

ARTIGO ORIGINAL

TORQUATO, Paola Regazoni ^[1], ARAUJO, Fernando Oliveira de ^[2]

TORQUATO, Paola Regazoni. ARAUJO, Fernando Oliveira de. O Negócio das Escolas de Negócios. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 06, Ed. 04, Vol. 08, pp. 67-80. Abril de 2021. ISSN: 2448-0959, Link de acesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/engenharia-de-producao/escolas-de-negocios>, DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/engenharia-de-producao/escolas-de-negocios

Contents

- RESUMO
- 1. INTRODUÇÃO
- 1.1 OBJETIVO GERAL
- 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS
- 3. MATERIAIS E MÉTODOS
- 3.1 REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA
- 3.2 ESTUDO EMPÍRICO
- 3.3 LIMITAÇÕES DO MÉTODO
- 4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS
- 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS
- REFERÊNCIAS

RESUMO

Este artigo busca comparar as entregas prometidas pelas principais Escolas de Negócio com aquelas esperadas pelos alunos, a fim de aperfeiçoar os processos administrativos em uso pelas Instituições. Trata-se de revisão sistemática da literatura, acompanhada de pesquisa empírica exploratória, que descreve o estado da arte e o potencial de inovação no que se refere aos processos de gestão das Escolas de Negócio em relação à expectativa de mercado. Foram identificados cinco atributos relevantes para o sucesso das Escolas de

Negócio, a saber: provimento de aprendizagem gerencial; flexibilidade organizacional; medida de desempenho estratégico; impacto e resultado. trata-se de um estudo inédito, em âmbito nacional, orientado ao aperfeiçoamento de processos gerenciais das Escolas de Negócios do Rio de Janeiro. Os resultados estão limitados ao caso em estudo.

Palavras-chaves: Escola De Negócios, Ensino Gerencial, Formação Executiva.

1. INTRODUÇÃO

As Escolas de Negócio representam espaços de formação e qualificação de profissionais dos mais distintos níveis hierárquicos, desejosos de desenvolverem competências técnicas, gerenciais ou comportamentais. (PIMENTA E DUARTE, 2007). Elas procuram se diferenciar mediante oferta de programas segmentados por diferentes critérios, como a forma e intensidade de sua realização; duração; local de realização; flexibilidade para o participante...

É esperado que as Escolas de Negócio estejam inseridas em um ambiente competitivo, tenham a intenção de oferecer serviços educacionais e de treinamento de forma a contribuírem para a materialização dos objetivos das empresas contratantes e de seus colaboradores. E neste contexto que se busca, nesta pesquisa, comparar as relações entre expectativas dos clientes (alunos e egressos) com as promessas efetuadas pelas instituições investigadas no Rio de Janeiro. Ocorre que entre as promessas e expectativas dos distintos grupos de atores envolvidos (professores, coordenadores, alunos, egressos e gestores), podem ser observadas lacunas quanto à efetividade dos serviços oferecidos. Nesse sentido, a presente pesquisa almeja comparar as expectativas dos clientes com as promessas das instituições de ensino.

1.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo deste trabalho é identificar o que prometem as Escolas de Negócio no Estado do Rio de Janeiro, destacando seus propósitos sobre a perspectiva de seus vários grupos de atores quanto à entrega de seus serviços.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar as expectativas dos clientes das Escolas de Negócios do Rio de Janeiro;
- Analisar quais são as principais promessas das Escolas de Negócio no Estado do Rio de Janeiro para seus clientes.
- Comparar as promessas e expectativas evidenciadas.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa foi constituída através da revisão sistemática da literatura e pesquisa empírica. São analisados conceitos, definições de Escolas de Negócio, assim como elementos fundamentais para a proposição de um modelo adequado à gestão das organizações pesquisadas. A pesquisa bibliográfica busca abranger a produção literária que se coaduna com o tema em estudo conforme Marconi e Lakatos (2003).

3.1 REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Foi efetivada uma revisão sistemática da literatura a partir das bases de dados *Web of Science (Thomson Reuters Scientific)* e *Scopus (Elsevier)*, bem como a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT). Procurou-se respeitar as observações de boas práticas para revisões sistemáticas, apresentadas pelo *Center for Reviews and Dissemination (CRD, 2009)*, levando em conta oito aspectos: definir a revisão em termos de população, intervenções, comparadores, resultados e desenhos de estudo (*PICO - Population, Intervention, Comparasion e Outcome*); adequação da estratégia de busca; medidas preventivas contra erros no processo de seleção das fontes; apropriação de critérios para avaliar a qualidade dos estudos primários, prevenção contra preconceitos e erros no processo de avaliação da qualidade; tomada de medidas preventivas para minimizar erros no processo de extração de dados; detalhamento dos estudos primários; métodos apropriados para a síntese de dados; avaliação das diferenças entre os estudos e agrupamento, se for apropriado e significativo fazê-lo; precisão das conclusões dos autores em relação à evidência que é revisada. (CRD, 2009).

Além das boas práticas, considera-se as indicações de Sampaio e Mancini (2007), para quem a investigação científica requer, além da revisão sistemática, relevantes e bem formuladas questões de pesquisa: quais são as principais características das Escolas de Negócio identificadas pela literatura? Quais seriam as contribuições esperadas das Escolas de Negócio para o desenvolvimento do ecossistema empresarial?

O acrônimo *PICO*, utilizado em revisões sistemáticas na área da saúde, adaptado para a revisão bibliográfica desta pesquisa, utiliza *strings* (descritores) para a identificação da população de objetos de interesse, conforme as combinações adequadas ao tema. Após a escolha, os descritores foram aplicados às bases de pesquisa *Web of Science* e *Scopus* por meio de busca nos periódicos com artigos indexados em inglês, português e espanhol, associados pelos conectores lógicos E (AND), OU (OR), conforme a relevância do descritor em utilização. A chave de pesquisa gerou a seguinte *string*:

(Business schools OR business college OR managements schools OR managements institutes) AND (Consulting OR executive training OR management development OR complementary training OR management certification) AND (Organizational development OR capacity building OR organizational intelligence OR managerial development))

Foi realizado o levantamento bibliográfico nas bases de dados, acrescida dos filtros referentes aos tipos de produção científica (artigo e revisão) e aos idiomas de interesse (inglês, português e espanhol) entre 10 e 20 de julho de 2019.

Como fonte adicional de informações sobre o tema de pesquisa foram consultadas as produções acadêmicas locais disponíveis na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) em 24 de julho de 2019. No Quadro 1 encontram-se sumarizados os conjuntos de trabalhos encontrados na fase inicial de buscas.

QUADRO 1 – produções consultadas.

BASES				
Tipo	Scopus	Web. of Sc.	BDTD	TOTAL
Artigos	243	155		398

Revisões	28	10		38
Teses			12	12
Dissertações			18	18

Fonte: própria (2020).

Após a leitura dos títulos e resumos, os trabalhos foram submetidos à triagem por critério de aderência ao tema, restando para revisão 27 textos, sistematizados no Quadro 2:

QUADRO 2 – produções selecionadas para revisão.

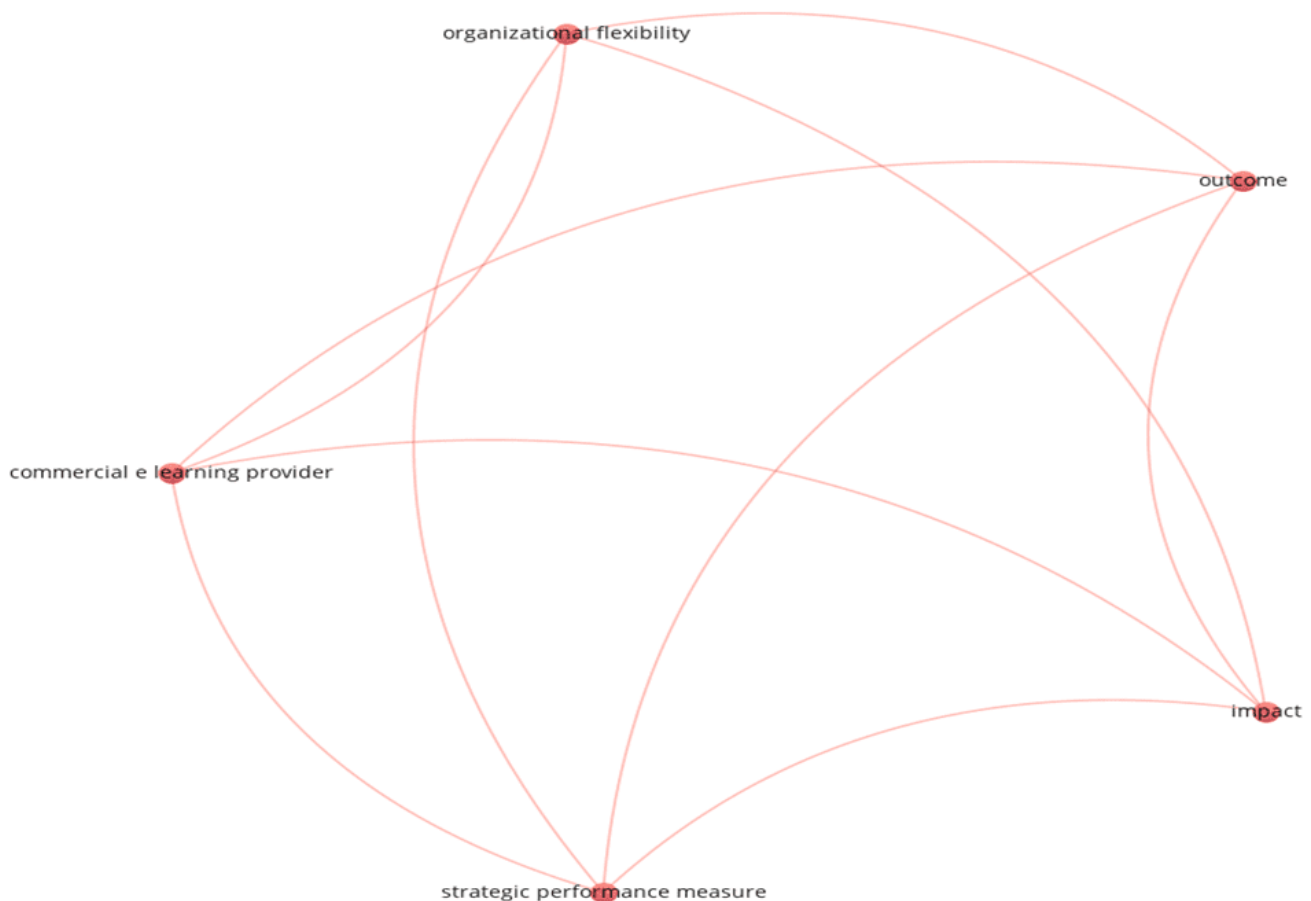
BASES				
Tipo	Scopus	Web. of Sc.	BDTD	TOTAL
Artigos	5	14		19
Revisões	28	10		38
Teses			2	2
Dissertações			5	5

Fonte: própria (2020).

Os trabalhos selecionados foram integralmente lidos e analisados criticamente. Para apoiar a busca por atributos aderentes nas obras selecionadas lançou-se mão do software VOSViewer. A Figura 1 exemplifica o processo de identificação de conceitos e atributos observados nas Escolas de Negócio, destacando-se: provimento de aprendizagem gerencial; flexibilidade organizacional; medida de desempenho estratégico; impacto e resultado.

FIGURA 1 – identificação dos atributos apresentados nos títulos das referências.

FIGURA 1 - identificação dos atributos apresentados nos títulos das referências.



Fonte: a autora (2020).

Na análise semântica os títulos e os resumos das referências em inglês foram salvos em um arquivo no formato .txt e , a partir do link “create” do aplicativo, selecionadas as seguintes opções: “Create a map based on text data” >> “Read data from VOSviewer files” >> Seleção do arquivo txt >> “Binary counting” >> “1” >> “30” >> “Finish”.

Foram agrupadas e destacadas sete características de base teórica, a saber: publicar pesquisa; criar vantagens competitivas; proposta de valor; identidade corporativa; sucesso na carreira; formar mão de obra qualificada e hibridização / diversificação. Tais categorias apresentam maior impacto nos textos analisados, por aparecerem de forma mais recorrente e, por isto, são utilizadas para orientar a busca por respostas aos problemas de pesquisa na

fase empírica.

Trkman (2019) identifica 4 grupos de interessados para os ecossistemas empresariais das Escolas de Negócio: estudantes, professores, universidades e sociedade. Estes grupos são associados aos cinco atributos identificados nos títulos das referências e às sete categorias mais representativas, classificadas a partir da análise crítica da literatura.

A partir das categorias identificadas foi possível caracterizar as Escolas de Negócio como instituições provedoras de aprendizagem gerencial, que buscam promover impacto na sociedade criar vantagens competitivas por meio da identidade corporativa, alcançada pela busca de melhoria nas classificações de medidas estratégicas de impacto, compostas por publicações de pesquisas científicas, hibridismo e diversificação das atividades.

3.2 ESTUDO EMPÍRICO

A tipologia de pesquisa partiu da leitura de Marconi e Lakatos (2003); Gil (2002); Gray (2012); Prodanov e Freitas (2013), que permitem classificar esta como uma pesquisa de campo mista, de natureza aplicada e descritiva com relação aos objetos de pesquisa, a saber: Escolas de Negócio do Rio de Janeiro. Trata, portanto, de um universo restrito de atores conhecidos, o que torna possível descrever os objetos de pesquisa, abstendo-se do processo de amostragem. Os Quadros 3 e 4 apresentam as características dos objetos e sujeitos de pesquisa:

QUADRO 3 – caracterização das Escolas de Negócio, objetos de pesquisa.

Objeto	Características
Escola A	Trata-se da mais tradicional Escola de Negócios do Brasil, atuando a 70 anos, com produção acadêmica comparável às instituições de ponta em nível global. Suas ações são voltadas para áreas estratégicas da vida brasileira, especificamente administração pública, economia, história e direito.
Escola B	É uma instituição privada, especializada em ensino e pesquisa nas áreas de Negócios e Economia. Foi fundada na década de 1970. Oferece cursos de graduação e pós-graduação em Negócios, Economia, Direito, Relações Internacionais, Contabilidade. O MBA foi iniciado em 1980. A Escola de Negócios produz pesquisa, consultorias e outros serviços. É parte das operações brasileiras de uma multinacional estadunidense.

Objeto	Características
Escola C	Núcleo de pesquisa avançada ligado a uma Universidade Federal, estruturado na década de 1990, que tem como objetivos: disseminar conhecimento; promover extensão universitária; especialização em nível de Pós-Graduação; fomentar a pesquisa; agenciar mudanças tecnológicas, econômicas e sociais.

Fonte: própria (2020).

QUADRO 4 – caracterização dos grupos de atores, sujeitos de pesquisa.

Caracterização dos sujeitos de pesquisa		
Grupos	Características	Fontes
Alunos	Atores interessados em mostrar resultado no mercado de trabalho por meio do sucesso na carreira. São demandados a publicar pesquisa e visam a certificação.	Acharya, S. (2019); Trkman (2019) Guimarães (2002); Cabral-Cardoso, C. (2004); Orozco, L.A. e Villaveces, J.L. (2015); Seoane (2016)
Professores	Visam criar vantagens competitivas para os demais atores, se caracterizam pela flexibilidade organizacional e pela proposição de valores (intelectuais, éticos, econômicos...). São solicitados a publicar e fomentar a pesquisa estratégica, além de adaptarem-se à hibridização e diversificação das atividades.	Dell’era, C. (2010) ; Loyola (2015); Seoane (2016); Vakkayil, J., Chatterjee, D. (2017) Muff, K. (2017) Passarelli, A.M.; Boyatzis, R.E. e Wei, H.G. (2018); Guimarães (2002); Alajoutsijarvi, K; Juusola, K. e Siltaoja, M. (2015); Trkman (2019)
(GESTORES/ COORDENADORES)	Se identificam como provedores de aprendizagem gerencial e visam promover o impacto da identidade corporativa por meio de incentivos à publicação de pesquisas e melhora no ranking internacional. São solicitados a aumentar a competitividade, gerar valor para a sociedade, promover a hibridização e diversificação das atividades.	Guimarães (2002); Cabral-Cardoso, C. (2004); Trkman (2019); Alajoutsijarvi, K; Juusola, K. e Siltaoja, M. (2015); Massaro, M.; Dumay, J. e Bagnoli, C. (2015); Money, K., Saraeva, A., Garnelo-Gomez, I., Pain, S., Hillenbrand, C. (2017); Martin, G; Siebert, S. e Robson, I. (2018)

Caracterização dos sujeitos de pesquisa		
Grupos	Características	Fontes
Egressos	Promove as medidas de desempenho estratégico por meio de valorização ou depreciação da identidade corporativa das Escolas de Negócios em seu <i>networking</i> . Compõem a mão de obra qualificada que representa as instituições no mercado de trabalho.	Loyola (2015); Passarelli, A.M.; Boyatzis, R.E. e Wei, H.G. (2018); Guimarães (2002); Seoane (2016); Passarelli, A.M.; Boyatzis, R.E. e Wei, H.G. (2018)

Fonte: adaptado de Trkman (2019).

Os sujeitos de pesquisa foram selecionados por critério de conveniência e disponibilidade para atenderem às demandas da pesquisa. O questionário, instrumento de coleta de dados, foi elaborado a partir da fundamentação teórica constatada pela revisão sistemática da literatura, bem como dos objetivos e do perfil dos sujeitos de pesquisa.

Após um contato inicial com os candidatos, em outubro de 2019, aqueles que se enquadram no perfil de interesse para a pesquisa e aceitam responder ao questionário, receberam o formulário de teste. A utilização de pré-teste para a definição de questionários é um procedimento indicado por Marconi e Lakatos (2003). Este recurso permite identificar falhas nos mesmos. Participaram da fase de teste do questionário, entre 18/10 e 06/11/2019, nove sujeitos de pesquisa, sendo 3 egressos, 2 gestores, 2 coordenadores e 2 alunos de Escolas de Negócio do Rio de Janeiro.

As questões objetivas foram validadas por avaliação de face, os dados compilados foram submetidos ao teste Alfa de Cronbach, que trata da medida de confiabilidade mais amplamente utilizada atualmente (HAIR et al., 2009). O índice varia de 0 a 1, com limite inferior de 0,6 e é obtido a partir da fórmula canônica, apresentando um valor de 0,89, com repetição para o conjunto total de 0,872, fator que confere “alta” confiabilidade ao instrumento de coleta.

Esta pesquisa concatena dois métodos, quantitativo e qualitativo, a fim de promover a convergência e/ou divergência entre as respostas que se relacionam com as variáveis de interesse, a partir da comparação entre as respostas já formuladas pelos autores apresentados na revisão sistemática da literatura e aquelas apresentadas pelos sujeitos de

pesquisa. Tal comparação permite, conforme Tuzzo e Braga (2016), a integração entre as diversas perspectivas possíveis em relação ao fenômeno em apreço.

3.3 LIMITAÇÕES DO MÉTODO

Os métodos aplicados são limitados, segundo Gray (2012), por permitirem viés por parte dos sujeitos de pesquisa, da interpretação do pesquisador e lapsos de memória dos respondentes. Outras influências negativas para a constituição dos dados são a presença de erros de preenchimento, omissões e dificuldades de interpretação das perguntas.

Para quantificar o universo de interesse buscou-se, em pesquisa documental, os dados necessários para a mensuração de uma amostra probabilística. Constatou-se, entretanto, a partir de pesquisa de campo, que os dados disponíveis nas Escolas de Negócio, são bastante compartimentados e que alguns responsáveis pela divulgação dos mesmos não se mostram em condições de colaborar com a pesquisa, de modo que não foi possível obter números confiáveis quanto ao tamanho da população de interesse, tão pouco selecionar os sujeitos de pesquisa de forma aleatória. Tais limitações fizeram com que esta investigação recorresse a uma amostra por conveniência, ou seja, não probabilística, conforme Gray (2012). A característica não probabilística dos dados aqui expostos limita a generalização dos resultados, de forma que as considerações expressas devem ser observadas apenas em relação ao grupo descrito.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Os atores consultados estão divididos em cinco conjuntos: gestores, coordenadores, professores, egressos e alunos das Escolas de Negócio pesquisadas. Durante a coleta de dados logrou-se a colaboração de 146 sujeitos de pesquisa, sendo 28 gestores, 14 coordenadores, 37 professores, 37 egressos e 30 alunos. A coleta compreendeu o período de dezembro de 2019 a março de 2020, com diversas visitas às Escolas de Negócios e mobilização de redes de interesse entre as instituições. O extrato é composto por respondentes com idades que variam entre 19 e 77 anos, completos em 2020.

Foi possível identificar três atributos e 18 elementos relevantes para indicar os valores

prometidos pelas instituições e esperados pelos clientes a partir da perspectiva dos grupos de atores envolvidos. A fim de mensurar as expectativas dos respondentes, pergunta-se “Que benefícios os alunos esperam receber das Escolas de Negócios?”. A resposta pode variar de 1 (pequena expectativa) até 5 (grande expectativa). Na sequência eles são inquiridos “Que benefícios a Escola de Negócios promete entregar aos seus alunos?”

A análise comparativa cruzada mostrou que, para o grupo completo dos 146 respondentes, não há consenso entre os benefícios esperados pelos alunos das EN. São significativas, entretanto, baixas expectativas manifestadas pelos respondentes em relação à busca de “certificação” pelos alunos. Excetuando-se os gestores consultados, os demais grupos de atores consideram que este é o valor menos esperado pelos clientes das Escolas de Negócios.

Evidenciou-se ainda que, entre os sujeitos consultados, não há um consenso sobre o principal benefício prometido pelas EN aos seus clientes. Alunos, egressos e gestores concordam, entretanto, que o avanço na carreira e o aumento da competitividade não estão entre os valores mais prometidos pelas instituições.

Os principais conflitos entre expectativas e promessas se dão, na percepção dos respondentes, a respeito dos benefícios de avanço na carreira, muito esperado entre os alunos e pouco prometido pelas EN. Inversamente, a “certificação” é percebida pelos sujeitos de pesquisa como um benefício muito prometido e pouco esperado pelos alunos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A revisão sistemática da literatura permitiu concatenar as principais características das Escolas de Negócios, definindo-as como instituições provedoras de aprendizagem gerencial, que buscam promover impacto na sociedade criar vantagens competitivas por meio da identidade corporativa, alcançada pela busca de melhoria nas classificações de medidas estratégicas de impacto, compostas por publicações de pesquisas científicas, hibridismo e diversificação das atividades.

A pesquisa empírica evidenciou que o valor menos esperado pelos clientes das Escolas de Negócios do Rio de Janeiro, e também o mais prometido pelas instituições, é a certificação,

enquanto avanço na carreira e ganho de competitividade são, inversamente, valores pouco prometidos e muito almejados pelos alunos e egressos das EN.

REFERÊNCIAS

ACHARYA, S. *Beyond Learning Outcomes: Impact of Organizational Flexibility on Strategic Performance Measures of Commercial E-Learning Providers. Global Journal of Flexible Systems Management*, v. 20 (1) p. 31-41, 2019.

ALAJOUTSIJARVI, K; JUUSOLA, K. e SILTAOJA, M. *The Legitimacy Paradox of Business Schools: Losing by Gaining? Academy of Management Learning & Education*, v. 14 ed. 2, p. 277-29, 2015.

CABRAL-CARDOSO, C. *Ethical misconduct in the business school: A case of plagiarism that turned bitter. Journal of Business Ethics* 49 ed. 1, p. 75-89, jan. 2004 .

CRD – CENTRE FOR REVIEWS AND DISSEMINATION. *CRD's guidance for undertaking reviews in health care. York/ England: University of York*, 2009.

DELL'ERA, C. *Art for Business: Creating Competitive Advantage through Cultural Projects. Industry and Innovation*, v. 17 ed. 1, p. 71-89, 2010.

GIL, A. C. *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

GUIMARÃES, Liliane de Oliveira. *A experiência universitária norte-americana na formação de empreendedores: contribuições das universidades de Saint Louis, Indiana e Babson College*. 2002. 316 f. Tese (Doutorado) – Curso de Administração, Eaesp, Fundação Getulio Vargas, São Paulo, 2002.

GRAY, D. E. *Pesquisa no mundo real*. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2012. 488 p.

HAIR, J.F. Jr. et al. *Análise Multivariada de Dados*. 6 ed. Porto Alegre: Bookman. 2009. Trad. Adonai Schlup Sant'Anna e Anselmo Chaves Neto.

LOYOLA, Marília Vargas. O impacto do curso de pós-graduação em administração de empresas – Pós ADM- da Fundação Getulio Vargas na carreira dos seus egressos. Dissertação (mestrado) – FGV EBAPE – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. 93fl. Orientadora: Fátima Bayma de Oliveira, Rio de Janeiro, 2015.

MARCONI, Marina de Andrade e LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de Metodologia Científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTIN, G; SIEBERT, S. e ROBSON, I. *Conformist innovation: an institutional logics perspective on how HR executives construct business school reputations. International Journal of Human Resource Management*, v. 29 ed. 13 , p. 2027-2053, 2018.

MASSARO, M.; DUMAY, J. e BAGNOLI, C. *Where there is a will there is a way IC, strategic intent, diversification and firm performance. Journal of Intellectual Capital* , v. 16 ed. 3 , p. 490-517, 2015.

MONEY, K., SARAIEVA, A., GARNELO-GOMEZ, I., PAIN, S., HILLENBRAND, C. Corporate Reputation Past and Future: A Review and Integration of Existing Literature and a Framework for Future Research. *Corporate Reputation Review*, v. 20 (3-4), p. 193-211, 2017.

MUFF, K. *How the Circle Model can purpose-orient entrepreneurial universities and business schools to truly serve society. Journal of Management Development*, v. 36 ed. 2 edição especial: si, p. 146-162, 2017.

OROZCO, L.A. e VILLAVECES, J.L. *Heterogeneous research networks in Latin American schools of business management. Academia-revista Latinoamericana de Administracion* , v. 28 ed. 1 , p. 115-134, 2015.

PASSARELLI, A.M.; BOYATZIS, R.E. e WEI, H.G. *Assessing Leader Development: Lessons From a Historical Review of MBA Outcomes. Journal of Management Education* , v. 42 ed. 1 , p. 55-79, fev. 2018.

PIMENTA, R. D. e DUARTE, R. G. O Processo de Internacionalização de Escolas de Negócio: o Caso da Fundação Dom Cabral. In: ENANPAD, 31., 2007, RJ. Anais. Rio De Janeiro: Anpad, 2007. p. 11 – 20.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. 276 p.

SAMPAIO, R. F. e MANCINI, M.C. Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. Rev. bras. fisioter., São Carlos, v. 11, n. 1, p. 83-89, jan./fev. 2007.

SEOANE, R. V. R. M. Criação de valor em cursos de MBA na percepção de seus alunos: quais os desafios das Escolas de Negócio? 61 f. Dissertação (mestrado) – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa. 2015.

TRKMAN, P. *Value proposition of business schools: More than meets the eye. The International Journal Of Management Education*, [s.l.], v. 17, n. 3, p.100310-100321, nov. 2019.

TUZZO, S. A.; BRAGA, C. F. O Processo de Triangulação da Pesquisa Qualitativa: O Metafenômeno como Gênese. Revista Pesquisa Qualitativa, São Paulo, v. 4, n. 5, p. 140-158, 2016.

VAKKAYIL, J., CHATTERJEE, D. Globalization routes: The pursuit of conformity and distinctiveness by top business schools in India. Management Learning, v. 48 (3), p. 328-344, 2017.

^[1] Mestre em sistemas de gestão sustentáveis, especialista em gestão empresarial, graduada em direito.

^[2] Pós-Doutorado em Engenharia de Produção e Transportes pela UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Doutor em Engenharia de Produção pela PUC-Rio – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Mestre em Sistemas de Gestão e Engenheiro de Produção pela UFF – Universidade Federal Fluminense

Enviado: Março, 2021

Aprovado: Abril, 2021.