o estudo. O método permitiu ao entrevistador combinar um plano estruturado, que garante que todos os tópicos relevantes sejam cobertos durante o período da entrevista, e a flexibilidade necessária para permitir que outros aspectos sejam abordados ao longo da conversa. As entrevistas foram realizadas dentro de salas de reunião dos escritórios das organizações analisadas, e os entrevistados estavam sozinhos. Por já existir uma relação profissional entre o entrevistador e os entrevistados, e por haver um espírito de inovação e compartilhamento neste mercado, supõe-se que todas as perguntas feitas foram respondidas de forma completa e as informações transmitidas são verdadeiras. Durante este processo, foram utilizados um caderno de anotações e um gravador para capturar as informações, o que permitiu a posterior transcrição das entrevistas.

Os dados secundários foram coletados através da análise de informações presentes nos *websites* das organizações, além de observação das atividades realizadas pelas aceleradoras nos últimos 12 meses – o que foi possível devido à vivência profissional e dos relacionamentos profissionais do pesquisador. A coleta dos dados secundários e as entrevistas foram realizadas entre os meses de Setembro e Dezembro de 2014.

A análise de dados ocorreu logo após a realização das entrevistas. Em primeiro lugar, as informações consideradas relevantes foram destacadas e agrupadas, de forma a facilitar análise e comparação entre os casos de estudo. Foram formadas duas categorias:

- **Motivações para Criação de uma Aceleradora Corporativa:** foram identificadas as principais motivações para a criação das aceleradoras corporativas com base em problemas já identificados anteriormente nas atividades de inovação realizadas pelas organizações;
- **Benefícios Esperados:** com base na visão dos gestores entrevistados, foram mapeados os principais benefícios esperados a partir da implantação das aceleradoras corporativas. Alguns desses benefícios já poderiam ser visíveis na organização, dependendo do tempo de operação, enquanto outros são considerados potenciais benefícios a ocorrer no futuro.

Em seguida, as informações obtidas em cada caso de estudo foram comparadas e discutidas, buscando identificar padrões e especificidades no processo de concepção, modelagem e desenvolvimento de aceleradoras corporativas. Com a análise dos resultados foi possível responder às questões de pesquisa e gerar conclusões que colaboram com a literatura acadêmica existente e permitem que outras organizações desenvolvam as suas próprias aceleradoras corporativas.

### **3.3. Limitações do método**

A metodologia de pesquisa utilizada nesta dissertação apresenta algumas limitações, tanto para a coleta quanto para a análise dos dados. As principais limitações do método identificadas são:

- Estudo de apenas dois casos: apesar de representar o universo completo, apenas duas aceleradoras corporativas foram envolvidas no estudo, por serem as únicas em operação no momento da pesquisa no Brasil. Apesar de ser possível comparar os resultados de cada caso e identificar similaridades e diferenças entre eles, de forma a sugerir caminhos para outras organizações, não é possível generalizar os resultados;
- Roteiro de pesquisa e entrevistas: podem existir limitações relacionadas à abrangência do roteiro de pesquisa, ao perfil e experiência anterior dos entrevistados, à qualidade das informações transmitidas durante as entrevistas e à influência do entrevistador durante as conversas. A veracidade das informações dadas pelos entrevistados também pode ter sido afetada durante as entrevistas, apesar de este risco ser baixo, já que a área de empreendedorismo é caracterizada pelo alto nível de colaboração e já existia envolvimento profissional anterior entre entrevistador e entrevistados.