



ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA LITERATURA SOBRE *STARTUPS* E ALIANÇAS ESTRATÉGICAS

Bruno Ribas Silveira

brunooribas@hotmail.com
Universidade Federal de Santa
Catarina – UFSC, Florianópolis,
Santa Catarina, Brasil.

**Rogério Tadeu de Oliveira
Lacerda**

rogerlacerda@gmail.com
Universidade Federal de Santa
Catarina – UFSC, Florianópolis,
Santa Catarina, Brasil.

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo realizar a seleção de um portfólio bibliográfico de artigos relevantes sobre dois eixos principais: *startups* e alianças estratégicas, com o intuito de realizar análises bibliométricas sobre os artigos e suas referências, autores e periódicos relevantes ao tema publicados no período entre 2013-2018. A seleção deste portfólio visa compor o cerne de um referencial bibliográfico referente aos temas em questão. Como instrumento de intervenção para selecionar os artigos, utilizou-se a ferramenta denominada *ProKnow-C*. O processo identificou 16 artigos relevantes e alinhados com o contexto do estudo. Após a seleção dos artigos, realizou-se uma análise bibliométrica desse portfólio, evidenciando os artigos mais relevantes, os autores e os periódicos que mais publicaram sobre os dois eixos estudados. Da mesma forma, foi realizada também a análise bibliométrica das referências do portfólio final selecionado. Com os resultados, esta pesquisa pode ser útil para acadêmicos e praticantes que desejem desenvolver seus arcabouços teóricos sobre os artigos, autores e periódicos que se destacam nesta área e no contexto em questão.

Palavras-chave: Startups; Alianças Estratégicas; Partnerships.



1. INTRODUÇÃO

Durante os últimos anos, os esforços corporativos para alcançar o ecossistema de *startups* vêm aumentando, uma vez que estas são uma importante fonte de inovação, pois empregam tecnologias emergentes para inventar produtos e reinventar modelos de negócios (Kohler, 2016). Assim, a produção de inovação disruptiva realizada por *startups* é frequentemente descrita como a única maneira para competir com sucesso na atual economia globalizada (Weiblen; Chesbrough, 2015).

Uma *startup* é considerada como uma organização temporária que busca um modelo de negócio escalável, recorrente e lucrativo; sua criação, modelo de negócios, contexto e execução são bem diferentes de organizações tradicionais, pois a primeira atua em um ambiente dinâmico com alto nível de incerteza (Blank; Dorf, 2014).

Já corporações estabelecidas possuem outros desafios, como gerenciar recursos, escala, poder e as rotinas necessárias para executar seu modelo de negócio de forma eficiente, enquanto as *startups* normalmente detêm ideias promissoras, agilidade organizacional, disposição para assumir riscos e aspirações de rápido crescimento (Weiblen; Chesbrough, 2015).

Nesse sentido, conforme explica Barney (1991), a vantagem competitiva sustentável em uma organização é baseada na posse de valor único, ou seja, na criação de recursos que não podem ser imitáveis nem substituídos. Para alcançar desempenho superior, as empresas podem precisar de recursos variados, pelo menos alguns dos quais podem não ter (Pangarkar; Wu, 2013). Logo, as alianças estratégicas formadas pelas *startups* podem ser ferramentas úteis para acessar recursos-chave controlados por seus parceiros (Pangarkar; Wu, 2013).

Ademais, com a globalização dos dias atuais, a internet pode proporcionar uma série de comodidades, facilitando o trabalho de gestores no dia a dia para a realização das mais diversas tarefas e tornando-se uma poderosa ferramenta para geração de dados (Cardoso; Lavarda, 2016), o que pode ser útil, inclusive, para o processo de tomada de decisão na gestão das alianças estratégicas. Assim, é importante que as empresas ampliem suas competências para transformar as informações disponíveis e o conhecimento individual em ações interligadas (Gerônimo et al., 2018).

Entretanto, uma aliança estratégica formada sem uma estratégia coerente pode não ser suficiente (Gomes-Casseres, 1998), devido ao: (i) fato de as *startups* serem limitadas em recursos e experiência para implementar com sucesso uma estratégia abrangente de aliança, (ii) risco de se exporem ao oportunismo de seus parceiros (Pangarkar, 2009; Pangarkar; Klein, 2001).

Na comunidade acadêmica, faltam definições universalmente aceitas sobre o que constitui uma aliança estratégica; alguns autores, como Dussauge e Garrette (1995; 1997) e Garai (1999) adotam uma visão mais restritiva, ou seja, não consideram como aliança estratégica certas relações interempresariais como, por exemplo, fusões e aquisições.

Por outro lado, os autores Teece (1992); Hagedoorn e Narula (1996); Lorange e Roos (1996); Vapola et al. (2010); Wassmer (2010); Pangarkar e Wu (2013) e Gesing et al. (2015) assumem uma posição mais ampla, classificando como aliança estratégica diversas formas de acordos de cooperação e parceria entre empresas.

Em vista disso, a compreensão adotada por alianças estratégicas neste trabalho corresponde a dos autores Mohr e Spekman (1994) e Ireland (2002), os quais apontam que alianças estratégicas são relações intencionais entre empresas que compartilham objetivos compatíveis e visam benefícios mútuos.

Em face do exposto, torna-se interessante explorar as atividades ligadas à gestão de relacionamento com parceiros em *startups* com seus aliados estratégicos, em uma perspectiva de pesquisa norteada para a operacionalização dos processos de gestão de alianças.

Tais parcerias estão assumindo uma maior importância na estratégia das empresas e, independentemente do contexto institucional, as *startups* devem definir sua estratégia de aliança cuidadosamente para melhorar o seu desempenho (Pangarkar; Wu, 2013). Por esse motivo, é preciso atentar para o fato de que as vantagens de uma parceria só podem ser alcançadas se ambos os parceiros complementarem esforços para atingir um objetivo em comum (Dyer; Singh, 1998; Duschek, 2004).

Assim sendo, o presente artigo visa apoiar pesquisa nos temas de *startups* e alianças estratégicas, e tem por objetivo realizar a seleção de um portfólio bibliográfico de artigos relevantes sobre os dois eixos e realizar análises bibliométricas sobre os artigos e suas referências, autores e periódicos relevantes ao tema.

Este estudo utiliza-se do processo denominado ProKnow-C (*Knowledge Development Process – Constructivist*) (Ensslin et al., 2010) para atingir o objetivo proposto, o qual começa pelo interesse do pesquisador sobre um determinado tema, suas delimitações e restrições inerentes ao contexto acadêmico com o intuito de construir o conhecimento do pesquisador, oferecendo embasamento teórico legitimado para que ele possa iniciar uma pesquisa científica alinhada ao assunto escolhido.

O artigo está organizado a partir desta introdução, logo, abordamos o enquadramento metodológico, seguido do



processo de pesquisa em banco de dados e bibliometria. Após, apresentamos os procedimentos realizados para atingir o objetivo da pesquisa e seus resultados. E, na última seção, encontram-se as referências bibliográficas utilizadas ao longo do texto.

2. METODOLOGIA

Nesta seção, são abordados os aspectos relativos ao enquadramento metodológico da pesquisa e ao instrumento de intervenção utilizado (*ProKnow-C*). A Figura 1 tem o objetivo de explicitar os pressupostos que foram executados desde o planejamento até o alcance dos resultados.

O instrumento de intervenção utilizado neste estudo foi o *ProKnow-C* (*Knowledge Development Process – Constructivist*), proposto por Ensslin e Ensslin (2007) e Ensslin et al. (2010), que é composto por quatro etapas: (1) seleção de um portfólio de artigos sobre o tema da pesquisa; (2) análise bibliométrica do portfólio; (3) análise sistêmica e (4) definição da pergunta de pesquisa e do objetivo de pesquisa. Neste estudo, foram utilizadas as duas primeiras etapas do processo, ou seja, a seleção do portfólio de artigos sobre o tema da pesquisa e a sua análise bibliométrica.

A primeira etapa de formação do portfólio permite que os pesquisadores acumulem um conjunto de artigos relacionados ao tema de pesquisa e alinhados com suas percepções e delimitações impostas. Nesta etapa são três as fases executadas: (a) a seleção dos artigos nas bases de dados que

compõem o Banco de Artigos Bruto; (b) a filtragem dos artigos selecionados com base no alinhamento da pesquisa e (c) o teste da representatividade do portfólio bibliográfico. O resultado final desse procedimento é o conjunto de artigos que os pesquisadores consideram pertinentes e alinhados com a sua pesquisa (Ensslin et al., 2013).

A segunda etapa define a Bibliometria, na qual são analisados parâmetros, como por exemplo: artigos, autores, periódicos de mais destaque nos trabalhos selecionados, palavras-chave, a fim de quantificar as informações existentes e fornecer características das publicações selecionadas (Ensslin et al., 2013).

3. SELEÇÃO DO PORTFÓLIO BIBLIOGRÁFICO

Cronologia da pesquisa

Os procedimentos aqui descritos foram realizados entre os meses de novembro e dezembro de 2018. O período temporal estabelecido foi de cinco anos anteriores à pesquisa (2013-2018) de trabalhos publicados apenas em periódicos.

Bases de dados

Neste trabalho, foram selecionadas três bases de dados para coleta de artigos: *ISI Web of Science*, *Scopus* e *Proquest*, os quais indexam as principais áreas de conhecimento con-

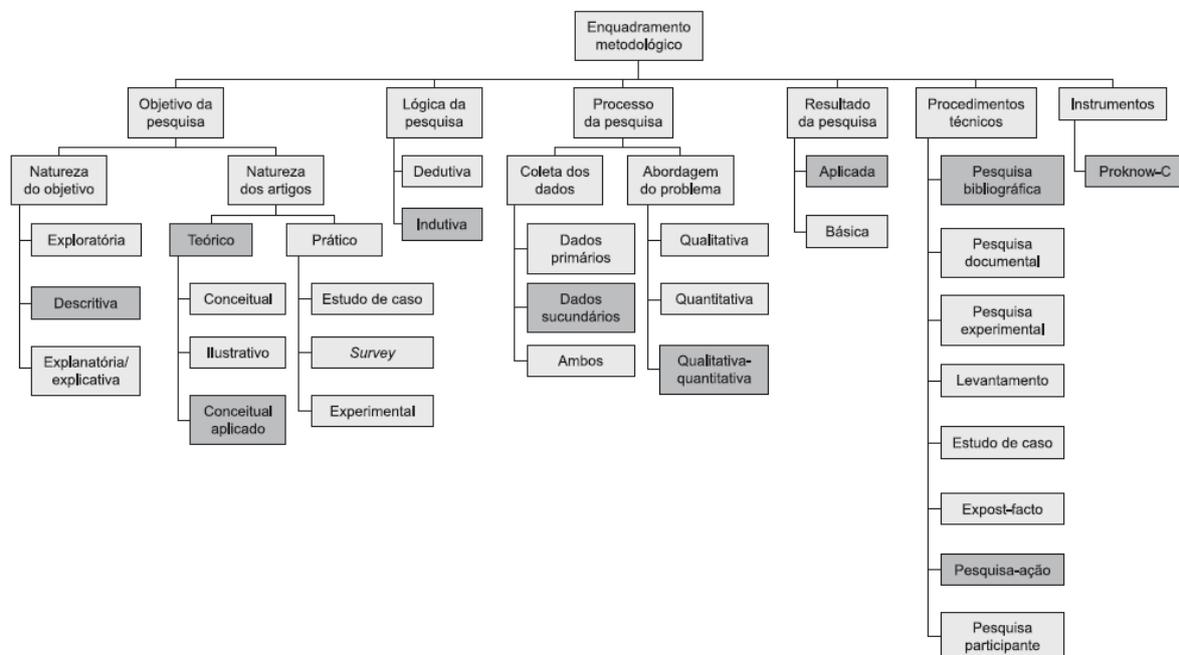


Figura 1. Enquadramento metodológico adotado pelo presente artigo

Fonte: (Lacerda et al., 2012)



sideradas relevantes para pesquisa. Além disso, a *Web of Science* (ou *ISI*) é a base que dá origem ao *JCR (Journal Citation Report)*, ou seja, o fator de impacto dos periódicos (Lacerda et al., 2012).

Sobre as Palavras-Chave

Com a definição das bases de dados, foi iniciado o processo de busca das publicações, por meio de combinações das palavras-chave definidas para cada eixo de pesquisa, delimitadas aos campos de títulos dos artigos (*article title*), palavras-chave (*keywords*) e resumos (*abstracts*). Levando em consideração que o presente artigo tem como primeiro eixo de pesquisa a linha que trata sobre *Startups*, os pesquisadores determinaram *a priori* as seguintes palavras-chave: “*Startups*”, “*B2B*”, “*Ventures*”, “*Scalability*”, “*Large Firms*”, “*Seed Capital*”, “*Open Innovation*” e “*Venture Capital*”.

Para o segundo eixo de pesquisa, cujo assunto é Alianças Estratégicas, as palavras-chave relacionadas ao tema foram: “*Alliance Strategy*”, “*Partner*”, “*Partnerships*” e “*Collaborative Innovation*”. A Figura 2 evidencia de forma visual as combinações utilizadas com as palavras-chave de cada eixo.

	EIXO 1	EIXO 2
01 02	<i>Startups</i> <i>B2B</i>	<i>Alliance strategy</i>
03 04	<i>Ventures</i> <i>Scalability</i>	<i>Partner</i>
05 06	<i>Large firms</i> <i>Seed capital</i>	<i>Partnerships</i>
07 08	<i>Open Innovation</i> <i>Venture Capital</i>	<i>Collaborative innovation</i>

Figura 2. Palavras-chave de cada eixo

Fonte: Os próprios autores

Antes da definição das palavras-chave do eixo 2, optou-se por realizar um teste de aderência com outras cinco palavras-chave, visando determinar se um conjunto de dados adveio ou não de uma determinada distribuição, as quais foram: *Asymmetric Partnerships*, *Partner Diversity*, *Learning Alliance*, *Alliance Capability*, *Strategic Alliance Management*. Entretanto, nenhuma delas retornou resultados quando combinadas com o eixo 1.

É importante ressaltar que as palavras-chave definidas nos eixos 1 e 2 neste estudo foram escolhidas por meio de leituras prévias de outros artigos relacionados à linha de pesquisa sobre *startups* e alianças estratégicas, inclusive as palavras que foram utilizadas no teste de aderência. Logo, não foram acrescentadas novas palavras-chave.

Seleção dos artigos para o portfólio da pesquisa

Com as palavras-chave e a caracterização do campo de pesquisa definidos, iniciou-se o processo de seleção dos artigos que fizeram parte do portfólio para construção do referencial teórico da pesquisa em pauta. Neste processo, utilizou-se o auxílio do software EndNote X7 para um efetivo gerenciamento dessas referências. Assim, a busca realizada retornou um volume total de 824 referências, conforme a Figura 3.

BASE DE DADOS	ARTIGOS
<i>Scopus</i>	708
<i>ISI</i>	105
<i>ProQuest</i>	11
Total	824

Figura 3. Número de referências por base de dados

Fonte: Os próprios autores

Após a coleta das referências, foi realizada, com auxílio do software, a identificação de artigos duplicados, dos quais 210 foram eliminados da amostra. Uma vez realizadas estas exclusões, a biblioteca de artigos foi composta por 614 referências, até esse ponto do processo de seleção.

Na próxima etapa da metodologia, foi realizada a leitura de títulos de todas as 614 referências para observar o alinhamento desses com a presente pesquisa. Logo, esta análise resultou na exclusão de 497 referências por não terem alinhamento com a pesquisa, segundo a percepção dos pesquisadores. Restaram, dessa forma, 117 referências a serem analisadas pelo seu reconhecimento científico desde sua publicação.

Para realizar a análise das 117 referências, consultou-se na ferramenta *Google Scholar* o número de citações e, em seguida, estas foram ordenadas de forma decrescente. De posse dessas informações, os autores da presente pesquisa estabeleceram um valor de corte para os artigos mais citados que representam a maioria do reconhecimento científico. Esse valor representa a seleção das referências mais citadas até que suas citações representem um valor superior a 85% de todas as citações obtidas pelos 117 artigos até agora analisados. Tal processo reflete o postulado de Pareto (1986), no qual uma pequena minoria da população representa a maior parte do efeito.

Somando todas as citações dos 117 artigos analisados, foi obtido o número de 1867 citações. Assim, os artigos que, individualmente, foram citados 12 vezes ou mais, representaram 1609 citações, ou seja, 86,2% de todas as citações das 117 referências até então selecionadas. Dessa forma, o ponto de corte para aprovar artigos, no que se refere ao reconhecimento científico, foi identificado como 12 citações ou mais.



Com essa identificação do valor de corte, 43 artigos foram selecionados pelo número de citações, conforme observa-se na Figura 4. Vale ressaltar que os 74 artigos menos citados ainda passaram por um processo de análise sob outros critérios, pelos quais puderam ainda fazer parte do portfólio final de artigos.

Uma vez selecionados os artigos com maior reconhecimento científico, os mesmos foram analisados quanto ao alinhamento do seu resumo (*abstract*) ao foco da pesquisa em questão. Dos 43 resumos analisados, 31 foram excluídos devido à falta de alinhamento com o objeto de pesquisa.

Dessa forma, restaram 12 artigos que compõem o Repositório A e: (i) estão alinhados frente à leitura de título e resumo; (ii) têm um volume de citações relevante; (iii) têm *abstract* acessível. Portanto, estes artigos com reconhecimento científico e alinhados com o tema de pesquisa foram designados para compor a base do referencial teórico sobre *startups* e alianças estratégicas.

No entanto, foi necessária mais uma análise antes de excluir definitivamente os 74 artigos com menos citações, pois eles ainda puderam fazer parte do portfólio final de artigos. Para tal, o processo definiu duas condições possíveis: (a) artigos publicados há menos de dois anos da análise, visto que não tiveram oportunidade de receber mais citações; (b) quando artigos publicados há mais de dois anos, estes de-

viam ser de autoria de algum pesquisador já presente no conjunto dos 12 artigos alinhados quanto ao resumo e com relevância científica.

Com estes dois argumentos definidos, dos 74 artigos analisados na repescagem, 61 artigos foram publicados em 2017, 2016 ou 2015. Dos 13 artigos que foram publicados anteriormente ao ano de 2015, nenhum artigo é de autores presentes no portfólio dos artigos já selecionados.

Assim, dos 61 artigos selecionados para o processo de reanálise, quatro artigos foram selecionados após leitura de seus resumos para compor o Repositório B, dado o alinhamento quanto ao objeto de pesquisa. A Figura 5 ilustra o processo de reanálise e explicita a quantidade de artigos que passaram em cada atividade do processo de seleção de artigos.

Os quatro artigos selecionados no processo de repescagem foram então incorporados ao grupo dos 12 artigos anteriormente selecionados, formando o Repositório C, com o total de 16 artigos para o portfólio final. Assim, como procedimento final, verificou-se a disponibilidade dos artigos e a leitura na íntegra dos mesmos. A partir desta análise, um trabalho foi excluído por desalinhamento ao tema de pesquisa, restando um total de 15 artigos para o portfólio bibliográfico final. A Figura 6 explicita graficamente os procedimentos finais desta etapa.

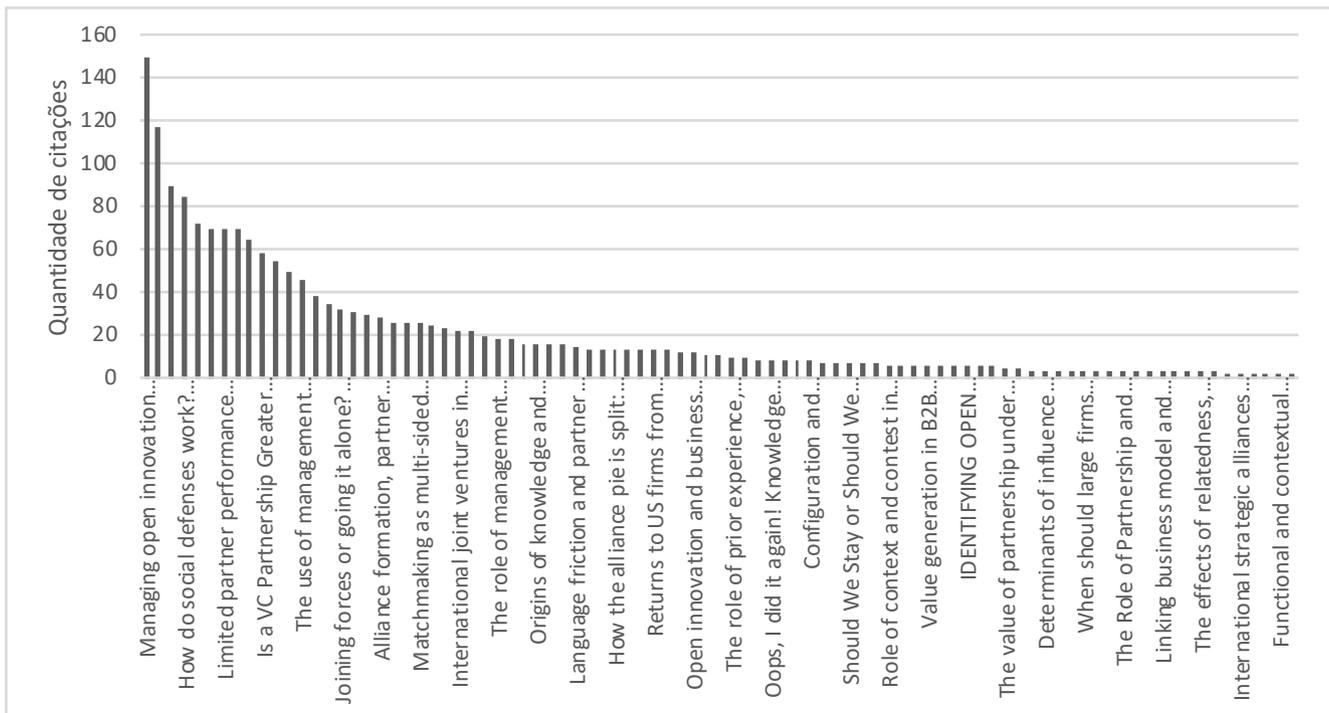


Figura 4. Evidenciação do valor de corte conforme suas citações.

Fonte: Os próprios autores

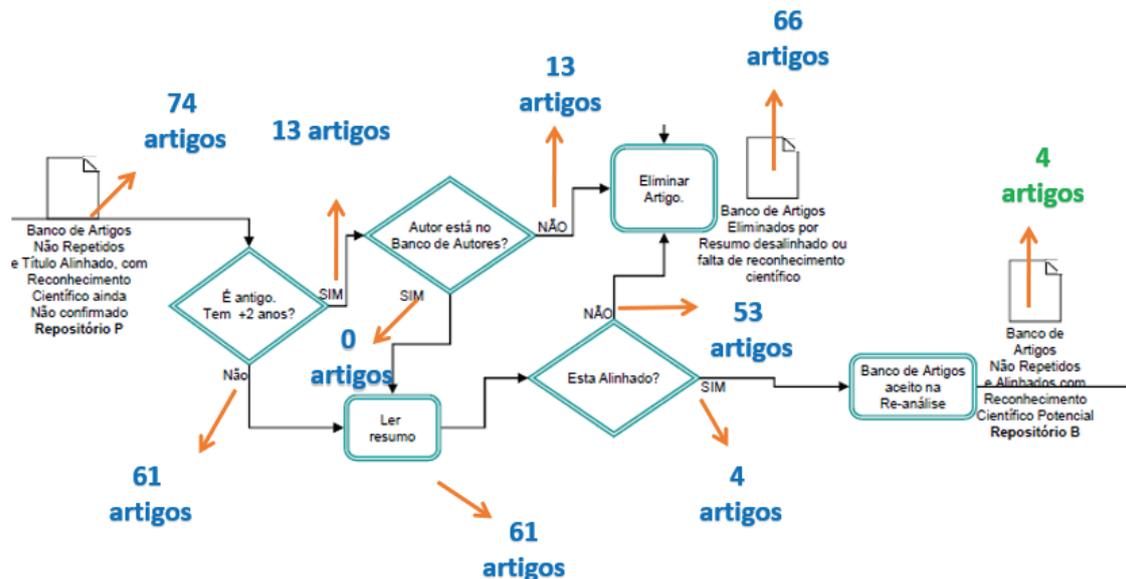


Figura 5. Processo para reanálise de artigos.

Fonte: Os próprios autores

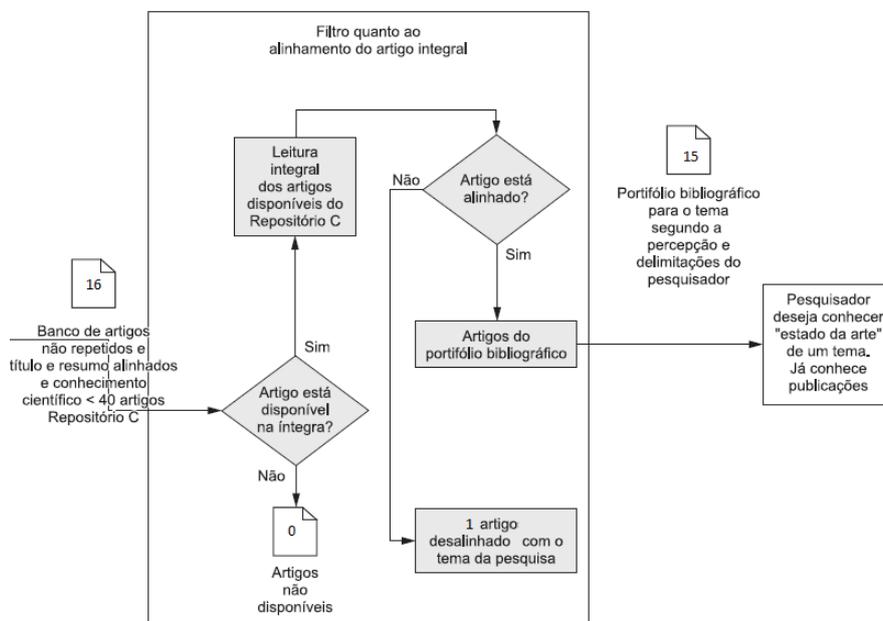


Figura 6. Procedimentos finais da etapa de seleção de artigos.

Fonte: Adaptado de Ensslin et al. (2010)

Teste da representatividade do portfólio bibliográfico

Após a formação do grupo de 15 artigos que compõem o Repositório C, foi necessária a execução do teste de representatividade deste portfólio bibliográfico. Esta análise consistiu em determinar na ferramenta *Google Scholar* o número de citações dos artigos das referências do Repositório C e ordená-las por ordem decrescente de citação. Neste sentido, foram identificadas 108 referências publicadas no período temporal estabelecido na pesquisa de cinco anos anteriores, dos 15 artigos analisados.

Na etapa seguinte, as 108 referências foram submetidas à análise de Pareto; com um ponto de corte para as referências mais citadas, o valor estipulado corresponde a 85%, ou seja, este valor representa a seleção das referências mais citadas.

Deste modo, a análise resultou em 40 artigos que, individualmente, foram citados 89 vezes ou mais, os quais representam 11353 citações, ou seja, 85,11% de todas as citações das 108 referências. Os restantes 68 artigos menos citados refletem os 14,36% das citações. Assim, foi identificado, nos

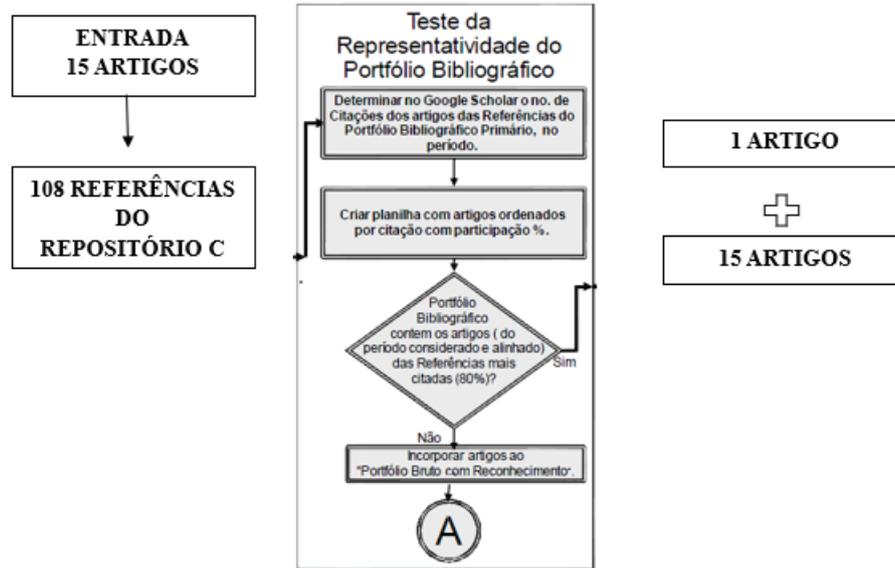


Figura 7. Teste da representatividade do Portfólio Bibliográfico.

Fonte: Adaptado de Ensslin et al. (2010)

Adams, F. G.; Graham, K. W. (2017). "Integration, knowledge creation and B2B governance: The role of resource hierarchies in financial performance." <i>Industrial Marketing Management</i> 63: 179 - 191.
Agarwal, A.; Singh, D.; Agariya, A. K. (2017). "What Really Leads to Partner Relationship Management? A Review of Literature." <i>Journal of Relationship Marketing</i> 16(4): 245 - 285.
Albers, S.; Wohlgezogen, F.; Zajac, E. J. (2016). "Strategic Alliance Structures: An Organization Design Perspective." <i>Journal of Management</i> 42(3): 582-614.
Allen, T. J.; Gloor, P. A.; Fronzetti Colladon, A.; Woerner, S. L.; Raz, O. (2016). "The power of reciprocal knowledge sharing relationships for startup success." <i>Journal of Small Business and Enterprise Development</i> 23(3): 636 - 651.
Barac, D.; Ratkovic-Zivanovic, V.; Labus, M.; Milinovic, S.; Labus, A. (2017). "Fostering partner relationship management in B2B ecosystems of electronic media." <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i> 32(8):1203-1216.
De Falco, S. E.; Renzi, A.; Orlando, B.; Cucari, N. (2017). "Open collaborative innovation and digital platforms." <i>Production Planning & Control</i> 28(16): 1344-1353.
Du, J.; Leten, B.; Vanhaverbeke, W. (2014). "Managing open innovation projects with science-based and market-based partners." <i>Research Policy</i> 43 (2014) 828-840.
Gesing, J.; Antons, D.; Piening, E. P.; Rese, M.; Salge, T. O. (2015). "Joining forces or going it alone? On the interplay among external collaboration partner types, interfirm governance modes, and internal R&D." <i>Journal of Product Innovation Management</i> 32(3): 424-440.
Gomes, E.; Barnes, B. R.; Mahmood, T. (2016). "A 22 year review of strategic alliance research in the leading management journals." <i>International Business Review</i> 25(1): 15-27.
Hahn, R.; Gold, S. (2014). "Resources and governance in "base of the pyramid"-partnerships: Assessing collaborations between businesses and non-business actors." <i>Journal of Business Research</i> 67(7): 1321-1333.
Hagen, B.; Zucchella, A. (2014). "Born Global or Born to Run? The Long-Term Growth of Born Global Firms." <i>Management International Review</i> 54(4): 497-525.
Holzmann, T.; Sailer, K.; Katzy, B. R. (2014). "Matchmaking as multi-sided market for open innovation." <i>Technology Analysis and Strategic Management</i> 26(6): 601-615.
Kohler, T. (2016). "Corporate accelerators: Building bridges between corporations and startups." <i>Business Horizons</i> 59(3): 347-357.
Love, J. H., S. Roper, and P. Vahter. (2013). "Learning from openness: The dynamics of breadth in external innovation linkages." <i>Strategic Management Journal</i> 35: 1703-1716
Pangarkar, N.; Wu, J. (2013). "Alliance formation, partner diversity, and performance of Singapore startups." <i>Asia Pacific Journal of Management</i> 30(3): 791- 807.
Weiblen, T.; Chesbrough, H. W. (2015). "Engaging with startups to enhance corporate innovation." <i>California Management Review</i> 57(2): 66-90.

Figura 8. Artigos que formam o portfólio bibliográfico para compor o referencial teórico sobre *startups* e alianças estratégicas.

Fonte: Os próprios autores



40 artigos mais citados, apenas um que estava alinhado com o tema segundo a percepção dos pesquisadores. Este foi incorporado ao portfólio final, totalizando 16 artigos. A Figura 7 demonstra o processo realizado para o teste da representatividade.

Os 16 artigos selecionados para compor o portfólio final desta pesquisa encontram-se nomeados por ordem alfabética do primeiro autor na Figura 8.

4. ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DO PORTFÓLIO DE ARTIGOS SELECIONADOS

Com o portfólio bibliográfico formado, iniciou-se a segunda etapa de análise desta pesquisa, a qual definiu a bi-

bliometria como processo de identificação de informações com o objetivo de quantificar os dados existentes e fornecer características das publicações selecionadas (Ensslin et al., 2013). Esta etapa desmembrou-se em três fases: (i) análise bibliométrica dos artigos selecionados; (ii) análise bibliométrica das referências dos artigos selecionados; (iii) classificação dos artigos de relevância acadêmica na amostra.

Análise bibliométrica dos artigos selecionados

A partir da análise bibliométrica realizada nos artigos selecionados, foram obtidos quatro aspectos avaliados: (a) reconhecimento científico pelo número de citações; (b) número de artigos por periódico; (c) **número de artigos por autor** e (d) palavras-chave de destaque.

Periódico	Título	Ano	No. Citações
Research Policy	Managing open innovation projects with science-based and market-based partners	2014	175
Strategic Management Journal	Learning from openness: The dynamics of breadth in external innovation linkages	2013	159
California Management Review	Engaging with startups to enhance corporate innovation	2015	151
Journal of Management	Strategic Alliance Structures: An Organization Design Perspective	2016	110
Business Horizons	Corporate accelerators: Building bridges between corporations and startups	2016	104
Management International Review	Born Global or Born to Run? The Long-Term Growth of Born Global Firms	2014	92
Journal of Business Research	Resources and governance in “base of the pyramid”-partnerships: Assessing collaborations between businesses and non-business actors	2014	73
International Business Review	A 22 year review of strategic alliance research in the leading management journals	2016	65
Journal of Product Innovation Management	Joining forces or going it alone? On the interplay among external collaboration partner types, interfirm governance modes, and internal R&D	2015	41
Technology Analysis and Strategic Management	Matchmaking as multi-sided market for open innovation	2014	30
Asia Pacific Journal of Management	Alliance formation, partner diversity, and performance of Singapore startups	2013	29
Journal of Small Business and Enterprise Development	The power of reciprocal knowledge sharing relationships for startup success	2016	21
Industrial Marketing Management	Integration, knowledge creation and B2B governance: The role of resource hierarchies in financial performance	2017	9
Journal of Business & Industrial Marketing	Fostering partner relationship management in B2B ecosystems of electronic media	2017	4
Production Planning & Control	Open collaborative innovation and digital platforms	2017	3
Journal of Relationship Marketing	What Really Leads to Partner Relationship Management? A Review of Literature	2017	3

Figura 9. Número de citações dos artigos do portfólio.

Fonte: Os próprios autores



Reconhecimento científico pelo número de citações

A Figura 9 traz os artigos selecionados para o portfólio bibliográfico com os títulos das revistas, títulos dos artigos, ano das publicações e o número de citações recebidas no momento da pesquisa.

Número de artigos por periódico

Esta análise resultou em apenas um artigo por periódico, ou seja, todos os 16 artigos do portfólio bibliográfico pertencem a periódicos distintos. Dessa maneira, dispensa a apresentação de gráfico, pois eles estão dispostos no Quadro 2.

Número de artigos por autor

No portfólio bibliográfico selecionado, cada autor possui apenas um artigo referenciado. O nome dos autores e o título de suas publicações são visíveis na Figura 10.

Palavras-Chave de destaque no portfólio

Com relação às palavras-chave utilizadas pelos artigos selecionados no portfólio, foi obtida a Figura 11, a qual trouxe como destaque as palavras *Startups* e *Open Innovation* presentes em quatro artigos cada.

Autores	Título da publicação
Du, J.; Leten, B.; Vanhaverbeke, W.	Managing open innovation projects with science-based and market-based partners
Love, J. H., Roper, S., e Vahter, P.	Learning from openness: The dynamics of breadth in external innovation linkages
Weiblen, T.; Chesbrough, H. W.	Engaging with startups to enhance corporate innovation
Albers, S.; Wohlgezogen, F.; Zajac, E. J.	Strategic Alliance Structures: An Organization Design Perspective
Kohler, T.	Corporate accelerators: Building bridges between corporations and startups
Hagen, B.; Zucchella, A.	Born Global or Born to Run? The Long-Term Growth of Born Global Firms
Hahn, R.; Gold, S.	Resources and governance in “base of the pyramid”-partnerships: Assessing collaborations between businesses and non-business actors
Gomes, E.; Barnes, B. R.; Mahmood, T.	A 22 year review of strategic alliance research in the leading management journals
Gesing, J.; Antons, D.; Piening, E. P.; Rese, M.; Salge, T. O.	Joining forces or going it alone? On the interplay among external collaboration partner types, interfirm governance modes, and internal R&D
Holzmann, T.; Sailer, K.; Katzy, B. R.	Matchmaking as multi-sided market for open innovation
Pangarkar, N.; Wu, J.	Alliance formation, partner diversity, and performance of Singapore startups
Allen, T. J.; Gloor, P. A.; Fronzetti Colladon, A.; Woerner, S. L.; Raz, O.	The power of reciprocal knowledge sharing relationships for startup success
Adams, F. G.; Graham, K. W.	Integration, knowledge creation and B2B governance: The role of resource hierarchies in financial performance
Barac, D.; Ratkovic-Zivanovic, V.; Labus, M.; Milinovic, S.; Labus, A.	Fostering partner relationship management in B2B ecosystems of electronic media
De Falco, S. E.; Renzi, A.; Orlando, B.; Cucari, N.	Open collaborative innovation and digital platforms
Agarwal, A.; Singh, D.; Agariya, A. K.	What Really Leads to Partner Relationship Management? A Review of Literature

Figura 10. Número de artigos por autor

Fonte: Os próprios autores

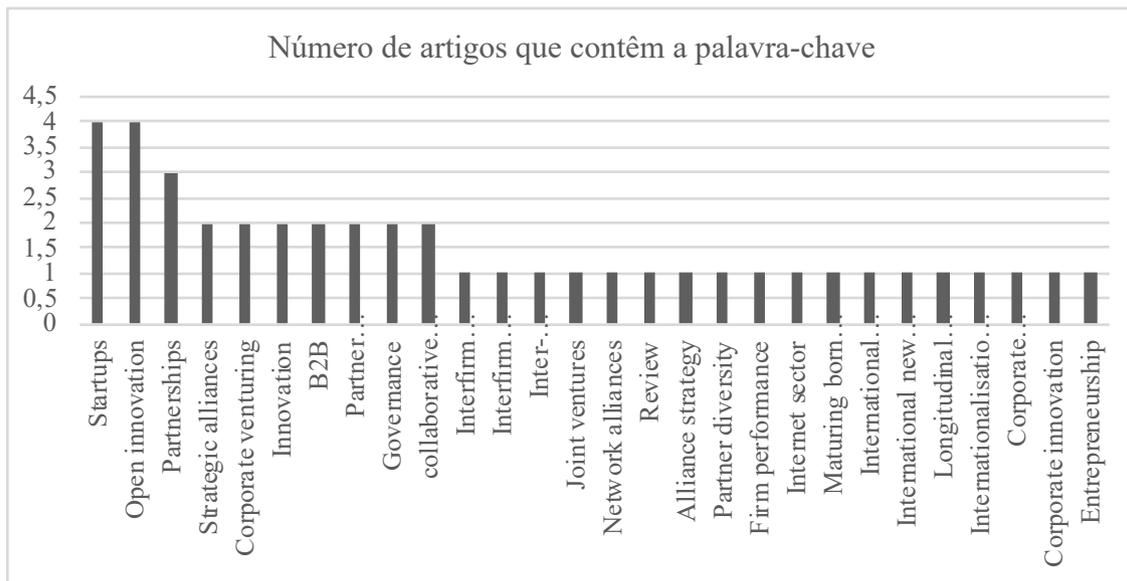


Figura 11. Palavras-chave de destaque.

Fonte: Os próprios autores

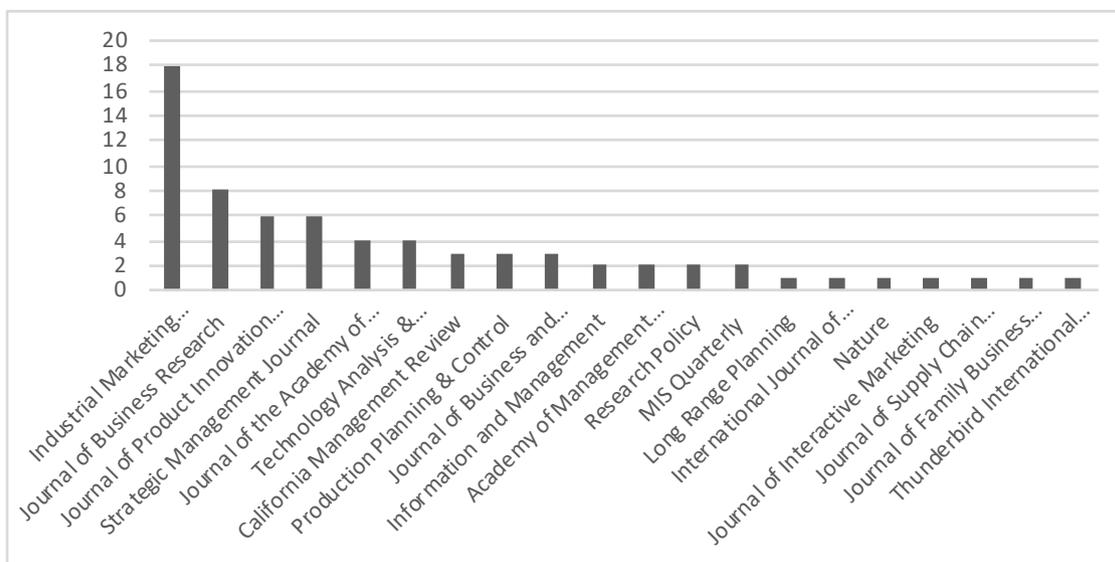


Figura 12. Periódicos de destaque nas referências do portfólio.

Fonte: Os próprios autores

5. ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DAS REFERÊNCIAS DOS ARTIGOS SELECIONADOS

No intuito de identificar autores, artigos e periódicos de destaque no âmbito da presente pesquisa, catalogou-se 1.182 referências nos 16 artigos que compõem o portfólio final. Após, selecionou-se as referências publicadas no período temporal estabelecido na pesquisa, restando 108 referências, que foram analisadas nos seguintes aspectos: (i) periódicos de destaque das publicações; (b) autores de destaque e (iii) artigos mais citados no *Google Scholar* no momento da pesquisa.

Na Figura 12, é possível visualizar os principais periódicos que foram destaque nas referências do portfólio bibliográfico: com 18 artigos publicados, tem-se o periódico *Industrial Marketing Management*, em seguida do *Journal of Business Research*, com oito artigos e o *Journal of Product Innovation Management*, com seis artigos.

No que diz respeito aos autores que mais publicaram, pode-se destacar as contribuições de Henry William Chesbrough e Stephen L. Vargo, conforme observa-se na Figura 13.

Por fim, na Figura 14 visualizamos os artigos que se destacaram nas referências do portfólio bibliográfico por seu

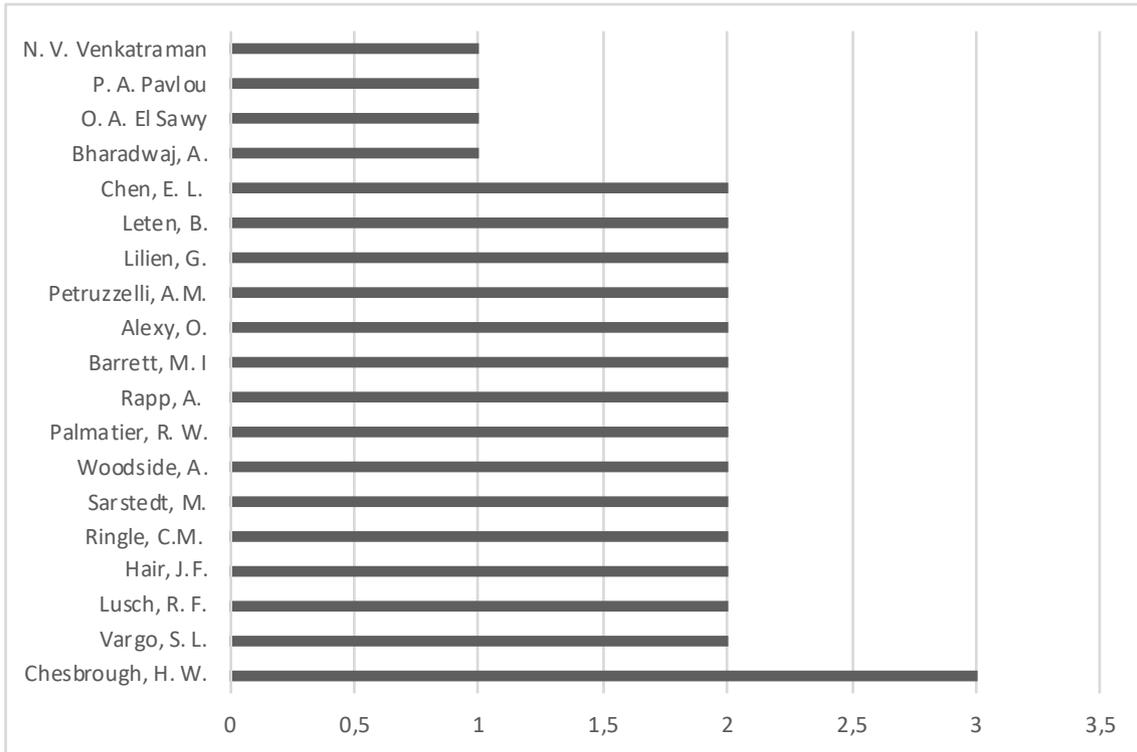


Figura 13. Autores de destaque nas referências do portfólio bibliográfico.

Fonte: Os próprios autores

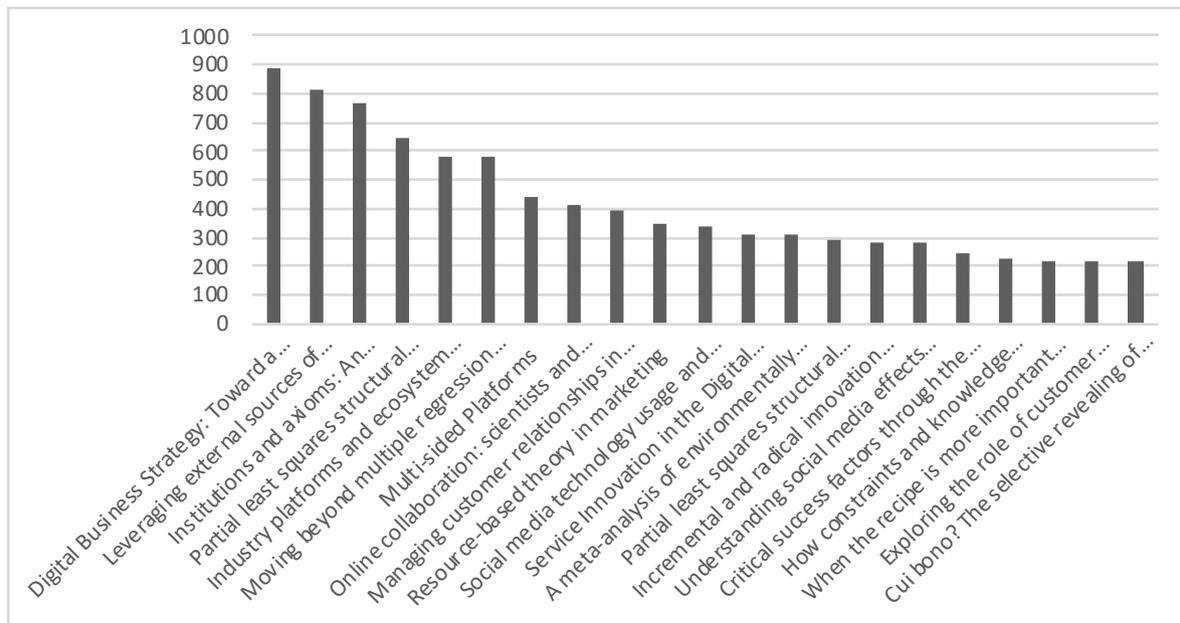


Figura 14. Artigos de destaque nas referências do portfólio.

Fonte: Os próprios autores

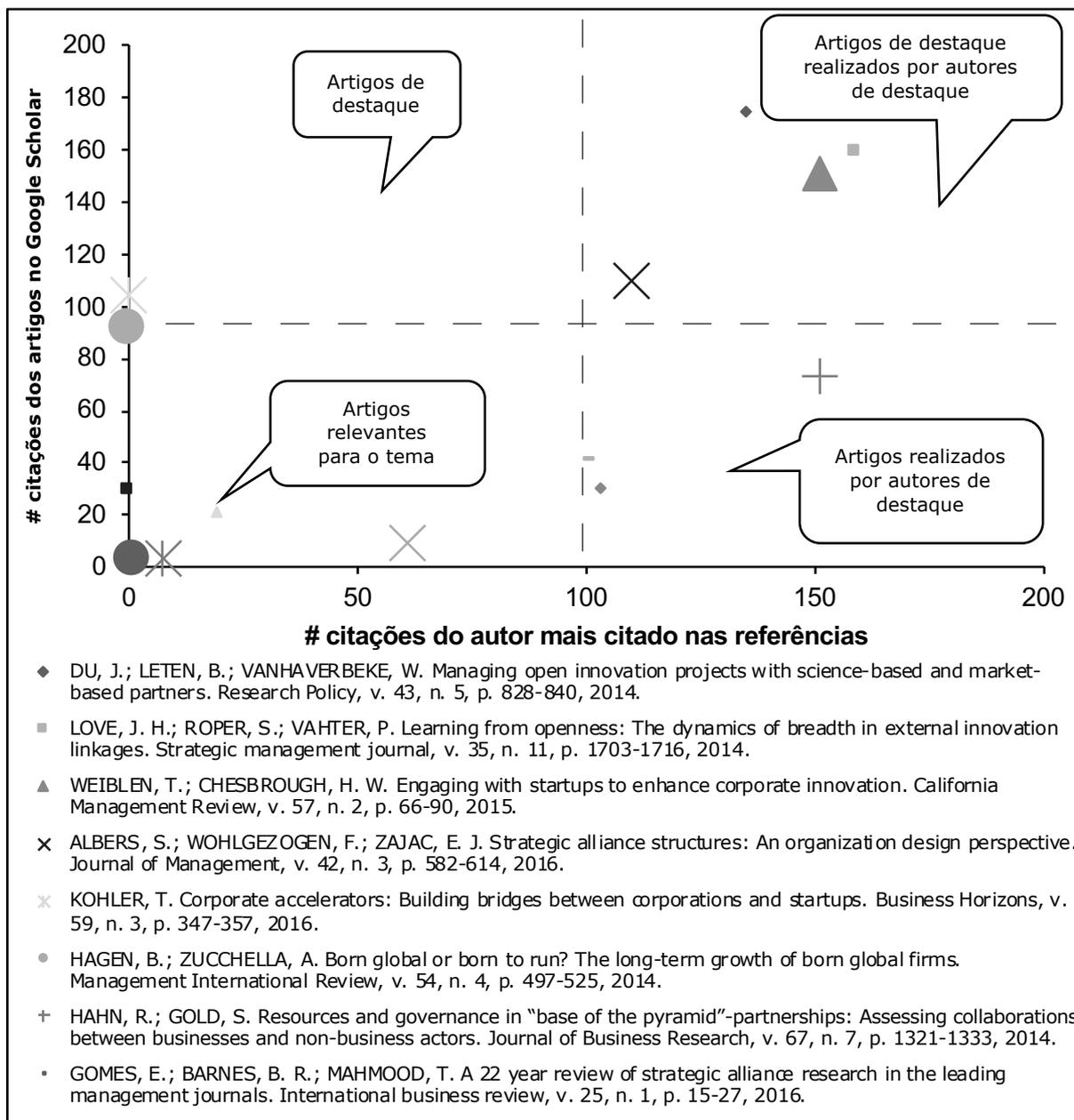


Figura 15. Classificação dos artigos conforme sua relevância acadêmica.

Fonte: Dados da pesquisa

número de citações. O mais citado foi o denominado "Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights" com 888 citações, logo a seguir, o artigo intitulado de "Leveraging external sources of innovation: A review of research on open innovation" aparece com 809 citações.

Em decorrências destas análises, foi possível construir a Figura 15 com duas dimensões definidas para classificar os artigos conforme sua relevância acadêmica e os artigos que se destacam nessa análise.

6. CONCLUSÃO

Devido à relevância no desenvolvimento de pesquisas acadêmicas voltadas ao tema de *startups* e alianças estratégicas, o objetivo deste estudo foi realizar a seleção de um portfólio bibliográfico de artigos que abordassem os dois eixos para compor um referencial teórico sobre o contexto pesquisado.

Na seção que versa sobre a metodologia, foi apresentado o instrumento de intervenção utilizado no artigo como base para seleção das referências bibliográficas, o qual corresponde à ferramenta *ProKnow-C*. O processo iniciou-se com



um total de 824 referências e finalizou com um portfólio de 16 artigos com representatividade e alinhados ao tema e ao contexto propostos.

Com o portfólio final composto, foi realizada uma análise para averiguar os principais trabalhos, autores, periódicos e palavras-chave que publicaram sobre os dois temas aqui estudados. Assim, como resultado do processo de análise, todos os 16 artigos selecionados para compor o portfólio final foram publicados por periódicos distintos, ou seja, não houve periódico destaque nesta etapa. Quanto aos autores, o processo evidenciou que, no portfólio bibliográfico selecionado, cada autor possui apenas um artigo referenciado. Já as palavras-chave que se destacaram no portfólio foram *Startups* e *Open Innovation*, presentes em quatro artigos cada.

Além disso, também foi possível identificar os artigos de destaque no portfólio, ou seja, com maior número de citações na ferramenta do *Google Scholar*, que são: (i) *Managing open innovation projects with science-based and market-based partners*; e (ii) *Learning from openness: The dynamics of breadth in external innovation linkages*.

Na segunda etapa do processo, foi realizada a análise das referências bibliográficas presentes nos 16 artigos do portfólio final, na qual se destacou o periódico *Industrial Marketing Management*. Quanto à análise de autores, ficaram evidenciadas as contribuições de Henry William Chesbrough, o qual se destaca na classificação de relevância acadêmica sob a ótica de autor mais citado nas referências bibliográficas dos artigos selecionados no portfólio final.

E, por fim, tivemos dois artigos que se destacaram como mais citados na ferramenta *Google Scholar*; são eles: (i) *Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights*; (ii) *Leveraging external sources of innovation: A review of research on open innovation*.

Neste sentido, este trabalho não tenta construir um referencial teórico fechado em si, mas visa contribuir para que estudos futuros sobre o contexto estudado sejam embasados em um processo estruturado de seleção e evidencição dos artigos, autores e periódicos mais relevantes na área. Assim, como sugestão para possíveis pesquisas futuras, recomenda-se a análise sistêmica do portfólio selecionado, com o intuito de encontrar oportunidades de pesquisas através da análise de conteúdo dos trabalhos.

Como limitação desta pesquisa, aponta-se o campo amostral que, embora abranja três bases de dados renomadas, somente foram coletados aqueles artigos que estavam disponíveis em seu formato integral pelo sistema CAPES de periódicos entre novembro e dezembro de 2018.

REFERÊNCIAS

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, Vol. 17, No. 1, pp. 99-120.
- Blank, S.; Dorf, B. (2014). *Startup: Manual do Empreendedor o guia passo a passo para construir uma grande companhia*. Altas Books, Rio de Janeiro.
- Cardoso, F. E.; Lavarda, R. A. B. (2016). O uso da internet como prática estratégica na tomada de decisão pelo middle manager. *Sistemas & Gestão*, Vol. 11, No. 4, pp. 342-354.
- Duschek, S. (2004). Inter-firm resources and sustained competitive advantage. *Management Revue*, Vol. 15, No. 1, pp. 53-73.
- Dussauge, P.; Garrette, B. (1995). Determinants of success in international strategic alliances: Evidence from the global aerospace industry. *Journal of International Business Studies*, Vol. 26, No. 3, pp. 505-530.
- Dussauge, P.; Garrette, B. (1997). Anticipating the evolutions and outcomes of strategic alliances between rival firms. *International Studies of Management & Organization*, Vol. 27, No. 4, pp. 104-126.
- Dyer, J. H.; Singh, H. (1998). The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 4, pp. 660-679.
- Ensslin, L. et al. (2010). ProKnow-C, knowledge development process-constructivist. *Processo técnico com patente de registro pendente junto ao INPI*. Brasil.
- Ensslin, L. et al. (2013). Processo de investigação e Análise bibliométrica: Avaliação da Qualidade dos Serviços Bancários. *Revista de Administração Contemporânea*, Vol. 17, No. 3, pp. 325-349.
- Ensslin, L.; Ensslin, S. R. (2007). Orientações para elaboração dos artigos científicos do LabMCDA-C [Apostila da disciplina Avaliação de Desempenho do Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina]. Florianópolis. UFSC.
- Garai, G. (1999). Leveraging the rewards of strategic alliances. *Journal of Business Strategy*, Vol. 20, No. 2, pp. 40-41.
- Gerônimo, M. S. et al. (2018). O impacto de um sistema de informação nos processos produtivos: um estudo de caso em um laboratório de análises clínicas de uma instituição de ensino superior privada. *Sistemas & Gestão*, Vol. 13, No. 1, pp. 107-117.
- Gesing, J. et al. (2015). Joining Forces or Going It Alone? On the Interplay among External Collaboration Partner Types, Interfirm Governance Modes, and Internal R&D. *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 32, No. 3, pp. 424-440.



- Hagedoorn, J.; Narula, R. (1996). Choosing organizational modes of strategic technology partnering: international and sectoral differences. *Journal of International Business Studies*, Vol. 27, No. 2, pp. 265-284.
- Ireland, R. D. (2002). Alliance management as a source of competitive advantage. *Journal of Management*, Vol. 28, pp. 413-446.
- Kohler, T. (2016). Corporate accelerators: Building bridges between corporations and startups. *Business Horizons*, Vol. 59, No. 3, pp. 347-357.
- Lacerda, R. T. O. et al. (2012). Uma análise bibliométrica da literatura sobre estratégia e avaliação de desempenho. *Gestão & Produção*, Vol. 19, No. 1, pp. 59-78.
- Lorange, P.; Roos, J. (1996). Alianças estratégicas: formação, implementação e evolução. Atlas, São Paulo.
- Mohr, J.; Spekman, R. (1994). Characteristics of partnership success: Partnership attributes, communication behavior, and conflict resolution techniques. *Strategic Management Journal*, Vol. 15, pp. 135-152.
- Pangarkar, N. (2009). Do firms learn from alliance terminations? An empirical examination. *Journal of Management Studies*, Vol. 46, No. 6, pp. 982-1004.
- Pangarkar, N.; Klein, S. (2001). The impacts of alliance purpose and partner similarity on alliance governance. *British Journal of Management*, Vol. 12, No. 4, pp. 341-353.
- Pangarkar, N.; Wu, J. (2013). Alliance formation, partner diversity, and performance of Singapore startups. *Asia Pacific Journal of Management*, Vol. 30, No. 3, pp. 791-807.
- Pareto, V. (1986). *Cours d'économie politique*. Volume 1. Lausanne: F. Rouge.
- Teece, D. J. (1992). Competition, cooperation, and innovation: Organizational arrangements for regimes of rapid technological progress. *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 18, No. 1, pp. 1-25.
- Vapola, T. J. et al. (2010). Portfolio management of strategic alliances: An international business perspective. *International Business Review*, Vol. 19, pp. 247-260.
- Wassmer, U. (2010). Alliance portfolios: A review and research agenda. *Journal of Management*, Vol. 36, pp. 141-171.
- Weiblen, T.; Chesbrough, H. W. (2015). Engaging with startups to enhance corporate innovation. *California Management Review*, Vol. 57, No. 2, pp. 66-90.

Recebido: 16 abr. 2019

Aprovado: 15 maio 2019

DOI: 10.20985/1980-5160.2019.v14n2.1527

Como citar: Silveira, B. R.; Lacerda, R. T. O. (2019), "Análise bibliométrica da literatura sobre *startups* e alianças estratégicas", *Sistemas & Gestão*, Vol. 14, No. 2, pp. 197-210, disponível em: <http://www.revistasg.uff.br/index.php/sg/article/view/1527> (acesso dia mês abreviado. ano).