

**Título:** O Papel das Redes Sociais no Crescimento Empresarial

**Nome:** Pedro Miguel Pinto Ribeiro

**Email:** [pedropintolesi@gmail.com](mailto:pedropintolesi@gmail.com)

**Programa de mestrado:** Mestrado em Gestão

**Orientador:** Professor Doutor Vasco Eiriz

**Data de defesa:** 26-02-2013

## **Resumo**

Esta dissertação aborda o papel das redes sociais no crescimento das empresas. Uma rede social pode ser definida como um conjunto de nós ou atores (pessoas ou organizações) ligados por relações sociais ou laços de um tipo específico, onde podem ocorrer trocas sociais, mas também trocas de informação e de negócios. O crescimento das empresas é um fenómeno heterogéneo e multidimensional, daí muitas vezes ser difícil definir e medir esse crescimento. Ao estudar o crescimento, através das redes sociais, parte-se do pressuposto que as organizações estão imersas em redes de relações sociais que influenciam a sua ação económica, e que através das suas redes de relações pessoais, os empresários e as suas empresas ganham acesso a recursos críticos. Recorreu-se a dados quantitativos recolhidos através de um inquérito por questionário submetido a 210 colaboradores (onde 150 respostas foram consideradas válidas), de uma empresa do sector das tecnologias de informação e comunicação, com índices de crescimento significativos nos últimos anos. A presente dissertação analisa o papel das redes sociais no crescimento das empresas, mais concretamente na obtenção de vantagem competitiva, no acesso a informação e recursos indispensáveis para que o crescimento ocorra, na identificação de novas oportunidades de negócio e na sua internacionalização. Conclui-se que, de uma forma geral, existe a consciência por parte dos inquiridos que as redes sociais são uma fonte de vantagem competitiva, e que desempenham um papel importante e facilitador no acesso a recursos e informação, que posteriormente permitem às empresas identificar novas oportunidades de negócio, viabilizarem a sua internacionalização, e conseqüentemente alcançarem o crescimento. Em termos empíricos, a investigação vem alertar para a necessidade das empresas pensarem as redes sociais de uma forma mais estruturada e como potencial fonte de vantagem competitiva, evidenciando o papel que estas redes de relações desempenham na capacidade competitiva e no potencial de crescimento das empresas.

**Palavras-chave:** redes sociais, capital social, crescimento empresarial, vantagem competitiva, internacionalização.