

Análise bibliométrica de pesquisas em Joint Venture

Gustavo Urasaki Neves (UNIFEI) gurasaki@gmail.com
Carlos Henrique Pereira Mello (UNIFEI) carlos.mello@unifei.edu.br

Resumo:

Empresas inovadoras não são maioria no mercado, mesmo tendo pesquisas que mostram que esse tipo de empresa fatura muito mais que empresas não inovadoras. O alto custo de investimento necessário é um dos principais motivos por essa ocorrência. Dessa forma, empresas buscam suprir esse prejuízo por meio de parcerias, onde uma das mais utilizadas era a Joint Venture (JV). Com o passar do tempo esse tipo de parceria está sendo cada vez menos utilizados. Em razão disso, o presente artigo busca encontrar as causas dessa redução no número de JVs e fazer uma análise bibliográfica para ajudar para facilitar novas pesquisas mostrando as principais características dos artigos relacionados a esse assunto.

Palavras chave: Joint Venture, Parcerias, Análise bibliométrica.

Bibliometric analysis of researches in joint venture

Abstract

The innovative companies are not majority in the market, despite of the researches have given evidences this branch of companies profits much more than the not-innovative ones. This results, mainly, because of the high expenses the investment generates. As a result, the enterprises try to cover the damage by making partnerships, usually standing out Joint Venture (JV). However, over time, this type of partnership has been less and less evident. That is why the current article seeks the reasons of this decrease in the number of JVs and it conducts a bibliographical analysis, which might help facilitate new researches of the articles related to this subject.

Key-words: Joint Venture, partnerships, bibliographical analysis

1. Introdução

A disputa por mercado vem crescendo cada vez mais com o passar do tempo. As empresas têm cada vez mais concorrentes e mais dificuldades em se manter no topo de seu ramo. As tecnologias e, conseqüentemente, os produtos, estão mudando mais rapidamente, assim, para se manterem na briga por mercado as empresas estão cada vez mais valorizando e buscando a inovação para se destacar por entre os concorrentes. O maior fator mencionado, relacionado a esse assunto, é relacionado à importante mudança industrial e tecnológica entre os anos 1980 e 1990 que aumentou a complexidade do desenvolvimento científico e tecnológico, maiores incertezas em torno da pesquisa e desenvolvimento (P&D), aumentou os custos da P&D e

diminuiu o ciclo de inovação, o que favoreceu as parcerias (Dussauge e Garette, 1999; Hagedoorn, 1993).

No Brasil, foi feita uma pesquisa com 72 mil empresas dentre as 6.810.564 empresas existentes em 2010, segundo o Ministério do Trabalho (MTE), dessas, apenas 2% são empresas inovadoras. E segundo a pesquisa, as empresas inovadoras possuem um faturamento de até 135 vezes mais que outras empresas. Por esse motivo as empresas estão procurando investir em inovação, porém muitas possuem algum tipo de empecilho que dificulta seu investimento, como falta de recursos e falta de conhecimento técnico. Além disso, Zaltman, Duncan, e Holbek (1973) sugerem que o comportamento inovador envolve duas fases: (1) o início do processo (ou seja, a consciência de novas ideias e tecnologias), e (2) a fase de implementação (ou seja, adoção de tecnologias).

A quantidade de artigos relacionados à inovação não é muito grande no Brasil. Além disso, a maior parte das pesquisas relacionadas ao assunto está voltada para empresas de tecnologia e de grande porte. Desse modo, o presente artigo tem como objetivo a realização de uma análise bibliométrica para a verificação das publicações existentes sobre parcerias para a obtenção da inovação, especificamente por meio da *Joint Venture* para facilitar e encorajar pesquisas inovadoras.

Existem dois tipos principais de inovação: inovação fechada ou *closed innovation* e, a mais recente, chamada de inovação aberta ou *open innovation* (OI) descrito e popularizado por Chesbrough (2003) em seus muitos artigos e livros sobre o tema (Armellini, F., Kaminski, P.C., 2009). Na inovação fechada a empresa deve ser autossuficiente e ter o controle sobre todas as etapas de P&D (gerar sua própria ideia e desenvolver, construir, vender, distribuir e dar assistência a si mesma), por esse motivo a empresa deve possuir um elevado investimento na P&D, com os melhores e mais brilhantes empregados. Assim, empresas que empregam esse tipo de inovação devem possuir um controle muito grande. (Van de Vrande et al., 2009; Chesbrough, 2003).

Como os gastos na P&D interna podem ser maiores que o retorno dos produtos ali desenvolvidos, muitas empresas estão começando a modificar a filosofia da empresa, pois a *OI* permite que as empresas busquem ideias, produtos e tecnologias externas, desse modo, o gasto, principalmente com pesquisa, diminui consideravelmente. Além disso, a empresa pode comercializar ideias que não serão aproveitadas pela própria empresa, assim ainda pode obter lucro de suas pesquisas sem ser pelo desenvolvimento das mesmas. A *OI* também permite que as empresas façam alianças, onde, segundo Gassmann, “Os principais motivos para essas alianças são dividir os riscos, a partilha de competências complementares, e da realização de sinergias” (Gaussmann, O., 2006; Chesbrough, 2003).

2. Parcerias/Alianças

As alianças se concentram principalmente no setor de alta tecnologia e em indústrias emergentes, pelo fato de se conseguir novas tecnologias, novos ramos de produtos e novos mercados com um investimento e risco minimizado. No mesmo tempo, as empresas tendem a ter várias parcerias com universidades e institutos públicos (Mitchell e Singh, 1983; Miotti e Sach-wald, 2003; Miotti, L., Sachwald, F., 2002). Além de fatores como cooperação com clientes, com empresas externas, e mais raramente entre concorrentes, um tipo de cooperação muito importante é com fornecedores. Quanto mais cedo uma parceria for inclusa no processo de P&D melhor será o desempenho do mesmo (Katz e Allen, 1982).

As empresas devem selecionar seus parceiros de acordo com sua estrutura organizacional, tipo de empresa, competências da empresa entre outros fatores (Miotti, L., Sachwald, F.,

2002), pois através de um estudo sobre o assunto observa-se que no meio de vários fatores, o que é dita como as principais causas de falhas em joint ventures são problemas de relação entre parceiros. Isso mostra a importância em ter conhecimento sobre a empresa antes da formação da aliança, e a forte parceria e confiança que se deve ter entre elas.

3. Joint Venture (JV)

Joint venture é recomendado para evitar certos obstáculos para alcançar o sucesso dos negócios, como capacidade limitada e resistência organizacional (Hatfield and Pearce, 1994). *Joint Ventures* são certamente um dos modos mais antigos de alianças entre empresas (Berg et al., 1982; Hagedoorn, 1996; Hagedoorn, 2001; Hladik, 1985). Porém, de acordo com Hagedoorn (1996) e Narula e Hagedoorn (1999) *joint ventures* parecem ter se tornado cada vez menos popular se compararmos com outras formas de parcerias. Essa queda se deve ao risco de dividir propriedade intelectual, o "apetite de poder" por parte de um parceiro e à elevada taxa de insucesso, que teve o crescimento de 36% para 70% (Dussauge and Garette, 1999; Harrigan, 1985, 1988; Hladik, 1985; Killing, 1983; Levine and Bryne, 1986; Nooteboom, 1999; Kogut, 1988; Porter, 1987).

Segundo Chalos, P. e O'Connor, N.G. (2004), um acordo de *joint venture* legalmente cria uma *JV* através de um contrato e identifica os principais direitos e obrigações dos participantes. O acordo normalmente identifica as provisões para a gestão e o desempenho das obrigações da *JV*, incluindo a transferência de conhecimento. No entanto, dadas as limitações contratuais, a parceria na *joint venture* depende de vários mecanismos de controle. Esses controles servem para influenciar o comportamento em áreas que não poderiam ser incluídos no contrato e para assegurar o cumprimento das partes. O objetivo de tais controles é alinhar as diferenças entre os parceiros e promover uma melhor compreensão das forças intangíveis e as relações que cada parceiro traz para a aliança.

A *joint venture* pode ser feita entre empresas do mesmo país ou empresas de países diferentes. Essa última é chamada, em inglês, de *international joint venture (IJV)*. A *IJV* quando recém-criada é conceituada como um casamento igualitário, em termos de tipo de propriedade, tipo de recursos compartilhados e a localização da *IJV* (Buckley & Casson, 1996; Lyles & Salk, 1996; Killing, 1983). Especificamente, o primeiro interesse é 50:50 baseada em capital em *IJVs* que visam os esforços conjuntos de inovação e motivado pelo desenvolvimento de novas tecnologias através de P&D conjunto, em que ambas as organizações contribuem para o conhecimento técnico (Buckley & Casson, 1996; Geringer & Hebert, 1989; Kogut & Singh, 1988)

3.1 Dificuldades e soluções na *joint venture*

Como foi dito anteriormente, as principais dificuldades citadas se devem ao "apetite de poder" das empresas, e a problemas de relacionamento entre ambas. Na *IJV*, outro importante obstáculo é a diferença cultural (Buckley and Casson, 1996). Kandemir e Hult (2004) citam e explicam uma cultura de aprendizagem organizacional que envolve orientações da equipe, do sistema, de aprendizado e de memória.

A orientação de equipe é definida como o grau na qual a diretoria encoraja os funcionários na colaboração e cooperação nas decisões. Os funcionários de ambas as organizações "pais" devem compartilhar e pensar juntos, sem pensar na hierarquia.

A orientação de sistema é definida como o grau na qual a diretoria enfatiza todo sistema organizacional composto de inovação, fabricação, marketing e distribuição.

A orientação de aprendizado é definida como o grau na qual a diretoria encoraja seus

empregados a questionarem as normas organizacionais que guiam suas ações e estratégias (Garvin, 1993; Sinkula, 1994). Organizações com forte orientação de aprendizado se preocupam com a aprendizagem e possui a habilidade de melhorar a compreensão do ambiente e posteriormente compreender as causas e efeitos de suas ações (Galer e Van Der Hejde, 1992).

A orientação de memória é definida como o grau na qual a diretoria encoraja a comunicação e a distribuição de conhecimento entre seus membros (Sinkula, 1994). Organizações com forte orientação de memória possui a habilidade de armazenar conhecimento através das experiências e desenvolver o conhecimento base em experiências futuras.

Essas orientações organizacionais foram criadas para JV para que seus participantes tenham liberdade de tentar suas próprias ideias sendo responsáveis por tomarem decisões para diminuir a centralização. Além disso, a descentralização diminui o grau de alienação e estimula a troca de ideias, que leva à colaboração e cooperação entre as organizações pais (Barclay, 1991; John e Martin, 1984).

Para alcançar elevados graus na orientação de equipe, de sistema, de aprendizado e de memória, a transparência é fundamental para a gestão da JV. A transparência é definida como o grau com que as organizações pais encorajam a partição de informações entre os seus integrantes (Kandemir e Hult, 2004). Além disso, a transparência fornece um elevado número de fontes de informações, força o desenvolvimento que facilita a partição de informações e oferece alternativas de interpretação das informações (Slater e Narver, 1995).

Além disso, a confiança é extremamente necessária para a transparência e descentralização, pois sem ela as organizações pais não tem a tranquilidade para a comunicação e cooperação, posteriormente levando a um nível mais elevado de aprendizado (Kandemir e Hult, 2004).

4. Método de Pesquisa

Utilizando o software *Citespace*, o presente trabalho irá identificar os principais autores, palavras chave, assim como os países que mais publicam sobre o assunto *Joint Venture*, dentre outras características que facilitem futuros trabalhos sobre o assunto, analisando cerca de 350 artigos do período de 1995 à 2014.

Primeiramente, será analisado os dados sobre as principais palavras chave utilizadas na identificação de artigos sobre *Joint Venture*. Na figura 1, observa-se os *clusters* mostrando as principais palavras chaves, sendo que as utilizadas com mais frequência são apresentadas com maior tamanho.



Figura 1 – Principais palavras-chave

O software apresenta também uma tabela onde mostra a frequência de cada palavra. As 10 palavras mais utilizadas e suas frequências estão apresentadas na Tabela 1.

Palavras	Frequência
<i>Performance</i>	150
<i>Strategic alliances</i>	103
<i>Joint Ventures</i>	78
<i>China</i>	72
<i>United-states</i>	69
<i>Joint venture</i>	66
<i>Management</i>	55
<i>Alliances</i>	50
<i>International joint ventures</i>	49
<i>Cooperation</i>	47

Fonte: Adaptado do *Software Citespace*

Tabela 1 – Frequência das principais palavras-chave

Observa-se que o assunto de *Joint Venture*, está muito relacionado com estratégia de alianças e suas performances, assim como os países mais envolvidos nesse assunto são Estados Unidos e China.

Abaixo serão mostradas na figura 2 e na tabela 2 as relações dentre as palavras mais citadas em resumos.

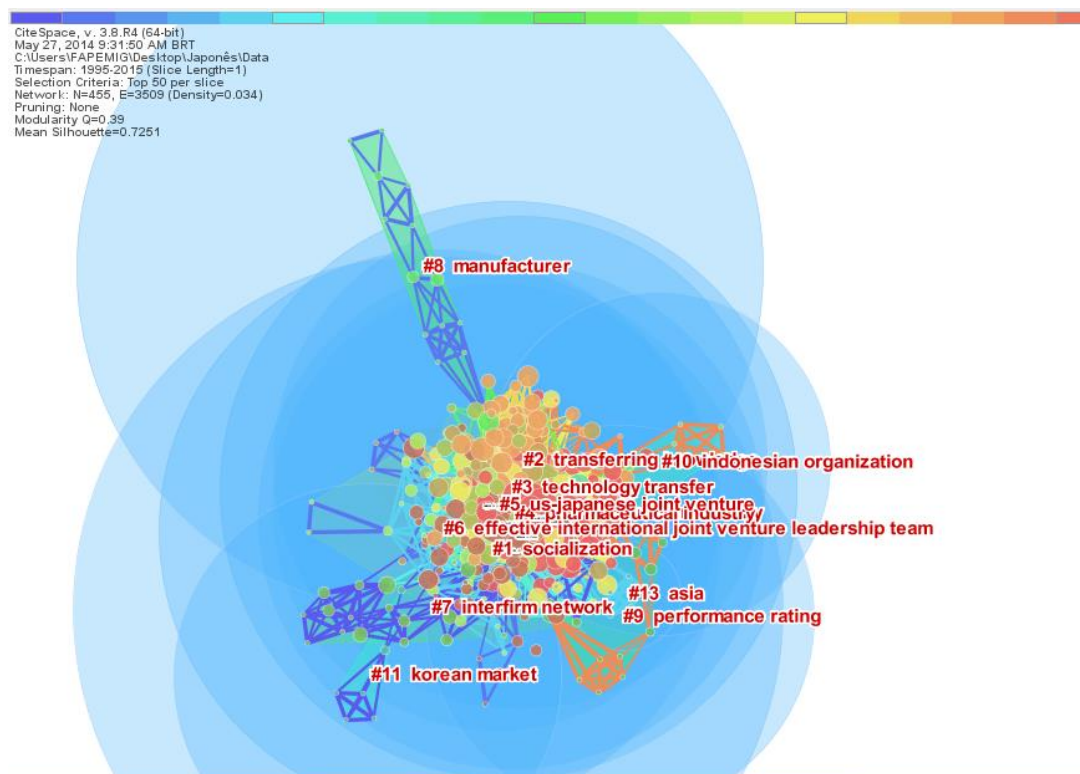


Figura 2 – Palavras mais citadas em resumos

Na figura 2, observa-se as cinco palavras mais citadas, onde os círculos representam a influência de cada palavra sobre as outras, na seguinte ordem: *External uncertainty*, *socialization*, *transferring knowledge*, *technology transfer* e *pharmaceutical industry*. Dessa

forma, pode-se observar que a incerteza dentre as empresas é o termo mais frequente, como observado anteriormente na presente pesquisa como a principal dificuldade de realizar uma parceria. Uma informação relevante obtida é a de que o setor farmacêutico apresenta grande destaque no assunto de *Joint Venture*, logo podemos deduzir que a área farmacêutica pode crescer muito em termos de pesquisa devido ao grande número de pesquisas relacionadas a sua área.

Cluster ID	Size	Mean (Year)	Top Terms	Top term	Terms
0	85	1994	(15.5) external uncertainty; (15.5) language diversity; (15.5) political risk; (13.36) cultural distance; (12.85) institutional environment	cultural distance (61.88, 1.0E-4); perception (59.58, 1.0E-4); external uncertainty (56.25, 1.0E-4);	joint-venture manufacturing
1	73	1988	(8.49) socialization; (8.49) chinese state-owned enterprise; (8.49) us-sino joint venture; (8.49) budget control; (8.49) factor	jv dilemma (17.38, 1.0E-4); driver (14.68, 0.001); parent company intervention (14.68, 0.001);	joint venture characteristic
2	69	1997	(11.29) transferring knowledge; (10.91) entrepreneur; (10.55) cooperative inter-organizational relationship; (9.73) cooperative learning; (8.01) resource appropriation	transferring knowledge (23.55, 1.0E-4); entrepreneur (23.55, 1.0E-4); joint venture (21.77, 1.0E-4);	external pressure
3	49	1992	(8.49) technology transfer; (8.49) multinational cooperative joint venture; (7.43) technology; (6.93) pharmaceutical industry; (6.33) effect	technology transfer (14.35, 0.001); multinational cooperative joint venture (14.35, 0.001); study (6.61, 0.05);	joint-venture manufacturing
4	32	1990	(8.62) pharmaceutical industry; (8.01) border; (7.88) cross-border alliance; (7.88) business-to-business relationship; (7.88) global innovation generation	cross-border alliance (15.27, 1.0E-4); business-to-business relationship (15.27, 1.0E-4); global innovation generation (15.27, 1.0E-4);	international joint venture instability

Fonte: *Software Citespace*

Tabela 1 – Principais *clusters* em resumo

A tabela 2 apresenta os principais clusters, seu tamanho, o principal ano de relação dentre as palavras de cada *cluster*, as palavras que estão se relacionando entre si e o principal assunto de cada grupo.

O *software* fornece a informação de que os anos com maior número de pesquisas utilizando esses termos estão entre os anos 1980 e 2000.

A figura 3 apresenta os países que mais apresentam artigos sobre *Joint Venture*, observando o tamanho do nome apresentado com relação direta à quantidade de artigos por ele apresentado e cada círculo representando a influência de certo país sobre os outros.

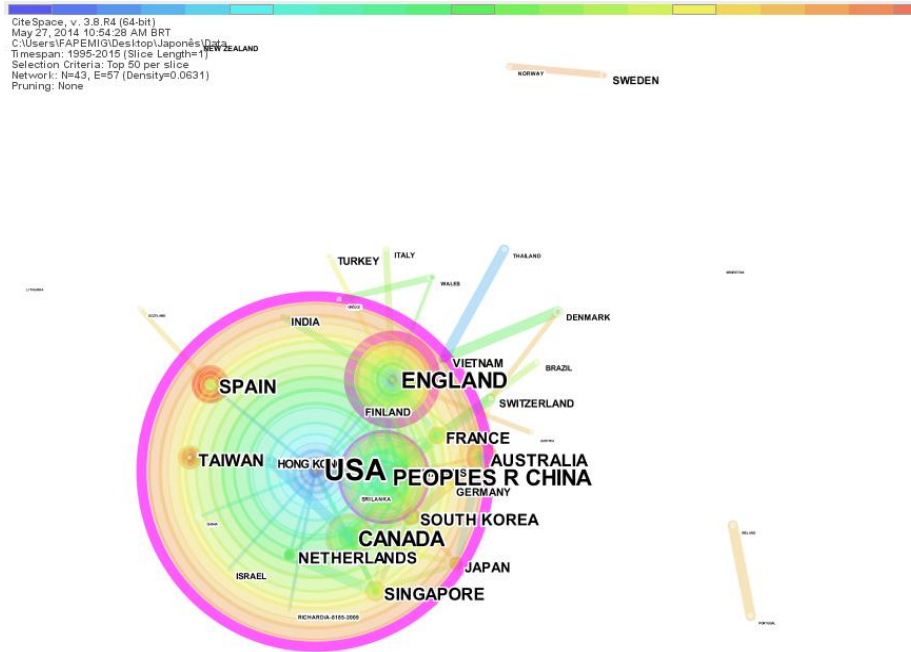


Figura 3 – Principais países e suas influências

Freq	Autores	Frequência	Ano
180	USA	Author	Year
57	PEOPLES R CHINA	USA	1995
50	ENGLAND	PEOPLES R CHINA	1996
35	CANADA	ENGLAND	1996
25	SPAIN	CANADA	1995
23	AUSTRALIA	SPAIN	1998
19	TAIWAN	AUSTRALIA	1998
17	SINGAPORE	TAIWAN	2001
15	FRANCE	SINGAPORE	1999
14	SOUTH KOREA	FRANCE	1995
13	NETHERLANDS	SOUTH KOREA	1998
11	JAPAN	NETHERLANDS	1997

Fonte: Adaptado do Software Citespace

Tabela 3 – Principais países pesquisadores

A tabela 3 apresenta a frequência de autores de cada país e os principais anos em que estão relacionados. Observa-se que os principais países pesquisadores são Estados Unidos, China e Inglaterra, porém Japão, por exemplo, começou a pesquisar mais sobre o assunto nos anos 2000.

A última informação relevante obtida, são os principais autores (autores mais citados) sobre o assunto. A tabela 4 apresenta esses autores, o número de citações e onde são encontrados seus artigos.

Freq	Author	Year	Source
96	Kogut B	1988	J INT BUS STUD
92	Kogut B	1988	STRATEGIC MANAGE J
83	Hamel G	1991	STRATEGIC MANAGE J

80	Hennart JF	1988	STRATEGIC MANAGE J
71	Hofstede G	1980	CULTURES CONSEQUENCE
68	Inkpen AC	1997	ACAD MANAGE REV
66	Killing J P	1983	STRATEGIES JOINT VEN
61	Yan AM	1994	ACAD MANAGE J
57	Geringer JM	1989	J INT BUS STUD
51	Williamson	1985	EC I CAPITALISM
	OE		

Fonte: *Software Citespace*

Tabela 4 – Autores dos artigos mais citados e localização do artigo

Observa-se que o autor Kogut, Bruce é o principal autor sobre o assunto, onde dois de seus artigos são os mais citados quando o assunto é Joint Venture. Pode-se observar também que o *Strategic Manage Journal* apresenta três dentre os dez artigos mais citados sobre o assunto, logo se torna uma fonte importante para futuras pesquisas sobre o assunto.

5. Conclusão

A presente pesquisa tem como objetivo incentivar e facilitar futuras pesquisas sobre parcerias de Joint Venture. Esse tipo de parceria está diminuindo com o passar do tempo, porém estudos sobre o assunto podem verificar as principais causas dessa diminuição e po-de-se descobrir formas de combater essas causas ou até mesmo descobrir formas de parceri-as que se adaptem melhor com o presente momento econômico global.

Referências

- ABDEL-AAL, R.E.; AL-GARNI, Z.** *Forecasting Monthly Electric Energy Consumption in eastern Saudi Arabia using Univariate Time-Series Analysis.* Energy Vol. 22, n.11, p.1059-1069, 1997.
- ARMELLINI, F., KAMINSKI, P.C.** *Desverticalizando a cadeia de valor da inovação através da inovação aberta.* XXIX Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2009, Salvador, Bahia.
- BARCLAY, DONALD W.** *Interdepartmental conflict in organizational buying: The impact of the organizational context.* Journal of Marketing Research, 28, 145–159, 1991.
- BERG, S.V., DUNCAN, J., FRIEDMAN, P.** *Joint Venture Strategies and Corporate Innovation.* Oelgeschlager, Cambridge, MA, 1982.
- BUCKLEY, PETER J., & CASSON, MARK.** *An economic model of international joint venture strategy.* Journal of International Business Studies, Special, 849–876, 1996.
- CHALOS, P. E O’CONNOR, N.G.** *Determinants of the use of various control mechanisms in US–Chinese joint venture.* Accounting, Organizations and Society 29 (2004), 591–608, 2004.
- CHESBROUGH, H.W.** *Open Innovation: The New Imperative for Creating And Profiting from Technology.* Harvard Business School Press, 2003.
- CHESBROUGH, H.W.** *The Era of Open Innovation.* MIT Sloan Management Review – Spring, 35-41, 2003.
- DUSSAUGE, P., GARETTE, B.** *Cooperative Strategy—Competing Successfully Through Strategic Alliances.* Wiley, Chichester, 2009..
- GALER, GRAHAM, & VAN DER HEIJDEN, KEES.** *The learning organization: How planners create organiza-tional learning.* Marketing Intelligence and Planning, 10(6), 5–12, 1992.
- GARVIN, DAVID.** *Building a learning organization.* Harvard Business Review, 71, 78–91, 1993.
- GASSMANN, O.** *Opening up the innovation process: towards an agenda.* R&D Management 36, 3, 2006, 223-228, 2006.
- GERINGER, J. MICHAEL, & HEBERT, LOUIS.** *Control and performance of international joint ventures.* Journal of International. Business Studies, 235–254, 1989.
- HAGEDOORN, J.** *Inter-firm R&D partnerships: an overview of major trends and patterns since 1960.* Research Policy 31, 2002, 477–492, 2001.

- HAGEDOORN, J.** *Trends and patterns in strategic technology partnering since the early seventies.* Review of Industrial Organization 11, 601–616, 1996.
- HAGEDOORN, J.** *Understanding the rationale of strategic technology partnering: inter-organizational modes of cooperation and sectorial differences.* Strategic Management Journal 14, 371–385, 1993.
- HAGEDOORN, J., NARULA, R.** *Choosing organizational modes of strategic technology partnering: international and sectorial differences.* Journal of International Business Studies 27, 265–284, 1996.
- HARRIGAN, K.R.** *Joint ventures and competitive strategy.* Strategic Management Journal 9, 141–158, 1988.
- HARRIGAN, K.R.** *Strategies for Joint Ventures.* Lexington Books, Lexington, MA, 1985.
- HATFIELD, L., PEARCE II, J.A.** *Goals of joint venture partners.* Journal of Business Venturing, 9, 423–449, 1994.
- HLADIK, K.J.** *International Joint Ventures.* Lexington Books, Lexington, MA, 1985.
- JOHN, GEORGE, & MARTIN, JOHN.** *Effects of organizational structure of marketing planning on credibility and utilization of plan output.* Journal of Marketing Research, 21, 170–180, 1984.
- KANDEMIR, D. AND HULT, G.T.** *A conceptualization of an organizational learning culture in international joint ventures.* Industrial Marketing Management 34, 2005, 430–439, 2004.
- KATZ, R. AND ALLEN, T.J.** *Investigating the not invented here (NIH) syndrome: A Look at the performance, tenure, and communication patterns of 50 R&D-project groups.* R&D Management, 12, 1, 7–19, 1982.
- KILLING, J.P.** *How to make a global joint venture work.* Harvard Business Review May-June: 120-I 27, 1983.
- KILLING, J.P.** *Strategies for joint venture success.* Lexington, MA7 Lexington Books, 1983.
- KOGUT, B.** *Joint ventures: theoretical and empirical perspectives.* Strategic Management Journal 9, 319–332, 1988.
- KOGUT, BRUCE, & SINGH, HARBIR.** *The effect of national culture on the choice of entry mode.* Journal of International Business Studies, 411–432, 1988.
- LEVINE, J.B. AND BRYNE, J.A.** *Corporate odd couples.* Business Week July 21: 100-105, 1986.
- LYLES, MARJORIE A., & SALK, JANE.** *Knowledge acquisition from foreign parents in international joint ventures: An empirical examination in the Hungarian context.* Journal of International Business Studies, 27(5), 877–903, 1996.
- MIOTTI, L. AND SACHWALD, F.** *Co-operative R&D: Why and with whom? An integrated framework of analysis.* Research Policy, 32, 8, 1481–1500, 2003.
- MIOTTI, L., SACHWALD, F.** *Co-operative R&D: why and with whom? An integrated framework of analysis.* Research Policy 32, 2003, 1481–1499, 2002.
- MITCHELL, W., SINGH, K.** *Incubents' use of pre-entry alliances before expansion into new technical sub-fields of an industry.* Organization Science 4 (2), 152–180, 1983.
- NARULA, R., HAGEDOORN, J.** *Innovating through strategic alliances: moving towards international partnerships and contractual agreements.* Technovation 19, 283–294, 1999.
- NOOTEBOOM, B.** *Inter-Firm Alliances—Analysis and Design.* Routledge, London, 1999.
- PORTER, M.E.** *From competitive advantage to corporate strategy.* Harvard Business Review, May–June, 43–59, 1987.
- SINKULA, JAMES M.** *Market information processing and organizational learning.* Journal of Marketing, 58, 35–45, 1994.
- SLATER, STANLEY F., & NARVER, JOHN C.** *Market orientation and the learning organization.* Journal of Marketing, 59, 63–74, 1995.
- VAN DE VRANDE, V., DE JONG, J.P.J., WANHAVERBEKE, W., ROCHEMONT, M.** *Open innovation in SMEs: Trends, motives and management challenges.* Technovation 29, 423–437, 2009.
- ZALTMAN, GERALD, DUNCAN, R., & HOLBEK, J.** *Innovations and organizations.* New York: John Wiley and Sons, 1973.