

Publicação Científica Nacional e Internacional sobre Franchising: Levantamento e Análise do Período 1998 - 2007

Autoria: Pedro Lucas de Resende Melo, Tales Andreassi

RESUMO

O sistema de franchising movimentou na economia brasileira cerca de R\$ 46 bilhões/ano, por meio de 1.197 redes de franquias que licenciam 65.500 unidades, gerando quase 600 mil empregos diretos. Nos EUA esse número é ainda mais significativo, com cerca de 760.000 unidades franqueadas e movem US\$ 1,53 trilhão/ano na economia. O objetivo deste trabalho é desenvolver uma inédita meta-análise sobre franchising envolvendo 61 artigos científicos nacionais e internacionais publicados de 1998 a 2007 e veiculados à Anpad e em periódicos relacionados no Proquest (Qualis A, B ou C). São abordados os seguintes questionamentos: como tem evoluído a pesquisa científica em franchising; em quais veículos acadêmicos estão vinculados; as principais temáticas abordadas; os vínculos institucionais destes autores; a participação dos estados e países; a predominância de determinados autores; os métodos de pesquisa utilizados e os segmentos econômicos de aplicação. Os resultados evidenciam a concentração dos trabalhos nacionais no Enanpad; a predominância de trabalhos sobre Empreendedorismo e Estratégia, internacionalmente, com foco em teorias de econômicas; a maioria dos autores oriundos de instituições do sul e sudeste do Brasil e dos EUA; uma forte predominância das surveys e a aplicação das pesquisas em setores diversos da economia.

INTRODUÇÃO

O sistema de franchising se baseia numa relação contratual referente a uma franquia que é desenvolvida entre duas partes: o franqueado e o franqueador. Dessa forma, o franchising é uma alternativa à diversificação que pode ser considerada uma estratégia cooperativa em que as firmas adotam para dispersar os riscos e compartilhar competências (SHANE, 2005). Franquia, segundo uma definição formal, “*é um acordo contratual entre duas companhias legalmente independentes em que o franqueador concede ao franqueado o direito de vender o produto do franqueador ou fazer negócios utilizando sua marca registrada em determinado local durante um intervalo de tempo especificado.*” (HITT ET AL., 2002, p.380). Este modelo de negócios tem dentre suas principais finalidades o estabelecimento de estratégias para a distribuição e comercialização de produtos e serviços desenvolvidos, que são produzidos pelo franqueador e comercializados em diversas localidades pelos franqueados (HISRICH E PETERS, 2004; DORNELAS, 2001).

O franchising pode ser considerado um segmento do empreendedorismo, servindo como uma alternativa ao empreendedor que deseja se estabelecer com marcas e *know-how* consolidados pelos franqueadores, o que contribui para reduzir as incertezas ao se abrir um negócio (CORREA ET AL., 2006; LUIZ ET AL., 2006). Outros benefícios também podem ser identificados nas franquias como os ganhos de escala devido ao maior acesso tecnológico possibilitado pelo franqueador; a maior facilidade de se obter financiamentos para expansão do empreendimento; um menor dispêndio de recursos para o monitoramento e o controle das unidades, quando comparado à lojas próprias (AZEVEDO E SILVA, 2003).

Luiz *et al.* (2006) considera que as vantagens do sistema de franchising são superiores aos negócios independentes, principalmente por fornecerem ao empreendedor um modelo de gestão em parceria, em que há uma maior troca de informações e práticas inovadoras nos mercados em que a rede de franchising atua.

É marcante a opção estratégica pelo sistema de franchising, tornando-se cada vez mais disseminado em escalas globais, sendo responsável por 40% do volume de venda a varejo nos Estados Unidos, 32% na Grã-Bretanha, 25% na Austrália e 24% no Brasil (MELO, BORINI e

RIBEIRO, 2007; SWARTZ, 2001).

Os dados do mercado mundial de franquias demonstram que os Estados Unidos dominam a adoção do franchising internacionalmente, com mais de 760.000 unidades franqueadas, gerando 18 milhões de empregos e movendo US\$ 1,53 trilhão anualmente na economia; em segundo e terceiro lugares em número de franquias seguem, respectivamente, o Canadá e a Coreia do Sul. O Brasil destaca-se por ser o quarto país em número de franquias com 65.500 unidades franqueadas por 1.197 redes, o que representa uma geração de cerca de 600 mil empregos diretos e estima-se em quase 2 milhões de empregos indiretos (ABF, 2008; IFA, 2008; RIZZO, 2005).

O desenvolvimento do franchising no Brasil tem ocorrido com grande vigor nos últimos anos, em especial a partir da criação da Associação Brasileira de Franchising (ABF) em 1987. Os fatos determinantes para a propagação das redes de franquias no Brasil foram a criação e expansão de *shopping centers*; o desenvolvimento dos centros urbanos; além de um destacado atrativo para os empreendedores, a baixa mortalidade destes empreendimentos. Em empreendimentos maduros com dez anos de existência, a taxa de mortalidade das franquias é próxima a 9%, enquanto em negócios independentes este índice é de aproximadamente 80% (RIZZO, 2005).

Segundo os dados da ABF, em 2007 as redes de franquia brasileiras movimentaram R\$ 46 bilhões e obtiveram uma média de crescimento no faturamento de aproximadamente 16%, valor bem superior ao da economia brasileira para este período, que se estabeleceu em 5,4%. O destaque no franchising tem sido para os setores de alimentação, educação e treinamento, automotivo, informática e eletrônicos (ABF, 2008; CANZIAN e LAGE, 2008).

Tendo caracterizado a relevância do franchising tanto nacionalmente como internacionalmente, surgem alguns questionamentos de pesquisa: (i) como tem evoluído a pesquisa científica em franchising; (ii) em quais veículos acadêmicos estas publicações estão vinculadas; (iii) quais as principais temáticas abordadas; (iv) os vínculos institucionais destes autores; (v) a participação dos estados brasileiros e países nestas produções; (vi) a predominância de determinados autores; (vii) os métodos de pesquisa utilizados e; (viii) os segmentos econômicos de aplicação destes estudos. A busca por estas respostas passa necessariamente pela análise de um universo de trabalhos científicos representativos da pesquisa sobre franchising no Brasil e no exterior.

Com isso, o objetivo principal deste trabalho é traçar o perfil da pesquisa científica sobre franchising no Brasil e no exterior. Para tanto, foram utilizadas publicações dos eventos e periódicos coordenados pela Anpad, disponibilizados em seu *website*, como também periódicos internacionais classificados como A, B ou C pelo sistema Qualis e disponíveis no portal virtual Proquest. O período de análise figura-se entre 1998 e 2007, visando analisar os últimos 10 anos de produção científica sobre franchising.

Estudos deste tipo são conhecidos como meta-análises e mesmo não sendo raros no meio acadêmico, não houve qualquer registro desse tipo de estudo sobre franchising, o que lhe confere um caráter de ineditismo. A sua importância reside em expectativas de contribuições para a evolução das pesquisas sobre o sistema de franchising brasileiro ao realizar uma comparação deste desenvolvimento em relação ao exterior, principalmente com os Estados Unidos, por ser esse o país em que há uma maior *expertise* no franchising.

Este trabalho se inicia com um resgate teórico de estudos envolvendo meta-análises em vários campos da Administração. A seguir, apresentam-se e discutem-se os dados encontrados. Por fim, conclui-se este estudo com recomendações e críticas referentes à pesquisa científica nacional e internacional sobre franchising.

II. RESGATE TEÓRICO

É possível recorrer a alguns artigos que tratam da análise de revisões de publicações

(meta-análises) como é o caso de Combs e Ketchen Jr. (2003) ao investigarem publicações que tratam das razões que levam os empreendedores a optarem pelo franchising, tendo os autores utilizado a base de dados EconLit entre 1970 a 2001. Dant *et al.* (1996) também exploram em sua pesquisa o setor de franchising ao selecionarem publicações que tratam sobre o redirecionamento de propriedades em periódicos da década de 90.

Com relação aos estudos mercadológicos pode-se notar diversos trabalhos deste caráter realizados nos últimos anos, como é o caso de Szymanski *et al.* (1993) que avaliam a relação da participação de mercado e a lucratividade de empresas entre os anos de 1970 a 1991. Geyskens *et al.* (1999) procuram testar a confiança e os compromissos dos canais mercadológicos em publicações entre os anos de 1970 a 1996.

Outros autores como Rich *et al.* (1999) examinam o desempenho de vendedores em estudos que datam de 1950 a 1997. Já Grewal *et al.* (1997) contribuem com seus estudos ao analisarem os efeitos da propaganda comparativa e a não comparativa aos consumidores em publicações de 1975 a 1996. Em estudo próximo, Albernethy e Franke (1996) analisam a informação contida em propagandas em estudos datados entre 1977 e 1995. Finalmente, Hernad e Szymanski (2001) procuram identificar a performance de novos produtos em 41 estudos.

Por sua vez, a área de contabilidade e finanças é representada com algumas meta-análises como Horngren (1989), que trata especificamente das mudanças na contabilidade de custos em um período de 32 anos. Vollmers (1996) agrega estudos nesta mesma área entre os anos de 1920 à 1950 nos Estados Unidos. Já Shields (1997) analisa 152 publicações em contabilidade gerencial. Otchere (2003) trata da análise evolutiva dos trabalhos em contabilidade e finanças.

Nacionalmente, pode-se notar diversas meta-análises atreladas aos eventos da Anpad, a começar por Wood Jr. e Chueke (2007) que retratam a produção científica em diversas áreas da administração e criam um ranking de produtividade nacional utilizando-se para isto revistas nacionais A no período de 2002 a 2006.

Rossoni *et al.* (2007) analisaram artigos sobre estratégia nos anais do Enanpad e 3E'S no período de 2001 a 2006. Por sua vez, Silva e Campos Filho (2007) investigaram a produção científica na área de gestão internacional através dos periódicos nacionais classificados com o conceito A e os artigos publicados no Enanpad entre 1997 e 2006.

Em um estudo envolvendo a participação da mulher no mercado de trabalho, Cappelle *et al.* (2006) investigaram artigos contemplados entre os anos de 1995 a 2004 presentes nos anais do Enanpad e em revistas científicas selecionadas. Com uma temática próxima, averiguando publicações sobre empreendedorismo feminino, Cassol *et al.* (2007) investigam a base de dados do *Institute for Scientific Information* no período de 1997 a 2006.

A área de marketing é representada por um estudo de Vieira (1998) sobre a influência das publicações desta área no Enanpad ao utilizar como referência os anos compreendidos entre 1990 e 1997. Já Almeida *et al.* (2006) fizeram seu estudo em publicações sobre marketing de relacionamento em periódicos brasileiros no período de 1990 e 2004.

Por sua vez, Godoi e Balsini (2004) analisam a produção científica dos principais periódicos brasileiros na área de estudos organizacionais no período entre 1997 e 2003. Paula e Klechen (2007) fizeram um levantamento nos principais periódicos e anais nacionais sobre os estudos críticos em administração provando a influência dos autores Guerreiro Ramos e Maurício Tragtenberg entre os anos de 1980 e 2004. Bernardo e Campos Filho (2007) fazem um mapeamento dos estudos sobre fusões e aquisições de 1984 a 2006 utilizando periódicos internacionais e nacionais.

A área de recursos humanos apresenta um meta-estudo envolvendo artigos aceitos no Enanpad na década 90 (CALDAS ET AL., 2002). Hocayen-da-Silva *et al.* (2006) apresentam um quadro geral da produção científica em administração pública e gestão social tendo como

base os anais do Enanpad entre 2000 e 2005.

Diversos estudos são apresentados sobre a área de sistemas de informação, como nos confere Hoppen *et al.* (1998) ao apresentarem uma avaliação de publicações em periódicos sobre sistemas de informação entre 1990 e 1997. Rossoni e Hocayen-da-Silva (2007) acrescentam com suas contribuições à administração da informação através do levantamento de publicações nos anais do Enanpad no período de 2001 e 2006. Com uma temática próxima à última pesquisa mencionada, Rossoni *et al.* (2006) traçam um panorama da produção científica em administração de ciência e tecnologia valendo-se dos anais do Enanpad e do Simpósio de Gestão da Inovação e Tecnológica de 2000 a 2005. Zimmer e Leis (2007) vão adiante em um trabalho envolvendo a análise de artigos sobre gestão do conhecimento em periódicos classificados como Qualis A e presentes nos anais do Enanpad no período de 1997 a 2006. Por sua vez, Durante e Maurer (2007) prosseguem com estudos sobre gestão do conhecimento e gestão da informação ao contemplarem as publicações presentes no banco de teses da Capes, nos anais do Enanpad e em revistas científicas de 2000 a 2005.

Finalmente, Closs *et al.* (2006) investigam artigos publicados na área de ensino e pesquisa de administração em uma avaliação envolvendo o enfoque do paradigma da complexidade do Enanpad nos anos de 2002 a 2005. Matias *et al.* (2007) representam a área de finanças analisando trabalhos apresentados no Congresso de Controladoria e Contabilidade da USP em 2006.

III. METODOLOGIA

Esta pesquisa pretendeu analisar o perfil das publicações científicas nacionais e internacionais que tratam sobre o sistema de franchising. Para isto, alguns critérios foram previamente definidos a fim de se delimitar o universo a ser pesquisado.

Primeiramente, quanto ao período de publicação, estes trabalhos deveriam ter sido publicados entre os anos de 1998-2007, o que corresponde aos últimos dez anos. Adotou-se este critério temporal visando dar um caráter recente ao trabalho, a fim de se debater e visualizar caminhos para futuras pesquisas sobre o sistema de franchising.

Quanto à coleta de dados, dividiu-se a amostra em duas áreas, as publicações nacionais e as internacionais. Nas publicações nacionais, foi estabelecido que somente fizessem parte deste estudo artigos vinculados ao *website* da Anpad (2007), nisto incluem-se os periódicos Revista de Administração de Empresas (RAE), Revista de Administração Contemporânea (RAC), Brazilian Administration Review (BAR), Revista de Administração Contemporânea Eletrônica (RAC-E) e os eventos Encontro da Anpad (ENANPAD), Encontro de Marketing (EMA), Encontro de Estudos Organizacionais (ENEO), Encontro de Estudos em Estratégia (3E'S), Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica (Simpósio), Encontro de Administração Pública e Governança (ENAPG), Encontro de Gestão de Pessoas e Relações do Trabalho (ENGPR), Encontro de Administração da Informação (ENADI) e Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade (ENEPQ). Esta escolha se deu devido a uma maior conveniência de acesso à base de dados destes periódicos e anais e, principalmente, por sua avaliação perante o sistema Qualis, no qual tais periódicos possuem classificação entre Nacional A e Internacional B, e os eventos entre Nacional A e Internacional A. Entretanto, somente foram encontrados artigos no perfil estabelecido nos seguintes veículos científicos: ENANPAD (19); 3E'S (2); EMA (1); Simpósio (1) e RAC (1), totalizando 24 publicações.

Nos trabalhos internacionais utilizou-se como base de busca o portal virtual Proquest (2007), por ser um aglutinador de periódicos internacionais. Para estes trabalhos internacionais estabeleceu-se o critério da presença destes periódicos na tabela Qualis (2007), que titula tais publicações em Internacional A, B ou C. Dado os critérios estabelecidos foram localizados 37 artigos presentes em quinze periódicos (tabela 3).

Posteriormente à seleção destes artigos, procedeu-se a leitura dos seus resumos,

problematização, metodologia e conclusões. Em casos específicos, houve a leitura integral de seus textos, na busca de uma compreensão maior do assunto tratado. Os estudos de Cardoso *et al.* (2007); Tonelli *et al.* (2003); Vieira (1998) e Machado da Silva *et al.* (1990) subsidiaram a elaboração dos índices utilizados nesta pesquisa, sendo estes: (i) artigos publicados nacionalmente e internacionalmente; (ii) classificação segundo a tabela Qualis; (iii) local de publicação; (iv) período de publicação; (v) temáticas abordadas; (vi) filiação dos autores; (v) participação dos estados brasileiros e países; (vi) autores por artigos; (vii) publicação por pesquisador; (viii) método de pesquisa utilizado e (ix) segmento econômico de aplicação.

IV. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A exposição e discussão dos dados encontrados nesta pesquisa serão apresentadas em seguida. Para cada categoria, sucederá uma comparação entre os indicadores nacionais e internacionais.

4.1. Estudos nacionais e internacionais

Foram obtidos 24 estudos nacionais, o que corresponde a cerca de 40% da amostra analisada, e 37 artigos internacionais, perfazendo os outros 60% dos artigos sobre franchising que preencheram os requisitos listados na metodologia. Esta diferença pode ser justificada por dois argumentos, tanto devido a uma maior base de trabalhos internacionais veiculados no Proquest do que nacionalmente pela Anpad, como também por um maior número de estudos sobre franchising em outros países, principalmente, os Estados Unidos e países da comunidade européia.

Tabela 1: Estudos nacionais e internacionais

ORIGEM	PARTICIPAÇÃO	%
Nacional	24	39,3
Internacional	37	60,6
TOTAL	61	100,0

Fonte: Autores

4.2. Tabela Qualis

Dentre os critérios adotados neste estudo quanto à produção científica sobre franchising, foi estabelecido que para figurar entre os estudos nacionais, era imprescindível que o trabalho estivesse vinculado à Anpad. Da amostra estudada, aproximadamente 96% são trabalhos vinculados a eventos Internacionais A ou Nacionais A, sendo encontrado somente um artigo publicado em periódicos, no caso Nacional A.

Por sua vez, dentre os estudos internacionais, para sua participação foi necessário o periódico estar listado na tabela Qualis (2007) como Internacional A, B ou C. Constatou-se que 78% dos artigos internacionais sobre franchising estão classificados como A ou B, o que gera um maior reconhecimento por estes trabalhos analisados.

Esta metodologia visou selecionar artigos tanto nacionais quanto internacionais, que tenham sua qualidade atestada por instituições que adotam rigorosos padrões de qualidade em suas avaliações.

Tabela 2: Tabela Qualis

CLASSIFICAÇÃO	PARTICIPAÇÃO	%
NACIONAL		
Eventos – Internacional A	19	79,1
Eventos – Nacional A	04	16,6
Periódico – Nacional A	01	4,1
TOTAL	24	100,0

INTERNACIONAL		
Periódico – Internacional A	13	35,1
Periódico – Internacional B	16	43,2
Periódico – Internacional C	08	21,6
TOTAL	37	100,0

Fonte: Autores

4.3. Local de publicação

Em relação aos locais de publicação dos artigos nacionais publicados, cerca de 80% destes estão vinculados ao principal congresso da área, o Enanpad. Há de se considerar neste item, a natureza ainda recente dos demais congressos organizados pela Anpad, como o Encontro de Marketing (2003); o Encontro de Estudos de Estratégia (2005) e demais eventos temáticos; com isso, agregando poucos trabalhos em sua base.

Já nos estudos internacionais, três periódicos, Strategic Management Journal, European Journal of Marketing e Journal of Retailing concentram 43% das publicações sobre franchising, estando o restante pulverizado em treze periódicos.

Tabela 3: Local de publicação

LOCAL	PARTICIPAÇÃO	%
NACIONAL		
Encontro da ANPAD (ENANPAD)	19	79,1
Encontro de Estudos de Estratégia (3E`S)	02	8,3
Encontro de Marketing (EMA)	01	4,1
Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica (Simpósio)	01	4,1
Revista de Administração Contemporânea (RAC)	01	4,1
TOTAL	24	100
INTERNACIONAL		
Strategic Management Journal	06	16,2
European Journal of Marketing	06	16,2
Journal of Retailing	04	10,8
Journal of Management	03	8,1
Journal of Economic Behavior and Organization	03	8,1
Journal of Small Business and Enterprise Development	02	5,4
Journal of Small Business Management	02	5,4
Academy of Management Journal	02	5,4
Management Research News	02	5,4
European Business Review	01	2,7
Qualitative Market Research	01	2,7
Management Decision	01	2,7
Computer and Industrial Engineering	01	2,7
Journal of Business Ethics	01	2,7
The Academy of Management Review	01	2,7
TOTAL	37	100,0

Fonte: Autores

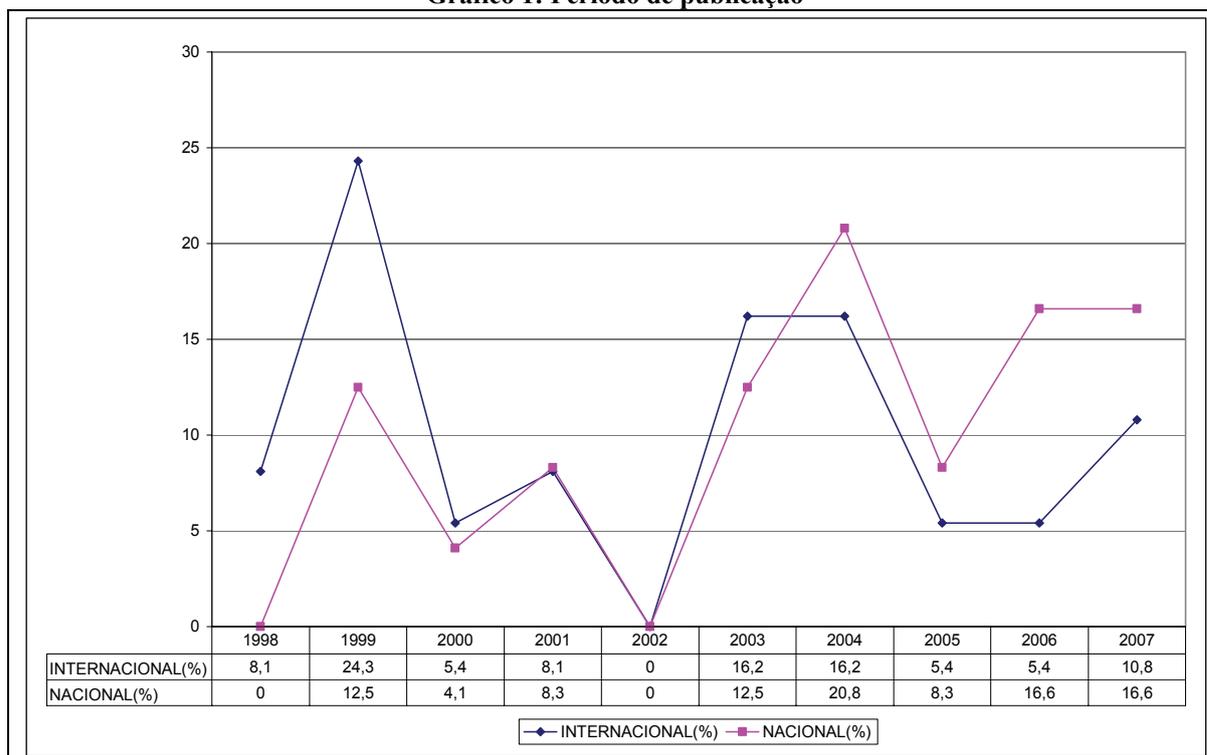
4.4. Período de publicação

Nos anos de 1998 e 2002 não houve qualquer publicação sobre franchising em âmbito nacional nos veículos analisados. Em 2004 ocorreu o pico desta produção com 21% dos artigos publicados, mesmo tendo reduzido a participação no ano subsequente, 33% da produção estão concentrados nos dois últimos anos analisados, 2006 e 2007.

Internacionalmente os dados nos mostram que igualmente à ocorrência nacional, 2002 foi um ano que não houve qualquer publicação sobre franchising. O pico de produção, por sua vez, foi em 1999, concentrando 24% da produção. Os últimos dois anos perfazem 16% da

produção do período analisado.

Gráfico 1: Período de publicação



Fonte: Autores

4.5. Temáticas abordadas

Respondendo aos temas principais destes artigos, observa-se por parte dos estudos nacionais um destaque à temática de Empreendedorismo e Estratégia, com cinco trabalhos cada, o que corresponde a mais de 40% dos trabalhos nacionais. A justificativa para esta expressiva participação de artigos sobre Empreendedorismo envolvendo franchising pode vir da organização do mercado de trabalho atual e de alternativas de investimento, em que empreendedores demonstram uma maior atração na criação de negócios através do franchising, o que desperta a atenção dos pesquisadores para esta área. Os estudos relativos à Estratégia representam o caráter competitivo do franchising, em um ambiente de transformações frequentes. Vale ressaltar a busca pela internacionalização das franquias brasileiras, conferindo a terceira posição entre os trabalhos nacionais.

Entre os artigos internacionais, enfoques econômicos ganham destaque, sobretudo pela Teoria da Agência, presente em aproximadamente 25% dos artigos analisados, todos internacionais. Junto à Teoria da Agência, têm-se outras abordagens econômicas como a dos Custos de Transação, *Resource Based View* (RBV) e Escassez de Recursos, que juntamente com a Teoria da Agência constituem 38% dos estudos internacionais analisados. Estudos sobre Estratégia ganham destaque também internacionalmente, em segundo lugar, revelando a preocupação pelas transformações dos mercados mundialmente. Por sua vez, não foi localizado nenhum trabalho envolvendo Empreendedorismo como tema principal abordado.

Tabela 4: Principal tema abordado

TEMA PRINCIPAL	INCIDÊNCIA	%
NACIONAL		
Empreendedorismo	05	20,8
Estratégia	05	20,8
Internacionalização	04	16,6

Contratos	03	12,5
Conflitos	02	8,3
Gestão social	02	8,3
Marketing	01	4,1
Finanças	01	4,1
Padronização	01	4,1
TOTAL	24	100,0
INTERNACIONAL		
Teoria da Agência	09	24,3
Estratégia	05	13,5
Custos de Transação Econômica	03	8,1
Resource Based View (RBV)	02	5,4
Expansão	02	5,4
Relacionamentos	02	5,4
Conflitos	02	5,4
Escassez de Recursos	01	2,7
Tecnologia da Informação	01	2,7
Percepção Pública	01	2,7
Gestão do Conhecimento	01	2,7
Marcas	01	2,7
Estudos Organizacionais	01	2,7
Ética	01	2,7
Marketing	01	2,7
Direitos de Propriedade	01	2,7
Performance	01	2,7
Contratos	01	2,7
Publicidade	01	2,7
TOTAL	37	100,0

Fonte: Autores

4.6. Filiação dos autores

Buscando uma maior síntese da relação de filiação dos autores, foi considerada somente a principal filiação do primeiro autor. Nestes estudos, autores vinculados às instituições de ensino com boas avaliações pela CAPES apresentam mais de um artigo publicado sobre franchising, como é o caso da EAESP-FGV/SP (Nota 6); FEA-USP (Nota 6); COPPEAD-UFRJ (Nota 5); CCSA-MACKENZIE/SP (Nota 5); IAG-PUC/RJ (Nota 5) e FEA-RP (Nota 4), correspondendo à cerca de 55% dos analisados. Os restantes dos trabalhos se encontram disseminados por outras onze instituições de ensino, o que demonstra a preocupação pela pesquisa científica em administração por diversas instituições.

Em se tratando dos estudos internacionais, nota-se uma grande pulverização, já que 70% destes estão vinculados a 26 instituições de ensino, com um trabalho publicado cada, o que demonstra mais o interesse particular destes pesquisadores, comprovando a inexistência de centros consolidados de estudos sobre franchising. Há de se destacar a mobilidade de filiação apresentada por alguns autores, acarretando um menor número de registros para cada instituição.

Tabela 5: Filiação dos autores

INSTITUIÇÃO	INCIDÊNCIA	%
NACIONAL		
EAESP (FGV/SP)	03	12,5
FEA (USP)	02	8,3
COPPEAD (UFRJ)	02	8,3
CCSA (MACKENZIE/SP)	02	8,3
IAG (PUC/RJ)	02	8,3
FEA-RP (USP)	02	8,3

FZEA (USP)	01	4,1
FCAV (UNESP)	01	4,1
CCSA (FURB/SC)	01	4,1
IBMEC/SP	01	4,1
EBAPE (FGV/RJ)	01	4,1
CCSA (UNIOESTE/PR)	01	4,1
ICEG (PUC/MG)	01	4,1
FACE (PUC/RS)	01	4,1
CCSH (UFSC)	01	4,1
CFH (UFSC)	01	4,1
CSA (UEM/PR)	01	4,1
TOTAL	24	100,0
INTERNACIONAL		
U. of Illinois/EUA	03	8,1
U. of California/EUA	02	5,4
Florida State U./EUA	02	5,4
U. of Viena/AUT	02	5,4
U. of Las Palmas/ESP	01	2,7
U. of Ulster/UK	01	2,7
Purdue U./EUA	01	2,7
U. of Surrey/UK	01	2,7
U. of Pennsylvania/EUA	01	2,7
Salisbury U./EUA	01	2,7
U. of Queensland/AUS	01	2,7
State U. of New York/EUA	01	2,7
U. of Dayton/EUA	01	2,7
Manchester School of Management/UK	01	2,7
Case Western Reserve U./EUA	01	2,7
Lulea U. of Technology/EUA	01	2,7
U. of Tasmania/AUS	01	2,7
U. of Southern California/EUA	01	2,7
U. of Montana/EUA	01	2,7
U. of Delaware/EUA	01	2,7
Memorial U. of Newfoundland/EUA	01	2,7
U. of Memphis/EUA	01	2,7
U. of Kentucky/EUA	01	2,7
Claremont Mckenna College/EUA	01	2,7
U. of Paris I/FRA	01	2,7
Iowa State U./EUA	01	2,7
Massachusetts Institute Technology/EUA	01	2,7
Christopher Newport U./EUA	01	2,7
U. of South Florida/EUA	01	2,7
Boston U./EUA	01	2,7
Sem Identificação	02	5,4
TOTAL	37	100,0

Fonte: Autores

4.7. Publicação por região

A produção nacional sobre franchising está representada em sua totalidade por estados pertencentes às regiões Sudeste e Sul, levando-se em consideração a filiação do primeiro autor. Estados com maiores participações no PIB nacional, São Paulo e Rio de Janeiro representam 70% desta produção científica, deste valor, 50% são de autores filiados às instituições paulistas de ensino.

Internacionalmente, a origem destas produções científicas, procede de países desenvolvidos, sendo os Estados Unidos responsável por cerca de 65% das autorias. Autores de nações européias estão presentes em aproximadamente 22% destes trabalhos. Estes parâmetros nos levam a crer que há um incentivo maior às pesquisas em estados brasileiros

mais desenvolvidos e internacionalmente em nações que gozam de maior poderio econômico.

Tabela 6: Publicação por região

REGIÃO	INCIDÊNCIA	%
NACIONAL		
São Paulo	12	50,0
Rio de Janeiro	05	20,8
Paraná	02	8,3
Santa Catarina	02	8,3
Rio Grande do Sul	02	8,3
Minas Gerais	01	4,1
TOTAL	24	100,0
INTERNACIONAL		
Estados Unidos	24	64,8
Reino Unido	03	8,1
Austrália	03	8,1
Austria	02	5,4
Espanha	01	2,7
França	01	2,7
Suécia	01	2,7
Sem identificação	02	5,4
TOTAL	37	100,0

Fonte: Autores

4.8.Publicação por pesquisador

A produção em parceria pode ser notada tanto em artigos internacionais como nacionais, sendo que, em ambos os casos, estas parcerias ocorrem prioritariamente entre dois autores. Esta configuração é presente em cerca de 42% dos artigos nacionais e 62% internacionalmente. A segunda opção tanto nacionalmente como internacionalmente são as produções independentes que constituem aproximadamente 21% da produção nacional e 30% da internacional.

Tabela 7: Autores por artigos

NÚMERO DE AUTORES	ARTIGOS	%
NACIONAL		
1	05	20,8
2	10	41,6
3	06	25,0
4	02	8,3
5	01	4,1
TOTAL	24	100,0
INTERNACIONAL		
1	11	29,7
2	23	62,1
3	02	5,4
4	01	2,7
5	00	0,0
TOTAL	37	100,0

Fonte: Autores

A produção por autor, que leva em consideração a condição de co-autoria, demonstra que nacionalmente o máximo de artigos publicados sobre franchising não ultrapassou a marca de dois artigos, deixando sinais de não haver pesquisadores centrados nestes estudos, estando

a produção dispersa em 96% dos casos em autores que somente obtiveram uma publicação nos veículos analisados. Internacionalmente, cerca de 15% dos autores possuem mais de uma publicação, encontrando-se cinco autores com dois artigos, dois autores com três artigos e somente um autor com quatro artigos. Estes dados sinalizam uma maior continuidade nos estudos sobre franchising por uma ainda restrita comunidade de pesquisadores internacionais.

Tabela 8: Artigos por autor

AUTORES	NÚMERO DE AUTORES	%	PRINCIPAIS AUTORES
NACIONAL			
Com 1 artigo	52	96,2	---
Com 2 artigos	02	3,7	HOELTEBAUM, Marianne MARQUES, Dalton
TOTAL	54	100,0	
INTERNACIONAL			
Com 1 artigo	46	85,1	---
Com 2 artigos	05	9,2	HOFFMAN, Richard KAUFMAN, Patrick KLEINER, Brian PREBLE, John SHANE, Scott
Com 3 artigos	02	3,7	COMBS, James DANT, Rajiv
Com 4 artigos	01	1,8	MICHAEL, Steven
TOTAL	54	100,0	

Fonte: Autores

4.9. Método de pesquisa

A preocupação por trabalhos quantitativos é evidente nos trabalhos nacionais sobre franchising, em cerca de 42% destes há emprego de *surveys*. Internacionalmente este método é ainda mais expressivo, apresentando-se em 62% dos artigos analisados. Isto comprova o rigor quanto ao emprego de técnicas estatísticas presente em veículos científicos de primeira linha tanto nacionais e, principalmente, internacionais, o que demonstra inclusive um alinhamento do meio acadêmico brasileiro com o exterior.

Entretanto o método do estudo de caso possui uma significativa participação nos trabalhos nacionais, constituindo 46% das publicações, fazendo-se presente em somente 8% dos trabalhos internacionais. Artigos de discussão teórica assumem uma parcela mais significativa internacionalmente do que os estudos de caso, constituindo 24% destas publicações.

Tabela 9: Método de pesquisa

MÉTODO	INCIDÊNCIA	%
NACIONAL		
Estudo de Casos	11	45,8
Survey	10	41,6
Discussão Teórica	02	8,3
Etnográfico	01	4,1
TOTAL	24	100,0
INTERNACIONAL		
Survey	23	62,1
Discussão Teórica	09	24,3

Estudo de Casos	03	8,1
Meta-Análise	01	2,7
Análise de Conteúdo	01	2,7
TOTAL	37	100,0

Fonte: Autores

4.10.Segmento econômico

O segmento econômico tratado nestes estudos tanto nacionais, em 29% dos casos, como internacionais, em 62% dos artigos, não tratam de segmentos específicos. Estes números se justificam, em grande parte, por *surveys* que não restringem suas coletas de dados por setores econômicos. Por sua ordem, o setor de Alimentação foi o que mais se apresentou nos estudos nacionais em 29% dos artigos e internacionais em 22% destas publicações.

Tabela 10: Segmento econômico

SETOR	INCIDÊNCIA	%
NACIONAL		
Não específico	07	29,1
Alimentação	07	29,1
Beleza	02	8,3
Educação	02	8,3
ONG	01	4,1
Vestuário	01	4,1
Pet Shop	01	4,1
Imobiliário	01	4,1
Governo	01	4,1
Correspondência	01	4,1
TOTAL	24	100,0
INTERNACIONAL		
Não específico	23	62,1
Alimentação	08	21,6
Hospedagem	02	5,4
Esportivo	02	5,4
Transporte público	01	2,7
Vestuário	01	2,7
TOTAL	37	100,0

Fonte: Autores

V. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, em que se realizou um levantamento da produção científica nacional e internacional sobre franchising, foi possível obter uma proporção equitativa entre artigos nacionais (40%) e internacionais (60%). Entretanto, estes números absolutos são modestos. Ao se considerar que somente no último Enanpad (2007) houve 982 artigos aceitos e que no período de 10 anos houve somente 24 artigos sobre franchising, pode-se notar que se trata de uma temática pouco debatida pela academia brasileira.

Por sua vez, este setor é economicamente importante, sendo responsável pela movimentação de mais de R\$ 46 bilhões em 2007, além de apresentar um índice de crescimento marcante, superior a 15% no último ano (ABF, 2008).

Há de se destacar que parte deste reduzido número de trabalhos selecionados se deu devido ao rigor metodológico adotado nesta pesquisa. Somente participaram artigos vinculados ao *website* da Anpad, por ser este um aglutinador tanto de eventos como periódicos bem avaliados pelo sistema Qualis e; artigos internacionais presente em periódicos classificados como Internacionais A, B ou C disponíveis no portal Proquest.

O Enanpad, principal evento da área, representou 80% dos artigos analisados

nacionalmente. Internacionalmente, os periódicos Strategic Management Journal, European Journal of Marketing e Journal of Retailing concentram 43% destas publicações, caracterizando periódicos que tratam de abordagens estratégicas e mercadológicas.

É importante enunciar que veículos científicos atrelados à Anpad não registraram nenhuma ocorrência de publicações nos últimos anos, como é o caso dos periódicos RAE, RAC, BAR, RAC-E e dos eventos ENEO, ENAPG, ENGPR, ENADI e ENEPQ. Parte desta ausência de publicações sobre franchising pode ser explicada pelo caráter ainda recente destes eventos. Dois fatores contribuíram para a limitação do número de artigos analisados, um deles é o número de veículos científicos e o outro, a linha temporal, restrita aos anos compreendidos entre 1998 e 2007. Caso fossem estendidos estes critérios, certamente teria-se um maior número de artigos na base analisada.

Quanto à disposição destes trabalhos ao longo dos anos, notou-se uma continuidade, excetuando o ano 2002. Nos dois últimos anos, 2006 e 2007, houve uma participação maior dos trabalhos sobre franchising no Brasil, o que representa cerca de um terço da produção do período analisado. Este indicador pode ser um sinalizador do meio acadêmico quanto ao despertar pelos estudos sobre franchising, porém somente por meio de uma análise estatística minuciosa poderíamos traçar esta tendência.

Nacionalmente a presença de estudos sobre franchising envolvendo Empreendedorismo e Estratégia é marcante, representando mais de 40% destes estudos. Isto pode demonstrar a preocupação destes pesquisadores em analisar o franchising sob a ótica do empreendedorismo e seu cunho estratégico. Por sua vez, internacionalmente, os estudos mais marcantes se localizam em teorias econômicas como a Teoria da Agência, Custos de Transação, *Resource Based View* e Escassez de Recursos que representam 38% destes trabalhos. Estas temáticas podem indicar novos caminhos aos pesquisadores brasileiros na busca de estudos mais sistemáticos sobre o sistema de franchising.

Pesquisadores brasileiros filiados a programas de pós-graduação *stricto sensu* bem avaliados detêm cerca de 55% destas autorias, o que indica o comprometimento destas instituições com o processo de avaliação institucionalizado pela CAPES. Internacionalmente há uma grande pulverização entre as instituições, em que 70% das autorias são representadas por 26 instituições de ensino. Isto caracteriza principalmente nos estudos internacionais, a inexistência de pólos de excelência em estudos sobre franchising.

O Brasil, por ser um país continental, tem no franchising um modelo adequado para a expansão de muitas empresas, entretanto, dentre os artigos analisados houve uma concentração de trabalhos oriundos das regiões Sul e Sudeste, em que somente o Estado de São Paulo foi responsável por 50% desta produção. Internacionalmente a presença dos Estados Unidos é notória em 65% destas autorias, este que por sua vez é também o maior país em número de franquias. Estes dados indicam que regiões mais favorecidas economicamente são também aquelas que empenham maiores recursos acadêmicos no estudo de sua atividade econômica.

Com relação à parceria para produção científica, isto ocorre intensamente tanto nacionalmente, em 80% dos artigos; como internacionalmente, em 70% destes. A preferência de parceria entre dois autores por artigo está em 42% dos trabalhos nacionais e em 62% dos internacionais. Tais resultados demonstram a reconhecida importância da troca de informações e conhecimentos para a elaboração de publicações em veículos científicos em que há rigorosas avaliações.

Quando se trata da publicação por autor, nota-se que nacionalmente há poucos autores que dão continuidade aos seus trabalhos sobre franchising, somente dois autores possuíram mais de uma autoria. Este não é um indicador favorável, pois demonstra uma falta de continuidade nestes estudos, o que poderia ser benéfico ao setor. Já internacionalmente, encontra-se um grupo de oito autores que possuem mais de dois artigos publicados,

demonstrando que há uma continuidade maior nos estudos sobre franchising.

A academia brasileira acompanha a prática metodológica internacional no emprego de estudos quantitativos. Há presença de *surveys* em 42% dos estudos nacionais, esta mesma metodologia encontra-se em 62% dos estudos internacionais. Os estudos de caso foram mais representativos nos estudos nacionais, sendo utilizados em 46% das pesquisas; por sua vez, a adoção internacional desta metodologia é mais restrita, em somente 24% dos artigos há o seu emprego. Os *surveys* são mais abrangentes e conseguem gerar considerações mais amplas sobre as populações observadas do que os estudos de caso, que buscam tratar de situações particularizadas (Babbie, 1999; Yin, 2001).

Dentre as variáveis estudadas, nota-se tanto nos estudos nacionais quanto internacionais o não direcionamento da aplicação destas pesquisas em setores econômicos em 29% dos artigos nacionais e 62% internacionalmente. Dados que podem ser compreendidos através da intensa utilização de *surveys* que aglomeram franquias de diversos setores. Por sua vez, o setor de alimentação foi o que teve o maior destaque em ambos os casos, 29% dos estudos nacionais e em 22% dos estudos internacionais.

Por fim, o Brasil representa atualmente a quarta posição mundial em números de unidades franqueadas; contudo a sua participação em periódicos internacionais indexados ao sistema Qualis não apresentou qualquer trabalho nos últimos 10 anos. Este indicador pouco animador em um primeiro momento, talvez possa servir de incentivo aos pesquisadores interessados no sistema de franchising e mesmo em formas de empreendedorismo. Pode-se considerar que em um campo econômico tão representativo na economia brasileira ainda possua um vasto território para a exploração dos pesquisadores brasileiros, que podem contar com campo de estudo que apresenta cerca 1.197 redes de franquias e 65.500 unidades franqueadas (ABF, 2008).

A título de sugestões de pesquisas futuras, estudos mais aprofundados sobre os indicadores apresentados podem ser empregados, além de envolver um maior número de veículos científicos, uma linha temporal mais extensa e até mesmo o desenvolvimento de teorias ainda pouco exploradas nacionalmente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABF.** Associação Brasileira de Franchising. <http://www.portaldofranchising.com.br>. Acessado em 05/março/2008.
- ALMEIDA, S.O.; LOPES, T.C.; PEREIRA, R.C.F.** A produção científica em marketing de relacionamentos no Brasil entre 1990 e 2004. Anais do EMA, 2006.
- ANPAD.** Associação Nacional de Pós-Graduação. <http://www.anpad.org.br>. Acessado em 30/outubro/2007.
- AZEVEDO, P.F.; SILVA, A.G.** Entre a autoridade e a autonomia: as gerações de franchising. Anais do International Conference on Economics and Agri-Food Networks Management, 2003.
- BABBIE, E.** Métodos de pesquisas de survey. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.
- BERNARDO, J.R.R.F.; CAMPOS FILHO; L.A.N.** Produção científica em fusões e aquisições e indicadores de desempenho para avaliação das aquisições: uma revisão da literatura. Anais do 3E'S, 2007.
- BARROS, G.** Crescimento do PIB de 2007 ficou perto dos 5,7% de 2004. SP: Folha de São Paulo, Caderno Dinheiro, 02/março/2008.
- CALDAS, M.P.; TONELLI, M.J.; LACOMBE, B.M.B.** Espelho, espelho meu: meta-estudo da produção científica em recursos humanos nos Enanpads da década de 90. Anais do Enanpad, 2002.
- CANZIAN, F.; LAGE, J.** Investimentos e mercado interno puxam economia. SP: Folha de

São Paulo, Caderno Dinheiro. 13/março/2008.

CAPELLE, M.C.A.; BRITO, M.J.; MELO, M.C.O.L.; VASCONCELOS, K.A. A produção científica sobre gênero na administração: uma metanálise. Anais do Enanpad, 2006.

CARDOSO, R.L.; PEREIRA C.A.; GUERREIRO, R. Perfil das pesquisas em contabilidade de custos apresentados no Enanpad no período de 1998 a 2003. RAC, v. 11, n.3, Jul/Set. 2007: 177-198.

CASSOL, N.K.; SILVEIRA, A.; HOELTGEBAUM, M. Empreendedorismo feminino: análise da produção científica da base de dados do Institute for Scientific Information (ISI), 1997-2006. Anais do ENANPAD, 2007.

CLOSS, L.Q.; ARAMBURÚ, J.V.; ANTUNES, E.D.D. Produção científica sobre o ensino em administração: uma avaliação envolvendo o enfoque do paradigma da complexidade. Anais do Enanpad, 2006.

COMBS, J.G.; KETCHEN JR., D.J. Why do firms use franchising as an entrepreneurial strategy?: a meta-analysis. Journal of Management, v. 29, n.3, 2003, p. 443-465.

CORREA; P.S.A.; HOELTEGEBAUM, M.; MACHADO, H.V. Análise do perfil empreendedor dos franqueados de escolas de idiomas na cidade de Londrina, Paraná. Anais do Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica, 2006.

DANT, R.; PASWAN, A.; KAUFMAN, P. What we know about ownership redirection in franchising: a meta-analysis. Journal of Retailing. v. 72, n. 4, 1996, p. 429-445.

DORNELAS, J.C.A. Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DURANTE, D.G.; MAURER, S.A.S. Gestão do conhecimento e da informação: revisão da produção científica do período 2000-2005. Anais do Enanpad, 2007.

ENANPAD. XXXI ENANPAD. Resumo dos trabalhos, 2007.

GODOI, C.K.; BALSINI. A metodologia qualitativa nos estudos organizacionais: análise da produção científica brasileira entre 1997 e 2003. Anais do ENEO, 2004.

GEYSKENS, I.; STEENKAMP, J.; KUMAR, N. A meta-analysis of satisfaction in marketing channel relationship. Journal of Marketing Research, v. 36, 1999, p. 123-138.

GREWAL, D.; KAVANOOR, S.; FERN, E.; COSTLEY, C.; BARNES, J. Comparative versus non-comparative advertising: a meta-analysis. Journal of Marketing, v. 61, 1997, p. 1-15.

HERNARD, D.; SZYMANSKI, D. Why some new products are more successful than others. Journal of Marketing Research, v. 38, n. 3, 2001, p. 362-375.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. Administração Estratégica – Competitividade e Globalização. São Paulo: Pioneira Thomson Learning. 2001.

HISRIC, R.; PETERS, M. Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HOCAYEN-DA-SILVA, A.J.; ROSSONI, L.; FERREIRA-JR. I. Administração pública e gestão social: a produção científica brasileira entre 2000 e 2005. Anais do ENAPG, 2006.

HOPEEN, N.; AUDY, J.; ZANELA, A.; CANDOTTI, C.; SANTOS, A.; SCHEID, R.; PERIN, M.; MECCA, M.; PETRINI, M. Sistemas de informação no Brasil: uma análise dos artigos científicos dos anos 90. Anais do ENANPAD, 1998.

HORNGREN. C. Cost and management accounting: yesterday and today. Journal of Management Accounting Research, 3, 1989, p. 21-32.

IFA. International Franchise Association. <http://www.franchise.org/>. Acessado em 08/janeiro/2008.

LUIZ, D.L.; MOTOKI, L. Y.; VILELA, J.A.A.; URA, I.H. N.; LOURENZANI, A.E.B.S. Franchising como forma de negócio: Um estudo preliminar no município de Tupã (SP). Anais do Enanpad, 2006.

MACHADO, C.L.; CUNHA, V.; AMBONI, N. Organizações: o estado da arte da produção acadêmica. Anais do ENANPAD, 1990.

- MATIAS, M.A.; MACHADO, M.R.; MACHADO, M.A.V.; MARTINS, G.A.** Análise epistemológica da produção científica em contabilidade sob a ótica da estruturação interna. Anais do ENEPQ, 2007.
- MELO, P.L.R.; BORINI, F.M; RIBEIRO, F.C.R.** Em busca de delimitações do enquadramento do franchising como alianças estratégicas. Anais do SEMEAD, 2007.
- OTCHERE, M.** Accounting and finance at forty: a retrospective evaluation. Accounting & Finance, 43 (2), 2003, p. 211-231.
- PAULA, A.P.P; KLECHEN, C.F.** A tradição autônoma dos estudos críticos em administração no Brasil: um estudo da produção científica de 1980 a 2004. Anais do Enanpad, 2007.
- PROQUEST.** <http://www.proquest.com> .Acessado em 15/outubro/2007.
- QUALIS.** <http://qualis.capes.gov.br/webqualis>. Acessado em 01/outubro/2007
- TONELLI, M.J.; CALDAS, M.P.C.; LACOMBE, B.M.B; TINOCO, T.** Produção acadêmica em recursos humanos no Brasil: 1991-2000. RAE, v. 43, n. 1, 2003: 104-122.
- VIEIRA, F.G.D.** Por quem os sinos dobram ? Uma análise da publicação científica na área de marketing do ENANPAD, 1998.
- RICH, G.; BOMMER, W.; MACKENZIE, S.; PODSAKOFF, P.; JOHNSON, J.** Apples and apples and oranges ? A meta-analysis of objective and subjective measures of salesperson performance. Journal of Personal Selling & Sales Management, v. 19, n. 4, 1999, p. 41-52.
- RIZZO, M.** Franchise, o negócio do século. São Paulo: Rizzo Franchise, 2005.
- ROSSONI, L.; FERREIRA-JR.; I.; HOCAYEN-DA-SILVA; A.J.** Administração de ciência e tecnologia: a produção científica brasileira entre 2000 e 2005. Anais do Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica, 2006.
- ROSSONI, L.; GUARIDO; E. FRANCISCONI, K.; ALBUQUERQUE; J.** Estratégia em organizações: a produção científica em eventos nacionais entre 2001 e 2006. Anais do 3E'S, 2007.
- ROSSONI, L.; HOCAYEN-DA-SILVA, A.J.** Administração da informação: a produção científica brasileira entre 2001 e 2006. Anais do ENADI, 2007.
- SHANE, S.** From ice cream to the internet: using franchising to drive the growth and profits of your company. NJ: Prentice Hall, 2005.
- SHIELDS, M.** Research in management accounting by north americans in the 1990s. Journal of Management Accounting Research, 9, 1997, p. 3-60.
- SILVA, R.C.M.; CAMPOS FILHO, L.A.N.** Evolução da produção científica brasileira em gestão internacional entre 1997 e 2006. Anais do 3E'S, 2007.
- SWARTZ, L.N.** Franchising successfully circles the globe. In: International franchising in emerging markets: central and eastern Europe and Latin America. Eds. D.H.B. Welsh and I. Alon. Chicago: CCH, 2001, p. 43-61.
- SZYMANSKI, D.; BHARADWAJ, S.; VARADARAJAN, P.** An analysis of the market share-profitability relationship. Journal of Marketing, v. 57, 1993, p. 1-18.
- VOLLMERS, G.L.** Academic cost accounting from 1920-1950: alive and well. Journal of Management Accounting Research, 8, 1996, p. 183-199.
- WOOD JR., T.; CHUEKE, G.V.** Ranking de produção científica em administração de empresas no Brasil. Anais do ENEPQ, 2007.
- ZIMMER, M.V.; LEIS, R.P.** Estado-da-arte sobre a produção científica brasileira em gestão do conhecimento: um estudo em periódicos nacionais e nos anais do Enanpad no período 1997-2006. Anais do ENADI, 2007.
- YIN, R.K.** Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.