

CONSTRUTO DE REDES PARA EMPREENDEDORISMO: REVISÃO LITERÁRIA E RECOMENDAÇÕES

RESUMO

Este artigo tem por objeto estudar o desenvolvimento do conceito de rede a partir de duas importantes abordagens que tratam sobre a rede interorganizacional e a rede pessoal do empresário empreendedor. O interesse em estudar estes dois aspectos deve-se não apenas pelo fato de ocorrer relativa negligência em várias áreas chave em relação ao tema, mas também pesquisar o contexto específico no qual cada uma das duas abordagens tem recebido maior atenção. A metodologia utilizada, para fazer este artigo, foi fazer uma revisão da literatura, descrevendo as duas grandes correntes de pesquisa dentro do campo empresarial e verificar se há algum tipo de interface entre uma rede interorganizacional e a rede pessoal de um empresário empreendedor, contribuindo para o desenvolvimento do conhecimento sobre a relação entre estas duas abordagens de rede tratadas no artigo, além de orientar para futuras pesquisas que servirão para esclarecer o tema proposto.

PALAVRAS-CHAVES: Empreendedorismo; Redes Pessoais; Redes Interorganizacionais.

CONSTRUCT NETWORKS FOR ENTREPRENEURSHIP: LITERATURE REVIEW AND RECOMMENDATIONS

ABSTRACT

This article aims at studying the development of the concept of network from two important approaches that deal with the network from inter-personal and inter-organizational of business entrepreneurs. The interest in studying these two aspects should not only occur because of relative neglect in several key areas in relation to the subject, but also find the specific context in which each of the two approaches has received more attention. The methodology of this paper was to review the literature describing the two main streams of research within business area and check for some kind of interface between a network inter-personal and inter-organizational of a business entrepreneur, contributing to the development of knowledge about the relationship between these two approaches of network treated in this article, in addition to guiding future research that will serve to clarify the theme.

KEYWORDS: Entrepreneurship, Personal Networks, Inter-organizational Networks.

*Revista Brasileira de
Administração Científica,
Aracaju, v.1, n.1, dezembro,
2010.*

ISSN 2179-684X

SEÇÃO: Artigos

TEMA: *Empreendedorismo e
Inovação*



DOI: 10.6008/ESS2179-684X.2010.001.0003

Beatriz Monica SCHUCHMANN

<http://lattes.cnpq.br/9901614137339518>
beatriz.schuchmann@nextel.com.br

**Rodrigo Ramalhosa de
ALMEIDA**

<http://lattes.cnpq.br/2135486153275875>
rodrigoramalhosa@hotmail.com

**Linduarte Vieira da SILVA
FILHO**

<http://lattes.cnpq.br/0594807571374899>
linduarte2002@yahoo.com.br

Recebido: 06/06/2010

Aprovado: 28/12/2010

Referenciar assim:

SCHUCHMANN, B. M.; ALMEIDA, R.
R.; SILVA FILHO, L. V.. *Construto de
redes para empreendedorismo:
revisão literária e recomendações.*
*Revista Brasileira de Administração
Científica, Aracaju, v.1, n.1, p.55-69,
2010.*

INTRODUÇÃO

As mudanças econômicas ocorridas entre os séculos XIX e XX, acompanhada da queda da maioria das barreiras do mercado mundial contribuíram para profundas alterações das estratégias organizacionais, pois os grandes grupos internacionais passaram a competir mundialmente reduzindo drasticamente o espaço das pequenas e ineficientes empresas.

Nohria e Eccles (1992) em meio ao momento de abertura dos mercados mundiais fizeram referências sobre a inviabilidade econômica das empresas continuarem trabalhando de modo vertical, isto é, produzindo tudo sozinha.

Com base nesta nova realidade, Castells (2005) afirma em seus estudos que o empreendimento em rede é a melhor estratégia para reagir às mudanças da economia global. Ou seja, fazendo uma análise conjunta das afirmações dos autores verifica-se que a união das organizações, formando assim uma rede interorganizacional é melhor solução estratégica para tornar estas empresas competitivas em um mercado de concorrência global, é a união das organizações, formando assim uma rede interorganizacional.

Koka, Madhavan e Prescott (2006) em estudos explicam com clareza a principal vantagem obtida na formação de uma rede que é a complementaridade por intermédio da cooperação, possibilitando o aumento da eficiência das organizações que constituem esta rede.

Assim, o conceito de redes se torna cada vez mais utilizado por estudiosos do processo de empreendedorismo, que também valorizam em suas pesquisas a necessidade de reconhecer a importância do ambiente do empresário empreendedor para a construção de uma rede.

Segundo Dodd (1997) não se pode fazer nenhum tipo de estudo, consideração ou conclusão sobre o empreendedor isoladamente, pois o seu modo de planejar ou agir está relacionado diretamente com o meio no qual ele está inserido.

Para Schumpeter (1988), o empresário empreendedor desafia o mercado, possibilitando ruptura de paradigmas, rompendo com o equilíbrio existente e aproveitando oportunidades para criar coisas novas e diferentes. O autor reforça que o empreendedor tem um perfil diferenciado das demais pessoas, pois este como característica a busca da inovação.

Portanto, o desenvolvimento do relacionamento é uma importante ferramenta de articulação em rede social, pois possibilita ao empresário empreendedor identificar e

selecionar parceiros estratégicos, com base nos recursos que necessitam serem captados para a sua complementaridade.

Granovetter (1985) faz referência sobre as formas de inserção social das ações econômicas e a influência destas relações sociais nos resultados econômicos que são formados pelas redes interpessoais. Aldrich e Zimmer (1986) descrevem as redes como parte integrante dos indivíduos, grupos ou organizações que buscam a consolidação e o desenvolvimento dos seus membros.

METODOLOGIA

Segundo Köche (1997) o conhecimento científico surge da necessidade de descobrir os princípios explicativos que devem ser a estrutura necessária para desenvolver o conhecimento ou organizá-lo.

Para Beillerot (1991) a produção do saber deve ter como objetivo principal a exploração seguida da compreensão para que se possa explicar um fato, um fenômeno ou acontecimento. Para o autor a pesquisa científica é uma metodologia estruturada que tem por objeto identificar respostas para questões de relevância para o desenvolvimento do conhecimento.

Com base em Denzin (2006) que trata a pesquisa qualitativa como um método interpretativo que tem como objetivo o tratamento das informações qualitativas para a sua interpretação e obtenção das repostas frente às questões científicas estabelecidas.

Assim, com base nos autores citados, este estudo qualitativo e descritivo pode ser caracterizado como ensaio teórico construído com base em pesquisa da literatura sobre rede interorganizacional e rede pessoal do empresário empreendedor, que pretende por intermédio da pesquisa descrever cada abordagem e verificar se há algum tipo de interface entre elas.

Mazzali e Costa (1997) justifica o interesse na pesquisa sobre tema, pois esclarece em seus estudos a necessidade de entender melhor, questões relacionadas com o empreendedorismo e rede interorganizacional. Segundo Mazzali e Costa (1997, p.134):

A abordagem da alocação de recursos apreende o processo de organização da atividade econômica em um contexto estático, produzindo uma visão estreita do objeto da coordenação organizacional e das relações entre empresas. Em primeiro lugar, porque o conhecimento e a tecnologia são considerados dados, deixando encobertos aspectos cruciais do processo de decisão da empresa, notadamente aqueles relacionados à aprendizagem e à inovação.

REVISÃO TEÓRICA

O Conceito e Tipos de Redes

Os estudos em torno de redes no ambiente da administração se desenvolveram de maneira consistente, a partir dos anos 1980, sendo tratados por Nhoria e Ecles (1992), entre outros, como ação estratégica resultante da necessidade de reação contra a ascensão da competitividade mundial, pois as organizações se conscientizaram de que suas operações apresentam melhor eficiência quando se encontram ligadas a uma rede, criando interdependência com outros atores.

Grandori e Soda (1995) fizeram importantes considerações sobre redes interorganizacionais, demonstrando que é possível identificar aspectos econômicos e sociais em uma rede e, segundo os autores, são variáveis fundamentais que influenciam no funcionamento.

Castells (1999) afirma que nas últimas duas décadas do século XX ocorreram transformações nas relações sociais se verificava por todo o mundo. Esse conjunto constitui um novo tipo de estrutura social chamada de rede social.

O autor demonstra em seus estudos que uma rede pode ser estudada segundo os seus aspectos econômicos, que incluem as vantagens relacionadas à economia de escala e/ou de escopo que a rede pode oferecer aos seus atores, ou aspectos sociais que é o objeto deste estudo. A visão social de redes de negócios é defendida por Castells (1999), pois o autor demonstra em seus estudos que a sociedade atual caracteriza-se por sua estrutura em rede, com uma construção de um conjunto de informações sobre as características individuais e culturais a qual se repete e se reorganiza nas várias extensões das sub-redes que se formam.

Segundo Marchi e Wittman (2007), o relacionamento em uma rede é um fator decisivo para o sucesso da união das empresas, pois é determinante para o funcionamento da rede. Para Marchi e Wittman (2007, p.6):

Um bom nível de conexões internas entre os atores que compõem a rede pode melhorar o fluxo de informações e promover uma forte coesão entre os sócios da rede. Essa coesão pode fazer diminuir os riscos associados às transações, facilitando a confiança e promovendo a cooperação.

Segundo Daven (1997) uma rede é formada por "nós" que são interligados por conexões ou relações. Estes "nós" em um contexto de ciências sociais podem ser os indivíduos ou conjuntos de indivíduos, também denominados "atores" e as conexões

podem ser denominadas como laços ou ligações sociais. A rede, portanto, consiste em uma série de vínculos diretos e indiretos de um ator para um conjunto de outros.

Uma rede apresenta quatro níveis diferentes de análise de redes. O primeiro nível está relacionado com o do ator, onde se verifica que um conjunto de atores está ligado a outro ator principal, denominado ator focal. O segundo estágio possibilita estudar os mecanismos de funcionamento do relacionamento no qual a relação entre, no mínimo, dois atores. O terceiro contribui para a compreensão do funcionamento de um grupo maior de atores que não necessariamente estão conectados com o ator focal. Por fim, o último nível de análise restringe-se ao estudo do conjunto fechado de atores que registram o maior número de interações (IACOBUCCI, ZERRILLO, 1996 citado por O'DONNELL et al., 2001)

Segundo Johannisson, Alexanderson e Senneseth (1994) com o objetivo de facilitar os estudos sobre de redes de empresas é possível dividir o tema em duas categorias principais: rede interorganizacional e rede de contatos pessoais do empresário.

Williamson (1991, 1996) reconhece que além do mercado e das estruturas hierárquicas, as empresas podem operar dentro de arranjos como redes interorganizacionais. Segundo o autor, a rede pode ser considerada como um terceiro elemento do arranjo organizacional alternativo tanto para responder às mudanças de mercado, onde as suas forças agem como reguladoras, quanto nas empresas hierarquizadas, onde as autorizações administrativas regulam as atividades organizacionais.

Golden e Dollinger (1993) em seus estudos concluem que algumas pequenas empresas não possuem nenhum tipo de relacionamento interorganizacional e, completam afirmando que relacionamento interorganizacional é uma ação estratégica de sucesso.

Na literatura acadêmica sobre redes é possível identificar duas categorias a ser descrita: redes verticais, onde a relação é do tipo fornecedor-cliente e redes horizontais onde há a incidência maior de troca. Todavia, deve-se destacar que as duas categorias citadas não capturam a totalidade das possibilidades de arranjos de redes interorganizacionais.

A rede social de um empresário empreendedor são conexões de intercâmbio. Pesquisadores de empreendedorismo começaram a examinar o contexto social e do ambiente. A rede pessoal ou social tem a sua construção a partir da teoria da rede social.

Este fato foi reconhecido como uma omissão séria na área de pesquisa e, conseqüentemente, os pesquisadores começaram a examinar o processo de

empreendedorismo num contexto ambiental (ALDRICH, ZIMMER, 1986; JOHANNISSON, 1986; BIRLEY, MYERS, CROMIE, 1989).

Na teoria de rede social as redes são descritas como uma série de laços diretos e indiretos de um ator para outros atores. Deve ser considerada tanto a estrutura como a natureza da rede e a interações entre atores da rede (GRANOVETTER, 1973; 1985; POWELL, 1990; BURT, 1992).

Os sociólogos Barnes (1954) e Mayer (1966) citados por Mitchell (1969) descrevem a rede social considerando o seu padrão e estrutura da rede, e as dimensões de interação que levam em conta o processo de rede. De acordo com o autor, existem quatro dimensões estruturais: (a) Foco da rede, as relações interpessoais e nos relacionamentos organizacionais; (b) A densidade significando a medida do grau em que os atores da rede estão conectados uns aos outros; (c) A acessibilidade descreve a facilidade e o intervalo com que os atores na rede podem entrar em contato; (d) O conteúdo é o significado que as pessoas atribuem ao relacionamento e seu entendimento. Mitchell (1969) afirma que relações potenciais só acontecem quando há interesse entre as pessoas envolvidas.

Gilmore e Carson (1999) descrevem uma rede como um conjunto de indivíduos que podem ou não ser conhecido um ao outro e que, de alguma maneira podem contribuir ativamente ou passivamente com algo, para o empresário, mesmo que não comprovada.

O termo “rede pessoal” tem sido utilizado na literatura englobando atores que não podem ser considerados indivíduos. Por exemplo, clientes e competidores podem ser incluídos na definição de redes pessoais, mas, frequentemente, são organizações, em oposição a indivíduos.

Mitchell (1969) apresenta uma perspectiva na qual propõe que os membros potenciais de uma rede pessoal são atores que respeitam as normas da rede e apresentam alguma vantagem para os demais atores. Esta vantagem pode ser a prestação de algum tipo de serviço ou qualquer outro tipo de auxílio que complementa alguma carência da rede.

Afirma que esses relacionamentos potenciais podem não ser ativados e que somente aquelas pessoas que se envolvem em algum tipo de troca ou transação, se tornarão elos da rede pessoal.

Analisando o conceito de Mitchell (1969) de rede social, nota-se que ao introduzir a dimensão de “ancoragem”, as relações interorganizacionais podem ser consideradas dentro dos domínios da rede social. Por outro lado, nos estudos sobre as redes de organizações, o indivíduo tem se tornado um foco de pesquisa recente (NOHRIA, ECLES, 1992).

Como na pesquisa de redes pessoais, a organização é um ator aceitável, e nas pesquisas interorganizacionais, o indivíduo como sendo um ator da rede se torna aceitável.

O Conceito de Empreendedorismo

O empreendedorismo é um fenômeno pluridisciplinar, objeto de pesquisa de várias áreas do saber. Raposo e Silva (2000) verificaram o entendimento de algumas áreas em relação ao tema como se demonstra no Quadro 01.

Quadro 01: Abordagem do empreendedorismo com base em diversas áreas da ciência

ÁREA DA CIÊNCIA	ÊNFASE DO ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO
Ciências Comportamentais	Aborda o perfil psicológico do empreendedor
Economia	Baseia-se na a análise da inovação e desenvolvimento
Engenharia	Enfatiza necessidade da busca pela eficiência
Finanças	Prioriza os aspectos voltados aos riscos (identificar/medir)
Gestão	Trata os aspectos administrativos para o gerenciamento
Marketing	Valoriza as oportunidades, diferenciação da oferta e adaptação aos mercados

Fonte: Adaptado de Raposo e Silva (2000).

Portanto o empreendedorismo é um fenômeno social, que traz consigo implicações de diversas naturezas, sejam psicológicas, sociais, culturais ou econômicas.

Segundo Pereira e Santos (1995) os primeiros conceitos sobre empreendedorismo de que se tem registro ocorreu a partir dos estudos do economista Cantillon e posteriormente consolidado por Say em 1816. Na visão desses economistas, o empreendedor aproveita as oportunidades que propiciam lucros, assumindo os riscos inerentes à atividade.

Dornelas (2001) também reforça que as diversas áreas do saber estão contribuindo para consolidar o conceito de empreendedorismo, o qual na atualidade encontra-se em fase de desenvolvimento.

Características do Empreendedor

Para Dornelas (2001) o empreendedor é um ator que tem o perfil de inovar, modificar situações existentes e se arrisca em novos descobrimentos, além de possuir uma visão futura da organização.

Por possuir uma visão futura, o empreendedor pode ser considerado como um estrategista, pois ele não apenas define situações, mas também projeta cenários futuros, onde se pode capturar oportunidades e definir objetivo (MARKMAN, BARON, 2003; FILION, 2000).

Markman e Baron (2003) ressaltam que o empreendedor procura agir de modo eficaz a partir do momento que detecta a importância do seu contato com os demais atores, os quais possui interação.

Outros autores salientam características que são mais visíveis em um empreendedor, tais como ser inovador e sociável (LONGENECKER, MOORE, PETTY 1997).

Portanto, por intermédio das pesquisas realizadas anteriormente, percebe-se que o perfil do empreendedor é um dos fatores primordiais para a construção de um relacionamento.

Interface entre Rede e Empreendedorismo

Para Granovetter (1985, 1992), a inserção social enfatiza o papel concreto das relações pessoais e interorganizacionais em gerar confiança. As relações econômicas são afetadas tanto pelas relações com outra pessoa (díade) como pela rede de relações em que um indivíduo está inserido.

Johannisson (1998, 2000) e Hite (2003) propõem para uma melhor análise do empreendedorismo, considerar a questão das redes e, em especial, os relacionamentos pessoais das pequenas empresas, pois o empresário empreendedor é o detentor dos contatos pessoais. Os autores ressaltam a importância de estudar a rede pessoal do empresário empreendedor e a rede interorganizacional de modo conjunto.

Johannisson (1998, 2000) e Hite (2003) rejeitam a separação das redes quando se trata sobre o empreendedorismo, pois acreditam que o empresário empreendedor ao assumir a empresa deve integrar as diversas implicações sociais e as relações dos negócios na rede. Portanto, podemos destacar uma interessante interface entre rede interorganizacional e o empreendedorismo que é a presença de vínculos formais e informais entre indivíduos e entre indivíduos e organizações.

No processo de criação de redes Mitchell (1969) por meio de sua conceituação de redes sociais, observou que a análise de rede deve considerar a estrutura e o processo de relações que unem os indivíduos, grupos e organizações (Granovetter, 1973; 1985; Powell, 1990; Burt, 1992).

Johannisson e Nilsson (1989) afirmam existir uma crença mais generalizada de que a informação necessária para se começar um negócio é transmitida ao empresário empreendedor da pequena empresa por intermédio de uma rede social pré-existente de amigos e conhecidos. Vésper (1980), Birley (1985), Jarillo (1989), Ostgaard e Birley (1994), e Hendry, Shucksmith e Philip (1995), destacam que a rede pessoal do gerente-proprietário, que também podemos denominar como empresário empreendedor é o recurso mais importante para desenvolver a estabilidade da empresa.

Segundo Weick (1969) e Johannisson, Alexanderson e Senneseth (1994), as redes pessoais permitem ao empresário empreendedor, criar uma empresa que se encaixe ao seu tipo de personalidade, bem como a modelagem do relacionamento entre os atores.

Para Mitchell (1969) o conteúdo das relações da rede é o que as pessoas atribuem como significados aos relacionamentos. Curran et al. (1994) completa afirmando que esses significados podem ser incorporados a motivação, expectativas e resultados da participação na rede.

Gilmore e Carson (1999) acreditam que os empresários devem desenvolver as suas capacidades aplicar suas habilidades como uma ferramenta de desenvolvimento de negócios para rede interorganizacional. A habilidade das redes segundo Downing (1998) é uma área que merece investigação.

A literatura sobre redes de empresários relata frequentemente, que o tamanho da rede se relaciona com seu desempenho inicial (HANSEN, 1995). Portanto, a literatura alerta que o tamanho da rede não pode ser considerado o principal fator crítico de sucesso do negócio, pois a diversidade também é importante. Os pesquisadores de redes têm procurado identificar os benefícios de criar e manter uma rede de contatos, como se demonstra no Quadro 02.

Quadro 02: Benefícios de criar e manter uma rede segundo autores.

AUTOR	BENEFÍCIOS
Weick (1969); Birley (1985); Johannisson (1986)	Diversidade e compartilhamento
Birley (1985)	A introdução de novos sócios nos negócios
Birley, Cromie e Myers (1991)	Indicação para aumento da faixa de contatos
Szarka (1990); Tjosvold e Weicker (1993)	Fornecer autoconfiança
Hansen (1995)	Fornecer novas idéias de produtos e serviços

Fonte: Autores.

Segundo Burt (1992) o empresário empreendedor possui uma rede de contatos a qual possui domínio e que pode ser disponibilizada para o restante da rede, pois o conhecimento de outras empresas ou redes pode gerar alguma vantagem competitiva.

Ao revermos as pesquisas existentes no campo das redes de empreendedorismo, torna-se aparente que certas áreas e assuntos permanecem relativamente negligenciados. Estes são: O processo de transmitir em rede (networking); Os conteúdos das relações de rede; A natureza dinâmica das redes; Redes na prática; e A habilidade de trabalhar em rede (networking).

Tem-se dado mais atenção relativamente às dimensões estruturais das redes, e menos ao processo de transmitir em rede (networking). Nota-se que há uma falha geral em reconhecer que redes e transmissão em rede (networking) são conceitos diferentes (STRADER, SHAW, 1997). Entender o processo de transmissão em rede (networking) é tido como algo que se atinge ao examinar as dimensões das ações, bem como as dimensões morfológicas, das redes como descrito por Mitchell (1969).

A dificuldade no conteúdo está em capturar o significado que as pessoas dão a certas relações (MITCHELL, 1969) e a qualidades dessas relações (OSTGAARD, BIRLEY, 1994).

Estes significados incorporam as motivações individuais, expectativas e resultados da participação na rede (CURRAN et al., 1994). Uma apreciação mais profunda dessas dimensões em diferentes contextos aumentará o entendimento no processo de transmissão em rede (networking).

Outra crítica que se faz aos estudos sobre redes é a falta de um acompanhamento da evolução, em especial da rede sob o aspecto do empreendedorismo (BORCH, ARTHUR, 1995). A necessidade por mais estudos longitudinais tem sido destacada pelos pesquisadores em geral e a necessidade por uma dimensão longitudinal nos estudos sobre redes são ainda mais aparentes (LOW, MACMILLAN, 1988; BYGRAVE, 1989).

Gilmore e Carson (1999) e Paasche et al. (2004) defendem a idéia de que a rede deve ser dinâmica na busca da melhor eficiência por intermédio do desenvolvimento das habilidades do empreendedor para a transmissão em rede (networking) e usar esta capacidade como uma ferramenta de desenvolvimento de negócio.

A habilidade para trabalhar em rede deve ser uma característica ou competência do empresário empreendedor (SZILAGY, SCHWEIGER, 1984; HILL, MCGOWAN, 1996; GILMORE, CARSON, 1999).

DISCUSSÕES

Jarillo (1988) destaca-se que há uma falta de atenção à definição da capacidade de transmissão em rede (networking), ou à descrição de como esta pode ser desenvolvida. A maior parte das críticas às redes empreendedoras está relacionada com a transmissão em rede (networking), pois falham ao mencionar que esta seja uma habilidade (DOWNING, 1998).

Considerando esta omissão em conjunto com a falta de um estudo longitudinal, um estudo futuro com um potencial óbvio seria a investigação das competências de transmissão em rede (networking) de um empreendedor, além da elaboração de outros estudos que façam uma abordagem ao longo do tempo sobre a evolução das relações entre redes interorganizacionais e redes pessoais de empresários empreendedores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O construto de redes para estudar empreendedorismo tem sido amplamente utilizado e é reconhecido como um meio pelo qual os pesquisadores podem estudar o empresário em seu contexto ambiental.

A revisão da literatura sobre rede interorganizacional e rede do empresário empreendedor demonstram a existência de interfaces importantes como demonstrado por Burt (1992) quando afirma que um empresário empreendedor pode contribuir com a rede interorganizacional ao disponibilizar ou utilizar a sua rede de contatos pessoais para promover alguma vantagem competitiva.

Outros autores como Johannisson (1998, 2000) e Hite (2003) ao afirmarem que a rede interorganizacional e rede pessoal do empresário empreendedor não podem se separadas em uma pesquisa, estão demonstrando a existência de uma forte interface entre as redes, a ponto de comprometer pesquisas, resultados e conclusões, caso alguma destas variáveis seja ignorada em um estudo.

Portanto, o conceito de rede tem sido usado largamente na pesquisa sobre empreendedorismo sendo reconhecido como um meio pelo qual os pesquisadores podem estudar o empreendedor no seu contexto ambiental.

Também, ao estudar as características do empreendedor é possível verificar a importância deste perfil para determinar o sucesso de uma rede, pois a ausência ou

deficiência de alguma das características estudadas compromete diretamente no relacionamento, seja entre os atores ou entre a rede e o meio ambiente externo.

Contudo, nota-se que existem certas negligências ao se tratar o tema empreendedorismo, como por exemplo, um profundo estudo sobre a transmissão em rede e a manutenção do relacionamento entre rede organizacional e rede pessoal do empresário empreendedor ao longo do tempo.

A revisão das pesquisas existentes, apresentada nesse artigo, mostrou que as redes de empreendedorismo são geralmente categorizadas como interorganizacionais, ou pessoais. Porém, notou-se que alguns pesquisadores adotam uma definição que abrange aspectos de ambas, e tal perspectiva é, na verdade, encorajada.

Embora sujeito à pesquisa empírica crescente, os achados pertinentes à rede de empreendedores são frequentemente confusos e contraditórios. Uma razão chave para tal confusão é atribuída ao fato de que estudos e pesquisas tendem a se focalizar nos elementos estruturais da rede com relativa negligência em relação às dimensões pertinentes às interações entre os jogadores da rede.

Esta revisão identificou outras lacunas na pesquisa existente, o que pode ser tratado como oportunidades para futuros estudos. Sugere-se que estas pesquisas façam uma avaliação com maior profundidade dos benefícios que a interface entre as redes podem propiciar para todos os atores. Tal cenário requer uma pesquisa profunda e “holística”, que pode incluir observações e entrevistas com empreendedores dentro de seu próprio ambiente, ao longo de um período de tempo.

Essas pesquisas requerem dedicação do pesquisador e participação cooperativa do empreendedor, assim como planejamento e execução cuidadosos. Enfrentar essas lacunas utilizando a metodologia adequada contribuirá para desenvolvimento do conhecimento sobre redes de empreendedores, possibilitando um melhor entendimento do processo de empreendedorismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALDRICH, H., ZIMMER, C.. Entrepreneurship thro social network. In: SEXTOM, D., SMILOR, R. W.. **Art and science of entrepreneurship**. Cambridge: Ballingem Publishing Company, 1986.

BEILLEROT, J.. A pesquisa: esboço de uma análise. In: ANDRÉ, A.. **O papel da pesquisa na formação e na prática dos professores**. Campinas: Papyrus, 2001.

BIRLEY, S., CROMIE, S., MYERS, A.. Entrepreneurial networks: their emergence in Ireland and overseas. **International Small Business Journal**, v.9, n.4, p.56-74, 1991.

- BIRLEY, S.. The role of networks in the entrepreneurial process. **Journal of Business Venturing**, v.1, n.1, p.107-17, 1985.
- BIRLEY, S., MYERS, A., CROMIE, S.. Entrepreneurial networks: some concepts and empirical evidence. In: THE NATIONAL SMALL FIRMS POLICY AND RESEARCH CONFERENCE, 12. **Annals**. London: The Barbican, 1989.
- BORCH, O. J., ARTHUR, M. B.. Strategic networks among small firms: 1958 implications for strategy research methodology. **Journal of Management Studies**, v.32, n.4, 1995.
- BURT, R. S.. **Structural Holes**. Cambridge: Harvard University Press, 1992.
- BYGRAVE, W. D.. The entrepreneurship paradigm (II): chaos and catastrophes among quantum jumps?. **Entrepreneurship Theory & Practice**, v.14, n.2, p.7-30, 1989.
- CASTELLS, M.. **A sociedade em rede, a era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- CASTELLS, M.. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CURRAN, J., BLACKBURN, R. A.. Local economies and small firms: a view from the ground. In: CHITTENDEN, F., ROBERSON, M., WATKINS, D.. **Small firms: recession and recovery**. London: Paulo Chaptman Publishing, 1992. p.94-112
- CURRAN, J., JAVIS, R., BLACKBURN, R. A., BLACK, S.. Networks and small firms: constructs, methodological strategies and some findings. **International Small Business Journal**, v.11, n.11, p.13-25, 1994.
- DENZIN, N. K.. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- DODD, S. D.. Social network membership and activity rates: some comparative data. **International Small Business Journal**, v.15, n.4, p.80-7, 1997.
- DORNELAS, J. C. A.. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DOWNING, S.. Relationship interaction skills entrepreneurs and business advisers. In: NATIONAL SMALL FIRMS POLICY AND RESEARCH CONFERENCE, 21. **Annals**. Durham University Business School, 1998. p.832-52
- FILION, L. J.. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v.7, n.3, p.2-7, 2000.
- GILMORE, A.; CARSON, D.. Entrepreneurial marketing by networking. **New England Journal of Entrepreneurships**, v.12, n.2, p.31-8, 1999.
- GOLDEN, P., DOLLINGER, M.. Cooperative alliances and competitive strategies in small manufacturing firms. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, p.43-57, 1993.
- GRANDORI, A., SODA, G.. Inter-firm network: antecedents, mechanisms and forms. **Organization Studies**, v.16, n.2, p.183-214, 1995.
- GRANOVETTER, M.. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v.91, n.3, p.481-510, 1985.
- GRANOVETTER, M.. Problems of explanation in economic sociology. In: NOHRIA, N., ECCLES, R. G.. **Networks and organizations: structure, form, and action**. Boston: Harvard Business School Press, 1992. p.25-56.

- GRANOVETTER, M.. The strenght of weak ties. **American Journal of Sociology**, v.78, n.6, p.1360-80, 1973.
- HANSEN, H. R.. Conceptual framework and guidelines for the implementation of mass information systems. **Information & Management**, v.2, n.2, p.125-42, 1995.
- HENDRY, L. B., SHUCKSMITH, J.; PHILIP, K.. **Educating for health: School and community approaches with adolescents**. London: Cassell, 1995.
- HILL, J., MCGOWAN, P.. Marketing development through networking: a competency based approach for small firm entrepreneurs. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v.3, n.3, p.148-57, 1996.
- HITE, J. M.. Patterns of multidimensionality among embedded network ties: a typology of relational embeddedness in emerging entrepreneurial firms. **Strategic Organization**, London, v.1, n.1, p.9-49, 2003.
- JARILLO, J. C.. On strategic networks. **Strategic Management Journal**, v.9, n.1, p.31-41, 1988.
- JARILLO, J. C.. Entrepreneurship and growth: the strategic use of external resources, **Journal of Business Venturing**, New York, v.4, n.2, p.133-147, 1989.
- JOHANNISSON B., ALEXANDERSON, K.N.; SENNESETH, K.. Beyond entrepreneurs in contextual networks. **Entrepreneurship and Regional Development**, v.6, p.329-56, 1994.
- JOHANNISSON, B.. Network strategies: management technology for entrepreneurship and change. **International Small Business Journal**, v.5, n.1, p.19-30, 1986.
- JOHANNISSON, B., NILSSON, A.. Community entrepreneurship: networking for local development. **Journal of Entrepreneurship & Regional Development**, v.1, n.1, p.1-19, 1989.
- JOHANNISSON, B.. Networking and entrepreneurial growth. In: SEXTON, D., LANDSTRON, H.. **Handbook of entrepreneurship**. London: Blackwell, 2000. p.368-86
- JOHANNISSON, B.. Personal networks in emerging knowledge-based firms: spatial and functional patterns. **Entrepreneurship and Regional Development**, v.10, n.4, p.297-312, 1998.
- KÖCHE, J. C.. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 1997.
- KOKA, B. R.; MADHAVAN, R.; PRESCOTT, J. E.. The evolution of interfirms networks: environmental effects on patterns of network change. **Academy of Management Review**, v.31, n.3, p.721-737, 2006.
- LONGENECKER, J. G., MOORE, C. W., PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas: ênfase na gerência empresarial**. São Paulo: Makron Books, 1997.
- LOW, M. B.; MACMILLAN, I. C.. Entrepreneurship: past research and future challenges. **Journal of Management**, v.14, n.2, p.139-161, 1988.
- MARKMAN, G. D., BARON, R. A.. Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. **Human Resource Management Review**, v.13, n.2, p.281-301, 2003.
- MARCHI; J. J.; WITTMANN; M. L.. Relevância dos fatores sociocomportamentais de atores envolvidos em redes estratégicas. In: ENCONTRO DE ESTUDOS DE ESTRATÉGIA, 3. **Anais**. Sao Paulo: 2007.
- MAZZALI, L; COSTA V.. As formas de organização em rede: configuração e instrumentos de análise da dinâmica industrial recente. **Revista de Economia Política**, v.17, n.4, 1997.
- MITCHELL, J. C.. **The concept and use od the social network**. In: MITCHELL, J. C.. Social networks in urban settings. Manchester: Manchester University Press, 1969. p.1-50
- O'DONNELL, A., GILMORE, A., CUMMINS, D., CARSON, D.. **The network construct in entrepreneurship research: a review and critique**. Management Decision, v. 39, n. 9, p. 749-760, 2001.

NOHRIA, N., ECCLES, R. G.. **Networks and organizations: structure, form, and action**. Boston. Massachusetts: Harvard Business School Press, 1992. p.1-22

OSTGAARD, T. A., BIRLEY, S.. Personal networks and firm competitive strategy – An strategic or coincidental match?. **Journal of Business Venturing**, v.9, n.4, p.281-305, 1994.

PAASCHE, O., LOVLIE, R., DAHL, S., BAKKE, J., NESJE, A.. Bacterial magnetite in lake sediments: late glacial to Holocene climate and sedimentary changes in northern Norway. **Earth Planetary Science Letters**, n.223, p.319-333, 2004.

PEREIRA, H. J., SANTOS, S. A.. **Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor**. Brasília: SEBRAE, 1995.

POWELL, W. W.. Neither market nor hierarchy: network forms of organizations. **Research in Organizational Behavior**, v.12, p. 295-336, 1990.

RAPOSO, M., SILVA, M. J.. Entrepreneurship: uma nova área do pensamento científico. **Revista de Gestão e Economia**, v.1, p.57-64, 2000.

STRADER, T. J.; SHAW, M. J.. Characteristics of electronic markets. **Decision Support Systems**, Amsterdam, v.21, n.3, p.185-198, 1997.

SZARKA, J.. Networking and Small Firms. **International Small Business Journal**, v.8, n.2, p.10-22, 1990.

SZILAGYI, A. D., SCHWEIGER, D. M.. Matching managers to strategies: a review and suggested framework. **Academy of Management Review**, v.9, n.4, p.626-637, 1984.

SCHUMPETER, J. A.. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultura, 1988.

TJOSVOLD, D., WEICKER, D.. Cooperative and competitive networking by entrepreneurs: a critical incident study. **Journal of Small Business Management**, v.31, n.1, p.11-21, 1993.

WEICK, K.. **The social psychology of organizing**. Reading: Addison-Wesley Publishing Company, 1969.

WILLIAMSON, O. E.. Economic institutions: spontaneous and intentional governance. **Journal of Law, Economics, and Organization**, Special Issue, p.159–87, 1991.

WILLIAMSON, O. E.. Comparative economic organization: the analysis of discrete structural alternatives. **Administrative Science Quarterly**, v.36, n.2, p.269–96, 1991.

WILLIAMSON, O. E.. **The mechanisms of governance**. New York: Oxford University Press, 1996.