

**ARTIGOS**  
**ARTÍCULOS**  
**ARTICLE**

**EMPREENDEDORISMO, INOVAÇÃO E REDES: UMA NOVA ABORDAGEM**

**EMPREENDEDORISMO, INNOVACIÓN Y REDES: UN NUEVO ABORDAJE**

**ENTREPRENEURSHIP, INNOVATION AND NETWORKS: A NEW APPROACH**

*Por:*

**GLÁUCIA VASCONCELOS VALE, PUC-MG**

**JOHN WILKINSON, UFRRJ**

**ROBSON AMÂNCIO, UFLA**

*RAE-eletrônica*, v. 7 n. 1, Art. 7, jan./jun. 2008

<http://www.rae.com.br/eletronica/index.cfm?FuseAction=Artigo&ID=4331&Secao=ARTIGOS&Volume=7&Numero=1&Ano=2008>

---

©Copyright, 2008, RAE-eletrônica. Todos os direitos, inclusive de tradução, são reservados. É permitido citar parte de artigos sem autorização prévia desde que seja identificada a fonte. A reprodução total de artigos é proibida. Os artigos só devem ser usados para uso pessoal e não-comercial. Em caso de dúvidas, consulte a redação: [raeredacao@fgv.br](mailto:raeredacao@fgv.br).

A *RAE-eletrônica* é a revista on-line da FGV-EAESP, totalmente aberta e criada com o objetivo de agilizar a veiculação de trabalhos inéditos. Lançada em janeiro de 2002, com perfil acadêmico, é dedicada a professores, pesquisadores e estudantes. Para mais informações consulte o site [www.rae.com.br/eletronica](http://www.rae.com.br/eletronica).

---

*RAE-eletrônica*  
ISSN 1676-5648  
©2008 Fundação Getúlio Vargas – Escola de Administração  
de Empresas de São Paulo.



**FUNDAÇÃO  
GETULIO VARGAS**



Escola de Administração  
de Empresas de São Paulo

## RESUMO

Uma das vertentes da atual literatura sobre empreendedorismo, vislumbra o empreendedor como um criador de redes. Destoando da concepção dominante do empreendedor como um ator atomizado e individualista, traz interessantes desdobramentos, tanto no plano teórico quanto da observação empírica. Apresenta, no entanto, algumas limitações, particularmente no tratamento do tema em um mundo caracterizado por um vertiginoso processo de transformação, onde a inovação representa a mola mestra. O presente artigo aborda essa problemática e mostra como é possível superar as limitações teóricas, por meio de uma associação com a literatura neo-schumpeteriana mais recente, centrada na temática da inovação. Demonstra que a união entre essas duas abordagens pode trazer relevantes contribuições para uma melhor compreensão do fenômeno do empreendedorismo e seu impacto na sociedade pós-industrial.

## PALAVRAS-CHAVE

Empreendedor, redes, inovação, mudança, crescimento.

## ABSTRACT

*One of the strands in current literature on entrepreneurship perceives the entrepreneur as a creator of networks. In contrast to the dominant concept of the entrepreneur as a self-sufficient and individualistic player, this literature introduces some interesting developments, both at the theoretical level as well as in terms of empirical observation. It does, however, have its limitations, particularly in its treatment of the topic in a world that is characterized by a breathtakingly fast transformation process, where innovation is the driving force. This paper takes a look at this problem and shows how it is possible to overcome theoretical limitations by associating them with the most recent innovation-centered neo-Schumpeterian literature. It shows that the union between these two approaches can make a relevant contribution to a better understanding of the phenomenon of entrepreneurship and its impact on a post-industrial society.*

## KEYWORDS

*Entrepreneur, networks, innovation, change, growth.*

## **INTRODUÇÃO**

As várias concepções hoje existentes sobre o empreendedor demonstram o caráter rico e multifacetado desse ator: pessoa que assume riscos em condições de incerteza, fornecedor de capital financeiro, decisor, líder industrial, gestor ou executivo, dono de empresa, contratante, árbitro no mercado, entre outros. Estas distintas acepções geraram, muitas vezes, diferentes desdobramentos teóricos e abordagens empíricas (NAIR, PANDEY, 2006).

Duas visões, em particular, são de interesse no presente trabalho: a do empreendedor como articulador de redes e a do empreendedor como agente de inovação. Tais abordagens, embora independentes, poderiam ser unidas na proposição do empreendedor como criador de redes submetidas a graus variados de inovação. A associação entre elas permitirá, como será mostrado, uma melhor compreensão do fenômeno do empreendedorismo e sua influência na sociedade pós-industrial. Na concepção do empreendedor como um criador de redes existe, implicitamente, uma crítica à noção dominante que o vê como um ator atomizado e auto-suficiente. Ao contrário, o empreendedor pode ser vislumbrado como um articulador, com capacidade de unir e conectar diferentes atores e recursos dispersos no mercado e na sociedade, agregando valor à atividade produtiva (VALE, 2004, 2005, 2006, 2007). Já a concepção do empreendedor como agente de inovação remonta a Schumpeter.

O vertiginoso processo de mudança que caracteriza o mundo atual ensejou o renascimento e a ampliação das proposições deste autor, agora inseridas no cerne das preocupações dos neo-schumpeterianos, conhecidos por sua ênfase no papel das instituições e no esforço para melhor compreender o fenômeno da evolução socioeconômica. Pretendemos mostrar as vantagens advindas da associação destas duas concepções. Iniciamos com a temática do empreendedor como um coordenador e aglutinador de recursos. Abordamos, em seguida, a problemática do empreendedorismo e inovação. Demonstrando a relevância e as limitações da primeira abordagem, propomos, ao final, uma união. Tal associação permitirá uma melhor compreensão do fenômeno do empreendedorismo e sua íntima associação com a transformação social e o crescimento econômico.

## **EMPREENDEDORISMO E CRIAÇÃO DE REDES**

A literatura clássica sobre empreendedorismo registra a compreensão do papel do empreendedor como agente capaz de cooperar com outros agentes. Adam Smith, no século XVII, salientava que uma das

características inerentes ao capitalismo era a capacidade de levar ao máximo, por um lado, a busca do auto-interesse e, por outro, a necessidade de cooperação. Hirschman (1958), nas reflexões sobre capitalismo e desenvolvimento econômico, salienta a necessidade de calibrar a imagem corrente dominante do empreendedor enquanto um individualista, com certos elementos de cooperação.

A habilidade empreendedora inclui, também, a capacidade de “operacionalizar acordos entre todas as partes interessadas, tais como o inventor do processo, os parceiros, o capitalista, os fornecedores de peças e serviços, os distribuidores, [...] de garantir a cooperação de agências governamentais [...], de manter relações bem-sucedidas com os trabalhadores e o público”. (HIRSCHMAN, 1958, p. 17, tradução nossa).

Para Barth (1966), que analisou modelos de organização tradicional, a habilidade de romper ou quebrar barreiras e de transpor esferas de intercâmbio situa-se na própria essência da atividade empreendedora. Bonhann e Dalton (1962), analisando o mercado de trabalho em regiões da África, identificaram o papel relevante exercido por um terceiro elemento, que atua como o intermediador entre diferentes grupos sociais e culturais, no processo de realização do valor econômico de certos bens. Várias vertentes teóricas mais recentes permitem, de maneira explícita ou não, vislumbrar o empreendedor como um agente de conexão. No contexto da teoria dos custos de transação (COASE, 1937; WILLIAMSON, 1975, 1992, 1996, 2006), o empreendedor ou a empresa atua, basicamente, como elemento de coordenação e de conexão. O empreendedor é visualizado como aquele que busca a melhor combinação possível de diferentes recursos produtivos, situados dentro ou fora da empresa, criando uma unidade produtiva em melhores condições de negociar no mercado. Apesar de algumas citações eventuais e esporádicas, a visão do empreendedor como um agente de intermediação e de criação de redes não mereceu uma reflexão mais estruturada, até mais recentemente. Tal abordagem foi elaborada por Leibenstein (1968) e aperfeiçoada por Granovetter (1973, 1985, 1994, 2001, 2005), com seus trabalhos sobre o “poder dos laços fracos” e “*embeddedness*”, e Burt (1992a, 1992b, 1997, 2000, 2001), sobre a estrutura social da competição. As reflexões aí geradas continuam em plena evolução (BIRLEY, 1986; ALDRICH, ZIMER, 1997; CHELL, 2000; PAIVA, GONÇALVES; 2005; VASCONCELLOS, 2007; PARDINI, BRANDÃO, 2007).

Para Leibenstein (1968), o empreendedor é um agente capaz de transpor vazios e brechas de mercado e, conseqüentemente, usufruir, em condições privilegiadas, de vantagens daí advindas. O empreendedor é dotado de uma capacidade de associar e de complementar o conjunto ideal de insumos

necessários a um determinado processo produtivo (*input completing capacity*). Salienta que “as capacidades de somar e complementar insumos e a de preencher vazios representam as características distintivas dos empreendedores” (1968, p. 75, tradução nossa). Os verdadeiros empreendedores atuam no sentido de desobstruir ou desbloquear algumas rotas, preenchendo descontinuidades existentes nas redes. Geram, assim, novas rotas e expandem o mercado. O autor reconhece, no entanto, que o ato de empreender pode, eventualmente, gerar novas obstruções e obstáculos, quando provoca o surgimento de monopólios.

As análises de Granovetter apresentam grande identidade com as de Leibenstein. Discorrendo sobre o “poder dos vínculos fracos”, salienta que, quanto mais fortes os vínculos conectando dois indivíduos, mais similares são. Enquanto vínculos fortes sugerem redes (comunidades ou conjuntos) coesas e interconectadas, vínculos fracos sugerem contatos e relacionamentos eventuais e superficiais, que se estabelecem entre diferentes redes. Granovetter recorre ao conceito de “ponte”, ou seja, “uma linha em uma rede que provê a única passagem entre dois pontos”, e destaca sua importância como forma de conexão entre dois setores ou conjuntos, de outra maneira desconectados, e vincula tais pontes à presença de vínculos fracos. O empreendedor, nesse contexto, é o agente capaz de estabelecer pontes e de gerar conexões, reunindo e somando recursos produtivos valiosos. Tal tarefa não é trivial, pois requer, entre outras coisas, a habilidade de mobilizar recursos sociais através de redes de solidariedade e de obrigações. Apenas onde existe diferenciação no interior da estrutura social é possível o surgimento do empreendedor, pois tal fato permite a ele captar e conectar recursos produtivos socialmente dispersos. Em agrupamentos mais homogêneos, tais recursos estariam, de certa forma, trancados e inseridos em redes sociais indiferenciadas, baseadas, por exemplo, em vínculos de família, e não poderiam, conseqüentemente, ser mobilizados. Granovetter também procura mostrar como a atividade econômica é implementada não por indivíduos, isoladamente, mas por grupos que o empreendedor consegue fazer cooperar, em entidades mais abrangentes como empresas, indústrias e agrupamentos interindustriais.

Burt amplia as considerações de Granovetter sobre “laços fracos” e procura conceber um modelo de competição econômica baseado na estrutura do relacionamento social e no conceito de “buraco estrutural”. Para o autor, as relações sociais constituem um tipo especial de capital – designado “capital social” –, tão fundamental para a competitividade de um ator quanto o capital humano ou o capital financeiro. A importância imputada a este tipo de ativo advém do fato de a competição ser imperfeita e a informação não fluir de maneira livre e completa. Laços e contatos garantem informações, abrem acesso e geram oportunidades diferenciadas. O buraco estrutural é uma brecha ou

lacuna que se forma entre dois atores (individuais ou coletivos), situados em grupos sociais ou redes distintas, sem conexão entre si, que detêm recursos complementares.

O que interessa em uma rede, segundo Burt, não é, exatamente, “a força do vínculo fraco mas, sim, o buraco estrutural que este é capaz de atravessar” (2001, p. 29, tradução nossa) e o número de contatos não redundantes. As lacunas são vislumbradas, no contexto empresarial, como oportunidades a serem preenchidas por um terceiro elemento – o empreendedor. O empreendedor é a pessoa capaz de agregar valor à atividade produtiva, intermediando as conexões entre as outras. Na essência do empreendedorismo situa-se a habilidade de colocar juntas peças de outra maneira desconectadas. Nessa acepção, as vantagens competitivas do empreendedor estariam associadas à sua capacidade de acesso a tais buracos no mercado, garantida por uma rede de laços e conexões.

O primeiro empreendedor a construir as pontes gozaria de maiores vantagens do que aqueles que o sucedessem. À medida que novos intermediários entram no mercado, haveria uma tendência a uma taxa de retorno decrescente, em direção ao ponto de equilíbrio, em que o valor é marginalmente mais elevado do que o custo de transpor o buraco ou vazio. Não existiria, no ponto de equilíbrio, vantagem competitiva para uma nova pessoa que atravessa buracos estruturais, devido ao fato de um número suficiente de pessoas já possuir redes entre buracos estruturais, de maneira a eliminar o valor para as demais pessoas que assim procederem. Para Burt, o diferencial competitivo de um ator (empresa ou indivíduo), na concorrida arena do mercado, é dado, exclusivamente, por sua posição e localização em uma rede. Considera que competição é um problema de relações e não de atributos dos jogadores. Tal proposição contrapõe-se a algumas vertentes teóricas, incluindo as que abordam o tema do empreendedorismo baseado em atributos de personalidade, na possibilidade de formação profissional ou, ainda, na capacidade distintiva de inovação. Este último aspecto, em particular, é do nosso interesse. A concepção teórica hoje disponível para tratar o empreendedor enquanto articulador de redes, embora importante e crescentemente utilizada (JACKS e outros 2004, 2005; JACKS, ANDERSON, 2002), é insuficiente para captar o fenômeno em sua inteireza, sobretudo no contexto do mundo atual, caracterizado por vertiginoso processo de transformação, em que a inovação e o conhecimento são as molas mestras.

Para demonstrar isso vamos recorrer a algumas das principais propostas teóricas hoje existentes na literatura, para tratar o tema do empreendedor e suas associações ao crescimento econômico. Nesse contexto, duas, em particular, são de nosso interesse, por suas posições polares: a do empreendedor como um agente de equilíbrio e a do empreendedor como um agente de ruptura. As atuais proposições sobre empreendedorismo e redes apresentam maior sintonia com a primeira. Um de seus

expoentes é Kizner (1982), que vislumbra o empreendedor como um indivíduo que atua no sentido de promover o equilíbrio no sistema econômico. Na outra extremidade situa-se Schumpeter (1939, 1979, 2005) e seus sucessores, que visualizam o empreendedor como um agente de desequilíbrio e de ruptura no mercado. O empreendedor de Kizner seleciona oportunidades que são estabilizadoras. Encontra-se em permanente estado de alerta, buscando novas oportunidades, capazes de conectar, via arbitragem, mercados isolados, previamente desconectados. Procura atender necessidades não satisfeitas e superar ineficiências e deficiências existentes no mercado. Não só é capaz de usufruir de lucros diferenciados, como também expõe, nesse processo, as discrepâncias de preços existentes entre distintas realidades e diferentes mercados. Assim procedendo, desperta, em uma segunda fase, a atenção de outros empreendedores, buscando a mesma oportunidade, que termina, finalmente, por se esvaír. Já na linha de abordagem dos neo-schumpeterianos, o empreendedor é um criador de instabilidade e de destruição criativa. Seleciona oportunidades que geram desequilíbrios no ambiente econômico, como será visto, a seguir.

## **O EMPREENDEDOR COMO AGENTE DE INOVAÇÃO**

A proposta do empreendedor schumpeteriano, como aquele que introduz a inovação, gera desequilíbrio e provoca crescimento no sistema econômico, não é compartilhada por Kirzner. Schumpeter destaca o papel fundamental da inovação no ato de empreender e seu impacto no crescimento econômico. Distingue entre invenções (novas idéias e conceitos) e inovações (uma nova combinação de recursos produtivos). Segundo o autor, o desenvolvimento é possível quando ocorre inovação. Existem, segundo ele, cinco diferentes tipos de inovação: i) introdução de novos produtos no mercado ou de produtos já existentes mas melhorados; ii) novos métodos de produção; iii) abertura de novos mercados; iv) utilização de novas fontes de matérias-primas; e v) surgimento de novas formas de organização de uma indústria.

O empreendedor é, por excelência, o agente detentor dos “mecanismos de mudança”, com capacidade de explorar novas oportunidades, pela combinação de distintos recursos ou diferentes combinações de um mesmo recurso. As inovações podem contrabalançar ou compensar a tendência a taxas de retorno decrescentes na indústria ou na economia em geral. A habilidade de identificar e perseguir novas formas de associação de recursos e novas oportunidades no mercado é a atividade empreendedora por excelência. Gera, permanentemente, desequilíbrios, tornando possível a

transformação e o crescimento. Segundo o autor, designa-se por empresas a implementação de novas combinações, e por empreendedores, aqueles cuja função é viabilizá-las. O empreendedor é alguém “capaz de realizar coisas novas ou de fazer de novas maneiras coisas que vinham sendo feitas” (1939, p. 56, tradução nossa).

A temática da inovação e da capacidade empreendedora tem sido intensamente pesquisada (RICKARDS, 2000; PASTRO, 2001; HUNG, MONDEJAR, 2005; VALE, 2006, 2007). Destaca-se, nesse contexto, a literatura que associa inovação e crescimento econômico. Entre seus expoentes situa-se Metcalfe (2003). Segundo o autor, para compreender a natureza incansável do capitalismo contemporâneo, é necessário situar a noção do empreendedor no cerne da análise, pois o empreendedor é o agente crucial, cujo papel é de gerar novos conhecimentos econômicos. Salienta que o mais importante aspecto do moderno capitalismo não é, apenas, que o conhecimento gera novos conhecimentos, mas que o empreendedorismo cria mais empreendedorismo, através das instituições do mercado. Para Metcalfe, o capitalismo é fortemente ordenado, mas incansável, pois “como sistema não pode, jamais, estar em equilíbrio, pois o conhecimento não pode nunca estar em equilíbrio” (2003, p. 20, tradução nossa) e o empreendedor é o *locus* de experimentação na geração de novos conhecimentos. A sociedade moderna caracteriza-se, segundo o autor, não só pela existência de tecnologias sociais cada vez mais ligadas ao conhecimento, mas também pela presença substancial de tecnologias físicas, capazes de armazenar e de transmitir informações, aumentando, de maneira significativa, o número de indivíduos capazes de usufruir de tais condições. Na linha de abordagem neo-schumpeteriana, o empreendedor é um criador ou desbravador de novas oportunidades, capaz de alterar, eventualmente, o próprio paradigma tecnológico ou produtivo existente.

Podemos considerar que existe, no campo das proposições teóricas, grande sintonia entre os pressupostos inerentes à abordagem das redes e à abordagem do empreendedor como agente de equilíbrio. O empreendedor aí atua conectando recursos dispersos mas conhecidos, presentes em diferentes redes ou grupo sociais, lançando mão, para isso, de conexões e contatos privilegiados. Vai, assim, ocupando e preenchendo os espaços vazios mas facilmente perceptíveis no mercado. No entanto, o ato de empreender encontra-se, também, associado à habilidade de, permanentemente, forjar novos e revolucionários conceitos de negócios, reunindo recursos que poderiam parecer, à primeira vista, mesmo incompatíveis entre si. Isso pode ser demonstrado empiricamente, recorrendo a um caso emblemático: o da invenção da máquina a vapor por James Watt, técnico da Universidade de Glasgow, no século XVIII. Tal fato deflagrou o processo da revolução industrial. Observando o trabalho de uma simples bomba de tirar água de uma mina de carvão, que havia sido inventada por Thomas Newcomen,

de Derbyshire, Watt resolveu adicionar alguns pequenos componentes, de maneira a dotar o equipamento de uma capacidade mais generalizada de uso. Recorreu, na sua empreitada, à ajuda de um conhecido que dominava a arte da fundição. Surgiu, a partir dessa associação, o motor a vapor, que era uma máquina de uso mais geral, capaz de substituir a tração animal pela mecânica. Nos 25 anos seguintes foram fabricadas e vendidas 500 dessas máquinas para usos diversos. Essa invenção tornou possível romper o paradigma existente ao longo de toda a história humana, que associava qualquer esforço à necessidade da presença de uma criatura viva ou a forças da natureza. Tal inovação permitiu o deslocamento das unidades fabris do campo para as cidades – a exemplo das serrarias, que puderam deixar as proximidades das quedas-d'água e foram se localizar próximas à mão-de-obra e ao mercado – e, posteriormente, o nascimento de aglomerações produtivas urbanas.

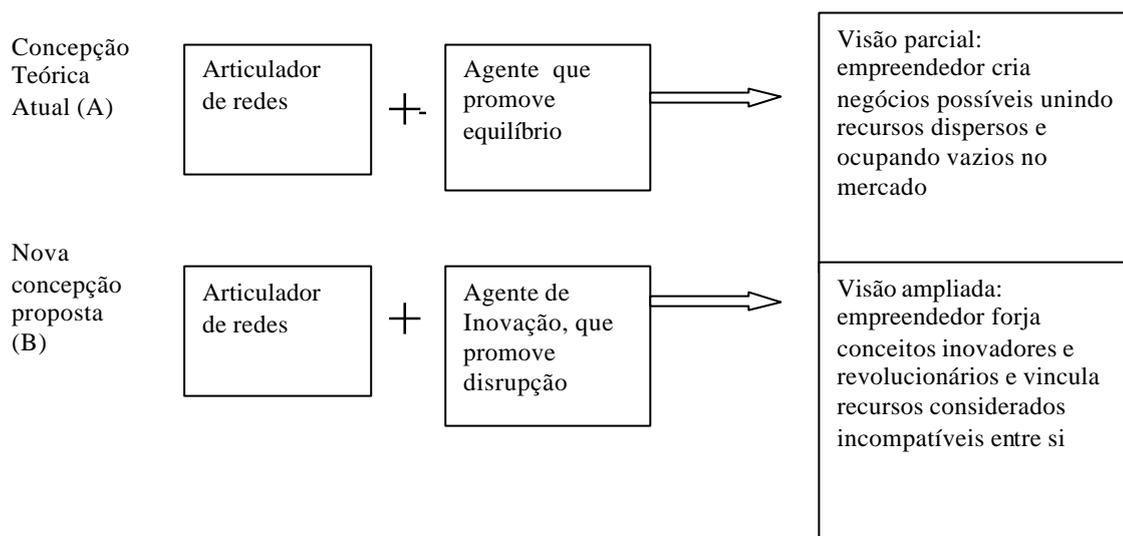
A análise desse caso concreto possibilita constatar, ao mesmo tempo, sua adequação às proposições sobre empreendedorismo, inovação e ruptura – como defendidas pelos neo-schumpeterianos – e a sua baixa aderência às concepções teóricas advindas da atual abordagem das redes sociais, onde estas são visualizadas como uma topologia estável ou de evolução gradual e contínua – como explicitadas por Granovetter ou Burt. Nesse exemplo emblemático não havia, previamente, no contexto das referências e paradigmas produtivos dominantes na sociedade, uma brecha ou um buraco estrutural a ser superado com uma ponte. Coube ao empreendedor conceber, inclusive, uma oportunidade completamente nova, um revolucionário conceito de negócio e de produto, introduzindo uma inovação capaz de desencadear, no mercado, uma nova onda de transformações e novos ciclos de negócios. O empreendedor situa-se, aí, como um agente de articulação de redes – mas não de superação de buracos estruturais – e, também, como um agente fundamental de inovação, ruptura e descontinuidade. Tais constatações ensejam uma revisão na literatura corrente sobre redes e sua associação à inovação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como visto, a proposta do empreendedor que usufrui das descontinuidades e vazios do mercado, embora interessante, é limitada e incompleta, sendo incapaz de captar, em sua inteireza, os temas da inovação e da ruptura. O diagrama a seguir (diagrama 1) apresenta a concepção teórica atual (A) – na qual existe grande identidade entre as abordagens do empreendedor como um agente que articula ou forja redes e a do empreendedor como um agente de equilíbrio. Para superar as limitações aí presentes, apresentamos uma nova proposição (B), que associa a abordagem das redes com concepções advindas

da literatura do empreendedor como um agente de inovação, gerador de rupturas e desequilíbrios no mercado.

Figura 1 - As diferentes visões do empreendedor como um articulador de redes e suas associações ao crescimento



A primeira concepção (A) possui um escopo mais limitado. A percepção ou identificação da presença de alguma descontinuidade econômica só pode existir no contexto de um dado paradigma produtivo, associado ao padrão tecnológico existente. No entanto, alguns tipos de inovação são capazes de romper, inclusive, com o próprio paradigma existente. Quando isso ocorre, não existe, previamente, uma noção de “brecha estrutural” a ser transposta ou de vazio no mercado a ser preenchido. Grandes inovações podem gerar grandes transformações. Inovações incrementais geram transformações incrementais. As grandes inovações, que ampliam, de maneira mais radical, os limites do conhecimento disponível em determinadas épocas, ensejam reflexões sobre a temática das fronteiras tecnológicas.

Fronteiras podem ser visualizadas como grandes espaços vazios e abertos para a criação de conexões, como locais a serem desbravados e ocupados, de maneiras, eventualmente, diferentes das existentes até então, livres das vinculações, rotinas e referências presentes em outros espaços. Pode não existir nem mesmo uma concepção possível prévia do negócio a ser criado. O empreendedor, nesse

caso, é aquele capaz não só de vislumbrar e forjar novos conceitos, mas, também, de vincular e conectar recursos que não pareceriam, à primeira vista, mesmo compatíveis ou complementares entre si. Assim procedendo, gera, no mercado, novas conexões e redes, novos conceitos de negócio e novos produtos, que afetam as estruturas já existentes, provocando efeitos em cadeia, para frente e para trás, provocando distúrbios e disrupções. Seus seguidores, no rastro das novas oportunidades que se abrem, forjam novas conexões e redes, aí sim, cobrindo brechas e vazios estruturais, então mais claramente percebidos. Tal processo leva à permanente e incessante criação, alteração e destruição de redes e conexões, vinculando novos recursos a novos e velhos recursos e alterando o valor relativo dos recursos produtivos.

Empreendedores e empresas destacam-se, no mundo real, pela capacidade de construir e destruir conexões, alterar as configurações das redes e transformar as estruturas de mercado, situando-se, conseqüentemente, mais em sintonia com a concepção B. Como resultado da ação empreendedora, fornecedores e distribuidores são substituídos ou acrescidos; novos produtos são lançados, exigindo a criação de novas redes voltadas para outros segmentos ou nichos de mercado; novas combinações de produtos e mercados são realizadas; alianças estratégicas são construídas e desfeitas; novas alianças se consolidam; relações empresariais e institucionais são remodeladas; relações sociais e mercantis, imbricadas umas nas outras, se reforçam e se modelam. A reconfiguração das redes passa não só pela capacidade de combinação de recursos produtivos convencionais, disponíveis no mercado e compatíveis com um determinado padrão de conhecimento já existente, mas também, e sobretudo, pela capacidade de combinação de recursos existentes, mas não relacionados ou não considerados compatíveis em face de um dado paradigma tecnológico prevalente. A capacidade de inovar situa-se na essência da capacidade empreendedora, da mesma maneira que a habilidade de conjugar e associar recursos distintos. Neste contexto, o empreendedor pode ser vislumbrado como um agente de conexões, capaz de forjar redes com diferentes graus de inovação na combinação de recursos novos e/ou antigos dispersos no mercado.

A união entre as duas vertentes teóricas – como proposta na concepção B – permite uma melhor compreensão de algumas dimensões relevantes do fenômeno do empreendedorismo e seu impacto na sociedade atual – caracterizada por um acelerado ritmo de mudanças e transformações, em que a inovação é a mola mestra. Abre novas e promissoras vias de investigações, tanto de natureza teórica quanto empírica, que necessitam ser exploradas.

## REFERÊNCIAS

ALDRICH, H.; ZIMMER, C., Entrepreneurship through social networks. In: SEXTON, D.; SMILOR, R. (Org) *The art and science of entrepreneurship in a global context*. New York: Routledge, 1997.

BARTH, F. Economic spheres in Darfur. In: RAYMOND, F. (Ed). *Themes in economic anthropology*, Londres: Tavistock, p. 149-174, 1996.

BIRLEY, S., The role of networks in the entrepreneurial process. *Jornal of Business Venture*, v. 1, n. 1, p. 107-117, 1986.

BOHANNAN, P.; DALTON, G. (Ed). *Markets in Africa*. Evanston: Northwestern University Press, 1962.

BURT, S. R. *Structural holes: the social structure of competition*. Cambridge, MA London: Harvard University, 1992a.

BURT, S. R. The social structure of competition. In: NOHRIA N.; ECCLES, R. G. *Networks and organizations: structure, form and action*. Massachusetts: Harvard Business School, p. 57-91, 1992b.

BURT, S. R. A note on social capital and network content, *Social Networks*, v. 19, n. 4, p. 355-373, 1997.

BURT, S. R. The network structure of social capital. In: SUTTON, R. I.; STAW, B. M. (Ed). *Research in organizational behavior*, v. 22. Greenwich, CT: JAI, 2000.

BURT, R. Structural holes versus network closure as social capital. In: LIN, N.; COOK, K. E.; BURT, R. S. (Ed.). *Social capital: theory and research*. New York: Aldine de Gruyter, 2001.

CHELL, E. Networking entrepreneurship and microbusiness behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, v. 12, n. 3, p. 195-214, 2000.

COASE, R. H. The nature of firm. *Economica*, v. 4, s. n., p. 386-405, 1937.

GRANOVETTER, M. *Handbook of economic sociology*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994. p. 477-503.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973.

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. A theoretical agenda for economic sociology. In: GUILLEN, M.; ENGLAND, P. E.; MEYER, M. *Economic sociology at the millennium*. New York, NY: Russell Sage Foundation, 2001.

GRANOVETTER, M. The impact of social structure on economic. *Journal of Economic Perspectives*, v. 19, n. 1, p. 33-50, 2005.

HIRSCHMAN, A. O. *The strategy of economic development*. Connecticut: Yale University Press, 1958.

HUNG, H., MONDEJAR, R. Corporate directors and entrepreneurial innovation: an empirical study, *Journal of entrepreneurship*, v. 14, n. 2, p. 117-129, 2005.

JACKS, S. L.; ANDERSON, A. R.; DODD, D. The role of family members in entrepreneurial networks: beyond the boundaries of the family firm. *Family Business Review*, v. 18, n. 2, p. 135-154, 2005.

JACKS, S. L.; DODD, D.; ANDERSON, A. R. The strength of strong ties and the entrepreneurial process. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, v. 17, n. 5, p. 107-120, 2004.

JACK, S. L.; ANDERSON, A. R. The effects of embeddedness on the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, v. 17, n. 5, p. 467-487, 2002.

KIRZNER, I. M. The theory of entrepreneurship in economic growth. p. 272-276. In: KENT, D. L.; SEXTON, D. L.; VESPER, K. H. (Ed.). *Encyclopedia of entrepreneurship*. New Jersey: Englewood cliffs, 1982.

KUZILWA, J. A. Corporate directors and entrepreneurial innovation: an empirical study. *Journal of Entrepreneurship*, v. 14, n. 2, p. 117-129, 2005.

LEIBENSTEIN, H. Entrepreneur and development. *The American Economic Review*, v. 58, n. 2, p. 72-84, 1968.

METCALFE, J. S. The entrepreneur and the style of modern economics. In: SEMINÁRIO BRAZIL ON DEVELOPMENT. 2003, Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

NAIR, K.R.G.; PANDEY, A. Characteristics of entrepreneurs: an empirical analysis. *Journal of Entrepreneurship*, v. 15, n. 1, p. 47-61, 2006.

PAIVA JUNIOR, F.; GONÇALVES, C. A., MELO, S. B. Empreendedorismo e relacionamento: um composto de confiança e adaptabilidade. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE EMPRESAS, 4, 2005, Londrina. *Anais...Londrina: UEM/UEL*, 2005.

PARDINI, D. J., BRANDÃO, M. M. Competências empreendedoras e sistemas de relações sociais: a dinâmica dos construtos na decisão de empreender nos serviços de fisioterapia. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 31, 2007, Rio de Janeiro. *Anais... Rio de Janeiro: ANPAD*, 2007.

PRADO, I. Entrepreneur: habilidade de criar e inovar. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE EMPRESAS, 2, 2001, Londrina. *Anais... Londrina: UEM/UEL*, 2001.

RICKARDS, T. Creativity and innovation: state of art and trends. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE EMPRESAS, 1, 2000, Maringá. Anais... Maringá: UEM/UEL, 2000.

SCHUMPETER, J. A. *Business cycles*, v. I. New York: McGraw Hill Books, 1939.

SCHUMPETER, J. A. *Capitalisme, socialisme et démocratie*. Paris: Payot, 1979.

SCHUMPETER, J. A. Development. *Journal of Economic Literature*, v. 43, n. 1, p.108-120, 2005.

VALE, G.M.V. *Territórios vitoriosos: o papel das redes organizacionais*. Rio de Janeiro: Garamond, 2007

VALE, G. M. V. *Laços como ativos territoriais: análise das aglomerações produtivas na perspectiva do capital social*, 2006, 379 p. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, MG, 2006.

VALE, G. M. V. Empreendedores coletivos em redes organizacionais: novos agentes gerando um padrão diferenciado de competitividade. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 28, 2004, Curitiba. *Anais...* Curitiba: ANPAD, 2004.

VALE, G. M. V. O empreendedor como um articulador de redes e artífice do crescimento. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29, 2005, Brasília. *Anais...* Brasília: ANPAD, 2005.

VASCONCELLOS, G. M. R., Empreendedores e redes de relacionamento. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 31, 2007, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: ENANPAD, 2007.

WILLIAMSON, O. *Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications*. New York: Free press, 1975.

WILLIAMSON, O. E. Markets, hierarchies and the modern corporation. *Journal of Economic Behavior and Organization*, v. 17, n. 3, p. 335-352, 1992.

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

WILLIAMSON, O. E. The economics of governance. *The American Economic Review*, v. 95, n. 2, p. 1-18, 2005.

**Artigo enviado em 27.04.2006. Aprovado em 02.05.2007.**

### **Gláucia Vasconcelos Vale**

Professora do Instituto de Ciências Econômicas e Gerenciais da PUC Minas

Doutora em Administração pela Universidade Federal de Lavras

Interesses de pesquisa nas áreas de empreendedorismo, redes organizacionais, competitividade, estratégia e desenvolvimento.

E-mail: galvale@terra.com.br

Endereço: Rua Professor Estevão Pinto, 673/1300, Serra, Belo Horizonte - MG, 30220-060.

### **John Wilkinson**

Professor do Programa de Pós-graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Doutor em Sociologia pela Universidade de Liverpool e Pós Doutorado em Sociologia Econômica pela Universidade de Paris XIII.

Interesses de pesquisa na área de sociologia econômica.

E-mail: jwilkins@uol.com.br

Endereço: Rua Jose Linhares, 218/404, Leblon, Rio de Janeiro - RJ, 22430-220.

**Robson Amâncio**

Professor do Departamento de Administração e Economia da Universidade Federal de Lavras.

Doutor em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Interesses de pesquisa nas áreas de gestão social e ambiental e economia do meio ambiente.

E-mail: ramancio@ufla.br

Endereço: Universidade Federal de Lavras, Departamento de Administração e Economia. Campus  
Universitário, 37200000, Lavras – MG, Caixa Postal 37.