RAE
Revista de Administração de Empresas®
PESQUISA E CONHECIMENTO
V. 57, N. 4 | Julho–Agosto 2017
RAE 55 Anos
FGV EAESP
www.fgv.br/rae

## ARTIGOS | ARTICLES

**REIT en Brasil: Una oportunidad de diversificación internacional**
Maria Celia López-Penabad, Carmen López-Andión, Ana Iglesias-Casal e José Manuel Maside-Sanfiz

**Revisiting the size effect in the Bovespa**
Maria del Mar Miralles-Quiros, Jose Luis Miralles-Quiros e Luis Miguel Gonçalves

**Confiança nos relacionamentos em *cluster* de empresas**
Roberta de Cássia Macedo, Ricardo Silveira Martins, Luciano Rossoni e Guilherme Silveira Martins

**The use of case studies in undergraduate Business Administration**
Carlos J. O. Trejo-Pech e Susan White

## ESPECIAL RAE | SPECIAL RAE

**Periódicos brasileiros da área de Administração no contexto de internacionalização da produção científica**
Eduardo H. Diniz

**Exploração do acervo da *RAE-Revista de Administração de Empresas* (1961 a 2016) à luz da bibliometria, *text mining*, rede social e geoanálise**
José Eduardo Ricciardi Favaretto e Eduardo de Rezende Francisco

## PENSATA | ESSAY

**Um guia de avaliação de artigos científicos em marketing**
Vinicius Andrade Brei, Salomão Alencar de Farias, Celso Augusto de Matos e José Afonso Mazzon

## PERSPECTIVAS | PERSPECTIVES

**Internacionalização dos periódicos brasileiros**
Salomão Alencar de Farias

**Periódicos brasileiros em Inglês: A mímica do *publish* or *perish* "global"**
Rafael Alcadipani

## RESENHA | BOOK REVIEW

**Discurso e prática do marketing: uma perspectiva crítica**
Roberto Pessoa de Queiroz Falcão

## INDICAÇÕES BIBLIOGRÁFICAS | BOOK RECOMMENDATIONS

**O método experimental**
Jolanda E. Ygosse Battisti

**Beyond positivistic qualitative research**
Marlei Pozzebon

ISSN 0034-7590
00574

RAE Revista de Administração de Empresas

ISSN 0034-7590
www.fgv.br/rae

**COMITÊ DE POLÍTICA EDITORIAL**
Carlos Osmar Bertero, Eduardo Diniz, Flávio Carvalho de Vasconcelos, Francisco Aranha, Luiz Artur Ledur Brito, Maria José Tonelli, Maria Tereza Leme Fleury, Tales Andreassi, Thomaz Wood Jr.

**EDITORA-CHEFE**
Maria José Tonelli

**EDITOR-ADJUNTO**
Felipe Zambaldi

**EDITORA DE LIVROS**
Roseli Morena Porto

**CORPO EDITORIAL CIENTÍFICO**
Alexandre de Pádua Carrieri (UFMG - Belo Horizonte - MG, Brasil), Allan Claudius Queiroz Barbosa (UFMG - Belo Horizonte - MG, Brasil), Ana Paula Paes de Paula (UFMG - Belo Horizonte - MG, Brasil), Anatalia Saraiva Martins Ramos (UFRN - Natal - RN, Brasil), André Lucirton Costa (USP/FEA-RP - Ribeirão Preto - SP, Brasil), Andre Luis de Castro Moura Duarte (INSPER - São Paulo - SP, Brasil), Andre Ofenhejm Mascarenhas (Zetesis - Sao Paulo - SP, Brasil), Andrea Lago da Silva (UFSCAR – São Carlos – SP, Brasil), Anielson Barbosa da Silva (UFPB - João Pessoa - PB, Brasil), Antonio Domingos Padula (UFRGS - Porto Alegre - RS, Brasil), Antonio Lopo Martinez (FUCAPE - Vitoria - ES, Brasil), Antonio Moreira de Carvalho (PUC Minas - Belo Horizonte - MG, Brasil), Antonio Navarro-García (Universidad de Sevilla - Sevilha, Espanha), Bento Alves da Costa Filho (Ibmec-DF - Brasília - DF, Brasil), Bill Cooke (University of York - Heslington, Reino Unido), Carlos Jesús Fernández Rodríguez (Universidad Autónoma de Madrid - Madrid, Espanha), Carlos L. Rodriguez (UNCW - Wilimigton - NC, Estados Unidos), Cesar Alexandre de Souza (USP-FEA - São Paulo SP, Brasil), Claudio R. Lucinda (USP/FEA-RP - Ribeirão Preto - SP, Brasil), Dario de Oliveira Lima Filho (UFMS - Campo Grande - MS, Brasil), Delane Botelho (FGV EAESP - São Paulo - SP, Brasil), Denise Del Prá Netto Machado (FURB - Blumenau - SC, Brasil), Diego Rene Gonzales Miranda (Universidad EAFIT - Medellín, Colômbia), Diogo Henrique Helal (UFPB - Joao Pessoa - PB, Brasil), Edgard Barki (FGV EAESP - São Paulo - SP, Brasil), Edmilson de Oliveira Lima (UNINOVE - São Paulo - SP, Brasil), Eduardo Andre Teixeira Ayrosa (FGV EBAPE - Rio de Janeiro - RJ, Brasil), Ely Laureano de Paiva (FGV EAESP - São Paulo - SP, Brasil), Eric David Cohen (Ibmec-Rio - Rio de Janeiro - RJ, Brasil), Eric van Heck (Erasmus University - Rotterdam, Holanda), Fábio Frezatti (USP-FEA - São Paulo - SP, Brasil), Fernanda Finotti Perobelli (UFJF - Juiz de Fora - MG, Brasil), Francisco Javier Rondán Cataluña (Universidad de Sevilla - Sevilla, Espanha), Gláucia Maria Vasconcellos Vale (PUC-Minas - Belo Horizonte - MG, Brasil), Glicia Vieira (UFES - Vitoria - ES, Brasil), Graziela Comini (USP-FEA - São Paulo - SP, Brasil), Graziela Dias Alperstedt (UDESC - Florianópolis - SC, Brasil), Heitor Almeida (College of Business at Illinois - Champaign, Estados Unidos), Henrique Luiz Côrrea (CRUMMER - Flórida - FL, Estados Unidos), Janete Lara de Oliveira (UFMG - Belo Horizonte - MG, Brasil), João Luiz Becker (UFRGS - Porto Alegre - RS, Brasil), Jorge Verschoore (São Leopoldo – RS, Brasil), José Antônio Gomes Pinho (UFBA - Salvador - BA, Brasil), José Henrique de Faria (UFPR - Curitiba - PR, Brasil), José Mauro C. Hernandez (USP-EACH - São Paulo - SP, Brasil), Luciano Barin Cruz (HEC-Montréal - Québec, Canada), Luiz Artur Ledur Brito (FGV EAESP - São Paulo - SP, Brasil), Maria Alexandra Cunha (FGV EAESP - São Paulo - SP, Brasil), Maria Ceci Araújo Misoczky (UFRGS - Porto Alegre - RS, Brasil), Mário Aquino Alves (FGV EAESP - São Paulo - SP, Brasil), Mario Sacomano Neto (UNIMEP - São Paulo - SP, Brasil), Marlei Pozzebon (HEC-Montréal - Québec, Canada e FGV EAESP - São Paulo - SP, Brasil), Mateus Canniatti Ponchio (ESPM - São Paulo - SP, Brasil), Mauricio Reinert (UEM - Maringá - PR, Brasil), Patricia Mendonça (USP-EACH - São Paulo - SP, Brasil), Paulo Bastos Tigre (UFRJ - Rio de Janeiro - RJ, Brasil), Paulo Roberto Barbosa Lustosa (UnB - Brasília - DF, Brasil), Rafael Alcadipani (FGV EAESP - São Paulo - SP, Brasil), Rafael Goldszmidt (FGV EBAPE - Rio de Janeiro - RJ, Brasil), Ramón Valle Cabrera (Universidad Pablo de Olavide - Sevilha, Espanha), Rebecca Arkader (UFRJ - Rio de Janeiro - RJ, Brasil), Ricardo Ratner Rochman (FGV/EESP - São Paulo - SP, Brasil), Roberto Patrus Mundim Pena (PUC-Minas - Belo Horizonte - MG, Brasil), Rodrigo Bandeira-de-Mello (FGV EAESP - São Paulo - SP, Brasil), Rodrigo Ladeira (UNIFACS - Salvador - BA, Brasil), Salomão Alencar de Farias (UFPE - Recife - PE, Brasil), Sérgio Bulgacov (FGV EAESP - São Paulo - SP, Brasil), Sérgio Giovanetti Lazzarini (INSPER - São Paulo - SP, Brasil), Silvana Anita Walter (FURB - Blumenau - SC, Brasil), Sônia Maria Fleury (FGV EBAPE - Rio de Janeiro - RJ, Brasil), Tales Andreassi (FGV EAESP - São Paulo - SP, Brasil), Teresia D. L. van Ad. de Macedo-Soares (PUC-Rio - Rio de Janeiro - RJ, Brasil), Thomas Brashear Alejandro (University of Massachusetts Amherst - Amherst - MA, Estados Unidos), Vinicius Brei (UFRGS - Porto Alegre - RS, Brasil), Wilson Toshiro Nakamura (MACKENZIE – São Paulo – SP, Brasil).

## CENTRAL DE RELACIONAMENTO

São Paulo e Grande São Paulo: + 55 (11) 3799-7999 | Fax: + 55 (11) 3799-7871
Av. 9 de Julho, 2029 - 01313 902 | São Paulo - SP - Brasil
e-mail: rae@fgv.br | www.fgv.br/rae

**REDAÇÃO**
**Analista de Produção Editorial:** Denise Francisco Cândido
**Assistente Administrativa:** Eduarda Pereira Anastacio
**Copidesque** (Português e Inglês): Paula Thompson | Editage
**Tradução e revisão** (Espanhol e Inglês): RAG Traduções | Fernando Effori

**ADMINISTRAÇÃO**
**Responsável:** Ilda Fontes
**Assistente Administrativa:** Eldi Francisca Soares
**Assistente de Marketing:** Andréa Cerqueira Souza
**Jovem Aprendiz:** Ana Paula Coelho Soares

**VISIBILIDADE**
**Número de visitas ao site (maio-junho): 17.789 visitantes**

**PERIODICIDADE:** Bimestral

**ARTE/EDITORAÇÃO ELETRÔNICA**
Typecomm | Comunicação + Design

**INDEXADORES**
DOAJ - Directory of Open Access Journals
www.doaj.org

Ebsco Publishing: Business Source Complete, Economia y Negocios, Fonte Acadêmica
www.ebscohost.com

Gale Cengage Learning
www.gale.cengage.com

Google Scholar
scholar.google.com.br

OASISBR
http://oasisbr.ibict.br

Portal de Periódicos CAPES
www.periodicos.capes.gov.br

ProQuest Information and Learning
www.proquest.com.br

REDIB - Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico
www.redib.org/

RePEc
www.repec.org

Sistema de Información Científica Redalyc - Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
redalyc.uaemex.mx

SciELO - Scientific Electronic Library Online
www.scielo.org

Scopus | Elsevier
www.info.sciverse.com/scopus

SHERPA/RoMEO
www.sherpa.ac.uk/romeo

SPELL – Scientific Periodicals Electronic Library
www.spell.org.br

Sumários Brasileiros de Revistas Científicas
www.sumarios.funpeerp.com.br

Thomson Reuters
SSCI, JCR
www.thomsonreuters.com

**DIRETÓRIOS**
AcademicKeys
www.academickeys.com

Cabell's
www.cabells.com

CLASE – Citas Latinoamericans en Sciencias Sociales y Humanidades
www.dgbiblio.unam.mx/index.php/catalogos

Diadorim
diadorim.ibict.br

IBSS - International Bibliography of the Social Science
www.lse.ac.uk

HAPI-Hispanic American Periodicals Índex
hapi.ucla.edu

Latindex - Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
www.latindex.org

ROAD - The Directory of Open Access Scholarly Resources
http://road.issn.org/

Ulrichs Periodical Directory
www.ulrichsweb.com

WorldWideScience.Org
http://worldwidescience.org/index.html

*RAE* é membro e subscreve os princípios do Committee on Publication Ethics (COPE).
**http://publicationethics.org/**

JM11885

Publicação bimestral da Fundação Getulio Vargas
Escola de Administração de Empresas de São Paulo

# RAE

Revista de Administração de Empresas®

PESQUISA E CONHECIMENTO | V. 57, N. 4, JULHO-AGOSTO 2017

FGV EAESP

Apoio:

CNPq Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES
65 anos CAPES MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
BRASIL GOVERNO FEDERAL

***RAE – Revista de Administração de Empresas / Fundação Getulio Vargas.***
Vol. 1, n. 1 (maio/ago. 1961) - . - Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 1961 - v.; 27,5cm.

Quadrimestral: **1961–1962**. Trimestral: **1963–1973**. Bimestral: **1974–1977**.
Trimestral: **1978–1992**. Bimestral: **1992–1995**. Trimestral: **1996–2010**.
Bimestral: **2011**–.

Publicada: São Paulo: FGV EAESP, 1988–

ISSN 0034-7590

1. Administração de empresas – Periódicos. I. Fundação Getulio Vargas. II. Escola de Administração de Empresas de São Paulo.

CDD 658
CDU 658

A ***RAE – Revista de Administração de Empresas*** adota a Licença de Atribuição (CC-BY) do Creative Commons *(https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/br)* em todos os trabalhos publicados, exceto, quando houver indicação específica de detentores de direitos autorais.

# SUMÁRIO


## EDITORIAL

298 Maria José Tonelli e Felipe Zambaldi

## ARTIGOS

302 **REITs brasileiros: Uma oportunidade de diversificação internacional**
Análise da diversificação de investimentos combinando a inversão em REIT com renda variável.
Maria Celia López-Penabad, Carmen López-Andión, Ana Iglesias-Casal e José Manuel Maside-Sanfiz

317 **Análise do efeito tamanho na Bovespa**
Exame das relações entre preço e volatilidade em empresas de portes diversos e cálculo de performance de portfolios ótimos de investimento com base em retornos variáveis ao longo do tempo em previsões de volatilidade.
Maria del Mar Miralles-Quiros, Jose Luis Miralles-Quiros e Luis Miguel Gonçalves

330 **Confiança nos relacionamentos em *cluster* de empresas**
Integração dos relacionamentos interorganizacionais (verticais e horizontais) por meio da percepção da confiança no comportamento colaborativo das empresas, utilizando como campo empírico os *clusters* produtivos da indústria moveleira brasileira.
Roberta de Cássia Macedo, Ricardo Silveira Martins, Luciano Rossoni e Guilherme Silveira Martins

342 **Uso de estudos de caso em cursos de graduação em Administração de Empresas**
Desenvolvimento de construtos para avaliar fatores que influenciam o grau aceitação de casos de ensino por parte de estudantes.
Carlos J. O. Trejo-Pech e Susan White

## ESPECIAL *RAE*

357 **Periódicos brasileiros da área de Administração no contexto de internacionalização da produção científica**
Eduardo H. Diniz

365 **Exploração do acervo da *RAE-Revista de Administração de Empresas* (1961 a 2016) à luz da bibliometria, *text mining*, rede social e geoanálise**
José Eduardo Ricciardi Favaretto e Eduardo de Rezende Francisco

## PENSATA

391 **Um guia de avaliação de artigos científicos em marketing**
Discussão e proposta de guia para avaliar artigos científicos na área de marketing.
Vinicius Andrade Brei, Salomão Alencar de Farias, Celso Augusto de Matos e José Afonso Mazzon

## PERSPECTIVAS

401 **Internacionalização dos periódicos brasileiros**
Salomão Alencar de Farias

405 **Periódicos brasileiros em Inglês: A mímica do *publish* or *perish* "global"**
Rafael Alcadipani

## RESENHA

412 **Discurso e prática do marketing: Uma perspectiva crítica**
Roberto Pessoa de Queiroz Falcão

## INDICAÇÕES BIBLIOGRÁFICAS

414 **O método experimental**
Jolanda E. Ygosse Battisti

415 **Além da pesquisa qualitativa positivista**
Marlei Pozzebon



Julho/Agosto 2017




# CONTENTS


## EDITORIAL

298 Maria José Tonelli and Felipe Zambaldi

## ARTICLES

302 **REIT in Brazil: An opportunity of international diversification**
An analysis of investment diversification that combines investment in REIT and in variable-income securities.
Maria Celia López-Penabad, Carmen López-Andión, Ana Iglesias-Casal, and José Manuel Maside-Sanfiz

317 **Revisiting the size effect in the Bovespa**
The article examines the relationship between price and volatility in companies of various sizes and the calculation of optimal investment portfolios' performance based on variable returns over time in volatility forecasts.
Maria del Mar Miralles-Quiros, Jose Luis Miralles-Quiros, and Luis Miguel Gonçalves

330 **Trust in relationships in business clusters**
The study integrates interorganizational relationships (both vertical and horizontal ones) through the perception of trust in businesses' collaborative behavior, using the Brazilian furniture industry's production clusters as the empirical field of research.
Roberta de Cássia Macedo, Ricardo Silveira Martins, Luciano Rossoni, and Guilherme Silveira Martins

342 **The use of case studies in undergraduate Business Administration**
The authors develop constructs to evaluate the factors influencing the degree of students' acceptance of cases.
Carlos J. O. Trejo-Pech and Susan White

## SPECIAL *RAE*

357 **Brazilian periodicals in the field of administration in the context of scientific output internationalization**
Eduardo H. Diniz

365 **Exploring the archive of *RAE-Revista de Administração de Empresas* (1961 to 2016) in the light of bibliometrics, text mining, social networks and geoanalysis**
José Eduardo Ricciardi Favaretto and Eduardo de Rezende Francisco

## ESSAY

391 **A guide to evaluating scientific articles in the marketing area**
The essay discusses and presents the proposal of a guide to evaluating scientific articles in the marketing area.
Vinicius Andrade Brei, Salomão Alencar de Farias, Celso Augusto de Matos, and José Afonso Mazzon

## PERSPECTIVES

401 **Internationalization of Brazilian periodicals**
Salomão Alencar de Farias

405 **Brazilian periodicals in English: Mimicking the global 'public or perish'**
Rafael Alcadipani

## BOOK REVIEW

412 **Marketing discourse: A critical perspective**
Roberto Pessoa de Queiroz Falcão

## BOOK RECOMMENDATIONS

414 **The experimental method**
Jolanda E. Ygosse Battisti

415 **Beyond positivistic qualitative research**
Marlei Pozzebon



July/August 2017




# SUMARIO


## EDITORIAL

298 **Maria José Tonelli y Felipe Zambaldi**

## ARTÍCULOS

302 **REIT en Brasil: Una oportunidad de diversificación internacional**
Análisis de la diversificación de inversiones combinando a la inversión en REIT de renta variable.
**Maria Celia López-Penabad, Carmen López-Andión, Ana Iglesias-Casal y José Manuel Maside-Sanfiz**

317 **Análisis del efecto tamaño en el Bovespa**
Examen de las relaciones entre precio y volatilidad en empresas de portes diversos y cálculo de performance de carteras óptimas de inversión con base en rendimientos variables a lo largo del tiempo en previsiones de volatilidad.
**Maria del Mar Miralles-Quiros, Jose Luis Miralles-Quiros y Luis Miguel Gonçalves**

330 **Confianza en las relaciones en *clusters* de empresas**
Integración de las relaciones interorganizacionales (verticales y horizontales) por medio de la percepción de confianza en el comportamiento colaborativo de las empresas, utilizando como campo empírico los *clusters* productivos de la industria de muebles brasileña.
**Roberta de Cássia Macedo, Ricardo Silveira Martins, Luciano Rossoni y Guilherme Silveira Martins**

342 **El uso de casos en Administración de Empresas a nivel de licenciatura**
Desarrollo de constructos para evaluar los factores que influencian el grado aceptación de los estudiantes del método de casos en la enseñanza.
**Carlos J. O. Trejo-Pech y Susan White**

## ESPECIAL *RAE*

357 **Los periódicos brasileños del área de Administración en el contexto de la internacionalización de la producción científica**
**Eduardo H. Diniz**

365 **Exploración del acervo de la *RAE-Revista de Administração de Empresas* (1961 – 2016) a la luz de la Bibliometría, Text Mining, Rede Social y Geoanálisis**
**José Eduardo Ricciardi Favaretto y Eduardo de Rezende Francisco**

## ENSAYO

391 **Una guía de evaluación de artículos científicos en marketing**
Debate y propuesta de guía para evaluar artículos científicos en el área de marketing.
**Vinicius Andrade Brei, Salomão Alencar de Farias, Celso Augusto de Matos y José Afonso Mazzon**

## PERSPECTIVAS

401 **Internacionalización de los periódicos brasileños**
**Salomão Alencar de Farias**

405 **Periódicos brasileños en Inglés: La mímica del *publish* or *perish* "global"**
**Rafael Alcadipani**

## RESEÑA

412 **Discurso y práctica del marketing: Una perspectiva crítica**
**Roberto Pessoa de Queiroz Falcão**

## RECOMENDACIONES BIBLIOGRÁFICAS

414 **El método experimental**
**Jolanda E. Ygosse Battisti**

415 **Más allá de la investigación cualitativa positivista**
**Marlei Pozzebon**



Julio/Agosto 2017




# EDITORIAL

DOI: http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170401



**Maria José Tonelli**
Editora-chefe*



**Felipe Zambaldi**
Editor-adjunto*

**Este número celebra o aniversário da *RAE-Revista de Administração de Empresas*: 55 anos ininterruptos de publicação. A *RAE* teve papel fundamental na construção do campo aplicado e acadêmico em Administração em nosso país, ao divulgar pesquisas e práticas em diversas áreas da Administração, e na construção da profissão do administrador, como mostram os textos de Bresser-Pereira (1966) e Bertero (1968).**

March (2007) argumenta que os estudos sobre a Administração são afetados pelo tempo e pelo local em que são realizados. A criação da *Revista de Administração da Universidade de São Paulo* (*RAUSP*), em 1947, marca a gênesis do campo acadêmico em Administração no Brasil, e a criação da *RAE*, em 1961, inaugura e organiza diversos campos, como marketing, finanças, produção e comportamento organizacional no País (Tonelli, 2014), bem antes da institucionalização da pesquisa acadêmica, com a criação da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) em 1976. O ambiente era de prosperidade no pós-guerra, quando foram criadas várias escolas de Administração para profissionalizar a gestão familiar e contornar o personalismo que marcava o modo de administrar brasileiro. Fazer pesquisa no Brasil não era uma tarefa fácil, seja pelo tema inovador em si, seja pela dificuldade para se promover pesquisa de qualidade no Brasil, com foco no desenvolvimento social do País (Schwartzman, 1979). Fazer pesquisa em Administração, área marcada por múltiplas perspectivas, exigia esforços dos poucos programas de pós-graduação na ocasião.

Desde o início, a *RAE* se colocou como uma forma de ver o mundo e de agir sobre ele. Se discursos são práticas, tal como proposto na abordagem construcionista (Cunliffe, 2008; Spink, 1999), a revista ajudou na difusão dos repertórios linguísticos sobre a racionalidade administrativa e sobre os valores do *management*. Shenav (1999), ao pesquisar as revistas de engenharia nos Estados Unidos, na virada do século XIX para o XX, mostrou que "the magazines provided, filtered, and constructed knowledge about their organizational and technical world" (p. 213). A linguagem em uso nessas primeiras revistas construiu, ativamente e de modo síncrono, práticas cotidianas de gestão, o campo científico em Administração e a profissão do administrador.

Ao longo desses anos, é preciso destacar a orientação à reflexão sempre presente na revista: são vários artigos que debatem o contexto social, a necessidade de posicionamento político dos empresários, a desigualdade e o desequilíbrio econômico decorrentes da inflação, além de artigos críticos e que questionam os propósitos da área de Administração e da aplicabilidade do *management* em países subdesenvolvidos (Tonelli, 2014).

A *RAE* foi pioneira desde os seus primeiros anos. Sob o ponto de vista da internacionalização, a revista inovou e conduziu uma série de iniciativas em seu percurso, como a disponibilização trilíngue do *website*, a tradução do sistema de submissões e avaliações, posteriormente substituído por uma plataforma mundial, as chamadas internacionais de trabalhos, a publicação de artigos em três idiomas e a ampliação da participação de membros de instituições estrangeiras no corpo editorial. Soma-se a isso o ingresso da revista em diversos indexadores e bases internacionais, com destaque ao Journal Citation Reports (JCR) e SCOPUS. Merece atenção a evolução do fator de impacto da revista



ISSN 0034-7590

no JCR entre 2011 e 2016, de 0,213 para 0,408. No caso da base SCOPUS, a quantidade de citações da revista cresceu em mais de 380% entre 2010 e 2016, período em que o índice de autocitações diminuiu de 27% para 13%, indicando que outras revistas monitoradas pela base têm aumentado o uso dos artigos da *RAE* como referências citadas. A internacionalização do periódico também trouxe outros resultados relevantes, como a proporção crescente de artigos em língua estrangeira, alcançando 90% nas três primeiras edições de 2017, sendo 51% dos autores publicados nessas edições oriundos do exterior.

Esta edição comemorativa traz uma seção especial com um ensaio do ex-editor-chefe da *RAE*, professor Eduardo H. Diniz, relatando sua experiência de sete anos na gestão editorial da revista e sua visão sobre a inserção internacional de periódicos brasileiros. Os professores José Eduardo Ricciardi Favaretto e Eduardo de Rezende Francisco realizaram um estudo do acervo de mais de 50 anos da *RAE* utilizando a bibliometria, *text mining*, rede social e geoanálise para trazer ao público resultados interessantes dos mais de 2 mil trabalhos publicados pela revista.

Para comemorar essa longa e profícua trajetória, inauguramos neste número uma nova seção: Perspectivas. Trata-se de uma seção que busca apresentar diferentes visões sobre um mesmo tema, por professores e pesquisadores com reconhecida inserção no campo. Convidamos, para esta edição, Salomão Alencar de Farias, da UFPE-PROPAD, editor da *Brazilian Administration Review (BAR)*, e Rafael Alcadipani, da FGV EAESP, para tratarem do tema "Internacionalização dos periódicos brasileiros". Ainda que com abordagens distintas, os dois artigos mostram como, ainda hoje, é difícil fazer pesquisa em Administração no Brasil, competir no mercado internacional de produção científica e contribuir para o desenvolvimento de nosso país. Esses dois artigos dialogam com o artigo do professor Eduardo H. Diniz da seção Especial *RAE*.

Completam a edição quatro artigos das áreas de estudos organizacionais, finanças, marketing e ensino e pesquisa em administração; uma pensata que defende a criação de um guia para avaliação de artigos da área de marketing e a resenha do livro *Marketing discourse: Acritical perspective*, de Per Skålén, Martin Fougère, e MarkusFellesson. Por fim, continuando com a proposta de apresentar indicações bibliográficas que tratem sobre métodos de pesquisa, teremos nesta edição uma seleção de livros sobre método experimental e pesquisa qualitativa de base positivista.

Apreciem sem moderação!

**Maria José Tonelli** e **Felipe Zambaldi**

* Professores da Fundação Getulio Vargas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo – São Paulo – SP, Brasil

## REFERÊNCIAS

Bertero, C. O. (1968). Editorial. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *8*(26), 12-15.

Bresser-Pereira, L. C. (1966). O administrador profissional e as perspectivas da sociedade brasileira. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *6*(20), 89-110.

Cunliffe, A. (2008). Orientations to social constructionism: Relationally responsive social constructionism and its implications for knowledge and learning. *Management Learning*, *39*(2), 123-199. doi: 10.1177/1350507607087578

March, J. G. (2007). The study of organizations and organizing since 1945. *Organization Studies*, *28*(1), 9-19. doi: 10.1177/0170840607075277

Schwartzman, S. (1979). *Um espaço para a ciência: Formação da comunidade científica no Brasil*. São Paulo, SP: Editora Nacional do RJ – FINEP.

Shenav, Y. (1999). *Manufacturing rationality: The engineering foundations of the managerial revolution*. New York, USA: Oxford University Press.

Spink, P. K. (1999). Análise de documentos de domínio público. In M. J. Spink (Org.), *Práticas discursivas e a produção de sentidos no cotidiano* (pp. 123-152). São Paulo, SP: Cortez Editora.

Tonelli, M. J. (2014). *Campo acadêmico em Administração: Mentalidades e práticas de gestão em 30 anos de publicações na RAUSP e na RAE* (Monografia apresentada para professor titular na FGV EAESP).

# EDITORIAL

DOI: http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170401



**Maria José Tonelli**
Editor-in-Chief*



**Felipe Zambaldi**
Assistant Editor*

**This issue celebrates the anniversary of *RAE - Revista de Administração de Empresas [Journal of Business Management]*: 55 years of uninterrupted publication. The RAE has played a key role in developing the applied and academic field of management in our country by publishing research and practices in several areas of management, and contributing to the managerial profession, as noted by Bresser-Pereira (1966) and Bertero (1968).**

March (2007) argues that time and location influence studies on management. The creation of the *Revista de Administração da Universidade de São Paulo (Journal of Management of the University of São Paulo* (*RAUSP*) in 1947, enabled the study of management in Brazil. The creation of the *RAE*, in 1961, helped organize several fields, such as marketing, finance, production and organizational behavior in the country (Tonelli, 2014), well before the institutionalization of academic research with the creation of the Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (National Association of Management Graduate Studies and Research [ANPAD]) in 1976. After the war, the atmosphere was of prosperity, resulting in the establishment of several business schools to transform family-management into professional management and work around the personalism, which was the hallmark of management in Brazil. Conducting research in Brazil was not an easy task owing to several reasons: innovative topics, difficulty in promoting quality research in Brazil, and focus on the social development of the country (Schwartzman, 1979). Research in management, an area containing multiple perspectives, demanded substantial effort from the few graduate programs at the time.

From the beginning, *RAE* became a position to look on the world and act on it. If speeches are practices, as the constructionist approach proposed (Cunliffe, 2008; Spink, 1999), the journal has helped the spread of linguistic repertoires on administrative rationality and the values of management. Shenav (1999), while researching engineering journals in the United States from the late nineteenth century till the twentieth, showed that "the journals provided, filtered, and constructed knowledge about their organizational and technical world" (p. 213). The language used in those first journals actively and synchronously developed everyday management practices, the scientific field in management, and the managerial profession.

It is worth noting the ever-present guidance of the *RAE*. Several articles discuss the social context, the need for political positioning of entrepreneurs, inequality, and economic imbalance resulting from inflation, and critical articles that question the purpose of management and its applicability in underdeveloped countries (Tonelli, 2014).

The *RAE* has been a pioneer since its early years. From the perspective of internationalization, the journal has innovated and conducted many initiatives, such as a trilingual website, translation of the submissions and ratings system, later replaced by a worldwide platform, international call for papers, publishing articles in three languages and the increased participation of members of foreign institutions in the editorial board. In addition, the journal was included in several indexes and international databases, especially the Journal Citation Reports (JCR) and SCOPUS. The evolution of the journal's impact factor in the JCR, between 2011 and 2016, with an increase from 0.213 to 0.408, deserves a special mention. As to the SCOPUS database, journal citation grew by over 380%

between 2010 and 2016, during which the self-citation index decreased from 27% to 13%, indicating that other journals monitored by the database have increased the use of *RAE*'s articles as quoted references. The internationalization of the journal also brought other relevant outcomes, such as the increasing proportion of articles in foreign languages, reaching 90% in the first three editions of 2017, where 51% of the authors published in those issues were from abroad.

This commemorative issue features a special section with a paper by the former editor-in-chief of *RAE*, Professor Eduardo H. Diniz, relating his seven years of experience in the editorial management of the journal and his view on the international presence of Brazilian journals. Professors José Eduardo Ricciardi Favaretto and Eduardo Rezende Francisco carried out a study on the collection of more than 50 years of the *RAE*, using bibliometry, text mining, social networking, and geo-analysis to bring to the public the interesting results of more than 2000 papers published by the journal.

To celebrate this long and successful journey, we opened a new section in this issue: Perspectives. This section tries to present different views on the same subject by professors and researchers with a recognized presence in the field. For this issue, we invited Salomão Alencar de Farias from UFPE-PROPAD, editor of the *Brazilian Administration Review (BAR)*, and Rafael Alcadipani, from FGV EAESP, to address the topic of "Internationalization of Brazilian Journals." Although with different approaches, the two articles show how, even today, it is difficult to perform research on management in Brazil, to compete in the international market of scientific production and contribute to the development of our country. These two articles relate to that by Professor Eduardo H. Diniz in the *RAE's* Special section.

To complete the issue, we include four articles in the areas of organizational studies, finance, marketing and teaching and research in management; an opinion article advocating the creation of a guide for articles' assessment in marketing and a book review of *Marketing discourse: A critical perspective*, by Per Skålén, Martin Fougère, and Markus Fellesson. Finally, to provide bibliographic references for research methods, we will have in this issue a selection of books on experimental method and positivist-based qualitative research.

Enjoy!

**Maria José Tonelli** and **Felipe Zambaldi**

* Professors of the Getulio Vargas Foundation, School of Business Administration of São Paulo – São Paulo – SP, Brazil

## REFERENCES

Bertero, C. O. (1968). Editorial. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *8*(26), 12-15.

Bresser-Pereira, L. C. (1966). O administrador profissional e as perspectivas da sociedade brasileira. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *6*(20), 89-110.

Cunliffe, A. (2008). Orientations to social constructionism: Relationally responsive social constructionism and its implications for knowledge and learning. *Management Learning*, *39*(2), 123-199. doi: 10.1177/1350507607087578

March, J. G. (2007). The study of organizations and organizing since 1945. *Organization Studies*, *28*(1), 9-19. doi: 10.1177/0170840607075277

Schwartzman, S. (1979). *Um espaço para a ciência: Formação da comunidade científica no Brasil*. São Paulo, SP: Editora Nacional do RJ – FINEP.

Shenav, Y. (1999). *Manufacturing rationality: The engineering foundations of the managerial revolution*. New York, USA: Oxford University Press.

Spink, P. K. (1999). Análise de documentos de domínio público. In M. J. Spink (Org.), *Práticas discursivas e a produção de sentidos no cotidiano* (pp. 123-152). São Paulo, SP: Cortez Editora.

Tonelli, M. J. (2014). *Campo acadêmico em Administração: Mentalidades e práticas de gestão em 30 anos de publicações na RAUSP e na RAE* (Monografia apresentada para professor titular na FGV EAESP).


ISSN 0034-7590

# ARTÍCULOS

**Sometido 22.07.2016. Aprobado 19.06.2017**
Evaluado por el sistema *double blind review*. Editora Científica: Fernanda Finotti Perobelli

DOI: http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170402

# REIT EN BRASIL: UNA OPORTUNIDAD DE DIVERSIFICACIÓN INTERNACIONAL

## *REITs brasileiros: Uma oportunidade de diversificação internacional*

## *REIT in Brazil: An opportunity of international diversification*

**MARIA CELIA LÓPEZ-PENABAD**
**celia.lopez@usc.es**
*Profesora de la Universidad de Santiago de Compostela, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – Santiago de Compostela – Galicia, España*

**CARMEN LÓPEZ-ANDIÓN**
**carmen.lopez.andion@usc.es**
*Profesora de la Universidad de Santiago de Compostela, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – Santiago de Compostela – Galicia, España*

**ANA IGLESIAS-CASAL**
**ana.iglesias.casal@usc.es**
*Profesora de la Universidad de Santiago de Compostela, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – Santiago de Compostela – Galicia, España*

**JOSÉ MANUEL MASIDE-SANFIZ**
**josemanuel.maside@usc.es**
*Profesor de la Universidad de Santiago de Compostela, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – Santiago de Compostela – Galicia, España*

**RESUMEN**

Los beneficios de la diversificación internacional se han visto modificados por el cambio continuo de las correlaciones entre los mercados. La inversión inmobiliaria presenta un elevado potencial como activo diversificador en un portafolio. El objetivo del presente trabajo es analizar la diversificación combinando la inversión en REIT con renta variable, para un inversor de Brasil. Para ello construimos carteras óptimas *out-of-sample* mediante predicciones de volatilidad, correlaciones y rendimientos utilizando los métodos DCC y VAR-DCC para el índice Ifix y los ETF BOVA11 y SPDR S&P500, durante el período de 1 de diciembre de 2014 a 30 de octubre de 2015. Nuestros resultados muestran que la aproximación VAR-DCC mejora ligeramente las aproximaciones *Plug-in* y DCC, y la cartera *Naïve*.

**PALABRAS CLAVE** | Real Estate Investment Trust, diversificación internacional, Modelo VAR-DCC multivariante, Brasil, Ratio de Sharpe.

*RESUMO*

*Os benefícios da diversificação internacional estão sendo modificados pela mudança contínua das correlações entre os mercados. O investimento imobiliário apresenta um elevado potencial enquanto ativo diversificador de uma carteira. O objetivo do presente trabalho é analisar a diversificação mediante o investimento em REITs e renda variável, para um investidor no Brasil. Então nós construímos carteiras ótimas out-of-sample mediante previsões da volatilidade, correlações e rendimentos utilizando os modelos (métodos) DCC e VAR-DCC para o índice Ifix, e os ETFs BOVA11 e SPDR S&P500, durante o período de 1 de dezembro de 2014 a 30 de outubro de 2015. Os nossos resultados mostram que a aproximação VAR-DCC melhora a aproximação Plug-in e a DCC, e a estratégia Naïve.*

***PALAVRAS-CHAVE*** *| Real Estate Investment Trust, Diversificação internacional, Modelo multivariado VAR-DCC, Brasil, Rácio de Sharpe.*

*ABSTRACT*

*The benefits of international diversification have been modified by the continuous change in the correlations between markets. Real estate investment has a high potential as a diversifying asset in a portfolio. The aim of this paper is to analyze the diversification by investing in REITs and equities for an investor from Brazil. We build optimal portfolios out-of-sample using predictions of volatility, correlations and yields following the DCC and VAR-DCC methods for the BOVA11, Ifix and SPDR S&P500 indices, during the period from December 1, 2014 to October 30, 2015. Our results show that the VAR-DCC approach slightly improves the DCC and Plug-in approaches, and the Naïve strategy.*

***KEYWORDS*** *| Real Estate Investment Trust, international diversification, multivariate VAR-DCC model, Brazil, Sharpe Ratio.*

## INTRODUCCIÓN

En el marco de los mercados financieros globales de constante cambio en las correlaciones, la inversión inmobiliaria se plantea cada vez más como una opción a nivel internacional, que en busca de rendimientos atractivos y diversificación, pone su atención en mercados emergentes como puede ser el de Brasil, siempre como parte de una inversión siguiendo un enfoque táctico.

En los últimos 20 años el estado de Brasil ha puesto todo su empeño en mejorar las condiciones jurídicas e institucionales para tratar de fortalecer los negocios con la propiedad privada del suelo y relacionarlos con el sistema financiero. De esta forma, cada vez más agentes financieros globales obtienen rendimientos a partir de la ininterrumpida reconfiguración de espacios urbanos en Brasil (Sanfelici, 2013).

Rentabilizar las inversiones en mercados emergentes es una tarea complicada. La falta de transparencia e información dificultan el proceso de inversión. Los rendimientos de este tipo de inversiones pueden venir generados por el desarrollo económico, la escasez de capital y/o el desarrollo demográfico. En el caso de Brasil, el fuerte crecimiento de su población -ingrediente fundamental para una demanda inmobiliaria intensa y, por tanto, para el alza del precio de este tipo de bien- genera gran interés internacional por la inversión inmobiliaria en este mercado.

La rentabilidad y liquidez son aspectos fundamentales a tener en cuenta en cualquier tipo de inversión, también en la inversión inmobiliaria, si bien su potencial como activo que diversifica el riesgo en un portafolio cobra una especial relevancia. En este tema resulta fundamental el análisis de las correlaciones existentes entre los distintos activos; si las variables fundamentales que determinan los rendimientos inmobiliarios están poco correlacionadas también lo estarán los activos.

Es importante poner de manifiesto que la inversión inmobiliaria directa presenta desventajas importantes, como la baja liquidez y los elevados costes de transacción. Sin embargo, la inversión colectiva inmobiliaria mitiga este tipo de dificultades presentando las ventajas de cualquier inversión colectiva, como por ejemplo la gestión profesionalizada, la transparencia y el control de su actividad (Milani, Ceretta, & Machado, 2014).

El objetivo de nuestro trabajo es analizar el potencial de diversificación mediante la inversión en REIT (*Real Estate Investment Trust*) en el mercado de Brasil -instituciones que se han desarrollado de forma extraordinaria en los últimos años- a través de la inversión en el Ifix, índice del mercado de REIT en Brasil. Inversión que combinamos con renta variable de Brasil y EE.UU., mediante los ETF BOVA11 y SPDR S&P500. Como indicador de la performance recurrimos a la Ratio de Sharpe. Utilizamos modelos de predicción multivariantes VAR-DCC de los rendimientos, volatilidades y correlaciones, que comparamos con los modelos tradicionales Media-varianza de Markowitz (1952) o modelo *Plug-in*. En el procedimiento de optimización seguimos el modelo propuesto por Kirby y Ostdiek (2012) que incorpora como restricción el rendimiento de la cartera *Naïve*. Como prueba de robustez utilizamos tres tipos de cópulas que permiten dependencia variando en el tiempo: normal, SJC y cópula t.

Consideramos que nuestro trabajo supone un importante valor añadido a la literatura existente por dos razones. En primer lugar, en él se analizan combinaciones de un producto relativamente nuevo, como es el de los REIT de Brasil, con la renta variable doméstica y extranjera de una economía de referencia como EE.UU., poniendo de manifiesto gran potencial de diversificación de los productos de Brasil en combinación con la renta variable estadounidense. En segundo lugar, se contribuye a la literatura sobre gestión de carteras óptimas dinámicas mediante predicciones de volatilidad y rendimientos empleando las aproximaciones DCC y DCC-VAR multivariantes y modelos de cópulas. Nuestros resultados muestran que el mejor portafolio en términos de la Ratio de Sharpe es el obtenido mediante la aproximación VAR-DCC. Para ello, en el siguiente apartado presentamos este tipo de instituciones y su desarrollo en el mercado.

## FONDOS DE INVERSIÓN INMOBILIARIA EN BRASIL

Los Fondos de Inversión Inmobiliaria (FII) en Brasil, conocidos como "Fundos de Investimento Inmobiliario" fueron introducidos por primera vez mediante la Ley nº 8.668 del 25 de junio del año 1993. En esta ley se establece que serán fondos sin personalidad jurídica caracterizados por la reunión de los recursos recaudados a través del sistema de distribución de valores mobiliarios, de conformidad con la ley nº 6.385 de 1976, para la aplicación en el sector inmobiliario. Los FII son de naturaleza cerrada y el reembolso de acciones está prohibido por un período de duración limitada o ilimitada, son gestionados por instituciones financieras y supervisados por la Comisión de Valores Mobiliarios (CVM), que es un organismo independiente vinculado al Ministerio de Economía en Brasil, encargado de supervisar los mercados de valores, velar por la transparencia, la correcta formación de precios y la protección de los inversores.

La estructura de los FII se conforma por la entidad gestora, la política de inversión, el precio de entrada, la remuneración del administrador, los poderes y quórum de votación, y el período de reembolso, entre otros.

En el año 1999, por medio de la ley nº 9.779 se establecen cambios en la legislación fiscal sobre la renta, atribuida a los FII y los ingresos obtenidos (fijos o variables). En esta ley se dicta que el fondo deberá distribuir entre sus accionistas al menos el 95% de los beneficios obtenidos, calculado sobre una base de efectivo, basado en la declaración o balance trimestral terminado el 30 de junio y el 31 de diciembre de cada año.

En la actualidad, están regulados por la Instrucción 472 de la CVM del año 2008 que prevé la creación, gestión, funcionamiento, oferta pública de acciones y divulgación de los FII. Los FII en Brasil, tanto por sus características como por su funcionamiento, se engloban en la categoría de REIT.

La propia normativa del mercado de FII en Brasil señala como ventajas de la inversión en estas entidades: la accesibilidad, la diversificación, la aplicación, flexibilidad y transparencia, entre otros. Por otro lado, también destaca la existencia de riesgos en las inversiones que dependen de la naturaleza y los objetivos del fondo, así como de las crisis políticas y económicas, tanto nacionales como internacionales.

Este tipo de inversión, la inversión colectiva inmobiliaria, permite a cualquier persona realizar una inversión diversificada en bienes raíces (incluyendo apartamentos, hospitales, hoteles, instalaciones industriales, infraestructuras, oficinas, centros comerciales, centros de almacenamiento y bosques maderables, entre otros), mediante la adquisición de valores o participaciones, ofreciendo ingresos derivados del alquiler o venta de las propiedades que se poseen a largo plazo.

Brasil presenta una industria de FII desarrollada y de gran tamaño. A pesar de ello, se pueden considerar un instrumento de inversión relativamente nuevo ya que, aunque fueron regulados en 1993, su desarrollo no tuvo lugar hasta el año 2003, año en que empezaron a cotizar en bolsa los primeros FII.

De acuerdo con la CVM, en febrero de 2015 se encontraban registrados aproximadamente 12.800 fondos de inversión, con un patrimonio líquido de R$ 2,47 billones. Del total de fondos de inversión en Brasil en el año 2015, el 2,04% son FII (386 en marzo de 2015).

En el siguiente gráfico, se muestra la evolución del número de fondos de inversión entre los años 2009-2015 y el número de fondos que cotizan en la BM&FBOVESPA del total registrados en la CVM.

Gráfico 1. **Evolución del número de FII registrado en la CVM en Brasil entre 2009-marzo 2015**



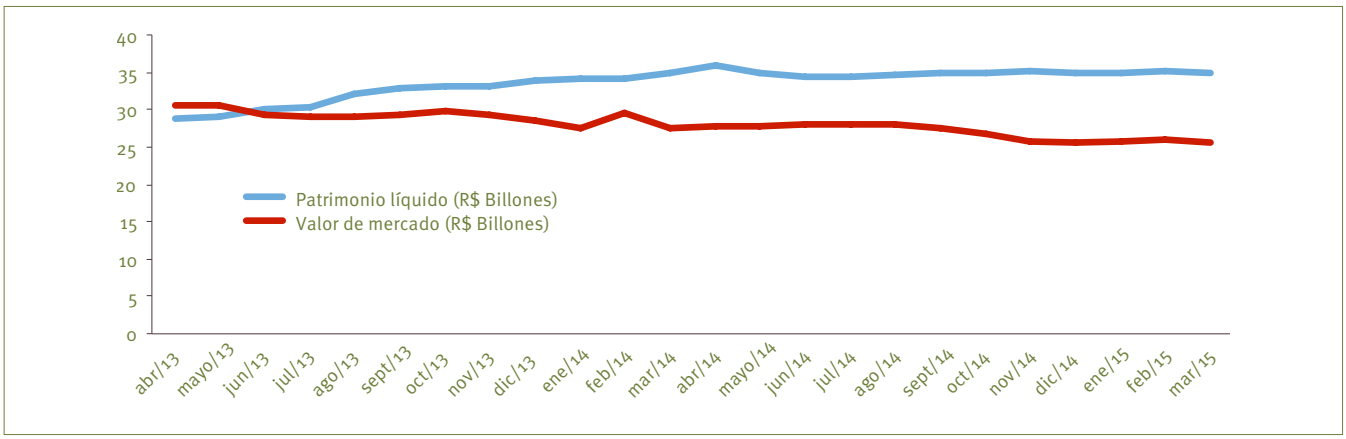

Fuente: Datos del Informe de mercado de la BM&FBovespa (2015).

Como se puede apreciar en el Gráfico 1 anterior, el número de FII a lo largo de los años ha venido incrementándose, pasando de 89 a 261 fondos. Igualmente, se puede observar que se ha incrementado el número de fondos que cotizan en la BOVESPA, pasando de 31 fondos a 125. En marzo de 2015, el 48% del total de FII estaban cotizando.

A continuación, en el Gráfico 2, se muestra la evolución del patrimonio líquido y el valor de mercado de los FII para el período comprendido entre abril de 2013 y marzo de 2015. Se puede observar que el patrimonio líquido tiene un comportamiento ascendente y valor de mercado descendente. Esto nos indica que, en los últimos años, los inversores han sufrido una bajada en los valores de

mercado de los FII mientras que su patrimonio mantiene una ligera tendencia alcista. Este distanciamiento entre las dos magnitudes puede deberse a la desaceleración económica, a la fuga de inversores debido a los riesgos de liquidez, a la caída de los precios de las acciones y, por otro lado, al hecho de que el real brasileño se ha visto debilitado frente al dólar en un 20% desde el año 2014.

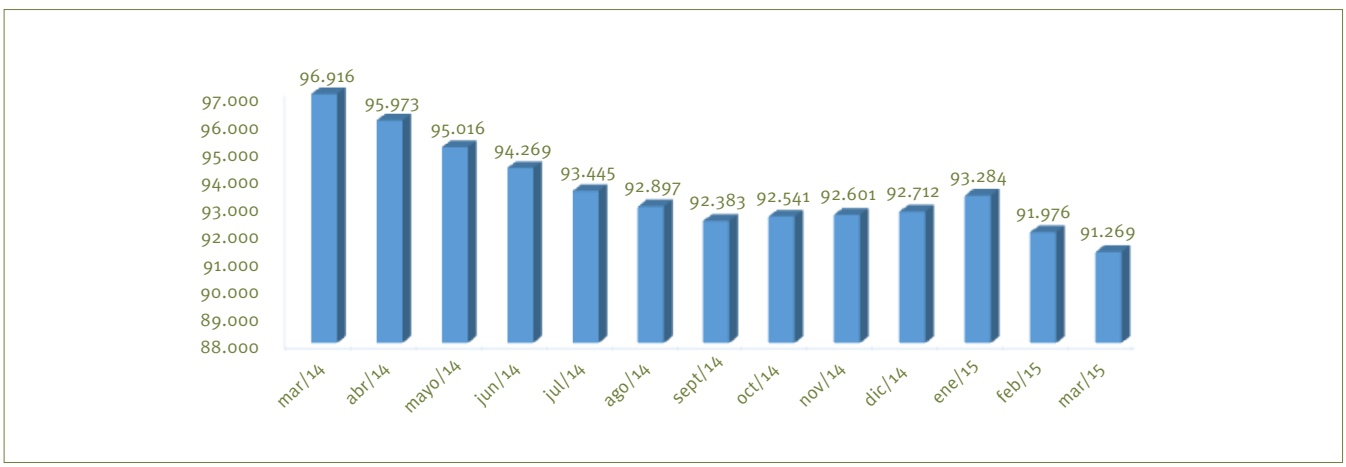
Gráfico 2. **Evolución del patrimonio líquido y el valor de mercado de FII en Brasil (2013-2015)**




Fuente: Elaboración propia, con datos del Informe de mercado de la BM&FBovespa (2015).

Analizando el número de inversores en los FII de Brasil se aprecia una disminución de los mismos en un período de un año (marzo 2014-marzo 2015) del 6%. En el siguiente Gráfico 3 se muestra el comportamiento del número de inversores a lo largo del último año.

Gráfico 3. **Número de inversores en Brasil entre marzo 2014-marzo 2015**



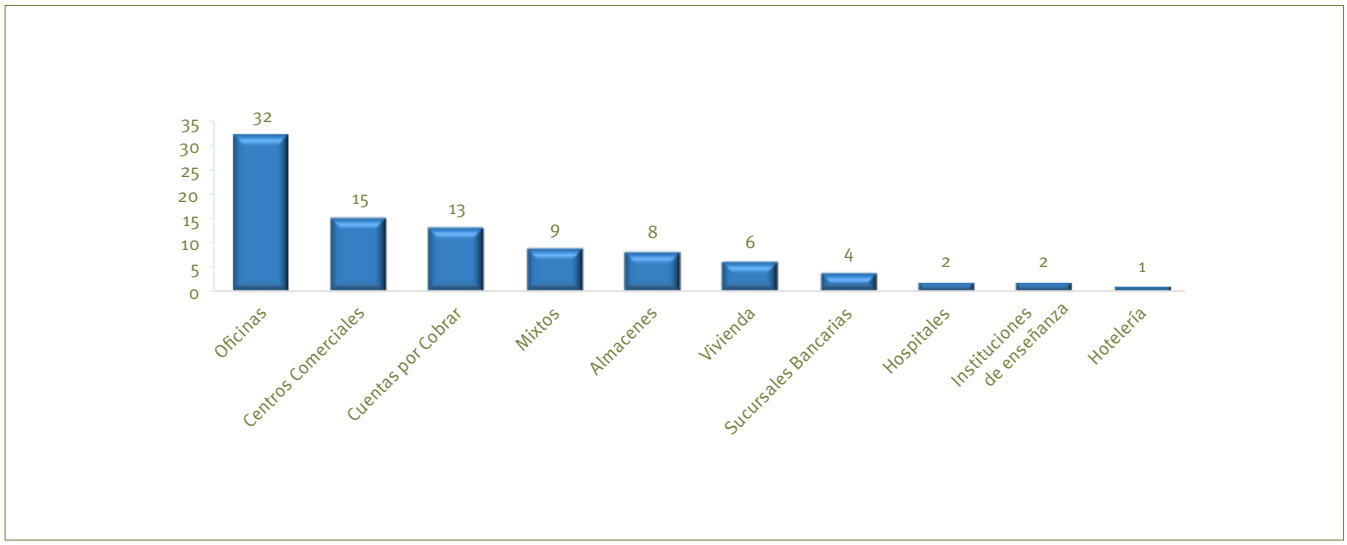

Fuente: Datos del Informe de mercado de la BM&FBovespa (2015).

El número de FII ha ido aumentando en los últimos años pero, al mismo tiempo, disminuyó su valor en el mercado y el número de inversores. Este comportamiento derivó de la difícil situación política y económica que afrontó Brasil y del escándalo producido por Petrobras y algunas de las empresas de construcción e ingeniería más importantes, que generó desconfianza en los inversores extranjeros y nacionales.

Existen diferentes segmentos de inversión para los FII de Brasil en los cuales se enmarcan los FII que cotizan en la BM&FBOVESPA. En el siguiente Gráfico 4 se puede observar la distribución de los fondos por segmento, donde el 35% de los fondos se concentra

en la inversión de edificaciones para oficinas; el 16%, en el segmento de centros comerciales y el 14%, en el de cuentas por cobrar. El segmento menos representativo es el de hotelería, con 1%.

Gráfico 4. **Número de fondos por segmento de inversión en Brasil**




Fuente: Datos de InfoMoney (2014).

Además, existen trece fondos que cotizan en la bolsa que se dedican a la adquisición de cuotas de otros FII, Certificados de Cuentas Inmobiliarias (CRI), Letras de Crédito Inmobiliario (LCI), Letras de Hipotecas (LH) y Títulos del Tesoro Nacional.

Es importante destacar que este tipo de fondos inmobiliarios suponen un riesgo importante, al ser un mercado relativamente nuevo, los inversores tienen dudas sobre las expectativas de rentabilidad. Además, las inversiones en países emergentes siempre son más arriesgadas, especialmente cuando el país en cuestión atraviesa circunstancias complicadas como las vividas en Brasil.

Una característica importante de los REIT -que los hace especialmente atractivos para los inversores internacionales- es su exención fiscal en el impuesto de sociedades, que permite que los inversores eviten la doble imposición internacional que tienen la mayoría de las acciones. Sin embargo los REIT ofrecen menos diversificación que la inversión inmobiliaria privada y que los fondos que no cotizan en mercados bursátiles. Los rendimientos de los REIT tienden a estar más correlacionados con la renta variable y fija. Por lo tanto, los REIT son ideales para pequeños inversores no especializados que quieren mantener cierta exposición a la inversión inmobiliaria en su cartera, y también para inversores institucionales que necesitan liquidez.

## METODOLOGÍA Y DATOS

### METODOLOGÍA

Tal y como hemos comentado anteriormente, el objetivo de nuestro trabajo es estudiar el potencial de la inversión colectiva inmobiliaria como activo para lograr una diversificación eficiente en una cartera mediante la utilización de modelos multivariantes. Es decir, analizaremos la performance para un inversor de Brasil que construye portafolios óptimos mediante predicciones de volatilidad, correlaciones y rendimientos con modelos multivariantes para el índice Ifix, y los ETF BOVA11 y SPDR S&P500.

En primer lugar, presentamos la metodología de modelos multivariantes DCC utilizados para estimar los rendimientos, las varianzas y correlaciones condicionales para las 3 inversiones (Ifix, BOVA11 y SPDR S&P500). En segundo lugar, detallamos la estrategia de elección de portafolio óptimo que nos permita una diversificación internacional. Por último, definimos el indicador de evaluación de la performance de las estrategias alternativas y el método de inferencia utilizado para valorar la significación estadística de las diferencias de la performance entre cada alternativa y la cartera considerada como *benchmark*.

Nuestro planteamiento es utilizar la estrategia *Naïve* como nuestro *benchmark*, pero no como propuesta de estrategia a

seguir. Es frecuente la inclusión de la estrategia *Naïve* como referente ya que es muy fácil de aplicar, no necesita ninguna estimación previa ni tampoco ser optimizada y los inversores continúan utilizando esta simple regla de asignación de activos; además, resulta bastante eficiente cuando el número de activos del portafolio no es reducido.

## Análisis multivariante

Un modelo GARCH multivariante general está definido como:

$$Y_t = \mu_t + \varepsilon_t \quad (1.a)$$
$$\varepsilon_t = H_t^{1/2} v_t \quad (1.b)$$
$$H_t = D_t R_t D_t \quad (1.c)$$

donde $Y_t$ es un vector de orden nx1 de rendimientos, $\mu_t$ es un vector nx1 de la esperanza condicional de $Y_t$, que contiene, siguiendo los resultados obtenidos en el análisis univariante, constantes o cualquier proceso de series de tiempo como un ARMA(P,Q) o un VAR(k), $H_t$ es la matriz de covarianzas condicionales de las perturbaciones $\varepsilon_t$; $v_t$ es un vector de variables aleatorias idéntica e independientemente distribuidas (i.i.d.) de media cero $E[\vartheta_t] = 0$ y varianza unitaria $E[\vartheta_t \vartheta'_t] = I$, $D_t$ es una matriz diagonal de desviaciones condicionales en la cual sus elementos se definen mediante un proceso t-TARCH(p,q) univariante como:

$$\sigma_{i,t}^2 = w_i + \sum_{j=1}^{p} \alpha_i \varepsilon_{i,t-j}^2 + \lambda_1 d_{t-1} \varepsilon_{i,t-1}^2 + \sum_{j=1}^{q} \beta_i \sigma_{i,t-j}^2 \quad (2)$$

donde $d_{t-1}$ es una variable ficticia que es igual a uno si $\varepsilon_{t-1} < 0$ y cero si $\varepsilon_{t-1} \geq 0$; $\lambda_1$ captura el efecto apalancamiento y se considera que $\varepsilon_t$ sigue una distribución $t$ de Student con u grados de libertad. En el modelo DCC propuesto por Engle (2002) la matriz de correlaciones condicionales $R_t$ se define como:

$$R_t = (diag(Q_t))^{-1/2} Q_t (diag(Q_t))^{-1/2} \quad (3)$$

siendo:

$$Q_t = (1 - \theta_1 - \theta_2)\overline{Q} + \theta_1 z_{t-1} z'_{t-1} + \theta_2 Q_{t-1} \quad (4)$$

en la que $\overline{Q}$ es la mātriz de covarianzas incondicionales de los residuos estandarizados, $z_t$. Además, en un modelo DCC los parámetros $\theta_1$ y $\theta_2$ son escalares idénticos para todas las correlaciones condicionales.

La implementación de estos modelos requiere la especificación previa de la media y varianza condicional de cada rendimiento y la posterior estimación del proceso univariante. Luego las observaciones se estandarizan utilizando esas varianzas condicionales estimadas y se obtiene la matriz de covarianzas incondicionales. En una segunda etapa se maximiza la siguiente función:

$$L_{2T}(\theta) = -\frac{1}{2}\sum_{t=1}^{T}(n \log(2\pi) + 2\log|D_t|) - \frac{1}{2}\sum_{t=1}^{T}\log|R_t| - \frac{1}{2}\sum_{t=1}^{T} z_t' R_t^{-1} z_t \quad (5)$$

lo que nos permite estimar los parámetros $\theta_1$ y $\theta_2$, y en consecuencia las correlaciones condicionales.

## Elección de la cartera óptima

Utilizaremos la teoría de la elección de la cartera óptima propuesta por Markowitz (1952) que consiste en minimizar el riesgo sujeto a la restricción de que el rendimiento esperado del portafolio sea como mínimo el de la cartera de referencia, R*. Siguiendo a Kirby y Ostdiek (2012), R* es el rendimiento esperado de la estrategia *Naïve*, que consiste en invertir en cada activo la misma proporción, 1/N en el caso de N activos. Estos autores demuestran que si el modelo Media-varianza se aplica estableciendo como condición que el rendimiento esperado coincida con el de la cartera equiponderada, el portafolio resultante mejorará la cartera *Naïve*. El planteamiento utilizado es el siguiente:

$$\min w'_t H_{t+1/t} w_t \qquad (6.1)$$

$$s.a.$$

$$w'_t E\{R_{t+1}\} \geq R^* \qquad (6,2)$$

$$w'_t 1 = 1 \qquad (6.3)$$

$w_t$ es la matriz de proporciones, $H_{t+1}$ la de covarianzas y $E\{R_{t+1}\}$ la de rendimientos esperados.

En este caso consideramos la posibilidad de realizar ventas al descubierto y no contemplamos la posibilidad de invertir en un activo sin riesgo.

Para calcular la cartera óptima utilizamos las predicciones a un día de rendimientos y matriz de varianzas-covarianzas obtenidos con tres modelos distintos: el muestral (método *Plug-in* o aproximación clásica Media-varianza) que consiste en utilizar como predicción la media y la matriz de covarianzas muestrales de los rendimientos hasta el día *t*; el modelo DCC que incluye la modelización ARMA de la media condicional y el modelo VAR-DCC que modeliza la media condicional mediante un *VAR(k)*. Estos dos últimos, en los que se predicen varianzas y covarianzas condicionales, presentan como ventaja la consideración de correlaciones dinámicas entre los rendimientos previstos.

## Evaluación de la performance

Como indicador de performance utilizamos la Ratio de Sharpe (RS), que se define como el cociente del exceso de rendimiento esperado de una inversión con relación a su desviación estándar. Esta elección está motivada por el hecho de que la RS es la medida ajustada por riesgo más utilizada en la práctica de los mercados financieros para evaluar la gestión y el atractivo de las distintas estrategias de inversión.

La RS en su formulación tradicional también presenta limitaciones. Básicamente, la RS es una medida que intenta calcular la recompensa (exceso de rendimiento) por unidad de riesgo (desviación estándar) de una inversión. Cuando los excesos de rendimiento son positivos, una RS mayor indica una mayor performance originada por un exceso de rendimiento mayor o una desviación típica menor, o ambos. Sin embargo si los excesos de rendimientos son negativos, la RS puede dar lugar a una ordenación equivocada. Por ejemplo, dos portafolios que alcanzan el mismo exceso de rendimiento negativo, pero con diferentes desviaciones estándar. En este caso, la RS tradicional indicaría que la cartera con la desviación estándar mayor es la mejor, a pesar de que lograría el mismo rendimiento negativo con un mayor riesgo. Israelsen (2003, 2005) propone una modificación simple a la RS que soluciona este problema generando una ordenación adecuada de las inversiones con excesos de rendimiento negativos. La RS modificada tiene la siguiente expresión:

$$RSm = \begin{cases} \bar{r}/\sqrt{\sigma^2}, si\ \bar{r} \geq 0 \\ \bar{r} \times \sqrt{\sigma^2}, si\ \bar{r} < 0 \end{cases} \qquad (7)$$

donde $\bar{r}$ es el exceso de rendimiento, la diferencia entre el rendimiento medio de la inversión a evaluar y el activo sin riesgo; y $\sigma^2$ la varianza de la inversión. La RS modificada es totalmente consistente con el principio de finanzas del binomio rendimiento-riesgo, por el cual un mayor riesgo sólo es asumible a cambio de un mayor rendimiento. Así, para dos inversiones con la diferencia negativa resultará con mayor ratio aquella que tenga menor varianza.

Cuando el exceso de rendimiento es negativo, utilizamos la RS modificada para evaluar la performance de las carteras resultantes de las distintas estrategias encaminadas a estudiar el efecto diversificación de la inversión inmobiliaria.

Para valorar la significatividad de la diferencia entre la performance de la estrategia de referencia, estrategia *Naïve*, y la RS obtenida en la estrategia muestral o en los diferentes modelos multivariantes, se sigue la metodología propuesta por Ledoit y Wolf (2008). Ésta consiste en contrastar si la diferencia entre la RS de la estrategia utilizada y la RS de la cartera de referencia es cero mediante inferencia *bootstrap*.

## DATOS

De la base de datos Datastream Thomson Financial Services fueron recogidos los valores de cierre de cada sesión del índice Ifix y los ETF BOVA11 y SPDR S&P500 para el período de 1 de enero de 2011 a 30 de octubre de 2015:

Índice Ifix, índice que refleja la evolución de los rendimientos de la industria de REIT o FII en Brasil, creado el 31 de diciembre de 2010, determinando este hecho el inicio del período a estudiar en nuestro trabajo.

ETF BOVA11, fondo indexado al índice Ibovespa, como proxy del mercado bursátil de Brasil en su totalidad.

SPDR S&P500, fondo indexado al S&P500 cuya muestra de cálculo incluye 500 grandes empresas que cotizan en las bolsas NYSE o NASDAQ, considerado el más representativo del mercado de acciones de Estados Unidos.

Los estadísticos descriptivos de las series utilizadas en el presente trabajo se recogen en la Tabla 1. En ella se observa que las series de rendimientos de los índices son estacionarias (test ADF) y no se distribuyen normalmente (test JB). Los coeficientes de curtosis más elevados que los de una normal indican la mayor probabilidad de obtener valores extremos. Asimismo, se evidencia la existencia de agrupamientos de volatilidad al contrastar, mediante el estadístico de Ljung-Box, la significatividad de los coeficientes de autocorrelación de orden diez de los cuadrados y de los valores absolutos de dichos rendimientos, lo que indica la existencia de heterocedasticidad condicional en dichas series.

Tabla 1. **Estadísticos descriptivos de los rendimientos de los índices Bova11, Ifix y SPDR S&P500**

| Rendimiento | S | K | JB | p-val | ADF | p-val | $Q(r_t^2)$ | p-val | $Q(\|r_t\|)$ | p-val | Obs. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bova11 | -0.171 | 5.418 | 252.254 | 0.000 | -33.779 | 0.000 | 174.34 | 0.000 | 127.25 | 0.000 | 1015 |
| Ifix | -0.188 | 9.713 | 1911.967 | 0.000 | -12.136 | 0.000 | 118.48 | 0.000 | 137.64 | 0.000 | 1015 |
| SPDR S&P500 | -0.196 | 6.545 | 538.165 | 0.000 | -38.639 | 0.000 | 579.55 | 0.000 | 404.13 | 0.000 | 1015 |

Nota: S es el coeficiente de asimetría; K es el de curtosis; JB es el test de Jarque-Bera de normalidad; ADF es el test de raíz unitaria de Dickey y Fuller Ampliado en el que los retardos de la ecuación auxiliar se determinan con el Criterio de Schwarz; $Q(r_t^2)$ y $Q(|r_t|)$ son respectivamente el test de Ljung-Box para autocorrelación de orden diez de los cuadrados y los valores absolutos de los rendimientos. Los datos utilizados corresponden al período de estimación que comprende desde el 10 de enero de 2011 hasta el 28 de noviembre de 2014.

Para reflejar la rentabilidad del activo sin riesgo, utilizamos la rentabilidad de la deuda pública del gobierno de Brasil a 9 meses, emitida en dólares disponibles en Datastream desde el 1 de diciembre de 2014 hasta el 30 de octubre de 2015, período de predicción.

## RESULTADOS EMPÍRICOS

Consideramos la posición de un inversor de nacionalidad brasileña que toma posiciones en tres activos: uno que representa la inversión inmobiliaria, el índice Ifix; otro que representa al mercado de renta variable de Brasil, el BOVA11; y un tercero, el SPDR S&P500, que representa la inversión en renta variable en el mercado de EE.UU. Ajustamos los rendimientos de este último teniendo en cuenta los cambios en la moneda para el inversor de Brasil. Consideramos también que dicho inversor puede reajustar su cartera diariamente.

Esta sección de resultados se divide en tres partes. En la primera parte se estiman para el período muestral los modelos DCC y VAR-DCC. Con este procedimiento tratamos de identificar la mejor especificación posible para cada modelo. En la ecuación de la media del modelo DCC hemos incluido un término constante en el caso del rendimiento del BOVA11, una estructura ARMA(4,2) para el rendimiento del Ifix y un AR(1) para el rendimiento del SPDR S&P500. En el modelo VAR-DCC, para la media condicional hemos seleccionado un VAR(4).

En ambos modelos, en la ecuación de la varianza condicional se considera un t-TARCH(2,1) para el BOVA11, un t-TARCH(1,1) para el Ifix y, finalmente, un t-TARCH(1,1) para el SPDR S&P500. Para la ecuación de las correlaciones condicionales hemos utilizado un GARCH(1,1). El período muestral utilizado es el correspondiente al período del 10/1/2011 al 28/11/2014 (1.015 días). Los resultados de las estimaciones se muestran en las Tablas 2 y 3

Tabla 2. **Estimación del modelo DCC**

| | RBova11 | RIfix | RSPDR S&P500 |
|---|---|---|---|
| Media condicional | | | |
| constante$_i$ | -0,0451 | 0,0163 | 0,0847*** |
| $R_{it-1}$ | | | -0,1266*** |
| $R_{it-2}$ | | 0,4277*** | |
| $R_{it-3}$ | | 0,0858*** | |
| $R_{it-4}$ | | 0,0573 | |
| $\varepsilon_{it-1}$ | | | |
| $\varepsilon_{it-2}$ | | -0,3211** | |
| **Varianza condicional** | | | |
| constante$_i$ | 0,0543*** | 0,0310*** | 0,0534*** |
| $\varepsilon^2_{it-1}$ | -0,0482 | 0,2003*** | 0,0726** |
| $\varepsilon^2_{it-1} * d_{t-1}$ | 0,1023*** | 0,1767* | 0,0980** |
| $\varepsilon^2_{it-2}$ | 0,0461 | | |
| $\sigma^2_{i,t-1}$ | 0,9242*** | 0,5686*** | 0,8282*** |
| *t grados de libertad* | 13,5943*** | 4,4147*** | 8,9079*** |
| **Correlación condicional** | | | |
| $\theta_1$ | 0,0217*** | | |
| $\theta_2$ | 0,9624*** | | |
| Ln L | 3481,501 | | |
| AIC | 6,876 | | |
| **Diagnosis de los residuos** | | | |
| Asimetría | -0,0623 | -0,4296 | -0,2565 |
| Curtosis | 3,5983 | 8,8857 | 3,7657 |
| JB | 15,80 (0,000) | 1496,31 (0,000) | 35,93 (0,000) |
| $Q(10)$ | 3,7047 (0,960) | 9,2233 (0,161) | 7,8983 (0,544) |
| $Q^2(10)$ | 14,276 (0,161) | 3,8841 (0,952) | 5,6019 (0,848) |

***,**,* representan los niveles de significatividad al 1%, 5% y 10% respectivamente. JB es el test de Jarque-Bera de normalidad de los residuos estandarizados. Q(10) y Q2(10) son respectivamente los valores del test de Ljung-Box para autocorrelación de orden diez de los residuos estandarizados y de los residuos estandarizados al cuadrado.

Tabla 3. **Estimación modelo VAR-DCC**

| | RBova11 | RIfix | RSPDR S&P500 |
|---|---|---|---|
| **Media condicional** | | | |
| $c_i$ | -0,0555 | 0,0174* | 0,0779*** |
| $R_{BOt-1}$ | -0,0445 | 0,0108 | -0,1386*** |
| $R_{BOt-2}$ | 0,0205 | -0,0008 | -0,0233 |
| $R_{BOt-3}$ | -0,0259 | 0,0084 | -0,0234 |
| $R_{BOt-4}$ | -0,0045 | 0,0031 | -0,0151 |
| $R_{IFt-1}$ | 0,0826 | -0,0501 | 0,0635 |
| $R_{IFt-2}$ | 0,1195 | 0,1081*** | 0,0991 |
| $R_{IFt-3}$ | 0,0023 | 0,0957*** | 0,0238 |
| $R_{IFt-4}$ | -0,0182 | 0,0902*** | -0,0677 |
| $R_{SPt-1}$ | 0,0501 | -0,0186* | -0,0571* |
| $R_{SPt-2}$ | -0,0435 | 0,0079 | 0,0445 |
| $R_{SPt-3}$ | 0,0087 | -0,0089 | 0,0207 |
| $R_{SPt-4}$ | -0,01401 | -0,0024 | -0,0001 |
| **Varianza condicional** | | | |
| $\omega_i$ | 0,0514*** | 0,0272*** | 0,0555** |
| $\varepsilon^2_{it-1}$ | -0,04557 | 0,1936*** | 0,0634* |
| $\varepsilon^2_{it-1} * d_{t-1}$ | 0,1005*** | 0,1633* | 0,1232*** |
| $\varepsilon^2_{it-2}$ | 0,0416 | | |
| $\sigma^2_{i,t-1}$ | 0,9289*** | 0,6002*** | 0,8201*** |
| *t grados de libertad* | 13,3916*** | 4,3975*** | 9,6500*** |
| **Correlación condicional** | | | |
| $\theta_1$ | 0,0258*** | | |
| $\theta_2$ | 0,9509*** | | |
| Ln L | -3453,71 | | |
| AIC | 6,8219 | | |
| Diagnosis de los residuos | | | |
| Asimetría | -0,0564 | -0,3811 | -0,2589 |
| Curtosis | 3,6322 | 8,6292 | 3,6871 |
| JB | 17,44 (0,000) | 1364,75 (0,000) | 31,31 (0,000) |
| $Q(10)$ | 3,4567 (0,969) | 14,791 (0,140) | 5,320 (0,869) |
| $Q^2(10)$ | 15,665 (0,110) | 4,283 (0,934) | 5,608 (0,847) |

***,**,* representan los niveles de significatividad al 1%, 5% y 10% respectivamente. JB es el test de Jarque-Bera de normalidad de los residuos estandarizados. Q(10) y Q2(10) son respectivamente los valores del test de Ljung-Box para autocorrelación de orden diez de los residuos estandarizados y de los residuos estandarizados al cuadrado.

Los resultados del modelo DCC (Tabla 2) muestran que la mayor parte de los coeficientes de las ecuaciones de la media y la varianza son significativos, lo que confirma la necesidad de la modelización GARCH. Los coeficientes de la ecuación de las correlaciones son altamente significativos, lo que justifica la especificación dinámica de las correlaciones, y su suma es inferior a uno por lo que esas correlaciones revierten a la media. En la última parte de la tabla se muestran las propiedades de los residuos estandarizados de cada una de las ecuaciones de rendimientos. El estadístico Q de Ljung-Box para el retardo de orden 10 indica ausencia de autocorrelación en los residuos al nivel de significación del 5%. Este estadístico, aplicado al cuadrado de los residuos estandarizados ($Q^2$), indica ausencia de heterocedasticidad condicional.

En el caso del VAR-DCC (Tabla 3), el orden adecuado del VAR, 4, se ha seleccionado mediante el estadístico AIC. Los resultados obtenidos para las ecuaciones de la varianza y las correlaciones condicionales son muy similares a los del modelo anterior. Pero consideramos esta modelización más satisfactoria, teniendo en cuenta los valores del logaritmo de la función de verosimilitud y del AIC.

Gráfico 5. **Correlaciones condicionales dinámicas de los rendimientos. DCC-VAR**



Tabla 4. **Estadísticos descriptivos de las correlaciones condicionales dinámicas de los tres activos de la cartera. VAR-DCC**

| Rendimientos | Nº obs. | Media | Desv. Estándar | Min. | Max. | Asimetría | Curtosis |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| BOVA11, Ifix | 1014 | 0,137 | 0,097 | -0,159 | 0,348 | -0,619 | 3,286 |
| BOVA11, S&P500 | 1014 | 0,385 | 0,124 | 0,042 | 0,723 | -0,325 | 2,835 |
| Ifix, S&P500 | 1014 | 0,018 | 0,089 | -0,238 | 0,274 | -0,301 | 2,811 |

En el gráfico 5 se muestra la evolución de las correlaciones dinámicas de los diferentes rendimientos obtenidas mediante el VAR-DCC. Los estadísticos descriptivos de dichas series se presentan en la tabla 4. Entre los rendimientos de BOVA11 e Ifix se observan bajas correlaciones (0.137 en media) alcanzando un máximo de 0.348 y un mínimo de -0.159. Las correlaciones entre BOVA11 y SPDR S&P500 son, en media, superiores, con un máximo de 0.723 y un mínimo de 0.042. La menor correlación dinámica se observa entre el Ifix y el S&P500, siendo, en media, 0.018 y tomando valores negativos durante varios períodos en 2014.

Las correlaciones negativas observadas en algunos períodos de tiempo entre el Ifix y el SPDR S&P500 indican un elevado potencial de diversificación.

En la segunda parte, una vez estimados los rendimientos y correlaciones condicionales con los modelos DCC y VAR-DCC para un período muestral de 1.015 días (10/1/2011 a 28/11/2014), realizamos las predicciones para el día siguiente. Este procedimiento de predicción se repite para los 240 días que van del 01/12/2014 al 30/10/2015. Para ello, se reestiman los dos modelos utilizando muestras *rolling* de 1.015 observaciones. Obtenemos, por lo tanto, 240 predicciones a un día de rendimientos y matrices de covarianzas. Con el mismo número de observaciones muestrales, mediante ventanas móviles, se obtienen las predicciones por la aproximación *Plug-in*.

A partir de estas predicciones, en una tercera etapa obtenemos las ponderaciones óptimas diarias en las que cada uno de los tres índices se incorpora a la cartera internacional mediante el procedimiento de optimización descrito en el epígrafe 3.1. Esto nos permite obtener los rendimientos diarios de los portafolios resultantes del 01/12/2014 al 30/10/2015. Una vez anualizados estos rendimientos, calculamos la Ratio de Sharpe de cada cartera, incluida la de referencia y, en caso de resultar negativa, la Ratio de Sharpe modificada.

La tabla 5 muestra la evaluación de la performance *out-of-sample* para un inversor brasileño en el índice y los dos ETF considerados, suponiendo la existencia de ventas al descubierto y sin considerar la inversión en un activo sin riesgo. En ella se incluyen rendimientos, desviaciones típicas y RS anualizados. Entre paréntesis figuran los p-valores *bootstrap* para los contrastes de igualdad de las RS de cada cartera con la *Naïve*, obtenidos utilizando la metodología de Ledoit y Wolf (2008).

La evidencia empírica basada en las predicciones de performance *out-of-sample* son consideradas generalmente más fiables que la evidencia basada en performance *in-sample* que puede ser más sensible a valores atípicos y *data mining* (White, 2000). Además, el análisis *out-of-sample* también refleja mejor la información disponible para la predicción en tiempo real (Diebold & Rudebusch, 1991). Por esta razón se muestran sólo los resultados para el período *out-of-sample*.

Los resultados obtenidos indican que la cartera que permite obtener el mayor rendimiento ajustado por riesgo es la basada en las predicciones de los rendimientos y volatilidades obtenidas mediante un VAR-DCC multivariante. Su rendimiento es ligeramente superior al obtenido con la estrategia basada en la modelización DCC. En términos de reducción del riesgo de cartera, no existen diferencias importantes entre los tres portafolios, si bien todos ellos mejoran la cartera de referencia.

El mejor portafolio de diversificación internacional es el basado en el VAR-DCC, con una performance que supera ligeramente las obtenidas con las otras carteras. En todas ellas la RS difiere significativamente de la de la cartera de referencia.

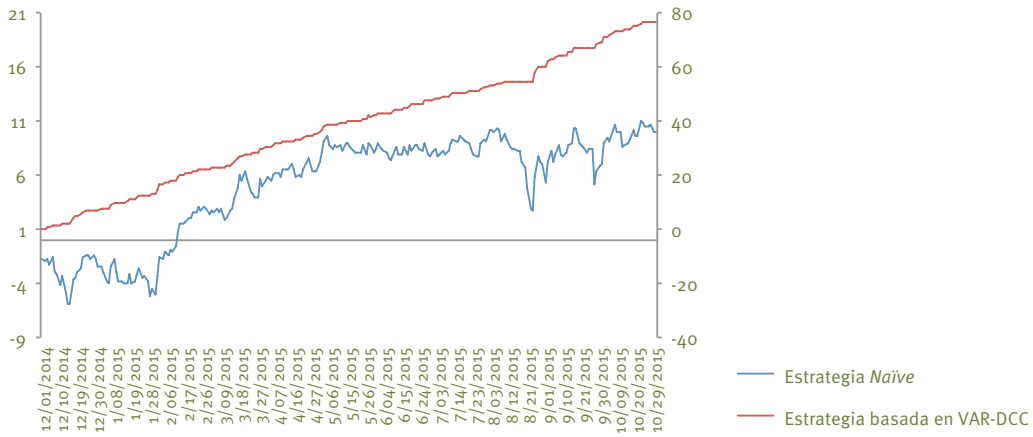
En el Gráfico 6 se muestran los rendimientos acumulados de la cartera de referencia y del portafolio basado en el VAR-DCC en el período *out-of-sample*. Es preciso destacar que con este portafolio se obtienen rendimientos acumulados positivos muy superiores a los de la cartera de referencia (cartera equiponderada).

Tabla 5. **Evaluación de la performance *out-of-sample***

| | Rendimiento | Desviación típica | Ratio Sharpe | Ratio Sharpe modificada |
|---|---|---|---|---|
| *Cartera Benchmark* | | | | |
| Cartera *Naïve* | -3,309 | 11,985 | -0,276 | -39,661 |
| *Carteras óptimas* | | | | |
| *Plug-in* | 66,809 | 7,400 | 9,027 (0,0002) | 9,027 |
| DCC | 66,066 | 7,362 | 8,974 (0,0002) | 8,974 |
| VAR-DCC | 66,572 | 7,357 | 9,049 (0,0002) | 9,049 |

Nota: Rendimientos anualizados. Entre paréntesis figuran los p-valores obtenidos en el contraste de igualdad de la RS de cada una de las carteras con la RS de la de referencia, utilizando la metodología propuesta por Ledoit y Wolf (2008).

Gráfico 6. **Rentabilidades acumuladas**




Nota: La rentabilidad acumulada de la estrategia *Naïve* se muestra en la escala de la izquierda, la de la estrategia VAR-DCC, en la de la derecha.

## ANÁLISIS DE ROBUSTEZ

Una herramienta más flexible para capturar la dependencia entre variables a lo largo del tiempo es la función de cópula. Por ello hemos utilizado esta metodología alternativa con la finalidad de generar robustez en los resultados encontrados en la sección anterior.

Una cópula es una distribución de probabilidad multivariante cuyas distribuciones marginales son uniformes en el intervalo [0,1]. Es decir, si las variables aleatorias U y V siguen cada una de ellas una distribución uniforme (0,1), entonces la distribución conjunta del vector aleatorio (U,V) es una función cópula y se puede representar como (U,V) ~ C.

Según Sklar (1959), la función de distribución conjunta de un vector aleatorio bivariante (X,Y) se puede escribir como:

$$F(x,y) = C(F_X(x),F_Y(y)) \quad (8)$$

donde $F_X$ y $F_Y$ son las distribuciones marginales de X e Y respectivamente y C es la función cópula que describe la estructura de dependencia entre X e Y.

Suponiendo que todas las funciones son diferenciables, la función de densidad conjunta viene dada por:

$$f(x,y) = c(u,v).f_X(x).f_Y(y) \quad (9)$$

donde $u = F_x(x)$ , $v = F_Y(y)$ y $c(u,v) = \frac{\delta^2 C(u,v)}{\delta u \delta v}$ es la función de densidad de la cópula.

Una característica de la cópula es que puede separar la estructura de dependencia de las distribuciones marginales y los parámetros pueden ser estimados individualmente. Por lo tanto, la cópula se puede usar para conseguir estructuras de dependencia multivariante a partir de las distribuciones marginales.

Del mismo modo que la volatilidad condicional de las series temporales cambia a lo largo del tiempo, se puede considerar que la estructura de dependencia dada por la cópula también lo hace. Existen diferentes tipos de cópulas que permiten dependencia variando en el tiempo. Las utilizadas aquí son la normal, la cópula SJC (Symmetrized Joe-Clayton), y la cópula t de Student. Todas ellas se describen con detalle en Silva, Ziegelmann y Dueker (2014).

Siguiendo a Patton (2006), el modelo de cópula gaussiana variando en el tiempo asume que el parámetro de dependencia varía en el tiempo de acuerdo con un proceso ARMA(1,q) como el siguiente:

$$\rho_t = \Lambda(\gamma_{0N} + \gamma_{1N}\rho_{t-1} + \gamma_{2N}\frac{1}{q}\sum_{j=1}^{q}\phi^{-1}(u_{t-j})\phi^{-1}(v_{t-j})) \quad (10)$$

donde Λ(.) es la transformación logística para mantener el parámetro en el intervalo (-1,1) y Φ es la función de distribución acumulada de una normal bivariante. En este proceso ARMA la componente autorregresiva captura la persistencia de la dependencia y la otra componente captura los movimientos combinados de las marginales transformadas con retardos de hasta q períodos. Esta función de cópula no permite dependencia de colas a diferencia de las que se mencionan a continuación.

Para la copula t de Student variando en el tiempo la ecuación que describe la evolución del parámetro de dependencia es la siguiente:

$$\rho_t = \Lambda(\gamma_{0T} + \gamma_{1T}\rho_{t-1} + \gamma_{2T}\frac{1}{q}\sum_{j=1}^{q}T_n^{-1}(u_{t-j})T_n^{-1}(v_{t-j})) \quad (11)$$

y la evolución de los grados de libertad viene dada por la expresión:

$$n_t = \Lambda(\gamma_{3T} + \gamma_{4T}n_{t-1} + \gamma_{5T}\frac{1}{q}\sum_{j=1}^{q}T_n^{-1}(u_{t-j})T_n^{-1}(v_{t-j})) \quad (12)$$

siendo $T_n$ la función de distribución acumulada de una t de Student con n grados de libertad.

En el caso de la SJC variando en el tiempo, los parámetros de dependencia de cola superior e inferior se obtienen a partir de las siguientes ecuaciones dinámicas:

$$\tau_t^U = \Lambda(\gamma_{0U} + \gamma_{1U}\tau_{t-1}^U + \gamma_{2U}\frac{1}{q}\sum_{j=1}^{q}|u_{t-j}v_{t-j}|) \quad (13)$$

$$\tau_t^L = \Lambda\left(\gamma_{0L} + \gamma_{1L}\tau_{t-1}^L + \gamma_{2L}\frac{1}{q}\sum_{j=1}^{q}|u_{t-j}v_{t-j}|\right) \quad (14)$$

El procedimiento de estimación se efectúa en dos etapas. En la primera etapa se estiman los parámetros de las marginales y en la segunda, a partir de éstos, se estiman los parámetros de la cópula. Para la modelización de las marginales utilizamos el mismo modelo que en la parte univariante del modelo DCC de la sección de Metodología, es decir, un modelo ARMA en la media y t-TARCH en la varianza condicional para cada serie de rendimientos, cuyos resultados se detallan en la Tabla 2. A continuación, se estiman las funciones de cópulas para capturar la dependencia entre cada uno de los posibles pares de rendimientos. En cada caso se han estimado las tres alternativas descritas anteriormente y se ha seleccionado la óptima utilizando como criterios el logaritmo de la función de verosimilitud y los estadísticos AIC y BIC. Los resultados de la estimación de las cópulas seleccionadas se muestran en la Tabla 6. Las correlaciones variando en el tiempo dadas por estas estimaciones se utilizan para la asignación de activos en la cartera como alternativa a las correlaciones dinámicas dadas por los modelos multivariantes DCC y VAR-DCC.

Tabla 6. **Resultados de los modelos de cópula**

| Bova11-Ifix<br>Cópula t variante en el tiempo | | Bova11- SPDR S&P500<br>Cópula t variante en el tiempo | | Ifix- SPDR S&P500<br>Cópula Normal variante en el tiempo | |
|---|---|---|---|---|---|
| $\gamma_{0T}$ | 0.126<br>(0.063) | $\gamma_{0T}$ | 0.242<br>(0.194) | $\gamma_{0N}$ | -0.025<br>(0.051) |
| $\gamma_{1T}$ | 0.231<br>(0.131) | $\gamma_{1T}$ | 0.266<br>(0.156) | $\gamma_{1N}$ | 0.260<br>(0.173) |
| $\gamma_{2T}$ | 0.960<br>(0.525) | $\gamma_{2T}$ | 1.075<br>(0.960) | $\gamma_{2N}$ | 0.257<br>(0.928) |
| $\gamma_{3T}$ | -1.283<br>(0.868) | $\gamma_{3T}$ | 1.282<br>(0.226) | | |
| $\gamma_{4T}$ | 0.160<br>(0.973) | $\gamma_{4T}$ | -5.161<br>(0.355) | | |
| $\gamma_{5T}$ | -0.093<br>(0.065) | $\gamma_{5T}$ | -0.072<br>(0.0005) | | |
| AIC | -49.25 | AIC | -198.23 | AIC | -0.951 |
| BIC | -49.23 | BIC | -198.21 | BIC | -0.939 |
| LL | 24.63 | LL | 99.12 | LL | 0.478 |

Nota: Resultados de la estimación por máxima verosimilitud. Entre paréntesis figuran los errores estándar asintóticos. LL es el logaritmo de verosimilitud de la cópula en el máximo, AIC es el criterio de información de Akaike y BIC es el criterio de información bayesiano de Schwarz.

En la Tabla 7 se recogen los resultados de rendimiento anualizado, desviación típica y RS de la cartera basada en las cópulas finalmente seleccionadas. Estos resultados son muy similares a los obtenidos con el modelo DCC y ligeramente inferiores a los del VAR-DCC y de la cartera *Plug-in*, lo que indica la robustez de los resultados previos.

Tabla 7. **Evaluación de la performance *out-of-sample* de la cartera basada en los modelos de cópulas**

| Rendimiento | Desviación típica | Ratio Sharpe |
|---|---|---|
| 65.892 | 7.368 | 8.942<br>(0.0002) |

Nota: Rendimientos anualizados. Entre paréntesis figuran los p-valores obtenidos en el contraste de igualdad de la RS de cada una de las carteras con la RS de la de referencia, utilizando la metodología propuesta por Ledoit y Wolf (2008).

## CONCLUSIONES

La correlación entre las distintas economías mundiales está expuesta a una continua revisión debido a la creciente interacción y globalización de los mercados. La inversión inmobiliaria y la inversión en economías emergentes constituyen dos opciones con un elevado potencial diversificador que analizamos en el presente trabajo.

Nuestro objetivo consiste en analizar la performance de la inversión inmobiliaria colectiva, a través de la inversión en REIT del mercado de Brasil, en combinación con la renta variable de Brasil y de EE.UU. Para ello, construimos portafolios óptimos, combinación del índice Ifix y de los ETF BOVA11y SPDR S&P500, con base diaria, para un inversor domiciliado en Brasil, estimando rendimientos, varianzas y covarianzas mediante modelos DCC y VAR-DCC, y analizamos su performance *out-of-sample*. Comparamos los resultados con el modelo tradicional Media-varianza, o modelo *Plug-in*, y con la estrategia *Naïve*. Realizamos también pruebas de robustez de los resultados mediante la metodología de cópulas variantes en el tiempo como alternativa a los modelos multivariantes DCC y VAR-DCC.

Los resultados obtenidos indican que la cartera que permite obtener el mayor rendimiento ajustado por riesgo es la basada en las predicciones de los rendimientos y volatilidades obtenidas mediante un VAR-DCC multivariante. Su rendimiento es levemente superior al obtenido con la estrategia basada en la modelización *Plug-in* y DCC. En términos de diversificación del riesgo, no existen diferencias importantes entre los portafolios, aunque la Ratio de Sharpe en la aproximación VAR-DCC es ligeramente superior, si bien todas ellas mejoran la cartera de referencia (estrategia *Naïve*).

Estos resultados son relevantes tanto para el mundo académico como para las gestoras de carteras profesionales. La gestión de carteras está experimentando una transformación de la mano de la robótica y la alta tecnología que utiliza, entre otros, instrumentos como los ETF o los fondos indexados en búsqueda de los mejores resultados para la inversión financiera. La consideración de datos reales de rentabilidades de los REIT de Brasil, unida a la aplicación de las técnicas de análisis multivariante de predicción de rendimientos, volatilidades y correlaciones, permite aportar valiosa información sobre la inversión inmobiliaria colectiva, en un mercado emergente como el de Brasil, relativamente nuevo. Sin duda, el trabajo permite una mayor aproximación a los mercados inmobiliarios de Latinoamérica por parte de inversores individuales e inversores institucionales en busca de activos con un atractivo potencial de rentabilidad y diversificación de riesgos.

## REFERENCIAS

BM&FBovespa. (2015). *Informe de mercado*. Recuperado de www.bmfbovespa.com.br/en_us/services/market-data/reports/2015

Diebold, F. X., & Rudebusch, G. (1991). Forecasting output with the composite leading index: A real-time analysis. *Journal of American Statistical Association*, *86*, 603-610.

Engle, R. (2002). Dynamic conditional correlation: A simple class of multivariate generalized autoregressive conditional heteroskedasticity models. *Journal of Business and Economics Statistics*, *20*(3), 339-350. doi: 10.1198/073500102288618487

Infomoney. (2014). *Fundos imobiliários negociados na Bovespa*. Recuperado de http://www.infomoney.com.br/imoveis/fundos-imobiliarios/noticia/2617769/saiba-onde-investem-todos-fundos-imobiliarios-negociados-bovespa#recebiveis

Israelsen, C. L. (2003). Sharpening the sharpe ratio. *Financial Planning*, *33*, 49-51.

Israelsen, C. L. (2005). A refinement to the sharpe ratio and information ratio. *Journal of Asset Management*, *5*, 423-427.

Kirby, C., & Ostdiek, B. (2012, April). It's all in the timing: Simple active portfolio strategies that outperform Naïve diversification. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, *47*(2), 437-467. doi: 10.1017/S0022109012000117

Ledoit, O., & Wolf, M. (2008). Robust performance hypothesis testing with the sharpe ratio. *Journal of Empirical Finance*, *15*, 850-859. doi:10.1016/j.jempfin.2008.03.002

Markowitz, H. (1952, March). Portfolio selection. *The Journal of Finance*, *7*(1), 77-91. doi: 10.1111/j.1540-6261.1952.tb01525.x

Milani, B., Ceretta, P. S., & Machado, M. E. R. (2014). *Brazilian REITs performance: An analysis of higher moments and time scales influence. WSEAS Transactions on Business and Economics, 13*, 193-206. doi: 10.2139/ssrn.2553852

Patton, A. J. (2006). Modelling asymmetric exchange rate dependence. *International Economic Review*, *47*(2), 527-556. doi: 10.1111/j.1468-2354.2006.00387.x

Sanfelici, D. (2013). Financeirização e a produção do espaço urbano no Brasil: Uma contribuição ao debate. *-EURE*, *39*(118), 27-46. doi: 10.4067/S0250-71612013000300002

Silva, O. C., Filho, Ziegelmann, A., & Dueker, M. J. (2014). Assessing dependence between financial market indexes using conditional time-varying copulas: Applications to value at risk (VaR). *Quantitative Finance*, *14*(12), 2155-2170. doi: 10.1080/14697688.2012.739726

Sklar, A. (1959). Fonctions de répartition à n dimensions et leurs marges. *Publications de l'Institut Statistique de l'Université de Paris*, 8, 229-231. doi : 10.12691/ijefm-3-2-3

White, H. (2000). A reality check for data snooping. *Econometrica, 68*, 1097-1126. doi: 10.1111/1468-0262.00152

# ARTICLES

**Submitted 04.29.2016. Approved 10.04.2016**
Evaluated by double blind review process. Scientific Editor: Antonio Lopo Martinez

DOI: http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170403

# REVISITING THE SIZE EFFECT IN THE BOVESPA

## *Análise do efeito tamanho na Bovespa*

## *Análisis del efecto tamaño en el Bovespa*

**ABSTRACT**

The size effect has been analyzed in numerous stock markets using different approaches. However, there are few studies focused on its practical applicability. In this context, the aim of this study is two-fold. First, we examine price and volatility linkages among large, medium, and small firms employing a multivariate VAR-BEKK model. Second, we provide the out-of-sample performance of optimal portfolios constructed on the basis of time-varying return and volatility forecasts from this specification approach. Our overall results show that optimal portfolios are primarily composed of medium and small firms. Moreover, our findings reveal that using this technique, it is possible to reduce risk and outperform the naïve rule, which is usually employed by foreign investors interested in the Brazilian stock market. These findings are relevant not only for academics but also for practitioners because it is important an in-depth knowledge of stock market patterns in order to develop correct trading strategies.

**KEYWORDS |** Multivariate GARCH, optimal strategies, size effect, statistical and economic significance, Bovespa.

*RESUMO*

*O efeito tamanho vem sendo analisado em diversos mercados de ações, utilizando-se diferentes perspectivas. No entanto, existem poucos estudos focados em sua aplicação prática. Nesse contexto, o objetivo do presente estudo é duplo. Primeiramente, vamos examinar as relações entre os preços e as volatilidades das empresas grandes, médias e pequenas, usando um modelo VAR-BEKK multivariado. Em segundo lugar, analisamos o desempenho das carteiras ótimas obtidas a partir das previsões de rentabilidade e volatilidade variáveis no tempo, derivadas do modelo multivariado. Os resultados globais mostram que as carteiras ótimas são compostas principalmente por empresas de tamanho médio e pequeno. Além disso, nossos resultados revelam que, com a utilização dessa técnica, é possível reduzir o risco e melhorar a carteira "naïve", que é normalmente utilizada pelos investidores estrangeiros interessados no mercado brasileiro. Esses resultados são relevantes não só para os acadêmicos, mas também para os profissionais, já que é importante conhecer em profundidade o comportamento dos mercados acionários para desenvolver uma estratégia acionária correta.*

*PALAVRAS-CHAVE | GARCH multivariado, estratégias ótimas, efeito do tamanho, significância estatística, econômica, Bovespa.*

*RESUMEN*

*El efecto tamaño ha sido analizado en diversos mercados de acciones utilizando diferentes perspectivas. Sin embargo, existen pocos estudios que se centren en su aplicación práctica. En este contexto, el objetivo de este estudio es doble. En primer lugar, vamos a examinar las conexiones entre los precios y las volatilidades de las empresas grandes, medianas y pequeñas empleando un modelo VAR-BEKK multivariante. En segundo lugar, analizamos la performance de las carteras óptimas obtenidas a partir de las predicciones de rentabilidad y volatilidad variables en el tiempo derivadas del modelo multivariante. Los resultados globales muestran que las carteras óptimas están compuestas principalmente por empresas de medio y pequeño tamaño. Además, nuestros resultados revelan que con la utilización de esta técnica es posible reducir el riesgo y mejorar la cartera naïve, que normalmente es utilizada por los inversores extranjeros que están interesados en el mercado brasileño. Estos resultados son relevantes no sólo para los académicos sino también para los profesionales porque es importante conocer en profundidad el comportamiento de los mercados bursátiles para desarrollar una correcta estrategia bursátil.*

*PALABRAS CLAVE | GARCH multivariante, estrategias óptimas, efecto tamaño, significatividad estadística, económica, Bovespa.*

**MARIA DEL MAR MIRALLES-QUIROS**
**marmiralles@unex.es**
*Professor at Universidad de Extremadura, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – Badajoz, Spain*

**JOSE LUIS MIRALLES-QUIROS**
**miralles@unex.es**
*Professor at Universidad de Extremadura, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – Badajoz, Spain*

**LUIS MIGUEL GONÇALVES**
**miguel.mvgoncalves@gmail.com**
*Ph. D. Student at Universidad de Extremadura, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – Badajoz, Spain*

## INTRODUCTION

As one of the several market anomalies, the size effect has been the subject of numerous studies in several markets. Small company shares usually have a higher performance than that of large companies for the same period. This concept was developed following tests in several countries that found some additional information. First, as far as the returns of series of shares are concerned, when analyzing a long period, we have observed that in some sub-periods, small company shares may have a lower performance than the shares of large companies. However, when analyzing a long period as a whole, small company shares have a higher performance. Second, even when returns are risk-adjusted, the *small caps* returns exceed the theoretical value.

Specifically, the size effect was first evidenced by the work of Ibbotson and Sinquefield (1976). Later, Banz (1981) studied the phenomenon in the market where the shares of companies with low capitalization have a different return than expected when calculated by the traditional theoretical models. Bowers and Dimson (1988) define the anomalies as existing phenomena in some market segments that cannot be explained by traditional risk models. This study has proved to be important, as it observed better returns on smaller size securities, which allows for extraordinary gains by investors. More recent studies, such as those by Fouse (1989), Berk (1997), Carhart (1997), Ewing and Malik (2005) and Fama and French (1995, 2008, 2012), confirm the existence of the size effect in the U.S. market.

Numerous studies in several markets and over several periods suggest that the occurrence of such an effect is a global phenomenon. The difference lies in the justification of its causes and in the implications of this phenomenon. This can be verified in the work performed by several researchers in various markets, from the Australian market studied by Brown et al. (1983) to the Spanish market studied by Miralles-Marcelo et al. (2011).

The study of the Brazilian market reflects the great interest of international investors that look for extraordinary gains in less-efficient emerging markets but with the confidence needed to secure and protect their investments, which includes Brazil as the largest market in South America where regulation and institutions work according to international standards. The Brazilian capital market has shown two significant signs that it began a new phase in 2003: 1) economic stability and the improvement of regulation; and 2) the significant increase in the degree of confidence of all market players, evidenced in an expansion of companies' capital and in the increase in trading volumes and debt instruments. On the other hand, the interest of investors, both institutional and individual, as well as foreign and domestic, has shown that the Brazilian market is able to meet the creation needs of long-term assets.

The analysis of the market informational efficiency is important to map out investment strategies. Fama (1991) pointed out that the empirical work on the informational content of financial asset prices led to the emergence of passive strategies of purchase and maintenance of diversified portfolios in response to the difficulty of beating the market based solely on the analysis of public information.

In this context, we have sought to obtain the statistical and economic significance for the Brazilian market regarding the size effect. We have identified the occurrence of the phenomenon in both an *in-sample* and *out-of-sample* period, proving that adopting a strategy of optimal portfolios performs better than a naive strategy.

The remainder of the paper is organized as follows. In the next section, we review the previous empirical evidence. Thereafter, we describe the methodology. Next, we present the database on which the study is based and we describe the results. Finally, we present the main findings.

## PREVIOUS EMPIRICAL EVIDENCE

Evidence on the size effect documented by Ibbotson and Sinquefield (1976) led to further interest from other researchers in its detection and understanding. Studies such as the one carried out by Banz (1981) prove that using traditional theoretical models results in unexpected returns for companies with low capitalization. The study by Reinganum (1981), based on the research of Basu (1977), covered the period between 1963 and 1977. It demonstrated that portfolios consisting of small cap assets have a higher average return than portfolios consisting of large cap assets.

The size effect, as documented by Banz (1981), is based in the empirical evidence that stocks of small companies have higher average returns than the stocks of large companies. That evidence is an anomaly because there are no theoretical reasons for a proxy of company size to have the statistical capability to explain return differences in a cross-section, after controlling for risk (Chan et al., 1985).

Due to this evidence, some studies have sought to clarify, in theoretical terms, the size effect. In the U.S. market, Roll (1981) studied the behavior of stock returns throughout the year, adding that low cap securities have abnormally high returns in the last trading days of December. Another study from Keim (1983) documented that 50 percent of the year's size effect is

concentrated in the first five trading days of January. Roll (1983), Blume and Stambaugh (1983) found that portfolios built and reorganized on a daily or monthly basis have a higher presence of the size effect. When Keim and Stambaugh (1984) studied the effect based on daily returns, they found not only that this effect can be observed on a daily basis but also that it is more pronounced on Fridays. Fouse (1989) concluded that this effect was due to the low liquidity of small company shares. Berk (1997) argued that the size effect is a consequence of the size proxy used. More recently, Ewing and Malik (2005) investigated the existence of asymmetry in the predictability of small and large companies' volatilities. In addition, the empirical evidence on the size effect in the U.S. market subsequent to the abovementioned has contributed to a more complete characterization of the phenomenon.

Studies have documented the existence of such an effect in several international stock markets: Brown et al. (1983) studied the Australian market in the period 1958–1981; Reinganum and Shapiro (1987) studied the London market during the period 1956–1980; Berges et al. (1984) studied the Canadian market for the period 1951 to 1980; and Nakamura and Terada (1984) studied the Japanese market from 1966 to 1983. The existence of the size effect was proven in all countries. However, it is not possible to carry out a more detailed comparison because the analysis period differs from market to market and the methodologies used vary.

More recently, the study by Van Dijk (2011) reviews 30 years of research on the size effect on stock returns. Miralles-Marcelo et al. (2011) examines the transmission of information in the Spanish market and Amel-Zadeh (2011) confirms the existence of a size anomaly in the German market, contrary to recent evidence of a reversal of the size anomaly. Cakici et al. (2013), using share-level data between January 1990 and December 2011, find strong evidence for the value effect in all emerging markets and for the momentum effect in all eastern European markets. Israel and Moskowitz (2013) analyze the role of shorting, company size and time on the profitability of size, value, and momentum strategies. Zakamulin (2013) provides evidence that the small share premium is predictable both in-sample and out-of-sample using offset macro-economic variables.

In the Brazilian market, several studies confirm the existence of the size effect, as summarized in Table 1, which indicates the period under study as well as the analysis methodology used. Eid and Romaro (2002), after applying empirical tests on share portfolios on the BOVESPA, in the period from 1995 to 1998, found evidence that the average returns of portfolios comprised of small cap companies is lower than that of high capitalization companies. Matsumoto and Lima (2004) found evidence, according to previous investigations, of the reversal of returns between large and small companies' shares, in addition to the positive trend of achieving higher returns with larger size assets, especially in troubled periods of the economy. Lima et al. (2005) conclude the existence of the effect from the perspective of the Capital Asset Pricing Model (CAPM), and its absence when analyzed from the perspective of the market model.

Table 1. **Empirical evidence for the Brazilian market**

| Found evidence of the occurrence of the anomaly | | |
|---|---|---|
| **Author** | **Analysis period** | **Methods and tests used** |
| Eid and Romaro (2002) | 1995 to 1998 | Linear regression, average, variance, skewness and kurtosis, method of least squares, Durbin-Watson, Breusch-Godfrey, Q Lyung-Box, Goldfeld and ARCH-LM tests |
| Matsumoto and Lima (2004) | 1996 to 2003 | Linear regression |
| Lima et al. (2005) | 1995 to 2003 | Linear regression, CAPM, market model |
| **Found no evidence of the occurrence of the anomaly** | | |
| **Author** | **Analysis period** | **Methods and tests used** |
| Lucena and Figueiredo (2004) | 1994 to 2003 | Linear regression, model of three factors, autoregressive models of Box and Jenkins, and Grinblatt and Moskowitz model |
| Antunes et al. (2006) | 1998 to 2004 | Simple arithmetic average, CAPM and Jensen's alpha indicator |
| Flister et al. (2011) | 1995 to 2008 | Linear regression and CAPM |
| Saturnino et al. (2012) | 1995 to 2010 | Linear regression and CAPM |
| Machado and Machado (2014) | 1995 to 2008 | Linear regression, model of two factors, model of three factors and CAPM |

Conversely, several studies found no evidence of such an effect, as exemplified by the studies of Lucena and Figueiredo (2004), based on the multi-factor model of Fama and French, and on the regression presented by Grinblatt and Moskowitz (2002). Flister et al. (2011), Saturnino et al. (2012) and Machado and Machado (2014) also found no evidence of such an effect.

The aforementioned Brazilian market studies all employ a simple analysis methodology using a linear regression. Furthermore, these studies only analyze up until 2008, without taking into account the years following the current financial crisis. This study, however, adopts a more complex methodology, utilizing VAR-BEKK modeling and optimal investment strategies, as described in Methodology section. Furthermore, this study analyzes a morerecent and broader time period of 20 years from 1994 until 2014.

## METHODOLOGY

This section is divided into three main sub-sections. First, we present the multivariate model used to estimate the returns and conditional volatilities of three portfolio sizes: large, medium, and small. Second, we describe the methodology for the construction of optimal investment strategies based on information obtained from the multivariate model. Finally, we describe the criterion used to evaluate the performance of alternative strategies.

### Multivariate VAR-BEKK model

The econometric specification used in this study consists of two components. First, to model the returns, we used a vector autoregression with k lags, which enables autocorrelations and cross-correlations in the returns.

$$R_{i,t} = c_i + \sum_{k=1}^{K} \sum_{\substack{i=1 \\ j=1}}^{3} \alpha_{ij} R_{i,t-k} + \varepsilon_{i,t} \qquad (1)$$

$$\varepsilon_{it} | \Omega_{t-1} \approx N(0, H_t)$$

Second, to model the conditional covariance matrix, we used a multivariate GARCH model. One of the most commonly used models is the BEKK model by Baba et al. (1991). The covariance matrix of the BEKK model is calculated through the expression

$$H_t = C'C + A'\varepsilon_{t-1}\varepsilon'_{t-1}A + B'H_{t-1}B \qquad (2)$$

where, in this case, C is a lower triangular matrix (3 × 3) with six parameters to be estimated, and A and B are size matrices (3 × 3), where the first captures the effects of shocks in volatility and the second the effects of conditional variance, delayed by the measurement of the diagonal of both the effects of said shocks and variances, respectively. Using a tri-variant model, the estimated total number of elements in our case is 24.

$$H_t = \begin{pmatrix} c_{11} & & \\ c_{21} & c_{22} & \\ c_{31} & c_{23} & c_{33} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} c_{11} & c_{21} & c_{31} \\ & c_{22} & c_{23} \\ & & c_{33} \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{pmatrix} \varepsilon_t \varepsilon' \begin{pmatrix} a_{11} & a_{21} & a_{31} \\ a_{12} & a_{22} & a_{32} \\ a_{13} & a_{23} & a_{33} \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} b_{11} & b_{12} & b_{13} \\ b_{21} & b_{22} & b_{23} \\ b_{31} & b_{32} & b_{33} \end{pmatrix} H_{t-1} \begin{pmatrix} b_{11} & b_{21} & b_{31} \\ b_{12} & b_{22} & b_{32} \\ b_{13} & b_{23} & b_{33} \end{pmatrix} \qquad (3)$$

where:

$$\varepsilon_t\varepsilon_t' = \begin{pmatrix} \varepsilon_{1,t-1}^2 & \varepsilon_{1,t-1}\varepsilon_{2,t-1} & \varepsilon_{1,t-1}\varepsilon_{3,t-1} \\ \varepsilon_{2,t-1}\varepsilon_{1,t-1} & \varepsilon_{2,t-1}^2 & \varepsilon_{2,t-1}\varepsilon_{3,t-1} \\ \varepsilon_{3,t-1}\varepsilon_{1,t-1} & \varepsilon_{3,t-1}\varepsilon_{2,t-1} & \varepsilon_{3,t-1}^2 \end{pmatrix} \quad H_t = \begin{pmatrix} h_{11,t} & h_{12,t} & h_{13,t} \\ h_{21,t} & h_{22,t} & h_{23,t} \\ h_{31,t} & h_{32,t} & h_{33,t} \end{pmatrix} \tag{4}$$

The conditional variances can be expressed through the development of matrices such as:

$$h_{11,t} = c_{11}^2 + a_{11}^2\varepsilon_{1,t-1}^2 + a_{21}^2\varepsilon_{2,t-1}^2 + a_{31}^2\varepsilon_{3,t-1}^2 + 2a_{11}a_{21}\varepsilon_{1,t-1}\varepsilon_{2,t-1} + 2a_{11}a_{31}\varepsilon_{1,t-1}\varepsilon_{3,t-1} + 2a_{31}a_{21}\varepsilon_{2,t-1}\varepsilon_{3,t-1} + \\ + b_{11}^2h_{1,t-1} + b_{21}^2h_{2,t-1} + b_{31}^2h_{3,t-1} + 2b_{11}b_{21}h_{12,t-1} + 2b_{11}b_{31}h_{13,t-1} + 2b_{31}b_{21}h_{23,t-1} \tag{5}$$

$$h_{22,t} = c_{21}^2 + c_{22}^2 + a_{12}^2\varepsilon_{1,t-1}^2 + a_{22}^2\varepsilon_{2,t-1}^2 + a_{32}^2\varepsilon_{3,t-1}^2 + 2a_{22}a_{12}\varepsilon_{1,t-1}\varepsilon_{2,t-1} + 2a_{32}a_{12}\varepsilon_{1,t-1}\varepsilon_{3,t-1} + 2a_{32}a_{22}\varepsilon_{2,t-1}\varepsilon_{3,t-1} + \\ + b_{12}^2h_{1,t-1} + b_{22}^2h_{2,t-1} + b_{32}^2h_{3,t-1} + 2b_{22}b_{12}h_{12,t-1} + 2b_{32}b_{12}h_{13,t-1} + 2b_{32}b_{22}h_{23,t-1} \tag{6}$$

$$h_{33,t} = c_{31}^2 + c_{32}^2 + c_{33}^2 + a_{13}^2\varepsilon_{1,t-1}^2 + a_{23}^2\varepsilon_{2,t-1}^2 + a_{33}^2\varepsilon_{3,t-1}^2 + 2a_{23}a_{13}\varepsilon_{1,t-1}\varepsilon_{2,t-1} + 2a_{33}a_{13}\varepsilon_{1,t-1}\varepsilon_{3,t-1} + 2a_{33}a_{23}\varepsilon_{2,t-1}\varepsilon_{3,t-1} + \\ + b_{13}^2h_{1,t-1} + b_{23}^2h_{2,t-1} + b_{33}^2h_{3,t-1} + 2b_{23}b_{13}h_{12,t-1} + 2b_{33}b_{13}h_{13,t-1} + 2b_{33}b_{23}h_{23,t-1} \tag{7}$$

However, more recent studies have documented the importance of considering the asymmetric effects of news on volatility for a better specification of the conditional variance-covariance matrix and the economic implications in terms of asset allocation (Kroner & Ng, 1998). Following the comprehensive approach of Glosten et al. (1993) proposed by Kroner and Ng (1998), and also used by Karmakar (2010), the model is defined as

$$H_t = C'C + A'\varepsilon_{t-1}\varepsilon'_{t-1}A + B'H_{t-1}B + \eta' I_{(\varepsilon_{t-1}<0)} \odot \varepsilon_{t-1}\varepsilon'_{t-1} \odot \eta I_{(\varepsilon_{t-1}<0)} \tag{8}$$

where $I_{(\varepsilon_{t-1}<0)}$ is a vector 3 x 1 whose elements take the value 1 if the corresponding innovation in the vector $\varepsilon_t$ is negative, and ⊙ is the Hadamard product (element by element) that captures the different volatility responses to negative shocks (bad news) or positive shocks (good news).

The model is estimated by maximizing the likelihood function and assuming normally distributed errors:

$$L(\theta) = -T\ln(2\pi) - \frac{1}{2}\sum_{t=1}^{T}\left(\ln|H_t| + \varepsilon'_t H_t^{-1}\varepsilon_t\right) \tag{9}$$

where T is the number of observations and θ represents the vector of parameters to be estimated.

Hafner (2008) points out that the BEKK model, which is nested in the VECH model, has been introduced mainly to overcome some practical disadvantages of the VECH model. The same study makes reference to other multivariate GARCH models, such as the CCC and the DCC models. However, Hafner (2008) indicates that these models are not nested in the VECH model and, due to their nonlinear character, create difficulty in deriving aggregation results. Therefore, the researchers primarily use the BEKK model for the

portfolio hedgings and performances (see Karmakar, 2010, and Miralles-Quiros and Miralles-Quiros, 2017, among others), while the DCC models focus on the time-varying correlations among different markets (see Silvennoinen and Teräsvirta, 2009; Ahmad et al., 2013; and Zhang and Li, 2014).

## Optimal portfolios

Multivariate VAR-BEKK estimates can be applied to various financial purposes. We focus on tactical asset allocation by building portfolios with risk minimization for investors.

According to the classical theory of optimal selection of portfolios by Markowitz (1952), the management of the average variance will allocate resources in the three groups of firms to minimize the variance of the portfolio, subject to the fact that the expected return of the portfolio has to respect a specific target R*. It should be noted that volatile periods are usually associated with declines in market values. In these cases, investors accept a higher risk to gain positive returns. For this reason, we have included a condition of expected non-negative return in our optimization. In doing so, portfolio managers seek to find the optimal portfolio weight $w_t$ that solves the optimization problem:

$$\begin{aligned} \min_{w_t} \quad & w_t' H_{t+1|t} w_t \\ \text{s.t.} \quad & w_t' E\{R_{t+1}\} \geq R^* \\ & w_t' \\ & w_t \geq 0 \end{aligned} \qquad (10)$$

where 1 is a vector of 1 and the non-negative condition $w_t \geq 0$ means that the portfolio manager is prohibited from making short sales. It should be noted that these constraints would not be valid if the hedge fund managers were the market players in this context. For this reason, we also consider a version without these constraints, where the optimal solution $w_t$ can contain negative weights, indicating short positions.

### Performance evaluation

We consider the Sharpe ratio for an out-of-sample period as a measure of optimal strategy performance. It is defined as the average of the excess returns sample out-of-sample over the risk-free asset, divided by the sample standard deviation:

$$SR_p = \frac{\mu_p}{\sigma_p} \qquad (11)$$

We have also calculated the Sharpe ratio for our benchmark strategy – the naive strategy – which consists of investing the same amount in each of the assets that comprise the portfolio. This easy implementation strategy does not depend on asset return estimates or on optimization techniques. Furthermore, it is still widely used as a simple rule of wealth allocation among assets, despite the development of more sophisticated models and the improvement of estimation methods of the models' parameters. There is also empirical evidence that equally weighted naive portfolios achieve higher performance than that obtained through optimization processes (see, for example, DeMiguel et al., 2009).

To assess the statistical significance of the differences between the performance of the reference strategy (SR Naive) and the optimal strategy, we used a bootstrap inference method. More specifically, using the null hypothesis of $H_0 : \{SR_p - SR_{Naive} = 0\}$, we calculate a p-value on one side, following the methodology proposed by Ledoit and Wolf (2008).

## DATABASE

The initial sample used in this study consists of the shares listed on the São Paulo Stock Exchange provided by the Thomson Financial Datastream database, corresponding to a total of 365 businesses representing 38 segments of the economy during a 20-year period from 1994 to 2014. With that sample, we built three portfolios of large, medium, and small size based on a weekly frequency.

Table 2. **Descriptive statistics**

| | Large | Medium | Small |
|---|---|---|---|
| Average | 0.0002 | 0.0007 | 0.0024 |
| Standard deviation | 0.0327 | 0.0212 | 0.0256 |
| Skewness | -1.6935 | -1.3052 | 1.4956 |
| Kurtosis | 11.9434 | 19.0896 | 16.3579 |
| Jarque-Bera | 3974.517 | 11546.39 | 8143.228 |
| Probability | (0.0000) | (0.0000) | (0.0000) |

Table 2 shows the descriptive statistics of the three portfolios: large, medium, and small. We found that the average profitability of small businesses is higher, which is a first indicator of the existence of the size effect. Regarding the analysis of the standard deviation, we observe increased volatility in large firms, so investment in these assets will be of less interest. With respect to other descriptive statistics, the values of skewness and kurtosis show an asymmetry on the left and are leptokurtic for the large and medium series. Finally, the Jarque-Bera statistic rejects in all cases the null hypothesis that the returns are normally distributed.

## EMPIRICAL RESULTS

This section is divided into two sub-sections. The first section presents the estimates in-sample based on the proposed model. The second section focuses on the out-of-sample application of the size effect that was identified.

### In-sample results

The first step in the VAR-BEKK model is to identify the best specification for the return series. For Ewing and Malik (2005), this is particularly important because an error in the equation specification can lead to incorrect variance equation estimation. Then the average conditional equation is set to VAR (2), determined according to the Akaike information criterion. Once the average structure is identified, we estimate the average and VAR-BEKK model variance specifications to avoid the problem caused by the regressor according to Ewing et al. (2002).

Table 3 shows, in Panel A, the estimated VAR model coefficients, in Panel B, the results of the BEKK asymmetric coefficients model, and in Panel C, the restriction test on the effects of variance.

As we can see in Table 3, Panel A, there are significant dynamic relationships in the return series of these three portfolios. The return of the Large series is heavily influenced by the fluctuation of its prices and of the Medium series, the return of the Medium series is highly influenced by the price fluctuations of the Large series, and the Small series is strongly influenced by the price fluctuations of the Medium series. In Panel B, we present the results of the BEKK asymmetric coefficients model, where low levels of critical significance obtained for most of the estimated parameters (in brackets) show that the model is well suited. Finally, in Panel C, we observe that the nullity of the effects of cross-variance ($a_{ij} = b_{ij} \forall\ i \neq j$ ) is clearly rejected, as well as the nullity $a_{ij} = 0$ e $b_{ij} = 0$. We have also observed that the restrictions on the effects of cross-variance and covariance are clearly rejected. As a result, cross-links over all conditional moments and their shocks (symmetrical and on-symmetrical) cannot be ignored. Furthermore, the importance of considering the asymmetries is completely supported by the statistical probability ratio, which is calculated as $LR = 2[L(\Theta_1) - L(\Theta_0)]$ where $L(\Theta_1)$ and $L(\Theta_0)$ is the value of the maximum log probability obtained by the multi-varied model with and without symmetry, respectively. This assumes a statistical distribution $\chi^2$ .

Table 3. **VAR-BEKK model results**

**Panel A: Mean equation**

| | Large | | Medium | | Small | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Coeff. | t-stat | Coeff. | t-stat | Coeff. | t-stat |
| $c_i$ | -0.0004 | (-0.26) | 0.0003 | (0.35) | 0.0023 | (1.93) |
| $R_{1,t-1}$ | 0.0376 | (0.73) | 0.0701 | (2.48) | 0.0445 | (1.14) |
| $R_{1,t-2}$ | 0.1207 | (2.35) | 0.0180 | (0.64) | -0.0177 | (-0.45) |
| $R_{2,t-2}$ | 0.0360 | (0.37) | 0.0998 | (1.90) | 0.1337 | (1.85) |
| $R_{2,t-2}$ | 0.0997 | (1.06) | 0.1863 | (3.60) | 0.3618 | (5.08) |
| $R_{3,t-1}$ | -0.0134 | (-0.22) | 0.0168 | (0.51) | -0.0818 | (-1.80) |
| $R_{3,t-2}$ | -0.1226 | (-2.02) | -0.0070 | (-0.21) | -0.0031 | (-0.07) |

**Panel B: Variance equation**

$$C = \begin{bmatrix} 0.005 & & \\ (0.00) & & \\ 0.002 & 0.011 & \\ (0.639) & (0.00) & \\ 0.00 & 0.004 & 0.000 \\ (0.133) & (0.11) & (1.00) \end{bmatrix} \qquad A = \begin{bmatrix} 0.003 & -0.020 & -0.205 \\ (0.93) & (0.63) & (0.00) \\ 0.263 & 0.866 & 0.330 \\ (0.07) & (0.00) & (0.02) \\ -0.043 & -0.196 & -0.119 \\ (0.43) & (0.00) & (0.24) \end{bmatrix}$$

$$B = \begin{bmatrix} 0.953 & -0.010 & -0.079 \\ (0.00) & (0.78) & (0.01) \\ 0.020 & 0.334 & -0.081 \\ (0.86) & (0.00) & (0.57) \\ -0.019 & -0.086 & 0.968 \\ (0.27) & (0.01) & (0.00) \end{bmatrix} \qquad G = \begin{bmatrix} 0.006 & -0.102 & -0.080 \\ (0.96) & (0.38) & (0.75) \\ 0.053 & 0.083 & 0.206 \\ (0.83) & (0.89) & (0.46) \\ -0.078 & -0.098 & -0.337 \\ (0.19) & (0.49) & (0.00) \end{bmatrix}$$

**Panel C: Restriction test on the effects of variance**

| | Chi-squared | (*p-value*) |
|---|---|---|
| $H_0 : a_{ij} = b_{ij}\ \forall\ i \neq j$ | 155.738 | (0.00) |
| $H_0 : a_{ij} = 0$ | 45.437 | (0.00) |
| $H_0 : b_{ij} = 0$ | 29.011 | (0.00) |
| $H_0 : \eta_{ij} = \eta_{ji}$ | 42.227 | (0.00) |
| $H_0 : \eta_{ij} = 0$ | 74.325 | (0.00) |

**Panel D: Residual diagnostics**

| | Large | | Medium | | Small | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Coeff. | *p-value* | Coeff. | *p-value* | Coeff. | *p-value* |
| Q(20) | 15.169 | (0.767) | 18.708 | (0.541) | 20.043 | (0.455) |
| $Q^2(20)$ | 18.322 | (0.566) | 9.444 | (0.977) | 7.322 | (0.995) |
| Sign | -0.298 | (0.144) | -0.048 | (0.808) | 0.198 | (0.338) |
| | Large-medium | | Large-small | | Medium-small | |
| | Lead | Lag | Lead | Lag | Lead | Lag |
| Cross (20) | -0.0391 | -0.0177 | -0.0041 | -0.0012 | -0.0311 | -0.0450 |

Following Engle and Ng (1993), Ling and Li (1997), Engle (2002) and Tse (2002), among others, tests for own autocorrelation, cross autocorrelation and asymmetry are conducted for the standardized residuals. Results are reported in Panel D of Table 3. First, the Ljung-Box statistics show that there is no autocorrelation in the residuals. Second, the null of no residual asymmetry is not rejected in the test for sign bias and, finally, cross-correlations are near zero for any and all time lag separations revealing the randomness of the residuals.

Finally, Table 4 presents the conditional variance results for each of the size portfolios. In the analysis presented in Table 4, we observe critical data for our study. The medium portfolios are influenced by their own shocks and influenced (in the opposite direction) by the shocks of small portfolios, and we can also observe that they are influenced by the variance of small portfolios. Regarding the small portfolios, we can observe that they are influenced by their variance and indirectly by the variance of the large portfolios. In the case of large portfolios, they are influenced by its variance.

## Out-of-sample results

After having observed the anomaly of size effect in the in-sample period, we implemented optimal strategies to obtain different yields and risks than those we would obtain if we simply adopted a naive strategy. Specifically, our analysis sought to reduce risk while achieving positive profitability. It should be also noted that we established relationships between asset classes as follows: Large / Medium, Large / Small, Medium / Small, and Large / Medium / Small.

Table 4. **Conditional variance equations**

| | Large | | Medium | | Small | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Coeff. | *t*-stat | Coeff. | *t*-stat | Coeff. | *t*-stat |
| $\varepsilon_{1,t-1}^2$ | 0.000 | (0.03) | 0.000 | (0.17) | 0.042 | (1.50) |
| $\varepsilon_{2,t-1}^2$ | 0.069 | (0.65) | 0.751 | (4.75) | 0.109 | (0.79) |
| $\varepsilon_{3,t-1}^2$ | 0.002 | (0.28) | 0.038 | (1.50) | 0.014 | (0.42) |
| $\varepsilon_{1,t-1}\varepsilon_{2,t-1}$ | -0.002 | (0.06) | -0.035 | (0.33) | -0.135 | (1.20) |
| $\varepsilon_{1,t-1}\varepsilon_{3,t-1}$ | 0.000 | (0.06) | 0.008 | (0.33) | 0.049 | (0.74) |
| $\varepsilon_{2,t-1}\varepsilon_{3,t-1}$ | -0.023 | (0.43) | -0.339 | (2.52) | -0.079 | (0.60) |
| $h_{11,t-1}$ | 0.907 | (17.58) | 0.000 | (0.10) | 0.006 | (0.88) |
| $h_{22,t-1}$ | 0.000 | (0.06) | 0.113 | (1.33) | 0.007 | (0.20) |
| $h_{33,t-1}$ | 0.000 | (0.39) | 0.007 | (0.96) | 0.937 | (16.38) |
| $h_{12,t-1}$ | 0.039 | (0.12) | 0.007 | (0.20) | 0.013 | (0.46) |
| $h_{13,t-1}$ | 0.035 | (0.77) | 0.002 | (0.19) | -0.152 | (1.78) |
| $h_{23,t-1}$ | 0.001 | (0.14) | 0.058 | (2.10) | -0.157 | (0.40) |
| $\eta_{1,t-1}^2$ | 0.000 | (0.02) | 0.010 | (0.31) | 0.006 | (0.11) |
| $\eta_{2,t-1}^2$ | 0.003 | (0.07) | 0.007 | (0.05) | 0.042 | (0.26) |
| $\eta_{3,t-1}^2$ | 0.006 | (0.47) | 0.010 | (0.24) | 0.114 | (1.50) |
| $\eta_{1,t-1}\eta_{2,t-1}$ | 0.001 | (0.04) | -0.017 | (0.10) | -0.033 | (0.19) |
| $\eta_{1,t-1}\eta_{3,t-1}$ | -0.001 | (0.04) | 0.020 | (0.41) | 0.054 | (0.23) |
| $\eta_{2,t-1}\eta_{3,t-1}$ | -0.008 | (0.13) | -0.016 | (0.09) | -0.139 | (0.46) |

Table 5 shows the average weights of the portfolios in average values, based on the modeling of the out-of-sample period. As we can see in Panel A, the weight of the portfolios without short positions is more relevant than that of medium and small businesses in comparison with large businesses, and when we compare the medium and small, there are almost no differences. On the other hand, in Panel B, we present the average composition of optimal portfolios with short positions. We observe once again that in these portfolios, the medium and small assets are the most relevant.

When we analyze the results obtained in the relationship between the Large, Medium, and Small portfolios, we draw different conclusions for each. Our analysis sought to reduce risk while obtaining positive return through a mean-variance optimal strategy.

Table 5. **Weights of the optimal portfolios**

| Panel A - without short positions | | | |
|---|---|---|---|
| | Large | Medium | Small |
| Large/Medium | 0.1146 | 0.6575 | -- |
| Large/Small | 0.2861 | -- | 0.5185 |
| Medium/Small | -- | 0.4271 | 0.4350 |
| Large/Medium/Small | 0.0777 | 0.4346 | 0.2980 |
| Panel B – with short positions | | | |
| | Large | Medium | Small |
| Large/Medium | -0.6382 | 1.6382 | -- |
| Large/Small | 0.8020 | -- | 0.1980 |
| Medium/Small | -- | 3.1950 | -2.1950 |
| Large/Medium/Small | 0.2611 | 0.2952 | 0.4437 |

Table 6 and Table 7 show the results obtained during the out-of-sample period for both naïve and optimal strategies proposed in this study in terms of profitability, risk, and Sharpe ratio. Specifically, in Table 6, we present the results when short positions are not allowed. We can observe that, in all cases, the adoption of an optimal strategy is significantly higher than the adoption of a naive strategy.

Table 6. **Results of optimal portfolios without short positions**

| Panel A: Profitability | | | |
|---|---|---|---|
| | Naïve strategy | Optimal strategy | Differences optimal - naive |
| Large/Medium | 0.0385 | 0.1050 | 0.0665 |
| Large/Small | 0.0785 | 0.1122 | 0.0337 |
| Medium/Small | 0.0732 | 0.0995 | 0.0264 |
| Large/Medium/ Small | 0.0634 | 0.1208 | 0.0574 |
| **Panel B: Risk** | | | |
| | Naïve strategy | Optimal strategy | Differences optimal - naive |
| Large/Medium | 0.1670 | 0.1139 | -0.0531 |
| Large/Small | 0.1549 | 0.1163 | -0.0386 |
| Medium/Small | 0.1402 | 0.1229 | -0.0172 |
| Large/Medium/ Small | 0.1490 | 0.1108 | -0.0381 |
| **Panel C: Sharpe ratio** | | | |
| | Naïve strategy | Optimal strategy | Differences optimal - naive |
| Large/Medium | 0.2303 | 0.9220 | 0.6917 |
| Large/Small | 0.5071 | 0.9649 | 0.4578 |
| Medium/Small | 0.5219 | 0.8096 | 0.2877 |
| Large/Medium/ Small | 0.4255 | 1.0898 | 0.6644 |

Table 7 shows the results in which short positions are allowed, where we can observe that the adoption of an optimal strategy is better than the adoption of a naive strategy, except in one case, when we analyze the relationship between medium and small businesses. We can thus conclude that through the adoption of an optimal strategy, in which medium and small businesses have a higher weight, we can obtain extraordinary gains in the out-of-sample period.

Table 7. **Results of optimal portfolios with short positions**

| Panel A: Profitability | | | |
|---|---|---|---|
| | Naive strategy | Optimal strategy | Differences optimal - naive |
| Large/Medium | 0.0385 | 0.2680 | 0.2296 |
| Large/Small | 0.0785 | 0.3217 | 0.2432 |
| Medium/Small | 0.0732 | 1.3895 | 1.3164 |
| Large/Medium/ Small | 0.0634 | 0.1823 | 0.1189 |
| **Panel B: Risk** | | | |
| | Naive strategy | Optimal strategy | Differences optimal - naive |
| Large/Medium | 0.1670 | 1.0766 | 0.9096 |
| Large/Small | 0.1549 | 0.4219 | 0.2670 |
| Medium/Small | 0.1402 | 3.5404 | 3.4002 |
| Large/Medium/ Small | 0.1490 | 0.2015 | 0.0525 |
| **Panel C: Sharpe ratio** | | | |
| | Naive strategy | Optimal strategy | Differences optimal - naive |
| Large/Medium | 0.2303 | 0.2489 | 0.0187 |
| Large/Small | 0.5071 | 0.7625 | 0.2554 |
| Medium/Small | 0.5219 | 0.3925 | -0.1294 |
| Large/Medium/ Small | 0.4255 | 0.9050 | 0.4795 |

## CONCLUSIONS

This study analyzes the transmission of information and the building of minimum-risk portfolios between large, medium, and small businesses in the Brazilian capital market (BOVESPA) using a multivariate GARCH methodology.

The result of the initial analysis performed on a multivariate GARCH model shows that there is a high degree of information transmission between these businesses on the BOVESPA. It is even more important in the case of medium-sized businesses because both their conditional volatility and shocks significantly influence, directly and indirectly, large and small companies. These results are important for understanding the Brazilian stock market's behavior and for asset valuation, portfolio management, and investment strategies in following a minimum risk approach.

In addition to obtaining statistical results, we have also tried to obtain economic results, so this study could produce information of economic significance useful to users when making investment decisions. The out-of-sample results show that through the adoption of an optimal strategy, we can obtain extraordinary results in economic terms in comparison with the adoption of a naive strategy for small and medium businesses.

Any future studies should be directed towards reanalyzing the traditional anomalies observed in capital markets, taking into account whether they allow extraordinary economic gains in an out-of-sample period. In the case of Brazil's stock exchange, it would be of value to analyze other empirical anomalies such as those relating to the book-to-market effect, making a distinction between growth assets and value assets using this same methodology.

## ACKNOWLEDGEMENTS

This paper has been financially supported by the Junta de Extremadura (JUNTAEX) under the V Action Plan for Research and Development 2014/17 through the GIMAF research group (reference GR15027).

## REFERENCES

Ahmad, W., Sehgal, S., & Bhanumurthy, N. R. (2013). Eurozone crisis and BRIICKS stock markets: Contagion or market interdependence. *Economic Modelling*, 33, 209-225. doi: 10.1016/j.econmod.2013.04.009

Amel-Zadeh, A. (2011). The return of the size anomaly: Evidence from the German stock market. *European Financial Management*, 17, 45-182. doi: 10.1111/j.1468-036X.2010.00581.x

Antunes, G. A., Lamounier, W. M., & Bressan, A. A. (2006). Análise do efeito tamanho nos retornos das ações de empresas listadas na BOVESPA. *Revista Contabilidade & Finanças*, 17(40), 87-101. doi: 10.1590/S1519-70772006000100007

Baba, Y., Engle, R., Kraft, D., & Kroner, K. (1991). Multivariate simultaneous generalized ARCH. Department of Economics, MS, University of California, San Diego.

Banz, R. (1981). The relationship between return and market value of common stocks. *Journal of Financial Economics*, 9, 3-18. doi: 10.1016/0304-405X(81)90018-0

Basu, S. (1977). Investment performance of common stocks in relation to their price-earnings ratios: A test of the efficient market hypothesis. *The Journal of Finance*, 32, 663-682. doi: 10.2307/2326304

Bergés, A., Mcconnell, J., & Schlarbaum, G. (1984). The turn-of the-year in Canada. *Journal of Finance*, 1, 185-192. doi: 10.2307/2327675

Berk, J. (1997): "Does size really matter? *Financial Analyst Journal*, 53(5), 12-18. doi: 10.2469/faj.v53.n5.2112

Blume, M., & Stambaugh, R. (1983). Biases in computed returns: An application to the size effect. *Journal of Financial Economics*, 12(3), 387-404. doi: 10.1016/0304-405X(83)90056-9

Bowers J. E, & Dimson, E. (1988). Introduction. In E. Dunson (Ed.), *Stock Market Anomalies*. Cambridge (New York): Cambridge University Press.

Brown, P., Keim, D., Kleidon, A., & Marsh, T. (1983). Stock return seasonalities and the tax-loss selling hypothesis: Analysis of the arguments and Australian evidence. *Journal of Financial Economics*, 12, 105-127. doi: 10.1016/0304-405X(83)90030-2

Cakici, N., Fabozzi, F., & Tan, S. (2013). Size, value, and momentum in emerging market stock returns. *Emerging Markets Review*, 16, 46-65. doi: 10.1111/ajfs.12086

Carhart, M. M. (1997). On persistence in mutual fund performance. *Journal of Finance*, 52(1), 57-82. doi: 10.1111/j.1540-6261.1997.tb03808.x

Chan, K. C., Nai-Fu, C., & Hsieh, D. (1985) An explanatory investigation of the firm size effect. *Journal of Financial Economics*, 14, 451-471. doi: 10.1016/0304-405X(85)90008-X

DeMiguel, V., Garlappi, L., Nogales, F., & Raman, U. (2009). A generalized approach to portfolio optimization: Improving performance by constraining portfolio norms. *Management Science*, 55, 798-812.

Eid, W., & Romaro, P. (2002). Efeito tamanho na Bovespa. *Anais do XXIII CLADEA*, Porto Alegre, 1, 1-12.

Engle, R. F. (2002). Dynamic conditional correlations: A simple class of multivariate GARCH models. *Journal of Business and Economic Statistics*, 20, 339-350. doi: 10.1198/073500102288618487

Engle, R. F., & Ng, V. K. (1993). Measuring and testing the impact of news on volatility. *Journal of Finance,* 48, 1749-1778. doi: 10.2307/2329066

Ewing, B., & Malik, F. (2005). Re-examining the asymmetric predictability of conditional variances: The role of sudden changes in variance. Journal of Banking and Finance, 29, 2655-2673. doi: 10.1016/j.jbankfin.2004.10.002

Ewing, B. T., Malik, F., & Ozfidan, O. (2002). Volatility transmission in the oil and natural gas markets. *Energy Economics*, 24, 525-538. doi: 10.1016/S0140-9883(02)00060-9

Fama, E. (1991). Efficient capital markets. *Journal of Finance*, 5, 1575-1617. doi: 10.2307/2328565

Fama, E., & French, K. (1995). Size and book-to-market factors in earnings and returns. *Journal of Finance*, 50(1), 131-155. doi: 10.2307/2329241

Fama, E., & French, K. (2008). Dissecting anomalies. *Journal of Finance,* 63, 1653-1678. doi: 10.1111/j.1540-6261.2008.01371.x

Fama, E., & French, K. (2012) Size, value, and momentum in international stock returns. *Journal of Financial Economics*, 105, 457-682. doi: 10.1016/j.jfineco.2012.05.011

Flister F., Bressan, A., & Amaral, H. (2011). CAPM condicional no mercado brasileiro: Um estudo dos efeitos momento, tamanho e book-to-market entre 1995 e 2008. *Revista Brasileira de Finanças*, 9(1), 105-129.

Fouse, W. (1989). The 'small stocks' hoax. *Financial Analysis Journal,* 45, 12-15.

Glosten, L., Jaganathan, R., & Runkle, D. (1993). On the relation between the expected value and the volatility of the nominal excess return on stocks. *Journal of Finance,* 48(5), 1779-1801. doi: 10.1111/j.1540-6261.1993.tb05128.x

Grinblatt, M., & Moskowitz, T. (2002). What do we really know about the cross-sectional relation between past and expected returns? Working Paper 8744, National Bureau of Economic Research, 1-37.

Hassan, S., & Malik, F. (2007). Multivariate GARCH modeling of sector volatility transmission. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 47, 470-480. doi: 10.1016/j.qref.2006.05.006

Ibbotson, R., & Sinquefield, R. (1976). Stocks, bonds, bills and inflation: Simulations of the future (1976-2000). *Journal of Business*, 49(3), 313-338.

Israel, R., & Moskowitz, T. (2013). The role of shorting, firm size, and time on market anomalies. *Journal of Financial Economics*, 108, 275-301. doi: 10.1016/j.jfineco.2012.11.005

Karmakar, M. (2010). Information transmission between small and large stocks in the national stock exchange in India: An empirical study. *The Quarterly Review of Economics and Finance,* 50, 110-120. doi: 10.1016/j.qref.2009.09.007

Keim, D. (1983). Size-related anomalies and stock return seasonality: Further empirical evidence. *Journal of Financial Economics*, 12, 13-32. doi: 10.1016/0304-405X(83)90025-9

Keim, D., & Stambaugh, R. (1984). A further investigation of the weekend effect in stock returns. *Journal of Finance*, 3, 819-840. doi: 10.1111/j.1540-6261.1984.tb03675.x

Kroner, K., & Ng, V. (1998). Modeling asymmetric comovements of asset returns. *Review of Financial Studies*, 11, 817-844. doi: 10.1093/rfs/11.4.817

Ledoit, O., & Wolf, M. (2008). Robust performance hypothesis testing with the Sharpe ratio. *Journal of Empirical Finance*, 15, 850-859. doi: 10.1016/j.jempfin.2008.03.002

Lima, F., Costa, M., & Bruni, A. (2005). Anomalias em mercados de capitais: Uma análise do efeito tamanho na bolsa de valores de São Paulo com o uso do CAPM e do modelo de mercado. *Revista Gestão e Planejamento*, 11, 23-28.

Ling, S., & Li, W. K. (1997). Diagnostic checking of nonlinear multivariate time series with multivariate ARCH errors. *Journal of Time Series Analysis*, 18, 447-464. doi: 10.1111/1467-9892.00061

Lucena, P., & Figueiredo, A. (2004). Pressupostos de eficiência de mercado: Um estudo empirico na Bovespa. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional, 2*(3). Retrieved from https://periodicos.ufpe.br/revistas/gestaoorg/index).

Machado, M., & Machado, M. (2014). Liquidez e precificação de ativos: Evidências do mercado brasileiro. *Brasilian Business Review*, 11, 73-95.

Markowitz, H. (1952). Portfolio selection. *Journal of Finance*, 7, 77-91. doi: 10.1111/j.1540-6261.1952.tb01525.x

Matsumoto A., & Lima, F. (2004). Efeito tamanho: Evidências no mercado acionário brasileiro. In IV Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 2004, São Paulo (SP). Anais do IV Congresso USP de Controladoria e Contabilidade.

Miralles-Marcelo, J. L., Miralles-Quiros, J. L., & Miralles-Quiros, M. M. (2011). Transmisión de información y carteras óptimas en el mercado bursátil español. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14, 247-257. doi: 10.1016/j.cede.2010.12.001

Miralles-Quirós, M. M., & Miralles-Quirós, J. L. (2017). Improving diversification opportunities for socially responsible investors. *Journal of Business Ethics,* 140(2), 339-351. doi: 10.1007/s10551-015-2691-4

Nakamura, T., & Terada, N. (1984). The size effect and seasonality in Japanese stock returns. Nomura Research Institute. Retrieved from https://www.jstor.org/stable/2648877?seq=1#page_scan_tab_contents

Reinganum, M. (1981). The arbitrage pricing theory: Some empirical results. *The Journal of Finance*, 36, 313-321. doi: 10.1111/j.1540-6261.1981.tb00444.x

Reinganum, M., & Shapiro, A. (1987). Taxes and stock return seasonality: Evidence from the London Stock Exchange. *Journal of Business*, 2, 281-295.

Roll, R. (1981). A possible explanation of the small firm effect. *Journal of Finance*, 36, 879-888. doi: 10.2307/2327553

Roll, R. (1983). Vas ist das? The turn-of-the-year effect and the return premia of small firms. *Journal of Portfolio Management*, 9, 18-28. doi: 10.3905/jpm.1983.18

Saturnino, O., Saturnino, V., Lucena, P., Carmona, C., & Araújo, L. F. (2012). Investimento em valor contrário no Brasil: Overreaction ou efeito tamanho? *Revista de Finanças Aplicadas*, 1, 1-20.

Silvennoinen, A., & Teräsvirta, T. (2009). Multivariate GARCH models. In T. G. Andersen, R. A. Davis, J.-P. Kreiss, & T. V. Mikosch (Eds.), *Handbook of Financial Time Series,* Springer, pp 201-232.

Tse, Y. K. (2002). Residual-based diagnostics for conditional heteroscedasticity models. *Econometric Journal*, 5, 358-373. doi: 10.1111/1368-423X.t01-1-00088

Van Dijk, M. (2011). Is size dead? A review of the size effect in equity returns. *Journal of Banking and Finance*, 35, 3263-3274. doi: 10.1016/j.jbankfin.2011.05.009

Zakamulin, V. (2013). Forecasting the size premium over different time horizons. *Journal of Banking and Finance*, 37, 1061-1072. doi: 10.1016/j.jbankfin.2012.11.006

Zhang, B., & Li, X. (2014). Has there been any change in the comovement between the Chinese and US stock markets? *International Review of Economics and Finance,* 29, 525-536. doi: 10.1016/j.iref.2013.08.001

# ARTIGOS

**Submetido 10.05.2016. Aprovado 04.04.2017**
**Avaliado pelo processo de *double blind review*. Editor científico: Paulo B. Tigre**

DOI: http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170404

# CONFIANÇA NOS RELACIONAMENTOS EM *CLUSTER* DE EMPRESAS

## *Trust in relationships in business clusters*

## *Confianza en las relaciones en clusters de empresas*

**RESUMO**

Este estudo propõe integrar os relacionamentos interorganizacionais (verticais e horizontais) por meio da percepção da confiança no comportamento colaborativo das empresas. Serão utilizados como campo empírico *clusters* produtivos da indústria moveleira brasileira, localizados em Arapongas, Mirassol, Ubá e Bento Gonçalves. Os dados foram coletados por meio de questionários *in loco* e analisados pelas técnicas estatísticas de análise de correlação e teste de causalidade de Granger. A confiança foi analisada na dimensão benevolência e a sua relação com o comprometimento. Os resultados demonstraram que há causalidade no relacionamento horizontal e que não há causalidade nos relacionamentos entre fornecedores e clientes, tampouco nos relacionamentos entre estes e os concorrentes. Contudo, há uma forte correlação entre a confiança nos clientes e os relacionamentos horizontais. Assim, ficou constatado que a presença da confiança nas relações interorganizacionais é independente e isolada, não se caracterizando como uma atitude permanente e rotineira.

**PALAVRAS-CHAVE |** Rede de suprimentos, confiança, relacionamentos interorganizacionais, indústria moveleira, clusters produtivos.

**ROBERTA DE CÁSSIA MACEDO**
roberta.c.macedo@gmail.com
*Doutoranda em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Ciências Econômicas – Belo Horizonte – MG, Brasil*

**RICARDO SILVEIRA MARTINS**
ricardomartins.ufmg@gmail.com
*Professor da Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Ciências Econômicas – Belo Horizonte – MG, Brasil*

**LUCIANO ROSSONI**
lrossoni@gmail.com
*Professor da Universidade do Grande Rio, Programa de Pós-Graduação em Administração – Rio de Janeiro – RJ, Brasil*

**GUILHERME SILVEIRA MARTINS**
guilhermesm2@insper.edu.br
*Professor do Instituto de Ensino e Pesquisa – São Paulo – SP, Brasil*

**ABSTRACT**

*This study aims to integrate interorganizational relationships (both vertical and horizontal ones) through the perception of trust in businesses' collaborative behavior. We will use as our empirical field the Brazilian furniture industry production clusters situated in the cities of Arapongas, Mirassol, Ubá and Bento Gonçalves. Data were collected through questionnaires which were administered in loco and analyzed using correlation analysis and the Granger causality test. Trust was analyzed in the benevolence dimension and its relationship with commitment. Results demonstrated that there is causality in the horizontal relationship and that there is no causality in relationships between suppliers and clients, nor in relationships between those and competitors. However, there is a strong correlation between trust in clients and horizontal relationships. Therefore, it was verified that the presence of trust in interorganizational relationships is independent and isolated, and not a permanent, routine attitude.*

***KEYWORDS |** Supply network, trust, interorganizational relationships, furniture industry, production clusters.*

***RESUMEN***

*Este estudio propone la integración de las relaciones interorganizacionales (verticales y horizontales) a través de la percepción de confianza en el comportamiento de colaboración de las empresas. Como campo empírico se utilizaron clusters productivos de la industria de muebles brasileña, localizados en Arapongas, Mirassol, Ubá y Bento Gonçalves. Los datos se recolectaron a través de cuestionarios en campo y se analizaron mediante técnicas estadísticas de análisis de correlación y prueba de causalidad de Granger. Se examinó la confianza en la dimensión benevolencia y su relación con el compromiso. Los resultados mostraron que existe causalidad en la relación horizontal pero no entre proveedores y clientes, y tampoco en las relaciones entre estos y sus competidores. Sin embargo, hay una fuerte correlación entre la confianza en los clientes y las relaciones horizontales. De este modo, se ha constatado que la presencia de la confianza en las relaciones interorganizacionales es independiente y aislada y no se caracteriza como una actitud permanente y cotidiana.*

***PALABRAS CLAVE |** Red de abastecimiento, confianza, relaciones interorganizacionales, industria de muebles, clusters productivos.*

## INTRODUÇÃO

As explicações das vantagens competitivas por meio dos relacionamentos têm diversas fontes teóricas, como a Teoria das Redes e do Capital Social, que partiram do arcabouço da visão relacional desenvolvida por Dyer e Singh (1998). Adicionalmente, a literatura das áreas do *marketing* de relacionamento e de rede de suprimentos têm proporcionado mais evidências nos relacionamentos verticais (aqueles formados com fornecedores e clientes), e a abordagem principal é dada aos benefícios da colaboração com os fornecedores. Já no campo da geografia econômica, se encontram subsídios suficientes para entender os potenciais benefícios em colaborar nos relacionamentos horizontais (atitudes cooperativas com concorrentes e agentes governamentais, por exemplo), especialmente quando estes se localizam no mesmo espaço geográfico (Nicholson, Tsagdis, & Brennan, 2013). Sob qualquer lente teórica, os relacionamentos interorganizacionais podem ser fontes de valor para as redes de suprimentos.

Para Kumar, Banerjee, Meena, e Anguly (2016), os relacionamentos interorganizacionais são fontes competitivas relevantes indubitáveis, e suas constatações apontaram para o papel do construto confiança presente no relacionamento. O nível de aprofundamento no relacionamento resulta de escolhas estratégicas, tendo em mente o objetivo de alavancar e manter as vantagens competitivas das empresas (Rossoni, Martins, Martins, & Silveira, 2014).

Este estudo pretende investigar evidências da existência da propensão à colaboração das empresas em seus relacionamentos interorganizacionais. Para tal, será considerada a dimensão confiança, tanto no âmbito dos relacionamentos horizontais quanto no âmbito dos relacionamentos verticais. Assim, propõe-se integrar as vertentes do *marketing* industrial e da geografia econômica para melhor compreender a relação entre o nível de aprofundamento dos relacionamentos em caso de aglomeração de empresas. Essa integração é potencialmente promissora e foi lançada como um desafio no estudo seminal de Halinen e Tornroos (1998), que chamaram a atenção dos estudiosos de *marketing* industrial para a necessidade da melhor compreensão da imersão espacial e seus efeitos nos relacionamentos interoganizacionais (*Business to Business*) e na *performance* empresarial. Para Cantù (2010), foi um desafio pouco enfrentado pela academia, mas, talvez, mais desenvolvido pelas políticas públicas e agências governamentais.

Assim, a propensão a colaborar nas empresas foi tratada neste estudo a partir da avaliação da dimensão confiança nas relações interorganizacionais. Dessa forma, a questão que esta pesquisa pretendeu tratar foi formulada da seguinte maneira: A confiança, como um atributo do relacionamento, configura-se um elemento da estratégia comercial ou pode ser entendida como uma atitude colaborativa da empresa? De maneira mais pragmática, o propósito foi avaliar se as empresas que confiam em seus clientes e fornecedores (relacionamentos verticais) também confiam em seus concorrentes (relacionamentos horizontais). O campo empírico deste estudo foi a indústria moveleira brasileira, em *clusters* produtivos.

O artigo, além desta seção introdutória, está organizado da seguinte forma: a próxima seção discute as abordagens teóricas, enquanto a terceira seção descreve a metodologia. Os resultados obtidos são apresentados e discutidos na quarta seção, enquanto na última seção são feitas as considerações finais.

## REFERENCIAL TEÓRICO

Os relacionamentos são abordados neste estudo em suas relações interorganizacionais verticais e horizontais, com interesse no construto confiança. Para tal, foram utilizados aportes conceituais e teóricos advindos da visão relacional e preceitos da Teoria do Capital Social e da Teoria das Redes.

Os processos logísticos interorganizacionais são as bases das redes de suprimentos (Lambert & Einz, 2016) e estão associados ao agrupamento de empresas (a montante e a jusante) que buscam trabalhar conjuntamente, colaborando e criando valor único e de difícil imitação (Braziots & Tannock, 2011). Essa integração dos participantes de uma rede de suprimentos desloca as organizações de uma visão intrafuncional e as direciona a uma visão interorganizacional, configurando esse cenário como uma estratégia de enfrentamento da intensificação da competição (Ballou, Gilbert, & Murkherjee, 2000).

Os relacionamentos são a base para a compreensão da integração interorganizacional nas redes de suprimentos. Dyer e Singh (1998) afirmam que um elemento cada vez mais forte para analisar e compreender a vantagem competitiva está no relacionamento entre as empresas. E, em último plano, a eficácia dos relacionamentos nesse papel é definida pelo nível de colaboração. Conforme Simatupang e Sridharan (2002), a colaboração na rede de suprimentos é representada por dois ou mais membros da rede trabalhando em conjunto para criar vantagem competitiva por meio de decisões conjuntas, compartilhamento de informações e consequentes benefícios.

A intenção ao acentuar a colaboração na rede de suprimentos é promover vínculos relacionais que levarão à repetição de negócios confiáveis (Daugherty, 2011). Para os

seguidores da visão relacional, tais vínculos relacionais, quando fortalecidos pela empresa, podem representar uma base para a vantagem competitiva (Braziots & Tannock, 2011). Nesse contexto, a vantagem competitiva das empresas está respaldada nos frequentes e múltiplos relacionamentos colaborativos com os parceiros da rede de suprimentos. Assim, este artigo defende que a avaliação da empresa passa a ser fundamentada não apenas nos seus recursos e competências internas, mas também pelos recursos de seus parceiros (Lavie, 2006).

A abordagem relacional como vantagem competitiva é fortalecida pelo conceito de valor transacional, desenvolvido por Zajac e Olsen (1993). Esses autores preconizam que a estratégia das empresas deve enfatizar a maximização dos valores gerados pelo relacionamento em vez de se empenharem em combater o comportamento oportunista e o custo de transação. A perspectiva do valor transacional é dominada pela hipótese de que o impacto negativo de um comportamento oportunista pode ocasionar perdas futuras de negócios. Contudo, o valor transacional gerado pelo relacionamento da troca e pela interdependência das empresas é o fator inibidor do comportamento oportunista e do custo de transação. Este artigo considera o comportamento oportunista uma estratégia comercial da empresa em que a relação entre as partes está despida de qualquer valor transacional ou relacional.

O relacionamento entre empresas é possível quando os parceiros combinam, trocam e investem em ativos específicos e dedicados, conhecimentos, recursos e capacitações, além de empregar eficazes mecanismos de governança. A presença e aplicação da governança implicam diminuição da prática de oportunismo nas relações comerciais (Dyer & Singh, 1998).

Para Slack, Chambers, e Johnston (2009), a disposição de um ente para se relacionar com o outro está associada à presença de um elemento-chave dessa parceria: a confiança. Ademais, parte-se do pressuposto de que esse relacionamento é benéfico às duas partes (mesmo que não haja garantias). A confiança é um construto multidimensional e é uma vontade decorrente de quatro aspectos: (1) a crença na boa intenção e na preocupação dos parceiros de troca, (2) a crença em sua competência e capacidade, (3) a crença na sua credibilidade, e (4) a crença em sua abertura percebida (mente aberta) (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

Mayer, Davis, e Schoorman (1995) explicam a confiança organizacional envolvendo dois lados: a parte que confia (*trustor*) e a parte que recebe a confiança (*trustee*). Assim, a confiança é recíproca ou relacional e pode ser baseada na rede. Ela é relacional porque possui uma orientação social, resultando em contratos relacionais que incluem expectativas, normas e também um longo horizonte de trocas. Quando baseada em uma densa rede de relações, pode facilitar a propagação da reputação de uma empresa (Zaheer & Harris, 2006). Nesse sentido, ao tratar a confiança nos relacionamentos, este artigo busca compreender se a sua existência está pautada em ações isoladas e com interesses específicos ou se há atitudes colaborativas intrincadas nas relações da empresa. Este artigo considera as atitudes colaborativas a propensão à colaboração a partir da presença do atributo confiança nos relacionamentos verticais e horizontais.

Os relacionamentos colaborativos baseados na confiança são geradores de diferenciais e formam o capital social. Adler e Kwon (2000) afirmam que a amplitude do conceito de capital social reflete uma característica da vida social: os laços sociais (como amizade) que podem ser usados para diferentes propósitos. O capital social, então, é um recurso disponível para os integrantes de laços sociais. A intensidade desse recurso dá-se em função da localização do ator na estrutura de suas relações sociais. O capital social resulta em benefícios, tais como melhores acessos às informações, poder e solidariedade. Assim, a Teoria do Capital Social acredita que os laços sociais constituem recursos valiosos e que são alcançados em virtude da relação social do indivíduo (Lesser, 2000; Nahapiet, 2008).

Os economistas não reconhecem as conexões relacionais dos atores e tendem a adotar uma visão sub ou supersocializada do comportamento econômico. Para Granovetter (2007), na abordagem subsocializada, buscam-se os interesses próprios, e, na supersocializada, emana a ideia em que há a interiorização de padrões comportamentais. Consequentemente, as relações sociais exercem efeitos marginais, e não centrais, sobre o comportamento dos atores. Em contraste à visão supersocializada, o próprio Granovetter (2007) propôs a noção de enraizamento social. O enraizamento social ocorre quando, a partir de motivos puramente econômicos, as relações se tornam frequentes e com conteúdo social. Portanto, é possível sustentar que as relações de negócios se misturam com as relações sociais. Tais relações possuem fortes expectativas de confiança e ausência de oportunismo (Bachmann & Zaheer, 2008).

Para Lin (2001), o capital social conceitua-se como o investimento em relações sociais com expectativa de retorno no mercado. Assim, indivíduos se engajam em interações e *networking* para produzir o superávit. Burt (2001) acredita que o capital social é um complemento contextual do capital humano, pois a pessoa que faz melhor de alguma maneira está mais bem conectada. Melhores conexões fazem as pessoas desfrutar de retornos elevados.

Pesquisadores da Teoria das Redes Sociais argumentam que a compreensão do capital social exige uma análise refinada das estruturas específicas da rede que está sendo avaliada. Esses mesmos teóricos afirmam que as redes sociais influenciam o

capital social de um ator focal pelos laços diretos e indiretos. Essa influência ocorre em virtude da estrutura global da rede dentro da qual estão inseridos (Adler & Kwon, 2000).

Burt (2001) argumenta que uma rede dispersa, com poucos laços redundantes, muitas vezes proporciona maiores benefícios ao capital social. Para esse autor, a oportunidade de intermediar o fluxo de informações entre grupos constitui um benefício fundamental para o capital social, considerando-se buracos estruturais, que são ligações a grupos que, de outra forma, não estariam conectados.

## Variáveis do modelo

As variáveis consideradas neste artigo são confiança nos clientes e confiança nos fornecedores para os relacionamentos verticais, e benevolência nos polos e o comprometimento nos polos para os relacionamentos horizontais.

A colaboração é comumente diferenciada em termos de sua estrutura, como colaboração vertical, colaboração horizontal e colaboração lateral (Badea, Prostean, Goncalves, & Allaoui, 2014; Mason, Lalwani, & Boughton, 2007). Os relacionamentos verticais são aqueles que ocorrem entre organizações que desenvolvem atividades complementares (fornecedor, cliente) e compartilham responsabilidades, recursos e informação de *performance* para atender o cliente final (Simatupang & Sridharan, 2002). Já os relacionamentos horizontais ocorrem quando duas ou mais organizações não relacionadas ou concorrentes cooperam para partilhar informações ou recursos particulares. Esse tipo de colaboração pode ocorrer entre organizações que estão em *clusters* produtivos, que são do mesmo porte, que trabalham em um mesmo segmento, e pode envolver instituições que ofereçam suporte à atividade empresarial (associações empresariais, sindicatos, entre outros) (Badea et al., 2014; Mason et al., 2007; Simatupang & Sridharan, 2002).

Ao tratar de relacionamentos, o elemento confiança se destaca por sua função na criação de valor. Conceitualmente, confiança é um fenômeno que ocorre no âmbito do indivíduo (Dyer & Chu, 2003). Ou seja, a confiança é um atributo possível às organizações, mas que ocorre a partir da ação do indivíduo. Então, a confiança pode ser considerada um elemento importante e interveniente no relacionamento, porque a confiança, como fator essencial para a manutenção de relacionamentos, configura-se fenômeno autogerativo. Isto é, tanto a confiança quanto a desconfiança estão propensas a serem reforçadas pelas experiências positivas ou negativas.

Neste artigo, adota-se a definição de confiança utilizada por Lado, Dant, e Tekleab (2008), em que a confiança é a boa vontade (benevolência) do parceiro na troca relacional. Em complemento, a definição de benevolência teve como base Mayer et al. (1995). Para esses autores, a benevolência ocorre quando o *trustee* quer trazer benefícios para o *trustor*, e não apenas a obtenção do seu lucro. A benevolência é uma percepção da orientação positiva e verdadeira do *trustee* para o *trustor* e pode ser vista como a base da confiança.

A confiança é um atributo de uma relação de troca, em vez de um atributo de um determinado ente da troca relacional. Considerando a confiança um fator do relacionamento, presume-se que a troca relacional (e não a transacional) traz intricada uma visão de relacionamentos de longo prazo. Entre os elementos motivadores do relacionamento de longo prazo entre empresas, Redondo e Fierro (2007) indicaram a confiança e o comprometimento como fatores de grande impacto. Lado et al. (2008) preconizam que, em relacionamentos baseados em altos níveis de confiança, as partes envolvidas podem identificar e desenvolver laços mais fortes umas com as outras, o que resulta em um maior nível de comprometimento com a relação de troca.

Já a definição de comprometimento foi embasada em Morgan e Hunt (1994). Para esses autores, o comprometimento é definido como um desejo duradouro de manter um relacionamento valorizado, em que relacionamento valorizado parte do pressuposto de que o comprometimento existe apenas quando se considera o relacionamento importante e "um desejo duradouro de manter" corresponde ao compromisso dos parceiros de desejarem dar suporte à relação indefinidamente e estarem dispostos a trabalhar por ela. Esses autores também definem o comprometimento e a confiança como fatores centrais para o sucesso do relacionamento: i) trabalho para preservar os investimentos na relação de cooperação com os parceiros de troca, ii) resistência aa alternativas atraentes de curto prazo em favor dos benefícios a longo prazo, e iii) crença de que os seus parceiros não agirão de maneira oportunista.

Os relacionamentos pautados em confiança são tão valorizados que despertam o desejo das partes de se comprometerem na relação. A confiança é o maior determinante do compromisso nos relacionamentos. Conjuntamente, comprometimento e confiança incentivam as empresas a preservarem seus relacionamentos e investirem na cooperação, priorizam negociações de longo prazo em detrimento das negociações de curto prazo e, com isso, acreditam que o parceiro não agirá de maneira oportunista. A presença desses dois construtos (confiança e comprometimento) na relação gera resultados que estimulam a eficiência, a produtividade e a eficácia, ou seja, conduzem as empresas a comportamentos cooperativos (Morgan & Hunt, 1994).

# PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa caracteriza-se como aplicada e descritiva, uma vez que utiliza arcabouços já elaborados e se propõe a estudar e descrever o vínculo do construto confiança nas relações verticais e horizontais de quatro polos moveleiros, por meio da análise de correlação e causalidade de Granger.

A unidade de análise da pesquisa foi a percepção da empresa fabricante de móveis de madeira acerca do comportamento de seus clientes, fornecedores e concorrentes tomados em conjunto. Já as unidades de observação foram as empresas fabricantes de móveis de madeira localizadas nos *clusters* produtivos de Arapongas (PR), Mirassol (SP), Ubá (MG) e Bento Gonçalves (RS). Ainda que existam empresas produtoras de móveis em todas as regiões do País, há concentração nas regiões Sul e Sudeste, com 83% do total de empresas e dos empregos formais do setor (Galinari, Teixeira, & Morgado, 2013). Esses *clusters* são representativos do setor moveleiro dessas regiões.

A coleta de dados ocorreu *in loco*, no período de maio a setembro de 2011. A técnica utilizada no levantamento de dados foi o questionário, e a maioria dos respondentes foram os gestores das empresas fabricantes de móveis. Esses gestores avaliaram os relacionamentos verticais e horizontais *Business to Business*. A amostra foi composta por 75 empresas que fabricam móveis de madeira, sendo 20 em Arapongas, 12 em Mirassol, 23 em Ubá e 19 em Bento Gonçalves. A amostragem das empresas foi não probabilística e seguiu, principalmente, os parâmetros de conveniência e acessibilidade, por indicação de entidades locais e sindicatos patronais.

Foram apresentadas afirmativas para avaliação dos respondentes em escala *Likert* de seis pontos. A escala *Likert* com o número par de opções foi escolhida porque assim se elimina o "ponto do meio" nos questionários. Há evidências de que alguns indivíduos que optam por pontuações neutras em escalas de avaliação não se consideram necessariamente neutros em relação ao objeto avaliado (Matell & Jacoby, 1972). Um número par pode ser um facilitador para uma posição mais confortável para os respondentes que não estão dispostos a expressar uma visão definida.

## Análise das variáveis

As variáveis dos relacionamentos verticais consideradas nas análises foram confiança nos clientes e confiança nos fornecedores, seguindo os eixos básicos presentes em Lado et al. (2008). Os indicadores buscam avaliar o nível de confiança que as empresas moveleiras percebem de seus fornecedores e clientes. As afirmativas avaliadas na escala *Likert* de seis pontos foram: "acreditamos que nossos principais clientes ou fornecedores são honestos nas suas relações conosco"; "nossos clientes ou fornecedores são reconhecidos porque honram os acordos"; "nossos clientes ou fornecedores são sinceros nas suas relações conosco"; "nossos clientes ou fornecedores sempre fazem o que é idôneo" e "temos grande confiança em nossos clientes ou fornecedores".

As variáveis dos relacionamentos horizontais consideradas nas análises foram benevolência nos polos e comprometimento nos polos, seguindo também os indicadores de Lado et al. (2008) e Mayer et al. (1995) para benevolência e nos estudos de Morgan e Hunt (1994) para comprometimento. A variável benevolência nos polos busca avaliar o nível de confiança que as empresas moveleiras depositam em seus concorrentes. As afirmativas avaliadas na escala *Likert* de seis pontos foram: "acreditamos que as empresas do polo são honestas nas relações e iniciativas conjuntas com as outras empresas do polo"; "acreditamos que as empresas do polo são sinceras nas relações e iniciativas conjuntas com as outras empresas do polo"; "acreditamos que as empresas do polo são idôneas nas relações e iniciativas conjuntas com as outras empresas do polo".

A variável comprometimento nos polos busca também avaliar o nível de comprometimento das empresas moveleiras com seus concorrentes. As afirmativas avaliadas na escala *Likert* de seis pontos foram: "acreditamos que as empresas do polo estão comprometidas nas relações e iniciativas conjuntas com as outras empresas do polo"; "acreditamos que as empresas do polo estão comprometidas com um relacionamento cooperativo com as outras empresas do polo"; "é comum entre as empresas do polo compartilhar informações sobre fornecedores, mercado e clientes" e "é comum entre as empresas do polo compartilhar informações sobre materiais, custos e novas técnicas de produção".

As variáveis foram analisadas primeiramente pelo método análise de regressão. Entretanto, constatou-se alto nível de correlação entre as variáveis explicativas dos modelos. Dessa forma, foram utilizados testes estatísticos de correlação, análise de correlação seguida da causalidade de Granger, uma vez que o objetivo do estudo era analisar a ocorrência de confiança nos relacionamentos verticais e nos relacionamentos horizontais.

### Análise de correlação

A análise de correlação é desenvolvida por meio do Coeficiente de Correlação Linear de Pearson, que é uma medida padronizada de associação, de interdependência, de intercorrelação ou de relação entre variáveis. Embora a correlação linear trate da

associação entre duas variáveis, ela não implica a existência da relação de causalidade entre elas. O coeficiente de correlação amostral entre duas variáveis hipotéticas X e Y é denominado por r e estimado pela seguinte equação:

$$r = \frac{\frac{1}{n}\sum_i (X_i - \overline{X})(Y_i - \overline{Y})}{S_x S_y}, 1 \leq r \leq 1 \quad (1)$$

em que,

$n$ é o tamanho da amostra;

$X_i$ e $Y_i$ são as i-ésimas observações das variáveis X e Y;

$\overline{X}$ e $\overline{Y}$ são as médias das variáveis X e Y; e

$S_x$ e $S_y$ são os desvios-padrão amostrais das variáveis X e Y.

Os valores do resultado da correlação variam entre de ±1. Os sinais, positivo ou negativo, indicam se as trajetórias são coincidentes ou não, e os valores indicam a intensidade de aproximação/dispersão das trajetórias das variáveis. Não obstante, não é facilmente deduzido que a correlação seja forte ou fraca, pois não há um parâmetro de comparação exato desse coeficiente. O nível de significância da correlação é obtido pela comparação com a estatística T-Student n-2 graus de liberdade.

### Teste de causalidade de Granger

O teste de causalidade de Granger afere a causalidade entre duas variáveis. Maddala (1992) pondera que esse teste não se propõe a identificar uma relação de causalidade no seu sentido de endogeneidade. Dessa forma, dado um determinado conjunto de informações do qual fazem parte as variáveis X e Y, diz-se que a variável Y Granger causa a variável X se o valor corrente de X pode ser predito com maior precisão quando se levam em conta valores passados de Y, em contraste com uma alternativa em que a história de Y é ignorada. Os modelos são representados pelas seguintes equações:

$$X_t = a + \sum_{i=1}^{m} b_i X_{t-1} + \sum_{i=1}^{n} c_j Y_{t-1} + u_t \quad (2)$$

$$Y_t = a + \sum_{i=1}^{r} \beta_i Y_{t-1} + \sum_{i=1}^{s} r_j X_{t-j} + v_t \quad (3)$$

em que $a$ e $\alpha$ são constantes, $u_t$ e $v_t$ são erros aleatórios de média zero e variância constante. Nesse modelo, supõe-se que as séries $X_t$ e $Y_t$ têm covariâncias estacionárias.

Bartels e Colombo (2015) utilizaram testes de causalidade para analisarem a interdependência entre a produção industrial e a atividade de transporte rodoviário de carga no Brasil, enquanto Kruger e Petri (2013) analisaram a relação de causalidade entre as medidas de desempenho EVA, LPA, ROE, ROA, VM com o MVA das empresas listadas na BM&F Bovespa, visando identificar a eficiência da utilização dessas medidas como métricas para a análise e acompanhamento do desempenho dos negócios de determinadas empresas pesquisadas. Tang (2011) analisou a relação dinâmica no sistema de saúde da Malásia por meio da causalidade de Granger, enquanto Galdi e Lopes (2008) analisaram se há relação de longo prazo e causalidade entre o lucro contábil e o preço das ações de empresas da América Latina. Basso e Pace (2003) fizeram uma análise crítica da direção causal no *Balanced Scored Card*, utilizando os preceitos da causalidade de Granger.

## Modelos de análise

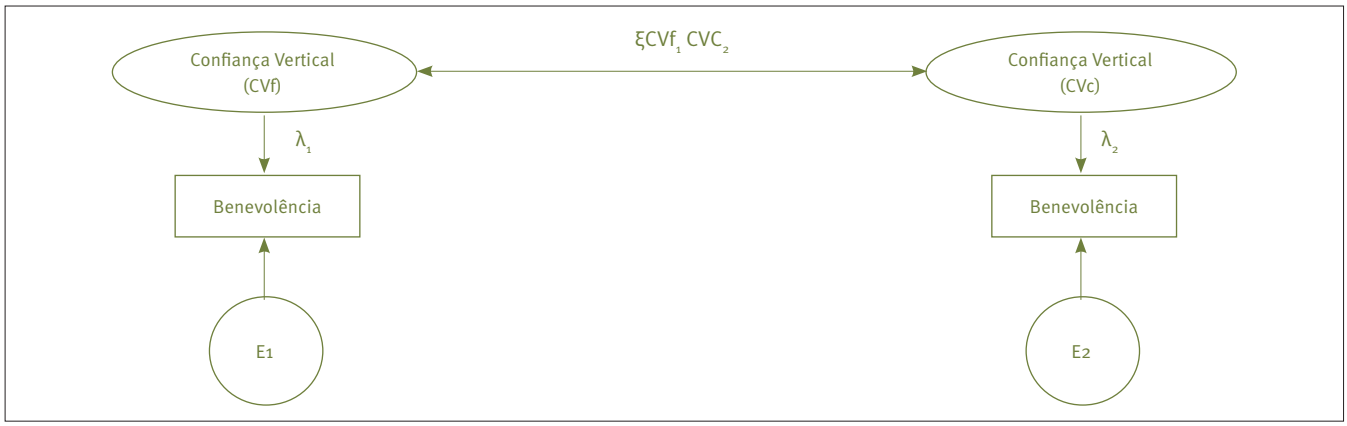
Para analisar a relação causal entre confiança nos relacionamentos verticais e horizontais do setor moveleiro, foi avaliada a existência da correlação entre as variáveis e, posteriormente, a da causalidade. Foram definidos três modelos de análise, demonstrados no Quadro 1.

Quadro 1. **Modelos utilizados na pesquisa**

| | |
|---|---|
| Modelo 1 | Confiança nas relações verticais:<br>Confiança nos clientes ↔Confiança nos fornecedores |
| Modelo 2 | Confiança nas relações horizontais:<br>Benevolência nos polos↔Comprometimento nos polos |
| Modelo 3 | Confiança nas relações verticais e horizontais:<br>Confiança fornecedores↔Benevolência nos polos<br>Confiança clientes↔Benevolência nos polos<br>Confiança fornecedores↔Comprometimento nos polos<br>Confiança clientes↔Comprometimento nos polos |

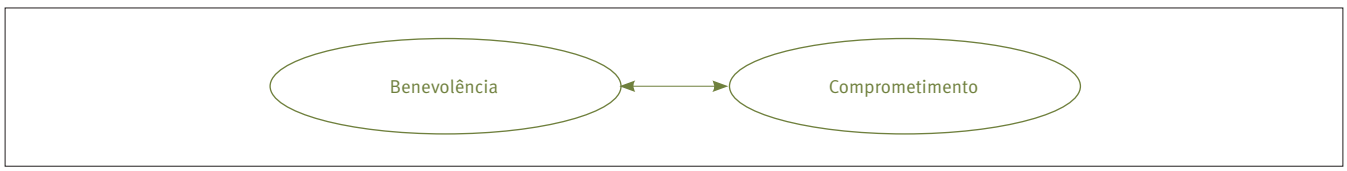
No Modelo 1 visto na Figura 1, buscou-se analisar o relacionamento vertical: se a confiança nos clientes causa a confiança nos fornecedores, e também se a confiança nos fornecedores causa a confiança nos clientes. A intenção foi avaliar se há colaboração no relacionamento entre as empresas do polo moveleiro com seus fornecedores e clientes a partir da dimensão confiança.

Figura 1. **Confiança nos relacionamentos verticais**



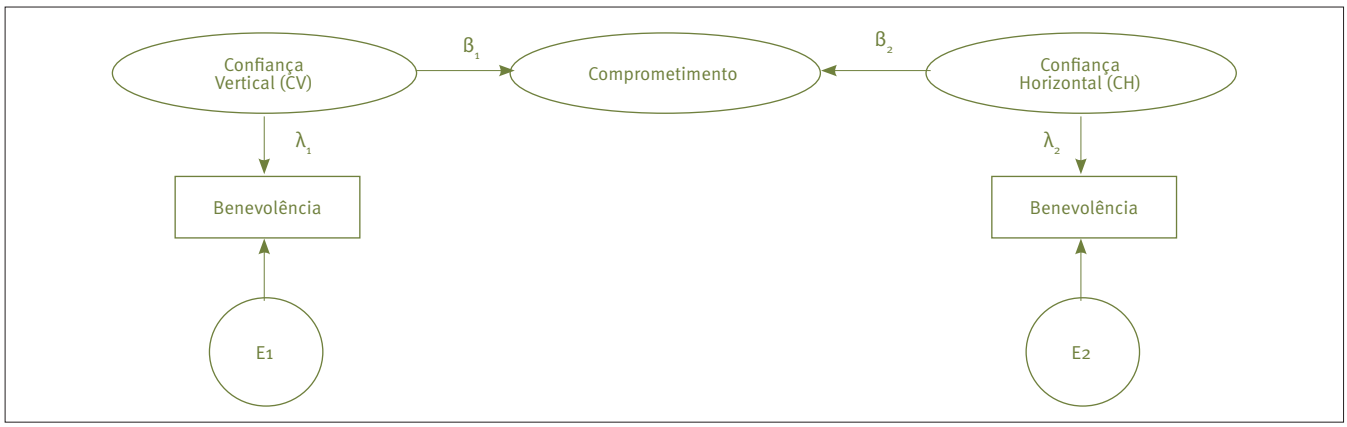

No Modelo 2 apresentado na Figura 2, o foco foi a análise do relacionamento horizontal: se a benevolência nos polos causa o comprometimento nos polos, e também se o comprometimento nos polos causa a benevolência nos polos. Nessa análise, o objetivo foi avaliar se há colaboração no relacionamento entre as empresas concorrentes do polo moveleiro, cruzando a variável confiança com a variável comprometimento.

Figura 2. **Confiança nos relacionamentos horizontais**




Na sequência, foi analisada a relação de causalidade entre os relacionamentos verticais e os relacionamentos horizontais. A Figura 3 demonstra essa relação. Logo, o Modelo 3 se desmembra em algumas análises: se a confiança nos fornecedores provoca a benevolência nos polos, se a confiança nos clientes causa a benevolência nos polos, se a confiança nos fornecedores causa o comprometimento nos polos, e, por fim, se a confiança nos clientes causa o comprometimento nos polos. A intenção dessas análises foi avaliar se há relação de causalidade entre os relacionamentos verticais e horizontais. Isso significa dizer que foi avaliado se o relacionamento vertical, aqui tratado como confiança nos fornecedores e confiança nos clientes, causou a colaboração no relacionamento horizontal, tratado como benevolência nos polos e comprometimento nos polos.

Figura 3. **Confiança nos relacionamentos verticais e horizontais**



A análise dos dados foi realizada com o auxílio do *software* estatístico R, considerando duas dimensões: relacionamento vertical e relacionamento horizontal, e duas variáveis por modelo.

## RESULTADOS E IMPLICAÇÕES

A análise de correlação para a confiança nos relacionamentos verticais e horizontais está apresentada na Tabela 1. Observa-se que todas as dimensões possuíram correlações positivas entre as duplas de variáveis e todas foram significativas ao nível de 10% (P – valor › 0,10). A confiança entre fornecedores e clientes possui correlação linear de 35,30%, e a benevolência dos polos está correlacionada em 58,71% com o comprometimento dos polos.

Tabela 1. **Correlação e teste de significância para os relacionamentos verticais e horizontais**

| Relacionamento | Variável 1 | Variável 2 | Correlação | P valor - T test | Conclusão |
|---|---|---|---|---|---|
| Vertical | Confiança fornecedores | Confiança clientes | 35,30% | 0,0020 | Correlação significante |
| Horizontal | Polo benevolência | Polo comprometimento | 58,71% | 0,0000 | Correlação significante |

Como o fato da correlação significativa não é suficiente para definir a causalidade entre as variáveis, foi feita uma análise complementar para verificar essa relação. Assim, para verificar se existe alguma relação causal entre as variáveis, utilizou-se o teste de causalidade de Granger, com duas defasagens da variável regressora de teste. As defasagens foram definidas a partir do Critério de Informação de Akaike (AIC), indicado para amostras com mais de 40 observações.

Conforme informações descritas na Tabela 2, ao nível de 10% de significância, observa-se que a benevolência nos polos causa o comprometimento destes, sendo essa a única relação causal verificada. Pode-se afirmar que a confiança no fornecedor não implica confiança no cliente e vice-versa, e o comprometimento das empresas do polo não implica a benevolência.

Tabela 2. **Causalidade de Granger para os relacionamentos verticais e horizontais**

| Relacionamento | Variável 1 | Variável 2 | Causalidade de Granger (P valor) | Conclusão |
|---|---|---|---|---|
| Vertical | Confiança fornecedores | Confiança clientes | 0,176 | Não há causalidade |
| | Confiança clientes | Confiança fornecedores | 0,337 | Não há causalidade |
| Horizontal | Benevolência polo | Comprometimento polo | 0,055 | Há causalidade |
| | Comprometimento polo | Benevolência polo | 0,623 | Não há causalidade |

A Tabela 3 apresenta a correlação entre os relacionamentos vertical e horizontal. A correlação entre confiança por parte de clientes e a benevolência dos polos se mostrou significativa ao nível de confiança de 10%. Por sua vez, a relação entre a confiança dos fornecedores e a benevolência dos polos mostrou a não existência de correlação significativa.

Tabela 3. **Correlação e teste de significância entre os relacionamentos verticais e horizontais**

| Vertical | Horizontal | Correlação | P valor - T test | Conclusão |
|---|---|---|---|---|
| Confiança fornecedores | Benevolência polo | 18,65% | 0,1142 | Correlação não significante |
| Confiança clientes | | 28,04% | 0,0155 | Correlação significante |
| Confiança fornecedores | Comprometimento polo | 11,54% | 0,3306 | Correlações não significantes |
| Confiança clientes | | 14,72% | 0,2108 | |

Analisou-se, ainda, a relação entre confiança nos fornecedores e confiança nos clientes com o comprometimento no polo. Os resultados encontrados mostraram correlações abaixo de 15% e não significativas. Em relação aos testes de causalidade, nenhum se mostrou significativo.

## Implicações

Foi constatada a ocorrência de confiança, de maneira significativa, nos relacionamentos verticais, porém a ocorrência é concentrada nos fornecedores ou nos clientes. Portanto, colaborar com fornecedores e com clientes são decisões independentes, pois não há relação de causalidade entre elas. Pela perspectiva relacional, infere-se que as empresas parecem identificar fornecedores ou clientes como fontes potenciais de adição de valor, mas não a chamada rede de suprimentos. Sugere-se, dessa forma, uma conduta orientada comercialmente, tendo em mente os resultados unilaterais da relação. Dessa forma, o potencial de captura de vantagem competitiva oriunda do relacionamento (Dyer & Singh, 1998) não é aproveitada integralmente, assim como a ampliação dos seus recursos e competências internas (Lavie, 2006). Ademais, conforme Rossoni et al. (2014), os mecanismos de imersão relacional e estrutural, quando interligados, é que proporcionarão o alcance de benefícios adicionais para as organizações, mais do que se fossem usados isoladamente.

A organização desses polos moveleiros em *clusters* pode ser entendida como um fator facilitador para a colaboração, já que o fato de as empresas estarem aglomeradas regionalmente favorece a construção dos vínculos verticais e horizontais. A maior proximidade com clientes proporciona melhores condições para aprimoramento da qualidade do produto, bem como permite capturar as avaliações dos clientes para melhorar continuamente os produtos entregues (Cheung, Myers, & Mentzer, 2010). Já a proximidade com fornecedores oportuniza ganhos em inovação e custos. Contudo, é importante ressaltar que o comportamento colaborativo precisa ser efetivamente materializado por meio da ação conjunta das empresas aglomeradas geograficamente (Galinari et al., 2013).

Por outro lado, apesar da correlação significativa nos relacionamentos verticais, não é possível inferir se as empresas do polo moveleiro confiam mais em seus clientes ou em seus fornecedores. Contudo, Deboçã e Martins (2014) estudaram questões de relacionamentos nos polos moveleiros de Mirassol e Ubá e constataram que, no relacionamento vertical, as empresas moveleiras destacam os clientes com maior importância relativa quando comparados aos fornecedores.

Em parte, pode-se contextualizar o comportamento encontrado pelo fato de a indústria moveleira, que é composta em sua maioria por micro, pequenas e médias empresas, possuir uma característica, um pouco contraditória, de verticalização dos processos produtivos (Galinari et al., 2013). Segundo Silveira, Martins, Lopes, e Alves (2013), cerca de 30% dos custos totais dos produtos referem-se a custos com processos terceirizados. Nesse sentido, apesar de haver confiança nos relacionamentos verticais, tais empresas não se beneficiam plenamente de sua localização geográfica, tampouco do potencial desses relacionamentos, já que existe uma tendência de não promover a terceirização de muitos dos processos produtivos.

Essa importância relativa dos clientes pode sugerir que as indústrias moveleiras tenham uma orientação para o mercado. Os resultados de Tseng e Liao (2013) indicam que orientações para o mercado e ferramentas da tecnologia de informação influenciam positivamente a integração da rede de suprimentos. O estudo afirma que as empresas que possuem essas características integram mais facilmente as informações de mercado com seus parceiros e clientes. Além disso, a integração da rede de suprimentos e a orientação para o mercado têm um efeito positivo sobre o desempenho da empresa.

É preciso, porém, também avaliar com mais acurácia e profundidade até que ponto esse viés para o mercado não é um sintoma de dependência em relação aos compradores, que, no caso, são majoritariamente grandes cadeias do varejo (Rossoni et al., 2014) e têm volume de compra que também orienta a produção e a lucratividade do negócio. Segundo Deboçã e Martins (2014), esse é um fator decisivo.

Comparando a correlação entre os elos, verifica-se que o relacionamento horizontal é mais correlacionado (58,71%) que o relacionamento vertical (35,30%). Todavia, como as variáveis utilizadas para análise de correlação são diferentes, esse comparativo não deve ser feito de maneira absoluta, sendo refém das variáveis incorporadas. Entende-se que a confiança no elo horizontal seja mais forte, contudo não é possível generalizar, porque, ao mudar as variáveis incorporadas, não há garantias de obtenção dos mesmos resultados. Como exemplo da impossibilidade de generalização, Galinari et al. (2013) relataram que, entre as empresas que praticam atividades de cooperação, o relacionamento de confiança com fornecedores é mais comum que o relacionamento de confiança com os concorrentes.

A correlação nos relacionamentos horizontais medida pelas variáveis benevolência nos polos e comprometimento nos polos também se apresentou significativa. Contudo, o teste de causalidade demonstrou que, nos polos, a benevolência causa o comprometimento, e que o inverso não é verdadeiro.

Esse resultado está alinhado aos preceitos de Morgan e Hunt (1994), que definem o comprometimento e a confiança como fatores centrais para o sucesso do relacionamento. Portanto, quando ambos estão presentes no relacionamento interorganizacional, produzem resultados que promovem a eficiência, a produtividade e a eficácia, e inibem ações oportunistas pelas partes envolvidas.

Assim, a confiança causa o comprometimento, e ambos estão presentes nos relacionamentos horizontais. Para Zhao, Huo, Flynn, e Yeung (2008), a confiança é o coração do comprometimento. Entretanto, a confiança presente nos relacionamentos verticais não é suficiente para conduzir o relacionamento ao comprometimento nas relações horizontais. Isso significa dizer que, ao se comprometerem em um relacionamento horizontal, os envolvidos entendem que a atuação em conjunto fortalecerá o negócio e suas demandas político-institucionais.

Adicionando a ótica relacional, percebe-se que a confiança é a base para os relacionamentos colaborativos e que a sua prática constrói o capital social da empresa. Assim, ampliar o capital social nos relacionamentos horizontais proporciona melhores acessos às informações, poder e solidariedade (Lesser, 2000; Nahapiet, 2008), criando ou expandindo uma rede de relações sociais.

Raue e Wieland (2014), ao analisarem o relacionamento horizontal em operadores de serviços logísticos (OSL), perceberam que esse relacionamento tem ganho importância e que grande parte dos OSLs está engajada em uma ou múltiplas formas de cooperação com seus concorrentes. Por meio da cooperação com potenciais OSLs, as partes que cooperam são capazes de se beneficiarem em dois campos: o acesso a recursos tangíveis e a contribuição direta para a *performance*.

Assim, da mesma forma que a cooperação em relacionamentos horizontais pode trazer ganhos significativos para OSL, também pode beneficiar as empresas moveleiras. A partir dessa cooperação, é possível buscar conjuntamente melhores recursos, preços e oportunidades que podem contribuir direta ou indiretamente para o desempenho da empresa. Os resultados dos relacionamentos horizontais tendem a se convergir na redução de custos de transação, no desenvolvimento de estratégias mercadológicas, na aquisição de insumos, no compartilhamento de instalações, máquinas, equipamentos ou ferramentas de uso comum, nas informações sobre mercado e no desenvolvimento de novos produtos ou processos. Como exemplo de redução no custo de transação, a indústria moveleira pode compartilhar fretes para o suprimento das indústrias ou até mesmo a inserção de uma central de compras que una as necessidades das empresas e negocie por elas.

## CONCLUSÕES

Este estudo pretendeu obter evidências da propensão à colaboração das empresas em seus relacionamentos interorganizacionais. A dimensão confiança foi utilizada metodologicamente para captar esse comportamento, tanto no âmbito dos relacionamentos horizontais quanto no âmbito dos relacionamentos verticais. Dessa forma, entende-se que o artigo contribuiu para a compreensão mais ampla do comportamento de organizações que buscam captar valor nos relacionamentos.

Ficou caracterizada a presença de confiança nos relacionamentos verticais e horizontais. Porém, as empresas industriais demonstraram-se mais propensas a colaborar com clientes, quando também se constatou maior benevolência para o comprometimento no polo. Mas não houve confirmação de presença simultânea de confiança nos relacionamentos com clientes e fornecedores. Assim, a confiança no fornecedor não implica a confiança no cliente, e vice-versa. Esses resultados podem sugerir que a confiança está pautada em ações isoladas, e essts podem ser entendidas como ações praticadas por interesses comerciais. Pela perspectiva relacional, as organizações pesquisadas indicaram não se relacionarem sob a perspectiva da rede de suprimentos.

No que diz respeito aos relacionamentos horizontais, depreende-se que a confiança entre os pares é mais significativa. Cabe lembrar que o estudo aborda *clusters* produtivos, logo colocam competidores próximos geograficamente e que mantêm vínculos de relacionamentos sociais. Tais vínculos podem atenuar o ambiente da concorrência e capturar benefícios do capital social e da interação em rede. Ademais, é um conjunto de empresas de pequeno porte, e isso favorece a busca pela união em torno de demandas e ações que possam ter externalidades para todos.

Isso posto, nota-se que a confiança é intencional: em dada situação, as empresas aproximam-se de clientes ou fornecedores com a finalidade de capturar benefícios comerciais, e, noutra situação, aproximam-se de seus concorrentes em busca de proteção. Logo, as organizações estudadas indicaram utilizar confiança nos relacionamentos como um elemento da estratégia comercial e longevidade dos negócios, mais do que uma propensão a atitudes colaborativas.

Ao evidenciar a relação horizontal como mais bem dotada de confiança que a relação a vertical, este estudo instiga trabalhos futuros para o aprofundamento das razões que levam a compreender por que se confia mais em concorrentes que nos parceiros de negócios. Sugerem-se, então, estudos que aprofundem a relação entre a geografia econômica e a confiança nos relacionamentos verticais e horizontais em *cluster* de empresas.

Outrossim, estudos que pudessem relacionar a ocorrência do construto confiança e a cultura organizacional contribuiriam para uma melhor compreensão do comportamento dessas empresas que parecem "forjar" uma relação próxima, abrindo chances para serem vítimas de oportunismo por parte de seus parceiros, o que a literatura tem chamado de *dark side* da colaboração. Nesse caso, maiores níveis de confiança não redundarão em maiores benefícios ou maiores níveis de desempenho da organização, se isolados de mecanismos de governança. Mas quais deles seriam mais eficazes e eficientes, e em quais ambientes empresariais?

## REFERÊNCIAS

Adler, P., & Kwon, S. (2000). Social capital: The good, the bad, and the ugly. In L. E. Lesser (Org.), *Knowledge and social capital: Foundations and applications* (pp. 89-115). Woburn: USA.

Bachmann, R., & Zaheer, A. (2008). Trust in inter-organizational relations. In S. Cropper, M. Ebers, C. Huxhan, & P. Smith Ring et al. (Orgs.), *Oxford handbook of inter-organizational relations* (pp. 533-554). Oxford: Oxford University Press, United States of America.

Badea, A., Prostean, G., Goncalves, G., & Allaoui, H. (2014). Assessing risk factors in collaborative supply chain with the analytic hierarchy process (AHP). *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, (124), 114-123. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.02.467

Ballou, R. H., Gilbert, S. M., & Mukherjee, A. (2000). New managerial challenges from supply chain opportunities. *Industrial Marketing Management*, 29, 7-18.

Bartels, M., & Colombo, J. A. (2015). Interdependência entre a indústria de transformação e os serviços de transporte: Evidências para o Rio Grande do Sul e para o Brasil. *Ensaios FEE*, *36*(2), 285-322.

Basso, L. F. C., & Pace, E. S. U. (2003). Uma análise crítica da direção da causalidade no Balanced Scorecard. *RAE-eletrônica*, *2*(1). Recuperado de http://www.scielo.br/pdf/raeel/v2n1/v2n1a11.pdf

Braziots, C., & Tannock, J. (2011). Building the extended enterprise: Key collaboration factors. *The International Journal of Logistics*, *22*(3), 349-372. doi: 10.1108/09574091111181363

Burt, R. S. (2001). Structural holes versus network closure as social capital. In N. Lin, K. Cook, & R. S. Burt (Orgs.), *Social capital: Theory and research* (pp. 31-56). New York, USA: Aldine de Gruyter.

Cantù, C. (2010). Exploring the role of spatial relationships to transform knowledge in a business idea: Beyond a geographic proximity. *Industrial Marketing Management*, *39*(6), 887-897. doi: 10.1016/j.indmarman.2010.06.008

Cheung, M. S., Myers, M. B., & Mentzer, J. T. (2010). Does relationship learning lead to relationship value? A cross-national supply chain investigation. *Journal of Operations Management, 28*(6), 472-487. doi: 10.1016/j.jom.2010.01.003

Daugherty, P. (2011). Review of logistics and supply chain relationship literature and suggested research agenda. *International Journal of Physical Distribution & Logistical Management*, 41(10), 16-31. doi: 10.1108/09600031111101402

Deboçã, L. P., & Martins, R. S. (2014). Relacionamentos interorganizacionais em empresas de pequeno porte e sua inserção em cadeias de suprimentos. *Revista Administração UFSM*, *8*(4), 706-724. doi: 10.5902/1983465912409

Dyer, J. H., & Chu, W. (2003) The role of trustworthiness in reducing transaction costs and improving performance: Empirical evidence from the United States, Japan, and Korea. *Organization Science*, *14*(1), 57-68.

Dyer, J. H., & Singh, H. (1998). The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *The Academy of Management Review,* 23(4), 660-679.

Galdi, F. C., & Lopes, A. B. (2008). Relação de longo prazo e causalidade entre o lucro contábil e o preço das ações: Evidências do mercado latino-americano. *RAUSP-Revista de Administração da Universidade de São Paulo, 43*(2), 186-201.

Galinari, R., Teixeira, J. R., Junior, & Morgado, R. R. (2013). A competitividade da indústria de móveis do Brasil: Situação atual e perspectivas. *BNDES Setorial*, (37), 227-272.

Granovetter, M. (2007). Ação econômica e estrutura social: O problema da imersão. *RAE-eletrônica*, *6*(1), Art. 9. Recuperado de http://www.scielo.br/pdf/raeel/v6n1/a06v6n1.pdf

Halinen, A., & Tornroos, J. (1998). The role of embeddedness in the evolution of business networks. *Scandinavian Journal of Management*, 14(3), 187-205. doi: 10.1016/S0956-5221(98)80009-2

Kruger, S. D., & Petri, S. M. (2013). Análise comparativa da causalidade de medidas de desempenho das empresas da BM&FBovespa no período de 2000 a 2010. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, *18*(1), 81-103.

Kumar, g., Banerjee, R. N., Meena, P. L., & Anguly, K. (2016). Collaborative culture and relationship strength roles in collaborative relationships: A supply chain perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*, *31*(5), 587-599. doi: 10.1108/JBIM-12-2014-0254

Lado, A. A., Dant, R. R., & Tekleab, A. G. (2008). Trust-opportunism paradox, relationalism, and performance in interfirm relationships: Evidence from the retail industry. *Strategic Management Journal, 29*(4), 401-423. doi: 10.1002/smj.667

Lambert, D. M., & Einz, M. G. (2016). Issues in supply chain management: Progress and potential. *Industrial Marketing Management, 62*, 1-16. doi: 10.1016/j.indmarman.2016.12.002

Lavie, D. (2006). The competitive advantage of interconnected firms: An extension of the resource-based view. *Academy of Management Review, 31*(3), 638-658.

Lesser, L. E. (2000). Leveraging social capital in organizations. In L. E. Lesser (Org.), *Knowledge and social capital: Foundations and applications* (pp. 3-16). Woburn: Butterworth-Heinemann, United States of America.

Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge: Cambridge University Press United States of America.

Maddala, G. S. (1992). *Introduction to econometrics* (2nd ed.). New York, USA: MacMillan.

Mason, R., Lalwani, C., & Boughton, R. (2007). Combining vertical and horizontal collaboration for transport optimisation. *Supply Chain Management: An International Journal*, *12*(3), 187-199. doi: 10.1108/13598540710742509

Matell, M. S., & Jacoby, J. (1972). Is there an optimal number of alternatives for Likertscale items? Effects of testing time and scale properties. *Journal of Applied Psychology*, *56*(6) 506-509.

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, *20*(3), 709-734.

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, *58*(3), 20-38. doi: 10.2307/1252308

Nahapiet, J. (2008). The role of social capital in inter-organizational relationships. In S. Cropper M. Ebers, C. Huxhan, & P. Smith Ring et al. (Orgs.), *The Oxford handbook of inter-organizational relations* (pp. 580-606). Oxford: Oxford University Press, United States of America.

Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management*, 23(2), 242-266.

Nicholson, J., Tsagdis, D., & Brennan, R. (2013). The structuration of relational space: Implications for firm and regional competitiveness. *Industrial Marketing Management, 42*, 372-381. doi: 10.1016/j.indmarman.2013.02.013

Raue, J. S., & Wieland, A. (2014). The interplay of different types of governance in horizontal cooperations: A view on logistics service providers. *The International Journal of Logistics Management*, *26*(2), 401-423. doi: 10.1108/IJLM-08-2012-0083

Redondo, Y. P., & Fierro, J. J. C. (2007). Importance of company size in long-term orientation of supply function: An empirical research. *Journal of Business and Industrial Marketing*, *22*(4), 236-248. doi: 10.1108/08858620710754504

Rossoni, L., Martins, G. S., Martins, R. S., & Silveira, R. I. M. (2014). Imersão social na cadeia de suprimentos e seu efeito paradoxal no desempenho operacional. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *54*(4), 429-444. doi: 10.1590/S0034-759020140408

Silveira, R. I., Martins, R. S., Lopes, A. L. M., & Alves, A. F. (2013). Antecedentes da eficiência produtiva na manufatura: Experiências do setor moveleiro brasileiro. *Revista de Ciências da Administração*, *15*(37), 154-169. doi: 10.5007/2175-8077.2013v15n37p154

Simatupang, T. M., & Sridharan, R. (2002). The collaborative supply chain. *International Journal of Logistics Management*, *13*(1), 15-30. doi: 10.1108/09574090210806333

Slack, N., Chambers, S., & Johnston, R. (2009). *Administração da produção*. São Paulo, SP: Atlas.

Tang, C. F. (2011). Multivariate granger causality and the dynamic relationship between health care spending, income and relative price of health care in Malaysia. *Hitotsubashi Journal of Economics*, *52*(2) 199-214. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/43296255

Tseng, P. H., & Liao, C. H. (2013). Supply chain integration, information technology, market orientation and firm performance in container shipping firms. *The International Journal of Logistics Management*, *26*(1) 82-106. doi: 10.1108/IJLM-09-2012-0088

Zaheer, A., & Harris, J. (2006). Interorganizational trust. In O. Shenkar, & J. Reuer (Orgs.), *Handbook of strategic alliance* (pp. 169-197). Thousand Oaks, USA: Sage.

Zajac, E. J., & Olsen, C. P. (1993). From transaction cost to transactional value analysis: Implications for the study of the interorganizational strategies. *Journal of Management Studies*, *30*(1), 131-145. doi: 10.1111/j.1467-6486.1993.tb00298.x

Zhao, X., Huo, B., Flynn, B. B., & Yeung, J. H. Y. (2008). The impact of power and relationship commitment on the integration between manufacturers and customers in a supply chain. *Journal of Operations Management*, (26), 368-388. doi: 10.1016/j.jom.2007.08.002

# ARTICLES

**Submitted 06.27.2016. Approved 01.16.2017**
Evaluated by double blind review process. Scientific Editor: Martin Jayo
DOI: http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170405

# THE USE OF CASE STUDIES IN UNDERGRADUATE BUSINESS ADMINISTRATION

## *Uso de estudos de caso em cursos de graduação em Administração de Empresas*

## *El uso de casos en Administración de Empresas a nivel de licenciatura*

**ABSTRACT**

We develop constructs to evaluate the factors influencing the degree of students' acceptance of cases. In our proposed framework, student acceptance is affected by the case selection, intensity of faculty use, training, course type and level, level of instructor expertise, teaching atmosphere, and the faculty's beliefs about the usefulness of the case method. Our sample includes faculty teaching quantitative or qualitative courses across several disciplines in undergraduate business administration. Responses to a survey are analyzed using factor analysis and regression. The quantitative analysis is complemented by interviews with a subset of expert faculty using a two-round modified Delphi technique. This study may be limited by the fact that it measured faculty perceptions of the degree of students' acceptance of cases, rather than student acceptance directly. Future research might survey students or use students' courses evaluations to validate or contradict our results.

**KEYWORDS |** Case teaching in business, undergraduate management education, factor analysis, quantitative and qualitative research, modified Delphi technique.

*RESUMO*

*Desenvolvemos construtos para avaliar os fatores que influenciam o grau de aceitação dos alunos em relação aos estudos de casos. Na configuração proposta, a aceitação dos alunos é afetada pela seleção do caso, intensidade de seu uso pelos docentes, formação, tipo e nível do curso, nível de especialidade do instrutor, atmosfera de ensino, e crenças dos docentes com relação à utilidade do método de estudo de caso. Nossa amostra inclui docentes de cursos quantitativos ou qualitativos em várias disciplinas em nível de graduação na área de administração de empresas. As respostas à pesquisa foram analisadas utilizando-se análise fatorial e regressão. A análise quantitativa é complementada por entrevistas com um subconjunto de docentes especialistas, utilizando-se uma técnica Delphi de dois ciclos modificada. Este estudo pode ser limitado pelo fato de haver mensurado percepções de docentes quanto ao grau de aceitação de alunos em relação a estudos de casos, e não a aceitação dos alunos diretamente. Futuros estudos podem pesquisar alunos ou utilizar avaliações dos alunos com relação aos cursos para validar ou refutar nossos resultados.*

*PALAVRAS-CHAVE | Ensino de caso em negócios, graduação em Administração de Empresas, análise fatorial, pesquisa quantitativa e qualitativa, técnica Delphi modificada.*

*RESUMEN*

*Desarrollamos constructos para evaluar los factores que influyen en el nivel de aceptación de los estudiantes en relación a los casos de estudio. En el marco conceptual que proponemos, la aceptación del estudiante se determina por la selección de los casos, la intensidad de uso por parte de los profesores, el entrenamiento, el tipo y nivel del curso, la experiencia de los profesores, la atmósfera de enseñanza, y la convicción del cuerpo docente sobre la utilidad del método de casos. Nuestra muestra incluye profesores de cursos cualitativos y cuantitativos de varias asignaturas de la licenciatura de administración de empresas. Las respuestas de la encuesta se analizan a través de análisis factorial y análisis de regresión. El análisis cuantitativo se complementa con entrevistas a profesores expertos; y una parte de la muestra, mediante el método Delphi modificado en dos rondas. Una posible limitación del estudio es el hecho de que medimos la percepción de los profesores sobre el nivel de aceptación de los estudiantes, en vez de medir directamente el nivel de aceptación de los estudiantes. Futuros trabajos de investigación podrían encuestar a estudiantes o usar evaluaciones de estudiantes acerca de cursos con casos para validar o contradecir nuestros resultados.*

*PALABRAS CLAVE | Enseñanza a través del método de casos en negocios, licenciatura en administración de empresas, análisis factorial, investigación cuantitativa y cualitativa, método Delphi modificado.*

**CARLOS J. O. TREJO-PECH**
ctrejope@utk.edu
*Professor at The University of Tennessee, Department of Agricultural and Resource Economics – Knoxville – TN, USA*

**SUSAN WHITE**
swhite@rhsmith.umd.edu
*Professor at University of Maryland, Robert H. Smith School of Business – College Park – MD, USA*

# INTRODUCTION

Business schools use case studies extensively (Burgoyne & Mumford, 2001; Ambrosini, Bowman, & Collier, 2010), and, while more cases are required of graduate students, undergraduate courses also require students to read, analyze, and prepare oral and written reports using cases. The pedagogy of case teaching has been researched most extensively at the graduate level. We investigate the use of cases in undergraduate classes by evaluating the factors influencing the degree of students' acceptance of cases.

Case teaching in business education started in 1920 at the Harvard Business School (Jackson, 1926; Charan, 1976; Shugan, 2006). In his address to the *Tenth Annual Meeting of the American Association of University Instructors of Accounting*, Jackson (1926) refers to the case method as "nothing more or less that an attempt to find a better way of teaching than we had before known" (p. 108). Today, the case method stands as a major pedagogy in business education (Mesny, 2013) despite criticism by scholars. (Argyris (1980), for instance, questions the ability of the case method to foster the double-loop learning that management requires. Shugan (2006) claims that the case method negatively impacts faculty research resources and impedes the dissemination of research results in the classroom). However, the theory behind the case method is still under construction (Burgoyne & Mumford, 2001), perhaps due to the difficulty of establishing a valid relationship between the case method and the performance of students later in their careers as managers (Mesny, 2013). Researchers need to find alternative ways to test the use of the case method. Such an alternative is proposed in this study.

Christensen and Carlile (2009) argue that faculty who categorize a course by its attributes in terms of lecture-based vs. case-based are hypothesizing that one method represents a better way to convey theory and are thus helping to build a theory that has not yet coalesced. The authors define theory building (i.e., descriptive theory) as comprising three steps: the development of constructs through careful observation, description, and measurement of phenomena; the categorization by attributes of the phenomena or development of frameworks; and the measurement of correlations between attributes and outcomes. Our study contributes to the descriptive theory of the case method: we propose constructs, present a framework, and provide statistical tests. The main purpose of this study is to develop constructs with which to evaluate the factors influencing the degree of students' acceptance of cases. Specifically, we propose a framework for the degree of student acceptance of case teaching and statistically test it on business administration undergraduates at a private university in Mexico.

# THEORETICAL FRAMEWORK

## Literature review

The case method, traditionally entrenched in graduate programs, has extended to undergraduate curricula (Bruner, Gup, Nunnally, & Pettit, 1999; Mesny, 2013). To be accredited, business schools need to offer learning objectives for their students. The Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) guidelines require universities to develop measurable goals. Some universities have adopted goals for undergraduates that case studies could help with (Rose & Delaney, 2007; Kester, 2011). For example, the goal of thinking critically and creatively includes applying elements of critical thinking, identifying options and novel solutions, and comparing among multiple points of view. Case teaching promotes these goals since students must learn to analyze complex, noisy problems while considering multiple viewpoints. However, this characteristic often intentionally creates uncertainty, ambiguity, complexity, and diversity, which can be costly and difficult to manage (Booth, Bowie, Jordan, & Ripplin, 2000). This becomes especially challenging for undergraduates, who lack business experience and are less tolerant of complexity and uncertainty. Indeed, Bruner et al. (1999) argue that what works with the case method for teaching graduate students may or may not work for teaching undergraduates. To provide some context, we next present studies, focused on both the graduate and undergraduate levels that have looked at the pros and cons of case teaching. This is followed by a literature review on students' attitudes toward case teaching.

Böcker (1987) found, after surveying graduate students in a marketing planning and control class, that case teaching was more effective than lecturing. Kooskora (2002) described the use of the case method in graduate ethics classes and suggested how instructors could use cases more effectively. Gonglewski and Helm (2010) found that cases were an effective tool. Their study included interviews with faculty and students over a two-year period about international business, foreign languages, and culture. Halvorson, Crittenden, and Pitt (2011) and Pitt, Crittenden, Plangger, and Halvorson (2012) used Second Life to create a virtual case study classroom successfully in a marketing class. Prat (2012) looked at perceived and actual student learning (performance) along with student satisfaction and participation among graduate information systems students. The study found that student satisfaction was positively correlated with participation in class case discussions, as was student participation and performance. The literature on cases in graduate education seems to concur that the case method is an effective teaching tool across business disciplines.

Studies on case use in undergraduate education are rare (Booth et al., 2000). Banning (2003) found that the use of cases increased students' tolerance of ambiguity, a critical attribute of future decision makers. Bazan and Dugal (2014) looked at undergraduate student perceptions of group case work in strategic management classes, finding that students considered group case presentations as effective ways to learn. Doran, Healy, McCutcheon, and O'Callaghan (2011) studied the use of cases in accounting classes, finding that case studies could be successful but that, unless the case discussion was highly structured, it was difficult to elicit participation from students. Harper, Lamb, and Buffington (2008) examined the effectiveness of case teaching in a capstone information management course, finding widespread satisfaction with the case study approach. Some authors have suggested combining lectures and cases for undergraduates instead of using cases intensively. Moore (1999) found that finance undergraduate students learned equally well through cases and lectures, but preferred lectures. Kester (2011) also suggested using a combination of cases and lectures, emphasizing that undergraduates usually lack business experience and that lecturing builds an organizational frame of reference that helps students to contextualize cases. Overall, cases are accepted by undergraduates, and their use increases students' tolerance of ambiguity; but instructors need to consider that a highly structured discussion is necessary for cases to be effective and that combining cases with lectures may be advisable.

Research concerning student attitudes comes closest to research on student acceptance of cases, which we measure in this study. Student attitudes are discussed primarily as part of assessment studies. For example, Diamond (1998) noted that students' attitudes could influence what they learned. If students are hostile to a subject or method, like case teaching, learning could suffer unless attitudes are changed. In this case, the instructor might need to explain to students why he/she has chosen to use case studies, even though the case may not have a right answer (or may have multiple answers). Gardiner (1996), in studying the characteristics of lecture teaching, found that lectures tended to focus on low-level factual material and involved low student participation even when questions were asked. Gardiner also found that discussion was more effective for retaining information, transferring knowledge to other applications, problem solving, and changing attitudes. Shulman, Luechauer, and Shulman (1996) combined a meta-cognitive map with a portfolio assignment, whereby the instructor prepares a preliminary map showing learning objectives, specific learning outcomes, and how the learning in the assignment is classified according to Bloom's Taxonomy (i.e., recall, understand, apply, analyze, synthesize, evaluate), and students choose the methods by which they will demonstrate their mastery of the learning objectives. Students performed better when they were involved in the assessment process. This result supports the use of cases, more student-oriented than lecturing, to increase student feelings of ownership and motivation. The literature also discusses the relationship between students and professors in case discussions. Barnes, Christensen, and Hansen (1994) listed four principles for discussion teaching (creating a partnership between teachers and students, building a learning community, forging an alliance with students, and dual competency for instructors—managing content and process). They concluded that the instructor can strongly influence student attitudes by the way discussions are conducted in the classroom.

## Constructs and framework

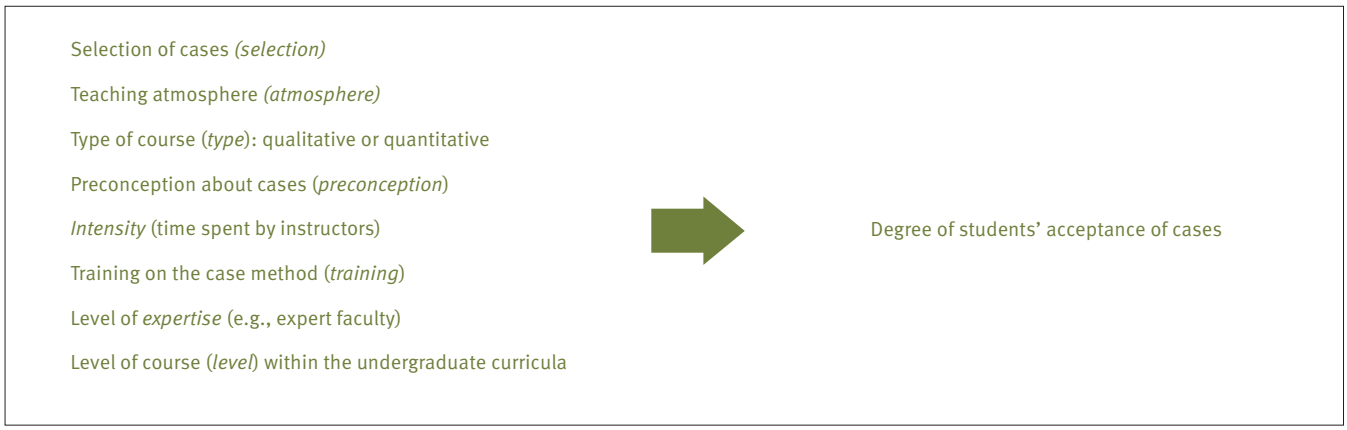
We propose a framework in which the degree of students' acceptance of cases depends on the selection of cases (selection), the teaching atmosphere (atmosphere), type and level of courses (type and level), training in the case method (training), faculty preconceptions about cases (preconception), level of faculty expertise (expertise), and intensity of use (intensity). Figure 1 depicts the framework. Next, we present studies that support these constructs.

Bruner et al. (1999) discussed the "most prominent aspects of using the case method of instruction at the undergraduate level" (p. 114). They suggested that the degree of success with the use of cases depends on how the cases are selected (selection), how cases are used in the classroom and the teaching style (atmosphere), and the type and level of the course for which the cases are used. Furthermore, they emphasized that the careful selection of cases is vitally important, especially for undergraduates: "The elements of designing a case course differ little between graduate and undergraduate levels. The primary method of adjusting the course for level of its content is the selection of cases" (p. 116). Charan (1976) and Andersen and Schiano (2014) also emphasized selection as a main determinant of case course design depending on the audience. More specifically, Gitman, Lewis, and Yates (1987) suggested that selection depends upon three key parameters: cognitive educational objectives, course level, and case complexity. Ambrosini et al. (2010) suggested the source of cases as an important determinant of selection.

The instructor's role, an element of atmosphere, has been described as that of a "coach" (Gitman et al., 1987) or "partner"

(Healy & McCutcheon, 2010). In that role, instructors are more active in conducting the class but allow students to participate more than they would in a typical lecture class. Gitman et al. (1987) caution that, if this role is not properly assumed, the class might be poorly executed, and the discussion is highly likely to go off-track or become too wide-ranging. This might occur because undergraduates lack the business experience that graduate students usually have. Healy and McCutcheon (2010) classified teaching styles by dividing case teachers into controllers, facilitators, and partners, finding that only partners used cases with the explicit intention of fostering critical thinking and personal development. The authors concluded that cases can facilitate critical thinking, but that their effectiveness depends on the teaching style of the instructor. Thus, the attributes of the instructors teaching the cases are key determinants of atmosphere.

Figure 1. **Framework for students'acceptance of cases**




Note: Constructs indicated in italics.

Proper training is one of the main ways to learn the craft of case discussion facilitation (Gill, 2011), thus reducing the risk that cases will amount merely to the illustration of theories (Foster & Carboni, 2009) when taught by instructors who do not fully understand the philosophy behind cases. Writing cases is considered to be part of the teaching–learning process. According to Mesny (2013), instructor training should emphasize the affinity between teaching cases and researching cases, and reaffirm the usefulness of the philosophy behind them. Furthermore, institutions joining case collections such as the European Case Clearing House are required to certify professional quality standards (Ambrosini et al., 2010), for which training is key.

Böcker (1987) found that motivation enhanced learning that applies knowledge and skills, but not when learning simply reproduced knowledge and skills. He concluded that motivation positively affected the case method as compared to lecturing. The author considered motivation as "a prerequisite for any cognitive process" (Böcker, 1987, p. 66). We use preconception as a proxy for motivation. Finally, case teaching requires instructors to spend more time preparing a case class than they would spend on lecturing, and requires more student time to solve the cases. In Böcker (1987), the question of teaching efficiency remained open for future research. To proxy for teaching efficiency in the context of the case method, we use intensity, defined as the amount of time instructors spend preparing a case and the length of the cases they use.

## METHODS AND MODEL

We use both quantitative and qualitative methods. Data were collected through an online survey among business school instructors in a Mexican private university and interviews with a subset of the sample. In Mexico, Business Administration undergraduate programs in private universities tend to emphasize a practical and realistic approach over a theoretical one. In an attempt to pursue their goals, those universities retain a considerable portion of instructors who are practitioners and invited adjunct professors. Given their closeness to firms, those instructors tend to find the case method an attractive teaching tool. Case studies are widely used in MBA programs in Mexico and are familiar to most of the instructors in our sample, all of whom hold a master's or a PhD degree.

Prior to the survey, a pilot questionnaire was completed by 25 instructors who attended a presentation about the case method

delivered by a representative of the Harvard Latin American Case Consortium from Harvard Business School Publishing (HBSP), who was visiting the university. (This university has been a member of this consortium for more than 10 years; membership allows professors full access to most teaching materials available in the HBSP collection). Preliminary analysis of the pilot study and content extracted from interviews with experts on the case method helped with fine-tuning the final questionnaire (available upon request), which included a statement on the objective of the study and a definition of a case, as a validation check for our object of study. During the interviews with experts, we validated what respondents understood to be a case, with responses delimitating cases as written documents related to firms' real situations, usually involving decision making issues, providing tools for the development of either practical tools for bringing theory into practice and/or developing soft skills (throughout the discussions and students' teamwork). Our conceptualization of cases is consistent with that of Harvard-type cases, which immerse students in realistic business situations, are usually written from the point of view of top management, and include class discussion intended to stimulate the development of students' critical thinking skills (Andersen & Schiano, 2014). Ninety-one instructors completed the survey, representing a 48% response rate. We use these data to conduct factor analysis and regression.

The factor analysis identified clusters of latent variables that capture the attributes of the case method. Thus, the set of questions in the survey was reduced to a smaller set of factors or constructs. We tested these constructs using OLS regression, according to the model below:

$$Acceptance_perception_i = \alpha_0 + \alpha_1\ selection_i + \alpha_2 training + \alpha_3\ preconception_i + \alpha_4 intensity_i + \alpha_5 type_i + \alpha_6 expertise_i + \varepsilon_i, \quad (1)$$

where *Acceptance_perception* measures faculty perceptions of the degree of students' acceptance of cases. The proxy is the faculty's response to the question "According to your previous experience teaching cases, how would you evaluate students' level of acceptance of cases?" We measure instructor perceptions of the degree of students' acceptance of cases rather than students' acceptance directly. While this approach has potential limitations, we consider acceptance perception to be relevant because it captures instructors' observations about the success of the case method, which is supported by student teaching evaluations.

Selection, training, preconception, and intensity, are scales calculated using the variables extracted from the factor analysis (discussed in the following section). Type is a dichotomous variable set to one if the instructor teaches a qualitative course and zero otherwise. Similarly, expertise is a variable set to one for faculty who are experts on the case method.

In addition, we interviewed 15 instructors from the sample who, according to the department chairs, were experts in the case method. Each interview lasted one to two hours. This subsample was balanced, with seven instructors teaching quantitative courses such as finance and eight instructors of qualitative courses. The qualitative method used in this study was considered a two-round modified Delphi technique (Covino & Iwanicki [1996] used a two-round modified Delphi in research on teaching effectiveness). According to Dalkey and Helmer (1963), Helmer (1967), and Hsu and Sandford (2007), the purpose of this technique is to obtain the most reliable consensus from among a group of experts by following the first round of questioning with a controlled feedback process. In the Delphi technique, experts do not interact with each other; rather, in subsequent rounds, they are asked to think again about the problem at hand and change their responses and provide additional insights. This is done by providing the experts with descriptive statistics about responses from previous rounds or with considerations suggested as being potentially relevant by another (anonymous) respondent. Opinions tend to converge as experts are allowed to reconsider their responses while obtaining feedback. However, consensus may not occur; instead, two "schools of opinion" may emerge. In any case, the Delphi method serves the purpose of "crystallizing the reasoning process that might lead to one or several positions on an issue and thus help to clarify the issue even in the absence of consensus" (Helmer, 1967, p. 9).

In this study, during the first round, all experts were individually interviewed on issues related to the use of cases. Specifically, we asked experts questions related to the definition and conceptualization of a case, the objectives of the case method, factors that incentivize or detract from the use of cases, case selection, and teaching atmosphere. Based on the responses, the researchers created lists of case method attributes, classified according to construct. For instance, on questions related to attributes of instructors teaching cases, the experts said instructors needed to have the ability to control the group in terms of discipline, respect, and harmony during the case discussion. According to respondents, instructors also needed to tolerate uncertainty concerning the direction of the discussion, new or disruptive ideas, and even the lack of good ideas during the discussion. In the second round, instructors were provided with lists of attributes and were asked to rank them in order of relevance. The researchers considered that attributes ranked by at least 50% of experts had achieved a considerable level of consensus. Attributes

of instructors, attributes of the teaching process, and attributes of evaluation comprise the construct atmosphere. We also report in this study qualitative responses of level and selection. Other responses from the qualitative part of this study are not reported but served as a basis for improving our questionnaire.

# RESULTS

## Factor analysis

We conducted principal factor analysis on the (10) questions with interval value responses. The Kaiser–Meyer–Olkin measure verified the sampling adequacy for factor analysis (KMO = 0.672). According to Kaiser (1974) and Hutcheson and Sofroniou (1999), KMO values above 0.5 are acceptable for sample adequacy. Untabulated KMO values in this sample are consistently above 0.6 across individual items, with some values exceeding 0.7.

Table 1 provides the factor loadings after matrix rotation, sorted by loading magnitude. Questions are clustered by factor. We called these factors preconception, training, and intensity, following our theoretical constructs. Factor 1 could represent the construct preconception, which captures instructors' beliefs regarding case teaching compared to traditional lecturing. Preconception includes responses to questions 3.1, 3.2, 3.3, and 3.4, which directly compare case teaching with lecturing (e.g., cases are more realistic, or cases represent higher intellectual challenges). In addition, question 1, which refers to the number of cases instructors use during a course, also belongs to the first factor. This is consistent with the possibility that the stronger instructors' beliefs are about the efficacy of cases, the more cases will be used in their courses. Preconception explains 24.1% of the variance.

Table 1. **Exploratory factor analysis for the attributes of the case method questionnaire**

| Short description of question | Factor | | |
|---|---|---|---|
| | 1: *Preconception* | 2: *Training* | 3: *Intensity* |
| Cases are better accepted by students (3.4) | **0.853** | 0.031 | -0.063 |
| Cases are more practical (3.2) | **0.591** | 0.124 | -0.091 |
| Cases are more realistic (3.1) | **0.424** | -0.215 | 0.089 |
| Number of cases per semester (1) | **0.414** | 0.081 | 0.054 |
| Cases represent higher intellectual challenge (3.3) | **0.350** | -0.306 | 0.194 |
| Training on the case method (11) | 0.182 | **0.788** | 0.047 |
| Self-perception of preparedness to teach cases (12) | 0.018 | **0.547** | -0.035 |
| Use of teaching note (9) | -0.020 | **0.497** | 0.199 |
| Number of pages per case (10) | 0.066 | 0.046 | **0.764** |
| Hours of preparation per case (5) | -0.229 | 0.276 | **0.309** |
| Eigenvalue | 2.410 | 1.978 | 1.138 |
| Variance explained | 0.241 | 0.198 | 0.114 |

Note: Extraction method = principal axis factoring. Rotation method = Oblimin with Kaiser normalization. For the pattern matrix rotation converged in 8 iterations. Number of question in brackets (questionnaire available upon request).

The second factor, which explains 19.8% of the variance, relates to training. Question 11 is directly related to the formal training instructors have received on the case method, question 12 addresses instructors' self-perception of preparedness for teaching cases, and question 9 relates to the extent of teaching note usage, which should be positively correlated with the level of faculty training or expertise. The last factor, explaining 11.4% of the variance, is intensity. This factor comes from questions 5 and 10, which refer to the number of hours instructors spend preparing a case to teach and to the number of pages per case. In other words, this construct captures the degree of instructors' commitment, proxied by how intense they are in terms of the amount of resources they spend in the teaching process. Collectively, the three factors explain 55.3% of the variance, and all have eigenvalues above 1.0, the cutoff value usually used for latent factor extraction.

Regarding the reliability of the internal consistency of the scales, we estimated the inter-item correlations for the constructs, obtaining 0.278 for preconception, 0.376 for training, and 0.270 for intensity. These values fall within the optimal range according to Briggs and Cheek (1986), who suggested the use of these statistics instead of Cronbach's alphas for scales with fewer than 10 items. In terms of content validity, we considered the procedure proposed by Rossiter (2002), which "relies on logical arguments, and the concurrence of experts, based usually on open-ended input from pre-interviews with raters... having a comprehensive definition of what the construct is" (p. 308). Table 2 provides the three constructs from the factor analysis, along with their items, their respective scales, means, standard deviations, and coefficients of variation. Table 2 also presents selection, which uses categorical variables from questions related to case length, the language used in the case, whether the case had discussion questions, whether the case had simulations, and the sources used by the instructors to choose the cases. Type is a binary variable set to 1 for qualitative classes. Acceptance_perception is the dependent variable in the regression analysis, with the other constructs acting as explanatory variables.

Table 2. **Constructs and items**

| Construct | Short description of question | Question number | Scale | Mean | St. Dev. | Coefficient of variation |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Preconception | Number of cases per semester | 1 | 1 to 3 | 1.43 | 0.70 | 0.49 |
| | Cases are more realistic | 3.1 | 1 to 4 | 3.87 | 0.42 | 0.11 |
| | Cases are more practical | 3.2 | 1 to 4 | 3.78 | 0.59 | 0.16 |
| | Cases represent higher intellectual challenge | 3.3 | 1 to 4 | 3.56 | 0.61 | 0.17 |
| | Cases are better accepted by students | 3.4 | 1 to 4 | 3.30 | 0.76 | 0.23 |
| Intensity | Hours of preparation per case | 5 | 1 to 4 | 2.46 | 0.74 | 0.30 |
| | Number of pages per case | 10 | 1 to 3 | 1.78 | 0.81 | 0.45 |
| Training | Use of teaching note | 9 | 1 to 3 | 2.18 | 0.77 | 0.35 |
| | Training on the case method | 11 | 1 to 4 | 2.75 | 1.03 | 0.37 |
| | Self-perception of preparedness to teach cases | 12 | 1 to 2 | 1.79 | 0.41 | 0.23 |
| Selection | Length of case | 7.1 | Categorical | 1.90 | 0.93 | 0.49 |
| | Language of case | 7.2 | Categorical | 2.12 | 0.90 | 0.43 |
| | Discussion questions in the case | 7.3 | Categorical | 2.25 | 0.85 | 0.38 |
| | Whether case has simulations | 7.4 | Categorical | 1.86 | 0.35 | 0.19 |
| | Sources | 8 | Categorical | 2.78 | 0.79 | 0.28 |
| Type | Qualitative or quantitative course | 2 | Binary | 0.62 | 0.49 | 0.78 |
| Acceptance_ perception | Faculty perception on the degree on students' acceptance of the case method | 4 | 1 to 4 | 3.15 | 0.68 | 0.21 |

Note: Questionnaire available upon request.

## Descriptive statistics on individual items and factors

We discuss the descriptive statistics, from Table 2, after the factor analysis because the latter facilitates the discussion due to the categorization of items by construct. We also discuss selected categorical variables from Table 2. Overall, the discussion that follows is consistent with the findings in the factor analysis section and the regression analysis, to be shown later.

Regarding preconception, instructors concur that the use of cases, as compared to that of traditional lectures, allows for more realistic and practical sessions, and implies a higher intellectual challenge for students (items within this construct have relatively high means, and their coefficients of variation are the lowest across constructs in Table 2). Nevertheless, instructors are not as optimistic about cases being better accepted than lectures (e.g., 3.30 mean compared to values around 3.6, 3.7, and 3.8 for the rest of the items in this construct). Instructors might teach cases mainly because they perceive the case method as a highly attractive teaching tool in terms of the benefits for business education and to a lesser extent because students prefer it to traditional lecturing. This is consistent with the finding by Moore (1999).

Items forming part of selection have the highest coefficients of variation across the constructs, implying less uniformity in the way instructors select case materials. Figure 2 depicts the frequency distributions of the items constituting selection (we refer to items as "attributes of the construct" hereafter). For length of cases, 48% of instructors prefer brief cases, and 38% are indifferent about this attribute. Of the sample, 35% of faculty prefer cases written in Spanish. Most instructors are indifferent as to whether cases contain discussion questions. Similarly, instructors are generally indifferent as to whether cases have simulations. Finally, 47% of instructors choose HBSP and similar case collections such as Darden Business School Publishing, among others, as their sources for cases, and 18% write the cases they teach. We consider these sources to be of higher quality than the other options (e.g., free cases from the internet and textbooks or magazines). Regarding selection, then, faculty prefer brief cases, cases in Spanish, and rely primarily on HBSP-type publishers.

Figure 3 presents the attributes of training. The first graph shows that only 40% of faculty use teaching notes. The second graph shows that 25% have received formal training in the case method, which may partially explain the low usage of teaching notes. Surprisingly, most instructors (79%) believe they are prepared to teach cases. Taken in combination, formal training is lacking, but almost half of the faculty received informal training through exposure to the case method as students in their MBA programs (see second graph in Figure 3), and instructors believe this is sufficient preparation to teach cases.

Figure 4 provides the attributes of intensity. Most faculty (51%) spend one to three hours preparing a case to teach, and 34% spend three to six hours; these figures match estimates in Ross, Engelseth, Kindred, and Shelman (2015). Moreover, 46% of instructors prefer cases of between one to five pages long, and 31% prefer cases of six to 10 pages. This is consistent with their preference for brief cases. The definitions of brief- and regular-length cases might be arbitrary, but, to establish a point of reference, we searched the HBSP collection and found that one-third of all cases labeled "HBS Brief Cases" had no more than 10 pages, and virtually all brief cases contained no more than 15. (We searched the HBSP collection online in September 2014; 117 cases were considered "HBS Brief Cases," with 40 containing one to 10 pages, 80 containing 11 to 15 pages, and only 10 with more than 16). The preference for brief cases represents a challenge for instructors teaching undergraduates since brief published cases are scarce.

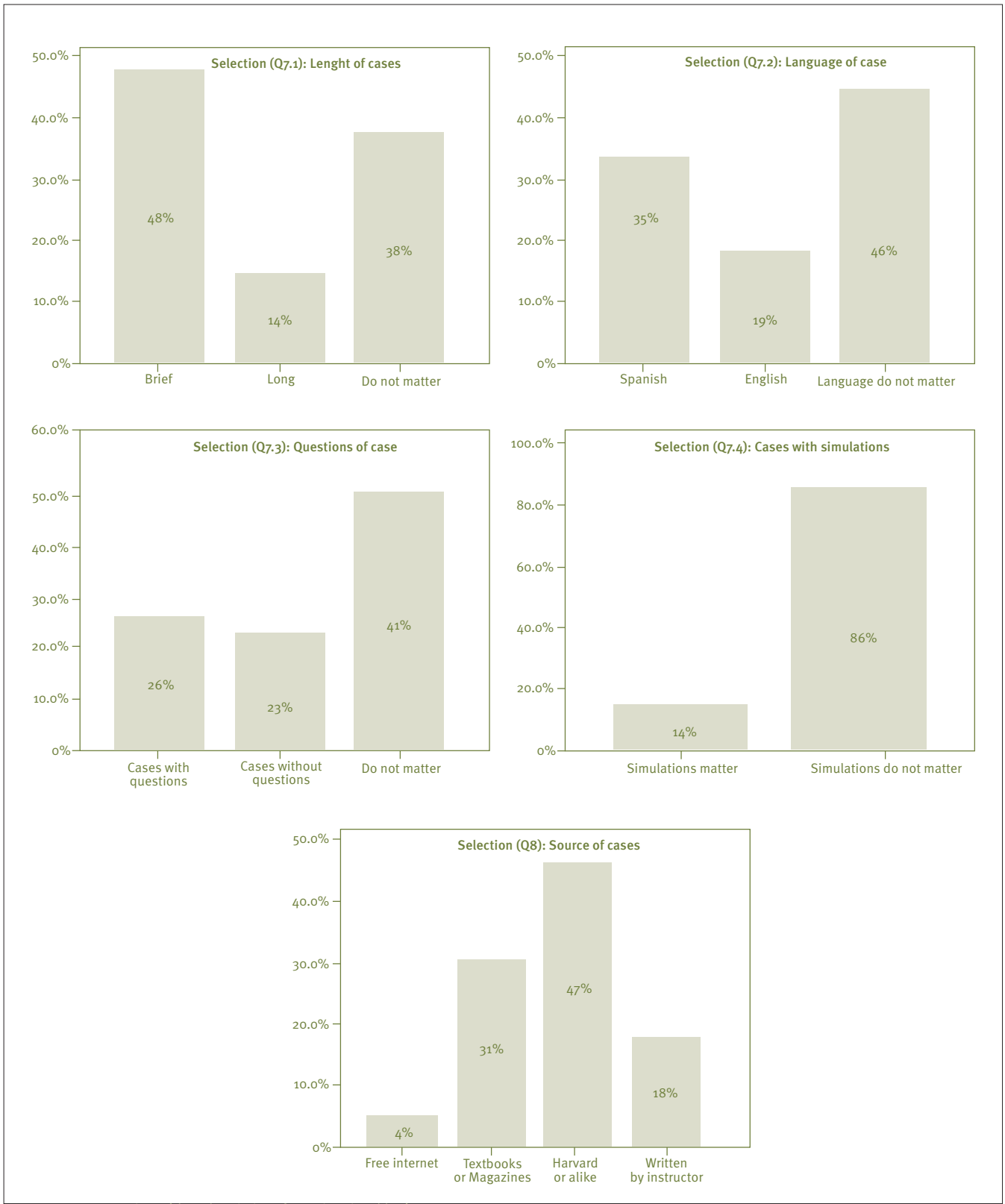
Table 3 provides the correlation coefficients for the questions used in the factor analysis. The low correlations suggest that multicollinearity problems are not a concern. Questions 5 and 10 (Q5 and Q10), relating to intensity, are positively correlated, with a rho of 0.26, and statistically significant at 5%. Questions about preconception (Q1, Q3.1., Q3.2., Q3.3., and Q3.4.) correlate negatively with hours of preparation per case (column Q5) and positively with the number of pages per case (Q10). This implies that the more instructors support the case method, the higher the number of pages per case, but the less time they spend preparing a case to teach. Responses in the qualitative part of this study confirmed that supporters of case teaching are more knowledgeable about the method and therefore spend less time preparing a case to teach.

Table 4, which provides the factor correlations rather than individual item correlations, summarizes the relationships. Preconception is positively related to intensity: the more instructors support the case method, the more resources they spend, despite the tradeoff between length of cases and hours of preparation mentioned above. Preconception is negatively related to training: the more instructors support the case method, the more they realize their lack of preparation. Training and intensity relate positively, suggesting that heavy users might be a subset of instructors who are better-trained in the case method. Indeed, during the interviews, we found that expert instructors were intense users of cases and were better trained in the case method. Our interpretation of these relationships is the following. The case method is an attractive mode of teaching, especially in a private business school where realistic, practical education is emphasized, and instructors are eager to adopt it, though they realize that some training beyond their previous exposure as MBA students is necessary. Furthermore, the findings suggest that training in the case method encourages heavier use of cases.

## Regression analysis

Table 5 provides regression results using acceptance_perception as the dependent variable and the constructs from Table 2 as explanatory variables. For preconception, intensity, and training, we used a scale adding up the scores of the corresponding items. For selection, we chose length of case (dummy for brief cases; Selection_brief in Table 5), language (when the language in which the case is written matters for the selection; Selection_language), and high-quality sources (i.e., cases from HBSP and similar publishers; Selection_source) to include in the models, as these were the relevant variables based on the previous discussion. Type is a binary variable for qualitative courses, and expertise is a dummy variable for instructors expert in the case method.

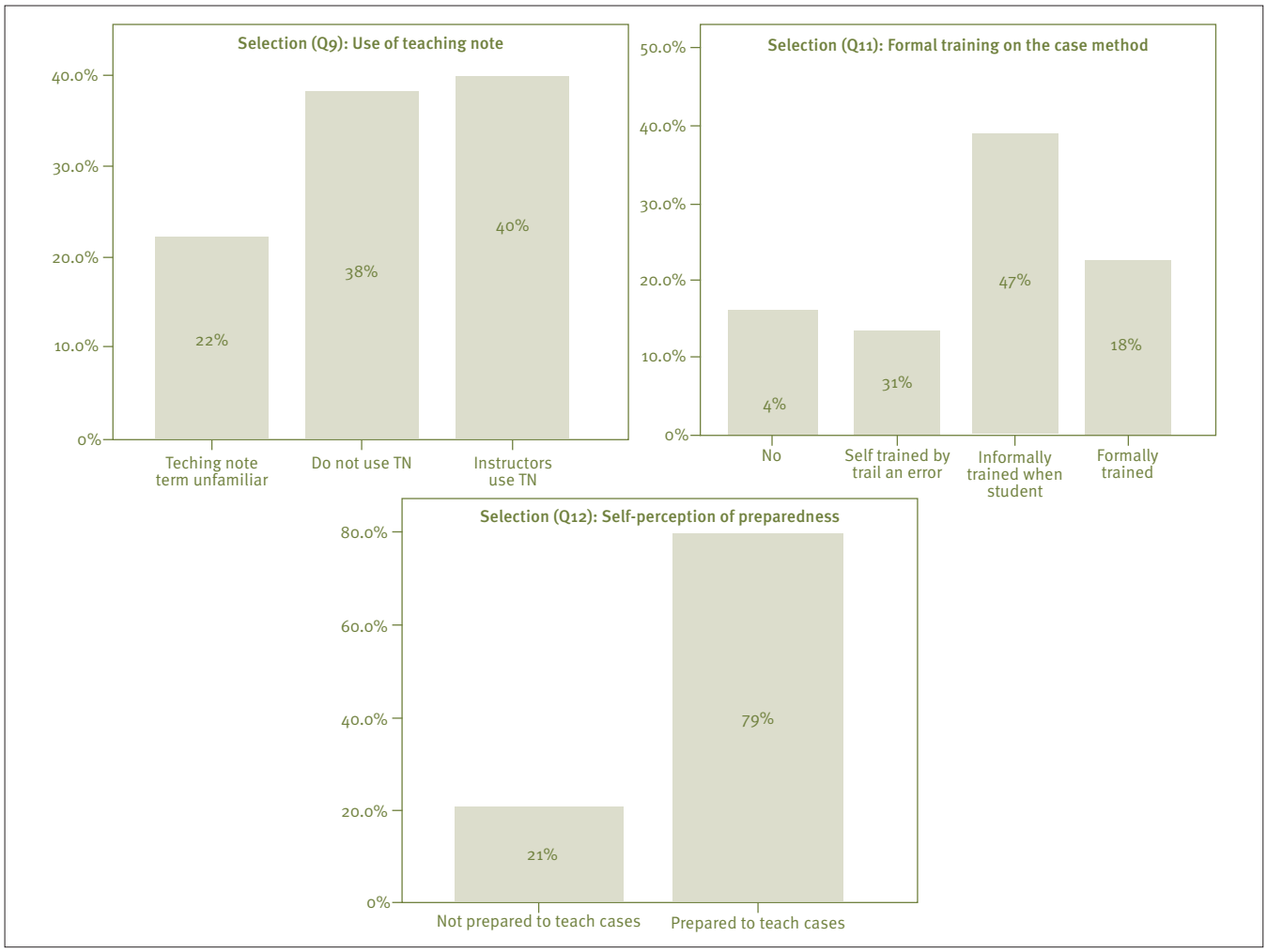
Figure 2. **Attributes of selection**




Note: QX means question X (short description of questions in Table 2).

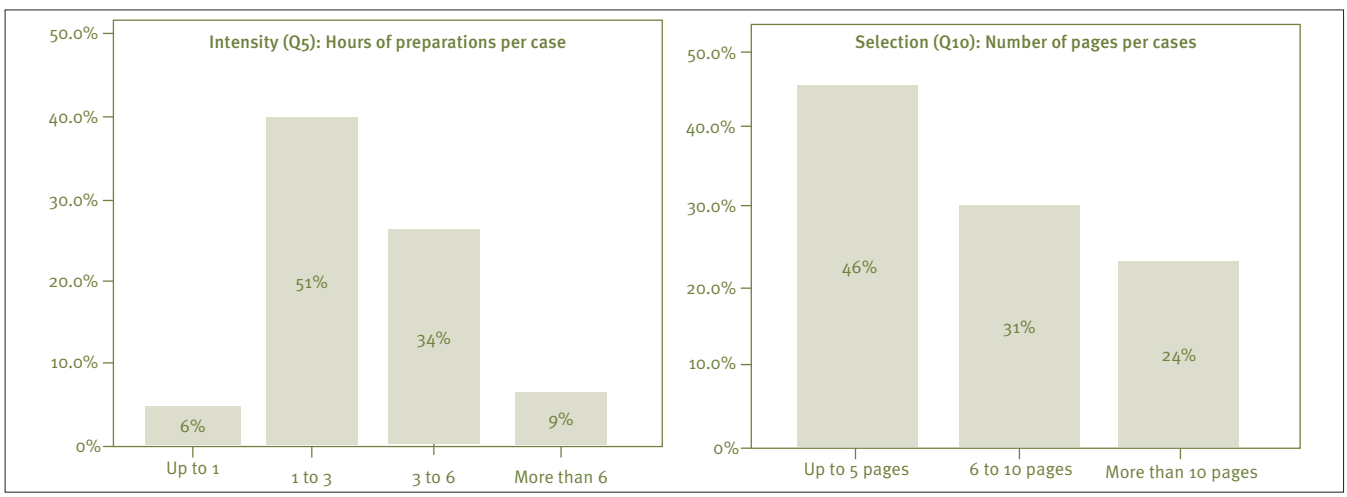

ISSN 0034-7590

Figure 3. **Attributes of training**




Note: QX means question X (short description of questions in Table 2).

Figure 4. **Attributes of intensity**




Note: QX means question X (short description of questions in Table 2).

Table 3. **Pearson correlation coefficients**

| | Q1 | Q3.1 | Q3.2 | Q3.3 | Q3.4 | Q5 | Q10 | Q9 | Q11 | Q12 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Q1 | | 0.109 | 0.194 | 0.234 | 0.361 | -0.112 | 0.103 | 0.101 | 0.059 | 0.044 |
| Q3.1 | 0.195 | | 0.267 | 0.256 | 0.404 | -0.130 | 0.101 | -0.182 | -0.108 | -0.136 |
| Q3.2 | 0.061 | 0.016 | | 0.146 | 0.473 | -0.179 | 0.062 | -0.047 | 0.163 | -0.031 |
| Q3.3 | 0.030 | 0.020 | 0.124 | | 0.340 | -0.124 | 0.138 | -0.188 | -0.163 | -0.165 |
| Q3.4 | 0.002 | 0.000 | 0.000 | 0.003 | | -0.192 | 0.045 | -0.051 | 0.028 | -0.061 |
| Q5 | 0.186 | 0.151 | 0.077 | 0.163 | 0.063 | | 0.260 | 0.221 | 0.332 | 0.165 |
| Q10 | 0.207 | 0.211 | 0.312 | 0.136 | 0.360 | 0.018 | | 0.272 | 0.190 | 0.067 |
| Q9 | 0.212 | 0.074 | 0.356 | 0.067 | 0.344 | 0.039 | 0.014 | | 0.385 | 0.300 |
| Q11 | 0.321 | 0.196 | 0.098 | 0.097 | 0.413 | 0.003 | 0.065 | 0.001 | | 0.421 |
| Q12 | 0.364 | 0.139 | 0.403 | 0.095 | 0.315 | 0.095 | 0.299 | 0.008 | 0.000 | |

Note: Correlation coefficients in the top half and significance level in the bottom half. QX means question X (short description of questions in Table 2).

Table 4. **Factor correlations**

| | Preconception | Training | Intensity |
|---|---|---|---|
| Preconception | 1.000 | -0.177 | 0.094 |
| Training | -0.177 | 1.000 | 0.192 |
| Intensity | 0.094 | 0.192 | 1.000 |

Table 5. **Regression results**

| | Estimate | T | Estimate | T | Estimate | T |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Intercept | 2.991*** | 3.980 | 2.667*** | 3.404 | 2.446*** | 3.185 |
| *Preconception* | 0.179* | 1.600 | 0.233** | 2.035 | 0.245** | 2.107 |
| *Intensity* | -0.382*** | -3.163 | -0.429*** | -3.287 | -0.391** | -2.634 |
| *Training* | 0.021 | 0.171 | 0.020 | 0.158 | 0.018 | 0.137 |
| *Selection_language* | -0.295** | -2.630 | | | | |
| *Selection_brief* | | | -0.128 | -1.081 | | |
| *Selection_source* | | | | | -0.005 | -0.036 |
| *Type* | 0.132 | 1.158 | 0.120 | 1.007 | 0.119 | 0.985 |
| *Expertise* | 0.225* | 1.957 | 0.243** | 2.022 | 0.242* | 1.938 |
| Adj. R squared | 0.243 | | 0.169 | | 0.152 | |
| F Value | 4.419 | | 3.171 | | 2.918 | |

***, **, and * indicate statistical significance at the 1%, 5%, and 10% levels respectively.

The model explains 24.3% of the variation according to the adjusted R squared. The estimate for preconception is positive and statistically significant at 5% and 10% across models. Instructors' beliefs regarding the case method as a mode of teaching superior to lecturing contribute positively to the degree of students' acceptance of cases, proxied by the perceptions of instructors.

Intensity is negative and statistically significant at 1% for two models and at 5% for one. The more resources instructors expend in terms of number of pages per case and number of hours of preparation, the more detrimental the impact on the degree of student acceptance: too many resources negatively affect the output. It is possible that intense instructors, given the amount of resources they expend in the learning process, expect higher student acceptance than what they observe in the classroom.

Regarding selection, the language in which cases are written matters for these instructors: Selection_language is negative and statistically significant at 1%. Instructors for whom language matters (those who prefer cases in Spanish or English, compared to instructors for whom language is irrelevant) perceive lower levels of student acceptance. As shown in the descriptive statistics section, most of the faculty in this sample prefers cases in Spanish. This result implies that instructors who are indifferent to case language find that cases are better accepted by students. This could be relevant for instructors and schools in non-English speaking countries: the ability to teach cases in English could become an advantage in terms of student acceptance because most high-quality cases are written in English. The other two proxies for cases selection, Selection_brief and Selection_source, are not statistically significant.

Training tends to be positive but is not statistically significant. However, a closely related estimate, the dummy variable expertise, indicates that faculty expertise positively affects acceptance levels. Since the interviews confirmed, as expected, that experts are better trained in the case method than is the average sample instructor, training in the case method is relevant. Finally, whether a class is quantitative or qualitative makes no difference to the level of acceptance by students, as type is not statistically significant.

As we report the standardized betas in Table 5, the relative importance of the explanatory variables can be compared directly by looking at the magnitudes of the coefficients. For instance, a one standard deviation increase in intensity would reduce students' level of acceptance by 0.382 standard deviations. The next section, on the qualitative analysis, completes the discussion of the constructs, focusing on level and atmosphere. Further discussion on selection is also provided.

## Qualitative analysis

### Level

About 73% of the experts interviewed teach cases primarily to juniors and seniors. The experts commented that, to a lesser extent, they use cases when teaching freshmen or sophomores. The consensus among the faculty was that senior students show higher interest and acceptance of the case method, while freshmen and sophomores sometimes show resistance. This is consistent with the finding in Kester et al. (2008), who surveyed students from many countries outside the US. According to experts in our study, freshmen and sophomores find it difficult to coordinate work in teams, which is required in most case courses; they also cannot yet contextualize a typical business problem, as cases require and thus show little commitment to or interest in solving a case (relative to learning from a lecture). In contrast, seniors may have accumulated enough of a technical business background to be able to properly contextualize problems stated in cases, tolerate the uncertainty that cases present, and propose feasible solutions.

### Atmosphere

In trying to understand the elements of atmosphere, we focused on three sets of attributes: (1) the attributes of instructors, (2) the attributes of the teaching process, and (3) the attributes of evaluation. Exhibit 1 provides all these attributes, with asterisks on those ranked the most relevant by at least 50% of the experts.

The top attributes of instructors that create an appropriate atmosphere are listed in Panel A. At the top of the list, 91% of experts ranked as relevant the instructor's flexibility in adjusting the teaching plan during class based on the technical background of the class, and in adjusting the pace and direction of the discussion (flexibility, in Panel A). Second, 64% considered relevant the ability to control the group in terms of discipline, respect, and harmony during the case discussion (ability to control the group). Third, tolerance of uncertainty concerning the discussion's direction and of new or disruptive ideas, and even the lack of good ideas during the discussion, was ranked as relevant by 60%. Finally, about 55% of experts ranked as desirable a high level of instructor preference for the case method relative to other teaching modes. Other attributes mentioned during the interviews, but not ranked as most relevant, are listed in alphabetical order in Panel A.

Concerning the attributes of the teaching process, or the relevant steps followed when teaching cases (Panel B), experts ranked most highly a thorough reading of the case (82%), followed by the use of audio or video related to the case (60%). The assignment of written homework was ranked as important by 58%. Discussion of the case among student team members was considered relevant by 55%. Finally, 55% considered the discussion of the case with the full class to be relevant. Additional attributes are provided in alphabetical order.

Exhibit 1. **Construct atmosphere**

| **Panel A: Attributes of instructors** |
|---|
| (1) Flexibility* |
| (2) Ability to control the group* |
| (3) Tolerance* |
| (4) High level of preference for the case method* |
| Acting skills |
| Analytical skills |
| Dynamism |
| Extroversion |
| Time dedicated to prepare the case previous to the discussion |
| **Panel B: Attributes of the teaching process** |
| (1) Thorough reading of the case* |
| (2) The use of audios or videos related to the case* |
| (3) The assignment of written homework* |
| (4) The discussion of the case among team members* |
| (5) The discussion of the case with the complete class* |
| Closing remarks by the instructor *with* a solution to the case |
| Lecturing on the theoretical topics related to the case |
| The assessment with the complete group of alternative solutions |
| The assignment of roles (e.g., a team represents the production department, a second team marketing) |
| The assignment of reading theory related to the case |
| The discussion or search of additional information, available on the internet, related to the case or company |
| **Panel C: Attributes of evaluation** |
| (1) The quality of participation in class* |
| (2) The appropriate detection of the issue in the case* |
| (3) The correct detection of relevant facts in the case* |
| (4) The feasibility, correctness, and realism of the propose solution* |
| Some evidence that the student read the case |
| The level of creativity of the proposed solution |
| The quality of the analysis |

Note: Attributes with an asterisk are those ranked as most relevant by at least 50% of experts during the second round of Delphi. The numbers that precede the attributes indicate their rank according to experts.

Regarding evaluation attributes, 90% of experts ranked as most important (1) the quality of participation in class, followed by (2) the appropriate detection of the issue in the case, (3) the correct detection of relevant facts in the case, and (4) the feasibility, correctness, and practicality of the proposed solution. There was no consensus among experts about specific details concerning evaluation, such as percentage of the total grade, methods of evaluation, or what constituted good participation. However, several faculty members stated their preference for more weight placed on quizzes.

## Selection

We further assessed selection because the attributes "brief cases" and "high quality cases" are important for faculty according to the surveys, but these variables were not statistically significant in the regression (regression analysis section). All of the expert faculty ranked a match between the objectives of the case and those of the teaching as the top attribute when selecting cases (see Exhibit 2); 60% chose length of cases, with a preference for brief ones; 60% also chose the case's level of complexity, which needed to be suitable for the course level. A well-written case was also chosen by 60% of expert faculty as relevant when selecting cases. Finally, about half of the experts ranked the availability of teaching notes as important when selecting cases. These responses add insights to the quantitative results. For instance, the language in which a case is written is an important attribute for expert faculty but is not as relevant as the teaching objectives of the case, the length of cases, the attractiveness of the case, and the availability of teaching notes.

Exhibit 2. **Construct selection**

| |
|---|
| (1) A match between objectives of the case and the teaching objectives* |
| (2) The length of cases (brief cases preferred)* |
| (2) The complexity level of case is in accordance to course level* |
| (2) A well-written case (e.g., logical structure, attractive narrative)* |
| (3) Teaching note availability* |
| Availability of complementary information or tools (e.g., simulations, readings) |
| Familiarity of instructor with the company or industry |
| Language in which the case is written |
| The topic of the case is of current importance |

Note: Attributes with an asterisk are those ranked as most relevant by at least 50% of experts during the second round of Delphi. The numbers that precede the attributes indicate their rank according to experts.

## CONCLUSIONS AND IMPLICATIONS

This study has just begun to explore the use and acceptance of case studies in undergraduate courses. We develop constructs in order to evaluate the factors influencing the degree of students' acceptance of cases. In our proposed framework, students' acceptance is affected by the case selection, intensity of faculty use, course type and level, level of instructor expertise, teaching atmosphere, and the faculty's beliefs about the usefulness of the case method. We survey instructors and use factor analysis to validate several constructs and regression analysis to test our proposed model. We complement the quantitative analysis by interviewing a subset of the sample and employing a two-round modified Delphi technique. Scholars might find the proposed framework of interest and cross-validate it using different samples to improve the factor structure. The results might also be useful for administrators in business schools using or planning to use the case method.

Instructors' beliefs about the case method as a mode of teaching superior to lecturing contribute positively to students' level of case acceptance. Thus, efforts to educate faculty about the case method might enhance students' degree of acceptance. Concerning case selection, we find that faculty members prefer brief cases. This preference for shorter cases may indicate that undergraduates (and their instructors) prefer more focused cases with less ambiguity. The availability of brief cases represents a challenge for faculty, however, because case collections primarily publish cases of regular length. HBSP has recently increased its number of brief cases, and some publishers such as *CASE Journal* by Emerald have recently called for the publication of compact cases. Additional attributes of case selection such as usage of teaching notes and the language in which the case is written are discussed in this study.

We find that case usage intensity negatively affects case acceptance among students: the more resources instructors spend in terms of number of pages per case and number of hours of preparation, the more detrimental to the level of acceptance by students. On the other hand, we find a positive intensity effect among the subset of expert faculty. Being an expert instructor positively and significantly affects students' acceptance of cases. Expert faculty recommend special attention and adjustments to the case method when cases are taught to freshmen and sophomores. A combination of short cases and lectures may work better in basic undergraduate courses. Finally, we find that whether a class is quantitative or qualitative makes no difference to the level of student acceptance.

There are several limitations to this study, providing opportunities for future research. Since students were not surveyed, we measured faculty perceptions of the degree of students' acceptance of cases, rather than the degree of students' actual acceptance. While this approach has potential limitations (for instance, the faculty's enthusiasm for, or preconception with, the case method may influence their assessment of students' degree of acceptance), the dependent variable used in this study remains relevant because it measures instructors' observations about the success of the case method, which is supported by student course evaluations. Thus, instructors are able to perceive the degree of students' acceptance as the semester progresses. Future research may survey students or use students' course evaluations to validate or contradict this analysis. In addition, while this study focuses on instructors at a Mexican university, where the language in which the cases are written and/or taught is clearly an important factor, it could be duplicated at US universities and in other countries to determine whether instructors and students elsewhere have the same preferences and attitudes.

## REFERENCES

Andersen, E., & Schiano, B. (2014). *Teaching with cases: A practical guide*. Boston, USA: Harvard Business Review Press.

Ambrosini, V., Bowman, C., & Collier, N. (2010). Using teaching case studies for management research. *Strategic Organization, 8*(3), 206–229. doi: 10.1177/1476127010374254

Argyris, C. (1980). Some limitations of the case method: Experiences in a management development program. *The Academy of Management Review, 5*(2), 291–298.

Banning, K. C. (2003). The effect of the case method on tolerance for ambiguity. *Journal of Management Education, 27*(5), 556–567. doi: 10.1177/1052562903252652

Barnes, L. B, Christensen, C. R, & Hansen, A. J. (1994). *Teaching and the case method*. Boston, USA: Harvard Business School Press.

Bazan, S., & Dugal, M. (2014). Surveying student perceptions of group case assignments in strategic management classes. *Academy of Business Research Journal, 1*, 44–52.

Böcker, F. (1987). Is case teaching more effective than lecture teaching in business administration? An exploratory analysis. *Interfaces, 17*(5), 64–71. doi: http://dx.doi.org/10.1287/inte.17.5.64

Booth, C., Bowie, S., Jordan, J., & Ripplin, A. (2000). The use of the case method in large and diverse undergraduate business programmes: Problems and issues. *European Case Clearing House and the Foundation for Management Education*. Retrieved from http://www.thecasecentre.org/files/downloads/research/RP0302M.pdf.

Briggs, S. R., & Cheek, J. M. (1986). The role of factor analysis in the development and evaluation of personality scales. *Journal of Personality,* 54, 106–148. doi: 10.1111/j.1467-6494.1986.tb00391.x

Bruner, R., Gup, B., Nunnally, B., & Pettit, L. (1999). Teaching with cases to graduate and undergraduate students. *Financial Practice and Education* (Fall/Winter), 111–119.

Burgoyne, J., & Mumford, A. (2001). Learning from the case method, Report to the European Case Clearing House. *ECCH*. Bedford, UK, RP0301.

Charan, R. (1976). Techniques in teaching by the case method. *The Academy of Management Review,* 1(3), 116–123. doi: 10.5465/AMR.1976.4400979

Christensen, C. M., & Carlile, P. R. (2009). Course research: Using the case method to build and teach management theory. *Academy of Management Learning & Education,* 8(2), 240–251. doi: 10.5465/AMLE.2009.41788846

Covino, E. A., & Iwanicki, E. F. (1996). Experienced teachers: Their constructs of effective teaching. *Journal of Personnel Evaluation in Education,* 10, 325–363. doi: 10.1007/BF00125499

Dalkey, N., & Helmer, O. (1963). An experimental application of the Delphi method to the use of experts. *Management Science,* 9(3), 458–467.

Diamond, R. (1998). *Designing and assessing courses and curricula: A practical guide*. San Francisco, USA: Jossey Bass.

Doran, J., Healy, M., McCutcheon, M., & O'Callaghan, S. (2011). Adapting case-based teaching to large class settings: An action research approach. *Accounting Education: An International Journal,* 20(3), 245–263. doi:10.1080/09638180.2011.583742

Foster, P., & Carboni, I. (2009). Using student-centered cases in the classroom. An action inquiry approach to leadership development. *Journal of Management Education*, 33, 676–698. doi: http://dx.doi.org/10.1177/1052562908328747

Gardiner, L. (1996). *Redesigning higher education: Producing dramatic gains in student learning*. Report 7. Washington, DC: Graduate School of Education and Human Development, George Washington University.

Gill, T. G. (2011). *Informing with the case method: Guidelines for case method research, writing and facilitation*. Santa Rosa, USA: Informing Science Press.

Gitman, L., Lewis, W. F., & Yates, R. M. (1987). An approach for assessing, selecting, and using finance cases. *Journal of Financial Education*, 1(Fall), 65–68.

Gonglewski, M., & Helm, A. (2010). An examination of business case methodology: Pedagogical synergies from two disciplines. *Global Business Languages,* 15, 17–31.

Halvorson, W., Crittenden, V., & Pitt, L. (2011). Teaching cases in a virtual environment: When the traditional case classroom is problematic. *Decision Sciences Journal of Innovative Education,* 9(3), 485–492. doi: 10.1111/j.1540-4609.2011.00322.x

Harper, J., Lamb, S., & Buffington, J. (2008). Effective use of case studies in the MIS capstone course through semi-formal collaborative teaching. *Journal of Information Systems Education,* 19(4), 411–418.

Healy, M., & McCutcheon, M. (2010). Teaching with case studies: An empirical investigation of accounting lecturers' experiences. *Accounting Education,* 19(6), 555–567. doi: 10.1080/09639284.2010.501577

Helmer, O. (1967). Analysis of the future: The Delphi method. Paper No. 3558, Santa Monica: Rand Corporation.

Hsu, Ch., & Sandford, B. (2007). The Delphi technique: Making sense of consensus. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 12(10), 1–8.

Hutcheson, G., & Sofroniou, N. (1999). *The multivariate social scientist*. London, UK: Sage.

Jackson, J. H. (1926). The case method. *The Accounting Review*, 1(1), 108–111.

Kaiser, H. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39, 31–36. doi: 10.1007/BF02291575

Kester, G. W. (2011). Reflections on thirty years of using the case method to teach finance. *Advances in Financial Education,* 9, 62–80.

Kester, G. W., Anderson, M. A., Dean, R. A., Ding, D. K., Plessis, A., Hoover, S. A., & Skully (2008). The views of students outside the United States on the case method of learning. *Advances in Financial Education, 6*, 147–160.

Kooskora, M. (2002). Using case studies in class. *EBS Review,* 15, 57–67.

Mesny, A. (2013). Taking stock of the century-long utilization of the case method in management education. *Canadian Journal of Administrative Sciences,* 30(1), 56–66. doi: 10.1002/cjas.1239

Moore, S. (1999). Cases vs. lectures: A comparison of learning outcomes in undergraduate principles of finance. *Journal of Financial Education,* 30(1), 37–49.

Pitt, N., Crittenden, V., Plangger, K., & Halvorson, W. (2012). Case teaching in the age of technological sophistication. *Journal of the Academy of Business Education,* 13, 77–94.

Prat, N. (2012). Teaching information systems with cases: An exploratory study. *Journal of Computer Information Systems,* 52(3), 71–81.

Rose, J., & Delaney, C. (2007). Case studies in real estate education: The new AACSB accreditation standards and a proposed case study in real estate management. *Journal of Real Estate Practice and Education,* 10(2), 175–186. doi: 10.5555/repe.10.2.w787461mxn336ru6

Ross, B., Engelseth, P., Kindred, N., & Shelman, M. (2015). Development and use of "teaching cases." *International Food and Agribusiness Management Association (IFAMA) Case Workshop*. Minneapolis: IFAMA.

Rossiter, J. R. (2002). The C-OAR-SE procedure for scale development in marketing. *International Journal of Research in Marketing,* 19(2002), 305–335.

Shugan, S. (2006). Save Research—Abandon the case method of teaching. *Marketing Science,* 25(2), 109–115. doi:10.1287/mksc.1060.0202

Shulman, G. M., Luechauer, D.L, & C Shulman (1996). Assessment for learning empowerment: The meta-cognitive map. In T. W. Banta, J. P. Lund, K. E. Black, & F.W. Oblander (Eds.), *Assessment in practice: Putting principles to work on college campuses* (pp. 281–285). San Francisco: Jossey Bass.

# ESPECIAL *RAE*

Artigo convidado

DOI: http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170406

# PERIÓDICOS BRASILEIROS DA ÁREA DE ADMINISTRAÇÃO NO CONTEXTO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA

## INTRODUÇÃO

Este ensaio é fruto da experiência do autor como editor-chefe da *RAE-Revista de Administração de Empresas* entre 2009 e 2015, e reflete a sua visão sobre a gestão do processo editorial científico, sobre mecanismos de disseminação da produção científica, sobre estratégias de internacionalização dos periódicos brasileiros e sobre a necessidade de uma política de internacionalização para os periódicos brasileiros da área de administração.

Alguns dos temas expostos neste ensaio já foram apresentados, de uma forma ou de outra, em editoriais produzidos ao longo dos anos como editor-chefe e contam também com elementos coletados de alguns estudos existentes sobre gestão de periódicos e modelos de negócio relacionados a disseminação do conhecimento científico. Sem a pretensão de esgotar o tema, este ensaio quer apenas contribuir para o debate sobre a inevitável internacionalização da produção científica brasileira.

Para entender a internacionalização dos periódicos brasileiros, é preciso aceitar que ela já está aí diante de nós, quer queiramos, gostemos ou não. Isso porque a internacionalização não é um projeto ou ação isolada de um periódico, e sim um contexto de produção acadêmica, da qual a disseminação do trabalho de pesquisa que compete aos periódicos é apenas um aspecto. Na prática, a partir do momento em que os pesquisadores brasileiros submetem seus artigos a periódicos estrangeiros, os periódicos brasileiros já estão em contexto de internacionalização.

Para que não sejam preteridos diante de seus equivalentes internacionais, os periódicos nacionais têm que sair da condição de expectadores e desenvolver estratégias próprias de internacionalização. Isso significa criar ações que indiquem claramente como se posicionar para disseminar pesquisa científica de qualidade, seja ela produzida originalmente no Brasil ou em outros países.

A despeito do modelo de incentivo para internacionalização dominante no Brasil, que prestigia, em geral, de maneira pouco criteriosa os periódicos internacionais em detrimento dos nacionais, existe a oportunidade para os gestores de nossos periódicos criarem estratégias compatíveis com os interesses de nossa comunidade acadêmica. Afinal, para que uma comunidade científica se desenvolva, é necessário que haja um número significativo de periódicos no seu entorno. Para além das estratégias individuais dos periódicos, nossa comunidade precisa de políticas institucionais que considerem o papel dos periódicos nacionais na internacionalização da produção científica brasileira.

**EDUARDO H. DINIZ**
**eduardo.diniz@fgv.br**
*Professor da Fundação Getulio Vargas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo – São Paulo – SP, Brasil*

## AS ETAPAS DO PROCESSO EDITORIAL CIENTÍFICO

Antes de nos aprofundarmos nas questões específicas da internacionalização, precisamos, em primeiro lugar, entender três dinâmicas muito específicas existentes no processo editorial de periódicos acadêmicos: a certificação, a gestão editorial e o pós-publicação (Dubini, Trani, & Micheli, 2011) Apesar de estarem enredadas no processo de gestão do periódico, entender essas três dinâmicas de maneira separada permite analisar com mais precisão os limites e possibilidades de internacionalização dos periódicos brasileiros.

A certificação é a parte mais eminentemente científica do processo e é voltada para garantir a qualidade dos artigos, com foco na sua contribuição a um campo acadêmico. A certificação é capitaneada por um comitê científico comprometido e de reconhecida liderança em uma determinada comunidade acadêmica, normalmente composto pelo editor-chefe, editores associados e um corpo de revisores *ad hoc*. As atividades de certificação de um artigo são fundamentalmente apoiadas em trabalho voluntário de editores associados e revisores, de acordo com a tradição científica. Em alguns casos, devido ao tempo de dedicação e esforço exigido na coordenação de atividades que vão além da certificação, é aceitável e, às vezes, até desejável que o editor-chefe receba alguma remuneração, diferentemente do que acontece com os outros membros do comitê científico.

Indicadores de quantidades e origem das submissões e taxa de aprovação, por exemplo, são importantes para o monitoramento dessa etapa. Entretanto, o que faz a diferença para a gestão da certificação é o controle dos prazos envolvidos nesse processo. Ainda que se reconheça que um tempo, medido em meses, seja necessário entre a submissão de um artigo científico até a sua efetiva publicação, há que se controlar os tempos envolvidos nesse processo para que ele não se arraste demasiadamente e produza efetiva contribuição para os autores e suas pesquisas, inclusive nos casos de rejeição de artigos. O comprometimento com prazos e a alta qualidade da contribuição oferecida pelos revisores para a melhoria do artigo demonstram respeito ao trabalho dos autores e aos objetivos daquele periódico específico, e são fundamentais para a valorização do periódico, particularmente na comparação com os seus correlatos internacionais.

Algumas normas de conduta ajudam a orientar o trabalho da certificação. O manual de *Boas Práticas da Publicação Científica* produzido pela Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD, 2017), embora seja um bom exemplo de normas de conduta para a certificação, não trata de todo o processo de publicação, como sugere o seu título. Nesse caso, o mais correto seria nomear esse manual como *Boas Práticas da Certificação Científica*, pois consideramos que todo o processo de publicação deve incluir também a gestão editorial e a pós-publicação.

Confundir o processo de certificação com todo o processo editorial induz a equívocos ao se pensar em políticas para os periódicos. Existe, de fato, um processo de gestão de documentos na fase de certificação, associada ao controle do envio de artigos aos editores associados, revisores e autores, incluindo os devidos pareceres. Entretanto, essa gestão de documentos é tarefa que deve ser considerada atividade de gestão editorial. Documentos utilizados como critérios de avaliação de periódicos produzidos pela Scientific Electronic Library Online (SciELO, 2014) e Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes, 2007) colocam como condição que esse processo de gestão de documentos seja controlado por sistemas automatizados.

O que não está nesses critérios de avaliação, entretanto, é a discussão sobre potencial ganho de escala e consequente redução de custos na gestão dos periódicos, se a equipe de gestão editorial puder gerenciar o processo de gestão de documentos da fase de certificação para um grupo de periódicos, e não para cada periódico individualmente (Dubini et al., 2011).

De qualquer forma, uma vez certificado, ou seja, "aprovado para publicação", um artigo necessita de revisão do texto, formatação e ajustes diversos necessários para melhorar a apresentação do conteúdo do artigo já aprovado antes que ele seja efetivamente publicado. Essas atividades de editoração, juntamente com as de gestão de manuscritos, são atividades no âmbito da gestão editorial.

Diferentemente da certificação, na gestão editorial, o trabalho profissionalizado tende a gerar maior eficiência, pois é um esforço que gera custos relacionados a trabalho de profissionais do mercado editorial, como acontece com qualquer outro tipo de publicação não científica. Como a qualidade da apresentação dos artigos valoriza um periódico e consequentemente contribui para o seu processo de internacionalização, essas atividades não deveriam ser realizadas de maneira amadora ou voluntária.

Boa parte das atividades da gestão editorial é geralmente terceirizada, cabendo à equipe do periódico a interação com provedores de serviços especializados necessários para produzir uma publicação. Por não estar diretamente relacionada com a identidade do periódico, também na gestão dessas atividades há sensível ganho de escala caso a equipe editorial responsável cuide de vários periódicos ao mesmo tempo (Dubini et al., 2011).

Enquanto a certificação foca o conteúdo, garantindo a qualidade científica, as atividades de gestão da publicação tratam da forma, garantindo a qualidade gráfica (impressa ou digital) do

processo editorial científico. Como em qualquer outro processo editorial, publicar um periódico científico demanda cuidado com muitos detalhes, desde padronização de referências, tratamento da linguagem e das imagens, e outros tantos detalhes de formato que contribuem não só para melhorar a legibilidade de um artigo acadêmico, como também para facilitar o processo de indexação, necessária na fase de pós-publicação.

A pós-publicação está relacionada com o esforço de divulgação e aumento da visibilidade dos artigos publicados pelo periódico, e demanda o monitoramento quantitativo e qualitativo de vários indicadores (acesso, citação, espaços de divulgação etc.). Alguns consideram, nessa etapa, também o "marketing científico", por estar associada com as atividades que procuram dar visibilidade ao trabalho feito nas etapas anteriores de certificação e publicação.

De fato, se não houver um trabalho sistemático de pós-publicação, pouco adianta ter um artigo de qualidade aprovado e formatado competentemente, pois poucos ficarão sabendo da sua existência. Quanto mais um periódico consegue promover seu produto, os artigos, mais valorizado ele passa a ser. Outro aspecto relevante da pós-publicação é a preservação da memória científica, o que transforma o acervo de um periódico no seu principal ativo.

Com o crescimento do uso de mídias eletrônicas em processos editoriais, produção de vídeos e divulgação para redes sociais se tornam cada vez mais importantes para a disseminação do conhecimento científico. Nos critérios de avaliação do SciELO (2014), há um item específico denominado "Marketing e Divulgação", demandando que os periódicos desenvolvam um plano de disseminação "utilizando o Twitter, o Facebook e/ou outros sistemas". Apesar da sua inegável importância, a produção de peças de divulgação nessas novas mídias encarece o processo editorial e demanda serviços de terceiros ainda mais especializados.

Ao descrevermos as três dinâmicas do processo editorial científico para estabelecer as dimensões de atuação de um periódico acadêmico, pretendemos identificar o papel de cada uma na construção de um periódico com visibilidade internacional. Se a certificação é aquela que dá identidade ao periódico, a gestão editorial contribui para a melhoria da qualidade da publicação, e a pós-publicação objetiva aumentar a visibilidade dos artigos e cuida também do acervo do periódico.

Como efeito prático do entendimento das diferentes dinâmicas do processo editorial científico, é particularmente importante entender como a gestão editorial possui papel central na coordenação do conjunto de atividades inter-relacionadas que vão da certificação até a pós-publicação. Como foi dito anteriormente, a gestão editorial profissionalizada é essencial para garantir a qualidade de todo o processo editorial científico.

## DISSEMINAÇÃO DO CONHECIMENTO CIENTÍFICO VIA REPOSITÓRIOS

Entendidas as dinâmicas da produção editorial científica, vamos aprofundar a discussão sobre um dos mecanismos essenciais na disseminação do conhecimento científico, os repositórios (ou bases) de periódicos. Esses repositórios podem ser compreendidos como elementos de conexão com o ecossistema de disseminação do conhecimento científico e devem ser considerados parte essencial da fase de pós-publicação de qualquer periódico científico.

Não está no escopo deste ensaio apresentar uma tipologia completa dos repositórios, mas é útil entender algumas das características e influências de alguns deles na vida dos periódicos. Alguns repositórios são institucionais, e muitos periódicos participam deles de maneira compulsória. Além de orientar para um certo padrão dentro de determinada instituição, esses repositórios são particularmente importantes para periódicos com poucos recursos para investir numa plataforma de divulgação própria. Um exemplo é aquele organizado pela Biblioteca Digital da FGV (http://bibliotecadigital.fgv.br), que agrega todos os periódicos patrocinados por aquela instituição.

Um segundo tipo de repositório tem a sua importância relacionada diretamente à produção de índices de pós-publicação. Pelo seu foco nos índices, esses repositórios são também são conhecidos como "indexadores". Muitas vezes organizados para ajudar no compartilhamento de custos na produção de índices ou na tentativa de ajudar a promover periódicos que têm poucos recursos de divulgação, esses repositórios têm o papel muito importante de avaliar a produção científica de uma comunidade considerando todos os periódicos existentes, e não apenas os considerados mais relevantes, fator importante na era das caudas longas (Anderson, 2006). Um exemplo desse tipo de repositório é o SPELL (http://www.spell.org.br).

Há também os repositórios mais seletivos no qual os periódicos têm que se esmerar para comprovar a sua qualidade e, assim, conquistar a oportunidade de compartilhar espaço privilegiado entre os melhores de uma área de conhecimento. Nesses repositórios, a questão vai além do compartilhamento de custos ou de mais um espaço de divulgação. Estar indexado num desses repositórios objetiva obter um selo de qualidade para o periódico, o que garante reconhecimento por toda a comunidade científica. Um exemplo desse tipo de repositório é o SciELO (http://www.scielo.br).

Um quarto tipo de repositório importante de ser entendido, particularmente no contexto de internacionalização, é uma combinação dos dois últimos. Como o segundo tipo descrito

acima, esses repositórios têm foco na produção de índices, e não na divulgação dos artigos, e também são restritos a um seleto grupo de periódicos que preenchem uma série de requisitos de qualidade, como o terceiro tipo descrito. Entre esses, os mais importantes são os que publicam os índices Journal Citation Reports (JCR) e SCImago Journal Rank (SJR).

Os critérios de qualidade considerados por esses repositórios mais seletivos estão diretamente relacionados às dinâmicas do processo editorial científico mencionadas anteriormente. De uma forma geral, embora haja alguma controvérsia sobre a avaliação dos critérios de qualidade exigidos em cada repositório, aqueles periódicos que mantêm um bom padrão em seu processo editorial completo têm maior possibilidade de ser aceitos (ou indexados) nesses repositórios mais seletivos.

De modo geral, um periódico deve participar do maior número de repositórios que puder, pois cada repositório representa um ecossistema diferente e permite conexão com comunidades científicas em uma diversificada gama de redes acadêmicas. Ao participar desses repositórios, o periódico garante um nível de padronização e monitoramento externo sobre o seu desempenho, e aumenta sua visibilidade ao ampliar a participação nos espaços de disseminação científica. A participação nos repositórios mais seletivos, considerados por universidades e instituições de fomento em todo o mundo no estabelecimento de políticas de incentivo ou de acesso a recursos de pesquisa, representam um caminho necessário para a internacionalização de um periódico.

## MODELOS DE ASSINATURA *VERSUS* ACESSO ABERTO

O modelo de periódicos que conhecemos atualmente teve origem no século XVII, como um sistema intermediário entre os livros e a troca de cartas, usado pelos acadêmicos da época na disseminação do conhecimento científico (Solomon, 2013). Mais de um século depois, o sistema de avaliação por pares passou a ser integrado ao modelo nascente de periódicos, principalmente com o objetivo de preservar o bom nome das associações científicas que os publicavam.

Editoras comerciais passaram a dominar esse mercado de maneira mais sistemática apenas na segunda metade do século XX, explorando o crescente e rentável negócio de assinaturas, enquanto associações científicas se multiplicavam e ampliavam exponencialmente o número de periódicos disponíveis. A partir de meados nos anos 1990, com a internet, começou também a ficar mais comum o uso do meio digital para a disseminação do conhecimento científico. Não demorou para que editoras comerciais passassem, então, a investir em plataformas digitais que agregassem diversos títulos e tornassem comum a prática de vender assinaturas não de periódicos isolados, mas de pacotes contendo um conjunto de títulos.

Já no século XXI, esse modelo passou a ser questionado e apontado como danoso para a livre disseminação do conhecimento, base da evolução da ciência. Pior: o modelo de negócio das editoras comerciais que publicam periódicos científicos passou a ser alvo de contestação por explorar a mão de obra acadêmica, cobrando preços exorbitantes daqueles (os pesquisadores) que lhes forneciam gratuitamente um caro produto, os artigos científicos, muitas vezes à custa de altos investimentos do setor público. O britânico *The Guardian* chegou a nominar as editoras científicas de "inimigas da Ciência" e de "capitalistas mais selvagens do planeta", pela extorsiva política de preços praticada (Taylor, 2012).

Foi nesse contexto que o movimento conhecido como "acesso aberto" ganhou corpo, com a proposição de que os periódicos devem disponibilizar livremente seus conteúdos aos leitores. A partir dessa lógica, uma série de modelos de negócio suportando acesso aberto começou a aparecer, diversificando o cenário de disseminação da publicação científica (Costa & Guimarães, 2010).

De fato, principalmente a partir do Budapest Open Access Initiative em 2001, os defensores do acesso aberto passaram a defender que os processos de comunicação científica deveriam privilegiar "a distribuição eletrônica de textos completos de revistas revisadas por pares pela Internet e sem restrições de acesso" (Costa & Leite, 2016:37). Na América Latina, e no Brasil em particular, o acesso aberto passou a ser uma regra a partir de meados dos anos 2000, após a Comissão da Área de Administração, Ciências Contábeis e Turismo incluir nas diretrizes de avaliação dos periódicos a indicação de que passaria a ser valorizada "a disponibilidade online, sem custos (acesso livre ou aberto), do texto integral dos artigos publicados em periódicos, sejam estes impressos ou eletrônicos" (Capes, 2007:1).

Para complicar o cenário, o acesso aberto propiciou a emergência das chamadas "editoras predatórias", que exploram o mercado de publicações científicas promovendo um modelo em que os autores pagam para garantir acesso aberto aos leitores (Butler, 2013). Na prática, seriam "predatórias" porque dispensam qualquer critério científico na aprovação dos artigos e focam as tarifas cobradas dos autores. Ou seja, se as editoras científicas de modelo "fechado" exploram o trabalho dos autores, mas devolvem uma recompensa em reputação por terem publicado em um periódico reconhecidamente relevante para a comunidade científica, as predatórias, nem isso. É meramente "pagar para publicar".

Conectando essa discussão dos modelos de disseminação com o processo editorial apresentado anteriormente, percebe-se a relevância de entendermos melhor a questão dos custos de manter uma publicação científica. Se parece óbvio que manter um processo de publicação científica com qualidade implica custos relevantes, a discussão é sobre quem paga esses custos. Consolidou-se a lógica de que, enquanto as editoras tradicionais incentivam a ideia de o leitor pagar, o acesso aberto garante a gratuidade ao leitor, podendo caminhar para que o autor pague os custos de publicação. Mas esse não é certamente um jogo apenas de autores e leitores, e instituições de ensino e pesquisa e organismos de fomento, por exemplo, podem pagar para manter o acesso aberto a ambos os lados.

Independentemente de quem venha a pagar, o fato é que, para os periódicos brasileiros, que aderem compulsoriamente ao modelo de acesso aberto aos leitores, a discussão fica ainda mais complicada, principalmente em comunidades acadêmicas em que as alternativas para cobrar os autores não são bem-vistas. Assim, na maioria das vezes, quem paga acaba sendo uma instituição de ensino e pesquisa, pois sobram poucas alternativas para cobrir esses custos.

Some-se a isso o fato de a maioria esmagadora dos periódicos nacionais ser mantida por alguma instituição de ensino superior (IES), privada ou pública. Como não há retorno financeiro direto, o que essas instituições estão dispostas a investir nos periódicos em geral não cobre as necessidades para manter um padrão de qualidade exigido para colocá-los no patamar comparável ao dos periódicos internacionais vinculados a grandes editoras comerciais.

Isso favorece a criação de periódicos tocados de maneira "amadora", tanto no sentido positivo quanto no negativo, pois, embora sejam fruto de um trabalho dedicado, quase sempre voluntário, não conseguem atingir um padrão de qualidade à altura do que se encontra em mercados editoriais mais profissionalizados. E, nos *rankings* de periódicos, observamos que os que estão mais próximos do topo são, via de regra, geridos por equipes profissionalizadas e com modelos desenhados com foco no "negócio" de publicação científica.

Quando nos colocamos diante da internacionalização, modelos de negócio devem começar a fazer parte das discussões sobre a sustentabilidade dos nossos periódicos. Ou seja, precisamos urgentemente colocar em pauta a discussão sobre fontes de receita consistentes para os nossos periódicos, indo além da busca de financiamento a fundo perdido, seja pelas IES ou por organismos de fomento, que gastam um valor nada desprezível comprando bases de periódicos. Já que a temática dos modelos de negócio tem lugar garantido no campo de administração, pesquisadores da área têm aqui um bom tema para explorar.

## ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE PERIÓDICOS BRASILEIROS

Na era da globalização, internacionalizar está na pauta de todos. Os próprios periódicos brasileiros refletem esse movimento ao destacar a palavra-chave "internacionalização" entre as mais citadas nos artigos que publicam (Favaretto & Francisco, 2017). Na mesma medida em que os programas de pós-graduação pressionam seus professores para publicarem "internacionalmente", os periódicos nacionais também precisam se internacionalizar. Aqueles periódicos que não forem proativos no contexto da internacionalização não só continuarão invisíveis para autores estrangeiros, como também perderão importância para um grupo relevante de autores brasileiros. A questão é saber mais precisamente de qual internacionalização se está falando e como cada estratégia específica produz mais resultados com menos risco.

Diante desse cenário, os periódicos nacionais têm desenvolvido diversas iniciativas individuais de internacionalização. A seguir, vamos comentar três delas: publicação em inglês, adesão a editoras comerciais estrangeiras e investimento em chamadas de trabalho internacionais. Vale dizer que essas iniciativas não são autoexcludentes, ou seja, podem ser utilizadas de maneira combinada por quaisquer periódicos.

Há muito que diversos periódicos brasileiros em várias áreas adotam o inglês como única língua de publicação. O argumento é que o inglês é a única via para se alcançar visibilidade internacional, já que o português é uma língua muito pouco conhecida. Assim como no mundo dos negócios globalizados, a ciência globalizada só sabe falar em inglês.

Da mesma forma que o grego e o latim também já foram língua franca usada na transmissão de conhecimento em outras eras, seria difícil argumentar contra o uso do inglês como língua oficial dos periódicos brasileiros nos tempos atuais. Entretanto, além do impacto no custo do processo editorial com a adoção de uma língua que não é a nossa, deveríamos refletir melhor sobre algumas outras questões antes de adotar cegamente o inglês como língua oficial exclusiva.

Em primeiro lugar, não se pode confundir visibilidade com qualidade. Quem argumenta que os artigos mais citados estão em inglês, deveria considerar também que há muito artigo em inglês que não recebe citação alguma. Assim, para um artigo ser lido e, principalmente, citado por outros, é preciso bem mais do que traduzi-lo para o inglês. Colocar o foco exclusivo na publicação em inglês talvez nos desvie do principal objetivo a ser perseguido,

ou seja, a qualidade científica e editorial do periódico. Se isso acontecer, corremos o risco de termos brasileiros publicando em inglês para outros brasileiros lerem, com a desvantagem de encarecer o processo editorial e reduzir a relevância local do que é publicado. A língua deve ser o meio, não o objetivo final, para se obter visibilidade com qualidade.

Um segundo ponto que não deveria ser desprezado na definição da "língua oficial" de um periódico é a notável evolução das ferramentas de tradução automáticas observada nos últimos anos. Se não estamos no ponto em que as traduções feitas por ferramentas automáticas possam ser consideradas confiáveis, não é difícil antecipar um tempo em que teremos acesso ao que pensam os que não falam a mesma língua que nós, sem necessariamente termos de usar o atalho comum do inglês. Isso significa que talvez não estejamos distantes de um futuro em que seria simplesmente irrelevante definir a língua de publicação de um artigo científico.

Mais complicado, porém, é o fato de a adoção do monolinguismo anglófono por parte dos periódicos brasileiros pode trazer riscos para a própria evolução do conhecimento científico, colocando barreiras para a disseminação de um saber mais diversificado. Como lembram Alves e Pozzebon (2013), a internacionalização do ensino superior tem levado ao enfraquecimento das tradições locais e nacionais, negligenciando outras línguas faladas em massa como mandarim, espanhol, árabe, hindi, russo, português e francês, o que compreende um universo de três bilhões de pessoas. No caso específico do ensino de administração, essa lógica coloca os pesquisadores não anglófonos numa "condição subalterna" ao optar por uma lógica externa à sua realidade e que define o que é conhecimento científico de qualidade (Rosa & Alves, 2011:263). Paradoxalmente, mesmo aqueles que se pretendem opor à hegemonia anglo-saxônica, para ter atenção na academia "internacional", têm que publicar seus trabalhos em inglês para torná-los conhecidos por um público mais amplo (Gantman, Yousfi & Alcadipani, 2015).

Se isso sugere que talvez o inglês venha mesmo a ser a língua universal da ciência na nossa era, não adianta lutar contra. Esse quadro faz emergir a segunda estratégia de internacionalização que gostaríamos de discutir, a de entregar os periódicos brasileiros às grandes editoras internacionais. É fato que essas grandes editoras conseguem garantir a qualidade necessária à disseminação internacional do conhecimento científico. E não é de se surpreender, por tudo o que foi dito anteriormente, que a maior qualidade de publicação dessas editoras só é possível por manterem uma estrutura compartilhada de publicação que atende a um grande número de periódicos ao mesmo tempo.

Larivière, Haustein e Mongeon (2015), em um amplo estudo sobre a indústria da publicação científica, cobrindo mais de 45 milhões de artigos entre 1973 e 2013, apontam uma crescente migração de periódicos para o controle das grandes editoras. O estudo identificou que, em 2013, metade dos artigos publicados em um dos repositórios mais seletivos era de apenas cinco grandes editoras.

Isso poderia sugerir que o caminho natural para nossos periódicos, que também querem ganhar um lugar de destaque junto aos principais periódicos internacionais, deveria ser mesmo o de migração para uma grande editora. Entretanto, outro achado da mesma pesquisa se mostra preocupante para quem aposta nessa estratégia para conseguir ampliar a sua visibilidade e, consequentemente, o seu impacto medido em volume de citações. Os autores ressaltam que, particularmente nas ciências sociais, o impacto médio dos artigos publicados nos periódicos que migraram para as grandes editoras permaneceu abaixo da média mundial. Ou seja, essa estratégia não produziu nenhuma melhoria no impacto dos periódicos, mesmo 10 anos após a migração.

A terceira estratégia de internacionalização a ser considerada são as chamadas de trabalho internacionais, os *call for papers*. Chamadas coordenadas por comitês que combinem brasileiros e convidados de outros países são um recurso o qual os periódicos nacionais deveriam considerar com mais frequência. Se é fato que alguns de nossos principais periódicos contam, em seu corpo editorial científico, com pesquisadores brasileiros bem articulados com parceiros internacionais, é o caso de criar condições para que essas parcerias sejam também trazidas para dentro dos nossos periódicos.

Os benefícios de consolidar essas parcerias internacionais em torno de uma chamada são por demais evidentes. Em primeiro lugar, o periódico passa a conhecer e trabalhar com editores internacionais convidados, alguns dos quais passariam a integrar o comitê científico permanente. Diferente do que alguns periódicos nacionais costumam fazer ao convidar pesquisadores estrangeiros para seu corpo editorial para atender à exigência de constituir uma lista "mais internacional", a participação em uma chamada de trabalho ocorre com uma agenda bem-definida que inclui datas, responsabilidade de divulgação em redes de pesquisa, acompanhamento de pareceres etc. A partir do acompanhamento dessas chamadas, um trabalho de vários meses, e dos resultados obtidos ao seu final, o periódico pode avaliar o verdadeiro comprometimento dos parceiros internacionais. Com isso o periódico pode atrair parceiros internacionais que entendam o seu projeto editorial e ajudem a fortalecê-lo. Da mesma forma, os parceiros internacionais passam a conhecer melhor a condução do processo editorial e a qualidade do que

se publica naquele periódico, aumentando as chances de citar seus artigos no futuro.

As dificuldades de fazer essa estratégia funcionar também são evidentes. Em primeiro lugar, é preciso convencer os brasileiros, atuais parceiros dos periódicos nacionais, a convidarem seus pares estrangeiros a participar de uma chamada de trabalho em um periódico "obscuro" e que não é considerado do primeiro time dos grandes periódicos estrangeiros. Periódicos que possuem bom desempenho em seus processos editoriais, com bons números (submissão, prazos etc.) para apresentar, costumam ser melhores candidatos a ter sucesso nessa empreitada. Além disso, boa representação regional (América Latina e ibéricos, para os brasileiros) também ajuda a atrair pesquisadores interessados em divulgar suas pesquisas nessas regiões.

Alguns aspectos do contexto do Brasil no mundo também ajudam na atração de pesquisadores internacionais. O primeiro deles é o evidente crescimento do interesse internacional pelo Brasil. Pesquisadores de alguns países desenvolvidos têm se dedicado cada vez mais a entender a nossa sinuosa lógica, algumas vezes com certa dificuldade para explicá-la com seus modelos. Pesquisadores de países em desenvolvimento têm interesse em conhecer alguns dos modelos que temos desenvolvido aqui e que podem ter impactos relevantes no caminho de desenvolvimento de seus países de origem.

O segundo aspecto é o aumento da responsabilidade internacional do Brasil. A identificação do nosso país num bloco diferenciado tanto dos que já são desenvolvidos quanto da maioria que ainda se denomina em desenvolvimento é um sinal importante. Obriga-nos a desenvolver uma pauta de pesquisa que permita abrir oportunidades de parcerias com instituições de países com os perfis mais variados. Podemos ajudar uns a nos entender melhor e também podemos conhecer mais sobre outros que querem adotar modelos desenvolvidos em nosso contexto.

Talvez a dificuldade maior seja mesmo convencer o pesquisador brasileiro a investir seu capital acadêmico – seus contatos internacionais – num periódico nacional. Considerando que todos os nossos mecanismos de incentivo premiam mais a participação num periódico internacional, ainda que este tenha desempenho, em seus processos editoriais, inferior aos de alguns dos nossos, o que ganharia o autor nacional em trazer seus contatos para um periódico brasileiro? No cenário atual, não muito. Ganharia certamente mais se investisse na sua parceria estrangeira para produzir um artigo com potencial de publicação em periódicos bem ranqueados internacionalmente.

Esse é um problema sobre o qual deveríamos todos, periódicos, pesquisadores, instituições de pesquisa e fomento, nos debruçar. Se já desenvolvemos um conjunto de mecanismos que premia a publicação internacional, por que não premiar também o trabalho de ajudar a internacionalizar nossos periódicos, ao trazer para os periódicos nacionais a participação de autores de instituições estrangeiras? Com esse tipo de incentivo concreto, certamente os periódicos brasileiros poderiam trilhar mais consistentemente o rumo à internacionalização.

Todas as três iniciativas de internacionalização mencionadas devem ser consideradas pelos periódicos nacionais, isoladamente ou combinadas. Todas têm seu valor e suas limitações, entretanto. Avaliar o potencial de cada uma em cada contexto específico é crucial para uma efetiva estratégia de internacionalização.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

De tudo o que foi dito anteriormente, podemos extrair alguns pontos importantes. Em primeiro lugar, o fato de ser necessário investirmos na internacionalização de nossos periódicos sob pena de deixá-los perder até mesmo a sua relevância nacional. Ainda que isso possa ser colocado em perspectiva, pois temos uma enorme diversidade no nosso universo de publicação científica, pelo menos os principais periódicos da área de administração deveriam estar conscientes sobre a importância de um posicionamento internacional consistente.

Em segundo lugar, destacamos o foco no aperfeiçoamento dos processos editoriais como um caminho necessário rumo a qualquer iniciativa de internacionalização. Controle e ampla divulgação dos indicadores extraídos de todos os três grupos de atividades relacionados ao processo editorial são fundamentais.

Há que se considerar o amplo espaço de colaboração entre periódicos essencial para obter melhor sucesso na gestão dos processos editoriais. Como os custos de manter um processo editorial científico de qualidade são altos, devemos investir em plataformas comuns e profissionalizadas de gestão editorial que atendam vários periódicos simultaneamente, em vez de imaginar que cada periódico sozinho pode encontrar uma solução para melhorar seu *status*.

Uma alternativa para financiar esse tipo de plataforma comum seria uma mudança na política por parte de órgãos de fomento. Por exemplo, uma parte do recurso hoje gasto para financiar periódicos isoladamente ou comprando bases de periódicos internacionais poderia ser convertida para iniciativas que promovessem a agregação da gestão editorial de periódicos. Outra alternativa foi aventada em 2013 por um dos fundadores do SciELO, ao propor que este deixe de ser apenas um repositório e se transforme num verdadeiro *publisher* (SciELO, 2013). Nesse

caso, talvez tivéssemos uma editora nacional com estrutura capaz de concorrer com as internacionais. Qualquer que seja a alternativa, não podemos depender apenas de grandes editoras internacionais como alternativa para definir o futuro de nossos periódicos, ainda que consideremos que elas também devem ter espaço para atuar em nosso país.

Outro aspecto da colaboração entre os periódicos fica explícito na participação nos repositórios internacionais mais relevantes. A *RAE*, o periódico nacional da área de administração com maior destaque internacional, fez uma simulação em 2015 e descobriu que dobraria o seu fator de impacto no JCR se outros periódicos nacionais do estrato A2/Qualis estivessem na mesma base (Diniz, 2015). Isso acontece porque a *RAE* é mais citada por *RAC*, *RAP*, *RAUSP*, *Cadernos EBAPE.BR*, *O&S* etc. do que pelos periódicos estrangeiros. E esses periódicos também entrariam nessas mesmas bases em que a *RAE* já está com algum fator de impacto relevante. Com base nessa observação, fica claro que o processo de negociação para entrada nessas bases deve ser mais bem articulado entre os vários periódicos que já estão nesse caminho. A experiência de uns certamente pode contribuir para a entrada de outros. E todos ganham.

Por último, seria importante que nossos gestores acadêmicos, que tanto se esmeram para criar incentivos à internacionalização de nossa academia, considerassem que não basta premiar autores por publicarem internacionalmente, pois não construiremos uma academia forte sem periódicos também fortes. Precisamos entender que os mecanismos de incentivo também devem contemplar o pesquisador brasileiro que consegue atrair pares internacionais para publicar nos periódicos nacionais. Ao atrair autores internacionais relevantes para reforçar os nossos periódicos, seja como autores ou como membros de comitês científicos, esse pesquisador brasileiro está trabalhando para aumentar a relevância de toda a comunidade acadêmica brasileira ao dar maior visibilidade internacional aos periódicos nacionais.

## REFERÊNCIAS

Alves, M. A., & Pozzebon, M. (2013). How to resist linguistic domination and promote knowledge diversity? *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *53*(6), 629-633. doi:10.1590/S0034-759020130610

Anderson, C. (2006). *The long tail: Why the future of business is selling less of more*. New York: USA. Hachette Books.

Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. (2017). *Boas práticas da publicação científica: Manual para autores, revisores, editores e integrantes de corpos editoriais*. Recuperado de http://www.anpad.org.br/diversos/boas_praticas.pdf

Butler, D. (2013). The dark side of publishing. *Nature*, *495*(7442), 433. doi:10.1038/495433a

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. (2007). *Diretrizes de avaliação de periódicos 2007-2009*. Comissão de Administração, Ciências Contábeis e Turismo. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Costa, M. P. D., & Leite, F. C. L. (2016). Open access in the world and Latin America: A review since the Budapest Open Access Initiative. *Transinformação*, *28*(1), 33-46. doi:10.1590/2318-08892016002800003

Costa, S. M. D. S., & Guimarães, L. V. D. S. (2010). Qualidade de periódicos científicos eletrônicos brasileiros que utilizam o sistema eletrônico de editoração de revistas (SEER). *Informação & Informação*, *15*, 75-92. doi:10.5433/1981-8920.2010v15n1espp75

Diniz, E. H. (2015). Internacionalização da RAE: O caminho trilhado entre 2009 e 2015. Editorial. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *55*(6), 466-466. doi:10.1590/S0034-759020150601

Dubini, P., Trani, F. di, & Micheli, M. R. (2011). *PEER Economics Report*. Art, Science and Knowledge (ASK). Recuperado de http://www.peerproject.eu/fileadmin/media/reports/PEER_Economics_Report.pdf.

Favaretto, J. E., & Francisco, E. R. (2017). Exploração do acervo da *RAE-Revista de Administração de Empresas* (1961 a 2016) à luz da bibliometria, text mining, rede social e geoanálise. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *57*(4), 365-390. doi: 10.1590/S0034-759020170407

Gantman, E. R., Yousfi, H., & Alcadipani, R. (2015). Challenging Anglo-Saxon dominance in management and organizational knowledge. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *55*(2), 126-129. doi:10.1590/S0034-759020150202

Larivière, V., Haustein, S., & Mongeon, P. (2015). The oligopoly of academic publishers in the digital era. *PloS one*, *10*(6), e0127502. doi:10.1371/journal.pone.0127502

Rosa, A. R., & Alves, M. A. (2011). Pode o conhecimento em gestão e organização falar português? *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *51*(3), 255-264. doi:10.1590/S0034-75902011000300006

Scientific Electronic Library Online. (2013). Entrevista Rogério Meneghini [on-line]. SciELO em Perspectiva. *Scientific Electronic Library Online*. Recuperado de http://blog.scielo.org/blog/2013/07/15/entrevista-rogerio-meneghini/

Scientific Electronic Library Online. (2014). Critérios, política e procedimentos para a admissão e a permanência de periódicos científicos na Coleção SciELO Brasil. *Scientific Electronic Library Online*. Recuperado de http://www.scielo.br/avaliacao/20141003NovosCriterios_SciELO_Brasil.pdf

Solomon, D. J. (2013). Digital distribution of academic journals and its impact on scholarly communication: Looking back after 20 years. *The Journal of Academic Librarianship*, *39*(1), 23-28. doi:10.1016/j.acalib.2012.10.001

Taylor, M. (2012). Academic publishers have become the enemies of science. The Guardian. Recuperado de https://www.theguardian.com/science/2012/jan/16/academic-publishers-enemies-science

# ESPECIAL *RAE*

Artigo convidado

DOI: http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170407

# EXPLORAÇÃO DO ACERVO DA *RAE-REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS* (DE 1961 A 2016) À LUZ DA BIBLIOMETRIA, *TEXT MINING*, REDE SOCIAL E GEOANÁLISE

## *Exploring the archive of RAE-Revista de Administração de Empresas (1961 - 2016) in the light of bibliometrics, text mining, social network and geoanalysis*

## *Exploración del acervo de la RAE-Revista de Administração de Empresas (1961 - 2016) a la luz de la bibliometría, text mining, rede social y geoanálisis*


## RESUMO

Este artigo analisou mais de cinco décadas do acervo da Revista de Administração de Empresas (*RAE*), entre 1961 e 2016, pelo acesso aos documentos disponibilizados via internet no repositório eletrônico de periódicos e revistas da Biblioteca Digital da Fundação Getulio Vargas – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, o qual segue o protocolo aberto Open Archives Initiative – Protocol for Metadata Harvesting (OAI-PMH) de interoperabilidade entre repositórios digitais. Um total de 2.381 documentos publicados no periódico (1.422 artigos, 217 editoriais, 62 pensatas e 680 resenhas) foi coletado de modo automatizado e posteriormente analisado com a utilização de técnicas de bibliometria, *text mining*, rede social e geoanálise. Este estudo permite compreender a trajetória da existência do periódico *RAE* em seus 22 diferentes períodos de gestão, o incremento da autoria nas publicações do periódico em 14 intervalos de tempo, os termos e palavras-chave com mais frequência e importância nos documentos publicados, bem como a formação das redes de coautoria dos pesquisadores que contribuíram para o desenvolvimento da ciência da Administração no País.


**PALAVRAS-CHAVE |** Periódico científico *RAE*, análise bibliométrica, *text mining*, análise de redes sociais, geoanálise.


## *ABSTRACT*

*This article examined more than five decades of the Revista de Administração de Empresas (Journal of Business Administration [RAE]), between 1961 and 2016, through accessing documents made available on the internet in the electronic repository of periodicals and magazines of the Biblioteca Digital da Fundação Getulio Vargas-Escola de Administração de Empresas de São Paulo (Digital Library of the Getulio Vargas Foundation-School of Business Administration of São Paulo), which follows the Open Archives Initiative-Protocol for Metadata Harvesting (OAI-PMH) of interoperability between digital repositories. A total of 2,381 documents published in the journal (1,422 articles, 217 editorials, 62 opinion articles, and 680 reviews) were collected through an automated process and later analyzed using techniques such as bibliometrics, text mining, social networking, and geo-analysis. This study enables understanding of the path that the RAE journal has followed throughout its existence including 22 different management periods, the increase of authorship within its publications during 14 time intervals, the most frequent and important terms and keywords appearing in its published documents, and the formation of co-authoring networks of researchers who contribute to the development of the Administration science in the Country.*


***KEYWORDS |*** *Scientific journal RAE, bibliometric analysis, text mining, social network analysis, geo-analysis*


## *RESUMEN*

*Este artículo analizó más de cinco décadas del acervo de la Revista de Administração de Empresas (RAE) -entre 1961 y 2016- mediante el acceso a documentos disponibles en internet, en el repositorio electrónico de periódicos y revistas de la Biblioteca Digital de la Fundação Getulio Vargas – Escuela de Administración de Empresas de São Paulo, que sigue el protocolo abierto Open Archives Initiative – Protocol for Metadata Harvesting (OAI-PMH) de interoperabilidad entre repositorios digitales. En total, se recolectaron de forma automatizada 2.381 documentos publicados en el periódico (1.422 artículos, 217 editoriales, 62 pensatas y 680 reseñas) y posteriormente se analizaron utilizando técnicas de bibliometría, text mining, redes sociales y geoanálisis. Este estudio permite comprender la trayectoria del periódico RAE en sus 22 diferentes períodos de gestión, el incremento de la autoría en las publicaciones del periódico en 14 intervalos de tiempo, los términos y palabras clave más frecuentes e importantes en los documentos publicados, así como la formación de las redes de coautoría de los investigadores que contribuyeron al desarrollo de la ciencia de la Administración en el País.*


***PALABRAS CLAVE |*** *Periódico científico RAE, análisis bibliométrico, text mining, análisis de redes sociales, geoanálisis.*


**JOSÉ EDUARDO RICCIARDI FAVARETTO**
**jose@favaretto.net**
*Pesquisador da Fundação Getulio Vargas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo – São Paulo – SP, Brasil*

**EDUARDO DE REZENDE FRANCISCO**
**eduardo.francisco@espm.br**
*Professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing, Programa de Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor – São Paulo – SP, Brasil*

## INTRODUÇÃO

Diversos periódicos científicos brasileiros da área da Administração já foram objeto de estudos que exploraram o mapeamento do acervo de suas produções científicas, entre eles, a *RAE-eletrônica* (Francisco, 2011), a *Brazilian Administration Review* (*BAR*) (Ribeiro & Costa, 2013), a *Revista de Administração Pública* (*RAP*) (Ribeiro, 2014a), a *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais* (*Internext*) (Ribeiro, 2014b), a *Revista Brasileira de Inovação* (*RBI*) (Ribeiro & Corrêa, 2014), a *Revista de Administração Contemporânea* (*RAC*) (Ribeiro, 2015) e a *Revista de Administração da USP* (*RAUSP*) (Ribeiro, Corrêa, Costa, & Fischmann, 2016), com a utilização de variadas técnicas de análise.

A literatura acadêmica também relata estudos que comemoram a longevidade de periódicos estrangeiros, entre eles os 33 anos do *Journal of Econometrics* (Amemiya, 2009), os 40 anos do *Journal of Management* (Fleet & Bedeian, 2016) e os 50 anos do periódico *Management Science*, na visão da pesquisa em sistemas de informação (Banker & Kauffman, 2004).

Em estudo que avaliou as 10 revistas científicas brasileiras de maior acesso na biblioteca eletrônica do Scientific Electronic Library Online (SciELO) em oito diferentes áreas do conhecimento (Medeiros, 2016) e utilizou dados da ferramenta *SciELO Analytics* (SciELO, 2017) no período de setembro de 2015 a agosto de 2016, foi atribuída à *RAE* a primeira colocação entre os periódicos pertencentes à área de Ciências Sociais Aplicadas, e também a sexta posição entre as revistas mais acessadas no *ranking* geral dessa plataforma, com um total de 3.011.534 acessos no período mensurado (Medeiros, 2016; *RAE*, 2016).

A *RAE*, publicada pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo, da Fundação Getulio Vargas (FGV EAESP), foi lançada em maio de 1961 (FGV, 1961), e sua publicação ininterrupta atingiu o total de 56 volumes completos no final do ano de 2016.

Como um periódico consolidado no meio acadêmico-científico do País, com foco generalista na área de Administração e dirigido para professores, pesquisadores e estudantes, seu acervo digital tem acesso aberto sem restrições para toda a comunidade.

A *RAE* está classificada na Plataforma Sucupira-Qualis 2013-2016 (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior [Capes], 2017) como um periódico A2, no *Scimago Journal & Country Rank* 2016 (SJR, 2017) com o índice SJR de 0,155 e no *Journal Citation Reports-Thomson Reuters* 2016 (JCR, 2017) com o Fator de Impacto de 0,408. Das revistas científicas brasileiras listadas na coleção do *Social Sciences Citation Index* (SSCI), a *RAE* ocupa a oitava posição entre os periódicos das demais áreas, mas é a primeira da área de conhecimento da Administração, conforme *ranking* divulgado em junho de 2017. Consideramos que, nesta edição especial de aniversário, justifica-se destacar os principais períodos da revista e suas características. A próxima seção apresenta um breve histórico do periódico; em seguida, é descrito o procedimento de coleta e análise dos dados, e, na sequência, são identificados e discutidos os resultados.

## A *RAE-REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS*

Nesta jornada de mais de cinco décadas de vida, a gestão de conteúdo editorial da *RAE* teve a direção conduzida por diretores, redatores ou editores-chefes, em 22 diferentes períodos, como informado no Quadro 1.

Durante os três primeiros períodos de administração do periódico, de maio-agosto de 1961 até abril-junho de 1968, os próprios diretores acumulavam os cargos de redatores-chefes do periódico. A partir do volume 8, número 28, de julho-setembro de 1968, os diretores passaram a contar com o auxílio de redatores-chefes, os quais permaneceram atuantes na gestão do conteúdo do periódico até o volume 29, número 4, do ano de 1989.

Nos artigos publicados no periódico do ano de 1989 (volume 29) em diante, além dos resumos na língua portuguesa, foram também inseridos resumos na língua inglesa.

A partir do ano de 1990, na gestão da professora Gisela Taschner Goldenstein, deixou de existir o cargo de redator-chefe, e o diretor da *RAE* passou a também acumular o cargo de editor-chefe do periódico, permanecendo dessa forma até os dias atuais. Em abril-junho de 1991 (volume 31, número 2), a própria professora também relata em editorial a comemoração dos 30 anos da *RAE* (Goldenstein, 1991).

Entre todos os diretores da *RAE* em seus 22 períodos de gestão, dois deles repetiram sua passagem pela revista: o professor Carlos Osmar Bertero, com a primeira participação no período 3 (de janeiro-março de 1967 a abril-junho de 1968) e a segunda participação no período 18 (de abril-junho de 2005 a outubro-dezembro de 2007), e o professor Sérgio Micelli Pessoa de Barros, que participou do período 9 (de abril-junho de 1980 a janeiro-março de 1982) e do período 11 (de janeiro-março de 1984 a julho-setembro de 1985). Visto pelo total de tempo em que ocupou o cargo de gestor da *RAE*, o professor Eduardo H. Diniz foi o editor-chefe que mais tempo permaneceu no periódico (Diniz, 2016), de julho de 2009 a janeiro de 2016 – aproximadamente sete anos, seguido em longevidade pelo professor Roberto Venosa, com cinco anos de permanência na *RAE* – de janeiro de 1996 a janeiro de 2001.

Quadro 1. **Períodos de atuação de cada diretor, redator ou editor-chefe responsável pela *RAE* de 1961 a 2016 organizados por ordem cronológica crescente das edições (volumes e números) e pelos meses das publicações, conforme participações na assinatura do editorial e/ou no expediente do periódico**

| Período | Nome do responsável | Diretor, editor ou redator | Vol. inicial e final | Núm. inicial e final | Ano inicial e final | Meses da publicação inicial e final |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 01 | Richers, Raimar | Diretor/Redator | 1 | 1 | 1961 | maio-agosto |
| | | | 5 | 15 | 1965 | abril-junho |
| 02 | Balcão, Yolanda Ferreira | Diretor/Redator | 5 | 16 | 1965 | julho-setembro |
| | | | 6 | 21 | 1966 | outubro-dezembro |
| 03 | Bertero, Carlos Osmar | Diretor/ Redator | 7 | 22 | 1967 | janeiro-março |
| | | | 8 | 27 | 1968 | abril-junho |
| 04 | Bouzan, Ary | Diretor | 8 | 28 | 1968 | julho-setembro |
| | Costa, Esdras Borges | Redator | 9 | 1 | 1969 | janeiro-março |
| 05 | Figueiredo, Orlando | Diretor | 9 | 2 | 1969 | abril-junho |
| | Costa, Esdras Borges | Redator | 9 | 2 | 1969 | abril-junho |
| | Suplicy, Eduardo Matarazzo | Redator | 9 | 3 | 1969 | julho-setembro |
| | | | 10 | 3 | 1970 | julho-setembro |
| | Nicol, Robert Norman Vivian Cajado | Redator | 10 | 4 | 1970 | outubro-dezembro |
| | | | 11 | 2 | 1971 | abril-junho |
| 06 | Berlinck, Manoel Tosta | Diretor | 11 | 3 | 1971 | julho-setembro |
| | Nicol, Robert Norman Vivian Cajado | Redator | 12 | 4 | 1972 | outubro-dezembro |
| 07 | Nicol, Robert Norman Vivian Cajado | Diretor | 13 | 1 | 1973 | janeiro-março |
| | Barros, Sérgio Micelli Pessoa de | Redator | 13 | 1 | 1973 | janeiro-março |
| | | | 14 | 6 | 1974 | novembro-dezembro |
| | Goldschmidt, Paulo Clarindo | Redator | 15 | 1 | 1975 | janeiro-fevereiro |
| | | | 15 | 3 | 1975 | maio-junho |
| 08 | Lima, Luiz Antonio de Oliveira | Diretor | 15 | 4 | 1975 | julho-agosto |
| | Goldschmidt, Paulo Clarindo | Redator | 18 | 1 | 1978 | janeiro-março |
| | Reiss, Gerald Dinu | Redator | 18 | 2 | 1978 | abril-junho |
| | | | 20 | 1 | 1980 | janeiro-março |
| 09 | Barros, Sérgio Micelli Pessoa de | Diretor | 20 | 2 | 1980 | abril-junho |
| | Moura, Alkimar Ribeiro | Redator | 20 | 2 | 1980 | abril-junho |
| | | | 22 | 1 | 1982 | janeiro-março |
| 10 | Nakano, Yoshiaki | Diretor | 22 | 2 | 1982 | abril-junho |
| | Leite, Dennis Cintra | Redator | 22 | 2 | 1982 | abril-junho |
| | | | 23 | 4 | 1983 | outubro-dezembro |
| 11 | Barros, Sérgio Micelli Pessoa de | Diretor | 24 | 1 | 1984 | janeiro-março |
| | Rodrigues, Arakcy Martins | Redatora | 24 | 1 | 1984 | janeiro-março |
| | | | 25 | 3 | 1985 | julho-setembro |
| 12 | Forjaz, Maria Cecília Spina | Diretora | 25 | 4 | 1985 | outubro-dezembro |
| | Rodrigues, Arakcy Martins | Redatora | 25 | 4 | 1985 | outubro-dezembro |
| | Goldenstein, Gisela Taschner | Redatora | 26 | 1 | 1986 | janeiro-março |
| | | | 29 | 3 | 1989 | julho-setembro |
| 13 | Durand, Maria Rita G. Loureiro | Diretora | 29 | 4 | 1989 | outubro-dezembro |
| | Goldenstein, Gisela Taschner | Redatora | 29 | 4 | 1989 | outubro-dezembro |
| 14 | Goldenstein, Gisela Taschner | Diretora | 30 | 1 | 1990 | janeiro-março |
| | | | 31 | 3 | 1991 | julho-setembro |
| 15 | Gonçalves, Marilson Alves | Diretor / | 31 | 4 | 1991 | outubro-dezembro |
| | | Redator | 35 | 6 | 1995 | novembro-dezembro |
| 16 | Venosa, Roberto | Diretor / | 36 | 1 | 1996 | janeiro-março |
| | | Editor | 41 | 1 | 2001 | janeiro-março |
| 17 | Wood Júnior, Thomaz | Diretor / | 41 | 2 | 2001 | abril-junho |
| | | Editor | 45 | 1 | 2005 | janeiro-março |
| 18 | Bertero, Carlos Osmar | Diretor / | 45 | 2 | 2005 | abril-junho |
| | | Editor | 47 | 4 | 2007 | outubro-dezembro |
| 19 | Aranha, Francisco | Editor-Chefe | 48 | 1 | 2008 | janeiro-março |
| | | | 48 | 4 | 2008 | outubro-dezembro |
| 20 | Vasconcelos, Flávio Carvalho de | Editor-Chefe | 49 | 1 | 2009 | janeiro-março |
| | | | 49 | 2 | 2009 | abril-junho |
| 21 | Diniz, Eduardo Henrique | Editor-Chefe | 49 | 3 | 2009 | julho-setembro |
| | | | 56 | 1 | 2016 | janeiro-março |
| 22 | Tonelli, Maria José | Editora-Chefe | 56 | 2 | 2016 | abril-junho |
| | | | 56 | 6 | 2016 | novembro-dezembro |

Da longa trajetória de existência da revista acompanhada durante o mapeamento deste artigo, alguns aspectos emergiram dos dados e puderam ser reportados nesta seção.

A partir da edição de janeiro/março de 2001 (volume 41, número 1), no final da gestão do diretor/editor Roberto Venosa, então sucedido pelo professor Thomaz Wood Júnior, além de passar a existir no periódico *RAE* a seção Fórum – considerada um espaço 'nobre' de publicação de materiais com praticamente a mesma relevância da seção Artigos, a revista passou a também publicar pensatas.

Entre 2001 e 2002, a *RAE*publicações aumentou seu escopo de atuação, incluindo na sua coleção a *RAE-eletrônica* e a *RAE-executivo*, que mais tarde se tornou *GV-executivo* (Rosa & Santos, 2012).

Em janeiro de 2010, a *RAE* passou a fazer parte do *Social Sciences Citation Index* (SSCI) e a constar no *Journal Citation Reports/Social Sciences Edition* (JCR) (Diniz, 2010), um importante indexador do meio acadêmico-científico que reúne coleções de periódicos do mundo todo e mensura anualmente seus fatores de impacto (JCR, 2017). A partir desse mesmo ano (volume 50), os artigos publicados no periódico também passaram a trazer o resumo em espanhol.

Do ano de 2011 (volume 51) em diante, a *RAE* retomou a sua periodicidade bimestral, com a publicação de seis números anuais (SciELO Brasil, 2017a), ocorrendo nos meses de janeiro, março, maio, julho, setembro e novembro (*RAE*, 2017a, 2017b). Na edição de maio-junho de 2011 (volume 51, número 3), em texto do professor Bertero, são destacados os 50 anos da existência do periódico (Bertero, 2011), complementando fatos abordados alguns anos antes (Bertero, 2006).

Com a continuidade do processo de internacionalização da *RAE*, a revista realizou diversas ações para esse fim: a tradução do sistema de submissão, a participação de membros de instituições estrangeiras no comitê científico do periódico, a publicação de artigos em três idiomas, além da publicação de uma primeira edição totalmente em inglês (Diniz, 2015).

A partir da renovação do corpo editorial científico em 2014, fazendo elevar a participação de estrangeiros de 10% para 21%, ocorreu um aumento da publicação de artigos na *RAE* de autores vinculados a instituições acadêmicas internacionais (Diniz, 2014). Tal movimento teve prosseguimento com a gestão dos professores Francisco Aranha, em 2008, e Flávio Vasconcelos, em 2009, e a longeva fase liderada por Eduardo Diniz. A internacionalização de periódicos brasileiros da área de Administração (Diniz, 2017) demonstra-se uma temática desafiadora.

A partir do segundo exemplar da *RAE* do ano de 2016, teve início o 22º período de gestão editorial do periódico, tendo como editora-chefe a professora Maria José Tonelli, a sexta mulher a ocupar o cargo de gestor/gestora do conteúdo da revista, unindo-se ao grupo formado por, em ordem de assunção ao cargo: Yolanda Ferreira Balcão, Arakcy Martins Rodrigues, Maria Cecília Spina Forjaz, Gisela Taschner Goldenstein e Maria Rita G. Loureiro Durand.

Portanto, a elaboração deste estudo abrangendo todo o acervo da *RAE*, com a utilização de técnicas da bibliometria (Hood & Wilson, 2001; Mingers & Leydesdorff, 2015), de *text mining* (Feinerer, Hornik, & Meyer, 2008; Hashimi, Hafez, & Mathkou, 2015; Kayser & Blind, 2017), da análise de rede social (Abbasi, Hossain, & Leydesdorff, 2012; Zheng, Le, Chan, Hu, & Li, 2016) e da análise geográfica (Câmara, Vinhas, Davis, Fonseca, & Carneiro, 2009; Floriani, 1987; Francisco, 2011) justifica-se pelo interesse em compreender várias propriedades observáveis do acervo de publicações do periódico, entre elas: a quantidade dos diferentes tipos de documentos publicados, a passagem dos autores mais prolíficos pelo periódico, os períodos de ocorrência das publicações atrelados à variação da autoria, bem como a identificação de palavras mais frequentes e influentes nos documentos do acervo que refletissem a essência de seu conteúdo.

## PROCEDIMENTO DE COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Os autores optaram pela exploração do acervo da *RAE* disponibilizado via acesso ao repositório eletrônico de periódicos e revistas da Biblioteca Digital FGV EAESP (FGV, 2017b), em virtude de seu protocolo de dados aberto OAI-PMH de interoperabilidade entre repositórios digitais (OAI, 2017), o qual viabilizou a captura eletrônica automatizada da base de dados desse repositório digital, em detrimento de outros dois locais que também disponibilizam o acervo de publicações do periódico (*RAE*, 2017a; SciELO Brasil, 2017b).

A coleta de dados foi realizada em duas etapas, entre os meses de fevereiro e maio de 2017, seguida de filtragens e tratamento técnico das informações. Os autores construíram *robots* com códigos *scripts* redigidos nas linguagens de programação Perl (The Comprehensive Perl Archive Network [CPAN], 2017; PERL, 2017) e R (R Core Team, 2017) para a realização da captura dos dados de maneira automatizada, buscando minimizar retrabalhos de digitação na preparação inicial da base de dados da pesquisa.

Foram alvo de exploração no estudo os documentos disponibilizados em língua portuguesa ao longo de 56 volumes completos publicados pelo periódico, ou seja, desde a sua edição

inaugural, do ano de 1961 (volume 1, número 1), até a última edição do ano de 2016 (volume 56, número 6). O critério adotado na escolha dos documentos a serem coletados tomou como base a sua classificação no repositório eletrônico da Biblioteca Digital da FGV EAESP, seguindo determinadas categorias já padronizadas como *setSpecs* atribuídos pelo protocolo OAI-PMH (FGV, 2017a; OAI, 2017) para os documentos catalogados no acervo da *RAE*. Na primeira etapa da coleta, foram selecionados para compor o material de exploração da pesquisa os seguintes *setSpecs*: artigos (*RAE:Artigos* e *RAE:RAE+-+Artigos*), fórum (*RAE:F%C3%B3rum* e *RAE:FR*), pensatas (*RAE:Pensata*), editoriais (*RAE:Editorial*) e resenhas (*RAE:Resenha* e *RAE:RAE+-+Resenhas*) – nesse procedimento, foi utilizado um código de *script* escrito pelos autores na linguagem de programação Perl (CPAN, 2017; PERL, 2017). Foi necessária a realização de uma segunda etapa de coleta de dados, pois um período de catalogação do acervo digital dos artigos compreendidos entre os volumes 36 (1996) e 44 (2004) utilizou outros 19 diferentes *setSpecs* como identificação dos documentos na biblioteca digital, além dos anteriormente informados.

Em seguida, com a integração das duas coletas do material do acervo, foi construída uma base de dados para ser utilizada na pesquisa, composta pelos campos: código do documento, língua do documento, título do documento, palavras-chave e resumo (quando existentes), nomes dos autores, ano, volume, número (exemplar), números das páginas da publicação, número de autores (distribuição da autoria), *setName* e *setSpec* OAI-PMH utilizado na captura, além de serem seguidos alguns passos complementares para o refinamento e ajustes técnicos dessa base de dados:

1. Todos os registros passaram por *scripts* de filtros de limpeza dos caracteres acentuados que apresentavam formatos não padronizados com a tabela ASCII e geravam caracteres não legíveis, realizando, dessa forma, todas as correções necessárias à padronização dos caracteres para a língua portuguesa;
2. Cada registro do banco de dados recebeu a identificação de um código único (dez números separados por dois blocos de cinco dígitos, por exemplo: 30994-29811), estes aproveitados do próprio acervo digital do repositório OAI-PMH. Esse procedimento favoreceu a remoção de 167 registros duplicados e também de cinco registros que não possuíam o respectivo código único;
3. Em seguida, uma sequência de ajustes manuais foi realizada na base de dados da pesquisa, com intuito de separação dos documentos redigidos em português – objeto do estudo – dos demais documentos redigidos em outras línguas, por exemplo: inglês, francês ou espanhol, por intermédio do título do documento, palavras-chave e resumos, quando existentes;
4. Dessa forma, foi gerada uma base de dados integrada com 2.381 documentos, do período entre 1961 e 2016, resultando no total de: 1.422 documentos das seções Artigo e Fórum juntos – rotulada nesta pesquisa como "artigos (inclui fórum)", além de 217 editoriais, 62 pensatas e 680 resenhas;
5. Em seguida, procedeu-se ao *download* de cada arquivo PDF dos documentos identificados e à extração do conteúdo texto integral destes, com intuito de ampliação do *corpus* do conteúdo para ser explorado na pesquisa. Nessa etapa, um segundo *robot* criado pelos autores e escrito em código *script* na linguagem de programação R (R Core Team, 2017) foi utilizado para a automatização do procedimento de coleta via internet, com a extração, conversão e gravação do conteúdo de texto dos documentos.
6. Com a estruturação final da base de dados, foi possível adicionar uma segmentação temporal nos registros, utilizando rótulos de períodos (ou intervalos de tempo) a cada quatro, oito ou 14 anos (compreendidos nos limites de 1961 a 2016), com intuito de viabilizar análises temporais das informações coletadas, pelo agrupamento de períodos idênticos abrangendo o extenso intervalo dos 56 volumes completos cobertos no estudo.

Dessa forma, com a disponibilidade de todo o conteúdo de texto já extraído dos documentos (artigos incluindo fórum, pensatas, editoriais e resenhas), foi possível também explorar e analisar o acervo digitalizado do periódico *RAE* com ferramentas de *software* para análise estatística (Minitab, 2017; R Core Team, 2017), com a utilização de técnicas bibliométricas (Hood & Wilson, 2001; Mingers & Leydesdorff, 2015), de análise de conteúdo via *text mining* (Feinerer et al., 2008; Hashimi et al., 2015; Kayser & Blind, 2017), da análise de rede social (Abbasi et al., 2012; Zheng et al., 2016) e da análise geográfica ou geoanálise (Câmara et al., 2009; Floriani, 1987; Francisco, 2011).

Na aplicação de tais técnicas nos diversos conteúdos analisados, os pesquisadores criaram um procedimento automatizado via código *script* de programação na linguagem R para identificação e remoção de palavras identificadas como *stopwords* (Dolamic & Savoy, 2010) da língua portuguesa (exs.: artigos, pronomes, verbos de ligação, conjunções, alguns adjetivos etc.), além de tratar manualmente palavras não filtradas pelo algoritmo automatizado (exs.: anos, Paulo), que indicavam contexto/assuntos sem relação com os estudos centrais da grande área de conhecimento da Administração.

A análise de conteúdo via *text mining* com o aproveitamento de recursos da biblioteca *tm* do *software* R (Feinerer et al., 2008) permitiu gerar tabelas com a lista das 25 palavras mais frequentes localizadas no corpo integral dos textos das pensatas, editoriais e resenhas, ou em blocos parciais, dos títulos, resumos ou palavras-chave dos artigos, o que propiciou a criação de figuras com "nuvens" formadas pelas palavras simples mais frequentes, e a utilização da Primeira Lei de Zipf (Piantadosi, 2014; Zipf, 1949) para verificar o valor da constante gerada pela equação f . r = c para alguns casos.

A análise de conteúdo via SNA (*Social Network Analysis*) (Hanneman & Riddle, 2005) permitiu a análise da colaboração entre autores dos artigos, destacando sua frequência de publicação em parceria (centralidade de grau) e sua importância no estabelecimento de ligações entre grupos de autores (centralidade de intermediação), além de outras propriedades. Da mesma forma, as palavras-chave foram analisadas, e a utilização dos modelos de superfície a partir da técnica de *Triangular Irregular Networks* (TINs) (Francisco, 2011; Huang, 1989) permitiu o mapeamento dos termos/assuntos de maior relevância utilizados na articulação dos conteúdos da *RAE* durante toda a sua trajetória.

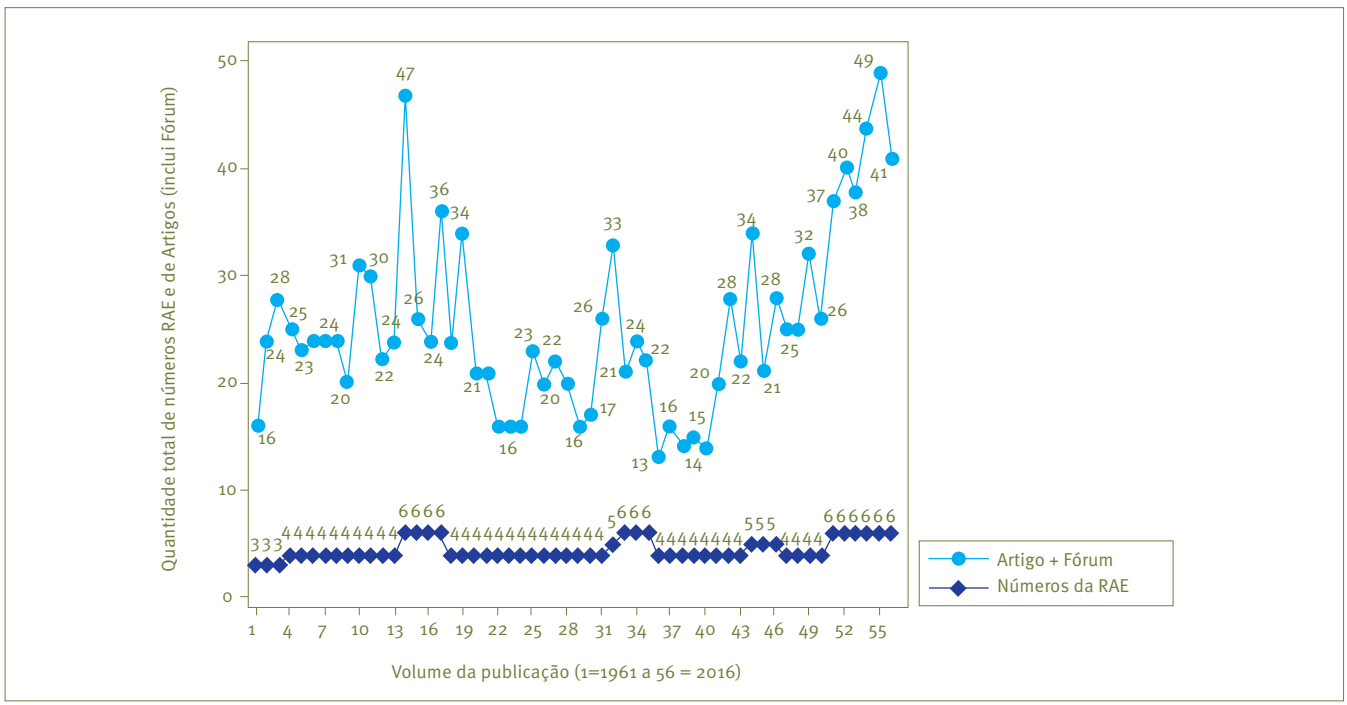
## IDENTIFICAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com a utilização dos dados da pesquisa e do *software* Minitab (2017), foram criados os Gráficos 1, 2, 3.

### Artigos científicos – Totalização, médias e coautoria das publicações no periódico

A publicação do primeiro artigo na *RAE* contando com autoria única (Machline, 1961), assim como o primeiro artigo com dois autores (Motta & Hopp, 1961), ocorreu no volume 1, número 1, de maio-agosto de 1961 – a edição de lançamento do periódico (FGV, 1961).

Gráfico 1. **Quantidade total de números da *RAE* e quantidade total de artigos publicados no periódico (inclui fórum), disponibilizados conforme o volume da publicação – do volume 1 (ano de 1961) até o volume 56 (ano de 2016)**



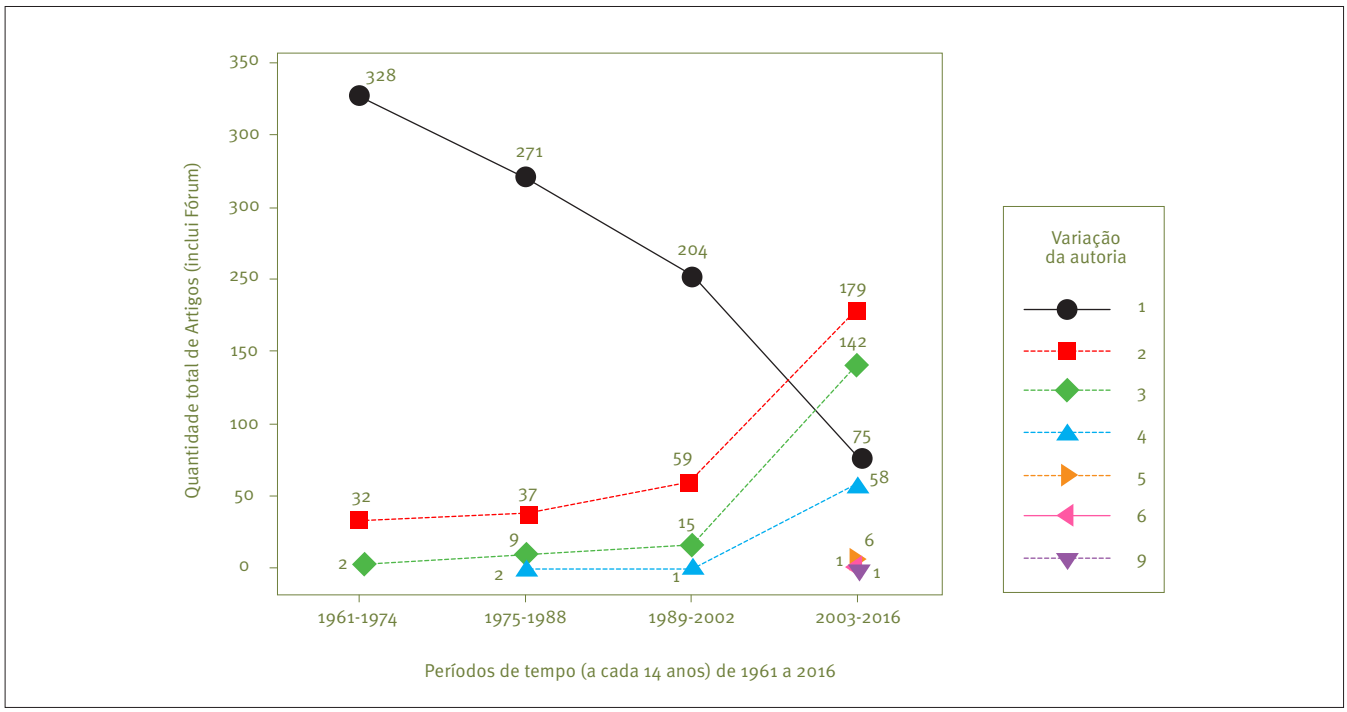

Nota: entre 1961 a 1963, os volumes de 1 a 3 representaram parcialmente diferentes anos, mas neste gráfico foram totalizados associados a um único respectivo ano (ex: 1961 = volume 1)

O Gráfico 1 apresenta a quantidade total de artigos publicados na *RAE* (incluindo aqueles da seção Fórum) e a quantidade de números (das edições) da *RAE* de acordo com o volume da publicação, desde o início do ano de 1961 (volume 1, número 1) até o ano de 2016 (volume 56, número 6). Percebe-se que, no decorrer do tempo, a *RAE* passou por oscilação do número total de artigos publicados anualmente, com o mínimo de 13 publicações, no volume 36 (ano de 1996, início da gestão do professor

Roberto Venosa), e o máximo de 49 artigos, no volume 55 (ano de 2015, final da gestão do professor Eduardo H. Diniz). Vale destacar um segundo pico máximo, conforme o Gráfico 1, que informa 47 artigos publicados no ano de 1974 (volume 14). Na parte inferior do Gráfico 1, também é informada cada uma das quantidades de números (edições), vinculados ao respectivo volume, disponibilizados anualmente na *RAE*. Percebe-se que a quantidade de edições anuais do periódico variou entre três e seis de 1961 até 2016, e os dois picos máximos de quantidade de artigos publicados no periódico ocorreram em volumes (ou anos) que apresentaram seis números (edições) naquele respectivo ano.

A primeira publicação de um artigo na *RAE* com a assinatura de três autores ocorreu no ano de 1965, intitulado "Treinamento industrial em São Paulo", de Antônio Guimarães, David Missel e Oscar Zunder, publicado no volume 5, número 16 (Guimarães, Missel, & Zunder, 1965) – até o ano de 1988, apenas o total de nove artigos foi produzido com essa mesma quantidade de autores. O artigo "Microeletrônica e organização do trabalho no setor de serviços", do ano de 1985, volume 25, número 4 (Rodrigues, Barbosa, Luz, & Kilimnik, 1985), inaugurou a participação de quatro autores entre as publicações científicas do periódico. Outros artigos publicados no periódico contendo cinco autores (Martes, Bulgacov, Nascimento, Gonçalves, & Augusto, 2006), seis autores (Comassetto et al., 2013) e nove autores (Tigre et al., 2011) ocorreram inicialmente nos anos de 2006, 2013 e 2011, respectivamente. Tal evolução da quantidade de artigos publicados na *RAE*, associada com a variação da autoria dos mesmos, está ilustrada no Gráfico 2.

Gráfico 2. **Quantidade total de artigos publicados na *RAE* (inclui fórum) conforme a variação da autoria (de único autor até 9 autores), em períodos de 14 anos, de 1961 até 2016**



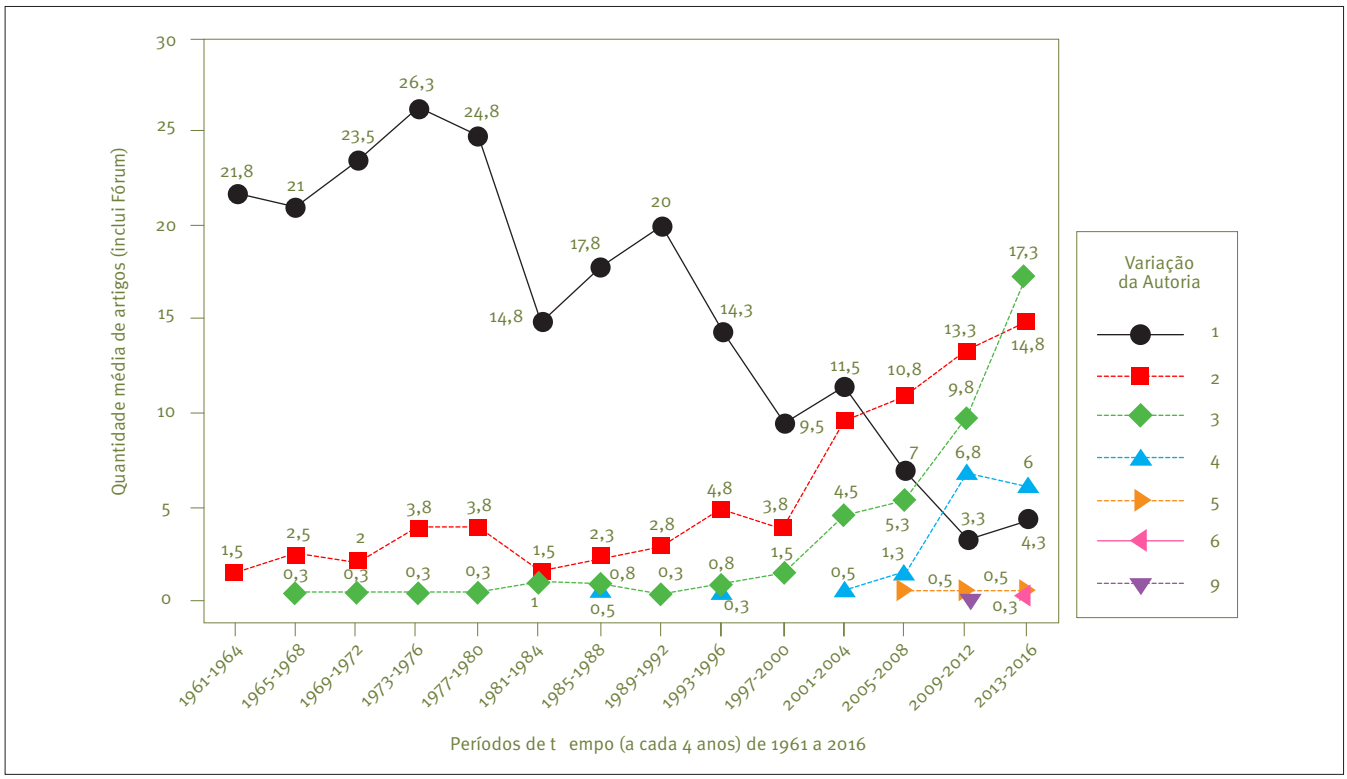

O Gráfico 2 ilustra o comportamento da quantidade de artigos publicados no periódico *RAE* conforme a variação da autoria na redação desses artigos, em quatro períodos de 14 anos, entre 1961 e 2016.

É percebido o decréscimo acentuado da quantidade de artigos publicados no periódico contando com a autoria de único autor – enquanto, entre 1961 e 1974, foi publicado um total de 328 artigos com autoria única (90,6% do total do período), no período de 2003 a 2016, os artigos com único autor ficaram reduzidos ao total de 75 artigos (16,2% do total do período). As quantidades de artigos que traziam autoria de dois autores (59 artigos) ou três (15 artigos) no período de 1989 a 2002 (representando juntas 26,5% das publicações do período) passaram respectivamente a totalizar 179 e 142 artigos quando observados no período entre 2003 e 2016 (representando juntas 69,5% das publicações do período), demonstrando um aumento significativo da publicação de artigos em colaboração na *RAE* nesse último período.

No ano de 2012, ocorreu, pela primeira vez na história da revista, a publicação de apenas um artigo contando com autoria única durante o ano todo – ocorrido no volume 52, número 3 – "Flexibilidade e modelagem de processos de negócio: Uma relação multidimensional" (Albuquerque, 2012).

Para refinar ainda mais a percepção do incremento da publicação do número de artigos (incluindo fórum) em coautoria ao longo dos volumes da *RAE*, foram observados os 14 períodos divididos a cada quatro anos (de 1961 a 2016) a respeito do comportamento da média dessas publicações, associado com a variação da autoria, conforme Gráfico 3.

Gráfico 3. **Quantidade média de artigos publicados na *RAE* (inclui fórum) por ano, conforme a variação da autoria (de único autor até 9 autores), e em períodos de quatro anos, de 1961 até 2016**



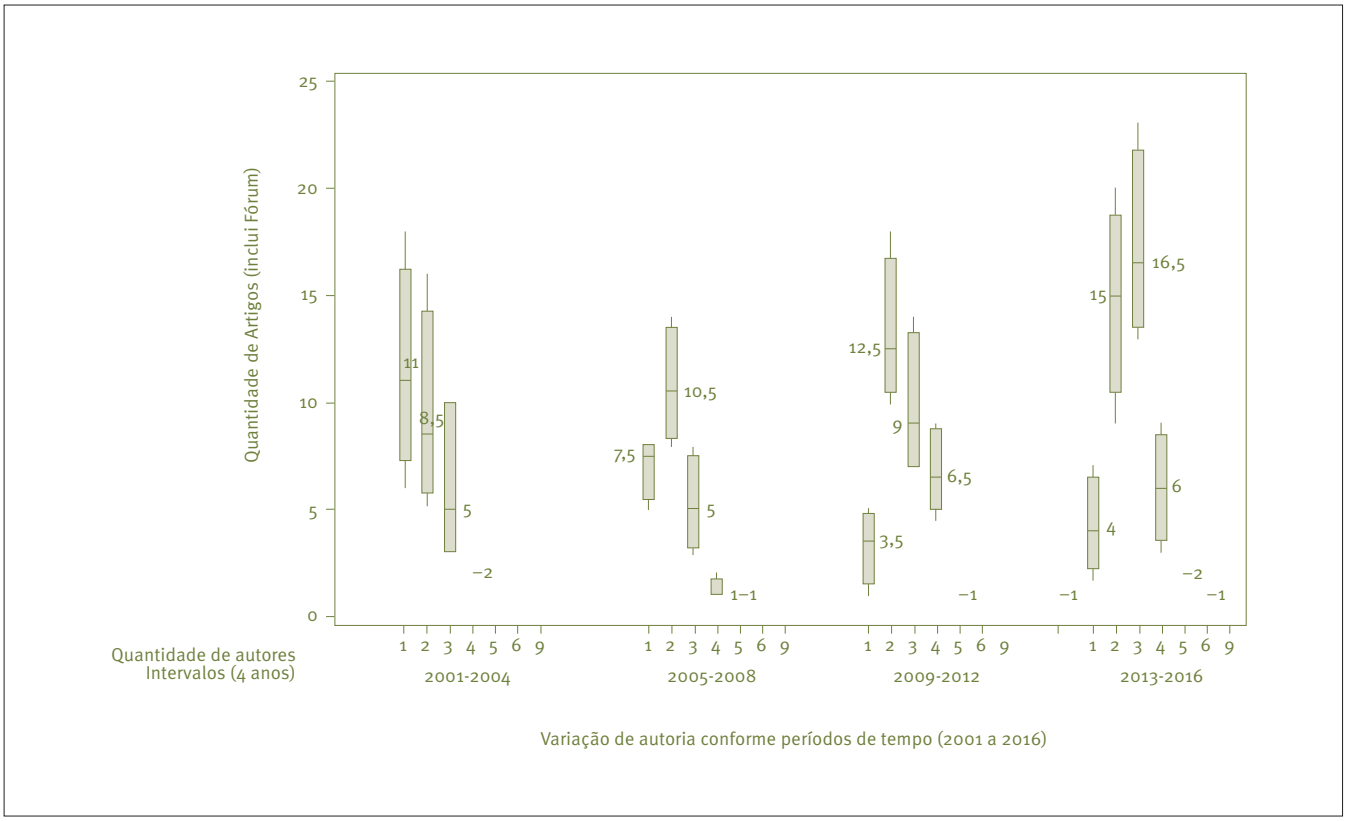

O Gráfico 3 mostra da quantidade média de artigos publicados na *RAE* (inclui fórum) por ano, conforme a variação da autoria (de único autor até nove autores), e em períodos de quatro anos, de 1961 até 2016, representados por 14 intervalos.

Até o ano de 2008, o máximo de variação de autoria dos artigos publicados no periódico havia atingido cinco autores. Nota-se, nos dados da pesquisa, que a publicação de um artigo com nove autores (Tigre et al., 2011), no período de 2009 a 2012, especificamente no ano de 2011, volume 51, número 1, ocorreu antes da publicação do primeiro artigo no periódico com a autoria de seis autores (Comassetto et al., 2013), ocorrida somente entre 2013 e 2016.

Outra percepção observada no Gráfico 3 é o salto da média de publicação de artigos com a autoria de três autores, de 4,5 artigos/ano (17,3% das publicações) no período de 2001 a 2004 para 17,3 artigos/ano (40,1% das publicações) no período de 2013 a 2016, superando até mesmo, nesse último período, as médias de artigos publicados com dois autores (14,8 artigos/ano), além daqueles com autoria única (média de 4,3 artigos/ano).

O Gráfico 4 também destaca o incremento da coautoria no período de 2001 a 2016, segmentado em intervalos de quatro anos. Fica evidenciado que a mediana anual da publicação de artigos (inclui fórum) contando com a autoria de três autores (de 16,5), entre 2013 e 2016, tornou-se muito superior aos valores identificados nos demais períodos anteriores desse mesmo gráfico: nos períodos de 2001 a 2004 e 2005 a 2008 com mediana de cinco artigos anuais e no período de 2009 a 2012 com mediana de 6,5 artigos anuais, demonstrando que o periódico *RAE* passou a priorizar publicações de artigos contendo a autoria (colaboração) de um número maior de autores no último período de quatro anos avaliado neste estudo.

Gráfico 4. **Distribuição anual da quantidade de artigos publicados na *RAE* (inclui fórum) conforme a variação da autoria (de único autor até 9 autores) e agrupados por intervalos de tempo a cada quatro anos, entre 2001 e 2016**




## Artigos científicos – Autores mais prolíficos

Para ilustrar com mais detalhamento a lista dos autores mais prolíficos na publicação de artigos no acervo da *RAE* entre 1961 a 2016, foi construída a Tabela 1.

O autor Heinrich Rattner (que também assinava seus artigos com o nome Henrique Rattner) é considerado o autor mais prolífico nos 56 volumes completos publicados pela *RAE*, possuindo um total de 28 artigos publicados no periódico, com a primeira publicação ocorrendo no ano de 1964 e a última, no ano de 1987, conforme a Tabela 1. Esse autor publicou 27 artigos como primeiro (e único) autor e apenas um artigo como segundo autor, em coautoria com outros dois colaboradores – Claude Machline e Olivier Udry.

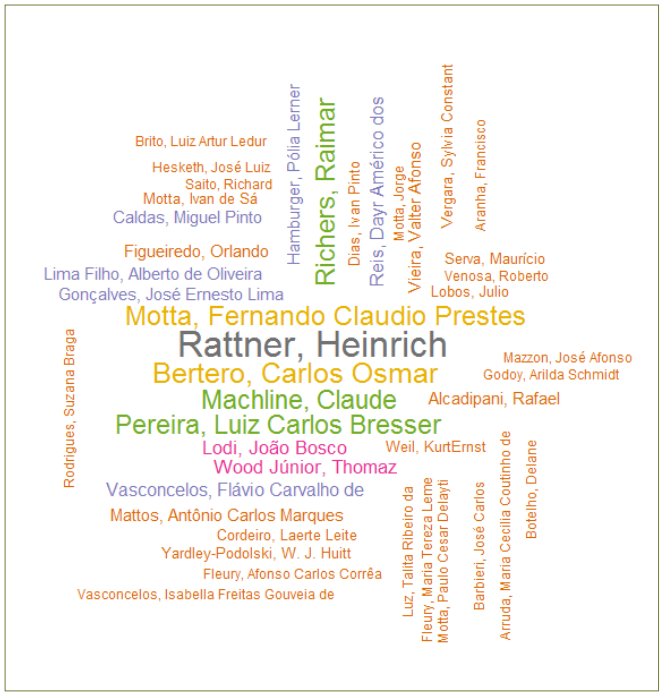
Classificado na segunda posição pela quantidade de artigos publicados no periódico de 1961 a 2016, destaca-se o professor Carlos Osmar Bertero, com um total de 20 artigos publicados, dos quais 16 foram como primeiro autor e quatro como segundo autor. O professor Bertero possui a longevidade de 49 anos de publicação na *RAE* – no período compreendido entre 1966 e 2014 – contando com a colaboração de seis outros autores: Rafael Alcadipani, Marcelo Pereira Binder, Tania Margarete Mezzomo Keinert, Alberto de Oliveira Lima Filho, Flávio Carvalho de Vasconcelos e Thomaz Wood Júnior, em seis de suas publicações, cinco delas com apenas um coautor adicional e uma delas com mais três coautores. O autor Fernando Claudio Prestes Motta publicou 19 artigos no periódico, sempre como primeiro autor. Outros três autores o sucederam nessa classificação, com o mesmo número de 17 publicações de artigos: Claude Machline, Raimar Richers e Luiz Carlos Bresser Pereira. O autor João Bosco Lodi publicou 11 artigos de 1966 a 1972, sem qualquer coautoria, e o autor Dayr Américo dos Reis, de 1964 a 2000, publicou nove artigos, três deles em coautoria.

Tabela 1. **Autores mais prolíficos na publicação de artigos no periódico, de 1961 a 2016**

| Nome do autor | Ano em que publicou (inicial, final) | Total de artigos publicados | Qtd de artigos e posição na autoria | | | Nome de coautores e qtd. total de diferentes coautores | Qtd de artigos/n. de autores | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 1ª | 2ª | 3ª+ | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Rattner, Heinrich ou Rattner, Henrique [(a)] | 1964, 1987 | 28 | 27 | 1 | 0 | Machline, Claude; Udry, Olivier. / 2 | 27 | 0 | 1 | 0 |
| Bertero, Carlos Osmar | 1966, 2014 | 20 | 16 | 4 | 0 | Alcadipani, Rafael; Binder, Marcelo Pereira; Keinert, Tania Margarete Mezzomo; Lima Filho, Alberto de Oliveira; Vasconcelos, Flávio Carvalho de; Wood Júnior, Thomaz. / 6 | 14 | 5 | 0 | 1 |
| Motta, Fernando Claudio Prestes | 1970, 1999 | 19 | 19 | 0 | 0 | Alcadipani, Rafael; Campos Netto, Gustavo L. / 2 | 17 | 2 | 0 | 0 |
| Machline, Claude | 1961, 2011 | 17 | 17 | 0 | 0 | Bates, Alicia Garcia; Rattner, Henrique; Silva, Luis Felipe Valle da; Udry, Olivier. / 4 | 15 | 0 | 2 | 0 |
| Richers, Raimar | 1961, 1986 | 17 | 16 | 0 | 1 | Almeida, Eduardo Augusto Buarque de; Brandt, William K.; Hulbert, James M. \| 3 | 15 | 1 | 1 | 0 |
| Pereira, Luiz Carlos Bresser | 1962, 1992 | 17 | 17 | 0 | 0 | Pereira, Sylvio L. Bresser G. / 1 | 16 | 1 | 0 | 0 |
| Lodi, João Bosco | 1966, 1972 | 11 | 11 | 0 | 0 | Não publicou com coautores / 0 | 11 | 0 | 0 | 0 |
| Wood Jr., Thomaz | 1992, 2013 | 12 | 9 | 2 | 1[(b)] | Bendassolli, Pedro F.; Bertero, Carlos Osmar; Binder, Marcelo Pereira; Caldas, Miguel Pinto; Cooke, Bill; Cunha, Miguel Pina e; Kirschbaum, Charles; Paula, Ana Paula Paes de; Tonelli, Maria José; Urdan, Flávio Torres; Vasconcelos, Flávio Carvalho de / 11 | 3 | 5 | 1 | 3 |
| Vasconcelos, Flávio Carvalho de | 2000, 2015 | 10 | 2 | 5 | 3[(b)] | Andreassi, Tales; Barbieri, José Carlos; Bertero, Carlos Osmar; Binder, Marcelo Pereira; Brito, Luiz Artur Ledur; Conti, Claudio Ramos; Cyrino, Álvaro B.; Goldszmidt, Rafael Guilherme Burstein; Kirschbaum, Charles; Marcondes, Reynaldo Cavalheiro; Queiroz, Ana Carolina S.; Vasconcelos, Isabella Freitas Gouveia de; Wood Júnior, Thomaz / 13 | 0 | 5 | 2 | 3 |
| Reis, Dayr Américo dos | 1964, 2000 | 9 | 7 | 1 | 1 | Betton, John; Peña, Leticia / 2 | 6 | 2 | 1 | 0 |

Notas: (a) o mesmo autor é descrito no acervo da revista com dois nomes diferentes; (b) é o quarto autor em uma única publicação

Figura 1. **Nuvem (*word cloud*) formada pelos nomes de autores mais prolíficos na publicação de artigos no periódico *RAE*, com o mínimo de cinco artigos publicados, no período de 1961 a 2016**




A Figura 1 mostra a imagem de uma "nuvem" formada pelos 43 nomes dos autores que mais publicaram artigos (incluindo fórum) no acervo do periódico *RAE* entre os anos de 1961 e 2016. O incremento no tamanho da fonte está associado à quantidade maior de publicações do autor, variando de 28 (máxima) até cinco (mínimo), pelo critério adotado na pesquisa na construção dessa imagem.

## Artigos científicos – Análise da rede de coautoria

Os 1.422 artigos foram escritos por 1.571 autores únicos. Destes, 444 escreveram apenas artigos de um único autor. Os demais 1.127 realizaram coautorias e estão representados no Gráfico 5, que apresenta a topologia da rede (*1-mode*), desenhada a partir do tradicional algoritmo de Fruchterman e Reingold (1991), que apresenta, de maneira central, os elementos de maior grau e intermediação. Os 1.127 nós (autores) estão representados, interligados por 1.229 arestas. Cada aresta representa a realização de um ou mais artigos em parceria pelos nós (autores) de suas extremidades. A centralidade de grau (ou simplesmente grau) refere-se ao número de parcerias realizadas por cada autor.

A rede completa apresenta 762 componentes. Desconsiderando os 444 autores únicos (i.e., componentes com apenas um autor), as demais apresentam dois autores (164 componentes), três (85), quatro (32), cinco (19), seis (6), oito (2), nove (5), 13 (2), e três componentes principais – o maior com 141 autores (12,5% da rede), o segundo com 34 (3,0%) e um terceiro com 23 (2,0%). O componente principal está detalhado no Gráfico 5, com seus nós de maior grau ou intermediação nomeados.

Os autores de maior centralidade de grau e de intermediação de todo o acervo fazem parte do componente principal – Flávio Carvalho de Vasconcelos (10 artigos e grau 18), Thomaz Wood Júnior (12 artigos e grau 16), José Afonso Mazzon (5 artigos e grau 11) e Isabella Freitas Gouveia de Vasconcelos (5 artigos e grau 11). Destacam-se também na rede, pela produção, Carlos Osmar Bertero (20 artigos) e Fernando Carlos Prestes Motta (19 artigos).

Vale destacar que outros autores muito prolíficos, como Henrique (ou Heinrich) Rattner, com 28 artigos, Claude Machline, Raimar Richers e Luiz Carlos Bresser Pereira (ambos com 17 artigos), pertencem a componentes com menos associação de autoria, conforme já exposto, e, portanto, apresentam menor intermediação.

A Tabela 2 apresenta a centralidade de grau e de intermediação dos 80 principais autores de artigos (inclui fórum) da *RAE*, de acordo com os critérios de intermediação, grau e frequência de publicações, em ordem decrescente.

## Artigos científicos – Palavras mais frequentes nos títulos, resumos e palavras-chave

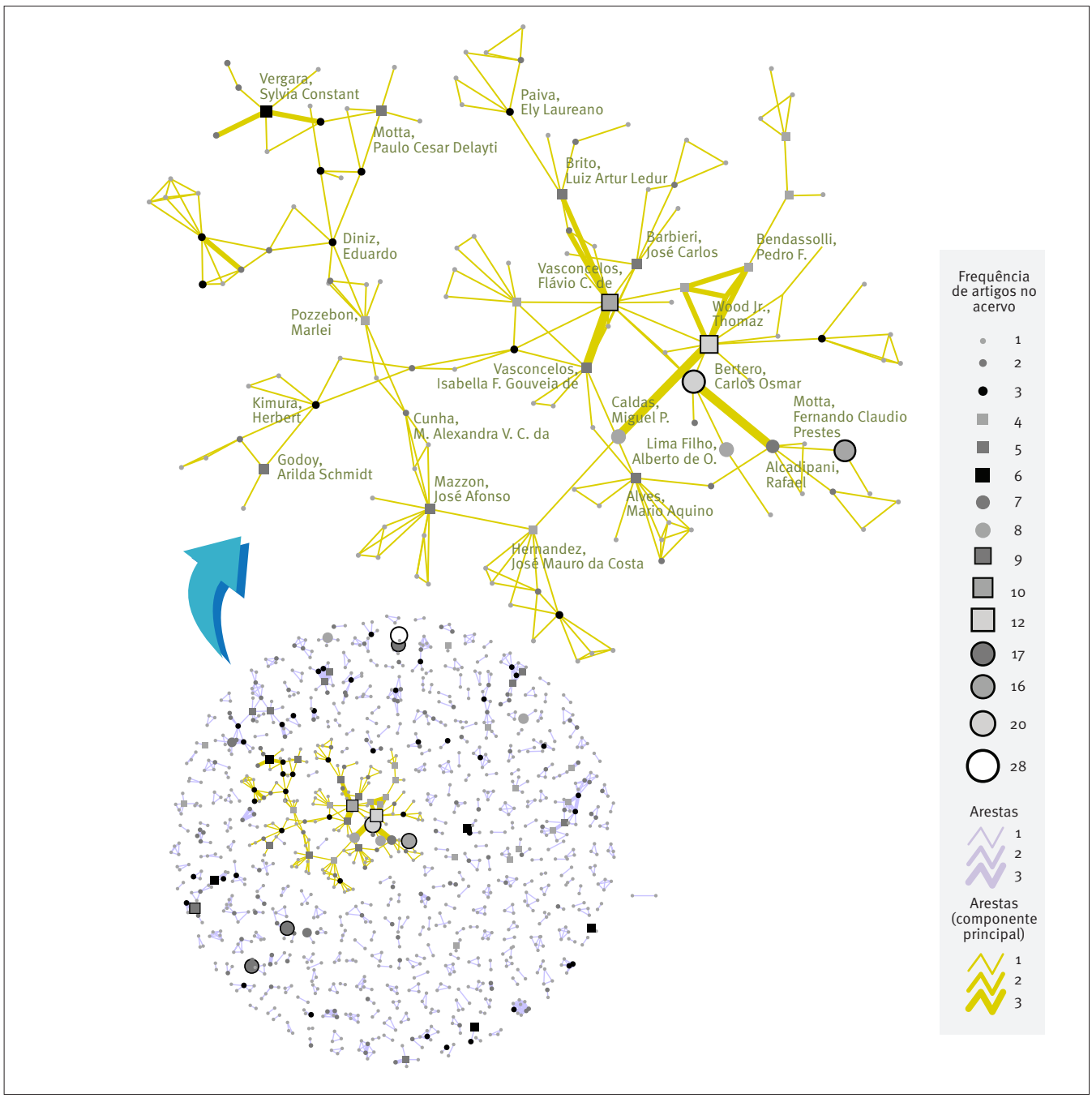
De um total de 1.422 artigos (inclui fórum) publicados no periódico de 1961 a 2016, 721 artigos informaram resumos de seu conteúdo e 687 artigos incluíram uma lista de palavras-chave (explícitas) em seu conteúdo. Com a utilização da técnica de análise de conteúdo via *text mining*, foi possível gerar a Tabela 3 trazendo as 25 palavras simples mais frequentes localizadas nos títulos, resumos e palavras-chave de tais documentos e a criação das Figuras 2, 3 e 4 com as "nuvens" formadas pelas palavras simples mais frequentes.

## Artigos científicos – Rede das palavras-chave e análise geográfica por período

Foram realizadas análises das palavras e conceitos mais mencionados nos artigos do acervo da *RAE*. As análises abordaram os títulos, as palavras-chave e os resumos dos artigos, e circunscreveram-se ao conteúdo em português da revista.

Os 1.422 artigos analisados continham, no total, 3.356 ocorrências de palavras-chave. Foram, notadamente, 2.383 palavras-chave únicas, mantido apenas o critério de não diferenciar letras maiúsculas e minúsculas – palavras no singular e no plural foram mantidas diferentes. As 50 palavras-chave mais frequentes, todas com seis ou mais ocorrências, são apresentadas na Tabela 4.

Gráfico 5. **Rede de associações entre autores de artigos (incluindo fórum) do periódico *RAE*, com destaque para o componente principal**




Nota: Os 141 autores do componente principal estão interligados por 219 arestas.

Tabela 2. **Frequência, centralidade de grau e de intermediação dos 80 principais autores no periódico *RAE***

| Autor | Freq. | Grau | Intermed. | Autor | Freq. | Grau | Intermed. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Wood Jr., Thomaz | 12 | 16 | 5.694,8 | Vieira, Valter Afonso | 7 | 10 | 148,0 |
| Vasconcelos, Flávio C. de | 10 | 18 | 5.154,7 | Godoy, Arilda Schmidt | 5 | 3 | 139,0 |
| Hernandez, José Mauro da C. | 4 | 7 | 4.969,5 | Tonelli, Maria José | 2 | 3 | 139,0 |
| Caldas, Miguel Pinto | 8 | 4 | 4.611,0 | Motta, Fernando C. Prestes | 19 | 2 | 139,0 |
| Mazzon, José Afonso | 5 | 11 | 4.376,0 | Lima Filho, Alberto de O. | 8 | 2 | 139,0 |
| Cunha, M. Alexandra V. C. da | 2 | 5 | 3.456,0 | Brito, Renata Peregrino de | 2 | 2 | 139,0 |
| Pozzebon, Marlei | 4 | 7 | 3.383,0 | Davel, Eduardo | 2 | 2 | 139,0 |
| Diniz, Eduardo | 3 | 6 | 3.025,0 | Serafim, Maurício Custódio | 2 | 5 | 133,0 |
| Vasconcelos, Isabella F. G. de | 5 | 11 | 1.446,3 | Saito, Richard | 5 | 7 | 115,5 |
| Bertero, Carlos Osmar | 20 | 8 | 1.434,7 | Barros, Lucas Ayres B. de C. | 3 | 8 | 96,0 |
| Marcondes, Reynaldo C. | 3 | 5 | 1.419,0 | Sheng, Hsia Hua | 4 | 7 | 91,0 |
| Silva, Jorge Ferreira da | 3 | 4 | 1.419,0 | Silveira, Alexandre di Miceli | 3 | 7 | 84,0 |
| Brito, Luiz Artur Ledur | 5 | 6 | 1.323,0 | Brito, Eliane Pereira Zamith | 3 | 7 | 62,0 |
| Motta, Paulo Cesar Delayti | 5 | 5 | 1.194,0 | Comini, Graziella | 2 | 6 | 62,0 |
| Moori, Roberto Giro | 2 | 4 | 1.179,0 | Famá, Rubens | 4 | 8 | 46,5 |
| Rodriguez, carlos H. Lopez | 2 | 4 | 1.056,0 | Borini, Felipe Mendes | 3 | 9 | 33,0 |
| Alcadipani, Rafael | 7 | 8 | 1.048,7 | Fleury, Maria Tereza Leme | 5 | 6 | 32,0 |
| Alves, Mario Aquino | 5 | 10 | 1.003,3 | Rossoni, Luciano | 4 | 6 | 29,0 |
| Kimura, Herbert | 3 | 6 | 941,0 | Norvilitis, Jill M. | 2 | 7 | 19,0 |
| Barbieri, José Carlos | 5 | 7 | 813,0 | Mendes-da-Silva, Wesley | 4 | 7 | 19,0 |
| Paiva, Ely Laureano | 3 | 5 | 812,0 | Serva, Maurício | 6 | 6 | 19,0 |
| Bendassolli, Pedro F. | 4 | 7 | 804,0 | Rodrigues, Suzana Braga | 5 | 10 | 14,5 |
| Carvalho, José L. F. dos S. de | 3 | 4 | 804,0 | Amaral, Hudson Fernandes | 3 | 8 | 10,7 |
| Mascarenhas, André Ofenhejm | 4 | 8 | 683,0 | Luz, Talita Ribeiro da | 5 | 10 | 5,0 |
| Borges-Andrade, Jairo Eduardo | 4 | 3 | 679,0 | Machline, Claude | 17 | 4 | 4,0 |
| Martes, Ana Cristina Braga | 3 | 9 | 677,0 | Richers, Raimar | 17 | 3 | 3,0 |
| Vergara, Sylvia Constant | 6 | 7 | 549,0 | Hamburger, Pólia Lerner | 8 | 3 | 3,0 |
| Paula, Ana Paula Paes de | 3 | 5 | 547,0 | Kilimnik, Zélia Miranda | 3 | 8 | 2,5 |
| Lopes, Evandro Luiz | 3 | 7 | 478,5 | Pinheiro, Alessandro de O. M. | 2 | 9 | 0 |
| Bastos, Antonio V. Bittencourt | 4 | 4 | 413,0 | Tigre, Paulo Bastos | 2 | 9 | 0 |
| Parente, Juracy Gomes | 5 | 6 | 342,0 | Teixeira, Francisco Lima C. | 3 | 8 | 0 |
| Guimarães, Tomás de Aquino | 3 | 4 | 277,0 | Araújo, Silvio | 1 | 8 | 0 |
| Souza, Maria Tereza Saraiva de | 2 | 4 | 276,0 | Bercovich, Néstor | 1 | 8 | 0 |
| Teixeira, Maria Luisa Mendes | 2 | 4 | 276,0 | La Rovere, Renata Lebre | 1 | 8 | 0 |
| Teixeira, Rafael | 2 | 4 | 276,0 | López, Andrés | 1 | 8 | 0 |
| Crubellate, João Marcelo | 2 | 3 | 276,0 | Ramos, Daniela | 1 | 8 | 0 |
| Kato, Heitor Takashi | 3 | 6 | 272,0 | Rodrigues, Ricardo Furtado | 1 | 8 | 0 |
| Kirschbaum, Charles | 4 | 7 | 216,0 | Reis, Dayr Américo dos | 9 | 4 | 0 |
| Botelho, Delane | 5 | 6 | 197,0 | Rattner, Henrique | 28 | 2 | 0 |
| Barki, Edgard | 2 | 6 | 162,0 | Pereira, Luiz Carlos Bresser | 17 | 1 | 0 |

Nota: Os critérios de priorização foram intermediação, grau e frequência de publicação, em ordem decrescente de apresentação.

Tabela 3. **Lista ordenada das 25 palavras simples com a ocorrência mais frequente nos artigos (inclui fórum), conforme três diferentes campos de informação: nos títulos, nos resumos e nas palavras-chave, no período entre 1961 e 2016**

| Nos títulos dos artigos | | Nos resumos dos artigos[A] | | Nas palavras-chave dos artigos[B] | |
|---|---|---|---|---|---|
| Palavra simples | Freq. | Palavra simples | Freq. | Palavra simples | Freq. |
| Brasil | 91 | empresas | 419 | organizacional | 102 |
| empresas | 86 | artigo | 395 | gestão | 100 |
| desenvolvimento | 79 | resultados | 319 | trabalho | 71 |
| análise | 72 | pesquisa | 282 | estratégia | 67 |
| administração | 69 | estudo | 269 | social | 66 |
| trabalho | 66 | trabalho | 249 | administração | 60 |
| gestão | 60 | análise | 244 | teoria | 60 |
| organizacional | 57 | modelo | 186 | marketing | 52 |
| teoria | 55 | organizações | 183 | empresas | 51 |
| organizações | 51 | objetivo | 179 | organizações | 46 |
| caso | 47 | gestão | 178 | desempenho | 45 |
| brasileira | 45 | processo | 170 | pesquisa | 45 |
| mercado | 44 | relação | 161 | informação | 43 |
| indústria | 43 | social | 158 | análise | 43 |
| social | 43 | Brasil | 157 | mercado | 39 |
| estudo | 43 | meio | 149 | sociais | 35 |
| organização | 41 | empresa | 149 | recursos | 35 |
| marketing | 40 | desenvolvimento | 137 | tecnologia | 34 |
| estratégia | 39 | mercado | 134 | organização | 33 |
| pesquisa | 38 | dados | 132 | qualidade | 33 |
| empresa | 38 | organizacional | 129 | mudança | 33 |
| política | 36 | desempenho | 127 | redes | 33 |
| avaliação | 34 | estudos | 116 | valor | 32 |
| desempenho | 34 | administração | 113 | organizacionais | 32 |
| tecnologia | 34 | recursos | 113 | negócios | 31 |

Nota: No total de 1.422 artigos publicados no periódico no período informado, (a) 721 artigos informaram resumos de seu conteúdo e (b) 687 artigos disponibilizaram uma lista de palavras-chave explícitas em seu conteúdo, de 1988 a 2016.

Figura 2. **Nuvem (*word cloud*) de palavras simples mais frequentes nos títulos dos artigos (inclui fórum) da *RAE*, com o mínimo de três ocorrências, no período entre 1961 e 2016**




Figura 3. **Nuvem (*word cloud*) de palavras simples mais frequentes nos resumos dos artigos (inclui fórum) da *RAE*, com o mínimo de três ocorrências, no período entre 1989 e 2016**



Figura 4. **Nuvem (*word cloud*) de palavras simples mais frequentes nas palavras-chave dos artigos (inclui fórum) da *RAE*, com o mínimo de três ocorrências, no período entre 1989 e 2016**




Tabela 4. **As 50 palavras-chave mais frequentes no periódico RAE de 1961 a 2016**

| Palavra-chave | Freq. | Palavra-chave | Freq. | Palavra-chave | Freq. |
|---|---|---|---|---|---|
| estratégia | 25 | lealdade | 9 | marketing de relacionamento | 7 |
| inovação | 17 | poder | 9 | mercados emergentes | 7 |
| mudança organizacional | 17 | recursos humanos | 9 | responsabilidade social | 7 |
| competitividade | 16 | tecnologia | 9 | administração | 6 |
| Brasil | 15 | confiança | 8 | administração pública | 6 |
| comportamento do consumidor | 15 | cultura | 8 | análise de redes sociais | 6 |
| organizações | 14 | estudos organizacionais | 8 | aprendizagem organizacional | 6 |
| vantagem competitiva | 14 | internet | 8 | capital social | 6 |
| marketing | 13 | produção científica | 8 | estratégia empresarial | 6 |
| varejo | 13 | produtividade | 8 | globalização | 6 |
| internacionalização | 12 | redes sociais | 8 | motivação | 6 |
| desempenho | 11 | responsabilidade social corporativa | 8 | qualidade | 6 |
| América Latina | 10 | sustentabilidade | 8 | serviços | 6 |
| cultura organizacional | 10 | teoria das organizações | 8 | tecnologia da informação | 6 |
| empreendedorismo | 10 | teoria institucional | 8 | teoria crítica | 6 |
| satisfação | 10 | trabalho | 8 | teoria organizacional | 6 |
| gestão de pessoas | 9 | governança corporativa | 7 | | |

A rede completa de associação entre palavras-chave apresenta 124 componentes. O principal, destacado no Gráfico 6, apresenta 1.771 (74,3%) palavras-chave (nós conectados), o que indica grande conexão entre os conceitos durante a extensa trajetória de publicação da revista. A densidade de rede é de 0,00236. Os demais componentes apresentam de dois a 13 nós – a maioria com cinco (70 componentes) ou quatro nós (25 componentes). Essa configuração é similar para os períodos de 14 anos comparados. De 1989 a 2002, a rede apresentava 89 componentes, e o componente principal continha 728 nós (63,9%). De 2003 a 2016, a rede apresentava 83 componentes, e o componente principal continha 982 nós (68,5%).

No período de 1989 a 2002 (335 artigos incluindo fórum), foram publicadas 1.139 palavras-chave distintas, e, no período de 2003 a 2016 (406 artigos incluindo fórum), foram 1.434 palavras-chave, das quais apenas 190 foram reutilizadas – 1.244 são termos novos. As redes apresentam 3.045 arestas no período de 1989 a 2002 e 3.671 arestas no período de 2003 a 2016. Seus componentes principais estão representados comparativamente na parte inferior do Gráfico 6.

As 10 palavras-chave com maior centralidade de grau (número de arestas ligadas a cada nó, ou número de associações de cada palavra-chave) foram, em ordem decrescente, "estratégia", "competitividade", "mudança organizacional", "inovação", "vantagem competitiva", "comportamento do consumidor", "Brasil", "organizações", "*marketing*" e "varejo". As três primeiras mantêm-se como as de maior grau no período de 1989 a 2002, época em que outras quatro palavras sobressaem: "cultura organizacional", "globalização", "poder" e "recursos humanos".

Já no período de 2003 a 2016, "estratégia", "inovação", "varejo" e "comportamento do consumidor" continuam sendo temas recorrentes, porém seis palavras-chave sequer utilizadas até então passaram a integrar a lista das 14 mais frequentes (i.e., com grau igual ou superior a 32): "internacionalização", "lealdade", "sustentabilidade", "produção científica", "redes sociais", "confiança" e "responsabilidade social corporativa". Integram ainda essa lista: "desempenho", "empreendedorismo" e "satisfação". Vale notar que "cultura organizacional" e "globalização" não mais foram utilizadas como palavras-chave a partir de 2003. "Globalização" parece ter dado lugar a "internacionalização" no contexto das discussões da *RAE*. O papel que a internacionalização teve na trajetória recente da *RAE* é também destacado por Diniz (2017) na pensata desta edição.

A Tabela 5 apresenta as centralidades de grau e de intermediação das palavras-chave mais importantes para o acervo da *RAE*. A centralidade de intermediação, ou *betweenness centrality*, apura a capacidade de intermediação de uma palavra-chave em sua relação com as demais, servindo como ponte para a interação entre elas (Hanneman & Riddle, 2005).

As palavras-chave com maior centralidade de intermediação são, em ordem decrescente, "estratégia", "Brasil", "mudança organizacional", "competitividade", "comportamento do consumidor" e "inovação". As palavras "estratégia", "mudança organizacional" e "competitividade" mantêm forte intermediação no período de 1989 a 2002, juntamente com "cultura organizacional" e "globalização". No período de 2003 a 2016, por sua vez, "estratégia", "inovação", "comportamento do consumidor" e "Brasil" mantêm forte intermediação, mas perdem em intensidade para "desempenho" e "teoria institucional". As palavras "varejo", "internacionalização" e "governança corporativa" também se destacam quanto a essa medida de centralidade.

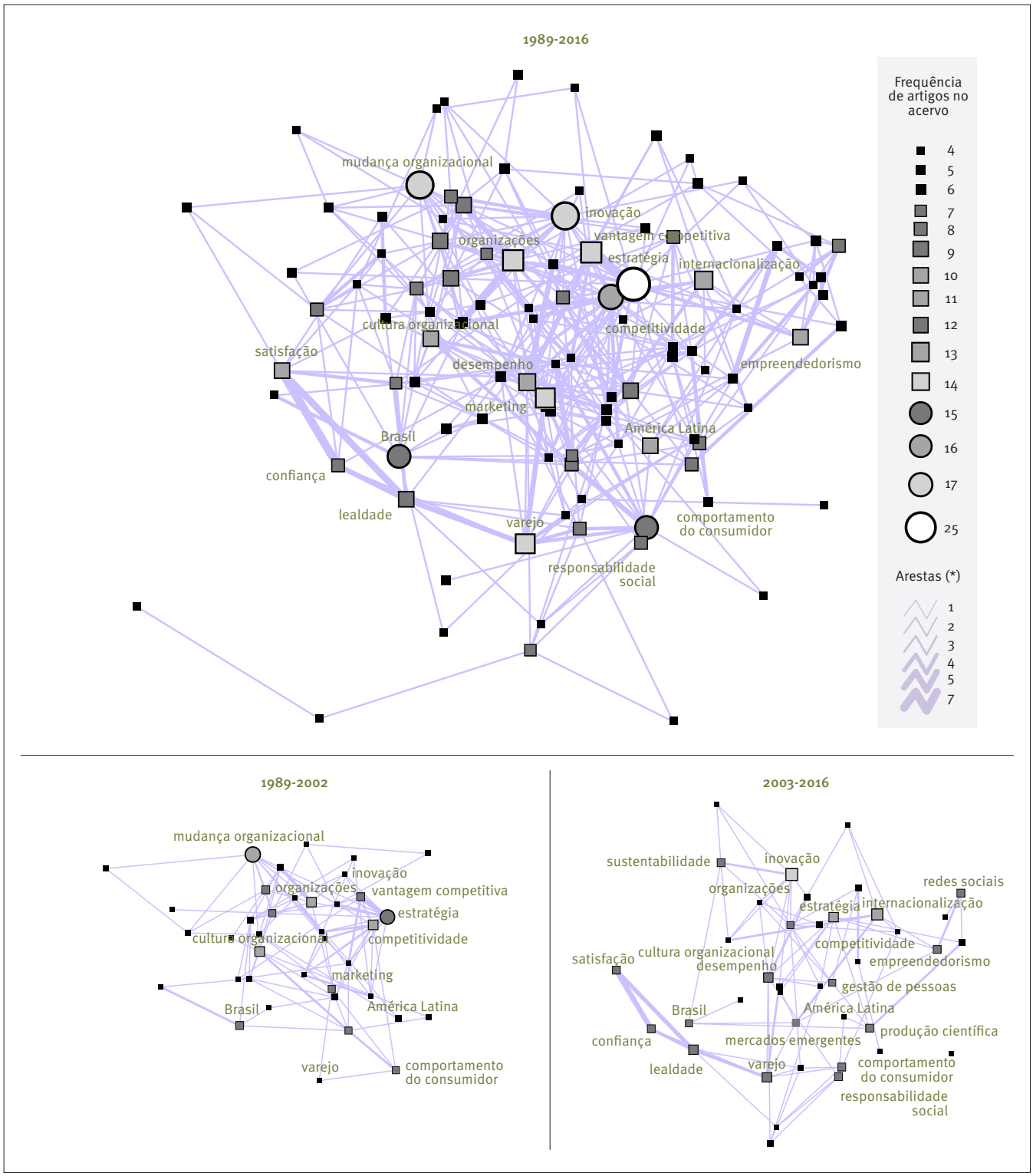
Buscou-se construir uma representação geográfica tridimensional da rede pelo uso da técnica de análise espacial TIN, que consiste na construção de superfícies com base em uma rede de triângulos não sobrepostos (Floriani, 1987; Huang, 1989). O emprego de técnicas de análise geográfica (ou geoanálise) em estudos bibliométricos continua incipiente na literatura científica nacional, desde que essa técnica e discussão foram mencionadas em artigo na *RAE* no ano de 2011 (Francisco, 2011).

Além da percepção visual da distribuição espacial das palavras-chave, é muito útil traduzir os padrões existentes em considerações objetivas e mensuráveis, que são endereçadas pela análise espacial de dados geográficos e pela estatística espacial. A ênfase da análise espacial é mensurar propriedades e relacionamentos, levando-se em conta a localização espacial do fenômeno em estudo de maneira explícita (Câmara et al., 2009).

A análise de rede especializou-se em "desenhar" as redes de modo a melhor comunicar centralidades ou relacionamentos entre seus elementos (Brandes, Kenis, & Raab, 2006; Fruchterman & Reingold, 1991; Kamada & Kawai, 1989), geralmente em duas ou três dimensões. Essas redes "espacialmente representadas" tornam-se "georreferenciadas", e todo o aparato analítico espacial torna-se apto. Zupic e Čater (2015) destacam que a utilização de mapas de calor construídos a partir da rede de associação entre elementos pode agregar valor a sua interpretação, e Rocha, Ponchio e Francisco (2015) utilizaram superfícies de intermediação para destacar colaboração entre países na produção científica de lealdade do consumidor e programas de fidelidade.

O Gráfico 7, construída a partir do uso dos *softwares ArcGIS ArcMap* 10.2.1 e suas extensões *Spatial Analyst* e *3D Analyst* (ESRI, 2016) apresenta a TIN desenvolvida a partir da centralidade de intermediação, para todo o acervo da *RAE*. Notam-se, no pico da superfície topográfica construída, as seis palavras-chave de maior intermediação da publicação.

Gráfico 6. **Componente principal da rede de associações entre as palavras-chave mais frequentes do periódico RAE de 1961 a 2016, global e por períodos de 14 anos**

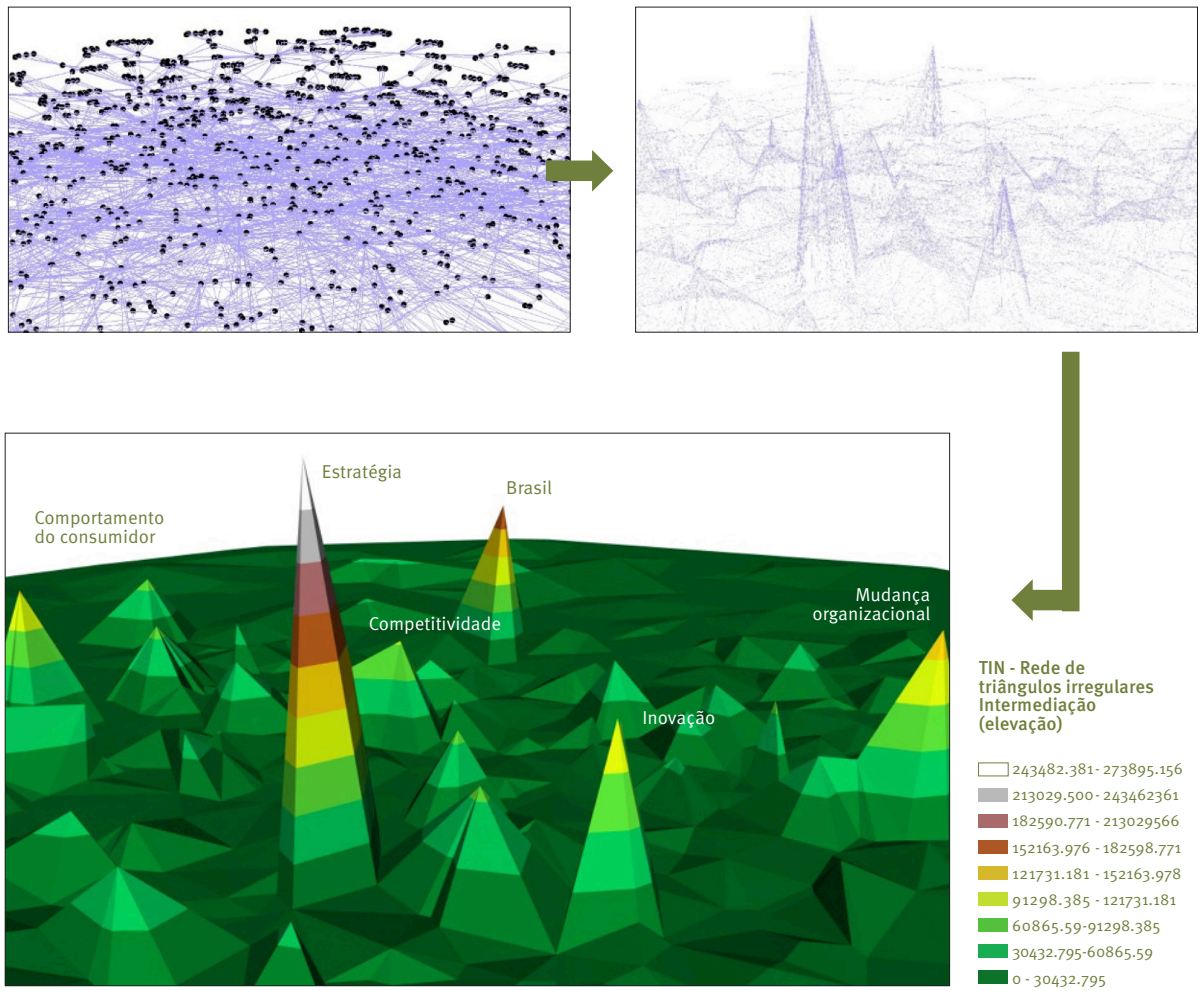



Nota: (a) A intensidade do traço da aresta é proporcional ao número de artigos em que as duas palavras-chave da aresta aparecem em conjunto.
Não há artigos com palavras-chave publicados até 1988.

Tabela 5. **Frequência, centralidade de grau e de intermediação das principais palavras-chave no periódico RAE até o final do ano de 2016, total e por períodos de 14 anos**

| Palavra-chave | Freq. | Grau | Intermed. | 1989-2002 | | | 2003-2016 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Freq. | Grau | Intermed. | Freq. | Grau | Intermed. |
| estratégia | 25 | 106 | 273.895,2 | 15 | 66 | 50.655,2 | 10 | 40 | 65.671,0 |
| competitividade | 16 | 76 | 138.156,0 | 10 | 51 | 31.837,0 | 6 | 25 | 14.330,3 |
| mudança organizacional | 17 | 69 | 142.159,4 | 16 | 65 | 61.518,4 | 1 | 4 | 0 |
| inovação | 17 | 68 | 120.829,1 | 4 | 15 | 5.032,4 | 13 | 53 | 70.935,7 |
| vantagem competitiva | 14 | 63 | 68.310,3 | 8 | 39 | 10.312,1 | 6 | 24 | 17.245,7 |
| comportamento do consumidor | 15 | 60 | 126.092,0 | 7 | 28 | 16.612,4 | 8 | 32 | 42.655,5 |
| Brasil | 15 | 58 | 178.056,9 | 8 | 30 | 15.237,7 | 7 | 28 | 40.079,7 |
| organizações | 14 | 54 | 77.348,3 | 10 | 38 | 22.176,5 | 4 | 16 | 30.818,8 |
| marketing | 13 | 52 | 69.581,8 | 7 | 28 | 17.320,5 | 6 | 24 | 20.113,7 |
| varejo | 13 | 52 | 52.991,0 | 4 | 16 | 5.464,2 | 9 | 36 | 56.745,5 |
| internacionalização | 12 | 48 | 60.850,8 | | | | 12 | 48 | 47.568,0 |
| desempenho | 11 | 44 | 94.351,4 | 2 | 8 | 520,5 | 9 | 36 | 80.709,9 |
| poder | 9 | 44 | 54.849,9 | 6 | 33 | 12.494,6 | 3 | 11 | 16.175,3 |
| satisfação | 10 | 42 | 26.295,4 | 2 | 10 | 1.238,3 | 8 | 32 | 4.686,9 |
| cultura organizacional | 10 | 41 | 61.230,5 | 10 | 41 | 41.287,6 | | | |
| empreendedorismo | 10 | 40 | 53.030,8 | 2 | 8 | 2.892,0 | 8 | 32 | 34.236,7 |
| América Latina | 10 | 37 | 55.917,5 | 6 | 21 | 11.053,4 | 4 | 16 | 10.582,4 |
| gestão de pessoas | 9 | 37 | 49.848,6 | 2 | 8 | 2.733,1 | 7 | 29 | 33.905,4 |
| teoria das organizações | 8 | 37 | 51.319,9 | 5 | 24 | 19.728,7 | 3 | 13 | 9.050,4 |
| lealdade | 9 | 36 | 21.826,7 | | | | 9 | 36 | 16.581,7 |
| globalização | 6 | 34 | 30.504,0 | 6 | 34 | 31.137,3 | | | |
| marketing de relacionamento | 7 | 33 | 28.907,5 | 4 | 21 | 8.087,7 | 3 | 12 | 1.281,4 |
| motivação | 6 | 33 | 28.463,8 | 4 | 25 | 13.488,0 | 2 | 8 | 3.597,9 |
| recursos humanos | 9 | 33 | 71.063,8 | 8 | 29 | 21.517,8 | 1 | 4 | 0 |
| sustentabilidade | 8 | 33 | 50.991,3 | | | | 8 | 33 | 37.691,5 |
| tecnologia | 9 | 33 | 48.554,9 | 7 | 25 | 20.908,9 | 2 | 8 | 1.582,2 |
| tecnologia da informação | 6 | 33 | 47.410,8 | 2 | 17 | 2.627,1 | 4 | 16 | 15.007,0 |
| teoria institucional | 8 | 33 | 70.914,1 | 1 | 3 | 0 | 7 | 30 | 72.225,0 |
| confiança | 8 | 32 | 19.424,2 | | | | 8 | 32 | 17.503,5 |
| internet | 8 | 32 | 71.858,1 | 3 | 12 | 6.078,3 | 5 | 20 | 37.762,2 |
| produção científica | 8 | 32 | 59.884,8 | | | | 8 | 32 | 38.525,0 |
| produtividade | 8 | 32 | 54.155,6 | 6 | 24 | 17.746,9 | 2 | 8 | 2.501,1 |
| redes sociais | 8 | 32 | 25.225,7 | | | | 8 | 32 | 16.017,6 |
| responsabilidade social corporativa | 8 | 32 | 44.630,2 | | | | 8 | 32 | 28.976,5 |
| trabalho | 8 | 32 | 51.725,6 | 5 | 20 | 9.193,0 | 3 | 12 | 9.381,7 |
| estudos organizacionais | 8 | 31 | 41.265,1 | 2 | 7 | 2.172,0 | 6 | 24 | 28.313,4 |
| cultura | 8 | 30 | 52.677,4 | 7 | 26 | 21.519,2 | 1 | 4 | 0 |
| administração pública | 6 | 29 | 27.416,2 | 4 | 21 | 10.787,0 | 2 | 8 | 2.185,0 |
| serviços | 6 | 29 | 31.618,3 | 4 | 21 | 7.879,2 | 2 | 8 | 4.888,5 |
| governança corporativa | 7 | 28 | 73.559,8 | 1 | 4 | 0 | 6 | 24 | 45.525,9 |
| mercados emergentes | 7 | 28 | 61.110,9 | | | | 7 | 28 | 36.399,0 |
| responsabilidade social | 7 | 28 | 38.282,2 | 4 | 17 | 9.152,9 | 3 | 11 | 12.514,9 |

Gráfico 7. ***Triangular Irregular Network*** **(TIN) de intermediação das palavras-chave do periódico *RAE* de 1961 a 2016**




## Editoriais – Palavras simples mais frequentes no conteúdo (corpo) do texto

Nem todas as edições da *RAE* publicaram um documento específico como editorial, especialmente as mais antigas. Ainda assim, com o procedimento de integração do conteúdo texto disponível nos 217 editoriais (coletados nos arquivos PDFs digitalizados pela Biblioteca Digital FGV), foram identificados arquivos que traziam certa mensagem padrão (sugerindo a ausência do editorial), bem como alguns com conteúdo em branco. Dessa forma, foi possível manter um número de 117 arquivos que tiveram seus conteúdos extraídos, integralizados e analisados com base na primeira Lei de Zipf (Piantadosi, 2014; Zipf, 1949), com a identificação das 25 palavras simples com maior ocorrência, e informadas na Tabela 6, além de ser elaborada uma "nuvem" dessas palavras, disponibilizada na Figura 5. A utilização da primeira Lei de Zipf, que em seu enunciado descreve a relação r . f = c, em que, para um dado conteúdo de texto, a ordem de série ou *rank* (r) de uma palavra multiplicada pela sua frequência de ocorrência (f) é uma constante (c), permite verificar "recortes" do determinado corpo/campo de conhecimento que se estuda por intermédio do comportamento da ocorrência de termos mais frequentes (Chueke & Amatucci, 2015), propondo que as palavras mais usadas em um documento indiquem o assunto associado ao documento.

Figura 5. **Nuvem (*word cloud*) de palavras simples mais frequentes no conteúdo completo dos editoriais da *RAE***




Tabela 6. **Lista ordenada das 25 palavras simples com a ocorrência mais frequente no conteúdo dos editoriais da *RAE*, no período entre 1961 e 2016**

| Palavra simples | Freq. (f) | Rank (r) | Constante (f . r = c) |
|---|---|---|---|
| artigos | 382 | 12 | 4584 |
| administração | 335 | 14 | 4690 |
| artigo | 230 | 20 | 4600 |
| edição | 222 | 21 | 4662 |
| empresas | 200 | 22 | 4400 |
| periódicos | 179 | 24 | 4296 |
| gestão | 170 | 27 | 4590 |
| autores | 160 | 30 | 4800 |
| número | 156 | 32 | 4992 |
| produção | 149 | 35 | 5215 |
| pesquisa | 148 | 36 | 5328 |
| trabalho | 148 | 37 | 5476 |
| processo | 145 | 38 | 5510 |
| revista | 139 | 39 | 5421 |
| brasil | 138 | 40 | 5520 |
| área | 137 | 42 | 5754 |
| campo | 125 | 44 | 5500 |
| qualidade | 114 | 49 | 5586 |
| editor | 106 | 52 | 5512 |
| leitura | 103 | 53 | 5459 |
| avaliação | 102 | 55 | 5610 |
| conhecimento | 101 | 56 | 5656 |
| impacto | 97 | 59 | 5723 |
| publicação | 96 | 60 | 5760 |
| comunidade | 95 | 61 | 5795 |


ISSN 0034-7590

## Pensatas – Palavras mais frequentes no conteúdo (corpo) do texto

A primeira publicação de documento do tipo pensata no periódico *RAE* ocorreu no ano de 2001, volume 41, número 3, intitulada "Orquestras sinfônicas: Uma metáfora revisitada", de autoria do professor Carlos Osmar Bertero (Bertero, 2001). Do total de 62 pensatas publicadas entre 2001 e 2016 (volume 56, número 5), uma foi redigida no idioma francês, duas no idioma espanhol e outras nove no idioma inglês – as 50 restantes, no idioma português. A partir da extração e análise de conteúdo desses documentos na língua portuguesa, foram identificadas as palavras simples com maior ocorrência e elaborada uma "nuvem" dessas palavras (Figura 6).

Figura 6. **Nuvem (*word cloud*) de palavras simples mais frequentes no conteúdo completo das pensatas publicadas em língua portuguesa na *RAE*, no período entre 2001 e 2016**




## Resenhas – Palavras mais frequentes no conteúdo (corpo) do texto

O primeiro documento do tipo resenha publicado no periódico *RAE* ocorreu no volume 1, número 1 (maio-agosto/1961), de autoria de Vergil D. Reed, da Michigan State University (Reed, 1961), a qual relatava sobre o livro *Management in the industrial world: An international analysis*, dos autores Frederick Harbison e Charles A. Myers, com 413 páginas, e da editora McGraw-Hill Book Company. De 1961 até 2016, um total de 680 artigos foi identificado como resenhas, e em cinco deles não foi possível realizar a extração do conteúdo, devido à ausência do texto no documento ou de sua digitalização trazer o conteúdo texto gravado como imagem. Assim, com a extração e análise do conteúdo de texto completo de 675 resenhas, foi possível identificar a lista das palavras simples mais frequentes nesses documentos, e então foi criada uma "nuvem" com essa identificação (Figura 7).

A Figura 7 informa as palavras simples mais frequentes em todo o conteúdo dos textos de 675 resenhas publicadas no periódico *RAE*. Foram identificadas, nas duas primeiras colocações, as palavras: "livro", com frequência de 3.347 vezes, e "autor", com frequência de 2.573 ocorrências.

Figura 7. **Nuvem (*word cloud*) de palavras simples mais frequentes no conteúdo completo das resenhas publicadas na *RAE*, no período entre 1961 e 2016**




## CONCLUSÃO

Este artigo explorou e analisou o acervo de documentos do periódico *RAE*, de 1961 a 2016, composto por artigos (incluindo fórum), editoriais, pensatas e resenhas, pelo acesso aos documentos disponibilizados via internet no repositório eletrônico de periódicos e revistas da Biblioteca Digital da FGV EAESP, o qual segue o protocolo aberto OAI-PMH de interoperabilidade entre repositórios digitais.

Foi mapeada e compreendida detalhadamente a trajetória de existência ininterrupta do periódico, pela utilização nos documentos de até quatro técnicas de análise: bibliometria, *text mining*, análise de rede social e geoanálise. A pesquisa identificou que o autor mais prolífico contribuiu com 28 artigos para o periódico entre 1964 e 1987, além de as publicações de artigos no periódico ocorrerem amplamente pela autoria única ou de duplas entre 1961 e 2002, gerando, no período, cerca de 95% das publicações dessa forma.

No último período avaliado por este estudo (2013-2016), ficou identificado que 88,4% dos artigos publicados no periódico foram redigidos por dois, três ou quatro autores, demonstrando claramente que o quesito colaboração é cada vez mais valorizado pelo periódico. A existência de componentes com 141, 34 e 23 autores interligados na rede de coautorias, totalizando 17,6% dos autores em colaboração e 12,6% do total de autores, indica uma alta densidade de colaboração, relativa à topologia típica de análises de coautorias em periódicos científicos de Administração, construída ao longo das mais de cinco décadas de produção do periódico.

Em todo o acervo da *RAE* analisado no período de 1961 a 2016, três palavras simples foram identificadas nas listas de 25 principais ocorrências de palavras em diferentes blocos dos documentos avaliados (artigos e fórum – títulos, palavras-chave e resumos; editoriais, pensatas, e resenhas – conteúdo completo): "administração", "empresas" e "trabalho". Dessa mesma forma, outras três palavras simples foram identificadas em cinco dessas listas: "Brasil" (exceto nos resumos de artigos), "gestão" (exceto nas resenhas) e "pesquisa" (exceto nas resenhas). Todas as quatro palavras simples ("análise", "desenvolvimento", "mercado" e "organizações") estão nas listas das 25 palavras de maior ocorrência nos títulos e nos resumos dos artigos (inclui fórum) que foram publicados no periódico.

A palavra "administração" – identificada em todas as seis listas de ocorrência das 25 palavras mais frequentes – ficou classificada na: segunda posição no conteúdo total dos editoriais, quarta posição no conteúdo total das resenhas, quinta posição nos títulos dos artigos, sexta posição nas palavras-chave dos artigos, 11ª posição no conteúdo total das pensatas e 24ª posição nos resumos dos artigos.

Por sua vez, a palavra "empresas" – também identificada em todas as seis listas de ocorrência das 25 palavras mais

frequentes – ficou classificada na: primeira posição nos resumos dos artigos, segunda posição nos títulos dos artigos, quarta posição no conteúdo total das pensatas, quinta posição no conteúdo total dos editoriais, nona posição nas palavras-chave dos artigos e 15ª posição no conteúdo total das resenhas, do acervo de documentos publicados no periódico entre 1961 e 2016.

Em síntese, a rede de palavras-chave destacou, entre os conceitos de alta frequência, grau e intermediação discutidos no acervo de artigos (incluindo fórum), "estratégia", "inovação" e "comportamento do consumidor", termos que se mantiveram centrais na construção da história da *RAE* e, por conseguinte, da produção científica em Administração no Brasil, e as palavras "empresa(s)", "administração" e "trabalho" foram largamente utilizadas nos resumos de artigos, editoriais, resenhas, pensatas e títulos.

## LIMITAÇÕES E ESTUDOS FUTUROS

Este estudo contemplou somente a análise de documentos publicados na *RAE* redigidos na língua portuguesa, sem incluir aqueles com redação em inglês, espanhol ou francês.

Ao optar pela escolha da base de dados dos documentos da *RAE* disponibilizada via repositório eletrônico de periódicos e revistas da Biblioteca Digital da FGV EAESP (FGV, 2017b), em detrimento das outras duas opções – bases de dados da *RAE* Editora (*RAE*, 2017a) ou mesmo aquela do indexador SciELO (SciELO Brasil, 2017b), não foram poupados esforços no refinamento dos dados coletados, bem como em suas análises. Mesmo assim, os autores reiteram que a replicação do trabalho com a utilização de outras opções de bases de dados poderá apontar diferenças, muito provavelmente em virtude do procedimento adotado na conversão do acervo originalmente produzido (impresso em papel) para o formato eletrônico (digital), bem como o quão criteriosos foram os procedimentos adotados nessa conversão pelas equipes de gerenciamento de cada uma dessas bases de dados.

Este artigo não procurou identificar redes de citação existentes nas listas de referências de todos os artigos publicados no periódico *RAE*, limitando-se a identificar as redes entre os autores da seção Artigo (inclui fórum) das edições de 1961 até o ano de 2016 e as redes de palavras-chave (estas, do ano de 1989, volume 25, número 4, até 2016, volume 56, número 6). Além disso, devido a os nomes das Instituições de Ensino Superior (IES) onde cada autor possui vínculo acadêmico não estarem disponíveis para coleta automatizada, não foi possível contemplar neste estudo qualquer análise que envolvesse os nomes de tais instituições.

Pela análise do acervo integral da *RAE* de 1961 a 2016, percebe-se que, a partir do ano de 2004, os artigos científicos publicados no periódico ganharam a participação de mais coautores – aqui há claramente uma oportunidade para estudos futuros, com investigação mais ampla das temáticas abordadas nos artigos, na composição da rede de autoria formada por esses autores, bem como das conexões formadas entre as instituições acadêmicas a que esses autores estão vinculados.

A oportunidade de realização deste estudo não se esgota em seus achados analíticos nem na coerência que a evolução do pensamento científico em Administração apresentou nesses mais de 50 anos, mas, sim, expande a possibilidade de vislumbrarmos as transformações potenciais para o futuro. E que venham mais décadas de publicação.

## REFERÊNCIAS

Abbasi, A., Hossain, L., & Leydesdorff, L. (2012). Betweenness centrality as a driver of preferential attachment in the evolution of research collaboration networks. *Journal of Informetrics*, *6*(3), 403-412. doi:10.1016/j.joi.2012.01.002

Albuquerque, J. P. de. (2012). Flexibilidade e modelagem de processos de negócio: Uma relação multidimensional. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *52*(3), 313-329. doi:10.1590/S0034-75902012000300004

Amemiya, T. (2009). Thirty-five years of journal of econometrics. *Journal of Econometrics*, *148*(2), 179-185. doi:10.1016/j.jeconom.2008.10.011

Banker, R. D., & Kauffman, R. J. (2004). The evolution of research on information systems: A fiftieth-year survey of the literature in management science. *Management Science*, *50*(3), 281-298. doi:10.1287/mnsc.1040.0206

Bertero, C. O. (2001). Pensata – Orquestras sinfônicas: Uma metáfora revisitada. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *41*(3), 84-88. doi:10.1590/S0034-75902001000300011

Bertero, C. O. (2006). A *RAE* nos seus 45 anos. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *46*(2), 114-117. doi:10.1590/S0034-75902006000200008

Bertero, C. O. (2011). Meio século de *RAE*. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *51*(3), 224-226. doi:10.1590/S0034-75902011000300002

Brandes, U., Kenis, P., & Raab, J. (2006). Explanation through network visualization. *Methodology*, *2*(1), 16-23. doi:10.1027/1614-1881.2.1.16

Câmara, G., Vinhas, L., Davis, C., Fonseca, F., & Carneiro, T. (2009). Geographical information engineering in the 21st century. In G. Navratil (Ed.) *Research trends in geographic information science* (pp. 203-218). Berlin, Germany: Springer Berlin Heidelberg. doi:10.1007/978-3-540-88244-2_14

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. (2017). *Plataforma Sucupira – Periódicos Qualis*. Recuperado de https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/

Chueke, G. V., & Amatucci, M. (2015). O que é bibliometria? Uma introdução ao fórum. *InternexT – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*, *10*(2), 1-5. doi:10.18568/1980-4865.1021-5

Comassetto, B. H., Solalinde, G. P., Souza, J. V. R. de, Trevisan, M., Abdala, P. R. Z., & Rossi, C. A. V. (2013). Nostalgia, anticonsumo simbólico e bem-estar: A agricultura urbana. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *53*(4), 364-375. doi:10.1590/S0034-75902013000400004

Diniz, E. H. (2010). Editorial. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *50*(2), 4. doi:10.1590/S0034-75902010000200001

Diniz, E. H. (2014). *Internacionalização da RAE-Revista de Administração de Empresas*. Recuperado de http://humanas.blog.scielo.org/blog/2014/12/17/internacionalizacao-da-*RAE*-revista-de-administracao-de-empresas/

Diniz, E. H. (2015). Editorial. Internacionalização da *RAE*: O caminho trilhado entre 2009 e 2015. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *55*(6), 611. doi:10.1590/S0034-759020150601

Diniz, E. H. (2016). Editorial. Sete anos depois, a despedida. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *56*(1), 7. doi:10.1590/S0034-759020160101

Diniz, E. H. (2017). Os periódicos brasileiros da área de administração no contexto da internacionalização da produção científica. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *57*(4), 357-364. doi: 10.1590/S0034-759020170406

Dolamic, L., & Savoy, J. (2010). When stopword lists make the difference. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, *61*(1), 200-203. doi:10.1002/asi.21186

Environmental Systems Research Institute. (2016). *ArcGIS Desktop: Release 10.5*. Redlands, USA: ESRI. Recuperado de http://desktop.arcgis.com/en/arcmap

Feinerer, I., Hornik, K., & Meyer, D. (2008). Text mining infrastructure in R. *Journal of Statistical Software*, *25*(5), 1-54. doi:10.18637/jss.v025.i05

Fleet, D. D. Van, & Bedeian, A. G. (2016). The Journal of Management's first 40 years. *Journal of Management*, *42*(2), 349-356. doi:10.1177/0149206315609403

Floriani, L. De. (1987). Data structures for encoding triangulated irregular networks. *Advances in Engineering Software*, *9*(3), 122-128. doi:10.1016/0141-1195(87)90001-5

Francisco, E. R. (2011). *RAE-Eletrônica*: Exploração do acervo à luz da bibliometria, geoanálise e redes sociais. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *51*(3), 280-306. doi:10.1590/S0034-75902011000300008

Fruchterman, T. M. J., & Reingold, E. M. (1991). Graph drawing by force-directed placement. *Software: Practice and Experience*, *21*(11), 1129-1164. doi:10.1002/spe.4380211102

Fundação Getulio Vargas. (1961). Carta de apresentação – Revista de Administração de Empresas. FGV – Escola de Administração de Empresas de São Paulo. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *1*(1), 11-12. doi:10.1590/S0034-75901961000100001

Fundação Getulio Vargas. (2017a). *Biblioteca digital FGV – OAI 2.0 Request Results*. Recuperado de http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/*RAE*/oai/?verb=ListSets

Fundação Getulio Vargas. (2017b). Repositório FGV de periódicos e revistas. Biblioteca digital da *RAE* – Revista de Administração de Empresas. *Fundação Getulio Vargas – Escola de Administração de Empresas de São Paulo*. Recuperado de http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/*RAE*

Goldenstein, G. T. (1991). Carta ao leitor – 30º aniversário da *RAE*. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *31*(2). doi:10.1590/S0034-75901991000200001

Guimarães, A., Missel, D., & Zunder, O. (1965). Treinamento industrial em São Paulo. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *5*(16), 21-58. doi:10.1590/S0034-75901965000300001

Hanneman, R. A., & Riddle, M. (2005). *Introduction to social network methods*. Riverside, USA: University of California. Recuperado de http://faculty.ucr.edu/~hanneman/nettext/Introduction_to_Social_Network_Methods.pdf

Hashimi, H., Hafez, A., & Mathkou, H. (2015). Selection criteria for text mining approaches. *Computers in Human Behavior*, *51*, 729-733. doi:10.1016/j.chb.2014.10.062

Hood, W. W., & Wilson, C. S. (2001). The literature of bibliometrics, scientometrics, and informetrics. *Scientometrics*, *52*(2), 291-314. doi:10.1023/A:1017919924342

Huang, Y. (1989). Triangular irregular network generation and topographical modeling. *Computers in Industry*, *12*(3), 203-213. doi:10.1016/0166-3615(89)90067-5

Journal Citation Reports. (2017). *Thomson Reuters* (*Clarivate Analytics*). Recuperado de http://wokinfo.com/products_tools/analytical/jcr/

Kamada, T., & Kawai, S. (1989). An algorithm for drawing general undirected graphs. *Information Processing Letters*, *31*(1), 7-15. doi:10.1016/0020-0190(89)90102-6

Kayser, V., & Blind, K. (2017). Extending the knowledge base of foresight: The contribution of text mining. *Technological Forecasting and Social Change*, *116*, 208-215. doi:10.1016/j.techfore.2016.10.017

Machline, C. (1961). Inflação e lote econômico de compra. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *1*(1), 17-33. doi:10.1590/S0034-75901961000100002

Martes, A. C. B., Bulgacov, S., Nascimento, M. R. do, Gonçalves, S. A., & Augusto, P. M. (2006). Redes sociais e interorganizacionais. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *46*(3), 10-15. doi:10.1590/S0034-75902006000300002

Medeiros, C. (2016). *Ranking SciELO – Top 10 revistas com mais acessos (2015-2016)*. Recuperado de http://www.blogs.ea2.unicamp.br/cienciaemrevista/2016/10/19/ranking-scielo/

Mingers, J., & Leydesdorff, L. (2015). A review of theory and practice in scientometrics. *European Journal of Operational Research*, *246*, 1-19. doi:10.1016/j.ejor.2015.04.002

Minitab. (2017). *Minitab 17 Statistical Software*. Recuperado de http://support.minitab.com/en-us/minitab/17

Motta, I. de S., & Hopp, J. C. (1961). Fundo de comércio: Sua conceituação legal e avaliação contábil. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *1*(1), 57-64. doi:10.1590/S0034-75901961000100004

Open Archives Initiative. (2017). *The Open Archives Initiative Protocol for Metadata Harvesting*. Recuperado de https://www.openarchives.org/OAI/openarchivesprotocol.html

Perl. (2017). *About Perl: What is Perl? Features and history*. Recuperado de https://www.perl.org/about.html

Piantadosi, S. T. (2014). Zipf's word frequency law in natural language: A critical review and future directions. *Psychonomic Bulletin & Review*, *21*(5), 1112-1130. doi:10.3758/s13423-014-0585-6

R Core Team. (2017). *R: A language and environment for statistical computing*. Vienna, Austria: R Foundation for Statistical Computing. Recuperado de https://www.r-project.org

Reed, V. D. (1961). Management in the industrial world: An international analysis. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *1*(1), 141-143. doi:10.1590/S0034-75901961000100010

Revista de Administração de Empresas. (2016). *RAE é uma das revistas mais acessadas no portal SciELO*. Recuperado de http://*RAE*.fgv.br/node/52799

Revista de Administração de Empresas. (2017a). *RAE*-Revista de Administração de Empresas. *Fundação Getulio Vargas – Escola de Administração de Empresas de São Paulo*. Recuperado de http://*RAE*.fgv.br

Revista de Administração de Empresas. (2017b). *RAE*-Revista de Administração de Empresas. Quem somos. F*undação Getulio Vargas – Escola de Administração de Empresas de São Paulo*. Recuperado de http://*RAE*.fgv.br/*RAE*-pub

Ribeiro, H. C. M. (2014a). Doze anos de estudo da Revista de Administração Pública à luz da bibliometria e da rede social. *Revista Ciências Administrativas*, *20*(1), 137-167. doi:10.5020/2318-0722.2014.v20n1p167

Ribeiro, H. C. M. (2014b). Produção acadêmica do periódico Internext de 2006 a 2013. *InternexT - Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*, *9*(3), 95-118. Recuperado de http://www.spell.org.br/documentos/ver/33707

Ribeiro, H. C. M. (2015). Quinze anos de estudo da Revista de Administração Contemporânea sob a ótica da bibliometria e da rede social. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, *5*(Número Especial), 86-108. Recuperado de http://periodicos.ufpb.br/index.php/pgc/article/view/22918

Ribeiro, H. C. M., & Corrêa, R. (2014). 10 anos de pesquisa da Revista Brasileira de Inovação sob a ótica da bibliometria e da rede social. *Administração: Ensino e Pesquisa (RAEP)*, *15*(4), 729-767. doi:10.13058/*RAE*p.2014.v15n4.8

Ribeiro, H. C. M., Corrêa, R., Costa, B. K., & Fischmann, A. A. (2016). 35 anos de publicações acadêmicas da Revista de Administração da USP. *Revista Ambiente Contábil*, *8*(1), 294-322. Recuperado de http://www.periodicos.ufrn.br/ambiente

Ribeiro, H. C. M., & Costa, B. K. (2013). Brazilian administration review: Uma análise do perfil da produção acadêmica científica no período de 2004 a 2012 sob a ótica da rede social e da bibliometria. *Revista de Ciências da Administração*, *15*(37), 65-81. doi:10.5007/2175-8077.2013v15n37p65

Rocha, V. M., Ponchio, M. C., & Francisco, E. de R. (2015). Lealdade do consumidor e programas de fidelidade: Uma análise topográfica do campo de conhecimento à luz da bibliometria, da estatística espacial e das redes sociais. *Revista de Ciências da Administração*, *17*(41), 9-20. doi:10.5007/2175-8077.2015v17n41p09

Rodrigues, S. B., Barbosa, F. V., Luz, T. R. da, & Kilimnik, Z. M. (1985). Microeletrônica e organização do trabalho no setor de serviços. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *25*(4), 5-19. doi:10.1590/S0034-75901985000400001

Rosa, A. R., & Santos, A. L. Dos. (2012). Uma década de *GVexecutivo*. *GV-executivo*, *11*(2), 76-79. doi:10.12660/gvexec.v11n2.2012.22466

Scientific Electronic Library Online. (2017). *SciELO Analytics – Frequent questions (Accesses)*. Recuperado de http://analytics.scielo.org/w/faq

Scientific Electronic Library Online Brasil. (2017a). *Acervo completo da Revista de Administração de Empresas (RAE)*. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_issues&pid=0034-7590&lng=en&nrm=iso

Scientific Electronic Library Online Brasil. (2017b). *Revista de Administração de Empresas (RAE)*. Recuperado de http://www.scielo.br/*RAE*

Scimago Journal & Country Rank. (2017). *SJR*. Recuperado de http://www.scimagojr.com/journalsearch.php

The Comprehensive Perl Archive Network. (2017). *CPAN*. Recuperado de http://www.cpan.org

Tigre, P. B., Rovere, R. L. La, Teixeira, F. L. C., López, A., Ramos, D., Bercovich, N., ... Rodrigues, R. F. (2011). Knowledge cities: A taxonomy for analyzing software and information service clusters. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *51*(1), 15-26. doi:10.1590/S0034-75902011000100003

Zheng, X., Le, Y., Chan, A. P. C., Hu, Y., & Li, Y. (2016). Review of the application of social network analysis (SNA) in construction project management research. *International Journal of Project Management*, *34*(7), 1214-1225. doi:10.1016/j.ijproman.2016.06.005

Zipf, G. K. (1949). *Human behavior and the principle of least effort*. Cambridge, USA: Addison–Wesley.

Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, *18*(3), 429-472. doi:10.1177/1094428114562629

# PENSATA

**Artigo convidado**

DOI: http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170408

# UM GUIA DE AVALIAÇÃO DE ARTIGOS CIENTÍFICOS EM MARKETING




*"Trate todos os manuscritos da mesma maneira que você gostaria que o seu fosse tratado" (Benos, Kirk, & Hall, 2003)*

**VINÍCIUS ANDRADE BREI**
brei@ufrgs.br
*Professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Administração – Porto Alegre – RS, Brasil*

**SALOMÃO ALENCAR DE FARIAS**
saf@ufpe.br
*Professor da Universidade Federal de Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Administração – Recife – PE, Brasil*

**CELSO AUGUSTO DE MATOS**
celsoam@unisinos.br
*Professor da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Escola de Negócios e Gestão – São Leopoldo – RS, Brasil*

**JOSE AFONSO MAZZON**
jamazzon@usp.br
*Professor da Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – São Paulo – SP, Brasil*

## INTRODUÇÃO

**A ciência avança por meio das descobertas e avaliação da qualidade destas por outros cientistas. Nos congressos e periódicos científicos, essa avaliação se dá por meio de pares (*peer review*) no processo *blind review*, existente desde os primeiros *journals* nos anos 1660 (Mulligan, Hall, & Raphael, 2013). Quanto mais qualificados os cientistas envolvidos – editores, revisores e autores – e mais maduro, detalhado e criterioso for esse processo, maior a chance de avanço do respectivo campo de conhecimento.**

No campo científico, não existem regras determinísticas e inflexíveis sobre o que é um bom artigo e sobre como avaliá-lo. Regras surgem por consenso, tradição e convenções estabelecidas entre cientistas. Em seguida, elas são aprendidas e aplicadas pelos cientistas mais jovens. No campo científico do marketing no Brasil, isso também ocorre. Tratando-se de área de conhecimento menos madura que em países desenvolvidos (Mazzon & Hernandez, 2013), é natural que haja menos consenso e mais incerteza sobre o que é um bom artigo científico, como ele deve ser avaliado e se é mais importante a quantidade ou a qualidade da produção (i.e., contribuição concreta para o avanço do conhecimento). Com o objetivo de auxiliar os pareceristas a adotarem parâmetros mais claros e objetivos para as revisões, nesta Pensata propomos um conjunto de elementos e critérios de análise – um guia para avaliação de artigos científicos de marketing.

## POR QUE UM GUIA?

A relevância de um guia para avaliação de artigos científicos de marketing está ancorada em fatos. Primeiro, ao lado da *tenure* (estabilidade no emprego que um professor tem como resultado de produção científica de alto nível), o *peer review* é a característica mais distintiva do sistema acadêmico (Biagioli, 2002). Como na academia de marketing brasileira não existe formalmente a figura da *tenure*, a avaliação por pares continua sendo a maior garantia para o avanço científico da área.

Segundo, apesar do enorme crescimento nas últimas décadas, a comunidade científica de marketing ainda é jovem e pouco experiente (Brei, Mazzon, Farias, & Matos, 2016). Há poucos dados sobre artigos de marketing submetidos aos periódicos de Administração e Marketing no Brasil. Assim, é razoável avaliar o crescimento da produção pelo número de submissões de artigos nos eventos científicos nacionais da área patrocinados pela Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD). Por exemplo, Sampaio e Perin (2006) mostraram que, de 1990 a 2005, em 16 EnANPADs e 1 EMA, ocorreram 527 submissões de artigos de marketing. Apenas no ano de 2016, foram submetidos 723 artigos (ANPAD, 2016), o recorde histórico da área.

Terceiro, em paralelo ao aumento da quantidade de autores e submissões, também cresceu a quantidade de pareceristas. No EnANPAD de 2016, 191 pareceristas participaram do processo de revisão. Essa quantidade não se traduz automaticamente em aumento da qualidade dos pareceres. A participação regular nos eventos científicos da área evidencia que há grande variabilidade na qualidade dos artigos aprovados e apresentados, comentário usual dos pesquisadores mais seniores e assíduos.

Quarto, apesar do aumento de submissões aos congressos da ANPAD, existem apenas três periódicos científicos de marketing no Brasil (um quarto periódico foi lançado em 2017), todos com baixa avaliação no Qualis/CAPES. Isso motiva autores a submeterem seus melhores artigos de marketing a periódicos internacionais ou a periódicos nacionais genéricos de Administração com melhor conceito no Qualis. Nestes, nem sempre há um editor ou editor-associado especializado no tema abordado de marketing (alguns periódicos adotam um *action editor*, especialista em um tema, designado como editor para um artigo específico).

Quinto, nos casos em que periódicos nacionais fazem algum tipo de avaliação formal sobre a qualidade dos pareceres, os resultados não são divulgados. Os periódicos também não disponibilizam nos seus *sites* versões das rodadas de avaliação anteriores e os pareceres que um artigo publicado recebeu ao longo do processo de revisão. Essa é uma prática comum (e didática) de alguns *top journals* de marketing, como o *Journal of Consumer Research* (2016).

Sexto, a baixa inserção internacional dos pesquisadores brasileiros de marketing (Brei et al., 2016) faz com que a maioria dos pareceristas não pratique e aprenda com comitês de revisão de artigos de periódicos internacionais de marketing de reputação inconteste.

Sétimo, apesar de existirem trabalhos que abordaram o tema de como revisar artigos científicos (por exemplo, Drummond & Jefferson, 1996; Ferraz & Navas, 2016; Kirschbaum & Mascarenhas, 2009; Krüger, 2005; Pinho, 2003), não identificamos publicação com o propósito de auxiliar pareceristas de artigos de marketing submetidos a periódicos científicos, da forma aqui proposta. A jovialidade da comunidade científica, quantidade e variabilidade na qualidade das pesquisas em marketing produzidas no Brasil demandam preocupação extra com treinamento dos pareceristas, elemento fundamental de melhoria da ciência de marketing produzida no Brasil.

Por fim, para testar a validade externa da nossa percepção como autores e revisores a respeito da baixa qualidade média dos pareceres da área, enviamos uma versão anterior deste paper para todos os editores dos periódicos científicos de Administração Qualis A brasileiros. Os editores ratificaram a dificuldade em manter elevado padrão do processo de revisão, dada a variabilidade de qualidade dos pareceres que recebem dos revisores de marketing.

## OS PERIÓDICOS DE MARKETING NO BRASIL E NO EXTERIOR

A academia brasileira de marketing ainda está distante do padrão de qualidade da comunidade internacional, o que é refletido nos periódicos científicos, os quais possuem baixos fatores de impacto. Em 2015, enquanto havia 153 *journals* de marketing com fator de impacto no mundo todo (Scimago Journal & Country Rank, 2016), no Brasil há apenas quatro periódicos exclusivos de marketing: a *Revista Interdisciplinar de Marketing* (RIMAR, Qualis B4), a *Revista Brasileira de Marketing* (REMark, Qualis B2), a *Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia* (PMKT, Qualis C) e a *Consumer Behavior Review* (CBR, ainda não avaliada no Qualis), todas sem fator de impacto nos *rankings* internacionais. Enquanto *journals* internacionais são editados em inglês, esses periódicos são editados majoritariamente em português (algumas edições e artigos são traduzidos para o inglês).

Os principais periódicos internacionais de marketing possuem posicionamento claro na comunidade científica (Hult, Reimann, & Schilke, 2009). Por exemplo, o *Journal of Marketing* – periódico mais antigo e reconhecido da área (Rust, 2008) – tem como objetivo promover o conhecimento científico, fazendo ponte entre a academia e *pratictioners* de marketing (American Marketing Association, 2016b). O *Journal of Marketing Research* concentra-se em avanços em métodos de pesquisa (American Marketing Association, 2016a); o *Journal of Consumer Research* (2016) foca

a explicação do comportamento do consumidor; o *Marketing Science* busca responder questões relevantes de marketing por meio de modelagem matemática (Informs, 2016).

No Brasil, os periódicos de marketing possuem posicionamento abrangente e genérico. Por exemplo, a REMark (2016a) tem o objetivo de "divulgar a produção intelectual na área de marketing, organizacional e de mercado" e a RIMAR (2016b), de "publicar resultados de pesquisas envolvendo ideias e novas propostas científicas em marketing". Tradicionais periódicos de Administração brasileiros - *Revista de Administração Contemporânea* (RAC), *Brazilian Administration Review* (BAR) e *Revista de Administração* (RAUSP) - sequer mencionam "marketing" em suas linhas editoriais. A falta de posicionamento claro e de notas de avaliação pode ser a explicação para o número menor de submissões que recebem. Enquanto a Divisão de Marketing recebeu 723 submissões em 2016 (ANPAD, 2016), a REMark (2016b) recebeu 293 submissões em 2015 e a RIMAR (2016a), apenas 23 submissões.

Analisando 1.272 artigos de marketing publicados nos anais do EnANPAD e EMAs e nos principais periódicos de Administração brasileiros no período de 2000 a 2009, Mazzon e Hernandez (2013) mostraram que o número médio de citações foi de 2,5 artigos publicados em anais e periódicos brasileiros e de 18,2 artigos publicados em periódicos internacionais. Isso suscita uma questão: Por que autores brasileiros de marketing publicam praticamente a quase totalidade de seus artigos em revistas brasileiras, ma-s citam quase exclusivamente artigos de periódicos internacionais? Seria razoável suscitar a dúvida de que autores brasileiros que publicam nos periódicos nacionais consideram os artigos de qualidade inferior aos publicados em periódicos internacionais? Se isso for plausível, é possível deduzir que o processo de avaliação de artigos no EnANPAD e nos periódicos nacionais de Marketing e de Administração é, no mínimo, deficiente.

## O PARECER CIENTÍFICO EM PERIÓDICOS DE MARKETING

O parecer científico por pares é um processo pelo qual a ciência se autorregula, por meio de julgamentos racionais e de decisões (Biagioli, 2002). É tão utilizado na academia que alguns autores ressaltam que ele evita a adoção de outros sistemas mais inovadores de publicação (Fitzpatrick, 2011). Trata-se de trabalho voluntário, geralmente não remunerado, no qual um pesquisador (o revisor) oferece seu tempo e conhecimento em prol do avanço da ciência, ao avaliar um artigo de outro pesquisador (o autor). O fato de o trabalho ser voluntário tem implicações, pois, ao não ser remunerado, não se estabelece um contrato de trabalho nem um prazo inflexível para entrega do "produto" (a avaliação). Entretanto, estabelece-se aquilo que Pinho (2005, p. 170) denomina "contrato moral". Quando o parecerista aceita contribuir, entende-se que está se comprometendo a entregar seu parecer, com qualidade, no prazo estabelecido.

Na academia internacional, há três formas de avaliação por pares: *single-blinded*, *double-blinded* e *open peer review* (Mulligan et al., 2013). No primeiro caso, a autoria é conhecida pelos avaliadores, mas os autores desconhecem os revisores. No segundo, autores e avaliadores permanecem anônimos. O terceiro surge como alternativa para "mitigar viés ideológico e ataque pessoal (*ad hominem*). Neste caso, ambos, autor e revisor, são conhecidos, em uma tentativa de aumentar a transparência e encorajar uma resposta honesta aberta" (Mulligan et al., 2013, p. 133).

Nos periódicos científicos de Marketing e de Administração nacionais é seguido processo semelhante àquele adotado nos principais periódicos internacionais, com algumas diferenças decorrentes da falta de tempo, treinamento, maturidade científica da comunidade de pareceristas e estrutura exígua das revistas (Kirschbaum & Mascarenhas, 2009). Há um editor-chefe – pesquisador renomado de um determinado campo do conhecimento – que tem a prerrogativa de indicar dois possíveis destinos para um artigo:

- *Desk-rejection:* rejeição imediata de artigo decorrente de baixa qualidade e/ou inadequação à linha editorial.

- *Revise and resubmit*: artigo que deve ser remodelado a partir dos ajustes solicitados pelos revisores em cada uma das rodadas (*rounds*) de revisão. Em cada uma delas, pode haver aprovação ou rejeição definitiva do artigo.

Os critérios de julgamento variam de acordo com o periódico, mas geralmente têm relação estreita com a linha editorial e contribuições apresentadas. A qualidade do processo de revisão depende do editor-chefe, editor-associado, *action editor* e revisores especialistas. Segundo Rupp (2011, p. 482), o editor decide qual manuscrito é adequado para a revista, podendo rejeitar o artigo de imediato (*desk-rejection*) ou indicar um editor-associado (ou um *action editor*), que indicará revisores (geralmente de dois a quatro especialistas) para fazerem a análise do artigo. Cerca de um terço das submissões é rejeitado de imediato nos periódicos mais competitivos (Rupp, 2011, p. 482).

É importante notar que editores não aceitam decisões dos revisores de maneira "cega" (Bergh, 2004, p. 6), podendo divergir das recomendações dos revisores. Para tomar a decisão, o editor se depara com a questão da convergência dos pareceres, além da amplitude e profundidade das análises. A preferência dele deve ser por pareceres que busquem equilíbrio entre esses aspectos (Krüger, 2005). O editor foca principalmente a seguinte questão: O manuscrito traz uma contribuição interessante e importante?

Além da baixa qualidade dos pareceres em geral, há enorme concentração de pesquisadores brasileiros na área de comportamento do consumidor (Brei et al., 2016), o que limita a possibilidade dos editores em identificar especialistas em outros temas de marketing (por exemplo, em modelagem e econometria). Comunidades reduzidas de especialistas comprometem a aplicação do *blind peer review*, barreira para institucionalização de uma disciplina científica (Biagioli, 2002).

Nossa experiência como editores, editores-associados e revisores indica que periódicos com classificação A tendem a receber revisões mais cuidadosas. Sugerimos que, ao final do processo *blind review* dos periódicos nacionais, os pareceristas tenham acesso aos pareceres dos demais revisores, consoante ao que acontece em vários periódicos internacionais de marketing.

Apesar de gerar bastante trabalho para editores e revisores, o *peer review* parece ser a melhor possibilidade de análise da produção científica. A razão repousa em decisões racionais (idealmente), baseadas num processo justo, aberto e transparente (Hebert, 2007). Mulligan et al. (2013) reforçam essa conclusão: autores consideram que seus artigos melhoraram após um processo de revisão criterioso.

## PROPOSTA DE UM GUIA PARA AVALIAÇÃO DE ARTIGOS DE MARKETING

Para compor elementos e critérios de análise, consultamos editores dos periódicos brasileiros de Administração Qualis A e a literatura de marketing (por exemplo, Cornelissen & Lock, 2005; Katsikeas, Robson, & Hulbert, 2004; Lee & Greenley, 2009; Piercy, 2002; Summers, 2001; Varadarajan, 1996, 2003). Analisamos instruções aos autores existentes nos *sites* do *Journal of Marketing* (AMA, 2016b), *Journal of Marketing Research* (AMA, 2016a), *Journal of Consumer Research* (2016) e *Marketing Science* (Informs, 2016). Como avaliar artigos científicos tem similaridades, analisamos literatura de outras subáreas da Administração, como *Organizações*, *Estratégia* e *Sistemas de Informação* (Bedeian, 2003; Hempel, 2014; Hoppen, 1997; Lepak, 2009; Meneghetti, 2011; Pinho, 2003; Tsang, 2013). Finalmente, comparamos critérios de avaliação de artigos de marketing com de outras ciências (Allen, 2013; Benos et al., 2003; Hames, 2007; Kunnath, 2006; Rogelberg, Adelman, & Askay, 2009). Visando maior solidez, restringimos o guia aos dois tipos principais de manuscritos de marketing submetidos a congressos e periódicos: artigos teórico-empíricos e ensaios teóricos.

### Recomendações sobre aspectos técnicos do artigo para um bom parecer

Os resultados apresentados no Quadro 1 sintetizam critérios importantes identificados na literatura que abordou o processo de pareceres para manuscritos de marketing submetidos a periódicos científicos. Importante observar que tivemos a preocupação em construir a proposta do guia de maneira analítica e detalhada, proporcionando uma espécie de *checklist* didático e instrumental para os revisores. Nosso objetivo é que o guia seja útil especialmente para aqueles menos experientes.

Quadro 1. **Proposta de um guia de análise de artigos científicos na área de marketing**

| Item | Aspectos a serem avaliados | Tipo de artigo | |
|---|---|---|---|
| | | Teórico-empírico | Ensaio teórico |
| Avaliação geral do artigo | • O título é adequado e reflete o conteúdo do manuscrito? | x | x |
| | • O artigo é inédito/original e oferece contribuição relevante que justifique sua publicação? | x | x |
| | • A escolha do objeto de análise (material ou imaterial, concreto ou abstrato) está clara e bem definida? | x | x |
| | • Quais são as maiores forças e fraquezas do artigo? As fraquezas são superáveis (possível corrigir falhas/erros do artigo)? | x | x |
| | • Existem seções que podem ser eliminadas/condensadas? | x | x |
| | • O autor atinge o objetivo a que se propôs (contribuição)? | x | x |
| | • O autor atinge a contribuição com rigor metodológico? | x | x |
| | • O artigo é interessante para o público-alvo de marketing? | x | x |
| | • O artigo deixa claro para qual subárea de marketing colabora (exs.: estratégia, *branding*, precificação etc.)? | x | x |
| | • A contribuição do artigo está alinhada com a linha editorial do periódico? | x | x |
| | • A linguagem adotada demonstrou que o autor refletiu crítica e aprofundadamente sobre o conteúdo? | x | x |
| | • O artigo está bem escrito (linguagem clara, direta, evitando termos ambíguos, expressões do senso comum, em português/inglês correto) e estruturado? | x | x |
| | • A organização do artigo é coerente com seu posicionamento epistemológico? | x | x |

Continua

Quadro 1. **Proposta de um guia de análise de artigos científicos na área de marketing**

Continuação

| Item | Aspectos a serem avaliados | Tipo de artigo | |
|---|---|---|---|
| | | Teórico-empírico | Ensaio teórico |
| *Abstract* ou Resumo | • É sintético e contém o propósito e contexto da pesquisa, método, resultados, conclusões e implicações? | x | |
| | • É sintético e contém o propósito, síntese da reflexão teórica, conclusões e implicações do estudo? | | x |
| | • O *abstract*/resumo atrai a atenção do leitor? | x | x |
| | • O *abstract*/resumo realmente sintetiza todo o trabalho? | x | x |
| Contribuição (Introdução) | • Existe uma questão ou objetivo da pesquisa/estudo claramente definido? | x | x |
| | • O autor explicita a relevância ou justificativa da pesquisa/estudo e discute sua importância? | x | x |
| | • O foco da contribuição é teórico? | x | x |
| | • O foco da contribuição é metodológico ou prático? | x | x |
| | • O autor informa o que vai abordar (e o que não vai)? | x | x |
| | • A contribuição é original/inédita e aborda problemas contemporâneos de marketing? | x | x |
| | • As variáveis dependentes são relevantes? | x | |
| | • A relevância do artigo é prejudicada ou aumentada em função de alguma característica da pesquisa (ex.: ser uma replicação)? Há justificativa para isso? | x | |
| | • É possível identificar claramente de que tipo de artigo se trata (pesquisa teórico-empírica ou ensaio teórico)? | x | x |
| | • O autor explicita a estrutura/organização do artigo? | x | x |
| Fundamentação teórica | • O autor explicita limites do estudo e mostra onde está a fronteira do conhecimento da(s) teoria(s) de marketing central(is) à sua pesquisa? | x | x |
| | • A fundamentação teórica é precisa e objetiva? A justificativa para a(s) teoria(s) e construto(s) é feita de maneira lógica, rigorosa e integrada? | x | x |
| | • O texto evidencia, discute e articula a evolução teórica e a(s) teoria(s) mais recente(s) de marketing? | x | x |
| | • Há análise/citação das obras clássicas (livros e artigos) e das mais recentes sobre o tema? | x | x |
| | • Há análise de como essas obras contribuíram para a formação de uma ou mais teorias abordadas na pesquisa? | x | x |
| | • As teorias mencionadas são adequadas ao problema? | x | x |
| | • Há identificação dos limites, lacunas, virtudes, problemas, consensos e divergências em torno de uma determinada teoria? | x | x |
| | • Há apresentação e sustentação das hipóteses a serem testadas, a partir da fundamentação teórica? | x | |
| | • Foram consideradas relações de moderação e mediação para os construtos/variáveis de marketing em estudo? | x | |
| | • As hipóteses a serem testadas são explicitadas (textualmente ou num *framework* conceitual)? | x | |
| | • O referencial teórico atende ao objeto analisado, sua organicidade e contemporaneidade? | x | x |

Quadro 1. **Proposta de um guia de análise de artigos científicos na área de marketing**

Continuação

| Item | Aspectos a serem avaliados | Tipo de artigo | |
|---|---|---|---|
| | | Teórico-empírico | Ensaio teórico |
| Abordagem, desenho de pesquisa e método | • A estratégia metodológica e passos para sua implementação estão suficientemente claros, detalhados e são suficientemente robustos? | x | |
| | • O posicionamento epistemológico (positivista, interpretativo etc.) está claro (mesmo que não explicitado no texto)? | x | x |
| | • O método é coerente com o posicionamento epistemológico? | x | |
| | • O texto busca compreender o objeto de estudo por meio de associações, analogias, ou por outra maneira não atrelada ao método científico tradicional? | x | x |
| | • A abordagem (quantitativa, qualitativa, mista) e seus passos para implementação estão adequadamente descritos? | x | |
| | • O(s) método(s) implementado(s) (*survey*, experimento, modelagem, análise documental, entrevista, grupo focal, etnografia etc.) está(ão) adequadamente descrito(s), respeitando a literatura específica recente? | x | |
| | • Os métodos empregados permitem generalização dos resultados? | x | |
| | • É necessária triangulação metodológica? | x | |
| | • A fundamentação teórica serviu para a instrumentalização/ operacionalização dos construtos/ conceitos? | x | |
| | • As propriedades psicométricas das medidas foram respeitadas? | x | |
| | • As escalas de marketing utilizadas são válidas e confiáveis? | x | |
| | • Os tipos de dados coletados estão adequadamente descritos? | x | x |
| | • O estudo considera os *stakeholders* que deveria envolver (e.g., gerentes de marketing, consumidores, consultores etc.)? | x | |
| | • Os procedimentos relativos à coleta e análise de dados estão detalhados, permitindo a outro pesquisador replicar a pesquisa? | x | |
| | • Foram usadas técnicas analíticas de marketing adequadas e mais avançadas? | x | |
| | • Princípios e práticas éticas foram obedecidos? | x | x |
| Proposições, resultados e discussão | • Proposições e argumentações teóricas são apresentadas e discutidas de maneira lógica, consistente? | x | x |
| | • Os resultados da pesquisa são apresentados de maneira objetiva, de fácil visualização e compreensão, sem esconder informações essenciais e sem apresentar resultados em excesso ou que não estejam relacionados ao objetivo? | x | |
| | • Os resultados são discutidos, levando-se em consideração a teoria apresentada na fundamentação teórica? | x | |
| | • A teoria guiou as análises? Há discussão sobre como os resultados encontrados avançam, complementam, alteram ou contradizem a teoria vigente? | x | |
| | • Os autores analisam os testes das hipóteses, tamanhos de efeitos, intervalos de confiança, nível de significância e poder estatístico dos testes realizados? | x | |
| | • Os resultados encontrados evidenciam uma regularidade empírica, generalizável para outros contextos? | x | |
| | • As reflexões no decorrer do artigo são profundas e minuciosas, instigando o leitor a tirar suas próprias conclusões? | x | |
| | • As questões levantadas no artigo orientam o leitor para reflexões teóricas mais profundas e integrativas? | x | |

Quadro 1. **Proposta de um guia de análise de artigos científicos na área de marketing**

Conclusão

| Item | Aspectos a serem avaliados | Tipo de artigo | |
|---|---|---|---|
| | | Teórico-empírico | Ensaio teórico |
| Conclusões | • As conclusões são sucintas e robustas, aproveitando o que de mais importante foi encontrado na pesquisa? | x | x |
| | • O objetivo do trabalho foi adequadamente atingido? Se não, o que não foi atingido e por quê? Como isso interfere sobre a contribuição/relevância final do artigo? | x | x |
| | • Há síntese dos principais achados do estudo, tendo como foco a contribuição do trabalho para o avanço teórico? | x | x |
| | • Há síntese de possíveis contribuições metodológicas e implicações práticas para o marketing? | x | |
| | • As conclusões avançam substantivamente o conhecimento sobre o assunto? | x | |
| | • A conclusão retoma as hipóteses testadas e sintetiza sua discussão, mostrando se o que foi encontrado está de acordo com a previsão inicial e, quando não estiver, quais são as possíveis explicações para a discordância? | x | x |
| | • Os autores apresentam como o artigo aprimora, redefine ou questiona uma dada teoria? | x | |
| | • É possível detectar conclusões, mesmo que na forma de questionamentos, que estimulem a reflexão do leitor? | x | |
| | • São apresentadas implicações para as organizações e/ou para outros stakeholders de marketing envolvidos com o estudo? | x | x |
| | • As implicações gerenciais evidenciam como os resultados do estudo podem impactar gestores, estratégia e implementação de marketing nas organizações? | x | x |
| | • São discutidas possíveis implicações do estudo para os consumidores, sua relação com os produtos/serviços e com as empresas? | x | |
| | • As limitações da pesquisa são apresentadas e discutidas? Como elas podem ter afetado os resultados e a contribuição inicialmente desejada? | x | |
| | • Os autores apresentam sugestões de estudos futuros, conectando-os aos achados/proposições do artigo? | x | x |
| Referências | • As referências selecionadas são relevantes, recentes e pertinentes, no formato exigido pelo periódico? | x | x |
| Material complementar | • Tabelas, figuras, quadros e anexos são apresentados de modo a sintetizar, simplificar e facilitar a compreensão por parte dos leitores? | x | x |

Para avaliadores mais experientes, esse guia poderia ser sintetizado em questões-chave:

1. Qual é o problema de pesquisa? Ele é relevante, e a contribuição da pesquisa para marketing é evidente? Está claro o porquê da contribuição?
2. A teoria usada é adequada ao problema de marketing?
3. Como o problema foi respondido? O método é robusto diante da tradição da área de marketing?
4. Há outras explicações alternativas para o problema abordado?
5. Quais as implicações para a área de marketing?

## Recomendações sobre comportamento/postura do revisor

É possível lembrar o primeiro artigo que recebemos para avaliar, talvez ainda quando da realização do doutorado. Certamente nos sentimos honrados e desafiados, e o esforço nessa tarefa foi imenso, considerando a primeira experiência de "ser um avaliador". É provável que todos que vivenciaram essa situação adotaram uma perspectiva construtiva. Nossa recomendação nesta Pensata segue sempre essa perspectiva.

É desejável que se inicie a leitura de um artigo a ser avaliado com uma perspectiva positiva, ou, pelo menos, com ausência de um quadro negativo. Certamente, a questão de o manuscrito não estar bem escrito pode direcionar para um viés inicial de rejeição. Daí o porquê de a submissão prematura ser um risco, principalmente para autores noviços. Para Schwab (1985), o modelo que editores encorajam é que revisores elaborem comentários de maneira construtiva, sendo rigorosos e o mais completos possível nas recomendações. Há diferença entre ser crítico em uma avaliação e ser destrutivo. Editores percebem que alguns avaliadores parecem ter prazer em destruir (não desconstruir) um manuscrito, de uma

forma negativa. Diante de tais características e peculiaridades da função, sugerimos alguns padrões de comportamento e postura desejados do revisor.

Quadro 2. **Recomendações sobre comportamento/postura do revisor**

| Item | Aspectos a serem avaliados | Tipo de artigo | |
|---|---|---|---|
| | | Teórico-empírico | Ensaio teórico |
| Competência | • Usei todo conhecimento que tenho sobre o tema para criticar o artigo, com rigor científico? | x | x |
| | • Detalhei como o artigo pode ser melhorado, a partir da fronteira do conhecimento teórico e metodológico, sem esconder informações que possam ajudar os autores? | x | x |
| | • Adaptei meus critérios de análise ao tipo de artigo submetido? | x | x |
| Abrangência | • Procurei limitar minha contribuição àqueles aspectos sobre os quais tenho domínio? | x | x |
| | • Informei o editor quando não tinha capacidade de avaliar determinado aspecto do artigo? | x | x |
| | • Concentrei minha avaliação em relação à contribuição proposta pelos autores? | x | x |
| Forma | • Apresentei críticas e sugestões usando uma linguagem clara, objetiva, identificando quando e como os comentários se referem a aspectos gerais ou específicos do artigo? | x | x |
| | • Evitei comentários genéricos (por exemplo, "o manuscrito está muito longo"), apresentando onde ele poderia ser melhorado? | x | x |
| | • Apresentei sugestões e caminhos, não apenas críticas, sejam genéricos ou específicos? | x | x |
| | • Priorizei críticas e sugestões, distinguindo problemas possíveis e impossíveis de serem corrigidos? E as correções mais importantes e menos importantes? | x | x |
| | • Apresentei explicações alternativas para os achados empíricos? O quão relevante é essa explicação alternativa? Ela é consistente com os dados? | x | |
| | • Procurei fazer reflexões teóricas a partir do que o artigo sugere? | | x |
| Postura | • Independentemente da qualidade do artigo, adotei uma postura e linguagem respeitosas, generosas e inspiradoras, ajudando os autores a melhorar seu trabalho, atuando como um comentarista, não como um crítico destrutivo? | x | x |
| | • Avaliei o artigo da maneira mais equitativa, imparcial, anônima e construtiva possível? | x | x |
| | • Se a imparcialidade não for possível por qualquer motivo, recusei o convite para avaliar? | x | x |
| | • Informei o editor a respeito de qualquer problema ou conflito de interesse envolvido com a revisão do artigo? | x | x |
| Comprometimento | • Respondi ao convite do editor para fazer (ou não fazer) a avaliação no prazo? | x | x |
| | • Terminei minha avaliação dentro do prazo, usando os critérios estabelecidos pelo editor? | x | x |

Em suma, o revisor deve adotar uma postura proativa e respeitosa, identificando onde e como o artigo pode ser melhorado, a partir do conhecimento mais avançado que detém sobre o campo, sempre a partir da identificação clara dos limites de sua competência. Em um processo típico, os revisores devem ser encarados como co-criadores do conhecimento científico, mantendo o comprometimento com o processo (que pode demorar) e estabelecendo bom relacionamento com editores e autores. Não seria exagero constatar que, uma vez submetido o artigo, os revisores e o(s) editor(es) passam a ter o poder de mudar o trabalho (sendo, num sentido lato, partícipes ativos de sua construção). Além disso, tornam-se *gatekeepers* daquele trabalho, definindo se ele merece ser publicado. Nesse sentido, uma pergunta pode resumir nossas recomendações: Fui o revisor que eu gostaria de ter?

## CONCLUSÕES

A pós-graduação brasileira foi implantada com o objetivo de formar professores para atender à expansão do ensino superior e preparar caminho para o desenvolvimento da pesquisa científica. Só recentemente, em 1996/1997, a CAPES implementou um sistema de avaliação que passou a valorizar as atividades de pesquisa e de formação de pesquisadores (Kuenzer & Moraes, 2005). Desde então, o significativo crescimento da quantidade (e, em menor proporção, da qualidade) da produção científica nacional demandou a criação e o amadurecimento dos periódicos e, consequentemente, de suas equipes editoriais.

Uma das consequências da expansão da pós-graduação e da mudança no sistema de avaliação é aquilo que Rego (2014) chama de produtivismo acadêmico. Esse produtivismo pode levar a vários comportamentos antiéticos, como manipulação, autoplágio, fatiamento de resultados de pesquisa e até coautoria de fachada. Ele pode levar pesquisadores a comprometerem suas reputações em situações de pressão para resultados. Além disso, inexistem regras fixas para definir quando uma colaboração deve ser considerada coautoria (Chen, 2011). Em última instância, os responsáveis pela qualidade e contribuição do artigo são os autores, que devem ter comportamento ético na pesquisa e elaboração do *paper*.

A proposta deste guia visa auxiliar não apenas avaliadores, mas também autores, como forma de evitar que o produtivismo leve à publicação de manuscritos que pouco contribuam com a ciência de marketing ou que não sigam princípios éticos da pesquisa acadêmica. A contribuição central desta Pensata ancora-se no fato de que inúmeras pesquisas já analisaram o processo de *peer review* (lista detalhada pode ser obtida em Mulligan et al., 2013), mas poucas se propuseram a sugerir como se deve elaborar um parecer científico, especialmente considerando as especificidades da área de marketing. Diversos questionamentos podem ser colocados acerca do papel do parecerista de periódicos científicos da área. Ainda na década de 1970, Jacoby (1978) ironizava, afirmando que "uma grande proporção da literatura sobre a pesquisa do consumidor (incluindo marketing) não vale o papel em que é impressa ou o tempo que se leva para ler" (p. 87). Será que essa afirmação seria válida no Brasil de hoje?

A qualidade da pesquisa é fundamental para o avanço de uma ciência, que só pode ser construída com base num domínio de objetos de estudo, métodos, proposições definidas e testadas por meio de investigações empíricas (Brei, Rossi, & Evrard, 2007). Artigos científicos são o instrumento para esse processo de maturação. É fundamental refletir e agir para que tenhamos mais qualidade nas avaliações e publicações, de modo a fazer com que também os autores avaliem a qualidade das pesquisas que estão produzindo.

Por fim, é importante ter consciência sobre o que não sabemos. Nesse sentido, procuramos oferecer uma contribuição para que novos pesquisadores passem a realizar pareceres mais qualificados e a escrever melhores *papers*.

## REFERÊNCIAS

Allen, T. W. (2013). Peer review guidance: How do you write a good review? *JAOA: Journal of the American Osteopathic Association*, *113*(12), 916-920. doi:10.7556/jaoa.2013.070

American Marketing Association. (2016a). Editorial guidelines. *Journal of Marketing Research*. Recuperado de https://www.ama.org/publications/JournalOfMarketingResearch/Pages/JMREditorialGuidelines.aspx

American Marketing Association. (2016b). Editorial statement and policies. *Journal of Marketing*. Recuperado de https://www.ama.org/publications/JournalOfMarketing/Pages/jm-editorial-guidelines.aspx

Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração. (2016). *Submissões EnANPAD 2016*. Recuperado de http://www.anpad.org.br/

Bedeian, A. G. (2003). The manuscript review process: The Proper roles of authors, referees, and editors. *Journal of Management Inquiry*, *12*(4), 331-338. doi.org/10.1177/1056492603258974

Benos, D. J., Kirk, K. L., & Hall, J. E. (2003). How to review a paper. *Advances in Physiology Education*, *27*(2), 47-52. doi:10.1152/advan.00057.2002

Bergh, D. D. (2004). Does the editor matter? *Academy of Management Journal*, *47*(1), 6-9. doi:10.5465/AMJ.2004.12691436

Biagioli, M. (2002). From book censorship to academic peer review. *Emergences: Journal for the Study of Media & Composite Cultures*, *12*(1), 11-45. doi:10.1080/1045722022000003435

Brei, V. A., Mazzon, J. A., Farias, S. A., & Matos, C. A. de. (2016). *1º Censo Brasileiro dos Pesquisadores Acadêmicos de Marketing*. EnANPAD, ANPAD, Costa do Sauípe, Bahia. Recuperado de http://www.anpad.org.br/~anpad/eventos.php?cod_evento=1&cod_evento_edicao=83&cod_edicao_subsecao=1302&cod_edicao_trabalho=21976

Brei, V. A., Rossi, C. A. V., & Evrard, Y. (2007). As necessidades e os desejos na formação discursiva do marketing: Base consistente ou retórica legitimadora? *Cadernos EBAPE*, *5*(4), 1-21.

Chen, X.-P. (2011). Author ethical dilemmas in the research publication process. *Management and Organization Review*, *7*(3), 423-432. doi.org/10.1111/j.1740-8784.2011.00229.x

Cornelissen, J. P., & Lock, A. R. (2005). The uses of marketing theory: Constructs, research propositions, and managerial implications. *Marketing Theory*, *5*(2), 165-184. doi:10.1177/1470593105052469

Drummond, M. F., & Jefferson, T. O. (1996). Guidelines for authors and peer reviewers of economic submissions to the BMJ. *BMJ*, *313*(7052), 275-283. doi:10.1136/bmj.313.7052.275

Ferraz, É. de C., & Navas, A. L. G. P. (2016). *Publicação de artigos científicos: Recomendações práticas para jovens pesquisadores*. Faculdade de Ciências Médicas da Santa Casa de São Paulo. Retrieved from http://www.abecbrasil.org.br/arquivos/recomendacoes_publicacao_jovens_pesquisadores.pdf

Fitzpatrick, K. (2011). *Planned obsolescence: Publishing, technology, and the future of the academy*. New York, USA: NYU Press.

Hames, I. (2007). *Peer review and manuscript management in scientific journals: Guidelines for good practice*. New Jersey, USA: Wiley-Blackwell Publishing.

Hebert, P. C. (2007). Peer review or barbecue? The choice is clear. *Canadian Medical Association Journal*, *176*(10), 1389-1389. doi:10.1503/cmaj.070506

Hempel, P. (2014). The developmental reviewer. *Management and Organization Review*, *10*(2), 175-181. doi:10.1111/more.12060

Hoppen, N. (1997). Avaliação de artigos de pesquisa em sistemas de informação: Proposta de um guia. *Anais do EnANPAD*, ANPAD, Rio de Janeiro.

Hult, G. T. M., Reimann, M., & Schilke, O. (2009). Worldwide faculty perceptions of marketing journals: Rankings, trends, comparisons, and segmentations. *Global Edge Business Review*, *3*(3), 1-23.

Informs. (2016). *Marketing Science*. Editorial statement. Recuperado de http://pubsonline.informs.org/page/mksc/editorial-statement

Jacoby, J. (1978). Consumer research: A state of the art review. *Journal of Marketing*, *42*(2), 87-96. doi:10.2307/1249890

Journal of Consumer Research. (2016). General information. *Journal of Consumer Research*. Recuperado de http://www.ejcr.org/general.htm

Katsikeas, C. S., Robson, M. J., & Hulbert, J. M. (2004). In search of relevance and rigour for research in marketing. *Marketing Intelligence & Planning*, *22*(5), 568-578. doi:10.1108/02634500410551941

Kirschbaum, C., & Mascarenhas, A. O. (2009). Nos limites da autonomia: Reflexões sobre práticas de blind review e editoria de revistas científicas em Administração no Brasil. *RAE-Eletrônica, 8*(1). doi:10.1590/ S1676-56482009000100006

Krüger, H. (2005). Avaliação de trabalhos científicos. *Organizações & Sociedade*, *12*(33), 179-182. Recuperado de http://www.portalseer.ufba.br/index.php/revistaoes/article/view/10785

Kuenzer, A. Z., & Moraes, M. C. M. de. (2005). Temas e tramas na pós-graduação em educação. *Educação & Sociedade*, *26*(93), 1341-1362. doi:10.1590/S0101-73302005000400015

Kunnath, S. K. (2006). Reviewing papers for *JSE* : A plea to authors, potential reviewers, and readers. *Journal of Structural Engineering*, *132*(9), 1333-1333. doi:10.1061/(ASCE)0733-9445(2006)132:9(1333)

Lee, N., & Greenley, G. (2009). Being a successful and valuable peer reviewer. *European Journal of Marketing*, *43*, 5-10. doi:10.1108/03090560910923193

Lepak, D. (2009). Editor's comments: What is good reviewing? *Academy of Management Review*, *34*(3), 375-381.

Mazzon, J. A., & Hernandez, J. M. da C. (2013). Produção científica brasileira em marketing no período 2000-2009. *Revista de Administração de Empresas*, *53*(1), 67-80. doi:10.1590/S0034-75902013000100007

Meneghetti, F. K. (2011). O que é um ensaio-teórico? *Revista de Administração Contemporânea*, *15*(2), 320-332. doi:10.1590/S1415-65552011000200010

Mulligan, A., Hall, L., & Raphael, E. (2013). Peer review in a changing world: An international study measuring the attitudes of researchers. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, *64*(1), 132-161. doi:10.1002/asi.22798

Piercy, N. F. (2002). Research in marketing: Teasing with trivia or risking relevance? *European Journal of Marketing*, *36*(3), 350-363. doi:10.1108/03090560210417165

Pinho, J. A. G. de. (2003). Uma investigação na avaliação de artigos submetidos à revista Organizações & Sociedade. *Organizações & Sociedade*, *10*(28), 79-82.

Pinho, J. A. G. de. (2005). Brevíssimo manual do editor: Considerações sobre submissão e avaliação de artigos, o papel dos pareceristas e do editor de revistas científicas. *Organizações & Sociedade*, *12*(34), 169-173.

Rego, T. C. (2014). Produtivismo, pesquisa e comunicação científica: Entre o veneno e o remédio. *Educação e Pesquisa*, *40*(2), 325-346. doi:10.1590/S1517- 97022014061843

Revista Brasileira de Marketing. (2016a). *Políticas editoriais*. Recuperado de http://www.revistabrasileiramarketing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/about/editorialPolicies#focusAndScope

Revista Brasileira de Marketing. (2016b, October 7). *REMark*. Dados ReMARK 2013-2015. Comunicação pessoal com o editor.

Revista Interdisciplinar de Marketing. (2016a). Informações editoriais e nominata de avaliadores: Ano 2015. *RIMAR – Revista Interdisciplinar de Marketing*, *6*(1), 81-82.

Revista Interdisciplinar de Marketing. (2016b). *Políticas editoriais*. Recuperado de http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/rimar/about/editorialPolicies#focusAndScope

Rogelberg, S., Adelman, M., & Askay, D. (2009). Crafting a successful manuscript: Lessons for 131 reviews. *Journal of Business Psychology*, 24, 117-121.

Rupp, D. E. (2011). Ethical issues faced by editors and reviewers. *Management and Organization Review*, *7*(3), 481-493. doi:10.1111/j.1740-8784.2011.00227.x

Rust, R. T. (2008). From the editor: The state of the journal. *Journal of Marketing*, *72*(6), 1-2. doi:10.1509/jmkg.72.6.1

Sampaio, C. H., & Perin, M. G. (2006). Pesquisa científica da área de marketing: Uma revisão histórica. *Revista de Administração Contemporânea*, *10*(2), 179-202. doi:10.1590/S1415-65552006000200010

Schwab, D. P. (1985). Reviewing empirically based manuscripts: Perspectives on process. *Publishing in the Organizational Sciences*, *171*, 181.

Scimago Journal & Country Rank (SJR) (2016). *Journal Rankings on Marketing*. Recuperado de http://www.scimagojr.com/journalrank.php?category=1406

Summers, J. O. (2001). Guidelines for conducting research and publishing in marketing: From conceptualization through the review process. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *29*(4), 405-415. doi:10.1177/03079450094243

Tsang, E. W. K. (2013). Is this referee really my peer? A challenge to the peer-review process. *Journal of Management Inquiry*, *22*(2), 166-171. doi:10.1177/1056492612461306

Varadarajan, P. R. (1996). From the editor: Reflections on research and publishing. *Jounal of Marketing*, *60*(4), 3-6.

Varadarajan, P. R. (2003). Musings on relevance and rigor of scholarly research in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *31*(4), 368-376. doi:10.1177/0092070303258240

# PERSPECTIVAS

Artigo convidado

DOI: http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170409

# INTERNACIONALIZAÇÃO DOS PERIÓDICOS BRASILEIROS

Há uma vasta literatura que trata do processo de internacionalização de empresas, com modelos consolidados e que revelam os desafios enfrentados nos diferentes níveis de internacionalização dos negócios. No entanto, tratando-se de publicação acadêmica, poderíamos assumir ser um negócio, que se beneficiaria com esse conhecimento? A internacionalização dos periódicos acadêmicos na área de Administração do Brasil é recente. Se considerarmos que um dos requisitos principais para a internacionalização seja o uso de língua franca, no caso o inglês, a *Brazilian Administration Review* (*BAR*) é pioneira, por publicar, desde o seu primeiro número, em 2004, artigos somente em inglês, com foco claro em ser um periódico internacional. No editorial do primeiro número, Guimarães e Machado-da-Silva (2004) indicaram: "o principal motivo para trazer um jornal de língua inglesa editado por uma associação acadêmica brasileira é que há uma necessidade cada vez maior de levar nosso trabalho científico a um público mais amplo, o que inevitavelmente significa levá-lo a países onde o português não é a língua dominante". Com base nisso, assumimos que o uso da língua inglesa é um dos requisitos da internacionalização, considerando que a academia internacional se comunica nessa língua. Temos, nesse aspecto, um desafio ainda grande, pois não somos educados nessa língua, e a cobrança para o correto domínio do inglês no meio acadêmico restringe-se, na maioria das vezes, à leitura e compreensão de texto, não englobando a redação acadêmica. No entanto, esse não é o principal desafio para a internacionalização, embora seja uma barreira inicial para tal. Destaca-se que, mais do que para o domínio da língua inglesa, deve-se atentar para a qualidade dos artigos e a autoria de artigos em parcerias com autores estrangeiros, bem como para a necessidade de um corpo editorial diverso e ativo, como questões ainda mais desafiadoras no processo de internacionalização dos periódicos.

Para competir no mercado editorial internacional, se estabelece a perspectiva de que o caminho para a internacionalização passa pela profissionalização editorial, em que um *publisher* (casa editorial) será responsável pelas partes operacional e gerencial, e a parte acadêmico-científica será responsabilidade de um corpo editorial diversificado e de excelente reputação acadêmico-científica. Por exemplo, podemos mencionar a *Revista de Administração da Universidade de São Paulo (RAUSP)*, também agora denominada *Management Journal*, que, no esforço de internacionalização, conta atualmente com os serviços da Elsevier. Usualmente, no exterior, os periódicos pertencem a um *publisher*, e não a um programa de pós-graduação, como é o caso do Brasil. Aqui, praticamente todos os programas de pós-graduação possuem um periódico, o que leva a um número extenso, mas não necessariamente de qualidade, entre os quais poucos conseguirão ter sucesso no processo de internacionalização. "Essa grande quantidade de revistas talvez cause efeitos de dispersão e de nivelamento por baixo da qualidade dos artigos científicos publicados em periódicos brasileiros", disse Isabelle Reiss, gerente de contas da divisão de pesquisa científica da Thomson Reuters para a América do Sul. Segundo ela, uma menor quantidade de

**SALOMÃO ALENCAR DE FARIAS**
saf@ufpe.br
*Professor da Universidade Federal de Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Administração – Recife – PE, Brasil*

periódicos brasileiros tornaria a seleção de artigos mais rigorosa e, consequentemente, aumentaria a qualidade e a visibilidade dos trabalhos publicados (Alisson, 2013). No entanto, esse modelo, dominante em países como os Estados Unidos, pode não ser o único caminho para a internacionalização. Os *publishers* geralmente cobram pelo acesso aos periódicos e/ou cobram pelo serviço operacional, quando não são os proprietários dos periódicos. O que vivenciamos em nossa área é que o conhecimento gerado e divulgado por publicações consolidadas e dominantes (chamaremos aqui de *mega journals*) em áreas específicas acaba restrito às instituições e/ou indivíduos que podem pagar pelo acesso. Existe, nessa situação, uma questão de controle relacionada ao conhecimento gerado. No Brasil, os periódicos de maior impacto em Administração adotam o acesso aberto e têm que buscar recursos em editais ou nas próprias instituições as quais os periódicos estão vinculados para sua continuidade. Um orçamento "adequado" também é uma condição necessária para a internacionalização, e, considerando a escassez de financiamento de órgãos como o CNPq e CAPES para tal fim, poucos periódicos conseguirão manter uma periodicidade e qualidade adequadas para competir com diferentes pares no mundo.

Para Fradkin (2017), a internacionalização bem-sucedida de periódicos, além do conteúdo em inglês de boa qualidade, deve contemplar outros dois elementos: que a instituição do primeiro autor e os membros do conselho editorial pertençam a um país nativo de língua inglesa, e que os artigos descrevam estudos empíricos Segundo esse autor, para que haja uma internacionalização de sucesso, os periódicos devem assumir dois caminhos: aumentar o número de artigos publicados em língua inglesa e a colaboração com autores nativos de língua inglesa. A chave para a internacionalização das revistas brasileiras envolve o aporte brasileiro à *expertise* de língua-franca (inglês), e a especialização, em termos de editores experientes, revisores, editores e autores. São necessários profissionais que sejam nativos de países onde o inglês é a língua oficial para elevar os padrões das revistas no Brasil (Fradkin, 2017).

Um caminho indicado pelo SciELO desde 2016 consiste em que se fortaleça a participação e colaboração de autores e especialistas nos comitês editoriais com afiliação estrangeira. Ou seja, para que a ciência alcance a internacionalização, se colocam os especialistas nativos de países de língua inglesa como centrais no processo de editoria e autoria. Para o SciELO, há metas específicas para a área de ciências sociais aplicadas para que periódicos sejam admitidos e continuem nessa base de dados, tais como porcentagens mínimas esperadas de editores associados ativos com afiliação institucional no exterior: o mínimo é de 15%, e o recomendado, 25%, para as ciências sociais. Os novos critérios incluem, ainda, porcentagens anuais mínimas esperadas e recomendadas de autores com afiliação institucional no exterior (SciELO, 2014). Aí reside mais um desafio de atrair autores estrangeiros para submeterem artigos a periódicos classificados como A no Qualis CAPES, mas com fatores de impacto ainda pouco competitivos para atrair os melhores artigos de pesquisadores estrangeiros e competir com igualdade com os *mega journals* de nossa área.

Reforçando o apresentado no final do parágrafo anterior, informação disponibilizada pela Agência FAPESP (Alisson, 2013) indicou que as revistas científicas de países emergentes, como China, Coreia do Sul, Rússia e Brasil, têm intensificado seu processo de internacionalização – que pode ser medido pelo número de artigos publicados em inglês, citação por outros países e pela publicação de artigos de autoria de pesquisadores estrangeiros, entre outros indicadores. Os periódicos brasileiros, contudo, estão atrás das coleções desses outros países na corrida pela internacionalização, uma vez que ainda publicam menos artigos em inglês e em colaboração com o exterior.

Ao discutir internacionalização de periódicos, deve-se considerar o fator de impacto, pois a competição é global, e os pesquisadores renomados e os melhores artigos terão como destino aqueles com fator de impacto mais alto. Há diferentes *rankings* comparativos disponíveis para que um autor decida para qual periódico enviar os resultados de suas pesquisas. Por exemplo, o *ranking* SCImago Journal & Country Rank, um portal que inclui indicadores científicos de periódicos e países, desenvolvido a partir das informações contidas na base de dados SCOPUS, que apresenta a *RAE* e a *BAR* no quartil Q3, com fator de impacto H index 6, e o indicador Scimago SJR de 0.207 e 0.188, respectivamente. O SCImago Journal Rank (indicador SJR) é uma medida da influência científica de revistas acadêmicas que explica o número de citações recebidas por uma revista e a importância ou prestígio das revistas de onde provêm essas citações. Em um total de 14 periódicos na América Latina na área de negócios, a *RAE* está na quarta posição e a *BAR*, na sexta, nesse portal. Já no Google Scholar, o fator de impacto da *RAE* h-5 é 20 e o da *BAR* é 13. Comparativamente, o *Journal of Management* tem um h-5 igual a 79. Ou seja, em termos de América Latina, o Brasil tem uma posição que pode ser considerada competitiva. Mas, quando ampliamos a comparação, os periódicos nacionais ainda ficam distantes dos *mega journals* internacionais.

Segundo Carvalho e Sasseron (2014), no domínio das ciências sociais, vários autores já indicaram a falta de equilíbrio de poder na produção de conhecimento no nível global, com uma grande concentração nos países capitalistas,

metrópoles ou nações "do Norte" – com mais senso político do que geográfico. As autoras continuam indicando que a internacionalização de periódicos na área das ciências sociais é um processo contraditório e complexo, que só pode ser entendido no contexto da divisão internacional do trabalho intelectual. A área de discussão abordada pelas autoras é a da educação, mas possivelmente o posicionamento delas, de alguma forma, pode ser aplicado à Administração.

O processo de internacionalização, na opinião de Diniz (2011), não é uma tarefa fácil. Além de falarmos português, e não podermos simplesmente abrir mão desse nosso privilégio, temos que buscar presença em indexadores internacionais relevantes, atrair autores estrangeiros para fazer parte de nossos comitês científicos, fazer chamadas de trabalho internacionais e umas tantas outras tarefas nada simples de executar, embora óbvias de planejar. Parece contraditório o conflito de produzirmos e publicarmos em português, mas, para nos internacionalizarmos, temos que abrir mão disso e nos centrar na produção em inglês, seguindo recomendações de formatação APA e não ABNT, essa última ainda adotada na produção de dissertações e teses em nossos programas de pós-graduação.

Para Silva, Carvalho, Amaro e Assis (2016), deve-se refletir também sobre a necessidade da busca do equilíbrio entre o binômio quantidade x qualidade. Grande parte das revistas brasileiras, e nesse caso tanto revistas científicas de acesso aberto como de outros modelos de negócios, ainda não alcançou posições de destaque nas chamadas "grandes bases de dados indexadoras internacionais", tais como a JCR e SJR. Aumentar a presença brasileira nesses indexadores internacionais é muito importante, já que, ao estar neles presente, o efeito esperado será o crescimento da visibilidade da ciência nacional, aumentando o seu número de citações e, assim, possibilitando a criação de novas redes de colaboração e produção de conhecimento científico. Aqui, mais uma vez, emerge outro desafio: atrair autores estrangeiros com reputação e conhecimento em suas áreas de especialidade para submeterem artigos aos nossos periódicos. Gerar citações e incrementar indexadores não é um processo fácil nem rápido, se feito com princípios éticos.

Embora a publicação de artigos em inglês seja algo necessário, Fradkin (2017) indica que apenas o percentual de textos em língua inglesa presentes nos periódicos nacionais não mostrou correlação com o grau de internacionalização destes. Os outros critérios, como a maior prevalência de membros do conselho editorial não brasileiros originários de países de língua inglesa, maior percentual de autores com afiliação institucional de países de língua inglesa e maior proporção de artigos de natureza empírica, mostraram correlação com o grau de internacionalização dos periódicos. Ou seja, em um país onde não somos alfabetizados em inglês, onde na pós-graduação exige-se, de modo geral, apenas o domínio da leitura em inglês, e o domínio da escrita acadêmica nessa língua ainda é limitado, o esforço mais lógico, e, de modo geral, a condição quase *sine qua non*, não demonstrou ser o mais significativo no processo de internacionalização. Compreende-se que se deve ter artigos escritos em inglês, mas com parceiros internacionais, para aumentar as chances de internacionalização de um periódico.

Packer (2014) menciona que os melhores periódicos internacionais contam com um grande orçamento, equipe profissional adequada e em tempo integral, são digitais e apresentam sistema de gestão digital, e fazem uso de uma casa editora (*publisher*) que publica várias revistas. Especificamente no campo das ciências humanas e sociais, os periódicos tendem a apresentar os seguintes problemas: as limitações das equipes editoriais afetam a gestão da produção dos periódicos; o contexto cultural, social, acadêmico e financeiro privilegia a publicação em português; a internacionalização da gestão editorial não é percebida como um avanço natural, necessário e possível; e as limitações que afetam a qualidade da produção científica/acadêmica nas áreas humanas e sociais surgem como barreiras para a internacionalização dos periódicos. O que se produz na pós-graduação, os problemas da pós-graduação, acabam refletidos nos periódicos vinculados a estes programas de pós-graduação. Pesquisas desenvolvidas no Brasil, por vezes pouco colaborativas e internacionalizadas, não são de interesse no contexto internacional. Percebe-se aí um problema de ordem cultural que deve ser explorado na formação dos pesquisadores, dentro dos programas de pós-graduação, de modo que passemos a treinar doutorandos para a avaliação de artigos, exigir a produção de artigos em inglês e estabelecer que a visibilidade da nossa pesquisa só acontecerá por meio da produção em uma língua que seja de domínio comum.

Certamente os editores de periódicos na área da Administração no Brasil terão um grande desafio no rumo à internacionalização e competindo globalmente pelos melhores artigos e autores com ilibada reputação. Talvez a lei da sobrevivência dos mais fortes vá se aplicar nesse processo, e apenas um número restrito de periódicos brasileiros alcançará no futuro o patamar dos *mega journals*. Haverá, certamente, os periódicos que não percorrerão o caminho da internacionalização e aqueles que lutarão por espaço no contexto global. Sem adotar uma abordagem ideológica, mas sim pragmática, acredito que o caminho para a internacionalização está obrigatoriamente em publicar em inglês, em cooperação com pesquisadores estrangeiros, ter rigor na avaliação dos artigos, um corpo

editorial diversificado que inclua estrangeiros comprometidos e participativos nos processos do periódico, profissionalização do periódico com a contratação de um *publisher*, e até, futuramente, a "venda" dos periódicos aos *publishers* internacionais, bem como a especialização de algumas revistas em áreas funcionais da Administração, a exemplo do que existe em outros países.

## REFERÊNCIAS

Alisson, E. (2013). Revistas científicas de países emergentes aumentam processo de internacionalização. *Agência FAPESP*. Recuperado de http://agencia.fapesp.br/revistas_cientificas_de_paises_emergentes_aumentam_processo_de_internacionalizacao_/18142/

Carvalho, M. P. de, & Sasseron, L. H. (2014). The internationalization of Brazilian education journals: Tensions of an ongoing process. *Educação e Pesquisa*, *40*(4). doi:10.1590/S1517- 970220144004001

Diniz, E. (2011). Editorial. Internacionalização dos periódicos nacionais. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *51*(4). doi:10.1590/S0034-75902011000400001

Fradkin, C. (2017). The internationalization of psychology journals in Brazil: A bibliometric examination based on four indices. *Paideia*, *27*(66). doi:10.1590/1982-43272766201702

Guimarães, T. de A., & Machado-da-Silva, C. L. (2004). Editorial. *BAR-Brazilian Administration Review, 1*(1). doi:10.1590/S1807-76922004000100001

Packer, A. (2014). A internacionalização dos periódicos foi tema central da IV Reunião Anual do SciELO [online]. *SciELO em Perspectiva*. Retrieved from http://blog.scielo.org/blog/2014/12/16/a-internacionalizacao-dos-periodicos-foi-tema-central-da-iv-reuniao-anual-do-scielo/

SciELO. (2014, Setembro). Critérios, política e procedimentos para a admissão e a permanência de periódicos científicos na Coleção SciELO Brasil. *Scientific Electronic Library Online*. São Paulo, SP.

Silva, D. M., Carvalho, T. de O., Amaro, B., & Assis, T. B. (2016). O retrato situacional das revistas científicas brasileiras. *Cadernos BAD*, 2, 116-124.

# PERSPECTIVAS

Artigo convidado

DOI: http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170410

# PERIÓDICOS BRASILEIROS EM INGLÊS: A MÍMICA DO *PUBLISH OR PERISH* "GLOBAL"

**RAFAEL ALCADIPANI**
rafael.alcadipani@fgv.br
*Professor da Fundação Getulio Vargas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo – São Paulo – SP, Brasil*

Em dezembro de 2004, foi publicado o primeiro periódico acadêmico brasileiro em Administração que recebe artigos somente no idioma inglês. Em seu primeiro editorial, o editor da *Brazilian Administrative Review* (*BAR*) argumenta que o periódico surgira com o intuito de expandir a produção científica em Administração do Brasil para uma audiência mais ampla, que possuía o inglês como língua dominante. O editorial, ainda, destacava que o novo *journal* não se restringiria a publicar artigos de brasileiros em inglês. Ele também pretendia ser um veículo para que autores de outros países publicassem seus textos para uma audiência brasileira.

Recentemente, a *Revista de Administração da Universidade de São Paulo* (*RAUSP*), periódico com 70 anos de história e um dos principais construtores do campo acadêmico da Administração no Brasil, passou a publicar os seus artigos somente em inglês. Para tanto, argumentou, em seu editorial publicado em janeiro de 2016, que "a crescente globalização do ensino e pesquisa de Administração e Contabilidade quer a exposição da produções e manutenção do diálogo com esta comunidade global e, para isso, o idioma não pode ser uma barreira". O Scientific Electronic Library Online (SciELO), principal indexador de periódicos do Brasil, exige que todas as revistas científicas que fazem parte de sua base tenham, cada vez mais, textos publicados em inglês. Desde 2008, a Fundação Getulio Vargas, Escola de Administração de Empresas (FGV EAESP), publica o *Journal of Operations and Supply Chain Management* (JOSCM), periódico exclusivamente publicado em inglês, e há diretivas no sentido de que todos os periódicos científicos editados pela FGV gradualmente contenham um número crescente de artigos em inglês. No ano de 2015, a *RAE-Revista de Administração de Empresas* publicou mais artigos em inglês do que em português, fato destacado pelo editor no número 6 do volume 55. Em outros periódicos, como a *Revista Brasileira de Gestão de Negócios* (*RBGN*), nos últimos anos, publicam-se edições com artigos em duas línguas, sendo uma delas necessariamente o inglês. Boa parte dos periódicos bilíngues ou publicados somente em inglês é tida como de prestígio no Brasil.

Tais dados mostram que há um crescente número de periódicos acadêmicos publicados no Brasil que são ou publicados majoritariamente em inglês ou exigem que ao menos uma das versões do artigo seja em inglês. Neste ensaio, eu problematizarei a crescente utilização do inglês como idioma para artigos acadêmicos publicados no Brasil, discutindo a necessidade de articularmos uma resistência ao mundo acadêmico do *publish or perish*.

## ACADEMIA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO COMO MÍMICA DO *PUBLISH OR PERISH* ANGLO-SAXÃO

A *RAUSP* é publicada desde 1947, embora sua publicação tenha sido interrompida entre 1967 e 1977. A *RAE* é publicada desde 1961, e a *RAP-Revista de Administração Pública* existe desde 1967. Em comparação, o principal polo de produção e disseminação do conhecimento na nossa área no mundo, a *Administrative Science Quarterly*, um dos mais antigos periódicos de Administração nos Estados Unidos, é publicada desde 1956. Ou seja, periódicos brasileiros na área de gestão existem há tanto tempo quanto nos EUA. Todavia, a lógica da produção científica nos dois países seguiu caminhos diferentes ao longo dos anos.

No mundo anglo-saxão, a produção científica e, consequentemente, os periódicos acadêmicos estão imersos na lógica do *publish or perish* (anglo-saxão), que está relacionado com o pragmatismo para escrever e publicar (Wilson, 1942). Tal lógica se consubstancia em uma pressão presente no meio acadêmico para que seus membros realizem publicações de maneira rápida e contínua, geralmente em periódicos, para que os acadêmicos consigam uma posição em uma instituição de pesquisa e mantenham a sua carreira.

Na prática, essa lógica configura-se em um sistema de produção onde artigos publicados em periódicos científicos servem como moeda fundamental para os acadêmicos garantirem a sua atratividade no mercado de trabalho "global" e até mesmo a possibilidade de terem estabilidade no seu emprego (*tenure*). Se não sobram críticas às consequências desse modelo e seus impactos deletérios na capacidade de inovação e reflexividade do meio acadêmico, bem como nos efeitos que esse sistema causa nas pessoas (Bristow, Robinson, & Ratle, 2017; Davies, 2015), o sistema "global" dos periódicos anglo-saxões tem incentivado que os acadêmicos produzam em periódicos de alto impacto que tendem a zelar pelo "rigor" daquilo que é publicado.

A empregabilidade do acadêmico no mundo anglo-saxão depende de onde o professor publica os seus artigos. Quanto maior o *ranking* do periódico onde o pesquisador publica, maior prestígio o acadêmico terá em sua comunidade e maior será a sua chance de conseguir uma posição em uma instituição de excelência ou ao menos de destaque. Instituições de ponta nos EUA e na Europa tendem a contratar acadêmicos que demonstram potencial de publicar em periódicos *top* que, na grande maioria das áreas, não passam de cinco títulos em áreas específicas do campo. Tais periódicos fazem parte da lista do UT-Dallas Bussiness School Research Rankings. Algumas *business schools* utilizam os *journals* que contam para o *ranking* do Financial Times e outras desenvolvem as suas próprias listas de quais periódicos são importantes. O tão sonhado *tenure* só é concedido após o professor provar que é capaz de publicar cerca de meia dezena de artigos nesses poucos periódicos considerados de prestígio em um espaço de cinco anos. Os artigos tendem a passar por um detalhado processo de avaliação. Vale frisar que todo o sistema de incentivos é feito para que os pesquisadores consigam publicar nesses periódicos. Salários são comparativamente altos, os professores possuem uma carga de aula reduzida, significativamente menor do que as praticadas no Brasil, e um número muito menor de orientandos de doutorado.

Se considerarmos que a produção científica é a consequência das práticas cotidianas socialmente localizadas de acadêmicos (Latour & Wolgar, 1986) e que práticas e ideias geradas nos países tidos como centrais tendem a assumir novos significados nos países periféricos (Bhabha, 1994), é interessante indagar o que aconteceu com a lógica do *publish or perish* anglo-saxão quando transladada para a academia brasileira em Administração.

Análises mostram que o campo acadêmico da Administração no Brasil está operando sob a égide do produtivismo (Alcadipani, 2011; Godoi & Xavier, 2012; Machado & Biachetti, 2011). Produtivismo acadêmico é "uma ênfase exacerbada na produção de uma grande quantidade de algo que possui pouca substância, o foco em se fazer o máximo de uma coisa 'enlatada', com pouco conteúdo e consequente valorização da quantidade como se fosse qualidade" (Alcadipani, 2011, p. 1174).

Não raro, no Brasil, professores produzem dezenas de artigos anualmente, majoritariamente realizados em coautoria com alunos e publicados em periódicos de baixa circulação. Escassos são os professores que escrevem sozinhos ou em parceria com os seus colegas, ou, ainda, que são primeiros autores da maioria dos artigos que assinam. Pegino (2014) mostra como tais características de produção científica também estão presentes de maneira marcante no grupo de pesquisadores que possuem a bolsa produtividade em pesquisa do Conselho Nacional de Pesquisa (CNPq), considerado o grupo de elite dos acadêmicos nacionais (para detalhes, veja Pegino, 2014).

No Brasil, a qualidade da produção científica do professor não está fundamentalmente atrelada nem à sua empregabilidade nem ao seu prestígio no campo. A maioria dos professores pesquisadores possui sua empregabilidade garantida após um breve período de probatório nas universidades públicas. Para ser aprovado no probatório, não é necessário publicar em periódicos de destaque, como acontece nos EUA. A publicação científica

impacta a decisão de quem faz ou não parte dos programas de pós-graduação *stricto sensu*. Tal definição, em geral, passa pela quantidade de pontos que a produção científica do professor aufere, medida pela qualificação do periódico no Qualis da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), a lista que determina a avaliação dos periódicos para os acadêmicos que publicam no Brasil. Na grande maioria das universidades privadas, os professores não possuem estabilidade no emprego, não há *tenure*, e, com isso, são obrigados aceitar os ditames de seus superiores e vivem em condições de trabalho precárias em comparação ao mundo "global". A qualificação da sua produção científica é apenas um dos critérios para a sua empregabilidade. Outros incentivos para que os professores publiquem em periódicos de destaque não estão presentes no sistema. O que parece contar mesmo para avaliações de Bolsistas Produtividade no CNPq, e que também contou, até muito recentemente, na avaliação dos programas de pós-graduação realizada pela CAPES, é essencialmente a quantidade da produção científica sem nenhuma preocupação com a qualidade da pesquisa ou do artigo.

Outro fator importante na regulação da produção científica brasileira é a lista do Qualis-Periódicos da CAPES. O Qualis da área de Administração é questionável. Sob o argumento de que pesquisadores realizam pesquisas multidisciplinares no campo da Administração, o Qualis tem aceitado como periódicos de Administração aqueles que flagrantemente nada têm a ver com a área. Periódicos de medicina, odontologia e engenharia de alimentos, somente para citar algumas áreas, aparecem nos estratos superiores da lista. Não vemos, nas áreas de ciências médicas e engenharia, periódicos de Administração nos estratos superiores. O segundo problema é a valorização exacerbada dos periódicos internacionais pouco reconhecidos no exterior. Diferente de áreas como antropologia e sociologia, que possuem periódicos nacionais no estrato A1, a área de Administração privilegia critérios de avaliação de periódicos tais como indexadores e outras métricas extremamente burocráticas, o que faz com que os periódicos nacionais sempre estejam em desvantagem. Um problema correlato é que, em nome da "neutralidade", são aplicados critérios para a classificação de periódicos que terminam por desvalorizar sobremaneira a própria área. Falta uma discussão substantiva a respeito dos rumos que deve tomar a pesquisa em Administração no Brasil.

Se seguirmos a já deletéria lógica do *publish or perish*, percebemos que os principais reguladores do campo acadêmico da Administração no Brasil incentivam a produção de uma grande quantidade de artigos acadêmicos em periódicos de baixa circulação e baixo prestígio, tanto nacional quanto internacional. No que diz respeito à publicação internacional dos brasileiros, ela é ainda muito incipiente e dominada por um *gaming* expressivo. Parte dos acadêmicos nacionais que procuram publicar em periódicos fora do Brasil o faz nos que são de menor prestígio na área e, portanto, mais fáceis de se conseguir uma publicação em inglês. O que parece contar não é a aprendizagem no processo de avaliação e o desenvolvimento acadêmico, mas, sim, ter um artigo em inglês para mostrar no CV. O *gaming* também explica a grande presença de periódicos internacionais fora da área de Administração. Lembro que problemas como a diferença de lógica de produção científica, de linguagem e de condições materiais de trabalho, tais como alta carga horária em sala de aula e em trabalhos administrativos que nada têm a ver com pesquisa, a necessidade de o professor ter "bicos" para poder ter uma remuneração adequada, entre outros fatores práticos, colocam o acadêmico brasileiro que trabalha em uma instituição do Brasil em clara desvantagem em relação aos seus colegas anglo-saxões.

Considerando a quantidade de acadêmicos na área no Brasil, a quantidade de periódicos editados em português – hoje são cerca de 250 periódicos com foco em Administração no País (SCI&ORG – Ciência e Organizações, 2017) – e a ausência de relação direta entre produção científica e empregabilidade, o Brasil teria a possibilidade de desenvolver um sistema alternativo ao *publish or perish* presente no mundo anglo-saxão.

Todavia, nossas instituições acadêmicas terminaram por criar um sistema tão permissivo quanto o reinante fora do Brasil. Isso porque o que caracteriza o *publish or perish* nacional é o produtivismo acadêmico e o *gaming* da publicação internacional. Ou seja, o trabalho de produção científica parece ter perdido o significado de construir contribuições acadêmicas consistentes. Parte dos professores está gerindo "fábricas de *papers*" onde quem realmente faz a pesquisa e escreve os artigos são os alunos. Raramente trabalhos de fôlego e profundidade são produzidos. As reflexões presentes nos artigos são breves, de pouca densidade, de baixa contribuição científica e social e baixo rigor metodológico. É isso o que têm apontado as avaliações a respeito da publicação acadêmica na área de Administração no Brasil (Bertero & Caldas, 2005; Bertero, Caldas, & Wood, 1999). Raros são os professores brasileiros que estão baseados no Brasil e publicam em "periódicos internacionais respeitados". Ao fim e ao cabo, elaboramos um simulacro de produção acadêmica anglo-saxã que nem nos posiciona nas discussões acadêmicas "globais" nem nos faz criar um pensamento original e uma prática acadêmica que gere significado efetivo. Bhabha (1994) chama de mímica (*mimicry*) essa tentativa das pessoas dos países do Sul de copiar as lógicas de funcionamento dos países do Norte sem ter a mesma base social, cultural e econômica. Ao fazer isso, como estamos vendo na academia de Administração no

Brasil, produzimos uma cópia malfeita que não traz benefícios para nós mesmos.

Diante da lógica de produção científica que impera no Brasil no momento no campo da Administração, qual seria, então, a consequência de termos periódicos editados no Brasil e publicados em inglês?

## POSSÍVEIS FACES DOS PERIÓDICOS ACADÊMICOS BRASILEIROS EM INGLÊS: PROVINCIANISMO GLOBAL E COLONIALISMO EPISTÊMICO

Neste texto, eu utilizo o termo "global" para me referir a um meio acadêmico formado por pessoas e instituições que trabalham dentro da lógica do *publish or perish* anglo-saxão. Nesse meio científico, o inglês acadêmico norte-americano ou britânico é a língua utilizada como idioma "global" (Altbach, 2007). Outras versões de inglês, como o praticado por indianos, nigerianos e bengalis, por exemplo, não são toleradas. Os periódicos que fazem parte desse campo "global" de pesquisa em Administração possuem uma visão bastante restrita a respeito do que é boa pesquisa acadêmica (comumente funcionalista), do que são artigos científicos de qualidade (em geral, os que são publicados nos *journals* de prestígio) e daquilo que realmente deve ser publicado (via de regra, pesquisa quantitativa ou qualitativa de uma tradição epistemológica positivista). Assim, possuem uma visão bastante limitada do que é conhecimento científico e tentam transladar isso para outros países do mundo (Bell, Kothiyal, & Willmott, 2016).

Conforme destaca Ibarra-Colado (2006), esse campo "global" é composto por escolas de negócios consideradas de elite, mega-editoras multinacionais, associações acadêmicas como a Academy of Management, congressos e eventos científicos que se consideram internacionais, muito embora quem esteja ocupando as posições de poder nesses lugares venha de pouquíssimas universidades. Fazem parte ainda desse cenário "global" diversos tipos de *rankings* para periódicos, cursos e escolas que tendem a indicar quem possui "qualidade". Trata-se de uma verdadeira indústria que trabalha sob a égide da lógica acadêmica como praticada nas escolas de destaque dos países anglo-saxões. Murphy e Zhu (2012) mostram como essa lógica opera nos periódicos acadêmicos que pertencem ao tal mundo "global".

A única forma de ser respeitado nesse circuito "global" é estar presente, apresentando artigos nesses congressos, mas fundamentalmente publicando nos periódicos "globais" e fazendo cursos de formação ou estágios pós-doutorais nas instituições "globais". Essa lógica "global" é bastante provinciana, pois trata como subalternas outras culturas, outros saberes e outras lógicas de se produzir conhecimento. Se você não faz parte desse circuito *jet-set* internacional, você simplesmente não existe para esse mundo "global". Trata-se de uma variação acadêmica da distinção local/global discutida por Bauman (1999).

O ponto central é que fazer parte desse circuito significa aceitar a hierarquização imposta pela academia anglo-saxã, que tende a nos colocar como subalternos. A presença de pessoas de outros países que não os centrais nesse circuito em geral está relacionada a estar empregado ou, então, ter relações fortes com as universidades centrais. É raro alguém localizado fora das universidades do "centro" fazer parte desse circuito. Vale frisar que nos próprios EUA e Reino Unido há uma quantidade expressiva de acadêmicos que estão fora desse jogo, muito embora estar empregado em uma universidade nesses países seja um ponto expressivo de vantagem. Vindo de um país como o Brasil, a menos que domine muito bem as práticas e jogue muito bem com as regras dessa academia anglo-saxã, você será considerado um derrotado.

Ibarra-Colado (2006) mostra como essa academia "global" possui um discurso altamente sedutor para vários agentes da América Latina. É como se fazer parte desse circuito "global" transformasse o acadêmico latino-americano em um ser "diferenciado" em relação aos seus colegas da região. Ter sucesso nessa academia "global" é, como diz o professor Bill Cooke, como ser um bom jogador de futebol americano. Você pode até treinar e se destacar nesse esporte que pouquíssimos jogam e conhecem bem, mas está longe de ser natural se você não for norte-americano ou não tiver sido formado lá.

Conforme destaquei no início deste artigo, há, no Brasil, um número crescente de periódicos no campo da Administração que publica seus artigos ou unicamente no idioma inglês ou privilegia artigos publicados em inglês. Boa parte deles trata-se de periódicos bem-conceituados na lista Qualis/CAPES da Administração, o que significa que há uma clara tendência de que, para publicar em um periódico nos extratos superiores do Qualis, o pesquisador terá que publicar em inglês. O que a experiência brasileira tem mostrado a respeito da publicação no Brasil de periódicos que privilegiam o inglês?

Se eu deixar de lado as perspectivas epistemológicas reflexivas que adoto em minhas pesquisas e pensar como alguém que defenderia a inserção do Brasil na academia "global" de Administração, e analisar a experiência dos periódicos nacionais em inglês, alguns aspectos sobressaem. Em primeiro lugar, basta

uma breve pesquisa dos nomes e da filiação institucional das pessoas que publicam nesses periódicos para constatarmos que a imensa maioria dos autores dos textos publicados é brasileira. Ou seja, raros são os autores de fora do Brasil que utilizam os periódicos brasileiros em inglês para divulgar seus manuscritos. Percebemos, ainda, que os periódicos nacionais em inglês são raramente citados por autores de fora do Brasil.

Além disso, há uma tendência de que editores de periódicos no Brasil possuam restrita ou inexistente experiência de publicar em periódicos internacionais reconhecidos nas suas respectivas áreas. Parte das pessoas que possuem poder de decisão dos rumos da na área de Administração não possui formação ou interlocução internacional e ocupa as posições de poder muito mais por conta de questões políticas associadas ao seu poder nos jogos políticos do campo acadêmico da Administração do que pela demonstração de competência em fazer pesquisa e produzir conhecimento.

No momento em que um periódico passa a ser publicado em inglês, ele tem a vantagem potencial de ser acessado em todo o mundo "global". A desvantagem disso é que o artigo será imediatamente comparado com os demais artigos "globais". Tais artigos possuem um formato específico e uma maneira bastante peculiar de serem escritos e editados (Bell et al., 2016; Horn, 2017; Murphy & Zhu, 2012). Os artigos "globais" envolvem caras revisões de idioma e uma quantidade de trabalho que não estamos acostumados a realizar para publicar textos no Brasil, onde é comum se fazer um artigo na véspera da conferência e rapidamente enviar para um periódico para ser publicado.

Para se publicar um artigo "global", via de regra, o autor apresenta seu trabalho em conferências e, mais importante, em seminários pequenos onde estão outros acadêmicos "globais" que fazem comentários para que o autor desenvolva o texto. Isso significa que o texto submetido a um *journal* considerado de qualidade já passou pelo crivo de possíveis avaliadores. Já presenciei situações em que um autor apresenta seu artigo em um seminário com a presença de editores associados e ex-editores de periódicos extremamente reconhecidos. Os comentários fazem com que o autor melhore o seu texto dentro da lógica "global" de como deve ser um artigo. É ingenuidade imaginar que um autor faz um texto e submete para um periódico sem que ele tenha um grande número de comentários de pessoas que sabem o que é esperado nesse periódico. É necessário que ele discuta esse texto inúmeras vezes com pessoas do campo; assim, aos poucos, o seu texto vai ganhando o formato daquilo que é esperado no *journal*. É preciso estar dentro dos circuitos de conhecimento e poder da academia "global" em Administração. Há uma política da publicação "global" que raramente dominamos.

Dessa forma, por trás de artigos científicos, há uma prática institucionalizada de se fazer pesquisa e de se fazer ciência. Assim, os artigos que foram produzidos na lógica do *publish or perish* brasileiro ficam em clara desvantagem diante dos textos publicados no *publish or perish* anglo-saxão. Ao publicarmos nossos periódicos em inglês, entramos automaticamente em um sistema hierarquizado pelos anglo-saxões em que nós sempre seremos subalternos. Diante disso, a publicação de periódicos brasileiros em inglês acaba por expor as "fragilidades" da produção nacional em escala "global". Em larga medida, é uma forma de expor a nossa "província" "globalmente", ou melhor, usando as palavras de Ortiz (2008), é uma forma de "provincianismo global".

É típico, no provincianismo brasileiro, idolatrar o estrangeiro do mundo desenvolvido e querer realizar mimetismo de sua forma de atuação para parecer "desenvolvido". Sevcenko (1985), analisando o Rio de Janeiro da época do Barão de Rio Branco, relata que

> Havia também uma prática espúria de controle e de ocultamento da dimensão negra da sociedade brasileira, sobretudo no contato com elementos estrangeiros. Essa era uma prática conduzida pelo Barão de Rio Branco no Itamarati. Entre as pessoas havia um cuidado para não sair ao sol. Na avenida, o grande lugar do desfile, os passeios só eram feitos do lado da sombra: de manhã de um lado, à tarde no outro. Ninguém tomava banho de mar. E um hábito entre os mais jovens, entre os nubentes, era o de tomar um copo de vinagre em dejejum para provocar o embranquecimento da pele, resultando numa palidez meio esverdeada que era tida como de alto bom gosto (p. 49).

Há, ainda, uma questão de ordem prática que os pesquisadores precisam levar em conta. Se os periódicos nacionais em inglês ou que estão migrando para o inglês são raramente referenciados na audiência "global", quase nunca fazem parte dos *rankings* de periódicos "globais" e raramente são citados fora do Brasil, há poucos motivos para um pesquisador que possui um artigo que ele considera "bom" em inglês enviar para um periódico brasileiro editado em inglês. Publicar nesses periódicos não auxiliará a sua produção científica a ser "global" ou você a participar de um debate acadêmico "global".

Além disso, a grande maioria dos periódicos brasileiros faz com que os autores tenham que arcar com o custo das traduções

dos textos uma vez aceitos, gerando um custo alto para um periódico que está em inglês, mas não é "global". Eu mesmo já tive a experiência de ter um artigo aprovado em português e ter de arcar com os custos de tradução, sem ter sido anteriormente avisado a respeito disso. Se eu quisesse que o texto fosse publicado em inglês, teria enviado para um periódico internacional de destaque, afinal publicar em um periódico não reconhecido "globalmente" pode depor contra o autor do texto, pois esse tipo de julgamento é feito constantemente. Se há pesquisadores que querem fazer parte do circuito "global" da ciência, há inúmeros periódicos disponíveis para que eles publiquem seus estudos, e esse é o único caminho a ser percorrido para quem tem esse desejo. Não precisamos transformar os nossos periódicos em mímicas (Bhabha, 1994) de periódicos "globais".

Se os periódicos brasileiros querem ser "globais", eles precisam mudar radicalmente a sua forma de atuação. Os chineses estão percorrendo esse caminho. Desde o ano de 2005, a The International Association for Chinese Management Research publica o periódico *Management and Organization Review* (*MOR*). Hoje, o periódico tem um fator de impacto JCR de 2,738 (2015) e está entre os 35 periódicos com maior fator de impacto JCR da área. O primeiro número do periódico contou com um texto de James March. O periódico foi editado pela Willy e hoje é editado pela Cambridge University Press. O ex-editor e o atual editor do MOR possuem vasta experiência em publicar em periódicos "globais", assim como muitos dos autores de artigos publicados no *MOR*. Há, ainda, uma presença maciça de chineses fazendo seus PhD em universidades de ponta nos EUA e na Europa, e investimento do governo chinês e de empresas do país em tais universidades. O exemplo chinês mostra que, para se fazer parte do mundo dos periódicos "globais" e desafiar a presença hegemônica dos anglo-saxões, é preciso muito mais do que boa intenção e boa vontade. É necessário investimento de longo prazo, lidando com as regras do jogo vigentes. Artigos e periódicos estão imersos em um contexto social, econômico e geopolítico. Desconsiderar isso até soa ingênuo. Diante do exposto, se publicar periódicos brasileiros em inglês é uma tentativa de transformar a nossa academia em "global", não é isso que acontecerá, como, aliás, já estamos constatando desde que periódicos em inglês começaram a ser publicados no Brasil. Precisamos ir além do paroquialismo global que nos faz construir simulacros de periódicos "globais".

Há um outro ponto relevante a ser considerado. Para quem realizamos a nossa pesquisa? Qual o objetivo de realizarmos o nosso trabalho acadêmico? Para que servem os nossos programas de pós-graduação *stricto sensu*? A resposta para essas perguntas, eu entendo, deve levar em conta o lugar de onde estamos escrevendo. O Brasil é um país de dimensões continentais com um número considerável de problemas sociais, políticos e econômicos. Grande parte dos programas de pós-graduação do Brasil está imerso em uma lógica local que possui raízes que precisam ser levadas em conta. Grande parte da atividade principal dos que se formam doutores no Brasil é ministrar aulas e fazer gestão acadêmica em suas universidades. No que ajuda o Brasil e o local onde esses programas de mestrado e doutorado estão inseridos publicar em periódicos brasileiros em inglês? Não seria mais sensato e ponderado fazer com que esse grande contingente de alunos de mestrado e doutorado estivesse pesquisando assuntos que dizem respeito a suas realidades locais e tentando utilizar a ciência para transformar esses mundos? Faz sentido que todos os programas de pós-graduação do Brasil sejam avaliados com as mesmas métricas, as mesmas regras? Faz sentido essa mímica do *publish or perish* anglo-saxão que, no final, não forma bons professores em sala de aula para o mercado brasileiro? Eu considero que não. É urgente que a nossa pós-graduação e nossa produção científica se voltem para as realidades e problemas locais, algo que também não acontece no atual sistema de *publish or perish* brasileiro.

É preciso que utilizemos os periódicos nacionais em português para combatermos o colonialismo epistêmico que faz com que deixemos de considerar quem somos, para quem fazemos pesquisa e a realidade onde estamos em nome de um saber universal que, no final, sempre nos transforma em subalternos (Ibarra-Colado, 2006). Não podemos meramente reproduzir de maneira ingênua as mesmas lógicas anglo-saxãs de avaliação de produção científica.

O Brasil tem dimensões que lhe permitem criar uma lógica de produção de conhecimento que supere e vá além do *publish or perish* vigente atualmente tanto no Brasil quanto no exterior. Precisamos desenvolver uma lógica que não siga a englishzation, que produz identidades reguladas pela lógica do Império "global" (Boussebaa & Brown, 2017). O modelo do *publish or perish* não traz significado para a vida de pesquisadores tanto no Brasil quando no exterior. Publicar em português pode servir como uma forma de resistir a essa lógica. Se queremos ser "globais", podemos utilizar os nossos periódicos para articular uma posição acadêmica do Sul, aceitando artigos em espanhol e francês, por exemplo, como têm feito alguns periódicos do campo no Brasil. Podemos nos articular com outros espaços que têm buscando formar resistências (Chanlat, 2014).

É urgente utilizar a força das agências que regulam a produção em conhecimento em Administração, como Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD), CAPES e CNPq, e também os nossos periódicos, para criarmos

um espaço acadêmico próprio que lide com a nossa realidade e com os nossos problemas e que, acima de tudo, sirva como espaço de resistência ao modelo que está aí e que nos constrói, sempre, como inferiores. Mas precisamos também mudar a lógica que impera hoje no campo da Administração no Brasil, que nos transforma em uma cópia malfeita e muito mal acabada da academia anglo-saxã. E o caminho está em termos nossos periódicos em português, aceitando outros idiomas do Sul, e não obrigando nossos pesquisadores a pagarem altos custos para fazer parte de uma academia que deveria ser sua. Para isso, nossos periódicos precisam falar português (Rosa & Alves, 2011).

## REFERÊNCIAS

Alcadipani, R. (2011). Resistir ao produtivismo: Uma ode à perturbação acadêmica. *Cadernos EBAPE*, *9*(4), 1174-1178. doi:10.1590/S1679-39512011000400015

Altbach, P. G. (2007). The imperial tongue: English as the dominating academic language. *Economic and Political Weekly*, *42*(36), 3608-3611.

Bauman, Z. (1999). *Globalização: As conseqüências humanas*. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Editor.

Bell, E., Kothiyal, N., & Willmott, H. (2016). *Methodology-as-technique and the meaning of rigour in globalized management research*. Artigo em preparação.

Bertero, C., & Caldas, M. (2005). *Produção científica em Administração no Brasil: O estado da arte*. São Paulo, SP: Atlas.

Bertero, C., Caldas, M., & Wood, T. (1999). Produção científica em Administração de empresas: Provocações, insinuações e contribuições para um debate local. *RAC*, *3*(1), 147-178. doi:10.1590/S1415-65551999000100009

Bhabha, H. (1994). *The location of culture*. London, UK: Routledge.

Boussebaa, M., & Brown, A. D. (2017). Englishization, identity regulation and imperialism. *Organization Studies*, *38*(1), 7-29. doi:10.1177/0170840616655494

Bristow, A., Robinson, S., & Ratle, O. (2017). *Being an early-career CMS academic in the context of insecurity and 'excellence': The dialectics of resistance and compliance*. Artigo em preparação.

Chanlat, J. F. (2014). Language and thinking in organization studies: The visibility of French OS production in the Anglo-Saxon OS field. *International Journal of Organization Analysis*, *22*(4), 504-533. doi:10.1108/IJOA-09-2013-0708

Davies, G. (2015). What organization theory is for? *Administrative Science Quarterly*, *60*(2): 367-371. doi:10.1177/0001839215585725

Godoi, C., & Xavier, W. (2012). Produtivismo e suas anomalias. *Cadernos EBAPE*, *10*(2), 456-465. doi:10.1177/0001839215585725

Horn, S. (2017). *Non-English nativeness as stigma in academic settings*. Artigo em preparação.

Ibarra-Colado, E. (2006). Organization studies and epistemic coloniality in Latin America: Thinking otherness from the margins. *Organization*, *13*(4), 463-488. doi:10.1177/1350508406065851

Latour, B., & Wolgar, S. (1986). *Vida de laboratório*. Rio de Janeiro, RJ: Relume Dumara.

Machado, A., & Biachetti, L. (2011). (Des)Fetichização do produtivismo acadêmico: Desafios para o trabalhador-pesquisador. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *51*(3), 244-254. doi:10.1590/S0034-75902011000300005

Murphy, J., & Zhu, J. (2012). Neo-colonialism in the academy? Anglo-American domination in management journals. *Organization*, *19*(6), 915-927. doi:10.1177/1350508412453097

Ortiz, R. (2008). *A diversidade dos sotaques: O inglês e as ciências sociais*. São Paulo, SP: Brasiliense.

Pegino, P. (2014). *As relações acadêmicas de produção na pós-graduação em Administração no Brasil* (Tese de doutorado, FGV-EAESP).

Rosa, A. R., & Alves, M. A. (2011). Pode o conhecimento em gestão e organização falar português? *RAE-Revista de Administração de Empresas*, *51*(3), 255-264. doi:10.1590/S0034-75902011000300006

Sevcenko, N. (1985). As muralhas invisíveis da Babilônia moderna. *Óculum Revista da Arquitetura*, *1, 12-22*.

SCI&ORG – Ciência e Organizações. (2017, 2 Fevereiro). Confira o último Qualis (2015) dos periódicos nacionais com ênfase em Administração [Post da web]. Recuperado de https://sciandorg.wordpress.com/2017/02/02/confira-o-ultimo-qualis-dos-periodicos-com-enfase-em-administracao/

Wilson, L. (1942). *The academic man: A study in the sociology of a profession*. London, UK: Transaction Publishers.

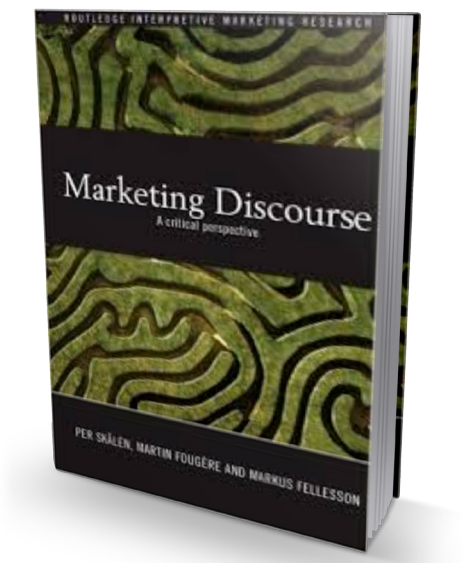
# RESENHA

DOI: http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170411

# DISCURSO E PRÁTICA DO MARKETING: UMA PERSPECTIVA CRÍTICA

## MARKETING DISCOURSE: A CRITICAL PERSPECTIVE

*De Per Skålén, Martin Fougère, & Markus Fellesson. London, UK: Routledge, 2012. 190 p.*




*Por*

**ROBERTO PESSOA DE QUEIROZ FALCÃO**
**robertopqfalcao@gmail.com**
*Doutorando em Administração de Empresas pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Escola de Negócios – Rio de Janeiro – RJ, Brasil*

Nesta obra, os autores propõem uma análise crítica do discurso do marketing, destacando o desenvolvimento do gerencialismo no discurso acadêmico, já que uma das preocupações centrais da teoria da gestão tem sido a busca da eficiência e eficácia, e sua inter-relação com o poder. O gerencialismo da teoria do marketing é produzido e reproduzido por meio do discurso de servir o cliente e o mercado, discutido pelos autores por intermédio do conceito do customerismo. O livro traz uma visão crítica e histórica do papel ideológico e formativo do marketing no discurso gerencial, apoiado no crescimento da cultura de mercado e do neoliberalismo, que permeiam atualmente as organizações públicas e privadas. Dado que o poder discursivo baseado no conhecimento não é visto como uma forma de poder pela maioria das pessoas, a obra pode despertar seus leitores para uma análise crítica, sejam eles alunos de graduação, de programas de pós-graduação ou docentes.

Embora o livro tenha sido publicado em 2012, faz parte do debate atual. Cabe ressaltar a experiência dos autores desta obra em países escandinavos, que, da mesma forma que outros pesquisadores das escolas nórdicas, como Kjeldgaard e Askegaard, destacam-se nesse debate, que ultrapassa as correntes principais de gestão e marketing norte-americanas. Outros autores corroboram a análise crítica, tais como: Brownlie, Saren, Wensley, e Whittington, em *Rethinking marketing: Towards critical marketing accountings* (1998), da editora Sage, assim como Saren, Maclaran, Goulding, Elliott e Caterall, na obra *Critical marketing* (2012), da editora Routledge.

A apresentação dos fatos pelos autores segue uma sequência lógica nos capítulos: a pesquisa crítica em marketing; a noção de poder/conhecimento, governamentalidade e governo; a análise do discurso governamental; a introdução do conceito de poder/conhecimento no marketing gerencial, sua consolidação e posterior elaboração; e, por fim, a crítica ao customerismo.

Primeiramente, apresentam-se importantes implicações do marketing na atual gestão das organizações, abordando o papel de seus membros e clientes. Por meio de um enfoque histórico do marketing, os autores fundamentam sua posição crítica, ba-

seando-se em trabalhos de Foucault e Morgan, e nos conceitos de poder, conhecimento, discurso e governamentalidade. Esse termo, derivado de governo e mentalidade, estabelece uma perspectiva à parte do poder estatal e da ideologia das práticas de governo. Os autores discutem como tais práticas se desenvolvem, apresentam suas formas, tecnologias, saberes, poderes e estratégias correspondentes ao seu desenvolvimento no mundo prático. De Foucault, os autores também extraem a forte relação entre o discurso e sua subjetividade, já que ele não se fundamenta em atributos estáveis, como as crenças, valores, motivações e experiência dos indivíduos. Já no tocante ao discurso acadêmico de marketing, duas perspectivas emergem, prescrevendo uma determinada orientação: questões relativas à compreensão das escolhas dos consumidores e da percepção do marketing como parte do discurso de gestão.

A obra também apresenta uma ligação histórica dos primórdios do marketing (início do século XX) com as obras dos economistas clássicos, neoclássicos e da moderna economia, dado que professores formados pela Escola Histórica Alemã de Economia foram os precursores das cadeiras de marketing.

Já ao analisarem os estudos de Morgan daquela época, evidenciam uma perspectiva crítica de luta contra os grandes negócios. Mas, com o acirramento do ambiente competitivo a partir dos anos 1930, a orientação geral começa a se voltar para a o cliente. Entre 1930-1960, segundo os autores, dá-se o refinamento do dito gerencialismo do marketing, período no qual a Academia de Marketing norte-americana (AMA) tem papel preponderante na elaboração do discurso. O marketing, então, se concentra na tentativa de implantar os conceitos da administração cientifica de Taylor para a gestão de equipes de vendas, buscando impor essa mesma racionalidade para o gerenciamento de cada função organizacional. Essa tendência atinge seu pico no final dos anos 1950, com o lançamento do conceito de marketing, no qual não seriam mais as empresas o centro do universo empresarial, mas sim o cliente. A atenção desloca-se dos problemas de produção para problemas de comercialização – ou marketing. Em paralelo, dá-se também a emergência das grandes multinacionais e da doutrina anticomunista da Guerra Fria. Naquela época, os estudiosos de marketing também desempenham um importante papel na definição dos conhecimentos práticos, articulando e fixando significados dos diferentes termos. Eles criam uma língua geral dentro de um discurso coerente, privilegiando o conhecimento prático e consolidando-o como conhecimento acadêmico a ser transferido para futuras gerações de profissionais de marketing.

Já a partir de 1990, com o advento da pós-modernidade – conceito da sociologia histórica que denota a condição sociocultural e estética prevalente no capitalismo após a queda do Muro de Berlim – dá-se a dissolução da referência à razão como uma garantia de possibilidade de compreensão do mundo por meio de esquemas totalizantes. Essa concepção, assumida por filósofos como Lyotard e Baudrillard, sustenta reflexões acadêmicas sobre a desintegração dos mercados de massa e gera interesse nas áreas do micro-marketing, database marketing e marketing one-on-one, além da hiper-realidade, exemplificadas no livro pelos estudos de shopping centers e parques temáticos e pelas investigações de tempo/percepção. Ocorrem também mudanças de perspectiva das organizações, das relações com o exterior das empresas para as relações internas, do setor privado para o setor público, do cognitivo para o emocional, de cuidar do cliente para conhecer o cliente, e de questões ideológicas do discurso, sob influência do neoliberalismo e da orientação para o cliente.

Segundo os autores, na academia, a produção de conhecimento é enquadrada por limites tradicionais estreitos que não permitem explorar perspectivas alternativas, o que se manifesta, por exemplo, nas dificuldades em se publicarem estudos de marketing crítico em periódicos. Estratégias retóricas, presentes em textos britânicos e norte-americanos, denotam um estilo normativo, não reflexivo, com estilo de consultorias de gestão, e baseado em conceitos centrais, construído para ser de fácil consumo na educação e treinamento dos executivos. A distorção e simplificação geram a legitimação. A doutrina do marketing, portanto, reforça os paradigmas de que, numa economia de mercado, tudo o que é benéfico para o indivíduo é também benéfico para a sociedade, e de que um dos critérios para o bem comum é o crescimento geral da riqueza, quem quer que seja o beneficiário. Além disso, uma economia de mercado livre e próspera fomenta a liberdade e a democracia.

A obra se encerra relatando a relação entre o discurso e a prática do marketing acadêmico. Os autores mencionam o controle da expressão de emoções e valores dos funcionários, e sua comercialização para o "melhor atendimento dos clientes". Nesse contexto, a empresa deveria treinar seus funcionários a serem felizes e a sorrirem no ato de prestação de serviços.

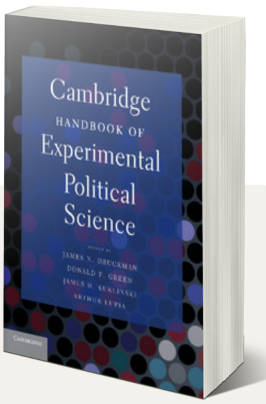
Do ponto de vista estrutural, o livro tem um encadeamento lógico que permite compreender o contexto global do discurso de marketing. A apresentação de uma trajetória histórica, a qual fornece alicerces para uma análise crítica ao modelo estabelecido, é uma de suas principais contribuições. No entanto, uma crítica não realizada na obra refere-se ao discurso econômico vigente da economia de mercado, em que poderiam ser abordadas questões de macro-marketing, relativas aos impactos socioambientais globais, práticas de consumo e de mercado da sociedade pós-moderna.

# INDICAÇÕES BIBLIOGRÁFICAS

## O método experimental

**Jolanda E. Ygosse Battisti** | jolanda.ygosse@fgv.br

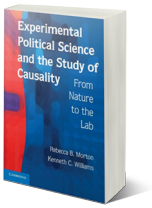
A antiga ideia de que o comportamento humano e social é complexo demais para ser analisado experimentalmente, seja em laboratórios ou no campo, tem sido derrotada por um crescente conjunto de pesquisas experimentais em áreas como economia e outras ciências sociais. As lições desses experimentos podem ser aplicadas amplamente na administração de empresas, como no entendimento do comportamento de agentes nos mercados financeiros, e, na administração pública, na avaliação dos efeitos de desregulamentação de indústrias como a de energia elétrica, no *design* de políticas públicas para o desenvolvimento socioeconômico ou no entendimento do comportamento de eleitores. As referências a seguir foram selecionadas pela professora **Jolanda E. Ygosse Battisti** (FGV EAESP) e são indicadas para quem pretende utilizar esse método em sua pesquisa ou se aprofundar no tema.




### CAMBRIDGE HANDBOOK OF EXPERIMENTAL POLITICAL SCIENCE

*James N. Druckman, Donald P. Green, James H. Kuklinski & Arthur Lupia. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. 578 p.*

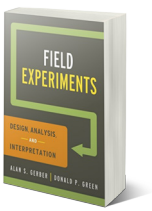
O *Handbook* apresenta uma avaliação convincente sobre como experimentos revolucionaram a pesquisa na área de ciência política. Em uma coletânea de artigos escritos por autoridades nos temas, é discutido como o método se compara a outros métodos de pesquisa, como evoluiu ao longo do tempo, e quais as conquistas e os desafios. Sua leitura, com certeza, estimulará o leitor a pensar como fazer novas descobertas nas ciências políticas e ciências relacionadas.




### EXPERIMENTAL POLITICAL SCIENCE AND THE STUDY OF CAUSALITY: From nature to the lab

*Rebecca B. Morton & Kenneth C. Williams. Cambridge: Cambridge University Press, 2012. 608 p.*

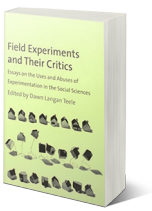
Uma grande vantagem do método experimental é a clareza que ele traz referente a causa e efeito nos fenômenos analisados, algo dificilmente alcançado com outros métodos empíricos. Os autores discutem como experimentos podem ajudar pesquisadores a determinar relações de causa-efeito e que tipo de experimento é o mais indicado na busca de respostas para diferentes tipos de perguntas. O livro também aborda questões importantes relacionadas a ética na pesquisa experimental.




### FIELD EXPERIMENTS: Design, analysis and interpretation

*Alan S. Gerber & Donald P. Green. New York: W.W. Norton & Company, Inc., 2012. 492 p.*

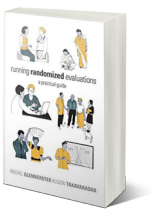
Os autores, especialistas na área, descrevem, de maneira introdutória e prática, como montar e executar uma pesquisa experimental, e como analisar e interpretar seus resultados. O foco da obra são os experimentos no campo, e ela traz uma ampla discussão sobre os possíveis problemas enfrentados pelos pesquisadores na aplicação do método e como lidar com esses problemas. O livro apresenta exemplos reais, e convida o leitor a criar e executar seu próprio experimento.




### FIELD EXPERIMENTS AND THEIR CRITICS: Essays on the uses and abuses of experimentation in the social sciences

*Dawn Langan Teele (Ed.). New Haven & London: Yale University Press, 2014. 270p.*

Esta coletânea de artigos apresenta ao leitor argumentos a favor e contra o uso do método experimental em pesquisas que procuram entender o comportamento humano nas suas escolhas econômicas, sociais e políticas. Fica claro que ainda não há consenso entre os pesquisadores. O livro também enfatiza questões éticas relacionadas à pesquisa experimental na qual humanos são as cobaias. Leitura obrigatória para quem pretende incluir experimentos na sua rotina de pesquisa.




### RUNNING RANDOMIZED EVALUATIONS: A practical guide

*Rachel Glennerster & Kudzai Takavarasha. Princeton & Oxford: Princeton University Press, 2013. 467 p.*

Com base em ampla experiência no *Poverty Action Lab* do MIT, os autores deste livro apresentam um guia prático para montar experimentos capazes de avaliar o impacto de programas sociais no mundo real. Além de trazer dicas concretas, a obra ajuda pesquisadores a priorizar suas avaliações, obter avaliações significantes, mesmo com orçamento limitado, e ensina como evitar os erros mais comuns. Leitura indispensável para pesquisadores na área de administração pública.


ISSN 0034-7590

# Beyond positivistic qualitative research

**Marlei Pozzebon** | marlei.pozzebon@hec.ca

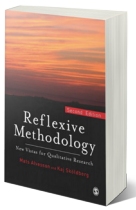
In the last decades, at least from a management perspective, many researchers have adopted a positivistic orientation in carrying out and justifying their qualitative work. This phenomenon has become prominent in the field. However, qualitative inquiry does not equate to positivism. On the contrary, several distinct alternatives co-exist, distinct in terms of ontologies—post-positivism, critical, interpretivism, pragmatism—as in terms of methodological strategies—ethnomethodology, ethnography, and research action, to cite a few. The challenge is that qualitative researchers have to struggle to have their non-positivistic roots of conducting qualitative inquiry accepted as "valid." The books suggested by **Marlei Pozzebon,** professor at HEC Montreal and FGV EAESP, provide guidance on an array of different research traditions of qualitative inquiry.




## CRAFTING QUALITATIVE RESEARCH: Working in the postpositivistic traditions

*Pushkala Prasad. New York: M.E. Sharpe, 2005. 341 p.*

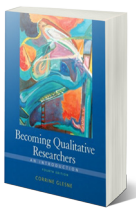
Prasad wrote this book based on several years of teaching qualitative research methods at the doctoral level. The book sheds light on four different research traditions: interpretive, traditions relating to deep structure like semiotics and structuralism, critical streams of thinking, and the "post." Using the metaphor of qualitative research as a craft, Prasad provides a fresh and intense overview of qualitative inquiry.




## REFLEXIVE METHODOLOGY: New Vistas for Qualitative Research

*Mats Alvesson, Kaj Skoldberg. London: Sage, 2009. 351 p.*

Rather than arguing in favor of qualitative methods, the authors contribute to what they call "reflexive" empirical research. They draw attention to the complex relationship between the processes of knowledge production, the various contexts in which these processes occur, and the involvement of the researcher. The book provides an overview of different research traditions, such as grounded theory, ethnomethodology, hermeneutics, critical theory, post-structuralism, and postmodernism, as well as approaches related to language/gender/power.




## BECOMING QUALITATIVE RESEARCHER: An Introduction

*Corrine Glesne. Boston: Pearson Education Inc., 2006, 250 p.*

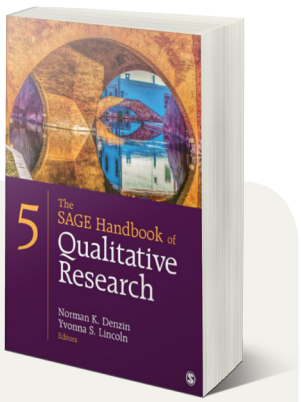
Any qualitative inquiry is based on some underlying assumptions of the nature of the reality being examined, of what constitutes "valid" research, and which research methods are appropriate. Glesne balances the practicalities of conducting research and the theoretical debates that keep qualitative inquiry vibrant. The book is an excellent guide for those seeking to use interviews and observation. The author provides numerous exercises that help refine the skills of a qualitative researcher.




## THE SAGE HANDBOOK OF ACTION RESEARCH: Participative Inquiry and Practice

*Peter Reason, Hilary Bradbury. London: Sage, 2011, 720 p.*

Action research is a methodology for qualitative and participatory inquiry. It invites qualitative researchers to leave their comfort zone as observers or investigators to become "expect-actors," to paraphrase Augusto Boal, and produce knowledge *with* others. Participatory inquiry also challenges the "others" by engaging those who might leave the position of research "subjects" or intervention "recipients" to assume a position of inquiring co-researchers. The goal is to achieve social change.




## THE SAGE HANDBOOK OF QUALITATIVE RESEARCH

*Norman K. Denzin, Yvonnas S. Lincoln (Ed.). London: Sage, 5th Edition, 2018. 968 p.*

This handbook, first published in 1993, progressively became well known and a landmark by presenting the state-of-the-art theory and practice of qualitative inquiry. This updated version provides alternative views that range from social constructivism, critical studies, and post-modernism, to more participatory traditions. Top scholars worldwide contributed in synthesizing existing literature, defining the present, and shaping the future of qualitative research. It is a must-have book.


ISSN 0034-7590

# GOVERNANÇA

FGV

Entidade de caráter técnico-científico e filantrópico, instituída em 20 de dezembro de 1944 como pessoa jurídica de direito privado, visando ao estudo dos problemas da organização racional do trabalho, especialmente nos seus aspectos administrativos e social, e à conformidade de seus métodos às condições do meio brasileiro.

**Primeiro Presidente e Fundador:** Luiz Simões Lopes

**Presidente:** Carlos Ivan Simonsen Leal

**Vice-presidentes:** Francisco Oswaldo Neves Dornelles, Marcos Cintra Cavalcanti de Albuquerque, Sergio Franklin Quintella.

**CONSELHO DIRETOR**
**Presidente:** Carlos Ivan Simonsen Leal

**Vice-presidentes:** Francisco Oswaldo Neves Dornelles, Marcos Cintra Cavalcanti de Albuquerque, Sergio Franklin Quintella.

**Vogais:** Armando Klabin, Carlos Alberto Pires de Carvalho e Albuquerque, Cristiano Buarque Franco Neto, Ernane Galvêas, José Luiz Miranda, Lindolpho de Carvalho Dias, Marcílio Marques Moreira, Roberto Paulo Cezar de Andrade.

**Suplentes:** Aldo Floris, Antonio Monteiro de Castro Filho, Ary Oswaldo Mattos Filho, Eduardo Baptista Vianna, Gilberto Duarte Prado, Jacob Palis Júnior, José Ermírio de Moraes Neto, Marcelo José Basílio de Souza Marinho, Mauricio Matos Peixoto.

**CONSELHO CURADOR**
**Presidente:** Carlos Alberto Lenz César Protásio

**Vice-presidente:** José Alfredo Dias Lins (Klabin Irmãos & Cia.)

**Vogais:** Alexandre Koch Torres de Assis, Andrea Martini (Souza Cruz S/A), Antonio Alberto Gouvêa Vieira, Eduardo M. Krieger, Estado da Bahia, Estado do Rio de Janeiro, Estado do Rio Grande do Sul, José Carlos Cardoso (IRB-Brasil Resseguros S.A), Luiz Chor, Luiz Ildefonso Simões Lopes, Marcelo Serfaty, Marcio João de Andrade Fortes, Miguel Pachá, Murilo Portugal Filho (Federação Brasileira de Bancos), Pedro Henrique Mariani Bittencourt, Ronaldo Vilela (Sindicato das Empresas de Seguros Privados, de Previdência Complementar e de Capitalização nos Estados do Rio de Janeiro e do Espírito Santo), Sandoval Carneiro Junior, Willy Otto Jordan Neto.
**Suplentes:** Almirante Luiz Guilherme Sá de Gusmão, General Joaquim Maia Brandão Júnior, José Carlos Schmidt Murta Ribeiro, Luiz Roberto Nascimento Silva, Manoel Fernando Thompson Motta Filho, Nilson Teixeira (Banco de Investimentos Crédit Suisse S.A), Olavo Monteiro de Carvalho (Monteiro Aranha Participações S.A), Patrick de Larragoiti Lucas (Sul América Companhia Nacional de Seguros), Clóvis Torres (VALE S.A.), Rui Barreto, Sergio Lins Andrade, Victório Carlos De Marchi.

**UNIDADES DA FGV-SP**
**Escola de Administração de Empresas de São Paulo**
**Diretor:** Luiz Artur Ledur Brito

**Escola de Economia de São Paulo**
**Diretor:** Yoshiaki Nakano

**Escola de Direito de São Paulo**
**Diretor:** Oscar Vilhena Vieira

**FGV Projetos**
**Diretor:** Cesar Cunha Campos

**Diretor Técnico:** Ricardo Simonsen

**Diretor de Controle:** Antônio Carlos Kfouri Aidar

**Diretor de Qualidade:** Francisco Eduardo Torres de Sá

**Diretor de Mercado:** Sidnei Gonzalez

**Diretores-Adjuntos de Mercado:** Carlos Augusto Lopes da Costa e José Bento Carlos Amaral Júnior

**Diretoria da FGV para assuntos da FGV-SP**

**Diretor:** Maria Tereza Leme Fleury

**Diretoria de Operações da FGV-SP:** Mario Rocha Souza

FGV EAESP

**DIRETORIA**
**Diretor:** Luiz Artur Ledur Brito

**Vice-Diretor:** Tales Andreassi

**CONGREGAÇÃO**
**Presidente:** Luiz Artur Ledur Brito

**CONSELHO DE GESTÃO ACADÊMICA**
**Presidente:** Luiz Artur Ledur Brito

**DEPARTAMENTOS DE ENSINO E PESQUISA**
**Administração da Produção e de Operações:** Susana Carla Farias Pereira

**Administração Geral e Recursos Humanos:** Beatriz Maria Braga

**Contabilidade, Finanças e Controle:** Jean Jacques Salim

**Fundamentos Sociais e Jurídicos da Administração:** Ligia Maura Costa

**Informática e Métodos Quantitativos Aplicados à Administração:** André Luiz Silva Samartini

**Mercadologia:** Delane Botelho

**Planejamento e Análise Econômica Aplicados à Administração:** Arthur Barrionuevo Filho

**Gestão Pública:** Peter Kevin Spink

**CURSOS, PROGRAMAS E SERVIÇOS**
**Curso de Graduação em Administração:** Renato Guimarães Ferreira

**Curso de Graduação em Administração Pública:** Fernando Luiz Abrucio

**Curso de Especialização em Administração para Graduados (CEAG):** Henrique de Campos Junior

**Curso de Especialização em Administração Hospitalar e de Sistemas de Saúde (CEAHS):** Walter Cintra Ferreira Júnior

**Master in Business and Management (MBM)** Luís Henrique Rigato Vasconcellos

**Mestrado e Doutorado em Administração de Empresas:** Ely Laureano Paiva

**Mestrado e Doutorado em Administração Pública e Governo:** Mario Aquino Alves

**Mestrado Profissional em Administração de Empresas (MPA):** Marcelo Oliveira Coutinho de Lima

**Mestrado Profissional em Gestão e Políticas Públicas:** Claudio Gonçalves Couto

**Mestrado Profissional em Gestão Internacional:** Luis Henrique Pereira

**Mestrado Profissional em Gestão para a Competitividade:** Gilberto Sarfati

**OneMBA:** Jorge Manoel Teixeira Carneiro

**Coordenação Acadêmica para Educação Executiva da EAESP com o IDE:** João Carlos Douat

**Núcleo de Pesquisas/ GVpesquisa:** Thomaz Wood Júnior

**RAE-publicações:** Maria José Tonelli

**CENTROS DE ESTUDOS**
**Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios:** Edgard Elie Roger Barki

**Centro de Estudos de Administração Pública e Governo:** Peter Kevin Spink

**Centro de Estudos de Política e Economia do Setor Público:** George Avelino Filho

**Centro de Estudos em Planejamento e Gestão de Saúde:** Ana Maria Malik

**Centro de Estudos em Sustentabilidade:** Mário Prestes Monzoni Neto

**Centro de Excelência em Logística e Supply Chain:** Priscila Laczynski de Souza Miguel

**Centro de Excelência em Varejo:** Maurício Gerbaudo Morgado

**Centro de Tecnologia de Informação Aplicada:** Alberto Luiz Albertin

**Instituto de Finanças:** João Carlos Douat

**Centro de Estudos de Microfinanças e Inclusão Financeira:** Lauro Emilio Gonzalez Farias

**Centro de Estudos em Finanças:** William Eid Jr.

**Centro de Estudos em Private Equity:** Newton Monteiro de Campos Neto

**Centro de Estudos em Competitividade Internacional:** Maria Tereza Leme Fleury

**Fórum de Inovação:** Marcos Augusto de Vasconcellos

**Núcleo de Comunicação, Marketing e Redes Sociais Digitais:** Eliane Pereira Zamith Brito

**Núcleo de Estudos em Organizações e Pessoas:** Maria José Tonelli

**APOIO**
**Centro de Desenvolvimento do Ensino e da Aprendizagem:** Francisco Aranha

**Coordenadoria de Avaliação Institucional:** Heloisa Mônaco dos Santos

**Centro de Carreiras:** Cecilia Maria Braga de Noronha Santos

**Coordenadoria de Cultura e Diversidade:** Inês Pereira e Samy Dana

**Coordenadoria de Relações Internacionais:** Julia Alice Sophia von Maltzan Pacheco

**Serviço de Apoio e Atendimento Psicológico e Psiquiátrico - Pró-Saúde GV:** Tiago Luis Corbisier Matheus

**Alumni GV:** Francisco Ilson Saraiva Junior

**Admissions Office:** Marcio Ogliara

**ASSOCIAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS DA FGV EAESP**
**Presidente:** Adriana Cabral de Oliveira

**DIRETÓRIO ACADÊMICO GETULIO VARGAS**
**Presidente:** Eduardo Junqueira Dias

**DIRETORES DA RAE**

Maio/1961 a jun/65: **Raimar Richers**; jul/65 a dez/66: **Yolanda F. Balcão**; jan/67 a jun/68: **Carlos Osmar Bertero**; jul/68 a jun/69: **Ary Bouzan**; jul/69 a jun/71: **Orlando Figueiredo**; jul/71 a dez/72: **Manoel Tosta Berlinck**; jan/73 a jun/75: **Robert N.V.C. Nicol**; jul/75 a mar/80: **Luiz Antonio de Oliveira Lima**, abr/80 a mar/82: **Sérgio Micelli Pessoa de Barros**; abr/82 a dez/83: **Yoshiaki Nakano**; jan/84 a set/85: **Sérgio Micelli Pessoa de Barros**; out/85 a set/89: **Maria Cecília Spina Forjaz**; out/89 a dez/89: **Maria Rita Garcia L. Durand**; jan/90 a set/91: **Gisela Taschner Goldenstein**; out/91 a nov/95: **Marilson Alves Gonçalves**; dez/95 a dez/00: **Roberto Venosa**; jan/01 a dez/04: **Thomaz Wood Jr.**; jan/05 a ago/07: **Carlos Osmar Bertero**; ago/07 a ago/08: **Francisco Aranha**; set/08 a jan/09: **Flávio Carvalho de Vasconcelos**; fev/09 a dez/2015: **Eduardo Diniz**; jan/2016: **Maria José Tonelli**

# LINHA EDITORIAL

## MISSÃO

A *RAE-Revista de Administração de Empresas* tem como missão fomentar e disseminar a produção de conhecimento, promovendo a integração da comunidade científica brasileira às comunidades científicas mundiais no campo da Administração.

## FOCO

A *RAE* tem interesse na publicação de artigos de desenvolvimento teórico, trabalhos empíricos e ensaios nos diversos campos da Administração de Empresas, tais como: Administração da Informação, Estudos Organizacionais, Ensino e Pesquisa em Administração, Estratégia em Organizações, Finanças, Gestão de Ciência, Tecnologia e Inovação, Gestão de Operações e Logística, Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho e Marketing.

Como revista generalista na área, a *RAE* cobre um amplo espectro de subdomínios de conhecimento, perspectivas e questões, buscando levar ao seu público-alvo (professores, pesquisadores e estudantes) artigos inovadores e de excelente qualidade na área de Administração de Empresas. Aceitam-se colaborações do Brasil e de outros países e incentiva-se a pluralidade de abordagens e perspectivas.

O público primário da *RAE* é composto por acadêmicos - professores, pesquisadores e estudantes.

## SUBMISSÃO

Os trabalhos devem ser encaminhados à Redação pela internet, por meio do ScholarOne, sistema de submissão e gerenciamento de artigos, disponibilizado em parceria com SciELO: http://mc04.manuscriptcentral.com/rae-scielo.

Os artigos podem ser submetidos em português, inglês ou espanhol, observando o formato e as normas de padronização específica da seção na qual o trabalho se insere, conforme descrito em nosso RAEpub Manual de Publicação, disponível em http://rae.fgv.br/manual-rae/, na seção Formato. Os autores devem consultar ainda as Orientações aos Autores, que fornecem instruções sobre posicionamento, estilo e estrutura que devem ser observadas antes do envio do trabalho para apreciação na *RAE*.

Os autores poderão submeter somente um artigo por vez (esta regra aplica-se também às chamadas de trabalhos), ou seja, enquanto existir um artigo em processo de avaliação, o autor não poderá submeter um segundo, seja como autor principal ou em co-autoria. Caso o trabalho seja rejeitado em uma das etapas do processo, o autor poderá submeter o mesmo artigo, desde que tenha sido devolvido na situação *"Reject & Resubmit"*, ou um novo artigo.

## INEDITISMO E EXCLUSIVIDADE

Artigos submetidos à avaliação na *RAE* devem ser inéditos (em qualquer idioma) e não devem estar sendo considerados por outro periódico. Ressalta-se que os trabalhos apresentados em Congressos Científicos não perdem o ineditismo.

## AVALIAÇÃO

O processo de avaliação de artigos submetidos à *RAE*, após triagem preliminar por formato (adequação do artigo às regras de normalização e formatação exigidas) e uso de sistema de detecção de similaridades, consiste em três etapas:

1ª) Triagem realizada pelo Editor-chefe, que examina a adequação do trabalho à linha editorial da revista e seu potencial para publicação;

2ª) Avaliação preliminar por um membro do Corpo Editorial Científico, que visa identificar a contribuição do artigo para a sua área de especialidade; e

3ª) Sistema *double blind review*: coordenado por um membro do Corpo Editorial Científico da área de especialidade do artigo, consiste na interação entre os autores e dois pareceristas especialistas que, ao avaliarem o trabalho, fazem comentários e sugestões de aperfeiçoamento. Essa etapa envolve reavaliações contínuas, reunindo esforços para aprimoramento dos artigos.

Habitualmente, os editores científicos e Editor-chefe acrescentam às sugestões dos avaliadores um aconselhamento editorial, cujo objetivo é o aprimoramento do artigo, visando à publicação.

## PREPARAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO

Depois de aprovado, o artigo é submetido à edição e à revisão ortográfica e gramatical. A Redação envia a versão final para aprovação dos autores e eventuais atualizações, tais como afiliação institucional.

## OUTRAS FORMAS DE CONTRIBUIÇÃO

A *RAE* está aberta a outros tipos de contribuição que compõem o conteúdo da revista:

As seções Resenha e Indicações Bibliográficas têm como objetivo apresentar aos leitores obras do campo da Administração de Empresas e áreas correlatas. Os livros escolhidos devem ser recentes e apresentar contribuições para a teoria e prática.

Propostas de Fóruns temáticos, Entrevistas, Debates podem ser apresentadas e serão avaliadas pelo Editor-chefe com base no escopo editorial da *RAE*.

## DIREITOS AUTORAIS

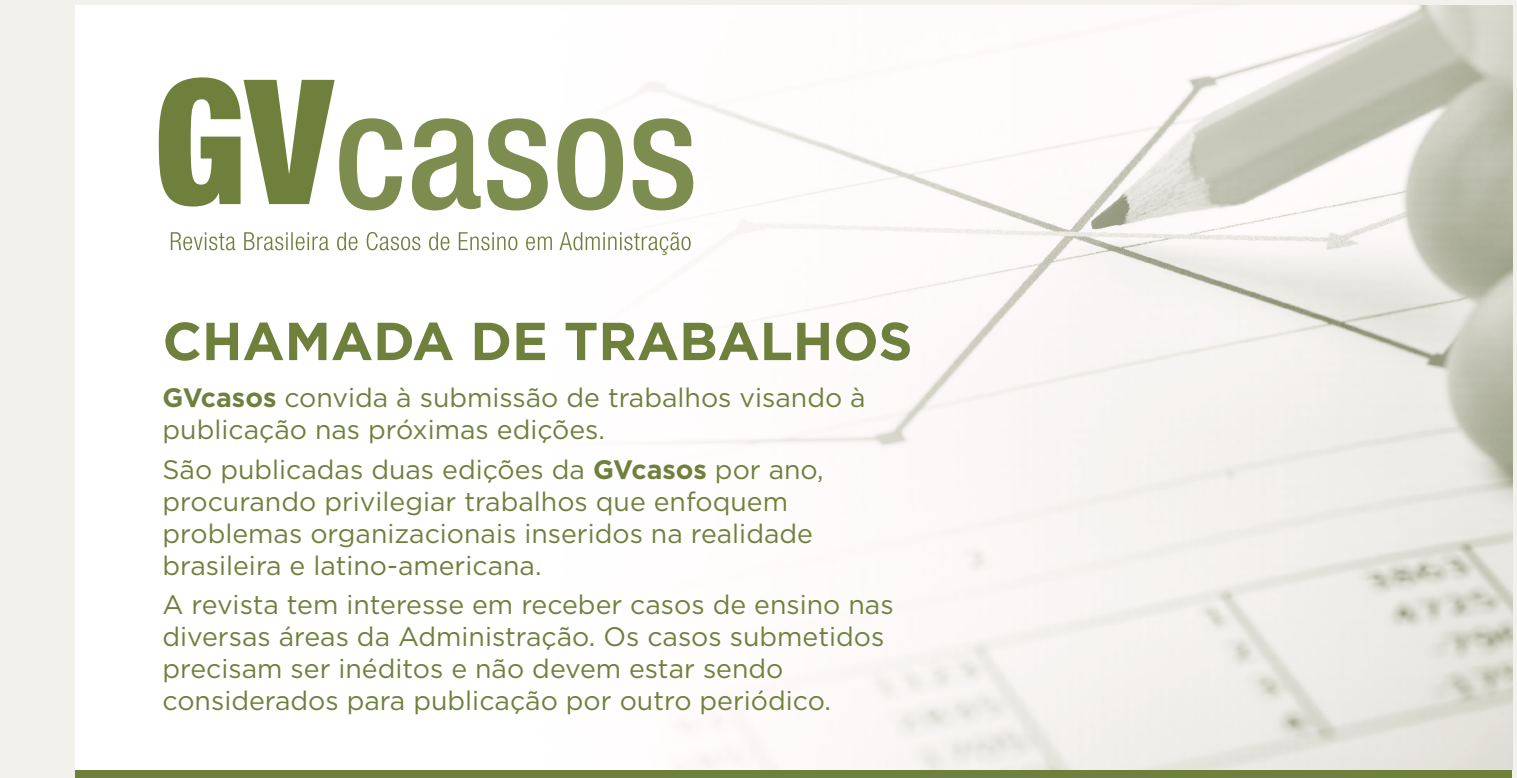
A *FGV EAESP/RAE* adota a Licença *Creative Commons* de Atribuição (BY) (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) em todos os trabalhos publicados, exceto quando houver indicação específica de detentores de direitos autorais.

Em caso de dúvidas, deve-se consultar a Redação: raeredacao@fgv.br.



# GVcasos

Revista Brasileira de Casos de Ensino em Administração



## CHAMADA DE TRABALHOS

**GVcasos** convida à submissão de trabalhos visando à publicação nas próximas edições.

São publicadas duas edições da **GVcasos** por ano, procurando privilegiar trabalhos que enfoquem problemas organizacionais inseridos na realidade brasileira e latino-americana.

A revista tem interesse em receber casos de ensino nas diversas áreas da Administração. Os casos submetidos precisam ser inéditos e não devem estar sendo considerados para publicação por outro periódico.

## Orientações para envio de trabalhos

1. A submissão deve ser feita por meio do site da GVcasos: **www.fgv.br/gvcasos** (na página inicial, clicar em "submissões on-line")

2. Quanto ao conteúdo e à estrutura, o caso de ensino deve compor duas partes, a saber:

**(a) Corpo do texto:**
Deve conter uma exposição, com texto claro e fluente, que descreva um contexto de tomada de decisão e um problema decisório real. O caso deve ser documentado com dados e datas reais.

**(b) Notas de ensino**
As notas de ensino deverão conter exposição teórica do assunto relativo ao caso de ensino, entendendo-se por exposição teórica a exploração do arcabouço conceitual necessário à exploração ou discussão do caso. Devem também contemplar aspectos pedagógicos; análise das possíveis alternativas de decisões/soluções da situação organizacional focada no texto, além de referências bibliográficas pertinentes aos conceitos abordados.

3. Quanto à sua formatação, ambas as partes que compõem o caso submetido – corpo do texto e notas de ensino – devem estar em um único documento, com as seguintes características:

- Papel: A4 (29,7 x 21 cm)
- Margens: superior 3cm, inferior 2cm, direita 2cm, esquerda 3cm
- Editor de texto: Word do Office 2003 ou posterior
- Fonte: Times New Roman, tamanho 12
- Extensão do texto: Máximo de 10.000 palavras, incluindo eventuais tabelas e/ou figuras, anexos/apêndices e as notas de ensino
- Espaçamento: 1,5, parágrafo justificado
- Notas de rodapé ou de final de texto devem ser evitadas

4. O processo de avaliação de casos de ensino submetidos consiste de duas etapas: uma avaliação preliminar pelos editores, que examinam a adequação do trabalho à linha editorial da revista e o seu potencial para publicação, e avaliação duplo-cega.

Para mais informações sobre a política editorial da revista e orientações sobre o processo de submissão e avaliação de trabalhos, visite o site **www.fgv.br/gvcasos**.

**Mais informações:** (11) 3799-3717
gvcasos.redacao@fgv.br | **www.fgv.br/gvcasos**

FGV EAESP