3
Metodologia

Este capítulo descreve o método de pesquisa e as justificativas pelo uso do estudo de caso, apontando, as limitações do método escolhido. Em seguida, foi descrito o procedimento de coleta dos dados e a forma como as informações foram agrupadas para análise do caso.

3.1.
Método de pesquisa

O método de pesquisa a ser utilizado nesta pesquisa é o estudo de caso. Segundo Yin (2001) este método passou de uma ferramenta de ensino para uma ferramenta de pesquisa. O estudo de caso é uma estratégia adequada de estudo quando o pesquisador responde perguntas do tipo "como" e "por que", com pouco ou nenhum controle dos eventos.

O estudo de caso é uma pesquisa do tipo qualitativa caracterizada por uma estratégia de investigação de um fato, evento, indivíduo, entidade, processos etc. (CRESWELL, 2010). STAKE (1995) *apud* CRESWELL (2010: 38), define estudo de caso como:

> *Uma estratégia de investigação em que o pesquisador explora profundamente um programa, um evento uma atividade, um processo ou um ou mais indivíduos. Os casos são relacionados pelo tempo e pela atividade, e os pesquisadores coletam informações detalhadas usando vários procedimentos de coleta de dados durante um período de tempo prolongado.*

Segundo Yin (2001) o estudo de caso contribui para compreensão dos fenômenos contemporâneos individuais, organizacionais, sociais e políticos. Este método de investigação empírica permite a compreensão de fenômenos sociais complexos, investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando não estão claramente definidos os limites entre o fenômeno e o contexto.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1012829/CA

Ainda segundo Yin (2001), o estudo de um caso específico pode ser justificado quando este apresenta características que o distinguem dos demais ou o tornam relevante. Neste exemplo, particular e distinto da Eletrobras, a relevância do caso deve-se a quatro fatores: ser uma empresa estatal, estar em um país emergente, ser de grande porte e atuar em ambiente com regulamentação.

O estudo de internacionalização de países emergentes ainda carece de um arcabouço teórico mais robusto. Este método pode permitir, nas fases iniciais de estudo de um fenômeno, obter *insights* que venham a permitir a indução para a teoria, a busca de padrões e regularidades. Alguns pesquisadores têm questionado se as teorias de internacionalização de empresas seriam capazes para descrever e explicar a internacionalização de empresas de países emergentes. Apesar das teorias de internacionalização explicarem muito sobre as empresas multinacionais de países emergentes, elas não esgotam tudo do interesse dos gestores (RAMAMURTI, 2009).

Adicionalmente, o método de estudo de caso permite entender com mais profundidade situações e circunstâncias de cada caso, de uma forma que não seria possível obter por *survey* (método de coleta quantitativa), uma vez que neste tipo de pesquisa as informações coletadas seguem um padrão pré-estabelecido, normalmente por questionário e no estudo de caso não tem esta restrição na busca de informação.

Este estudo se junta a vários outros do Núcleo de Pesquisas de Negócios Internacionais (NUPIN/IAG) da PUC-RIO, como forma de construir um repositório de dados que venha a permitir uma análise comparada entre múltiplos casos e a indução para a teoria.

3.2.
Procedimentos de coleta de dados

Yin (2001) aponta três princípios para a coleta de dados: utilizar várias fontes de evidência, criar um banco de dados para o estudo de caso e manter o encadeamento de evidências.

Para a coleta de dados buscaram-se informações sobre a empresa, foco do estudo de caso, no site corporativo, na mídia, em bibliografia especializada e na realização de entrevistas com funcionários da empresa.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1012829/CA

No site corporativo da empresa destacam-se os relatórios de Planejamento Estratégico de 2010-2020, as revistas publicadas pela própria Eletrobras e os Relatórios Anuais que permitiram identificar o posicionamento da empresa como um todo. Foram feitas consultas em uma ferramenta interna do site corporativo da Eletrobras (C*lipping)* buscando reportagens e artigos que envolvessem o tema da 'internacionalização' da empresa, além de consultas diretas em sites de busca da internet.

Após a revisão bibliográfica, apresentada no capítulo teórico, elaborou-se um questionário que permitisse construir um roteiro de entrevista semi-estruturado (ver Apêndice), visando levantar informações para compreender e responder à pergunta-problema inicialmente formulada.

Foram realizadas três entrevistas presenciais com funcionários da Eletrobras que ocupavam cargos gerenciais, durante o mês de fevereiro de 2011. Dois entrevistados são da área de operações no exterior e um da área financeira. As entrevistas, com cerca de uma hora de duração cada, foram gravadas em áudio e em seguida transcritas com intuito de permitir uma melhor análise.

A escolha destes entrevistados deu-se primeiramente pela área ocupada e pelo cargo, procurando entrevistar funcionários com cargo gerencial, visão estratégica e com poder de decisão. Ressalta-se que nem todos os procurados para realizar a entrevistas aceitaram, alegando restrição de agenda.

A escolha de dois entrevistados serem assessores da área de operações com exterior teve a premissa de que estes teriam maior e melhor conhecimento sobre o processo de internacionalização da organização uma vez que esta área tem como atribuição planejar e executar ações para expansão internacional da Eletrobras. O motivo de entrevistar uma pessoa da gerência financeira era compreender de que maneira estas iniciativas de internacionalização são financiadas e verificar sob que aspectos financeiros estas iniciativas são avaliadas.

Buscou-se entrevistar funcionários de áreas diferentes com a intenção de trazer visões complementares ou mesmo distintas, que permitissem entender o processo de internacionalização sobre mais uma perspectiva, com isso, enriquecer as informações levantadas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1012829/CA

Procurou-se ainda realizar uma entrevista com um funcionário que já tivesse saído da empresa para traçar uma visão menos tendenciosa, sob o entendimento que este teria maior liberdade para realizar críticas ao processo de internacionalização, porém as pessoas contatadas não tiveram disponibilidade.

Vale ressaltar que, embora, os entrevistados tivessem acesso a informações que pudessem aprofundar o tema em questão, por questões de sigilo, algumas informações estratégicas da empresa não foram alvo de consultas, como por exemplo, a carteira de ativos e projetos integral em estudo pela empresa.

Alguns pontos devem ser observados para garantir a validade do estudo de caso. Um cuidado seria utilizar fontes múltiplas de evidência. Para a validade externa deve-se perceber até que ponto as descobertas feitas a partir de um estudo podem de fato ser generalizadas. Para que o estudo tenha confiabilidade, os procedimentos de coleta de dados, caso repetidos, devem produzir os mesmos resultados, minimizando erros e visões tendenciosas (YIN, 2001).

Para ampliar a compreensão do processo de internacionalização da Eletrobras incluiu-se uma seção em que se procura descrever o setor elétrico brasileiro, apontando as grandes alterações e o marco regulatório que são o contexto do fenômeno aqui analisado.

3.3. Procedimentos de análise dos dados

Os procedimentos de análise de dados procuraram compreender e dar sentido as informações levantadas.

Os dados secundários, reunidos a partir de informações públicas, como Relatórios Anuais, apresentações da Eletrobras para investidores, revistas, jornais, Planejamento Estratégico 2010-2020, site corporativo da Eletrobras, site do Plano de Transformação Eletrobras, dentre outros, juntamente com os dados primários coletados pela transição das entrevistas realizadas foram agrupados em categorias de análise pré-definidas, como modo de entrada, motivação e critérios de escolha de países.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1012829/CA

Com base na estrutura criada, os dois pesquisadores, a autora e o orientador, categorizaram os dados coletados de forma independente, e em seguida estas estruturas foram comparadas e as diferenças debatidas, gerando, no final, um único resultado acordado.

Por fim, foi feita a verificação da consistência dos dados coletados e organizados com os modelos teóricos gerais de internacionalização e especificamente com a teoria de internacionalização de países emergentes buscando identificar lacunas, divergências e semelhanças entre eles.

3.4. Limitações do método de pesquisa

Segundo Yin (2001) alguns pesquisadores não consideram o estudo de caso um método de pesquisa muito “desejável” uma vez que falta “rigor de pesquisa”. Para estudos de casos meramente acadêmicos o contexto do estudo de caso pode ser alterado para fins de ensino o que não deve ocorrer quando usado como método de pesquisa. Erradamente o pesquisador que utiliza o estudo de caso como método de pesquisa poderia negligenciar dados, aceitar informações equivocadas ou influenciar o significado das conclusões. Vale ressaltar que outros métodos de pesquisa também têm sido alvos de crítica.

Outra questão é a pouca capacidade de generalização das conclusões individuais dos estudos de caso. Para Yin (2001), os estudos de casos são generalizáveis a proposições teóricas e não a populações ou universos, o objetivo é expandir e generalizar teorias (generalização analítica) e não enumerar freqüências (generalização estatística). Desta forma, o estudo de caso contribui para generalização analítica da teoria e não a generalização de um estudo de caso para outros casos semelhantes.

O método de estudo de caso traz a visão somente de um único objeto de estudo o que não permite, de imediato, traçar um panorama geral para outras realidades. Por outro lado, a observação da trajetória de internacionalização de uma empresa que reúne condições particulares que poderá enriquecer o estudo do tema e permitir caminhos para novas pesquisas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1012829/CA

Outra limitação é o número de entrevistas, que apesar de satisfatório sob o ponto de vista das informações colhidas, não esgota a totalidade do conhecimento sobre o estudo do caso. Além do mais, cada entrevistador traz consigo convicções próprias que podem não expressar uma visão geral da empresa. Segundo Creswell (2010), as entrevistas proporcionam informações subjetivas, filtradas pelo ponto de vista dos entrevistados.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1012829/CA