

*PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN***ESTIMACIÓN DE CAPITAL SOCIAL EN FIRMAS DE SERVICIOS LEGALES**

Juan Manuel Larrosa

**I. El problema**

Un individuo cuando establece un vínculo con otro, establece un tipo de enlace ó conexión. A medida que esta estructura de relaciones crece, puede adquirir el nombre de red, dado que cada individuo adquiere la característica de un nodo y su relación con otro nodo forma los canales de conexión. Formalizados externamente puede asemejarse a la típica forma de telaraña que observamos en la naturaleza.

La interacción y la performance de un actor están relacionadas. Cuando un actor sostiene una mayor cantidad de relaciones con otros pares, accede a mayor nivel de información y a un mayor nivel de posibles intercambios y de elección entre oportunidades. Por ello, de estas interacciones pueden darse muchos resultados diferentes al que el mismo individuo hubiese obtenido de trabajar en aislamiento, los cuales repercuten en su desempeño personal. Puede convertirse en una persona central dentro de esta estructura, siendo un puente entre las diversas subredes que operan informalmente dentro de la misma estructura. Es decir, si redes que se encuentran desconectadas entre sí sólo establecen contacto a través de ciertos actores, dicha situación le brinda a éstos una posición de influencia y control con respecto al resto. Entonces la interacción y la forma en que los agentes se comportan frente a las alternativas de interrelación puede llegar a determinar la conducta de los mismos.

Este análisis individual pudiera extenderse a las firmas. En el estudio interorganizacional dicha conducta podría asimilarse a firmas que se encuentran mejor conectadas con otras firmas del mercado, sea al nivel de proveedoras como al nivel de alianzas ó con instituciones ú organizaciones que pueden brindan recursos al objetivo de la organización. En este sentido, se puede pensar que firmas que desempeñen en un determinado mercado accederán a cierta información común a todas y a información

particular que el conjunto de relaciones propias de cada firma posea. Un tema que se vuelve relevante es la determinación de como el manejo de los flujos particulares de relaciones a los que accede una organización resultan en cambios de su performance.

El propósito de esta investigación es el de entender una cuestión particular del comportamiento de este tipo de organizaciones.

En primer lugar, introducir sobre el comportamiento organizacional y la forma empresarial adoptada por estas firmas. Particularmente, definir y determinar formas comunes de gerenciamiento de firmas legales en una muestra representativa de las mismas. Particularmente se va a adoptar como marco de dicha investigación la ciudad de Bahía Blanca, la cual se halla dentro de la jurisdicción legal de la provincia de Buenos Aires y, por ende, del marco legal de la República de Argentina. Ello requiere la adopción de una descripción de las circunstancias institucionales locales y nacionales que restringen el marco de acción de las firmas que allí operan.

En segundo lugar, y cuestión central, el tema de análisis de esta investigación requiere una identificación del grado de intercambio que posee cada firma dentro de su mercado a fin de conceptuar sobre el capital social con el que cuentan. Las interrelaciones que manifiesten las firmas legales con instituciones y centros sociales locales debieran ser identificadas y calificadas en el sentido de proveer de información sobre si estas interrelaciones pueden brindar alguna capacidad ajena al propio marco de la organización. Asimismo debiera identificarse a priori la importancia social de cada institución a ser comparada (clubes, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, centros sociales, actividad política, entre otros) Luego, una vez controlados ciertos parámetros que de por sí podrían brindar capacidades competitivas a cada firma (años de antigüedad, localización, nivel de capital humano poseído, número de integrantes de la misma, entre otras) resulta de gran interés comprobar si el hecho de que una firma posea una estructura de relaciones más amplia y abarcativa le otorga, en sí misma, una posición competitiva respecto a las otras.

## **II. El marco teórico**

El marco sobre el cual se sustenta el análisis empírico pertenece a la rama de la sociología aplicada al estudio del comportamiento organizacional que, para el caso del estudio de las interrelaciones, corresponde al área de análisis de redes sociales (*social network analysis*, para una revisión véase Scott (1991), para un análisis en profundidad debe citarse a Wasserman y Faust (1994)). La comparación de la performance de una firma con respecto al grado de interrelación que esta manifiesta es estudiada específicamente por la teoría del capital social. Esta teoría, cuya rama de estudio de la conducta organizacional se encuentra

fuertemente emparentada con el análisis de redes sociales, plantea que uno de los activos más destacados de una firma lo conforma, precisamente, el grado de interrelaciones que la misma administre para llevar a cabo su objetivo. Dos definiciones prevalecen actualmente en la literatura. En primer lugar, las investigaciones de Coleman adscriben a la definición de capital social como una fuerza cohesiva de relaciones, que facilita un ambiente cooperativo en la organización (Lin, 1999<sup>1</sup>). Coleman (1988) postula que el grado de clausura (*closure*) de una red es lo que define el valor del capital social formado por ésta. Es decir, según sean más cercanos los extremos de una red, mayor reconocimiento y apoyo emocional el individuo y el grupo obtendrá. La segunda definición, que sería la que se utilizaría en el desarrollo del trabajo, sería la perspectiva de Burt (1992a,b, 1997, 2000, 2001a,b), la cual es más específica para el análisis de capital a través de redes sociales. Burt ve a las estructuras cohesivas como un signo de rigidez a la hora de utilizarlas para gobernar una organización compleja y aboga por definir al capital social creado por una red como aquél compuesto por la mayor cantidad de contactos con nodos de información no redundante (hoyos estructurales). Burt (1992a) muestra como una ventaja competitiva para las firmas es dada por la conexión con nodos de información no redundante (hoyos en la estructura de red, en términos de su argumentación). Es decir, un actor atado a un conjunto de conexiones altamente denso (interacciones bilaterales constantes, rutinarias y, en general, con alto contenido emotivo) provoca que éste acceda constantemente a flujos de información redundante, es decir información que no brindará ventajas potenciales de ser aprovechadas para un mejor desempeño. En este sentido se supone que dado que mantener una relación cualquiera conlleva unos costos, en tiempo y dedicación, iguales, es conveniente obtener de éstas la mejor y más variada fuente de información posible (ley de maximización de la utilidad esperada). Este argumento tiene su origen en el aporte de Granovetter (1973) quién sugiere que los lazos débiles [*weak ties*] (es decir, aquellos relaciones sólo contactados de forma no periódica) poseen mayor importancia para el individuo dado que lo nutren de información diversa que aquellos que si son contactados periódicamente. Por ejemplo, si cualquier agente sólo se relaciona con amigos que son, a su vez, amigos entre sí, la información de sólo uno de estos miembros será la que proporcione información original. El resto, solo repetirá el argumento del primero. En el caso de las firmas, la permanencia de lazos con las mismas organizaciones y/o clientes pudiera tener el mismo efecto.

---

<sup>1</sup> De hecho, Lin considera que esta postura es innecesaria ó por lo menos no realista dado que la visión de Coleman apunta a identificar un capital social en términos institucionales. Es decir, la mayor densidad de relaciones crea una estructura generadora de confianza entre los integrantes de la red, asimismo de normas, sanciones y premios. No es ésta la postura seguida en general por el cuerpo principal de la sociología organizacional si bien es utilizada en muchas investigaciones en forma de contraejemplo ó como límite a la definición de Burt. Ello se repasará más adelante.

De esta argumentación Burt se sostiene para definir el capital social de un individuo ó grupo. El capital social es en definitiva el grado de diversidad de fuentes de información valiosa (no redundante) a la que accede el individuo ó la organización. Lin (1999) explica que esta segunda definición de capital social puede ser sintetizada como una *inversión en relaciones sociales con retornos esperados*. Es decir los individuos se dedican a establecer relaciones y redes para obtener beneficios. En este sentido, Lin considera tres explicaciones de cómo los recursos insertos en una red social pueden proporcionar resultados valiosos para la organización:

a) *Información*: el argumento mencionado anteriormente se aplica aquí. En situaciones de competencia imperfecta (Burt, 1992a,b) ciertos lazos sociales estratégicamente ubicados en una red de relaciones otorgan mejor información a un individuo en cuanto a esquema de oportunidades y elecciones que de otra manera no podría obtener (Granovetter, 1973).

b) *Influencia*: estas relaciones pueden ejercer influencia en otros agentes (reclutadores de personal, por ej.) los cuales puede jugar roles críticos en decisiones (contratación, por ej.) que involucran al actor.

c) *Credenciales sociales*: la pertenencia a una red y su reconocimiento por parte de terceros podría ser considerado por los agentes ó la organización como certificaciones sociales de que el individuo puede acceder a ciertos recursos a través de su red social.

d) *Reforzamiento*: de las relaciones sociales se espera que se refuerce la identidad y el reconocimiento. Pertenecer a una red social otorga reconocimiento a la labor individual dentro de la misma, así como otorga identidad a través de la valoración individual y del apoyo emocional.

Una discusión sobre el origen del termino capital social así como de otras perspectivas puede verse en Borgatti (1998). Otros aportes que serán relacionados con el presente trabajo son los de Uzzi (1997), Galunic y Moran (2000), Gargiulo y Benassi (2000), Gulati y Gargiulo (1999) y Perrow (1992). A continuación se resumen dichos aportes.

Burt (1992) investiga como el capital social creado por los hoyos estructurales de una red presenta aspectos contingentes como por ejemplo, la existencia de diversos competidores a la hora de realizar la misma tarea. En su estudio, Burt analiza el rendimiento de un grupo de *managers*, los cuales poseen en su estructura organizacional otros tantos pares que realizan tareas similares. Ello porque el capital social administrado por poseer hoyos estructurales en la red brinda beneficios de información y control sobre la organización. Existiendo diversos pares que poseen información y control sobre la organización, acotan el valor del capital social creado por un solo individuo.

Uzzi (1997) muestra como la permanencia de una firma en una red puede tener repercusiones negativas en tanto la firma quede aislada en términos de información del

resto de las potenciales fuentes de información ajenas a la red. Allí se demuestra como la definición de Coleman puede afectar el desempeño de la organización.

Galunic y Moran (2000) realizan un estudio de la performance de directivos de ventas de un emporio farmacéutico europeo. Analizando dos dimensiones del capital social de este grupo de administradores – la inserción estructural (*structural embeddedness*) y la inserción relacional (*relational embeddedness*)- determinan que ambas juegan papeles diferentes a la hora de explicar la performance observada. En primer lugar, la inserción estructural, es decir la estructura de relaciones en sí a la que accede el individuo, ayuda a explicar los éxitos en performance en tanto a tareas de administración de los *managers*. En el segundo caso, la inserción relacional, es decir la calidad de los nodos a los que acceden a través de la inserción estructural ayuda a explicar la buena performance en temas de adopción de innovaciones.

Gargiulo y Benassi (2000), por su parte, analizan los límites de las dos definiciones de capital social expuestas anteriormente. En ese sentido, analizan un caso de fusión interorganizacional en el que el enfoque cohesivo de Coleman plantea un inconveniente al momento de adaptar tecnologías provenientes de otras firmas de la red. Nuevamente, la flexibilidad viene dada por el hecho de que la red adhiera nodos que brinden variedad de conexiones útiles al desempeño de la organización (hoyos estructurales de Burt).

Gulati y Gargiulo (1999) estudian por qué se forman alianzas entre firmas. En su investigación, se postula que la probabilidad de la creación de una alianza entre firmas esta relacionada con factores previos (es decir, si ya hubo una alianza en algún momento previo entre ambas, si existen terceras partes en común, así como el grado de centralidad de la alianza) y con el grado de interdependencia actual de las mismas. En ese sentido, la mayor diferenciación estructural de la firma que se agrega a la alianza mitiga el efecto de interdependencia y ayuda a mejorar el efecto de centralidad de la red creada.

Perrow (1992) analiza en caso de las redes de PYMEs. En ese sentido, postula que resulta una opción clara de estructura organizacional, basada en la confianza y que busca obtener ventajas para el bienestar de sus miembros de una forma más focalizada. En ese sentido, se postula que organizaciones que por su funcionalidad pueden operar fuera de la estructura de una gran organización, tienen posibilidades de actuar en red (la enumeración de Perrow, por supuesto, incluye a las firmas que brinda servicios legales).

Todos estos aportes sugieren interrogantes sobre el área particular de las firmas locales proveedoras de servicios legales. Es decir, ¿las firmas legales operan en redes interorganizacionales específicas? Por otra parte, ¿cuál es la estructura de relaciones con la operan? ¿la presencia de abogados con fuertes relaciones en instituciones locales (partidos políticos, organizaciones sin fines de lucro, estado nacional, provincial ó municipal, etc.) brinda al estudio jurídico una ventaja competitiva diferencial con respecto a otros?

Interrogantes similares pueden ir planteándose a medida que se avance en la investigación en particular, aunque la hipótesis general a chequear se presenta a continuación.

### **III. Las hipótesis**

La hipótesis inicial que la investigación plantea es la siguiente:

*Proposición 1: las firmas legales que han desarrollado lazos de intercambio más numerosos y diversos (no redundantes) con instituciones y centros de actividad social importantes debieran poseer un mejor desempeño organizacional, en términos de mayor nivel de actividad con respecto a aquellas que posean menores lazos de intercambio con el resto de la sociedad.*

Como *proposición alternativa* se postula que las empresas que posean lazos de intercambio más denso (fuertemente redundantes) deberían mostrar un rendimiento inferior al de las empresas que posean más hoyos estructurales en su red.

A medida que la investigación avance podrían presentarse otras proposiciones más específicas a la investigación en sí, de las cuales se piensa dejar referencia en la medida que estas vayan surgiendo.

### **IV. Diseño del experimento ó entrevista**

La búsqueda de los datos necesarios para la medición de las variables relevantes para la comprobación de la hipótesis de la investigación requiere de entrevistas y encuestas. Las entrevistas iniciales estarán enfocadas a un grupo menor de estudios jurídicos a los cuales se intentará contrastar el modelo gerencial sintetizado de la lectura de la teoría organizacional. En ese sentido, las preguntas serán abiertas de manera de ir comprobando si el modelo de organización esquematizado a través de la lectura de literatura específica puede ser considerado como apropiado para el estudio de los casos locales.

Una vez comprobado ello, se dará paso a las encuestas estructuradas en las cuales se abocará a recabar datos con respecto al grado de interacciones de todos los estudios que comprendan la muestra. Dado el número de estudios previamente estimado en la muestra (cerca de 200) se estima conveniente realizar una encuesta por correo, para lo cual se tendrán en cuenta los aportes y correcciones sugeridos por la literatura académica (Dillman, 1991). Se intenta a través de ello analizar la existencia de un conjunto de

mediciones estándares a calcular, las cuales se especifican en las Tablas 2 a 4 más adelante.

### V. Procedimientos muestrales

El procedimiento muestral a emplear será una mezcla de dos técnicas: la técnica de saturación y la técnica de generador de nombres (*name generator*) [véase Lin (1999)]. La primera técnica es usualmente utilizada cuando se puede identificar todos los lazos y nodos de una red. Es decir, sirve para cuando se trabaja con redes pequeñas, donde se pueden identificar cuales son todas las interrelaciones posibles. En nuestro caso, los estudios jurídicos de la ciudad (n ≈190) pueden resultar una muestra en cierto modo controlable y delimitada. De todos, una vez identificada las relaciones que se buscan *a priori*, podrían surgir nuevas relaciones a ser analizadas en tanto sean relevantes para la determinación del nivel de capital social. Para ello se utilizaría la segunda técnica, la cual es usualmente utilizada en el tratamiento de redes grandes y de difícil medición. Esta técnica se elabora a través de un individuo quién lista sus relaciones, desde y partir de allí se va determinando la estructura de relaciones sobre las que opera el mismo.

### VI. Métodos de obtención de datos

Los datos serán obtenidos mediante entrevistas personales y encuestas individuales. En el primer caso se plantea las entrevistas como un modo de recabar mayores datos sobre la particularidad del tipo organizacional ha ser estudiado. Las encuestas de determinación de estructuras de redes sociales a implementarse serán las usuales implementadas en estos estudios, de los cuales se puede obtener una revisión en Borgatti *et al.* (1998).

La medición del capital social generalmente tiene dos enfoques (Lin, 1999):

- a) Medir los recursos insertos en la red
- b) Determinar las ubicaciones dentro de la red de los agentes

las cuales se pueden resumir en la Tabla 1, a continuación

**Tabla 1. Capital Social como activos en una red**

Enfoque	Medición	Indicadores
Recursos insertos	Recursos de la red	Rango de recursos, mejores recursos, composición (recursos medios), recursos de contacto
	Status del contacto	Ocupación de los contactos, autoridad, sector
Ubicaciones en la red	Puente para acceder a otro puente	Hoyo estructural, restricción estructural
	Fortaleza del lazo	Puente de red, ó intimidad, intensidad, interacción y reciprocidad.

Fuente: Lin (1999, Tabla 3)

Esta investigación plantea el enfoque de ubicaciones en la red, es decir determinar los hoyos y restricciones estructurales de la red así como el acceso a puentes entre redes interorganizacionales y su influencia en el rendimiento económico de las organizaciones. En ese sentido se tendrá especial cuidado de determinar situaciones en las cuales la ubicaciones en la red perjudique ú otorgue resultados negativos de algún tipo a un integrante específico de la red (Gargiulo y Benassi, 2000).

El indicador de la productividad de un estudio jurídico, en principio, sería el número de casos atendidos en el último año, a fin de tomarlo como un indicador del nivel de actividad desarrollado por la firma. Este indicador deberá ser controlado por el nivel de actividad económica regional del período, dado que durante una recesión debe tenerse en cuenta factores exógenos a la misma en su desempeño promedio de una firma.

Otras variables de control serán los años que la firma lleva en el mercado (variable *proxy* de reputación), distancia al centro de la ciudad (variable de localización), datos demográficos (edad de los abogados) y cualitativos (universidad de graduación, estudios de postgrado etc.) así como la estructura de cuestionarios de los análisis de redes sociales usualmente empleados en investigaciones (grado de relación con otras organizaciones, intensidad y antigüedad de las mismas, entre otras).

## **VII. Guía de trabajo**

Se planea realizar el trabajo de campo en un período de dos meses, a fin de controlar y ejecutar las encuestas y realizar correcciones posteriores a la misma. En un primer momento se enviará la encuesta a ser elaborada a los estudios. Sobre la misma debiera esperarse una respuesta en un lapso de dos meses. A partir de dicha fecha se empezará a cargar los datos para sus análisis. Se espera que, al mismo tiempo, se habilite un teléfono ó correo electrónico para satisfacer las dudas de los encuestados.

Una vez obtenidos los datos y corregidas las encuestas, se procesarán con software específico de esta área de estudio. En ese sentido se cuenta con el software recomendado por los propios investigadores de redes sociales (UCINET IV, Pajek y Krackplot 3.0).

## **VIII. Análisis de resultados**

Los resultados serán analizados en términos de la metodología estándar del análisis de redes sociales. En ese sentido, se intentarán medir los coeficientes descritos en Borgatti *et al.* (1998). El objetivo será determinar los siguientes indicadores de redes egocéntricas, mediciones de hoyos estructurales y mediciones estándar de centralidad de las redes, las

cuales se aplican a la comprensión del fenómeno de capital social. Algunas de esta se resumen a continuación:

**Tabla 2. Mediciones estándares de redes egocéntricas**

Nombre	Descripción	Relación con el capital social
Tamaño/Grado	Número de otras conexiones a las que un individuo se encuentra directamente conectado, ponderado por la fortaleza del lazo.	Positivo: Según haya más gente con la que una firma tiene relaciones, mayores serán las chances de obtener los recursos que se necesitan.
Densidad	La proporción de las otras conexiones de estar conectadas entre sí.	Negativo: Si todos las otras conexiones están conectadas entre sí, existe información redundante. Debería diversificarse mejor el esfuerzo relacional en este sentido.
Heterogeneidad	Variedad de las otras conexiones con respecto a las dimensiones relevantes (sexo, edad, ocupación, etc.)	Positivo (solo que entre en conflicto con la calidad composicional)
Calidad composicional	El número de otras conexiones con alto nivel de características necesarias (v.g., riqueza total, poder, grado de especialización en algún tema ó generosidad)	Positivo: más conectado se está a recursos útiles para la organización, mayor capital social se poseerá.

A continuación se particulariza con respecto a algunas medidas efectivas de hoyos estructurales utilizadas en diversas investigaciones (Tabla 3) así como medidas de centralidad estándares.

**Tabla 3. Medidas estándares de hoyos estructurales**

Nombre	Descripción	Relación con el capital social
Tamaño efectivo	El número de otras conexiones, ponderadas por la fortaleza de la conexión, al que uno está conectado neto del factor de redundancia.	Positivo: A más regiones diferentes de la red que un actor se relacione, serán mayores los beneficios de control e información potenciales a los que se accederá.
Restricción	Hasta que punto las inversiones en relaciones de una firma están directa ó indirectamente relacionadas con una sola conexión.	Negativo: Según más restringido se encuentre un actor, tendrá menos oportunidades para la acción.

**Tabla 4. Medidas de centralidad estándares**

Nombre	Descripción	Relación con el capital social
Clausura	La distancia teórica del grafo desde un actor a otro en la red	Negativa: Según mayor sea la distancia a otro nodo, la menor chance de acceder a información en un tiempo dado.
Mediación	El número de veces que un individuo cae en el camino de relación entre otros dos actores.	Positivo: Los actores con mayor grado de mediación ayudan a conectar a actores que de otro modo estarían desconectados, creando oportunidades de beneficios para control e información.
Autovector	Hasta que punto un individuo esta conectado a nodos los cuales son en sí mismos altos en el autovector de centralidad.	Positivo: Un actor tiene un resultado de autovector alto cuando se encuentra conectado a otros que están bien conectados a su vez.

Estos serían los coeficientes a estimar y comparar con los resultados expuestos en el marco teórico. Asimismo se espera encontrar algún patrón de interrelaciones privativo

dentro de la muestra estudiada, el cual podría dar sustento a algún aporte particular al conjunto de conocimientos de esta rama de estudio.

## Referencias

- Borgatti, Stephen (1998), "A SOcNET Discussion on the Origins of the Term Social Capital", *Connections* 21 (2): 36-48.
- Borgatti, Stephen, Martin Everett y Candice Jones (1998), "Network Measures of Social Capital", *Connections* 21 (2): 1-36.
- Burt, Ronald (1992a), STRUCTURAL HOLES, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- \_\_\_\_\_ (1992b) "The Social Structure of Competition", incluido en Nitin Nohria y Robert Eccles (editores), NETWORKS AND ORGANIZATIONS. STRUCTURE, FORM, AND ACTION, Harvard Business School Press, Cambridge, Massachussets.
- \_\_\_\_\_ (1997), "The Contingent Value of Social Capital", *Administrative Science Quarterly* 42: 339-365.
- \_\_\_\_\_ (2000), "The Network Structure of Social Capital", incluido en Robert Sutton y Barry Staw (editores), RESEARCH IN ORGANIZATIONAL BEHAVIOR, Volumen 22, Greenwich, CT, JAI Press.
- \_\_\_\_\_ (2001a), "Structural Holes versus Network Closure as Social Capital", incluido en Nan Lin, Karen S. Cook y Ronald Burt (editores), SOCIAL CAPITAL: THEORY AND RESEARCH, Aldine de Gruyfer.
- \_\_\_\_\_ (2001b), "The Social Capital of Structural Holes", incluido en Mauro Guillén, Randall Collins, Paula England y Marshall Meyer (editores), NEW DIRECTIONS IN ECONOMIC SOCIOLOGY, Capítulo 7, Russell Sage Foundation, New York.
- Coleman, James S. (1988), "Social Capital in the Creation of Human Capital", *American Journal of Sociology* 94: S95-S120.
- Dillman, Don A. (1991), "The Design and Administration of Mail Surveys", *Annual Review of Sociology* Vol. 17: 225-249.
- Galunic, C. y P. Moran (2000), "Social Capital and Productive Exchange: Structural and Relational Embeddedness and Managerial Performance Link", *Working Paper 2000/07/OB*, INSEAD, Fontainebleau, Francia.
- Gargiulo, Martín y Mario Benassi (2000), "Trapped in Your Own Net? Network Cohesion, Structural Holes, and the Adaptation of Social Capital", *Organization Science*, Vol. 11, No. 2, March-April, 183-196.
- Granovetter, M. S. (1973), "The strength of weak ties", *American Journal of Sociology* 78: 1360-1380.
- Gulati, Ranjay y Martín Gargiulo (1999), "Where Do Interorganizational Networks Come from?", *American Journal of Sociology*, March: 177-231.
- Lin, Nan (1999), "Building a Network Theory of Social Capital", *Connections* 22 (1): 28-51.
- \_\_\_\_\_ (1992), "Small-Firms Networks", incluido en Nitin Nohria y Robert Eccles (editores), NETWORKS AND ORGANIZATIONS. STRUCTURE, FORM, AND ACTION, Harvard Business School Press, Cambridge, Massachussets.
- Perrow, Charles (1992), "Small-Firms Networks", incluido en Nitin Nohria y Robert Eccles (editores), NETWORKS AND ORGANIZATIONS. STRUCTURE, FORM, AND ACTION, Harvard Business School Press, Cambridge, Massachussets.
- Scott, John (1991), SOCIAL NETWORK ANALYSIS. A HANDBOOK, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Uzzi, Brian (1997), "Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness", *Administrative Science Quarterly* 42: 35-67.
- Wasserman, Stanley y Katherine Faust (1994), SOCIAL NETWORKS ANALYSIS, Cambridge, Cambridge University Press.