

4 Metodologia de pesquisa

Conforme será apresentado neste capítulo, o plano desta pesquisa se desdobra nas seguintes etapas:

- Estratégias de Investigação
- Escolha da técnica de coleta de dados
- Definição do Universo e Amostra
- Instrumento de Pesquisa
- Procedimento de Coleta de Dados
- Tratamento e análise de dados
- Limitações do método

4.1. Estratégias de investigação

A natureza de uma pesquisa pode ser qualitativa, quantitativa ou mista (CRESWELL, 2009).

A pesquisa adotada no presente estudo é a do tipo mista, pois incorpora elementos de origem qualitativa e quantitativa, com predomínio de aspectos qualitativos. Ao longo desta seção, serão abordadas as principais justificativas envolvidas na escolha da pesquisa do tipo mista para realização da pesquisa.

O Quadro 12 extraído de DICKER (2009, pág. 47), apresenta um comparativo entre a pesquisa qualitativa e a pesquisa quantitativa, desenvolvido a partir de referencial bibliográfico de outros autores:

Dimensão	Qualitativa	Quantitativa
Objetivo	Compreender razões, valores, motivações e fenômenos	Determinar causas. Quantificar dados e generalizar resultados
Abordagem	Observacional	Experimental
Pressuposição básica	Realidade construída a partir de fenômenos socialmente construídos	Realidade construída a partir de fatos mensuráveis
Pesquisador	Participante do fenômeno	Neutro, imparcial
Amostra	Pequena, poucos casos	Grande
Coleta de Dados	Não-estruturada	Estruturada
Análise de Dados	Análise não-estatística, subjetiva, interpretativa	Análise estatística, sumarização
Resultados	Compreensão inicial, baixa generalização e replicação	Determinantes, com alto grau de generalização e replicação

Quadro 12 - Pesquisa Qualitativa x Pesquisa Quantitativa

Fonte: DICKER, 2009, pág. 47.

Desta forma, a utilização da pesquisa mista permite a utilização de técnicas de natureza qualitativa e quantitativa, produzindo efeitos positivos ao resultado da pesquisa.

A popularidade observada pela utilização da pesquisa mista nas últimas décadas pode ser atribuída, dentre outros fatores, a possibilidade de utilização dos pontos fortes da pesquisa qualitativa e da pesquisa quantitativa, permitindo ampliar o conhecimento resultante dos resultados dos estudos.

Cabe ao pesquisador, além de definir a natureza de sua pesquisa, selecionar qual a estratégia de investigação que será utilizada. O Quadro 13 apresenta uma visão geral das possíveis estratégias de investigação (CRESWELL, 2009):

QUANTITATIVO	QUALITATIVO	MÉTODOS MISTOS
Pesquisa Experimental	Pesquisa Narrativa	Métodos Sequenciais
Levantamento de campo (survey)	Pesquisa Fenomenológica	Métodos Simultâneos
	Pesquisa Etnográfica	Métodos Transformativos
	Teoria fundamentada nos dados (grounded theory)	
	Estudo de Caso	

Quadro 13 - Estratégias de Investigação

Fonte: CRESWELL, 2009, pág. 12.

Os métodos mistos podem assumir três classificações:

- Métodos sequenciais, onde o pesquisador opta por iniciar sua pesquisa utilizando um dos métodos (qualitativo ou quantitativo) e, com base nos resultados obtidos, aplica-se o outro método (qualitativo ou quantitativo) em seguida;
- Métodos simultâneos, onde o pesquisador utiliza de forma simultânea os métodos qualitativo e quantitativo, coletando os dados ao mesmo tempo e posteriormente integrando as informações obtidas para interpretação e análise dos resultados;
- Métodos transformativos, onde o pesquisador utiliza uma perspectiva teórica que engloba dados qualitativos e quantitativos que direciona o estudo, podendo existir um método de coleta de dados sequencial ou simultâneo.

A estratégia de investigação selecionada foi a dos métodos simultâneos, por meio de entrevista em profundidade semiestruturada e aplicação de formulário quantitativo que visa estabelecer um ordenamento dos atributos considerados mais relevantes pelos entrevistados.

4.2. Escolha da técnica de coleta de dados

A técnica selecionada para a coleta de dados foi a da entrevista semiestruturada em profundidade, que permite, ao mesmo tempo, a liberdade de expressão do entrevistado e a manutenção do foco pelo entrevistador (GIL, 2010, p. 137).

De acordo com DUARTE (2005), a entrevista em profundidade é:

“[...] um recurso metodológico que busca, com bases em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer (DUARTE, 2005, p. 62)”.

A opção pela entrevista em profundidade, com base em dois instrumentos de pesquisa (questionário semiestruturado e formulário de perguntas fechadas), é justificada pela necessidade de se obter uma visão aprofundada do entrevistado, por meio de um roteiro semiestruturado, que permite ao pesquisador a liberdade de utilização e de inclusão de novas questões caso seja identificada esta necessidade. A adoção da pesquisa em profundidade possui as seguintes vantagens (MALHOTRA, 2006):

- Revelam análises pessoais mais aprofundadas do que os grupos de foco;
- Respostas são atribuídas diretamente a um entrevistado específico, diferentemente dos grupos de foco, onde é difícil determinar qual entrevistado deu uma resposta em particular;
- Devido à redução da pressão social causada nos grupos de foco, nas entrevistas individuais há livre troca de informações é maior.
- Maior flexibilidade na condução da entrevista, já que não existem as restrições necessárias para se conduzir um trabalho em grupo.

A entrevista semiestruturada foi elaborada a partir de um roteiro de questões abertas, com a possibilidade de inclusão de perguntas adicionais na medida em que novos pensamentos e necessidades de entendimento de determinado tema fossem identificados durante a realização das entrevistas, ou seja, a flexibilidade observada na aplicação de entrevistas semiestruturadas permite ao pesquisador partir de perguntas centrais ao tema e adicionar novas questões a serem desvendadas conforme o interesse e a possibilidade de agregar valor aos resultados da pesquisa.

Para EASTERBY-SMITH, THORPE e LOWE apud RIGATO (2007), a utilização da entrevista semiestruturada é mais apropriada quando:

- É preciso entender as bases utilizadas pelo entrevistado para formar suas visões e opiniões a respeito de uma determinada situação;
- Um objetivo da entrevista é desenvolver um entendimento das circunstâncias em que está inserido o respondente, a fim de que o pesquisador possa influenciá-las, de forma independente ou colaborativa;
- A lógica de uma situação não está bem definida;
- O assunto a ser discutido é confidencial ou comercialmente sensível;

- Outra forma de abordagem ao entrevistado pode torná-lo mais relutante em discutir o assunto.

Na presente dissertação, pode-se observar que os pontos acima mencionados são aplicáveis, tanto na necessidade do entendimento pelo pesquisador, quanto na confidencialidade e sensibilidade dos aspectos envolvidos.

Após a realização da entrevista em profundidade, por meio de formulário de perguntas semiestruturadas, aplicou-se um segundo instrumento de pesquisa, o questionário fechado. O questionário fechado foi desenvolvido para avaliar a relevância de cada um dos atributos considerando uma escala de cinco posições (sem importância, pouca importância, neutro, importante, muito importante), além de posterior ordenamento (ranking) somente dos atributos classificados como “Muito Importante”. O instrumento de pesquisa era composto por 30 atributos, agrupados em 10 categorias distintas e será detalhado na seção 4.4 Instrumento de Pesquisa.

4.3. Definição da amostra

Em uma pesquisa qualitativa, não há a necessidade de utilização do processo de amostragem probabilística, nem mesmo um grande número de entrevistados (GIL, 2010; APPOLINÁRIO, 2006; MALHOTRA, 2006).

Desta forma, a amostra selecionada é do tipo não probabilístico e foi definida por acessibilidade, não utilizando, portanto, nenhum procedimento estatístico específico embora o pesquisador tenha tido o cuidado de verificar se a amostra selecionada era representativa em relação ao universo de empresas com atuação no mercado brasileiro e em relação à experiência profissional dos executivos. O critério utilizado para validação baseou-se no volume de atividades exploratórias e produtivas destas empresas em relação ao volume total de petróleo e gás natural produzido e ao volume de poços exploratórios perfurados no Brasil em determinado período que não será exposto por questões de confidencialidade.

Ao realizar este tipo de pesquisa, o interesse do pesquisador é o de selecionar participantes que sejam capazes de fornecer informações relevantes sobre o tema pesquisado, tendo como base sua experiência vivida. Segundo Van KAAM (1959) apud GIL (2010), os seguintes critérios devem ser levados em consideração pelo pesquisador na seleção dos participantes:

- Habilidade para se expressar facilmente com palavras;
- Habilidade para perceber e expressar seus sentimentos interiores e emoções sem vergonha ou inibição;
- Habilidade para perceber e expressar experiências orgânicas que acompanham esses sentimentos;
- Experiência relativamente recente com a experiência que está sendo estudada;
- Habilidade para escrever ou reportar-se ao que ocorre consigo ao longo do tempo.

Foram selecionados 15 executivos das áreas de logística e compras das principais empresas operadoras de petróleo em atividade no Brasil, clientes de serviços de apoio logístico do mercado brasileiro de exploração e produção de petróleo e gás natural *offshore* e com influência significativa no processo decisório dos serviços em questão e no relacionamento com os fornecedores.

Dos 15 executivos convidados para participar da pesquisa, 10 aceitaram o convite e participaram da entrevista, realizadas individualmente.

O Quadro 14 apresenta um resumo da experiência dos executivos entrevistados. Devido à confidencialidade das informações, os executivos são representados por números e as empresas são representadas por letras do alfabeto.

ENTREVISTADO	EMPRESA	CARGO	DEPARTAMENTO	EXPERIÊNCIA NO SETOR
1	A	CONSULTOR	LOGISTICA	10 a 15 anos
2	B	GERENTE LOGISTICA	LOGISTICA	10 a 15 anos
3	C	GERENTE LOGÍSTICA E COMPRAS	LOGISTICA/COMPRAS	16 a 20 anos
4	D	COORDENADOR LOGÍSTICA	LOGISTICA	10 a 15 anos
5	E	GERENTE LOGÍSTICA	LOGISTICA	10 a 15 anos
6	F	DIRETOR	LOGISTICA	16 a 20 anos
7	G	GERENTE LOGÍSTICA	LOGISTICA	Acima de 20 anos
8	H	SUPERVISOR LOGÍSTICA	LOGISTICA	10 a 15 anos
9	H	GERENTE COMPRAS	COMPRAS	10 a 15 anos
10	A	GERENTE LOGÍSTICA	LOGISTICA	10 a 15 anos

Quadro 14 - Caracterização dos Entrevistados

Fonte: Elaboração própria.

Pode-se observar que todos os executivos possuem grande experiência no setor, com no mínimo 10 anos de atuação no mercado e nas áreas de logística e compras. Além disso, todos estão envolvidos no processo decisório de seleção de fornecedores de apoio logístico em suas respectivas empresas.

Ou seja, a experiência profissional adquirida pelos executivos é um importante aspecto que deve ser levado em consideração pelo pesquisador na seleção dos participantes da pesquisa, conforme van KAAM apud GIL (2010, p.138), uma vez que é de seu interesse selecionar participantes capazes de fornecer informações relevantes sobre o tema pesquisado.

A opção do autor em utilizar o critério de acessibilidade para realização das entrevistas deve-se fundamentalmente aos seguintes fatores:

- Como o objetivo do autor ao realizar a pesquisa em profundidade era obter uma compreensão mais profunda dos elementos de valor percebido pelas empresas operadoras de petróleo na avaliação de fornecedores do segmento de apoio logístico, a realização de entrevistas em profundidade é a técnica mais indicada para atingimento deste objetivo. Assim, a utilização de uma amostra maior para a realização deste processo resultaria em um incremento substancial de tempo e custo;
- Como o tema objeto do estudo é sensível, uma vez que se busca entender processos internos de contratação de empresas fornecedoras, critérios de avaliação, dentre outros, o pesquisador encontraria dificuldades em entrevistar executivos fora de sua rede de relacionamento profissional, mesmo que salvaguardadas as questões de ética e confidencialidade no processo;
- A dificuldade de conciliação da agenda de um maior número de entrevistados, dispersos geograficamente seria uma possível barreira para que o pesquisador pudesse realizar as entrevistas em tempo hábil.

4.4. Instrumento de pesquisa

Para a elaboração do roteiro utilizado como orientação para a entrevista, foram utilizados os principais elementos extraídos do referencial teórico da pesquisa, tendo como principais referências os trabalhos de ULAGA e EGGERT (2003, 2006).

O instrumento de pesquisa compreende a utilização de dois questionários: o primeiro, com base em um questionário semiestruturado e o segundo, baseado em um formulário de perguntas fechadas.

O desenvolvimento do questionário fechado foi baseado no referencial teórico envolvendo o processo de avaliação de valor de fornecedores, tendo como principais referências ULAGA E EGGERT (2003, 2006), GARVIN (2002), ZEITHAML (1988), LAPIERRE (2000), TREACY e WIERSEMA (2000), DING (2010), SARKIS e TALLURI (2002), STANK *et al.* (2001), ANDERSON *et al.* (2011). Além disso, houve a inclusão de atributos complementares, peculiares ao segmento de Petróleo & Gás Natural, inseridos a partir da experiência profissional do pesquisador e da análise documental referente a processos de seleção de prestadores de serviços do segmento de apoio logístico.

Para validação do roteiro de pesquisa e dos atributos contemplados, foram realizadas duas entrevistas com especialistas do setor de Petróleo & Gás Natural, ambos com ampla experiência no mercado, com passagens profissionais pelas operadoras de petróleo (visão-cliente) e pelas prestadoras de serviços (visão-fornecedor). O pré-teste tinha por objetivo identificar a existência de perguntas ambíguas ou supérfluas, a clareza dos termos e expressões, verificação dos atributos contemplados e se a duração média prevista para a realização da entrevista era adequada ao público-alvo.

Um dos objetivos da pesquisa é o de se estabelecer os atributos valorados pelos clientes na seleção e relacionamento com fornecedores, no segmento de apoio logístico às empresas exploradoras de Petróleo & Gás Natural no Brasil. Sendo assim, a utilização dos atributos identificados na revisão da literatura e da análise documental não tem como objetivo, ser uma lista fechada, imutável, de atributos, mas sim uma sugestão de atributos que serão utilizados para orientação durante a fase de entrevistas semiestruturadas.

O conjunto definitivo de atributos selecionados para o estudo, apresentado no Quadro 15, é o resultado de adaptações de atributos genéricos identificados na revisão de literatura e da inclusão de atributos identificados como relevantes pelos especialistas entrevistados na fase de pré-teste do instrumento de pesquisa, a saber: atendimento aos requisitos legais, comprometimento/envolvimento da alta liderança em SMS, sistema de gestão de SMS estruturado e performance em segurança (histórico)

#	DIMENSÃO / ATRIBUTO
1 Qualidade do Serviço Prestado	
1	Performance
2	Confiabilidade
3	Consistência/Acuracidade
2 Entrega	
4	Atendimento aos prazos estabelecidos
5	Flexibilidade no atendimento à programação
6	Acuracidade da entrega
7	Portfólio de serviços adequado
3 Custos Diretos (Preço)	
8	Preço acima ou abaixo da concorrência
9	Queda anual de preço
10	Programas de otimização de custos
4 Serviço de Suporte	
11	Responsividade do Fornecedor
12	Informação ao cliente
13	Terceirização de atividades
5 Relação Interpessoal	
14	Comunicação
15	Facilidade de fazer negócio
16	Resolução de Problemas
17	Ética & Transparência
6 SMS	
18	Atendimento aos Requisitos Legais
19	Comprometimento/Envolvimento da Alta Liderança em SMS
20	Sistema de Gestão de SMS Estruturado
21	Performance em Segurança (Histórico)
7 Know-how do Fornecedor	
22	Conhecimento dos fornecedores
23	Melhoria nos serviços existentes
24	Desenvolvimento de novos serviços
8 Infra-estrutura	
25	Qualidade e disponibilidade das Instalações Físicas
26	Qualidade e disponibilidade dos Equipamentos
9 Imagem	
27	Reputação
28	Credibilidade
29	Tradição
10 Inovação & Tecnologia	
30	Investimentos em Inovação e Tecnologia

Quadro 15–Lista final de dimensões e atributos

Fonte: Elaboração própria.

Com base nos atributos acima identificados e nos objetivos da pesquisa, o roteiro da entrevista foi dividido em cinco partes:

1. Introdução/Apresentação do Entrevistador;
2. Experiência Profissional / Caracterização do Entrevistado;
3. Segmento de Apoio Logístico, envolvendo questões relacionadas à importância do segmento, processo de seleção e atributos relevantes considerados na relação da empresa com este segmento de fornecedores;
4. Pesquisa de Avaliação de Atributos valorizados pelos clientes;
5. Agradecimentos e conclusão.

O roteiro utilizado para a realização das entrevistas encontra-se no ANEXO 1 – Roteiro para entrevista em profundidade.

4.5. Procedimento de coleta de dados

Os procedimentos aplicados para a coleta de dados dos entrevistados serão abordados a seguir, assim como as questões envolvendo o tipo e o processo utilizado para realização da entrevista.

A coleta de dados ocorreu por meio de análise documental e entrevistas semiestruturadas em profundidade realizadas em campo, com 10 executivos das áreas de logística e compras das principais empresas operadoras de petróleo no mercado brasileiro, selecionados segundo o critério de acessibilidade, não utilizando, desta forma, procedimento estatístico para seleção da amostra. Para esclarecimentos dos critérios e justificativas utilizados, ver seção 4.3 Seleção dos Participantes: Definição do Universo e Amostra.

A coleta de informações iniciou-se com a revisão de literatura em livros, periódicos, endereços eletrônicos, trabalhos de dissertação e teses, pesquisa documental, anotações pessoais, dentre outras fontes bibliográficas.

O convite para participação na pesquisa de dissertação de mestrado foi realizada por meio de correio eletrônico, no mês de Dezembro de 2012. No e-mail enviado, o pesquisador enviou carta-convite contendo informações acerca do projeto de pesquisa. Nela, é explicado ao candidato a entrevista o objetivo do estudo, a dinâmica da entrevista (método utilizado, tempo estimado, local de

realização, etc.) e o público-alvo, além do comprometimento nos aspectos envolvendo a confidencialidade dos dados.

A carta-convite foi enviada para 15 executivos das áreas de logística e compras das operadoras de petróleo e, 10 aceitaram o convite.

Após o aceite, coube ao pesquisador realizar o agendamento das entrevistas. A pesquisa foi realizada durante os meses de Janeiro e Fevereiro de 2013. Na maior parte dos casos, o ambiente selecionado para realização das entrevistas foi o escritório da empresa, em sala de reunião previamente agendada pelo entrevistado. Somente em um dos casos, a entrevista foi realizada em ambiente externo à empresa, devido às políticas corporativas da mesma, sem prejuízo para a qualidade e para os resultados da entrevista.

O roteiro da entrevista foi dividido em cinco partes.

1. Introdução/Apresentação do Entrevistador: a primeira parte refere-se à apresentação do entrevistador, do tema da pesquisa, bem como explicações sobre os objetivos e as regras necessárias para a condução da entrevista. Nesta fase, o pesquisador solicita autorização do entrevistado para que a entrevista seja gravada, para posterior transcrição e análise. O compromisso com a confidencialidade dos dados é reforçada pelo entrevistador, uma vez que o que interessa são as opiniões, sem necessidade de identificação de quem as expressou. Os dados do entrevistado e da empresa são confidenciais e não serão divulgados. Dos dez executivos entrevistados, somente dois não autorizaram a gravação. Desta forma, para estes casos, o entrevistador realizou as anotações principais durante a realização da entrevista e, após o término da mesma, conclui o relatório com informações mais detalhadas fornecidas pelo entrevistador;
2. Experiência Profissional / Caracterização do Entrevistado: na segunda parte, foi solicitado ao entrevistado que descrevesse sua experiência profissional, seu papel na empresa, além de outros aspectos relacionados à sua atividade como seus principais desafios, responsabilidades e envolvimento no processo decisório de seleção de prestadores de serviços de apoio logístico à indústria de Petróleo & Gás Natural;

3. Segmento de Apoio Logístico: a terceira parte contempla as questões relacionadas à importância do segmento de apoio logístico, o processo de seleção de fornecedores e os atributos relevantes considerados na relação da empresa com este segmento de fornecedores. O objetivo do pesquisador é identificar os diferentes atributos considerados como relevantes na contratação e no relacionamento do cliente com os prestadores de serviços logísticos do segmento de Petróleo & Gás Natural, bem como entender o funcionamento do processo de seleção destas empresas. Através de perguntas abertas, os entrevistados são solicitados a descrever de que forma os fornecedores geram valor para suas empresas, a citar exemplos de atividades envolvendo a relação cliente-fornecedor, possibilitando desta forma, o surgimento dos aspectos relevantes (positivos e negativos). O objetivo é facilitar o surgimento dos atributos de valor com base na perspectiva do entrevistado ao invés de simplesmente listar os atributos identificados previamente, possibilitando desta forma, que o entrevistado sinta-se à vontade para abordar as percepções que julgarem importantes na avaliação dos fornecedores em questão;
4. Pesquisa de Avaliação de Atributos valorizados pelos clientes: a quarta parte refere-se ao preenchimento de uma pesquisa de avaliação e compreende três etapas sequenciais:
 - a. Etapa 1: o entrevistado recebe as instruções para preenchimento da pesquisa. O formulário foi desenvolvido com base nas etapas informadas anteriormente e contempla 30 atributos, organizados em 10 dimensões;
 - b. Etapa 2: é solicitado ao entrevistado uma avaliação do grau de importância de cada atributo na seleção e relacionamento da empresa com os prestadores de serviços de apoio logístico. Caso o entrevistado identifique a necessidade de inclusão de novos atributos, foram disponibilizados no formulário campos adicionais para atendimento desta necessidade. Para cada um dos atributos o candidato possui cinco opções:

- i. Sem importância;
 - ii. Pouco importante;
 - iii. Neutro;
 - iv. Importante;
 - v. Muito importante;
- c. Etapa 3: na terceira e última etapa, cabe ao entrevistado estabelecer um ranking, dentre os atributos classificados como "MUITO IMPORTANTE", enumerando, em ordem crescente, os atributos com maior grau de importância.
5. Agradecimentos e conclusão: A entrevista é encerrada na quinta e última parte com os agradecimentos do entrevistador.

4.6. Tratamento e análise de dados

Para esta pesquisa, optou-se pelo tratamento e análise dos dados qualitativos por meio da análise de conteúdo. De acordo com BARDIN (1977), a análise de conteúdo é:

Um conjunto de técnicas de análise de comunicação visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/ recepção destas mensagens (BARDIN, 1977, p. 42).

HOLISTI (1968) define a análise de conteúdo como sendo qualquer técnica para fazer inferências de forma sistemática e objetiva para identificar características especificadas ou mensagens. A técnica foi originalmente utilizada para a análise de provas documentais, mas seu uso foi e ampliado e pode ser utilizado para analisar outros tipos de dados, tais como os obtidos a partir de entrevistas, material de mídia, dentre outros.

Para CAVANAGH (1997) apud ELO e KINGÄS (2008), a análise de conteúdo permite ao pesquisador testar questões teóricas para melhorar a compreensão dos dados. Por meio da análise de conteúdo, é possível destilar palavras em categorias menores. Assume-se que, quando classificados na mesma categoria, palavras, frases e outros elementos do texto possuem o mesmo significado.

A maioria dos autores refere-se à análise de conteúdo como uma técnica que trabalha com a palavra, permitindo a produção de inferências de um texto replicáveis ao seu contexto social. Nesta técnica, o texto é um meio de expressão do sujeito, onde o analista busca categorizar as unidades de texto (palavras ou frases) que se repetem, inferindo uma expressão que as representem (CAREGNATO e MUTTI, 2006).

A análise de conteúdo pode ser realizada tendo como base a ocorrência e frequência de termos (método de dedução frequencial) ou análise por categorias temáticas.

A dedução frequencial consiste em enumerar a ocorrência de um mesmo signo linguístico (palavra) que se repete com frequência, visando constatar "a pura existência de tal ou tal material linguístico". Nesta técnica, não existe a preocupação com o "sentido contido no texto, nem à diferença de sentido entre um texto e outro", resultando em descrições numéricas e no tratamento estatístico (CAREGNATO e MUTTI, 2006).

A análise por categorias temáticas tenta encontrar "uma série de significações que o codificador detecta por meio de indicadores que lhe estão ligados; [...] codificar ou caracterizar um segmento é colocá-lo em uma das classes de equivalências definidas, a partir das significações, [...] em função do julgamento do codificador [...] o que exige qualidades psicológicas complementares como a fineza, a sensibilidade, a flexibilidade, por parte do codificador para apreender o que importa" (CAREGNATO e MUTTI, 2006).

Os softwares utilizados para realizar a análise de conteúdo foram o QDA Miner e o WordStat.

O QDA Miner é um software de análise qualitativa de dados que permite realizar a codificação de textos, anotações, recuperação e análise de coleções de documentos e imagens, podendo ser utilizado para analisar entrevistas, documentos legais, artigos de jornal, discursos, livros desenhos, fotografias, pinturas e outros tipos de documentos visuais. Possui integração com o WordStat, que é um software que permite uma análise de conteúdo quantitativa de texto.

O processo analítico utilizado para o tratamento e análise dos dados qualitativos (transcrições das entrevistas) seguiu as seguintes etapas:

- Primeira leitura geral das transcrições;
- Segunda leitura integral, para codificação das variáveis de análise, o estabelecimento de correlações e a separação do texto por temas, por meio do software QDA Miner. A codificação das variáveis de análise foi desenvolvida tendo como referência os objetivos da pesquisa, ou seja, identificar os atributos valorizados pelas empresas na seleção de fornecedores de apoio logístico. A codificação utilizou como referência o conjunto das 10 dimensões e 30 atributos definidos com base na revisão de literatura;
- Uma terceira leitura foi a responsável pela separação de falas mais relevantes por temas e associação de falas com conceitos síntese;
- Por fim, resumos por entrevistas foram elaborados, além de uma síntese geral, com o cruzamento de informações entre todas as entrevistas.

Para a análise exploratória dos dados quantitativos, utilizando como referência as transcrições das entrevistas e o formulário de pesquisa de avaliação (questionário fechado) preenchido pelos entrevistados, foi utilizada principalmente a contagem de ocorrência de dados, com o objetivo de identificar os atributos mais citados pelos entrevistados, a estatística descritiva, como por exemplo, a distribuição percentual de respostas para cada dimensão/atributo e o ordenamento com base no grau de importância atribuído pelos entrevistados aos atributos em cada uma das dimensões.

4.7. Limitações do método

A escolha do autor pela abordagem mista e seu caráter exploratório constitui uma das primeiras limitações do método, uma vez que os resultados são de baixa generalização, a amostra é pequena (10 entrevistados) e, além disso, a interpretação e análise dos dados estão sujeitas à percepção e experiência do entrevistador, conferindo um grau de subjetividade aos resultados do estudo.

Apesar da confidencialidade existente nas informações, não é possível garantir que as informações obtidas estejam livres de *vieses* dos entrevistados, o que pode impactar o entendimento da formação do valor percebido, objeto do estudo, pois o entrevistado (intencionalmente ou não) pode distorcer o que ele pensa e fala conceitualmente do que ocorre na prática.

Adicionalmente, devido à limitação de tempo e custo para a realização da pesquisa, não foi possível ampliar o tamanho da amostra, considerando, por exemplo, um número maior de executivos das áreas entrevistadas das mesmas empresas, com o objetivo de evitar eventuais *vieses* ou de outras empresas do segmento, com o objetivo de ampliar a cobertura da pesquisa. Apesar das limitações observadas, a escolha do método é a mais adequada para atingir os objetivos pretendidos nesta pesquisa, pois se entende que o mesmo permitiu ao pesquisador obter informações a partir de uma visão aprofundada dos entrevistados, sobretudo por tratar-se de tema sensível do ponto de vista comercial. As limitações inerentes ao método foram superadas, não impactando significativamente os resultados obtidos.