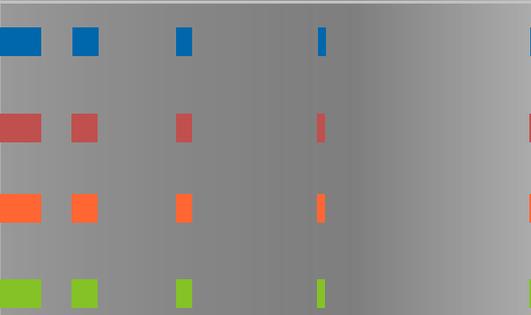


**Universidade do Minho**  
Escola de Economia e Gestão

**Pedro Miguel Pinto Ribeiro**



# **O Papel das Redes Sociais no Crescimento Empresarial**

Dissertação de Mestrado  
Mestrado em Gestão

Trabalho realizado sob orientação do  
**Professor Doutor Vasco Eiriz**

Fevereiro de 2013

# Introdução

## Estrutura da apresentação

### ■ Introdução

- Apresentação e relevância do tema
- Problema e objetivos de investigação

### ■ Revisão da literatura

- Redes sociais
- Crescimento empresarial
- Redes sociais e crescimento empresarial

### ■ Contexto e metodologia

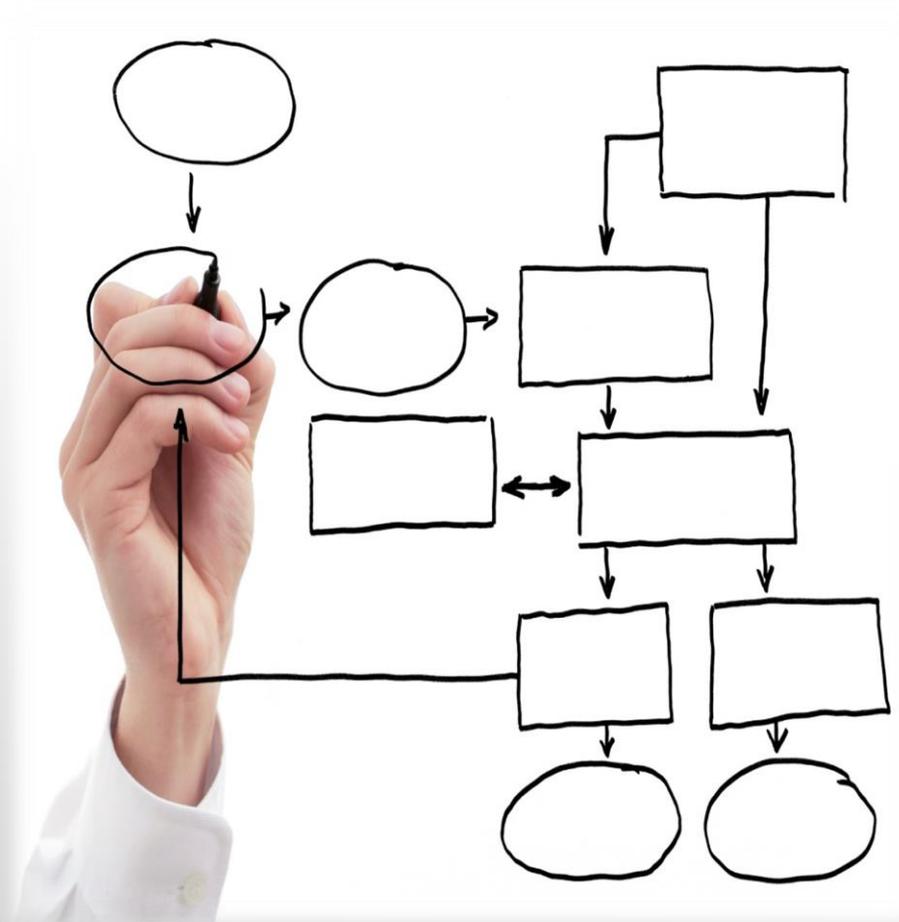
- Sector das TIC
- Metodologia e caracterização da amostra

### ■ Resultados

- Importância das redes sociais
- Redes sociais, vantagem competitiva, internacionalização e crescimento empresarial

### ■ Conclusões

- Principais conclusões
- Contributos práticos e teóricos
- Limitações e sugestões para trabalhos futuros



# Introdução

## Apresentação do tema

- Compreender o papel das redes sociais no crescimento das empresas
- As organizações estão imersas em redes de relações sociais (Granovetter, 2005)
- Pressuposto da teoria das redes sociais (Ostgaard & Birley, 1996)
- Relação entre os recursos que uma empresa tem à sua disposição e o subsequente crescimento (Ostgaard & Birley, 1996)
- Investir nas relações sociais pode facilitar os objetivos de crescimento



# Introdução

## Relevância do tema

- Para empresas que procuram estratégias **diferenciadoras** na obtenção de vantagem competitiva
- Estratégias de **superação** da limitação de recursos essenciais para o crescimento (Coviello & Munro, 1995; Larson & Starr, 1993)
- PME's em Portugal: **99,7%** (INE, 2011)
- Redes de relacionamentos e vantagem competitiva: continuam a existir **desafios** (Eiriz & Wilson, 2006)
- Falta de **consenso** e inconsistências na literatura do crescimento empresarial
- Em Portugal, literatura sobre o tema é praticamente **inexistente**



# Introdução

## Problema de investigação

- Qual o papel das redes sociais no crescimento empresarial?



# Introdução

## Objetivos de investigação



1

Conhecer a importância das redes sociais

2

Verificar se as redes sociais são uma fonte de vantagem competitiva

3

Compreender o papel das redes sociais no crescimento empresarial

4

Avaliar a importância das redes sociais na internacionalização das empresas



# Revisão da literatura

## Redes sociais

- Uma **rede social** é um conjunto de indivíduos ligados entre si por um conjunto de relações (Downes, 2005)
- O estudo das relações e das redes não é, evidentemente, uma nova área de investigação (Eiriz & Wilson, 2006)
- **Análise de redes sociais** é uma ferramenta rica e sistemática de avaliação de redes sociais (Cross *et al.*, 2001)
- O conceito de **capital social** tem ajudado a alimentar o interesse pelas redes sociais (Borgatti & Foster, 2003)



# Revisão da literatura

## Crescimento empresarial

- Conhecimento ainda **limitado** (De Wit & Zhou, 2009)
- Fenómeno **heterógeno e multidimensional** (Delmar et al., 2003).
- Fenómeno **complexo** que não pode ser explicado por um único determinante (De Wit & Zhou, 2009)
- **Determinantes** individuais, organizacionais e ambientais (De Wit & Zhou, 2009)
- Diversos **tipos ou modos** de crescimento diferentes (Davidsson et al., 2005)
- Variedade de **indicadores** e critérios de operacionalização (Weinzimmer et al., 1998)



# Revisão da literatura

## Redes sociais e crescimento empresarial

- As redes sociais têm um impacto **positivo** no crescimento das empresas (Lee & Tsang, 2001)
- A **capacidade relacional** determina o potencial de crescimento das empresas (Lechner & Dowling, 2003)
- Influenciam o processo de identificação de novas **oportunidades de negócio** (Ardichvili *et al.*, 2003)
- Quanto mais **extensas** mais oportunidades são identificadas (Singh, 2000).
- Construir e manter as relações das redes sociais, é parte integrante do processo de **internacionalização** (Liesch *et al.*, 2002)



# Revisão da literatura

## Modelo teórico





# Contexto e metodologia

Sector das Tecnologias de Informação e Comunicação

- Seleção do sector e empresa?



# Contexto e metodologia

## Metodologia de investigação

- Investigação de natureza exploratória, descritiva e **quantitativa**
- Inquérito por **questionário** (6 partes;17 questões)
- Modo de aplicação: **online**
- População: **210** colaboradores
- Amostra: **150** respostas válidas
- Tratamento dos dados: **SPSS** e **Excel**
- Taxa de resposta de **71,4%**



# Contexto e metodologia

## Caracterização da amostra

- **87,1 %** com idade compreendida entre 20 e 40 anos
- **64,1%** possui formação superior
- **55,7%** desempenham funções técnicas
- **54,1%** estão há mais de 5 anos na empresa
- **4,6%** dos respondentes pertence ao Conselho de Administração



# Resultados

## Importância das redes sociais

Recorre frequentemente ou sempre aos colegas de equipa

54,0%

Recorre frequentemente ou por vezes aos amigos

73,4%

Recorre frequentemente ou por vezes à família

52,7%

Pessoas são uma fonte de informação crítica

86,7%

Propiciam a inovação e a geração de ideias inovadoras

92,7%



# Resultados

## Redes sociais e vantagem competitiva

Melhorar a credibilidade e prestígio da marca

70,0%

Informação oportuna

87,1%

Melhorar a qualidade dos produtos

67,9%

Informação relevante

82,9%

Facilitam o acesso aos clientes

62,1%

Fonte de recursos

67,1%





# Resultados

## Redes sociais e crescimento empresarial

Aumentar o volume de vendas

50,4%

Conquistar novos clientes

59,2%

Recurso fundamental para crescer no mercado interno

67,4%

Recurso fundamental para crescer no mercado externo

64,4%

Aumentar a quota de mercado interno

42,9%

Estabelecer alianças estratégicas

46,7%

Aumentar o número de colaboradores

41,5%

Contexto para novas oportunidades de negócio

72,2%





# Resultados

## Redes sociais e internacionalização

Fundamentais a fornecer  
informação dos mercados

62,4%

São a base para novos negócios  
em mercados externos

50,4%

Importantes na seleção dos  
mercados externos

58,7%

Criam condições para a  
expansão internacional

57,9%

Importantes na redução de  
barreiras em mercados externos

81,9%

Essenciais para a entrada em  
novos mercados externos

56,4%

Importantes na redução de riscos e  
incertezas nos mercados externos

68,5%



# Conclusão

## Principais conclusões

- As pessoas recorrem frequentemente
- Importantes na inovação e conhecimento
- Facilitam o acesso a informação e recursos críticos
- Fonte de vantagem competitiva
- Impacto positivo em indicadores de crescimento
- Contexto ideal para novas oportunidades de negócio
- Papel facilitador e importante no processo de internacionalização
- Recurso fundamental para o crescimento das empresas



# Conclusão

## Contribuições e implicações

### Contributos práticos

- Para empresas, empreendedores, gestores e para qualquer indivíduo da sociedade
- Potencial das redes sociais na obtenção de vantagem competitiva
- Redes sociais no acesso a informação e recursos essenciais ao crescimento
- Alerta para a necessidade de pensar as redes de relações de forma mais estruturada nas empresas
- Elucida as empresas de como podem beneficiar com as redes sociais

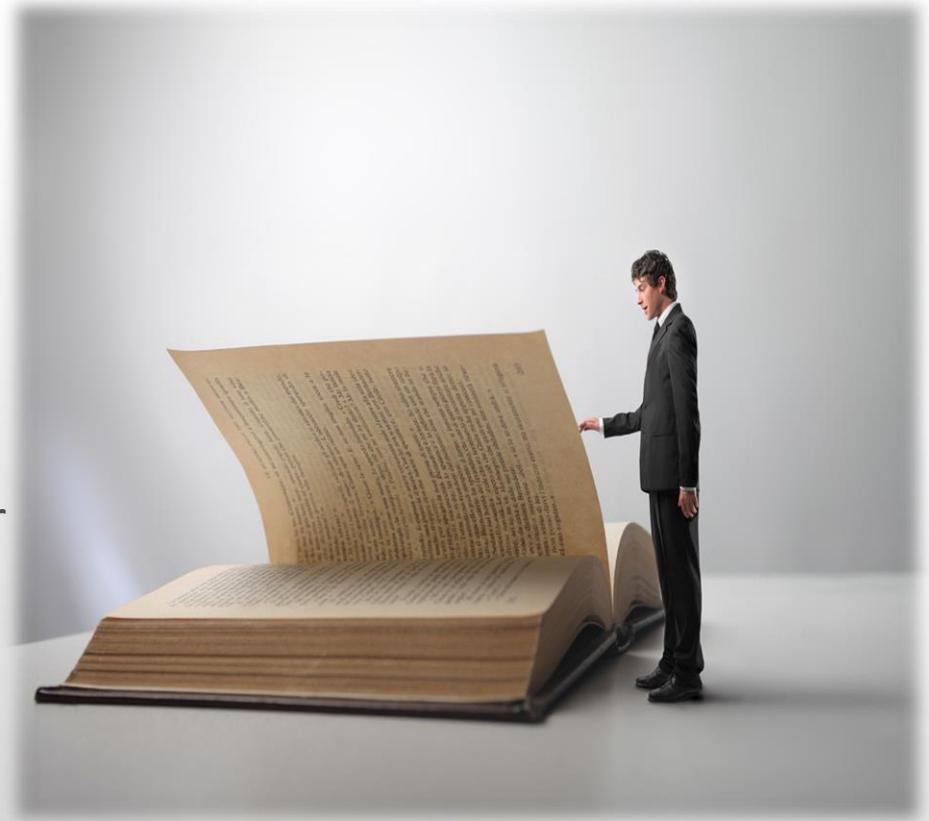


# Conclusão

## Contribuições e implicações

### Contributos teóricos

- Para a literatura do crescimento empresarial, da teoria das redes, mais especificamente das redes sociais
- Contribuições teóricas decorrentes da relação entre o crescimento das empresas e as suas redes sociais
- Fornece uma ferramenta para entender o processo de crescimento das empresas, e de como o alcançar
- Minimização da falta de investigação e conhecimento



# Conclusão

## Limitações

- Apenas foram inquiridos colaboradores de **uma** única organização
- **Subjetividade** das perceções das pessoas inquiridas
- Os dados e os resultados devem ser interpretados com **prudência**
- Os resultados obtidos são ponto de partida, para um modelo mais **complexo**, e estatisticamente mais **aprofundado**
- No entanto, o que foi feito permitiu-nos alcançar os objetivos





# Conclusão

## Sugestões para trabalhos futuros

- Falta de consenso na literatura sobre crescimento empresarial
- Aplicar a outras empresas, pessoas e contextos, replicando noutras empresas, sectores e países
- Evolução ao longo do tempo
- Transformações operadas nas relações
- Medir o dinamismo das redes
- Evolução ao longo do tempo, no processo de crescimento e internacionalização das empresas





*“A **persistência** é o melhor caminho para o êxito.”*  
Charles Chaplin

Obrigado