

ÁREA TEMÁTICA: EMPREENDEDORISMO

EMPREENDEDORAS E REDES SOCIAIS: RELATOS DE EXPERIÊNCIAS EM UMA ASSOCIAÇÃO DE MULHERES DE NEGÓCIOS.

AUTORES

LARISSA ESTELA BEREHULKA BALAN LEAL

Universidade Estadual de Londrina
larissabbl@hotmail.com

PEDRO ALEXANDRE GOMES

UNOPAR- Univ. Norte do Parana; FECEA- Faculdade de C. Ec. Apucarana
pedgomes@yahoo.com.br

RESUMO

As Redes Sociais constituem um importante meio de desenvolvimento para empreendedores e para a formação de ações associativistas. A formação e a inserção em redes são estratégias utilizadas por empreendedoras como alternativas para superação de obstáculos e obtenção de recursos, entre outros problemas. O presente artigo identifica a ocorrência comportamental de padrões empreendedores em redes de mulheres de negócios analisando uma composição associativista. Em uma segunda, dimensão o estudo analisa os aspectos favoráveis e desfavoráveis do ambiente da formação da rede por meio de um levantamento estruturado e análise de conteúdo de um grupo de mulheres dirigentes de uma importante associação constituída em uma cidade no interior do Paraná. O estudo foi realizado por meio de pesquisa qualitativa, com entrevistas de roteiro semi-estruturado e análise de dados com a utilização de técnicas de confronto e análise de conteúdo. Para tanto, foi utilizada a análise léxica por meio do software Lexico3. O resultado demonstra a ocorrência de nove categorias distintas de agregação, classificadas e mapeadas como fatores críticos da atividade associativista.

Palavras-chave: empreendedorismo, empreendedoras, redes.

ABSTRACT

Social networks are an important means of development for entrepreneurs and for training actions of associations. The training and insertion in networks are strategies used by entrepreneurs as alternatives to overcoming obstacles and obtaining resources, among other problems. This article identifies the occurrence behavioral patterns venturers in women's networks of business analyzing a composition associativista. In a second dimension, the study analyzes the favorable and unfavorable aspects of the environment of the formation of network by means of a survey structured and content analysis of a group of women leaders of an important association formed in a city within the Parana. THE study was carried out by means of qualitative research, interviews with semi-structured and analysis of data with the use of techniques for confrontation and content analysis. For both, was used to analyze léxica by means of software Lexico3. THE result demonstrates the

occurrence of nine separate categories of aggregation, classified and mapped as factors critical collaborative activity.

Key-words: entrepreneurship, entrepreneurs, networks.

1. INTRODUÇÃO

Na atualidade tem-se verificado o crescente aumento da atividade empreendedora em diversos cenários e contextos sociais. Neste artigo, acredita-se que as mudanças comportamentais na sociedade seguem fatores identificados pela lógica da evolução econômica estudada inicialmente por Shumpeter nos estudos de mercados capitalistas, principalmente, da idéia atribuída a inovação no capitalismo. Elementos que são por natureza uma construção, e não apenas uma série de movimentos estáticos, que poderão refletir em ações estacionárias. (DOMINGUES,2004). A partir da combinação das ações de mercado e da ocorrência de mudanças ambientais em que serão desenvolvidas as atuais estruturas socioeconômicas e constituídas também as interações, que suportam a integração das redes e em que são percebidas as novas perspectivas de negócios e também as ações empreendedoras, organizadas individualmente ou de forma coletiva. Nesse sentido, as redes representam uma contribuição direta na troca de experiências, informações sociais, mercadológicas e principalmente comportamentais que podem promover ações estratégicas, que beneficiem as inovações empreendedoras necessárias para garantir novas estruturas de negócios. Esses fatores isolados ou combinados podem ser decisivos para o crescimento, desenvolvimento e sobrevivência de novos negócios (RAMOS; SOUZA, 2008). Segundo Castells (1999) "redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação. Ainda, segundo o autor, é possível identificar uma estrutura social funcionalmente e caracterizada por um sistema aberto altamente dinâmico suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio. (CASTELLS, 1999)

A interpretação de Castells gera uma ampla estrutura de análises e observações que permitem apresentar as mudanças econômicas e sociais em termos de redes globais de capital, gerenciamento e informação (Castells, 1999). Esse tipo de mobilização constitui a formação de redes sociais estruturadas, sendo essas importantes agentes no campo do empreendedorismo. Segundo Granovetter et all (2000, p. 219) as redes sociais são tratadas como “um conjunto de nós ou atores ligados por relações sociais ou laços de tipos específicos. Um laço ou relação entre dois atores tem força conjunta e conteúdo. O conteúdo inclui informação, conselho ou amizade, interesses compartilhados ou pertencimentos e tipicamente algum nível de confiança.” Nesse sentido, verifica-se o ambiente em rede presente nas Associações Comerciais e Industriais, e que, de forma paralela, organizam e criam representatividade da Mulher. O presente estudo foi direcionado em termos de duas questões centrais: Como ocorre a formação e a participação das empreendedoras na rede? Quais os tipos de barreiras encontradas pelas mulheres empreendedoras na rede? Para tanto, a pesquisa traz como perspectiva, as vivências de empreendedoras junto ao Conselho da Mulher Empresária em uma cidade do Paraná, por meio da fala de dirigentes que integraram o Conselho em períodos diferentes de gestão. A metodologia está baseada na construção de entrevistas em profundidade e interpretação das falas com a utilização de mapeamento e análise de conteúdo, contribuindo para a formação de uma visão mais articulada e categorizada dos fatos. A partir dessas considerações iniciais, serão apresentados alguns estudos anteriores que demonstram a articulação do empreendedorismo, a ação da mulher e as estruturas em redes que compõem o núcleo central desta pesquisa. Posteriormente são apresentadas as aplicações da pesquisa de campo e os resultados principais, como segue:

2. REDES SOCIAIS, SOCIEDADE EM FORMAÇÃO E A MULHER.

As redes configuram, na atualidade, uma perspectiva estratégica como meio para alcançar um fim. Ao participar de uma rede, empresas e indivíduos buscam alcançar certos objetivos que dificilmente seriam atingidos de forma individualizada. (BALESTRIN; VARGAS, 2004). Para Pereira e Pedrozo (2006, p.1) o alinhamento de interesses em uma ação coletiva não reside na equivalência do interesse próprio dos indivíduos, mas sim na constatação de que os indivíduos têm necessidades comuns, que só podem ser atendidas por meio de ações conjuntas. Devido as mudanças ocorridas no mundo do trabalho, tem-se verificado que o incentivo à criação de empresas é uma das formas para promover o desenvolvimento social e econômico. Castells (1999) acredita que a inserção da mulher no mercado de trabalho remunerado foi responsável pelas transformações e também na estrutura de mercado que compõe à sociedade a família. Nesse sentido, a criação de empresas por mulheres tem demonstrado relevância social e atribui um papel central as mulheres- agentes emergentes, diante desta situação como ativadores do desenvolvimento. Para Natividade (2009), pode-se destacar a participação feminina na economia, por meio de ações empreendedoras, que evidenciam a prática de seus saberes, na maioria das vezes fruto da uma ação alicerçada em eixos familiar, local e cultural.

Para a mulher a atividade de empreender ainda representa transpor algumas dificuldades e barreiras existentes. Quanto à questão familiar, é notório verificar que alguns estudos apresentam a existência de conflitos pelos quais as empreendedoras passam para conciliar suas atividades profissionais e os cuidados com a família. Ahl (2006, p. 11) aponta a relação familiar como fenômenos particulares do universo empreendedor feminino. Outra barreira evidenciada por Hisrich e Peters (2004) remete ao acesso a fontes de obtenção de capital inicial, pois quando empreendedoras decidem iniciar um novo negócio contam apenas com seus bens e economias pessoais. Os estudos desenvolvidos por Carter et. al. (2007) evidenciam as dificuldades que mulheres empreendedoras têm de acesso ao crédito junto a instituições bancárias, onde se apresentam situações de lentidão do processo e maiores níveis de exigência para a concessão do crédito. Segundo as autoras, a discriminação por parte das instituições ocorre por três motivos: as diferenças de estruturação de empresas de homens e mulheres; discriminação de gênero voltadas às ofertas de mercado e altos níveis de rejeição entre mulheres.

De acordo com o Greatti, Machado e Oliveira (2008) uma das principais formas de visibilidade de empreendedoras no papel, tanto no caso brasileiro como em outros países ocorre pela inserção nas Associações de Mulheres de Negócios. Para Prahalad (2005) existe uma realidade do desenvolvimento bem compreendida, mas pessimamente articulada, é o papel da mulher. As mulheres representam o centro de todo o processo de desenvolvimento, agindo de forma definitiva na vanguarda da transformação social. O autor cita ainda uma série de ações empreendedoras, gerenciadas e iniciadas por redes associativistas femininas, essas entidades funcionam como sistemas complexos, que buscam um fortalecimento no engajamento coletivo. Verifica-se então que a inserção e a vivência das empreendedoras, dentro das redes de mulheres de negócios, podem se tornar uma forma estratégica de crescimento, desenvolvimento e ainda expressar a sobrevivência socioeconômica. Para tanto, é importante buscar a compreensão da real contribuição e os efeitos das redes para as empreendedoras. Uma tentativa de explorar com maior clareza

esse fenômeno pode estar na compreensão da participação das empreendedoras junto a Conselhos da Mulher Empresária e as principais barreiras e conflitos vivenciados por elas.

No Brasil, segundo Natividade (2009, p.1): “as mulheres brasileiras fazem parte do grupo que, apesar de alcançar o maior índice de grau de escolaridade, encontram-se na base da pirâmide, no que tange aos recursos financeiros que lhe são destinados por sua atuação profissional.” Godwin et all.(2006) aborda a predominância masculina em determinadas atividades empresariais, constituindo assim uma barreira à mulher empresária, no que tange a legitimidade e visibilidade do seu papel. Ou seja, uma baixa representatividade da mulher empreendedora em determinados cenários empresariais.. Mulheres empreendedoras têm buscado alternativas para reduzir as distorções, sendo que uma dessas alternativas pode estar vinculada à participação em redes sociais. Estudos como o Lerner et all (1997) demonstram que empreendedoras israelenses inseridas em redes sociais obtiveram maior lucratividade do que aquelas que não estavam inseridas. Manolova et all (2007) remete a importância da participação em redes e como a influência dos relacionamentos pode resultar em benefícios.

Os contatos que são constituídos a partir das redes pelos empreendedores fora de suas empresas formam importante fonte de informação, conhecimento, inspiração, desempenho técnico, inovação e ainda um esforço empresarial na busca de resultados. Ao em vez de entender sua empresa apenas como uma entidade econômica para alcançar lucros e vantagens competitivas, as mulheres podem perceber os seus negócios como redes cooperativas de relações nas quais as relações empresariais são integradas em lugar separado da família, fatores sociais e pessoais (MANOLOVA et all., 2007). Para Greeve e Salaf (2003) há necessidade de formação e participação em redes em fases diferentes do negócio.

Vários são os estudos que tem apresentado a importância da formação de redes em termos de vantagem competitiva, aliança estratégica, ampliação de relacionamentos, dentre outros. Porém existem pressupostos apresentados por estudiosos que remetem a fatores que influenciam a formação e a participação nas redes (BALESTRIN; VARGAS, 2002).De acordo com Marcon e Moinet (2001) a constituição e efetividade de uma rede, estão vinculadas há três elementos, sendo eles: recursos a trocar, infoestrutura e infra-estrutura. O primeiro tange sobre questões de informação, conhecimento e insumos. O segundo está relacionado com o conjunto de regras e ética estabelecidas aos membros. E o terceiro elemento está vinculado à questão operacional da rede, como local, comunicação, material, entre outros.

No caso específico desta pesquisa, levando em consideração que as mulheres membros do Conselho, de modo geral, possuem empresas de médio e pequeno porte, a conceituação de Balestrin e Vargas (2002), dentro de perspectiva contingencial de Oliver demonstra-se pertinente. Os autores abordam que a formação de redes interorganizacionais pode estar relacionada a razões como: exercer influência sobre reguladores (assimetria); promover a coletividade entre os membros por meio do compartilhamento de informações (reciprocidade); obter vantagens econômicas, como por exemplo, melhores recursos e fornecedores (eficiência); reduzir incerteza competitiva por meio de esforços para padronizar produtos ou serviços de cada ator da rede (estabilidade); ou, melhorar a imagem da rede e de seus atores (legitimidade).

Remetendo-se à dimensão de pequenas e médias empresas (PMEs), tipo de empreendimento predominante no universo da mulher empreendedora, Balestrin e Vargas (2004, p.212) salientam as características de formação de redes de PMEs: i) é formada por

um grupo de PMEs; ii) as PMEs situam-se geograficamente próximas; iii) as PMEs operam em segmento específico de mercado; iv) as relações entre as PMEs são horizontais e cooperativas, prevalecendo mútua confiança; v) a rede é formada por indeterminado período de tempo; vi) a coordenação da rede é exercida a partir de mínimos instrumentos contratuais que garantam regras básicas de governança. Pode-se ainda verificar contribuição da rede em questões relativas à troca de informações e de experiências, vantagens competitivas obtidas a partir da cooperação entre os participantes, participação e venda de produtos em feiras, *lobbying*, melhorias em processos empresariais, barganha de preço junto a fornecedores, marketing conjunto, dentre outros (BALESTRIN; VARGAS, 2004; MAGALHÃES et al., 2009). A partir dessas considerações teóricas serão apresentados os procedimentos metodológicos da pesquisa em que pode-se perceber os elementos centrais da averiguação.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa baseia-se na idéia de um estudo comportamental exploratório, que de acordo com Triviños (2008), permite ao pesquisador aumentar sua experiência em torno do problema que será estudado. E também em seu formato responde a características de um modelo de análise descritiva, que segundo Richardson (2008) os estudos descritivos visam descrever sistematicamente um fenômeno ou área de interesse de forma detalhada e objetiva. Quanto à natureza da pesquisa, optou-se pela abordagem qualitativa, com entrevistas semi-estruturadas e utilização de dados primários com a realização de entrevistas estruturadas. A coleta dos dados teve início a partir de um levantamento junto a atas, estatutos e demais documentos, em que tornou-se possível localizar os representantes do conselho e as diretoras atuais e anteriores do Conselho Gestor. A partir desses procedimentos, foram realizadas as entrevistas não-diretivas, tendo como questão central a participação da dirigente no Conselho da Mulher Empresária. Deve-se destacar que as entrevistas representam uma fonte representativa e constituem uma técnica eficiente de coleta de dados não documentados. Entretanto, deve-se ressaltar que a metodologia de pesquisa tem suas limitações, dependendo da abordagem a ser adotada e do formato da análise de conteúdo. Nesse modelo de levantamento quantitativo, o entrevistador pode avaliar/julgar/interpretar as informações obtidas, gerando contradições (VIEIRA, ZOUAN, 2004). Ainda, segundo os autores, a entrevista como um procedimento tem vantagens diretas relacionadas a coleta de dados possibilitando a confirmação de hipóteses existentes, ou elaboração de novas questões e temáticas entre outras ações.

Nesse sentido, para o desenvolvimento deste trabalho foram realizadas quatro entrevistas de empreendedoras que participaram do conselho em períodos diferentes de gestão. A análise técnica das entrevistas foi realizada por meio do software LÉXICO 3 e a técnica de análise de conteúdo, resultando na categorização dos dados. O resultado foi a seleção de nove categorias relacionadas ao fenômeno estudado, sendo elas: processo de constituição, motivação e influências para ingresso, aceitação e representatividade, dependência, tentativas de expansão, infra-estrutura, conflitos e barreiras, , ações estratégicas e continuidade da participação.

4. RESULTADOS DA PESQUISA

A seguir, são apresentadas as nove categorias obtidas pela realização da pesquisa e que apresentam co-relação com os pressupostos mencionados por Minayo

(2003, p. 74) O autor demonstra que a análise de conteúdo é utilizada para verificar situações comuns comportamentais, e descobrir padrões nos relatos ou das manifestações. Nesse sentido deve-se levar em consideração uma combinação de fatores externos e externalidades, que compõem o cenário da pesquisa. Ainda segundo Minayo o que está escrito, falado, mapeado, figurativamente desenhado e/ou simbolicamente explicitado sempre será o ponto de partida para a identificação do conteúdo manifesto (seja ele explícito e/ou latente). A análise e a interpretação dos conteúdos obtidos enquadram-se na condição dos passos (ou processos) a serem seguidos. Nesse sentido a pesquisa agrupou as dimensões comuns dos relatos visando a construção de procedimentos e padrões comuns. Nessas condições, tornou-se possível agrupar as informações e objetos das mensagens gerando inferência de conhecimentos, relativos a variáveis e pensamentos comuns dos entrevistados. A partir dessas ações tornou-se possível o mapeamento sistemático das falas, de acordo com o quadro (1) apresentado a seguir:

QUADRO- 1 SÍNTESE DOS RESULTADOS X EXPECTATIVAS

Variável	Expectativa	Resultado Pesquisa (Satisf. Insatisfatório)
1) Processo de Constituição	Identificar as fases e as pessoas interessadas na organização da ASSOCIAÇÃO. Informações sobre o tema, tentando já identificar com o grupo o interesse por avançar no processo.	Observou-se a evolução no processo de constituição no Conselho
2) Motivação de Ingresso	O que elas pensam que é uma ASSOCIAÇÃO? O que elas esperam conseguir com ela? Estão dispostas a assumir riscos?	Pode-se supor que há motivações de ordem individual e coletiva que influenciam o ingresso na rede
3) Aceitação e Representatividade	gerar coesão grupal, organizacional ou social em torno desses objetivos, rompendo com o individualismo;	Foi observado a prática de mecanismos de governança entre as associadas
4) Dependência	Atividades que de fato estimulem a participação de maior numero possível de associados na associação reduzindo o aspecto de dependência	Observou-se pouca autonomia do Conselho e altos níveis de dependência de outras entidades
5) Tentativas de Expansão	Desenvolvimento organizacional; Ampliação dos serviços prestados; Aumento do número de associados;	Notou-se poucas ações nesse sentido por parte das associadas
6) Infra-Estrutura	Profissionalização da gestão; Sustentação Econômica financeira.	Os itens relativos a infra-estrutura foram evidenciados como escassos.
7) Conflitos e Barreiras	Manter constância de propósito na perseguição desses objetivos, mesmo em face à adversidade, rompendo com a volubilidade e a falta de persistência	Evidenciou-se barreiras que influenciavam a eficiência e objetivo da rede.
8) Estratégias	estabelecer objetivos comuns de médio e longo prazos, rompendo com o imediatismo;	Foi possível constatar ações a partir de interesses coletivos

9) Continuidade	Manter de forma sustentável as condições de desenvolvimento fortalecimento de ações de longo prazo	Foram evidenciadas barreiras para a continuidade na participação junto a rede.
-----------------	--	--

Fonte: Informações trabalhadas a partir dos resultados da pesquisa de campo em confronto com as idéias associativistas do SEBRAE. –Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa.

A seguir são detalhadas as respostas a partir dos resultados que foram apresentados de maneira sintetizada no quadro (1), como segue:

1 –Processo de Constituição

Esta categoria revela o processo de constituição do Conselho da Mulher Empresária, sendo que por tratar-se de diferentes épocas de participação das empreendedoras entrevistadas, traz uma perspectiva de motivos convergentes da necessidade da constituição. A constituição inicia a partir de um modelo já instituído em outras cidades, de forma a colaborar com a expansão. Verifica-se que a percepção das empreendedoras em relação à constituição do Conselho está vinculada a necessidade de constituir uma forma de organização que represente a mulher e amplie sua participação em áreas até então masculinas.

*Veio uma mulher de Curitiba. Ela já tinha fundado em Curitiba, já tinha fundado em Brasília e ela estava fundando aqui, ela veio sugerir... **Empreendedora 001***

*...foi fundado então o Conselho Permanente da Mulher Empresária de Londrina nessa época, mas nessa época em que o Conselho foi aberto, existia mais de duzentos conselhos de empresárias no Paraná , todos ligados a Associação Comercial ... **Empreendedora 002***

*...foi feita uma palestra e ficou assim, passou. . . eu falei : “Poxa , mas como é que a gente vai deixar passar a nossa associação em Londrina , que é uma associação de peso , que ainda é hoje uma associação que movimenta as outras associações , uma associação de modelo . Como nós vamos deixar passar sem nós termos o nosso espaço aqui dentro ? **Empreendedora 001***

*Lembro que foi muito difícil, uma luta muito grande com o presidente da época de respeitar que a mulher fizesse parte da associação. E ele falava: “Mas pra que fazer isso? Não precisa, já tem a associação. Ela se quiser participar, que venha participar . . . ” Mas não tinha um espaço pra ela . Tipo assim, a mulher ainda era muito tímida, ela ia fazer isso por necessidade. . Não que a mulher era empresária, ela ia por necessidade, ou ia fazer isso porque o marido era muito rico e não sabia o que fazer, então dava uma butique para ela. Não que a mulher era empresária, ela ia por necessidade. Ela não tinha espaço de se formar para isso. **Empreendedora 001***

*E , de qualquer forma , o Conselho é um braço da associação comercial , e que nasceu numa época em que as mulheres precisavam se organizar mais , ainda existia aquela questão que a mulher não participava muito de política , não participava da sociedade . **Empreendedora 003***

Então, foi uma época que o Conselho, como ele nasceu com essas características, a idéia era justamente descobrir as mulheres que estavam trabalhando no comércio e dar uma sustentação, uma divulgação, e ao mesmo tempo um entrosamento entre si para... **Empreendedora 003**

Verifica-se nessa categoria a evidência do atributo de finalidade, um dos atributos estratégicos de rede mencionados por Marcon e Moinet (2001). Esse atributo apresenta a perspectiva que existe uma razão para a constituição de uma rede, seja ela política, religiosa, econômica, social ou cultural. Bem como a questão de eficiência apontada por Vargas e Balestrin (2002), em que a união das mulheres poderia de alguma maneira melhorar os recursos por meio de uma forma mais representativa junto a Associação Comercial.

2 – Motivação e Influências para ingressar

Por meio dessa categoria é possível verificar como ocorre o processo de inserção das empreendedoras e quais as motivações e influências que levam a participar do Conselho. É possível relacionar a influência dos negócios de família e também características pessoais das empreendedoras como fatores influenciadores e ainda os resultados que as mesmas relacionaram como benéficos de sua participação.

*Olha, eu sempre fui muito líder, de liderança mesmo. E eu tomava conta da nossa empresa desde muito pequena, e aí fui me envolvendo e fui participando: participei primeiro do sindicato do comércio varejista, depois fui para a associação comercial e lá fiquei muitos anos e fui me envolvendo por causa disso, porque eu sentia que faltava essa complementação... **Empreendedora 001***

*Então, na Associação Comercial eu entrei a convite da Helena. Foi um convite assim meio de surpresa, não que eu tivesse intenção assim, nunca pensei em participar. Por a gente estar no comércio, eles procuram, né, alguém que possa colaborar de alguma maneira, né? Na verdade é um trabalho feito em grupo, então... **Empreendedora 004***

Porque como empresária, eu estava sofrendo alguma coisa, porque eu também não tinha toda aquela experiência como empresária. Eu estava iniciando um trabalho também, fazia alguns anos, e eu entrei de cabeça mesmo para poder ajudar outras mulheres, para não passarem aquilo que eu estava passando.

Empreendedora 002

*Eu gostei muito, isso me preencheu muito na época e me tornou uma empresária famosa e mais do que eu imaginava, eu me tornei famosa ao extremo com a minha empresa.. **Empreendedora 002***

Então, foi uma época que o Conselho, como ele nasceu com essas características, a idéia era justamente descobrir as mulheres que estavam trabalhando no comércio e dar uma sustentação, uma divulgação, e ao mesmo tempo um entrosamento

entre si para que também a gente pudesse se beneficiar das experiências em comum e não ficasse nada isolado. Empreendedora 003

o acesso da gente fica muito bom pra tudo . Enfim, você estar em atividade, estar em contato , traz muito retorno , o comércio em si já traz bastante retorno . O contato que a gente tem, muitas áreas do mercado e fazendo um trabalho. Empreendedora 004

Mais especificamente sobre os fatores de influência e as características pessoais que foram apontadas pelas entrevistadas sendo motivos para o ingresso no Conselho, há possibilidade de relacionar essa questão com a identidade da mulher empreendedora. Estudos realizados por Machado (2009), mostram a relação da história de vida bem como as percepções sobre si na formação de um auto-conceito compondo desta forma uma identidade.

A troca de informação e a cooperação também são evidenciadas como motivos para a inserção, sendo esses possibilitados pelos laços que acabam se formando. A formação de laços propicia a geração de confiança. De acordo com estudos realizados por Pereira et all.(2006) a confiança cresce com o tempo e gera maior propensão a geração e compartilhamento de conhecimento.

3 – Aceitação e Representatividade

Questões relativas à aceitação das mulheres dentro da associação comercial e a expansão de sua representatividade são trazidas à tona nesta categoria. Nota-se na fala das empreendedoras, que esses períodos são marcados pelo nível de relacionamento que se podia construir junto aos presidentes da associação comercial.

...e acho que deveríamos estar em umas dez, mais ou menos, o que era um número grande , porque para conseguir juntar quinze mulheres ali era muito difícil , elas não vinham . Elas falavam: “Ah ! Não , meu marido que cuida dessas coisas , eu não me envolvo ... Empreendedora 001

Aí a gente já fez questão de mudar. Aí ficou instituído que a presidente do conselho seria membro da diretoria, porque a associação comercial também mudou o estatuto por causa do conselho, teve que mudar o estatuto. E nessa mudança do estatuto ficou estabelecido que a presidente do conselho faria parte da diretoria . Com direito a voto. Uma mulher tinha direito a voto . . . Empreendedora 001

... na época do João, foi assim fantástico nosso trabalho porque a abertura que ele deu foi tremenda . Mas isso depende de nós, mulheres, estarmos nessa abertura com o presidente para poder desenvolver o trabalho .

Empreendedora 002

...naquela época, muito pelo contrário, a gente estava nas reuniões, participava de tudo , trabalhava , mostrava o nosso trabalho junto à diretoria da ACIL , era muito gostoso . E eu acho que eles gostavam, porque a gente dava as idéias...

Empreendedora 002

*A gente percebia que as mulheres, a gente depois fez uma pesquisa dentro da própria Associação, a gente via que as mulheres eram mais da metade das cabeças das empresas hoje em dia.. Porque existe muito dentro do comércio, quer dizer, são segmentos que a mulher tem muita facilidade, muita ação pro comércio, principalmente de móvel , da nossa região . Então, é algo bastante forte... **Empreendedora 003***

Para Verschooe e Balestrin (2008) apud Dimaggioe Powell (1983): “Ao participar de uma rede, as empresas passam a ser percebidas com distinção na sua área de atuação, além de receber maior crédito e reconhecimento por parte do público, garantindo maior legitimidade nas ações empresariais e redimensionando a importância da empresa em seu contexto institucional”. Transpondo esse conceito para as mulheres empreendedoras, verifica-se que as mesmas buscam em sua participação junto ao Conselho a legitimidade e a credibilidade pública por meio da imagem fortalecida de grupo e conseqüentemente, transpondo esta mesma imagem para suas empresas. Outra dimensão abordada pelas entrevistadas diz respeito a representatividade de mulher em cargos dentro da Associação Comercial. Sobre essa questão de ocupar posto com determinado poder e representatividade, a Brunstein e Jaime (2009) citam que o universo empresarial é fortemente marcado pela dominação masculina e que as mulheres são minoritárias nos postos de poder.

4 – Dependência

São evidenciados períodos de maior flexibilidade e interação entre o Conselho e a diretoria da Associação Comercial ou ainda períodos considerados críticos. O motivo que gerava um maior nível de dependência se apresentava pela falta de independência financeira e também interferências quanto a questões até mesmo de estrutura do conselho.

*... diretoria e a reunião do conselho era na mesma sala da diretoria . Nós tínhamos uma secretária, o próprio secretário da associação nos dava todo apoio. Quanto à verba , quando nós precisávamos de alguma coisa , a associação bancava. Nós tínhamos algumas promoções, muito pequenas para nós termos a nossa verba, mas a verba vinha da associação. **Empreendedora 001***

*Toda reunião da Associação, o Conselho participa. É uma das diretoras da diretoria, tanto é que é o próprio presidente que escolhe. O Conselho indica. Existe essa questão também que eu não sei se é correta: o Conselho indica, mas é o presidente que tem que acatar. **Empreendedora 003***

*... porque se você não tiver sintonia com o presidente , você também não faz nada . Então, é um braço do presidente mesmo, o Conselho. **Empreendedora 003***

*Você não tem uma autonomia para decisão. E como se trata na época ainda . . . Não era começo, mas não tinham tantas pessoas tão participativas. Tinham bastantes , mas a ACIL faz . . . Os projetos são sempre maiores e como sempre, são poucas as pessoas que agarram mesmo, se envolvem. Então a diretoria feminina não tinha um respaldo também de tanta estrutura para ações... **Empreendedora 004***

Na nossa época a diretoria era excelente, eles dão apoio. Só não tinha, como eu te falei, autonomia. Você não tem uma autonomia para decisão. Empreendedora 004

Verifica-se que o nível de relacionamento entre Conselho e Associação Comercial apresentava variação em cada gestão, porém todas as entrevistadas apresentam a mesma situação de dependência do Conselho junto a diretoria masculina da Associação Comercial. Configurando barreiras já citadas sobre acesso a recursos tanto em aspectos financeiros como de projetos e também sobre a predominância masculina nas posições de poder e de decisão (GODWIN et al, 2003; NATIVIDADE, 2009; AHL, 2006).

Segundo Brunstein e Jaime (2009, p15): “a medida em que se sobe na hierarquia organizacional, determinadas questões não transitam livremente, a não ser em espaços vigiados, disciplinados por mecanismo explícitos ou sutis de controle”. De certa forma, o vínculo do Conselho com a Associação Comercial se aproxima do modelo de vínculo organizacional, em que as mulheres obtiveram uma posição, porém de forma controlada por determinados impedimentos impostos pela estrutura de relacionamento.

5 – Tentativas de Expansão

Nota-se que poucas foram as tentativas de expansão feitas pelo conselho nas diferentes gestões. Porém algumas ações isoladas foram realizadas sem demonstrar grandes resultados efetivos. Restrições quanto aos tipos de profissionais que poderiam participar também emergiram na fala das empreendedoras, gerando talvez uma falta de senso em relação a organização e representatividade da mulher, ou ainda um conceito pouco claro do que seria uma mulher empresária.

Então nós ajudamos também a difundir a associação, porque esses cafés da manhã eram super importantes , tinham palestras excelentes, porque nós conseguimos lógico , com todo o apoio da diretoria , então nós trazíamos gente muito boa para cá . Empreendedora 001

Profissional liberal eles não estavam aceitando, então havia uma discussão muito grande disso, mas aumentou o número do conselho. Às vezes pode ser um número flutuante: entrava e saía, entrava e saía, mas havia um número maior de empresárias. Empreendedora 001

...aí fazíamos assim: as empresas que eram associadas, tinham muitas empresas associadas na associação, mas que as mulheres nunca participaram . Então nós pegamos a lista de associados e vimos qual era quando a diretora ou a proprietária era mulher... Empreendedora 001

Pode-se supor que uma possível expansão do Conselho seria capaz de agregar mais resultados. Segundo a visão de Verschoore e Balestrin (2008) o acúmulo de capital social por um determinado grupo de pessoas potencia a capacidade individual e coletiva por meio de práticas colaborativas. Os autores citam ainda que a proximidade entre os agentes, a ampliação da confiança e o capital social levam as relações do grupo para além daquelas puramente econômicas.

6 – Infra-estrutura

Situações que também refletiam dependência e certa informalidade em questões de estrutura foram relatadas. Os níveis de dependência apresentados anteriormente também mostram como as empreendedoras acabam fazendo menção do conselho mas sempre envolvido com a associação comercial.

... secretária nós tínhamos , então os livros de ata , qualquer comunicado que precisava , nós usávamos a mesma estrutura da associação , nada separado . Eu nem sei como é que funciona hoje, mas eu achava que era perfeitamente natural eu usar o espaço e a estrutura da associação, já que nós éramos um braço da associação. Nós fazíamos parte, então nada mais justo do que usar o mesmo espaço, o mesmo, o mesmo tudo.
Empreendedora 001

Nós tínhamos aquelas reuniões que a gente fazia, por exemplo na minha casa , eu reunia o Conselho , a gente vinha aqui passava aquela tarde , outra hora era num local , num buffet ou num local que a gente passava a tarde...

Empreendedora 002

Outra hora era dentro da própria Associação, nós tínhamos a nossa salinha. Depois, foi feita a nossa sala, montamos a nossa sala, decoramos a nossa sala...
Empreendedora 002

Então a gente acaba não participando tanto, mas a Associação é excelente para nós, em tudo que a gente precisa na parte burocrática, em tudo isso.
Empreendedora 004

De acordo com Marcon e Moinet (2001) a infra-estrutura é um dos elementos essenciais para a constituição de uma rede, porém verifica-se nos relatos que houve períodos do Conselho em que não havia o suporte operacional necessário para manter um caráter formal de atuação. Outra questão é o comprometimento da eficiência da rede pela informalidade ou ainda pela dependência gerada, quando há uma infra-estrutura estabelecida, as redes podem oferecer serviços e suportes aos seus membros, gerando maior amplitude e ainda por meio de uma infra-estrutura coletiva cria aos indivíduos um sentido de grupo, fortalecendo os vínculos e conectando-os mais intensamente à rede (VERSCHOORE; BALESTRIN, 2008).

7 – Conflitos e barreiras

Nesta categoria foram agrupadas situações que mostram vários tipos de desafios salientados pelas entrevistadas. São mencionadas situações como falta de reconhecimento, direcionamento das atividades às questões de cunho social, tentativas de boicotes, pressões advindas da diretoria, entre outras.

A coisa que eu mais falava era isso, que as próprias mulheres tinham como divisão. “Ah ! Mas nós vamos separar dos homens ? ” Gente ! Não é isso. Nós estamos somando.
Empreendedora 001

Foram muitas discussões, discussões ferrenhas mesmo na diretoria até que nós conseguimos fazer esse trabalho . Então a minha idéia sempre foi nunca competir, mas dar o espaço. Empreendedora 001

E eu me lembro que foi muito difícil, uma luta muito grande com o presidente da época de respeitar que a mulher fizesse parte da associação. Empreendedora 001

...difícil , elas não vinham . Elas falavam : “Ah ! Não , meu marido que cuida dessas coisas , eu não me envolvo . Eu só trabalho no comércio” . A maioria era isso que dizia e essas eram bem jovens. Empreendedora 001

Existia sim mulher empresária, mas atrás do marido, entendeu? Aí, elas começaram a se tornar independentes, né. Isso não faz muito tempo...

Empreendedora 002

Fica evidente a disputa de poder entre as partes e de certa forma a dominação masculina. Godwin et all (2006) evidencia, em seus estudos que há certos papéis no cenário empresarial que são associados aos homens e as mulheres são vistas como incapazes no sentido de não possuir as habilidades necessárias, retratando assim um cenário de discriminação. Para tanto, verifica-se que as mulheres buscam por meio de ações coletivas como a inserção em um conselho e o significado de grupo, formas de diminuir esses impactos. Para Brunstein e Jaime (2009) apud Simpson e Macy (2004) a formação de coalizões entre atores estruturalmente em desvantagem é fundamental para balancear as iniquidades de poder. Os autores ainda falam sobre uma falsa impressão de emancipação que se estabelece em relações em que há um desequilíbrio entre regulação e emancipação e ainda excesso de regulação o que acaba por gerar esse tipo de situação.

8 - Ações Estratégicas

Foram relatadas ações desenvolvidas pelo Conselho e que na visão das entrevistadas foram ações marcantes, que trouxeram maior contribuição e representatividade.

Depois disso, nós conseguimos sobre feiras, a gente conseguiu fazer algumas feiras de ponta de estoque, promoções de final de ano . . Empreendedora 001

Nós fazíamos feiras, tudo que imaginasse. Por exemplo, nós fizemos aqui em Londrina uma feira muito boa, aonde nós colocamos todas as empresárias . . . Empreendedora 002

Então, a gente reunia toda semana na ACIL, levava um palestrante, alguém para dar informações, ou o SEBRAE . . . Enfim, a gente guerreou mesmo, foi uma batalha. Foi muito bom. Empreendedora 002

Nós fizemos um trabalho grande de . . . que foi um dos trabalhos principais da gestão do [. . .], na época que era o presidente , que foi o Londrina Fashion , que através das empresas de confecções , houve uma união de trabalhos ... Empreendedora 003

Aí , fiz uma campanha de natal de iluminar Londrina que foi o auge , foi um dos maiores do país mesmo . Empreendedora 003

...as palestras muito interessantes na época , e que tanto para diretoria , mas para público convidado , então foi feito um trabalho mais . . . Mas a gente não conseguiu sair muito para esse trabalho mais direcionado fora do centro , as ações são maiores ... Empreendedora 004

Todas as ações desenvolvidas contribuem para a visibilidade da rede em si e também de seus membros. Porém poucas foram as ações voltadas para treinamento ou capacitação gerencial, o enfoque maior consistia na realização de feiras. Percebe-se que tais ações são necessárias a materialização das contribuições da rede. E os benefícios alcançáveis pelas redes deslocam o tradicional enfoque, essencialmente individualista, para uma concepção de resultados coletivos. (VERSCHMOORE; BALESTRIN, 2008)

9 – Continuidade na Participação

São evidenciadas nessa categoria os motivos pelos quais as empresárias acabaram se afastando do conselho ou ainda transferindo sua participação para outras associações. Ficam evidentes questões como incompatibilidade de objetivos e questões pessoais.

Faz alguns anos que eu estou participando daqui, mas lá em Londrina eu não voltei mais, porque depois de 95, que eu fiquei grávida e me afastei. Empreendedora 001

Olha , quando eu fui assim já cansando , muito trabalho, novas mulheres, novas empresárias, e a gente foi deixando, eu vou algumas vezes eu ainda vou até hoje. Empreendedora 002

Não só questão, porque a gente sente que a sociedade precisa ser organizada, e isso é uma falha. Eu estou afastada um pouco, mas eu estou me sentindo muito mal de estar afastada, porque é algo que eu gosto, se desse um jeito de encaixar de uma forma um pouco mais organizada eu acho que . . . É que um pouco assim, pra mim , está tendo essa transição que eu não consegui essa liberdade de conseguir o que eu quero , tem muito esse motivo . Mas . . . e perdi um pouco essa flexibilidade que eu tinha , mas . . . é por opção mesmo . Empreendedora 003

E no caso eu , honestamente , apesar de ser convidada para as reuniões , a gente não participa muito porque a Associação não é muito voltada para butique . Desde a minha época já tinha loja, mas não é feita uma ação direcionada para o comércio... Empreendedora 004

Estudos de Greatti, Machado e Oliveira (2008) em uma associação de mulheres de negócios apontaram fatores que contribuíram para falta de participação, dentre eles: falta de tempo, custos, falta de comprometimento por parte dos membros e ausência de foco nas atividades. Sendo assim, verifica-se que é necessário promover ações que possam fortalecer

os vínculos e a intensidade dos membros junto a rede, reforçando inclusive o sentido de grupo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A relação das empreendedoras e sua participação em redes foi analisada por meio de rastreamento com a identificação de sinais de mudanças do ambiente e tendências de gestão dominantes, que corroboram com os estudos teóricos realizados anteriormente. A partir da pesquisa foi percebida a ocorrência de barreiras na inserção e participação das redes. Quanto aos motivos de inserção e fatores de influência na participação junto ao conselho, constatou-se em alguns relatos a importância dos modelos familiares ou os negócios de família, que de acordo com Machado (2009), esse tipo de referência pode contribuir na identificação das empreendedoras, ou seja colaborando na formação de um perfil e comportamento empreendedor. Outra tendência de comportamento da mulher empreendedora evidenciada por Machado (1999), é relativa ao pouco conhecimento das habilidades gerenciais, sendo estas também evidenciadas como motivos para a inserção, visto que há possibilidade de troca de experiências e aprendizado na participação da empresária junto ao conselho.

O estabelecimento de um negócio requer diferentes pesquisas e contatos em diferentes fases, pois é importante para as mulheres desenvolver relacionamentos com quem fazem negócios. Uma outra percepção é que as conexões permitem um aumento do conhecimento e de competências para conduzir seus negócios, porém, assim como outras atividades intelectuais, existe uma necessidade constante de recursos e fontes complementares de informação, que podem ser produzidas por meio da participação em redes sociais, com a possibilidade de reconhecimento e valorização como agente social. Percebeu-se também que existe uma convergência de interesses pessoais nas respostas, em termos de identificação de ações de defesa em prol do desenvolvimento profissional e elegibilidade para participar de ações locais. Também se pode perceber uma necessidade de reconhecimento e de oportunidades educativas. Verificou-se também o alto grau de dependência financeira e de estrutura funcional nas falas das entrevistadas, demonstrando uma das barreiras já citadas em estudos anteriores no campo do empreendedorismo. Os contatos e relacionamentos constituídos a partir da rede também foram identificados nas entrevistas e de acordo com Aldrich et al. (1987) apud Lerner (1997), a significância dos contatos pessoais equivalem a um cuidado para a validação do negócio. Ficou evidente que mesmo em períodos diferentes da participação de cada empreendedora, alguns dos problemas se repetiam, como por exemplo, como a dificuldade de representatividade e aceitação, alta dependência de uma diretoria masculina, a submissão às decisões tomadas por presidentes e diretorias da associação comercial, boicotes em ações promovidas pelo conselho, entre outros. Fica claro, em algumas falas das empreendedoras, a disputa de poder promovidas pelo lado masculino da associação.

Em relação as ações promovidas pelo Conselho, percebe-se que houveram gestões que enfatizaram um pouco mais a expansão do número de associadas e também a promoção de eventos. Porém é possível constatar que cada empreendedora consegue relatar, pelo menos, uma ação marcante do período de sua participação. Essas ações reforçam os pressupostos de Magalhães et all. (2009) que enfatiza a importância da influência da rede na obtenção de resultados coletivos e Balestrin e Vargas (2002) sobre os atributos de reciprocidade e legitimidade advindos da rede. Outro fator importante a ser

ressaltado, é que nem sempre as entrevistadas conseguiram traçar uma relação entre a ação e o resultado da ação, o que poderia reforçar as questões citadas sobre boicotes ou ainda uma maior preocupação com o social sem um foco estratégico do resultado.

E por fim, em relação à categoria continuidade de participação, verifica-se que todas as entrevistadas deixaram de participar ativamente do conselho. Apenas uma das entrevistadas relatou ainda freqüentar algumas reuniões, mas de forma bem eventual. Um fato relevante que emerge nessa categoria é a questão de não haver nenhum tipo de ação para promover o retorno ou ainda impedir a migração das empreendedoras para outras associações, o que pode acabar por contribuir para um enfraquecimento dos laços dentro do conselho pelo baixo número de participantes ou ainda nível de rotatividade dos membros.

6. REFERÊNCIAS

- AHL, Helene. Why research on women entrepreneurs needs new directions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 30, n. 5, p. 595-621, Sep. 2006.
- BALESTRIN, Alsones; VARGAS, Lilia Maria. Evidências teóricas para a compreensão das redes interorganizacionais. ENEO - ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS, 2., 2002, Recife. **Anais...** Rio de Janeiro: PROPAD/UFPE: ANPAD, 2002. 1 CD-ROM.
- BALESTRIN, Alsones; VARGAS, Lílían Maria. A dimensão estratégica das redes horizontais de PMEs: teorizações e evidências. **RAC: Revista de Administração Contemporânea**, Edição Especial 2004, p. 203-227, 2004.
- BRUNSTEIN, Janette; JAIME, Pedro. Da estratégia individual à ação coletiva: Grupos de suporte e gênero no contexto da gestão da diversidade. **Rae-Eletrônica**, v.8, n.2, Art.9, jul./dez. 2009.
- CARTER, Sarah; SHAW, Eleanor; WING, Lam; FIONA, Wilson. Gender, Entrepreneurship, and Bank Lending: The Criteria and Processes Used by Bank Loan Officers in Assessing Applications. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 31, n. 3, p. 427-444, May 2007.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- DAVENPORT, Thomas O. *Capital Humano: o que é e por que as pessoas investem nele*. São Paulo: Nobel, 2001. Delray Beach,
- GODWIN, Lindsey N; STEVENS, Christopher E; BRENNER, Nurete L. Forced to play by the rules? theorizing how mixed-sex founding teams benefit women entrepreneurs in male-dominated contexts. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 30, n. 5, p. 623-642, Aug. 2006.
- GRANOVETTER, Mark; GRANOVETTER, Ellen; CASTILLA, Emilio J.; Hwang, Hoky. Social Networks in Silicon Valley. In: LEE, Chong-Moon; MILLER, William F.; HANCOCK, Marguerite Gong; ROWEN, Henry S. (Ed.). **The Silicon Valley Edge**. Stanford: Stanford University Press, 2000, p. 218-247.
- GREATTI, L.; MACHADO, H. V.; OLIVEIRA, M. F. . A institucionalização e a influência de uma rede no exercício do papel empreendedor: um estudo de caso de uma Associação de Mulheres de Negócios. In: CLEE - CONGRESSO LATINO AMERICANO Y DEL CARIBE SOBRE EL ESPIRITU EMPRESARIAL: NUEVAS EMPRESAS EN UN NUEVO MUNDO, 29., 2008, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis, 2008. v. 1.

GREVE, Arent; SALAFF, Janet W. Social Networks and Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 28, n. 1, p. 1-22, Fall 2003.

HISRICH; Robert D., PETERS; Michael P. **Empreendedorismo**. 5 ed., Porto Alegre: Bookman, 2004.

LERNER, Miri; BRUSH, Candida; HISRICH, Robert. Israeli Women Entrepreneurs: an examination of factors affecting performance. **Journal of Business Venturing**, v.12, 315-339, 1997.

MACHADO, Hilka Vier. **Identidade de mulheres empreendedoras**. Maringá: Eduem, 2009.

MAGALHÃES, Juliano Machado de; DAUDT, Cláudio Gustavo; PHONLOR, Patrícia Ross. Vantagens proporcionadas às pequenas e médias empresas por meio da união em redes de cooperação com contexto do Venture Capital. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, v.13, n. 4, 583-603, 2009.

MANOLOVA, Tatiana S. *et al.* The differential effect of men and women entrepreneurs' human capital and networking on growth expectancies in Bulgaria. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 31, n. 3, p. 407-426, Apr. 2007.

MARCON, C.; MOINET, N. **Estratégia-Rede**. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

MINAYO, MCS. **O conceito das representações sociais dentro da sociologia clássica**. Textos em representações sociais. Petrópolis: Vozes; 2003.

NATIVIDADE; Daise Rosas da. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista de Administração Pública**, v.43, n. 1, Jan./fev..2009.

PRAHALAD, C. K. **Competindo pelo futuro**. [Rio de Janeiro]: Ed. Campus, 2005.

PEREIRA, Breno A. D.; PEDROZO, Eugênio A. Empreendedorismo coletivo é possível? Uma análise do processo de constituição de relacionamentos cooperativos em rede. **READ – Edição 52 V. 12, N. 4 jul./ago. 2006**.

RAMOS, Cláudia Felippe; SOUZA, Yeda Swirski. A influência das relações sociais na sobrevivência de pequenas empresas do varejo de alimentos em Porto Alegre/RS. In: ENANPAD - ENCONTRO NACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DA ANPAD, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, p. 1-15, 2008. 1 CD-ROM.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2008.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil, 2003**. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/\\$File/NT00037936.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/$File/NT00037936.pdf)>. Acesso em: 30 maio 2010.

DOMINGUES, Ronald. **A teoria do desenvolvimento econômico de Schumpeter**. Disponível em <http://www.ronalddomingues.com/index.php?lang=2&s=economics&id=61>. Acesso em julho de 2006.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 2008.

VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Débora (Orgs) **Pesquisa Qualitativa em Administração Teoria e Prática**. Editora FGV, 2005. 240 p.

VERSCHOORE; Jorge Renato, BALESTRIN; Alsones. A participação em redes de cooperação influencia os resultados das pequenas e médias empresas associadas? In: ENCONTRO DA ANPAD, 22., 2008. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008. 1 CD-ROM.

