

A terceira edição da *Revista Base* de 2011 traz um conjunto de artigos sobre relacionamentos inteorganizacionais. Esse tema vem recebendo atenção por parte de pesquisadores e profissionais de mercado, com o crescimento de parcerias e arranjos inteorganizacionais tais como: redes de empresas, Arranjos Produtivos Locais (APLs), *joint ventures*, parcerias, entre diversas outras formas pelas quais as organizações reúnem forças para competir. Identificamos hoje diversos casos de coopetição – quando mesmo empresas concorrentes realizam atividades colaborativas para fazer frente às demandas de um mercado cada vez mais exigente. Da mesma forma, arranjos interorganizacionais são formados para potencializar o uso de recursos competitivos, por exemplo, vantagens de determinada localização geográfica, oferta de mão de obra qualificada, bem como a troca de conhecimento e possibilidades de inovação conjunta entre empresas.

O primeiro artigo desta edição, de autoria de Leonardo Querido Cárdenas, Fernando Dias Lopes e Mariana Baldi, chamado *Arranjos cooperativos sob a ótica da imersão social e da economia dos custos de transação: um estudo de caso* analisa a formação e o desenvolvimento de duas parcerias formadas por cooperativas de produtores de camarão no estado do Rio Grande do Norte, sob a ótica da Economia dos Custos de Transação (ECT) e da Imersão Social (*embeddedness*). Os resultados do estudo mostraram que a formação das parcerias trouxe ganhos de competitividade, os quais foram mais relevantes em um dos casos (Unipesca) devido à existência de um menor número de parceiros, o que possibilitou incremento dos laços sociais e da confiança entre eles.

O artigo seguinte, de Leonardo Neumann, Astor Hexsel e Alsones Balestrin, *Desafios à cooperação em aglomerados produtivos: um estudo de caso no segmento de malhas do sul do Brasil* buscou identificar os fatores que viabilizam e os que dificultam a implementação de estratégias de cooperação no aglomerado de malhas retilíneas de Nova Petrópolis (RS). Os resultados indicaram um baixo nível de ações de cooperação no aglomerado pesquisado. Uma das maiores dificuldades para cooperar é a falta de confiança, a falta de um agente articulador e de mecanismos de autogovernança no aglomerado, além de fatores de natureza externa, como, por exemplo, a instabilidade econômica e social e a presença de múltiplos segmentos de mercado.

O terceiro artigo, de autoria de Marlon Dalmoro e Milton Wittmann, *Processos de Internacionalização em Rede: cooperando para conquistar o mercado externo* analisou o processo de internacionalização de empresas a partir de uma rede interorganizacional horizontal com atuação internacional (Projeto Setorial Integrado *Wines from Brazil*). O artigo aponta que a associação em rede forma um ambiente propício para a internacionalização, especialmente no caso das empresas de menor porte, ajudando-as a superar as barreiras existentes.

O quarto artigo, chamado *Análise do processo de coopetição em redes horizontais de pequenas e médias empresas do Rio Grande do Sul*, de autoria de Márcia Patrícia Silva das Neves, Carlos Alberto Diehl, Peter Bent Hansen e Grace Vieira Becker analisou os elementos-chaves que caracterizam a coopetição em redes horizontais de pequenas e médias empresas do Estado do Rio Grande do Sul. Os resultados abordam uma série de elementos-chaves da coopetição, tais como: confiança e reciprocidade; complementaridade e comprometimento; troca de experiências e aprendizagem; histórico e identidade, entre outros. As redes de empresas analisadas possuem todos os elementos propostos em diferentes graus de intensidade, em função de suas peculiaridades. Os elementos vinculados à dimensão cooperação mostraram-se mais presentes nas redes do que os elementos vinculados à dimensão competição.

Por fim, o quinto artigo, de autoria de Cláudio Reis Gonçalo e João Zanoluchi, *Relacionamento entre empresa e universidade: uma análise das características de cooperação em um setor intensivo em conhecimento* procurou identificar os fatores motivadores para o estabelecimento de relacionamentos de cooperação entre empresas e universidades, bem como elementos representativos da eficácia desses processos de relacionamento. O setor investigado foi o de Tecnologia da Informação, no estado do Rio Grande do Sul. As conclusões ressaltam que o capital intelectual e a aprendizagem dos profissionais são os motivadores mais valorizados pelas empresas para o estabelecimento de parcerias com universidades, e a maior barreira apontada foi a definição de direitos pelas patentes geradas.

Esperamos que os artigos desta edição sejam úteis a todos aqueles que estudam redes, arranjos, parcerias e outras formas de colaboração interorganizacional, ao elucidarem fatores que facilitam e que dificultam esses relacionamentos, bem como, pela avaliação de seus resultados em contextos reais de negócios.

Desejamos a todos uma excelente leitura!

Amarolinda Zanela Saccol e Carlos Alberto Diehl
Editores