

Correspondência para/
 Correspondencia para/
 Correspondence to
 Faculdade IBMEC. Av.
 Pres. Wilson, 118, sala
 1013. Centro - Rio de
 Janeiro-RJ. CEP 20030-
 200
 E-mail:
 lafilho@pibmecrj.br

Artigo
 Recebido: 04/11/2006
 Aprovado: 27/11/2006

ANÁLISE VERTICAL DO STRATEGIC MANAGEMENT JOURNAL ENTRE 1980 E 2006

ANÁLISIS VERTICAL DEL "STRATEGIC MANAGEMENT JOURNAL", ENTRE 1980 Y 2006

A VERTICAL ANALYSIS OF THE STRATEGIC MANAGEMENT JOURNAL FROM 1980 TO 2006

Flavia Ferreira Piazza, Msc.

flavia.piazza@piazzaequipamentos.com.br

IBMEC-RJ

Luiz Alberto Nascimento Campos Filho, Dr.

lafilho@ibmecrj.br

IBMEC-RJ

Palavras-chave:
 Estratégia;
 Planejamento
 estratégico;
 Strategic Management
 Journal.

Palabras-clave:
 Estrategia;
 Planeamiento
 estratégico;
 Strategic Management
 Journal.

Key-words:
 Strategy;
 Strategic planning;
 Strategic Management
 Journal.

RESUMO: O presente estudo apresenta os resultados de uma análise vertical nos artigos publicados pelo Strategic Management Journal desde seu primeiro número em 1980 até o número de setembro de 2006 com o objetivo de mapear o crescimento e a evolução dos temas estratégia e planejamento estratégico. Os resultados obtidos são parte de uma pesquisa maior, em andamento, com objetivo de verificar a evolução desses temas entre os principais periódicos internacionais com reputação similar à do Strategic Management Journal. As informações obtidas permitirão um maior conhecimento sobre os principais periódicos internacionais com foco em estratégia. No processo de seleção realizado em três etapas foram identificados 922 artigos sobre estratégia e 112 artigos sobre planejamento estratégico, dentre os 1.500 artigos publicados no período. Por meio de metodologias semelhantes a estudos desenvolvidos com objetivos similares, foram identificados os autores que mais publicaram. Também se verificou uma diminuição na quantidade de artigos sobre os dois temas estudados, ao mesmo tempo em que a quantidade de páginas e autores por artigo aumentaram.

RESUMEN: El presente estudio muestra los resultados de un análisis vertical en los artículos publicados por el "Strategic Management Journal", desde su primera edición en 1980, hasta el número de setiembre de 2006, con el objetivo de mapear el crecimiento y la evolución de dos temas: estrategia y planeamiento estratégico. Los resultados obtenidos son parte de una investigación mayor en curso, con el objetivo de verificar la evolución de esos temas entre los principales periódicos internacionales con similar reputación al "Strategic Management Journal". Las informaciones obtenidas permitirán un mayor conocimiento sobre los principales periódicos internacionales focalizados en estrategia. En el proceso de selección realizado en tres etapas fueron identificados 922 artículos sobre estrategia y 112 artículos sobre planeamiento estratégico, de los 1.500 artículos publicados en el período. Por medio de metodologías semejantes, a estudios desarrollados con objetivos similares, fueron identificados los autores que más publicaron. También se verificó una disminución en la cantidad de artículos sobre los dos temas estudiados, al mismo tiempo que la cantidad de páginas y autores por artículo, aumentaron.

ABSTRACT: This study presents the results of a vertical analysis of articles published in the Strategic Management Journal, from its first issue in 1980 through to its September 2006 issue, with the aim of mapping the growth and evolution of the themes of strategy and strategic planning. The results obtained form part of a wider study currently in progress, aimed at mapping the development of these themes among the main

international journals of similar standing to the Strategic Management Journal. The information gathered will enable a deeper understanding of the main international journals which focus on strategy. In the selection process, which was carried out in three stages, 922 articles were identified on strategy and 112 articles on strategic planning, from among the 1500 articles published during the period. Using methods similar to those of studies carried out with similar objectives, the most frequently published authors were identified. A decrease was observed in the number of articles on the two themes studied, while at the same time, there was an increase in the number of pages and authors per article.

1 INTRODUÇÃO

Estratégia é um dos temas centrais em pesquisas na área de administração de empresas. Determinar objetivos e estratégias de atuação frente aos seus concorrentes e ao ambiente é uma das tarefas mais complexas da alta administração. Dentre os assuntos abordados dentro da estratégia empresarial, o planejamento estratégico tem sido considerado um dos principais temas de atenção no meio empresarial, tendo sido reconhecido como a principal ferramenta empresarial por 960 executivos de vários setores e de vários países consultados, de acordo com o relatório Management Tools and Trends 2005 da empresa de consultoria Bain & Company (RIGBY; BILODEAU, 2005).

Desde que se tornou assunto independente do vasto tema de políticas corporativas, o tema estratégia vem atraindo pesquisadores de diversas áreas e evoluindo rapidamente (HOSKISSON et al., 1999). O assunto que inicialmente gerava ceticismo do meio acadêmico por concentrar-se excessivamente em estudos de caso, evitando a generalização dos resultados das pesquisas (HOSKISSON et al., 1999), hoje se encontra consolidado dentre as áreas de abordagem sobre gestão de negócios e administração (FRANKE; TIMOTHY; FREDERICK, 1990). Cabe perguntar se o tema efetivamente tem atraído tanta atenção do meio acadêmico quanto do meio empresarial e se o planejamento estratégico tem recebido tanta atenção dos pesquisadores quanto dos executivos.

A publicação de artigos acadêmicos objetiva disseminar as pesquisas e conhecimentos desenvolvidos pelos pesquisadores. Desta forma, poder-se-ia esperar que os temas estratégia e planejamento estratégico tenham sido assuntos de publicação em periódicos acadêmicos, retratando sua importância para o meio e o desenvolvimento de sua teoria através das pesquisas apresentadas.

Com o objetivo de mapear o crescimento e a evolução dos temas estratégia e planejamento estratégico no meio acadêmico, está sendo desenvolvida uma pesquisa com base nos artigos publicados nos principais periódicos acadêmicos. Os dados apresentados nesse trabalho são parte dessa pesquisa, abordando especificamente o periódico Strategic Management Journal (SMJ) por meio de uma análise vertical dos artigos publicados.

Serão apresentados dados da evolução histórica do periódico analisado, contemplando as quantidades de artigos publicados sobre os temas estratégia e planejamento estratégico, seus percentuais comparativos, os autores que mais publicaram e a diferença no perfil dos artigos sobre estratégia desde a publicação do primeiro número do periódico em 1980 até 2006.

As informações apresentadas poderão servir como referência para os pesquisadores interessados em publicar resultados de suas pesquisas na área de estratégia em periódicos com reconhecida excelência como o SMJ. Especificamente para pesquisadores brasileiros interessados em publicar internacionalmente, o SMJ consta da lista de periódicos internacionais de nível A da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES1. De acordo com os critérios gerais de avaliação de programas de pós-graduação em administração da CAPES, as publicações de pesquisadores vinculados a instituições de ensino no Brasil contribuem para avaliação dos cursos de pós-graduação oferecidos. Artigos publicados em periódicos internacionais de nível A permitem a maior pontuação (25 pontos) dentre todas as demais publicações, fato esse reconhecido pelas instituições.

Os resultados preliminares da pesquisa indicam uma diferença entre a percepção de importância do tema planejamento estratégico dentre o meio acadêmico e o meio empresarial. Constata-se, também, uma diminuição nos artigos publicados no SMJ sobre o tema ao longo do período analisado. Em proporções relativamente menores, o tema estratégia também tem observado declínio na quantidade de artigos publicados. O levantamento do perfil dos artigos mostra um aumento na quantidade de páginas e de autores por artigo, o que pode indicar, de acordo com Inkpen e Beamish (1994), um aumento da complexidade dos temas pesquisados, necessitando mais pesquisadores e mais páginas para uma apresentação completa dos estudos.

O presente artigo está estruturado da seguinte maneira: a próxima seção apresenta algumas pesquisas semelhantes à desenvolvida nesse artigo. Na seção 3 é desenvolvida a metodologia da pesquisa. Em seguida, apresentam-se os resultados observados e, por fim, as considerações finais e diretrizes para futuras pesquisas.

2 ALGUMAS PESQUISAS SEMELHANTES

A análise das publicações de periódicos é tema de artigos em diferentes áreas de estudo. No Brasil, o tema foi explorado tendo como principal objetivo a evolução de determinada área de estudo pelos periódicos nacionais. Na área de finanças, Leal, Oliveira e Soluni (2003) utilizaram artigos publicados em cinco periódicos e nos Anais de um congresso de âmbito nacional para mapear a evolução do tema. Da mesma forma, na área de gerência de operações, Arkader (2003) fez uma análise focando nos

tópicos mais abordados por artigos publicados. Pesquisa semelhante foi feita na área de marketing por Vieira (1998) e na área de estratégia empresarial, área de estudo deste artigo, por Bertero, Vasconcelos e Binder (2003). Bignetti e Paiva (2002) também desenvolveram sua pesquisa da área de estratégia focando na classificação dos artigos nacionais de acordo com padrões de ação estratégica e compilando os dados dos autores nacionais e internacionais mais citados.

Internacionalmente, verifica-se a existência de estudos sobre a influência dos periódicos. DuBois e Reeb (2000) desenvolveram um ranking dos periódicos sobre international business com base na análise de citações e de acordo com a avaliação de pesquisadores renomados na área. Também utilizando a opinião de pesquisadores da academia, Macmillan e Stern (1987) apresentaram uma listagem de periódicos sobre business policy e strategic management considerados os melhores para efeito de reconhecimento dentre seus pares pesquisadores. Utilizando análise estatística, Franke, Edlund e Oster (1990) utilizam o fator de impacto e a influência cumulativa como referências para identificar a qualidade dos artigos sobre o mesmo tema, de forma parecida à análise feita por Johnson e Podsakoff (1994) para o tema management.

Alguns pesquisadores optaram por desenvolver pesquisas bibliométricas para analisar dados específicos dentre os artigos publicados, como o aumento de artigos com co-autorias (BARNETT; AULT; KASERMAN, 1988; DURDEN; PERRI, 1995), a procedência geográfica dos autores (STARBUCK, 1999), a relação entre a quantidade de artigos publicados por um autor e o número de co-autores de artigos publicados (CHUNG; COX, 1990), dentre outros temas.

Também foi objeto de pesquisa a análise vertical do Journal of International Business Studies (JIBS), semelhante ao que foi desenvolvido nesse artigo. Inkpen e Beamish (1994) analisaram os artigos publicados por um período de 25 anos do JIBS, enquanto Phelan, Ferreira e Salvador (2002) mapearam as mudanças no conteúdo do SMJ por um período de 20 anos. Ramos-Rodríguez e Ruíz-Navarro (2004) também desenvolveram pesquisa com base nos artigos do SMJ, identificando frequências de citações e co-citações das bibliografias publicadas.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Com o objetivo de realizar uma análise vertical no SMJ, mapeando o crescimento e a evolução dos estudos em estratégia e planejamento estratégico foram consultados artigos publicados no SMJ no período compreendido entre 1980 e setembro de 2006.

Uma vez que o objetivo consiste em mapear os assuntos em um período de tempo, considerou-se como opção adequada a utilização de artigos

publicados em periódicos, pois, além de serem um conhecimento criticado e aceito por pesquisadores da área (RAMOS-RODRÍGUEZ; RUÍZ-NAVARRO, 2004, p.2), são o reflexo do que está sendo gerado como conhecimento científico (PHELAN; FERREIRA; SALVADOR, 2002).

Para tanto, optou-se por selecionar um periódico acadêmico com representatividade. O periódico escolhido é de âmbito internacional, proporcionando a verificação da evolução dos estudos sobre estratégia e planejamento de forma não regionalizada. O periódico escolhido foi o Strategic Management Journal (SMJ).

Estudos acadêmicos indicam o SMJ como o periódico de maior influência na categoria Management (JOHNSON; PODSAKOFF, 1994; TAHAI; MEYER, 1999) e de mais alta qualidade de artigos nas categorias Strategic Management e Business Policy (MACMILLAN; STERN, 1987). Para Ramos-Rodríguez e Ruíz-Navarro (2004, p.3 - tradução nossa), o SMJ, "por ser uma publicação irrestrita em sua intenção de aceitar contribuições, é o real reflexo dos temas correntes de interesse científico". Ademais, de acordo com o Journal of Citation Reports (JCR)², base de dados publicada pelo Institute for Scientific Information (ISI)³, o SMJ tem fator de impacto 1,897 (dados de 2005). O fator de impacto é a razão do total de citações, no ano analisado, de artigos publicados nos dois últimos anos pelo total de artigos publicados nos dois últimos anos e é considerado uma medida da qualidade do periódico e representatividade acadêmica de seus artigos (FRANKE; TIMOTHY; FREDERICK, 1990).

Fazendo um levantamento dos periódicos avaliados pelo JCR nas categorias Business e Management, em 2005 o SMJ obteve o oitavo maior fator de impacto dentre os periódicos da categoria Business e o sétimo dentre os periódicos da categoria Management, o que indica representatividade em Business e Management.

Foi utilizada a base de dados Business Source Premier, fornecida pela Elton B. Stephens Company - EBSCO⁴ foram analisados os artigos publicados em cada número do SMJ desde seu primeiro número em 1980 até o número de setembro de 2006, compreendendo toda a contribuição acadêmica gerada pelo periódico.

Uma vez definidos os artigos a serem utilizados como base para a pesquisa proposta, cada artigo publicado foi submetido a um processo de seleção de três etapas, com o objetivo de identificar aqueles que fizeram contribuição aos temas estratégia e planejamento estratégico.

Inicialmente, acreditava-se que todos os artigos publicados pelo periódico abordariam o tema estratégia, uma vez que se trata de um periódico especializado no assunto, assim como foi considerado por Ramos-Rodríguez e Ruíz-Navarro (2004) em sua análise sobre o mesmo periódico. Por esse motivo, a seleção foi feita inicialmente para identificar os artigos sobre o tema planejamento estratégico. Entretanto, após análise dos artigos

publicados entre 1980 e 1989, pode-se identificar que nem todos tratavam especificamente do tema estratégia ou mesmo do tema planejamento estratégico, abordando assuntos como o papel da inovação tecnológica, venture capital, sistemas sociais e outros. Dessa forma, foram utilizadas as duas etapas iniciais do processo de seleção, de forma a primeiramente identificar os artigos que tratavam do tema estratégia.

A primeira etapa consistiu na identificação inicial de artigos sobre o tema estratégia. Essa busca foi feita por meio de palavras de referência⁵ que permitissem identificar o tema no título dos artigos. As palavras de referência utilizadas foram escolhidas de forma a selecionar todos os artigos que fizessem referência ao assunto estratégia. Dessa maneira, todos os artigos que continham em seus títulos as palavras *strategy*, *strategic*, *strategically* ou qualquer outra palavra com o mesmo radical destas, eram selecionados nessa primeira etapa do estudo.

A segunda etapa permitiu a identificação de artigos que também tratassem do tema estratégia mas que não permitissem sua identificação através do título. Para que esses artigos não fossem excluídos pelo simples fato de não incluírem as palavras escolhidas da primeira etapa em seus títulos, buscou-se outro modo de identificá-los. Com esse objetivo, foi feita a leitura do resumo (*abstract*) dos artigos. Cada resumo de cada artigo foi lido de forma a identificar sua ligação com o assunto estratégia. Da mesma maneira feita na primeira etapa, foram procuradas as palavras de referência *strategy*, *strategic*, *strategically* ou qualquer outra palavra com o mesmo radical destas.

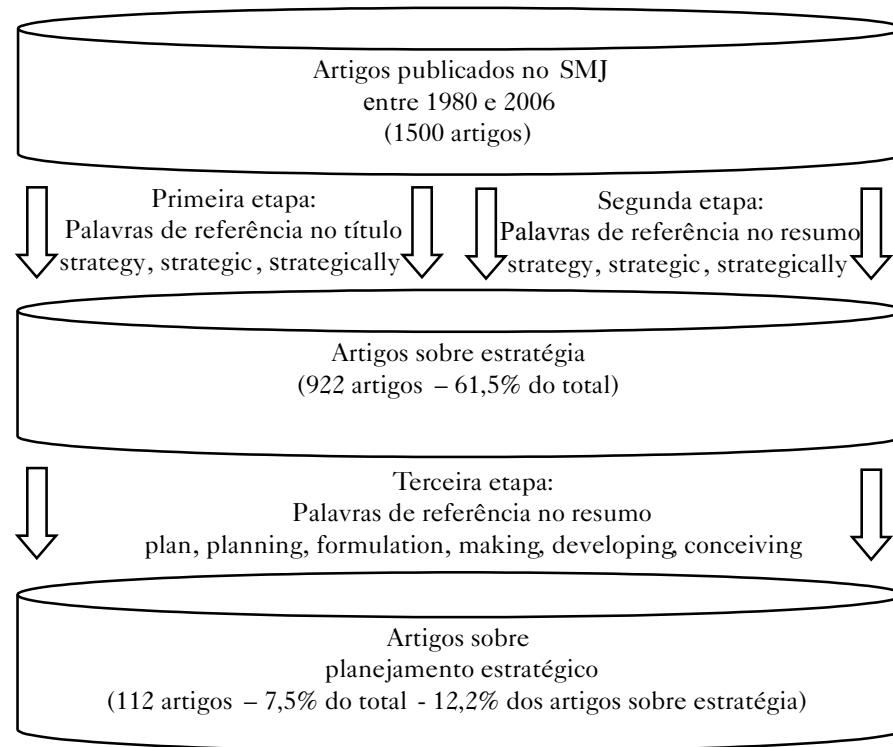
Os artigos identificados na primeira e segunda etapas foram selecionados para a terceira etapa de seleção. A terceira etapa permitiu a identificação dos artigos que tratavam do assunto planejamento estratégico. Dentre os artigos selecionados nas duas etapas anteriores, fez-se a leitura dos resumos com o objetivo de identificar o tema planejamento estratégico. Novamente foram utilizadas palavras de referência. As palavras utilizadas nessa etapa formam *plan*, *planning*, *formulation*, *making*, *developing*, *conceiving* e todas as demais com os mesmos radicais das primeiras. Todas as palavras deveriam estar associadas à estratégia através do contexto do resumo de cada artigo.

Os artigos que continham em seus títulos as palavras de referência definidas na terceira etapa, mas que não compreendiam as palavras de referência da primeira etapa, também foram analisados na terceira etapa, de forma a não excluir artigos que pudessem ser contribuições a essa pesquisa.

A escolha das palavras de referência para a primeira etapa foi determinada procurando identificar os artigos sobre o tema estratégia e abrange grande parte da contribuição para o tema. Por outro lado, a escolha de palavras de referência para a terceira etapa foi mais complexa e foi definida somente após análise de artigos publicados durante os dez primeiros anos de existência do periódico, o que foi chamado de grupo de artigos inicial. As palavras de referência, por fim escolhidas, foram aquelas que

abrangem a maioria dos artigos que contribuíram para o tema planejamento estratégico a partir do que se pode verificar nos resumos do grupo de artigos inicial. Especial atenção foi dada à exclusão da palavra decision-making. Apesar de haver possibilidade de o termo ter sido usado com referência a atividades de planejamento estratégico, optou-se por excluir a palavra-chave por considerar-se que o ato da tomada de decisão, apesar de considerar resultados futuros da mesma forma que o planejamento estratégico, não é, em sua essência, planejamento (MINTZBERG, 1981, p.2). A Figura 1, a seguir, resume as opções metodológicas da presente pesquisa.

Figura 1: Metodologia para seleção de artigos



Fonte: Os autores

O processo de três etapas foi repetido para cada artigo publicado durante o período analisado. Foram pesquisados 224 números do SMJ num total de 1.500 artigos. Desse total, foram selecionados 922 artigos referentes ao tema estratégia e 112 referentes ao tema planejamento estratégico. Todas as três etapas foram validadas pelo co-autor, também pesquisador da área de estratégia.

A Tabela 1, na página seguinte, apresenta o total de números e artigos publicados e a quantidade de artigos sobre estratégia e planejamento estratégico selecionados ano a ano.

Tabela 1: Números e artigos entre 1980 e 2006

Fonte: Os autores

418 Flavia Ferreira Piazza (IBMEC-RJ) - Análise vertical do strategic management journal entre 1980 e 2006

Há limitações metodológicas no que diz respeito a artigos que, apesar de não conterem as palavras-chaves em seus títulos ou resumos, possam tratar dos assuntos em seu texto completo. Da mesma forma, há possibilidade de que alguns dos 31 artigos não selecionados para o tema planejamento estratégico, o que representa 2,1% do total de artigos, e que utilizaram a palavra decision-making em seus títulos, considerem-na equivalente ao sentido de planejamento.

Os dados obtidos para o ano de 2006 não compreendem a totalidade de artigos publicados no ano devido à atual indisponibilidade desses. Portanto, o uso dos dados obtidos para 2006 foi analisado caso a caso, utilizando-se de dados percentuais, mas evitando o uso das quantidades observadas, uma vez que ainda há artigos a serem publicados nesse ano.

Na sessão seguinte são apresentados os resultados observados e, em seguida, as considerações finais e diretrizes para futuras pesquisas.

4 RESULTADOS OBSERVADOS

Após a seleção dos artigos sobre estratégia e sobre planejamento estratégico foi feita a análise dos dados obtidos com objetivo de mapear o crescimento e a evolução dos temas de maneira semelhante às pesquisas desenvolvidas por Inkpen e Beamish (1994), Phelan, Ferreira e Salvador (2002), Leal, Oliveira e Soluri (2003) e Arkader (2003).

A presente seção apresenta os resultados obtidos e está dividida em duas partes. Na primeira parte é feito o levantamento das quantidades de artigos, artigos sobre estratégia e artigos sobre planejamento estratégico, sob um ponto de vista da evolução do periódico e dos temas estudados. A segunda parte busca avaliar as mudanças no perfil dos artigos sobre estratégia publicados, identificando mudanças no que diz respeito a número de autores por artigo e quantidade de páginas por artigo. Nessa parte, também, são apresentados os autores que mais publicaram artigos sobre estratégia.

A) Evolução dos Artigos

A1) Evolução na quantidade de números e no total de artigos publicados

Conforme apresentado anteriormente na Tabela 1, na seção de Metodologia, de 1980 a 2006 verifica-se um aumento na quantidade de números e no total de artigos por ano. Nos 10 primeiros anos de publicação (1980 a 1989) a quantidade de números publicados do periódico por ano teve crescimento de 50% e o número total de artigos por ano teve crescimento de 42%. De 1990 a 1999 verifica-se um aumento da quantidade de números publicados por ano com uma tendência de queda na quantidade total de artigos por número. A partir de 2000 o crescimento foi bem menor com o aumento de 12 para 13 números publicados por ano e a média de artigos por número diminuiu para 5,5 contra 7,75 em 1980. A Tabela 2, abaixo, mostra a evolução da média de artigos por número durante as três décadas compreendidas no período analisado.

Tabela 2: Evolução da quantidade de números, artigos e média de artigos por número

Fonte: Os autores

O aumento de números publicados por ano, além de indicar um aumento na quantidade de artigos publicados, também poderia ser considerado um indicativo da diminuição do período entre a aprovação de um artigo e sua publicação, uma vez que com a disponibilidade de mais números por ano, há maior possibilidade de publicação após a aprovação do artigo. De acordo com Phelan, Ferreira e Salvador (2002), o tempo total entre a submissão e a publicação de um artigo no SMJ já chegava a 800 dias em 1999, tendo iniciado em 200 dias em 1980. O período total entre a submissão e a publicação pode ser dividido em duas fases, a primeira compreendendo o período entre a submissão e a aprovação e a segunda compreendendo o período entre a aprovação e a publicação. Phelan, Ferreira e Salvador (2002) demonstram que o período entre a aprovação e a publicação no SMJ estabilizou-se em 1990 em torno de 250 dias, o que seria atribuído à disponibilidade de mais números do periódico, como apresentado na Tabela 2 acima. Já o período entre a submissão e a aprovação aumentou nos 20 primeiros anos de publicação, chegando a 550 em 1999. A atualização destes dados até o ano de 2006 será desenvolvida para a conclusão da pesquisa completa da qual este artigo faz parte.

Os dados desse levantamento indicam o crescimento do total de artigos publicados, sendo 31 artigos em 1980 e chegando a 70 em 2005. Entretanto, a quantidade de artigos não indica necessariamente sua qualidade. De acordo com Franke, Timothy e Frederick (1990), a qualidade e influência de um periódico no meio acadêmico podem ser inferidas com base em seu fator de impacto e nas citações de seus artigos. Conforme apresentado na seção Metodologia da Pesquisa, o SMJ tem se destacado com um dos mais influentes periódicos sobre business e management, além de apresentar fator de impacto que o coloca entre os dez principais periódicos. Em pesquisa realizada em 1990 sobre dezessete periódicos, usando como índices de comparação o fator de impacto e a influência acumulada publicados pelo Institute for Scientific Information (ISI), constatou-se que em 1987 o SMJ já era o periódico de maior impacto em Strategic Management, apenas 8 anos após seu lançamento, apesar de ser um periódico mais novo que seus maiores concorrentes: *Academy of Management Review*,

Administrative Science Quarterly, Long Range Planning (FRANKE; TIMOTHY; FREDERICK, 1990). Entretanto, apesar de se manter como um dos periódicos mais influentes de sua área, o fator de impacto do SMJ tem sofrido quedas entre o ano 2002 e o ano 2005, tendo seu ápice em 3,092 em 2002 e tendo sido avaliado em 1,897 em 2005 (Institute for Scientific Information - Journal of Citation Reports).

A2) Evolução na quantidade de artigos sobre estratégia

Assim como ocorreu com a quantidade total de artigos publicados por ano, os dados analisados também indicaram crescimento dos artigos sobre estratégia na primeira década do periódico (1980-1999), ou seja, o número de artigos em estratégia passou de 22 para 33 entre 1980 e 1989, apresentando um crescimento de aproximadamente 66,6%, contra 42% de crescimento do total de artigos publicados por ano. Na segunda década de publicações do SMJ (1990-1999), observou-se uma queda de 17,5% na quantidade de artigos sobre estratégia, passando de 40 em 1990 para 33 em 1999.

No último período de publicações (2000-2006), verifica-se crescimento de 14,3% passando de 28 artigos em 2000 para 32 artigos em 2005. Durante esse período, nota-se um aumento na quantidade de artigos em estratégia até 2003, passando de 28 artigos em 2000 para 45 em 2003, para, em seguida, ocorrer nova queda, chegando a 32 em 2005, mas mantendo-se acima do patamar de 2000. Uma vez que o ano de 2006 ainda não está completo em suas publicações, seus dados não foram considerados nessa análise.

Apesar da aparente estabilização no crescimento da quantidade total de artigos publicados por ano nos últimos anos da análise (2000 a 2006), a quantidade de artigos sobre estratégia por ano teve aumento durante o período, sendo igual a 28 artigos em 2000, 32 em 2005 e já chegando a 27 em 2006, o que inicialmente poderia indicar uma nova tendência de crescimento para a década 2000-2009. A Tabela 3, abaixo, apresenta a evolução da quantidade de artigos sobre estratégia em relação ao total de artigos publicados, em cada década.

Tabela 3: Evolução da quantidade de artigos e artigos sobre estratégia

Fonte: Os autores

A3) Evolução na quantidade de artigos sobre planejamento estratégico

Apesar da quantidade de artigos publicados sobre estratégia por ano ter crescido 66,6% na primeira década do periódico, entre 1980 e 1989, a quantidade de artigos publicados sobre planejamento estratégico por ano apresentou decréscimo de 53,8%, passando de 13 para 6 dentro desse período.

A partir de 1990 e durante a segunda década de publicações, a quantidade de artigos sobre planejamento estratégico por ano passa uma década sem indicações de crescimento nem redução. Durante esse período são publicados, em média, 4,3 artigos por ano. Na última década da publicação, entre 2000 e 2006, a quantidade de artigos sobre planejamento estratégico por ano chega aos seus números mais baixos, sendo igual a zero em 2002 e 2005. Na Tabela 4, a seguir, pode-se verificar a evolução da quantidade de artigos sobre planejamento estratégico frente à quantidade de artigos sobre estratégia, em cada década.

Tabela 4: Evolução da quantidade de artigos sobre estratégia e planejamento estratégico

Fonte: Os autores

Gráfico 1: Evolução da quantidade de artigos entre 1980 e 2005

Fonte: Os autores

O Gráfico 1, na página ao lado, ilustra a evolução das quantidades dos artigos publicados ano a ano, permitindo a visualização dos decréscimos apresentados na quantidade de artigos sobre estratégia e sobre planejamento estratégico, apresentados nas Tabelas 3 e 4.

B)A) Mudanças no perfil dos artigos sobre estratégia

Além do levantamento da evolução das quantidades dos artigos, fez-se uma avaliação do perfil dos artigos sobre estratégia no que diz respeito a seus autores e à quantidade de páginas por artigo. Nessa parte também são apresentados os autores que mais publicaram artigos sobre estratégia.

B1) Número de autores por artigo sobre estratégia

Primeiramente, fez-se um mapeamento da autoria dos artigos sobre estratégia, identificando a quantidade de autores por artigo selecionado, assim como feito por Inkpen e Beamish (1994); Phelan, Ferreira e Salvador (2002); Leal, Oliveira e Soluri (2003); Arkader (2003), dentre outros. A Tabela 5, abaixo, mostra a distribuição dos artigos sobre estratégia de acordo com a quantidade de autores. Os percentuais foram calculados sobre o total de artigos de cada década. O período analisado foi dividido em décadas para fins de uma análise evolutiva.

Tabela 5: Evolução da quantidade de autores por artigo

Fonte: Os autores

A quantidade média de autores por artigo publicado sobre estratégia entre 1980 e 2006 foi de 1,71. Para o período de 1980 a 1999, a média foi de 1,74 autores por artigo sobre estratégia publicado enquanto Phelan, Ferreira e Salvador (2002) indicam a média de 1,82 autores por artigo publicado sobre todos os temas no mesmo periódico.

De acordo com Duren e Perri (1995), um pesquisador teria preferência por publicar um artigo de autoria sua, sem co-autores, demonstrando sua capacidade para aqueles que têm o poder de promovê-los em suas carreiras acadêmicas. De acordo com o mesmo artigo (DURDEN; PERRI; 1995), devido à necessidade de publicar artigos em periódicos reconhecidos pelo meio acadêmico, imposta a pesquisadores pelas instituições de ensino e pesquisa, muitos acabam por optar pela co-autoria, aumentando suas possibilidades de ter um artigo publicado.

Por outro lado, Barnett, Ault e Kaserman (1988) indicam outros motivos para o aumento de artigos publicados com co-autorias. De acordo com esses

pesquisadores, devido ao aumento da especialização dos pesquisadores, muitas vezes, torna-se necessária a co-autoria como forma de garantir maior corpo de conhecimento para o desenvolvimento de um artigo completo e com possibilidades de ser publicado. Da mesma forma, uma vez que há um intervalo de tempo entre a submissão do artigo para análise e sua publicação, pesquisadores que optam pela co-autoria aumentam suas possibilidades de publicação em diversos periódicos.

B2) Autores que mais publicaram sobre estratégia

Foram identificados os autores com mais artigos publicados. De 1980 a 2006, 1.113 autores publicaram 922 artigos sobre estratégia no SMJ. Para cada artigo foram atribuídos pontos aos seus autores, usando uma média ponderada pela participação em artigos pelo número de autores (INKPEN; BEAMISH, 1994; BERTERO; VASCONCELOS; BINDER, 2003). Para artigos com somente um autor foi atribuído um ponto. Para artigos com dois autores foi atribuído meio ponto para cada autor. Para artigos com três autores, um terço de ponto para cada autor e assim sucessivamente. Foram, então, somados os pontos de cada autor. A Tabela 6, na página seguinte, mostra a lista dos 10 autores com maior pontuação e a quantidade de artigos publicados sobre estratégia por eles no período analisado.

Dentre os dez autores identificados, Channon, Harrigan e Lenz tiveram seus últimos artigos publicados na década de 80, Thomas, Miller e Schwenk na década de 90 e Powell, Zajac, Hitt e Boyd após o ano 2000.

Powell, o autor com maior pontuação, publicou oito de seus artigos sozinho, sem o auxílio de co-autores. Já Thomas, o segundo da lista, foi auxiliado por co-autores em onze dos doze artigos que publicou.

Dos dez autores que mais publicaram quatro não trataram do assunto planejamento estratégico em pelo menos um de seus artigos.

Tabela 6: Autores que mais publicaram artigos sobre estratégia

Colocação	Autor	Pontuação	Quantidade de artigos publicados
1	Powell, Thomas C.	8,5	9
2	Thomas, Howard	6,2	12
3	Miller, Danny	5,5	8
4	Zajac, Edward J.	5,3	9
	Channon, D. F.	5,3	6
5	Schwenk, Charles	5	6
	Harrigan, Kathryn Rudie	5	5
6	Hitt, Michael A.	4,8	13
7	Lenz, R. T.	4,5	6
8	Boyd, Brian K.	4,3	8

Fonte: Os autores

B3) Quantidade de páginas por artigo

A quantidade de páginas por artigo foi analisada da mesma forma que a quantidade de autores por artigo. É importante ressaltar que foram expurgados os artigos referentes a book reviews por terem usualmente somente uma página e, portanto, diminuiriam a média da real contribuição dos demais artigos. As médias de páginas por artigo encontram-se na Tabela 7, abaixo, dividida por décadas.

Tabela 7: Evolução da quantidade média de páginas por artigo

	1980– 1989 (primeira década)	1990– 1999 (segunda década)	2000– 2006 (terceira década)
Média de páginas por artigo	13,7	15,8	17,7

Fonte: Os autores

Pode-se verificar uma mudança na quantidade de páginas dos artigos sobre estratégia publicados durante o período analisado. Em 1980, o artigo típico tinha 14 páginas e somente um autor. Após a evolução verificada nas tabelas anteriores, o artigo típico em 2006 tem ao menos dois autores e média de 19 páginas. Na sessão seguinte, são apresentadas as considerações finais e diretrizes para futuras pesquisas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E DIRETRIZES PARA FUTURAS PESQUISAS

Os resultados apresentados nesse artigo são parte de uma pesquisa maior com o objetivo de mapear o crescimento e a evolução dos temas estratégia e planejamento estratégico no meio acadêmico.

Os resultados aqui apresentados, obtidos por meio de uma pesquisa vertical nos artigos do SMJ entre 1980 e 2006, permitem verificar redução na quantidade de artigos publicados por ano sobre os dois temas analisados. A diminuição da quantidade dos artigos sobre planejamento estratégico parece indicar uma diferença de percepção entre o meio acadêmico e o meio empresarial. De acordo com o relatório de 2005 sobre ferramentas de gerenciamento e suas tendências da empresa de consultoria Bain & Company (RIGBY; BILODEAU, 2005, p.14), o planejamento estratégico consta como a ferramenta mais utilizada em gerenciamento de estratégia desde 1996. O relatório em questão é o resultado de uma pesquisa com executivos em todos os continentes e compreendeu 960 relatórios respondidos por esses executivos e tem como objetivo refletir a percepção do meio empresarial sobre o assunto.

Ainda no que diz respeito aos temas tratados pelos artigos sobre estratégia, uma vez que o tema planejamento estratégico não tem sido muito publicado,

seria interessante identificar quais os temas que têm crescido em produção de pesquisas e verificar as tendências para os estudos em planejamento.

Ademais, pode-se identificar uma tendência ao uso de co-autorias e um aumento no número de páginas por artigo, indicando um possível aumento da complexidade das pesquisas desenvolvidas. Apesar da tendência para o aumento das co-autorias, verificou-se que, dentre os dez autores que mais publicaram artigos sobre estratégia, Powell, autor com maior pontuação, publicou oito de seus nove artigos sem co-autores. Por outro lado, Thomas, o segundo da lista, publicou onze de seus doze artigos com co-autores.

Dentre os autores que mais publicaram artigos sobre estratégia, pode-se verificar que não há concentração em uma determinada fase do periódico. Dos dez autores que mais publicaram, 3 deles publicaram na década de 80, outros 3 na década de 90 e outros 4 após o ano 2000.

Futuramente pretende-se verificar o vínculo dos autores com instituições de ensino e pesquisa, procurando identificar se há instituições que possuem em seus quadros os pesquisadores que mais publicam. Da mesma forma, aprofundando os dados já selecionados, será possível identificar as metodologias de pesquisa mais utilizadas e se o campo de estratégia continua priorizando os estudos empíricos como em sua fase inicial (HOSKISSON et al., 1999, p.7) ou se há interesse por estudos não-empíricos.

Com o objetivo de comprovar a relevância do periódico analisado e dos demais que farão parte da segunda fase deste estudo, será desenvolvido um levantamento das citações e co-citações. As citações de um artigo permitem identificar sua relevância para os demais pesquisadores da área e é uma garantia de que os artigos publicados têm a qualidade reconhecida pelo meio acadêmico (DUBOIS; REEB, 2000; RAMOS-RODRÍGUEZ; RUÍZ-NAVARRO, 2004).

Uma vez concluída a pesquisa buscar-se-á um maior entendimento sobre a evolução dos assuntos estratégia e planejamento estratégico no meio acadêmico, abrindo novos caminhos para futuros estudos acadêmicos e para aumentar o alinhamento entre o mundo acadêmico e empresarial, objetivando a consolidação dos temas.

REFERÊNCIAS

- ARKADER, R. A Pesquisa Científica em Gerência de Operações no Brasil. **Revista de Administração de Empresas**, v.43, p.70-80, jan./fev./mar. 2003.
- BARNETT, A.; AULT, R.; KASERMAN, D. The rising of co-authorship in economics: further evidence. **The Review of Economic and Statistics**, p.539-543. ago. 1988.
- BERTERO, C.; VASCONCELOS, F.; BINDER, M. Estratégia empresarial: a produção científica brasileira entre 1991 e 2002. **Revista da Administração de Empresas**, v.43, n.4, 2003.
- BIGNETTI, L.; PAIVA, E. Ora (dizem) ouvir estrelas! Estudo das citações de autores de estratégia na produção acadêmica brasileira. **Revista da Administração Contemporânea**, v.6, n.1, p.105-125, 2002.

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Disponível em: <http://www.capes.gov.br/capes/portal/conteudo/10/CriteriosAvaliacao_2001_2003.htm>. Acesso em: 20 jul. 2006.

CHUNG, K.; COX, R. Patterns of productivity in the finance literature: a study of the bibliometric distributions. **The Journal of Finance**, v.45, n.1, p.301-309, mar. 1990.

DUBOIS, F.; REEB, D. Ranking the international business journals. **Journal of International Business Studies**, v.31, n.4, p.689-704, 2000.

DURDEN, G.; PERRI, T. Coauthorship and publication efficiency. **Atlantic Economic Journal**, v.13, n.1, p.69-76. Mar. 1995.

FRANKE, R.; EDLUND, T.; OSTER, F. The development of strategic management: journal quality and article impact. **Strategic Management Journal**, v. 11, n. 3, p. 243-253, mar./abr. 1990.

FRANKE, R.; TIMOTHY, E.; FREDERICK, O. The development of strategic management: journal quality and article impact. **Strategic Management Journal**, v.11, n.3, p.243-253, mar./abr. 1990.

HOSKISSON, R. et al. D. Theory and research in strategic management: swings of a pendulum. **Journal of Management**, v.25, n.3, p.417-456, 1999.

INKPEN, A; BEAMISH, P. An Analysis of twenty-five years of research in the Journal of International Business Studies. **Journal of International Business Studies**, v.5, n.4, p.703-713. out./nov./dez. 1994.

JOHNSON, J. L.; PODSAKOFF, P. M. Journal Influence in the field of management: an analysis using Salancik's index in a dependency network. **Academy of Management Journal**, v.37, n.5, p.1392-1407, 1994.

LEAL, R.; OLIVEIRA, J.; SOLURI, A. Perfil das Pesquisas em Finanças no Brasil. **Revista de Administração de Empresas**, v.43, p.91-104, jan./fev./mar. 2003.

MACMILAN, I.; STERN, I. Delineating a forum for business policy scholars. **Strategic Management Journal**, v.8, n.2, p.183-186. mar./abr. 1987.

MINTZBERG, H. What is planning anyway? **Strategic Management Journal**, v.2, n.3, p.319-324, jul.-set. 1981.

PHELAN, S.; FERREIRA, M.; SALVADOR, R. The first twenty years of the Strategic Management Journal. **Strategic Management Journal**, v.23, n.12, p.1161-1169, dez. 2002.

RAMOS-RODRÍGUEZ, A; RUIZ NAVARRO, J. Changes in the intellectual structure of strategic management research: a bibliometric study of the Strategic Management Journal. **Strategic Management Journal**, v.25, n.10, p.981-1004, out. 2004.

RIGBY, D.; BILODEAU, B. Management Tools and Trends 2005. 2005. Disponível em: <http://www.bain.com/management_tools/Management_Tools_and_Trends_2005.pdf - BAIN>. Acesso em: 10 jan. 2006.

STARBUCK, W. Our shrinking earth. **Academy of Management Review**, v.24, n.2, p.187-190, 1999.

TAHAI, A.; MEYER, M. J. A revealed preference study of management journal's direct influences. **Strategic Management Journal**, v.20, n.3, p.279-296, mar. 1999.

VIEIRA, F. Por quem os sinos dobram? Uma análise da publicação científica na área de marketing do ENANPAD. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 22, 1998, Foz do Iguaçu. **Anais ... Foz do Iguaçu: ANPAD**, 1998.

