



RELISE

INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO NA REGIÃO DO OESTE PAULISTA¹

INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS IN THE PROMOTION OF ENTREPRENEURSHIP IN THE WEST PAULISTA REGION

João Paulo Alves Broto²

Caio Cesar de Oliveira Silva³

Erika Mayumi Kato-Cruz⁴

Gustavo Yuho Endo⁵

Alvaro Costa Jardim Neto⁶

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo compreender como as redes sociais contribuem para o fomento ao empreendedorismo na região do Oeste Paulista. A instabilidade econômica foi um dos principais fatores que impulsionou o crescimento do empreendedorismo no Brasil, isso porque, o empreendedorismo se mostrou uma solução para parte dos brasileiros que buscaram mudar a própria realidade. De forma paralela, percebeu-se o crescimento do uso das redes sociais, que sustentam um vasto mercado de ideias e abrangem uma gama variada de usuários. Nesse contexto, o crescimento da comunicação é um acontecimento que promove transformações até mesmo nos processos de gestão das empresas, pois impulsiona a obtenção de resultados satisfatórios, como a venda de produtos e/ou serviços. Pelo exposto, a questão que norteou este trabalho foi a análise de como as redes sociais influenciam o crescimento do empreendedorismo. Tratou-se de um trabalho qualitativo, descritivo, do tipo estudo de caso, aplicado em uma comunidade online de fomento ao empreendedorismo da região do Oeste Paulista. A partir desse trabalho, foi possível perceber evidências do impacto positivo das redes sociais no desenvolvimento do

¹ Recebido em 26/02/2020. Aprovado em 03/03/2020.

² Universidade do Oeste Paulista. joao_broto@hotmail.com

³ Universidade do Oeste Paulista. caiocesarpvs@outlook.com

⁴ Universidade do Oeste Paulista. erikakatocruz@gmail.com

⁵ Universidade do Oeste Paulista. gustavo_endo@yahoo.com.br

⁶ Universidade do Oeste Paulista. alvarocosta.adm@gmail.com



RELISE

136

empreendedorismo na região, facilitando a comunicação e servindo de elo de aproximação entre empreendedores.

Palavras-chave: empreendedorismo, redes sociais, desenvolvimento regional.

ABSTRACT

This study aimed to understand how social networks contribute to the promotion of entrepreneurship in the western region of São Paulo. Economic instability was one of the main factors driving the growth of entrepreneurship in Brazil, because entrepreneurship proved to be a solution for some Brazilians who sought to change their own reality. At the same time, it was noticed the growth of the use of social networks, which support a vast market of ideas and encompass a wide range of users. Then, the growth of communication is an event that promotes transformations even in the management processes of companies, because it drives the achievement of satisfactory results, such as the sale of their products and/or services. For all these reasons, the question that guided this work was to analyze how social networks influence the growth of entrepreneurship. This was a qualitative, descriptive, case-study work, applied in an online community to promote entrepreneurship in the West Paulista region. From this work, we sought to find evidence that social networks positively impact the development of entrepreneurship in the region, facilitate communication and serve as a link between entrepreneurs.

Keywords: entrepreneurship, social networks, regional development.

INTRODUÇÃO

Atualmente a sociedade moderna está passando por profundas mudanças, o que exige das pessoas atitudes imediatas, ousadas, inovadoras e corajosas. Nesse contexto, o empreendedorismo tem se mostrado uma solução para uma parcela da população que busca mudar a realidade em que vive.

O assunto empreendedorismo vem sendo muito discutido nos últimos anos e representa um elemento importante para o desenvolvimento social e econômico da sociedade (GODINHO; TAKENAKA, 2016). Nesse sentido, o empreendedorismo surge como uma solução na vida de algumas pessoas,



RELISE

impulsionando-as a criarem algo novo e assumirem riscos, de modo a transformar a sua realidade.

Segundo Dornelas (2016), o empreendedor é o indivíduo que deve possuir a capacidade de observar o ambiente em que vive, visualizar uma oportunidade de negócio e, a partir disso, monetizar. Assim, deve analisar os riscos envolvidos no negócio e possuir paixão por ele.

O empreendedor precisa estar atento à dinâmica do ecossistema, formado por instituições e indivíduos que visam o crescimento regional por meio do empreendedorismo (CARVALHO, VIANA, MANTOVANI, 2016).

Nesse âmbito, chama-se a atenção para o uso das redes sociais nos últimos anos. Tais redes unem pessoas e organizações, de modo a facilitar sua comunicação e o compartilhamento de informações (TOMAEL, ALCARA, DI CHIARA, 2005). Para Marteleto (2001, p. 73), a dinâmica de uma rede “está voltada para a perpetuação, a consolidação e o desenvolvimento das atividades dos seus membros”.

As redes sociais têm como finalidade propiciar a conexão entre pessoas com interesses parecidos. Deste modo, nota-se que não é nenhum fator novo o fato de que na atualidade as redes sociais são utilizadas de forma tão intensa (FERREIRA JUNIOR; AZEVEDO, 2015).

Os argumentos apresentados vêm ao encontro da proposta do presente artigo de investigar como as redes sociais se relacionam com o fomento ao empreendedorismo.

Logo, tem como base a seguinte problemática: como as redes sociais contribuem para o fomento ao empreendedorismo na região do Oeste Paulista?

O presente artigo está organizado da seguinte forma: nessa primeira seção apresenta-se a introdução, juntamente com o problema de pesquisa; na segunda seção, tem-se a fundamentação teórica; na terceira seção, o percurso



RELISE

metodológico; na quarta seção, os resultados juntamente com as discussões e, por fim, as considerações finais.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Conforme afirma Hashimoto (2006, p. 74),

o empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas. É a busca do autoconhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas [...] [assim] pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas.

Nota-se que atualmente o assunto é largamente debatido no âmbito empresarial, econômico e acadêmico, dada sua relevância para o desenvolvimento econômico de uma sociedade; em outras palavras, a liderança empreendedora constitui a base do desenvolvimento econômico saudável (DORNELAS, 2008).

No que diz respeito ao Brasil, Dornelas (2008) afirma que o empreendedorismo teve o seu despertar a partir da década de 90 em razão das questões econômicas da época que apontavam para a criação de novos negócios como uma alternativa interessante.

A partir daí o empreendedorismo se popularizou como uma oportunidade para muitos brasileiros de sobreviver e ter seu próprio negócio (FERREIRA, 2012). Apesar disso, o Brasil ainda possui dificuldades para despontar como um país empreendedor. Filion (1999 apud BAGGIO, BAGGIO, 2014, p. 26) destaca alguns obstáculos presentes na realidade brasileira:

o primeiro deles é o da autoconfiança; o segundo obstáculo é uma consequência do primeiro e consiste na falta de confiança que existe entre os brasileiros; o terceiro é a necessidade de desenvolver abordagens próprias ao Brasil, que correspondem às características profundas da cultura brasileira; o quarto diz respeito à disciplina, ela



RELISE

139

se torna a condição da superação dos três primeiros obstáculos; o quinto se refere à necessidade de compartilhamento e o último obstáculo é o da burocracia.

Apesar disso, é possível apostar ainda no empreendedorismo como uma alternativa importante de crescimento econômico (CHIAVENATO, 2012). Destaque se dá à evolução na trajetória empreendedora de sujeitos que veem na inovação um caminho possível, alinhado ao advento da internet e das redes sociais (GODINHO; TAKENAKA, 2016).

As redes sociais, em especial, representam atualmente importante ferramenta de comunicação e divulgação de informações/produtos/serviços. Em partes tal sucesso se dá pela facilidade, baixo custo de investimento, globalização e alcance aos consumidores finais e/ou interessados (GODINHO; TAKENAKA, 2016).

Especificamente sobre a origem da ferramenta que inter-relaciona empresas e/ou pessoas, pode-se catalogar as primeiras experiências neste sentido em meados de 1995, em universidades dos Estados Unidos e Canadá, que objetivavam conectar os estudantes da faculdade uns com os outros através de uma plataforma chamada “*classmates*” (RECUERO, 2004).

A partir de então, muitas outras redes surgiram com diferentes objetivos e métodos de publicação (vídeos, fotos, músicas etc.), disseminando interesses e práticas similares por toda a sociedade. As redes sociais, nesse ínterim, assumem papel de relevância no empreendedorismo, considerando-se que estas podem facilitar e/ou condicionar o desenvolvimento de uma empresa, por meio da rede social de seus fundadores e o contexto social da organização; desse modo, podem facilitar a obtenção de recursos e o desenvolvimento de certas atividades (RAZZOLINI FILHO, 2010).

Neste sentido, nota-se a importância da ferramenta para o crescimento das empresas, com destaque para *startups*, difusão do conhecimento e aprendizagem (DAVIDSSON, HONIG, 2013).



RELISE

140

Em relação à performance, em um estudo sobre a importância das redes sociais na desenvoltura empresarial, Watson (2007, p. 83) aponta a importância das redes sociais para as empresas, de modo que “a intensidade de acesso aos elementos da rede, é ainda mais fundamental para a sobrevivência, sendo a variedade de atores mais importante para o crescimento”.

Oportuno mencionar também que as redes como ferramentas sociais contribuem para o sucesso empresarial uma vez que viabilizam a difusão comercial de produtos e/ou serviços. Nesse sentido, segundo Okada e Souza (2011), uma relação comercial de sucesso depende da abordagem de *marketing* utilizada, da difusão das ideias e da linguagem da empresa com seu público.

Logo, empreendedorismo, inovação, criação e difusão comercial são processos coletivos ou sociais que interagem continuamente com o assunto de redes sociais, por isso a sua relação com o processo empreendedor (OKADA; SOUZA, 2011). Para Razzolini Filho (2010, p. 71),

à medida em que uma empresa é criada, existe a procura por sua consolidação e crescimento no mercado, o que vai depender diretamente da evolução em suas redes de relacionamentos, tornando, em geral, mais diversificados e mais amplos seu panorama comercial. O ponto de partida para o estudo de empreendedorismo através de redes sociais é, então, a relação ou transação entre essas pessoas conectadas.

Portanto, as redes sociais possuem importância significativa para o contexto empreendedor na medida em que fomentam as atividades e se fazem valer dos benefícios que as interações proporcionam.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo contou com uma abordagem qualitativa que, segundo Denzin e Lincoln (2006, p. 17), “envolve uma abordagem naturalista,



RELISE

interpretativa, para o mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender, ou interpretar, os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem”.

Para o desenvolvimento do presente estudo inicialmente realizou-se a coleta de dados de forma bibliográfica com vista a buscar fundamentos teóricos para a pesquisa (LIMA; MIOTO, 2007). Também como um meio de coleta de dados foi efetuada uma pesquisa exploratória, que são averiguações de pesquisas empíricas com o objetivo de melhor contextualizar o problema (MARCONI; LAKATOS, 2017).

A partir daí, trabalhou-se um estudo de caso aplicado em uma rede social de empreendedores e pessoas interessadas em abrir e desenvolver um negócio atuante na região do Oeste Paulista. De acordo com Gil (1999, p. 58), o estudo de caso “é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante os outros delineamentos considerados”.

Os sujeitos da pesquisa foram dois especialistas em empreendedorismo, participantes da rede (um empreendedor e um representante do poder público), e a coleta dos dados foi realizada por meio de entrevistas, de modo a conhecer a dinâmica da rede social em questão, bem como a sua influência para o empreendedorismo da região. De forma complementar, também foram realizadas observações assimétricas na rede em questão, como forma de triangular os dados coletados.

Para a análise de dados foi aplicada a análise de conteúdo que, segundo Bardin (2011), é feita de modo sistemático, com pré-análise, exploração do material e análise dos resultados e interpretações.



RELISE

142

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise das entrevistas inicialmente apontou que a região do Oeste Paulista “sopra bons ventos” para o empreendedorismo. Segundo um dos entrevistados esse cenário otimista, teve início, principalmente após a realização da *Startup Weekend* realizada na cidade de Presidente Prudente em abril de 2017, que conseqüentemente ocasionou a criação da rede social em questão, com o intuito de articular e organizar uma rede de empreendedores e trazer outros apaixonados por inovação para a região do Oeste Paulista, criando laços e mantendo relações com foco no desenvolvimento e aprimoramento de conhecimento. Segundo informações extraídas da Página Oficial da rede no Facebook (2019, n.p.), trata-se de “uma comunidade empreendedora do Oeste Paulista que reúne *startups* e agentes de empreendedorismo e inovação da sociedade”.

Além disso, consta na descrição da referida página no Facebook (2019, n.p) que o objetivo da rede é

que tenhamos mais startups (empresas inovadoras de alto impacto) de sucesso em nossa região. E a principal maneira que fomentamos isso é possibilitando/melhorando a conexão das pessoas, empresas, instituições, para que tenhamos mais *startups*, e que estas alcancem sucesso mais rápido e fácil!

Inicialmente, os entrevistados foram questionados acerca de suas visões sobre o empreendedorismo na região. O entrevistado 1 apontou um crescimento acelerado, principalmente entre os jovens que buscam ter seu próprio negócio e, além disso, declarou que considera o empreendedorismo a melhor saída para o desenvolvimento da região, pois permite o desenvolvimento de habilidades e competências. Nesse mesmo sentido, o entrevistado 2 afirmou ver um “potencial fantástico” e notou “forte crescimento” nos últimos dois anos do empreendedorismo na região do Oeste Paulista, especialmente com a criação de *startups*.



RELISE

Nota-se que os dois entrevistados foram uníssonos ao relatarem que o empreendedorismo possui um papel muito importante para o desenvolvimento do Oeste Paulista, o que condiz com a fala de Dornelas (2008) quando cita sobre o conceito de empreendedorismo e sua importância para que ocorra um desenvolvimento econômico saudável.

Descrevendo como se deu a criação da rede social em análise, o entrevistado 1 justificou que assim como diversas cidades se organizam naturalmente em comunidades, na cidade não foi diferente, de modo que após a primeira edição do *Startup Weekend*, em abril de 2017, articulou-se a organização da comunidade de empreendedores.

A respeito da proposta do grupo, ambos entrevistados afirmaram que o objetivo de criação era o agrupamento de pessoas para fomentar o empreendedorismo, divulgar ações (cursos, encontros, workshops, palestras), possibilitar acesso a novos conhecimentos e boas parcerias, bem como, difundir ideias e notícias de interesse de seus membros, notadamente nas áreas de empreendedorismo e inovação.

No tocante aos ideais do grupo, nota-se que este possui como objetivo principal levar conhecimento às pessoas, realizar uma troca de experiências entre os membros da comunidade, além de estimular a criação de novos projetos, com o auxílio de divulgações feitas pelas redes sociais.

Os entrevistados informaram que inicialmente o grupo era formado por pessoas que participaram da *Startup Weekend* e dos *Hackathons*, dois eventos da área realizados na cidade, mas, atualmente, é um grupo bem eclético, composto por universitários, profissionais liberais, empresários e demais interessados por empreendedorismo, tecnologia e inovação. Cumpre-se salientar que de acordo com o informado pelos entrevistados, o êxito da comunidade se deu em razão da diversidade dos seus protagonistas.



RELISE

144

No tocante à contribuição do grupo para o fomento ao empreendedorismo na região, o entrevistado 1 relatou que em razão do grupo se articular livremente, sem qualquer hierarquia ou comando, seus integrantes difundem e organizam eventos, buscando debater assuntos ligados ao empreendedorismo, o que ajuda no fomento e divulgação. Por sua vez, o entrevistado 2 afirmou que houve, a partir do grupo, aumento de conhecimento e de oportunidades de desenvolver novas competências e novas parcerias. Nesse contexto, Hashimoto (2006) destaca os benefícios do empreendedorismo, tanto para o indivíduo empreendedor quanto para a sociedade de modo geral.

Quando questionados acerca das pessoas e instituições consideradas importantes nesse processo, o entrevistado 1 explicou que “um ecossistema saudável deve ser composto por toda a comunidade: instituições de ensino e de fomento, instituições de apoio, sistema ‘S’, governo municipal, investidores, mercado, incubadoras e empreendedores”. O entrevistado 2 complementa dizendo que “todos são importantes e bem-vindos, justamente a ideia é que seja algo orgânico, sem uma bandeira, sem um rosto... Melhorando a região, melhora para todo mundo! Fim da Era do EGO, começo da Era do ECO!”.

As opiniões dos entrevistados corroboram com as opiniões de Carvalho, Viana e Mantovani (2016), os quais reforçam o papel dos ecossistemas empreendedores formados por instituições e indivíduos engajados no desenvolvimento regional.

Por fim, a seguinte pergunta foi formulada para os dois entrevistados: com base no que têm vivenciado, “o que ainda precisa melhorar? Quais caminhos vislumbra para o futuro do empreendedorismo na região do Oeste Paulista?”.

A resposta do entrevistado número 1 foi: “maior envolvimento das instituições, que precisam articular-se oficialmente com o grupo e a sociedade;



RELISE

145

maior atuação de empresários e maior visibilidade dos ‘cases’ de sucesso locais, pois isso fomenta e incentiva cada vez mais ações, atraindo novos integrantes”. Já o segundo, afirmou que “de forma geral, muita coisa boa aconteceu em poucos anos, minha expectativa, é que os anos vindouros serão ainda melhores. Acredito que entraremos em uma nova fase e com muitas oportunidades”.

Por todo o exposto, foi possível verificar a importância da criação de projetos e ambientes como a rede social em análise, planejados com o intuito de promover contatos e estreitar laços entre empreendedores da região, para que juntos possam desenvolver projetos, *startups* e auxiliar demais pessoas interessadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para a realização deste trabalho foram analisados dados sobre uma das ferramentas que auxiliam no fomento ao empreendedorismo, as redes sociais. Além disso, analisou-se também como tais grupos com objetivos e interesses em comum podem facilitar o acesso a informações e a realização de parcerias inovadoras e projetos diferenciados.

Em razão da forte presença diária e sua dinâmica, as redes sociais contribuem para o desenvolvimento e melhoramento do empreendedorismo. Pode-se associar ao conceito de empreendedorismo tudo aquilo que implica em uma nova concepção, uma nova maneira de pensar, de agir e de ter iniciativas. Logo, o empreendedor é aquele que busca criar algo diferente e com valor agregado, assumindo riscos.

Assim, estando as redes sociais interligadas com a forma de agir e pensar do homem, estas podem impactar positivamente no avanço do empreendedorismo, de modo que a implantação e a utilização dessas ferramentas são significativas para o fomento ao empreendedorismo.



RELISE

Por meio das redes sociais as pessoas são informadas de eventos organizados por essas comunidades, bem como, trabalhos promovidos por elas, de modo que assim, possam se interessar e posteriormente, se relacionar e conjuntamente realizarem trabalhos e pesquisas conjuntos, como o desenvolvimento de *startups*.

A análise também permitiu observar que a reunião e o agrupamento de pessoas empreendedoras, como a rede social em análise, constitui uma excelente forma de aprendizado, uma vez que interessados e especialistas em empreendedorismo se reúnem com o intuito de mutuamente oferecer e receber ajuda, buscar soluções e fazer o melhor, seja para a empresa, para o empreendedor e para a sociedade de modo geral.

O estudo de caso, assim, pôde evidenciar tal questão com foco no desenvolvimento e na melhoria do empreendedorismo na região do Oeste Paulista. Tal fato confirma a relevância de investimentos nessas medidas: divulgação, propaganda, e informação, para que os resultados sejam visíveis na economia e no crescimento local.

Portanto, após as análises das informações coletadas, pode-se concluir que o presente estudo teve seus objetivos alcançados, uma vez que os resultados desta pesquisa demonstraram a importância da utilização da internet e das redes sociais para a divulgação, integração e interação de pessoas empreendedoras ou comunidades relacionadas ao tema e seus desdobramentos e até mesmo aqueles interessados em tecnologia e inovação.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, A. F., Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, 1(1): 25-38, 2014.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.



RELISE

147

CARVALHO, L. M. C; VIANA, A. B. N; MANTOVANI, D. M. N. O Papel da Fapesp no Ecosistema Empreendedor do Estado de São Paulo. **RACEF – Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace**. v. 7, n. 1, Ed. Esp. Ecosistemas de Inovação e Empreendedorismo, p. 84-101, 2016.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas**. 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2012.

DAVIDSSON, P. HONIG, B. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. **Journal of Business Venturing**, 2013. 18: 301-331.

DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. (Orgs.). **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 15-41

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6.ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

FACEBOOK. Site institucional. **Green Sauce Valley. Sobre**. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/pg/greensaucevalley/about/?ref=page_internal>. Acesso em: 23 abr. de 2019.

FERREIRA JUNIOR, Achilles; AZEVEDO, Ney. **Marketing Digital: uma análise do mercado 3.0** [livro eletrônico]. 1.ed. Curitiba: InterSaber, 2015.

FERREIRA, Luis Fernando Filardi et al . Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. **Gest. Prod.**, São Carlos , v. 19, n. 4, p. 811-823, Dec. 2012 .

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GODINHO, A. B; TAKENAKA, E. M. M. [orgs] **Destaque-se em 7 textos: Inovação e empreendedorismo na ciência e na prática**. Curitiba – Brasil: EDITORA CRV, 2016.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.



RELISE

148

LIMA, T. C. S.; MIOTO, R. C. T. Procedimento metodológico na construção do conhecimento científico: A pesquisa bibliográfica. **Katálysis**, vol. 10, pp. 37-45, 2007.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa**. 8. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2017.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**. Brasília, v.30, n.1, p. 71-81, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, 2001.

OKADA, I. S; SOUZA, E. M. Estratégia de Marketing Digital na Era das Redes Sociais. **Rev. Bras. Mark.**, São Paulo, SP, Brasil. e-ISSN: 2177-5184, 2011.

RAZZOLINI FILHO, E. **Empreendedorismo**: dicas de planos de negócios para o século XXI. Curitiba, Ibpex, 2010.

RECUERO, R. C. **Teoria das Redes e Redes Sociais na Internet**. In: XXVII INTERCOM, na PUC/RS em Porto Alegre. Set, 2004.

TOMAEL, Maria Inês; ALCARA, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes sociais à inovação. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, Aug. 2005.

WATSON, J. Modeling the relationship between networking and firm performance. **Journal of Business Venturing**, 22: 852-874, 2007.