

CONDICIONANTES SOCIORRELACIONAIS PARA A FORMAÇÃO DE REDES DE COOPERAÇÃO NO SETOR MOVELEIRO DE BOA VISTA-RR.

Edgar Reyes Junior – edgarreyes2000@yahoo.com.br
Doutor em Administração (UNISINOS) – Prof. Dpto de Administração da UFRR

Thales Ponciano Pinheiro Dias – thales.ponciano@gmail.com
Graduando em Administração (UFRR)

RESUMO: A discussão sobre redes de colaboração tem se expandido nos últimos anos, afirmando que estes empreendimentos são baseados na confiança e cooperação, nos quais a interdependência entre as organizações as torna mais fortes e mais dependentes da parceria. Porém, o processo de atuação conjunta depende de elementos intangíveis, como a confiança. Este estudo tem como objetivo identificar os condicionantes para propensão em atuação em redes de empresas moveleiras em Boa Vista. Foram analisadas a influência da confiança e fez-se uma análise de redes sociais, a fim de identificar por meio de diferentes graus de centralidade, bem como a posição de cada empresa em relação às demais. Essa pesquisa descritiva, transversal, tendo como método empregado, o quantitativo aplicado através de *survey*, cujos dados foram analisados com os softwares UNICET 6.289 e PAJEK 1.19. Como resultados, identificou-se no setor a existência de dois grupos de empresas, um formado por franquias de marcas de outros estados e outro formado por fabricantes locais de móveis sobre medida. Ao se analisar essas variações a partir do modelo proposto por Reyes Junior et al (2011), ao se analisar o primeiro aglomerado identificasse que pelo seu relativamente alto grau de reciprocidade e poder relacional pode-se identificar este grupo como um conjunto de empresas pronto para atividades em rede. O segundo agrupamento não apresenta o mesmo nível reciprocidade e apresenta alta assimetria de poder o que pode permitir a identificação de demandas no sentido de ampliação dos níveis de confiança entre os atores desse aglomerado.

Palavras Chave: Análise de redes sociais; confiança setor moveleiro, Roraima

ABSTRACT: the discussion on collaborative networks has expanded in recent years, claiming that these new developments are based on trust and cooperation, in which the interdependence between organizations makes them stronger and more dependent on partnership. However, the process of joint action depends on intangibles like confidence. This study aims to identify the determinants propensity to work in networks of furniture companies in Boa Vista. We analyzed the influence of trust and made an analysis of social networks in order to identify through different degrees of centrality, and the position of each company in relation to others. This descriptive, cross-sectional, with the method used, the amount applied through survey, whose data were analyzed with software UNICET 6289 and Pajek 1.19. As a result, we identified the sector the existence of two groups of companies, one formed by franchise brands from other states and other formed by local manufacturers of furniture on measure. When analyzing these variations from the model proposed by Junior Reyes et al (2011), when analyzing the first cluster that identified by their relatively high degree of reciprocity and relational power can identify this group as a group of companies ready to networking activities. The second group does not present the same level reciprocity and

features high power asymmetry which may allow the identification of demands in order to increase the levels of trust between the actors in this cluster.

Keywords: Social network analysis; trust; furniture sector, Roraima

INTRODUÇÃO

Com o atual contexto do mercado globalizado onde a instabilidade da vantagem competitiva, consequência da intensiva disputa entre as empresas, de uma demanda seletiva e das mudanças tecnológicas, vêm influenciando as empresas a manterem-se em constante adaptação, moldando e sendo moldadas pelo seu ambiente externo, através de novas formas e modelos de gestão, novas arquiteturas e estratégias, com intuito de conquistar e consolidar posições competitivas no mercado global ou local.

Nessa temática surge a formação de redes interorganizacionais como alternativa para que a empresa se firme no contexto competitivo. As redes são empreendimentos menos formalizados, baseados na confiança e cooperação, nos quais a interdependência entre as organizações as torna mais fortes e mais dependentes da parceria. Baseadas na cooperação, as redes têm como objetivo principal potencializar os lucros de seus associados, sendo que, dentro dos benefícios que a rede promove destacam-se a flexibilidade e economia de escalas similares a das grandes empresas.

Entretanto, apesar de perceber grandes vantagens, associar-se a uma rede é um desafio, onde a visão individualista deve ser superada e então substituída por uma visão mais coletivista, que envolve um relacionamento aberto com outros empresários e a participação conjunta na tomada de decisões.

A análise redes sociais proposta por este estudo está voltada para a possibilidade de formação de redes de empresas, com atividades de colaboração, envolve análise de Condicionantes para a Formação de Redes de Cooperação no Setor Moveleiro de Boa Vista-RR.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Conceito de Confiança

A literatura organizacional sobre confiança apresenta inúmeros conceitos provenientes de diversas áreas do conhecimento, tais como a psicologia, a sociologia e a economia, o que conduziu a variadas definições do construto confiança (SINGH E SIRDESHMUKH, 2000).

REYES JUNIOR, E; DIAS, TPP.

Apesar das divergências para a definição do construto confiança, Rousseau *et al.* (1998), propuseram uma definição consensual, em que a confiança é um estado psicológico que compreende a intenção de aceitar certa vulnerabilidade baseado em expectativas positivas das intenções ou dos comportamentos de outros. Para Barney & Hansen (1994) e McAllister (1995) confiança é a garantia de que os parceiros não explorarão a vulnerabilidade de outros nas transações.

Confiar, naturalmente, não permite às pessoas controlar ou antecipar sem margem de erro o comportamento de outros, mas torna possível uma compreensão destas interações. Consequentemente, confiar é um pré-requisito do comportamento e é nada menos do que um fato básico da vida social. Desta forma, a confiança é um mecanismo que reduz a complexidade e permite às pessoas lidarem com os altos níveis de incerteza e complexidade da vida contemporânea (LUHMANN, 1979).

Como não é possível desenvolver planos de ação que possam enfrentar todos os possíveis eventos futuros, torna-se necessário uma estratégia para enfrentar a complexidade tal como a predição racional. Através da coleta e processamento de informações sobre o que se sabe dos relacionamentos, pode-se fazer certas predições que terão maior ou menor probabilidade de ocorrer no futuro e que requerem que sejam levadas em consideração no presente (LEWIS & WEIGERT, 1985).

Para Lewis e Weigert (1985) a análise do conceito de confiança apresenta características multifacetadas e distintas tais como as dimensões cognitiva, emocional e comportamental. Confiança é baseada em um processo cognitivo que discrimina entre pessoas e instituições que são dignas de confiança, não dignas de confiança e neutras. “Neste sentido nós cognitivamente escolhemos em quem nós vamos confiar e sob que circunstâncias embasados em ‘boas razões’, constituindo evidência de confiabilidade” (p.970).

A manifestação da confiança no nível cognitivo da experiência é alcançado quando os atores sociais já não necessitam ou querem evidências adicionais para confiar. O elemento cognitivo em confiança é caracterizado por um ‘salto’ cognitivo além das expectativas que a razão e a experiência sozinha autorizaria, os quais são a sua base (LEWIS & WEIGERT, 1985). Para Luhmann (1979) o processo cognitivo sobressai da base informacional. Para Fine & Holyfield (1996) a perspectiva que enfatiza o componente cognitivo é necessária, mas não suficiente. Não somente se pensa em confiança, mas a sente em um mundo de significados culturais, respostas emocionais e relações sociais.

REYES JUNIOR, E; DIAS, TPP.

Dentro da vertente da literatura que define a confiança como uma escolha de comportamento, duas imagens contrastantes de escolhas têm sobressaído, uma que tem por base a escolha racional e outra a escolha relacional (ZANCAN, 2005; KRAMER, 2000). A perspectiva de escolha racional apresenta uma orientação calculada em relação a risco através de escolhas racionais e eficientes, enquanto que a perspectiva de escolha relacional é inserida uma orientação social em relação a pessoas e a sociedade como um todo (KRAMER, 2000). McAllister é entendido como um autor que compreende confiança do contexto do relacionamento (ROUSSEAU *et al.*,1998), para o qual os laços emocionais que ligam indivíduos podem fornecer a base para a confiança, assim como sua importância nos relacionamentos de base afetiva e na qualidade do comportamento interpessoal (McALLISTER, 1995).

A base emocional da confiança é complementar à cognitiva. O componente afetivo consiste em uma ligação emocional entre os participantes de um relacionamento, onde a confiança cria uma situação social em que o investimento da intensidade emocional pode ser incrementado e isto é porque o traidor da confiança golpeia a base do relacionamento, não meramente no conteúdo específico da traição. Este componente emocional se faz presente em todos os tipos de confiança, mas normalmente é mais intenso na confiança interpessoal próxima. O conteúdo emocional da confiança contribui para a perspectiva cognitiva, de onde é estabelecida e sustentada (LEWIS & WEIGERT,1985).

Morrow *et al.*(1999) consideraram seu modelo de mensuração da confiança nas dimensões cognitiva e afetiva. A confiança cognitiva e afetiva se referem ao processo para determinar se um indivíduo, um grupo ou uma organização são confiáveis, ou seja, estes termos se referem a como alguém desenvolve boas razões para decidir que outros podem ser confiáveis ou em como os vínculos emocionais da confiança se desenvolvem.

Para os autores a confiança cognitiva é de natureza objetiva e está baseada em um processo racional, metódico que resulta em um julgamento que um indivíduo, um grupo ou uma organização sejam confiáveis. Já a confiança afetiva é de natureza subjetiva porque é baseada no humor, nos sentimentos ou nas emoções que uma tem a respeito da confiabilidade percebida de um indivíduo, de um grupo ou de uma organização. A confiança geral é uma avaliação total da confiabilidade que alguém tem para um indivíduo, um grupo ou uma organização. Os autores assinalam que a confiança geral contém as dimensões cognitiva e afetiva, mas pode também ser baseada em outros tipos de avaliações (MORROW *et al.*, 1999).

REYES JUNIOR, E; DIAS, TPP.

A confiança de natureza afetiva está alicerçada nos atributos de um indivíduo a respeito dos motivos de seus comportamentos, deve ser limitada aos contextos da interação freqüente, onde há dados sociais suficientes para permitir fazer de atribuições confiáveis sobre seu comportamento (Lewis & Wiegert, 1985). As pessoas fazem investimentos emocionais nos relacionamentos que consideram confiáveis, expressam cuidado genuíno e têm interesse no bem estar dos seus pares, acreditam na virtude intrínseca dos relacionamentos e acreditam na sua reciprocidade (Pennings & Woiceshyn apud McAllister, 1995). Embora existam fatores externos que fazem o comportamento de pares fundamentarem o relacionamento (preditivo) em fundamentos para a confiança cognitiva, existem estudos que sugerem fundamentações sobre a força da confiança de natureza afetiva. Os achados da pesquisa indicam atribuições para comportamentos reconhecidos como de escolha pessoal mais que prescrição antecipada de um papel, legitimando necessidades e demonstrando o cuidado maior que o auto-interesse. (CLARK & MILLS; CLARK, MILLS, & POWELL; CLARK & WADDELL; HOLMES; HOLMES & REMPEL; KELLY; REMPEL apud McALLISTER, 1995). Em testes realizados o comportamento altruísta é um comportamento direto e intencional apontado para ajudar uma pessoa específica em situações face-a-face (ORGAN apud McALLISTER, 1995). O comportamento altruísta pode fornecer uma base para a confiança de natureza afetiva. Sendo um comportamento adicional, ele pode ser visto como uma escolha pessoal e como não é um comportamento diretamente recompensado, não pode facilmente ser atribuído a uma motivação interna de auto-interesse (MACKENZIE, PODSAKOFF, & FETTER, apud McALLISTER, 1995).

A coesão grupal pode ser definida como a força do desejo de permanecer em um grupo e seu compromisso em fazê-lo (HELLRIEGEL, JACKSON & SLOCUM apud McALLISTER, 1995). Bollen e Hoyle apud Hansen et. al. (2002) definem coesão como o senso de pertencimento de um indivíduo a um grupo particular e a seu sentimento de moralidade associada com outros membros do grupo, pois para este autor, sem um senso de pertencimento, os membros do grupo não desejam continuar com esta associação. Para este trabalho compreende-se que coesão é sinônimo para união.

Bollen & Hoyle apud Hansen et. al. (2002) argumentam que um senso de pertencimento e sentimento de moralidade poderiam ser afetados pelos processos cognitivos e afetivos em diferentes formas. No nível cognitivo os indivíduos fazem julgamento do pertencimento usando informações guardadas em suas experiências passadas com outros membros ou com o grupo como um todo. No nível afetivo os julgamentos são baseados em

sentimentos que refletem satisfação em suas experiências com outros membros do grupo. Para estes autores, o indivíduo toma a decisão de sentimentos de moralidade baseados em respostas afetivas globais de pertencimento no grupo, isto sugere, conforme interpretação de Hansen et al. (2002), que o entusiasmo em permanecer no grupo está largamente baseado em elementos afetivos de modos, sentimentos ou emoções, portanto o sentimento de confiança é maior do aspecto afetivo do que o cognitivo.

Conforme Simmel apud Lewis & Weigert (1985) a confiança envolve um grau de familiaridade cognitiva com o objeto de confiança que se encontra entre o conhecimento total e a ignorância total, portanto a confiança cognitiva é alcançada quando os atores sociais precisam ou querem alguma evidência ou razão racional para sua confiabilidade nestes objetos (LEWIS & WEIGERT, 1985). Para Luhmann (1979) esse elemento cognitivo se sobressai da base informacional. Para Lewis & Weigert (1985) o conteúdo emocional da confiança é complementar a base cognitiva. Com relação à satisfação Hansen et. al. (2002) consideram que a satisfação é um efeito, do tipo onda, da confiança (cognitiva e afetiva).

2.2 Redes de Empresas

São inúmeras as definições para redes, as quais apresentam diversos significados e aplicações nos mais variados contextos (BALESTRIN, 2004). Para Gummesson (2005), rede é um grupo de relacionamentos que pode se transformar em modelos extremamente complexos. Segundo Marcon & Moinet (2001), a estratégia-rede consiste em criar ou em ativar e orientar as ligações tecidas entre os agentes no âmbito de um projeto mais ou menos definido. As redes interorganizacionais podem ser compreendidas como um conjunto de organizações que utilizam a configuração em rede para alcançar coletivamente certos objetivos organizacionais (FAGGION *et al*, 2002).

O tema redes se encontra bastante presente no cotidiano de administradores e acadêmicos da administração, principalmente após o advento da *Terza Italia*, região central da Itália onde se verificou um processo de industrialização baseado, fundamentalmente, na combinação de sinergias da economia local com uma inserção *sui generis* no mercado nacional e internacional de mercadorias, processo esse descrito pela literatura recente como de industrialização difusa (RAUD, 1999) e as tentativas de replicação da mesma em outras regiões em desenvolvimento.

A cooperação entre as empresas, na forma de redes, desponta como uma quebra paradigmática na forma de condução dos negócios, pois compreende-se por rede

REYES JUNIOR, E; DIAS, TPP.

interorganizacional uma organização composta por um conjunto de empresas com objetivos comuns, formalmente relacionadas, com prazo ilimitado de existência, de escopo variado de atuação, na qual cada membro mantém sua individualidade legal, apresenta a possibilidade de participar diretamente das decisões e de dividir simetricamente com os demais os benefícios e os ganhos alcançados pelos esforços coletivos (VERSCHOORE, 2004).

A importância do ambiente nas redes é relevante, pois na visão de Castells (1999), as formas de organização econômica estão enraizadas em culturas e instituições, pois não se desenvolvem em vácuo social, assim cada sociedade tende a gerar os próprios sistemas organizacionais. Segundo Fukuyama (1996) a vida econômica é profundamente entrelaçada com a vida social e não pode ser divorciada da cultura ou compreendida fora dos costumes, princípios morais e hábitos da sociedade no qual ela se insere. A confiança é uma das regras universais das redes, segundo Marcon & Monet (2001) independentemente da cultura, assim como a cooptação e o número limitado de membros.

Embora o fenômeno social das redes não seja algo recente, as redes interorganizacionais representam uma forma contemporânea de configuração sócio-organizacional colaborativa. A colaboração surgiu à medida que a sociedade e as organizações foram se estruturando, levando pessoas e organizações a manterem inter-relações sociais (BALESTRIN e VARGAS, 2002). Neste contexto, o conceito de rede colaborativa assume uma importância relativa considerável na vida das organizações, uma vez que as redes de instituições, constituídas em torno de áreas de interesse comum, tem sido uma característica da postura cooperativa em busca de aumento de produtividade. A postura de cooperação é fortemente sustentada por processos de cooperação articulados em torno das redes colaborativas (RAUD, 1999)

Partindo da nomenclatura da sociologia, Bagnasco (1999) identifica como fatores fundamentais para o desenvolvimento destas redes a acumulação de capital inicial, capacidade de gestão e qualificação técnica, confiança recíproca e bom clima social, além de necessitarem, para obter maior competitividade, de flexibilidade em relação às demandas internas e externas (VERSCHOORE, 2004). A confiança é uma das regras universais das redes, segundo Marcon & Monet (2001) independentemente da cultura, assim como a cooptação e o número limitado de membros, sempre porem gerando uma relação ambígua entre dependência e independência de cada elemento componente em relação à própria rede, mencionada por Balestro (2004).

3. METODOLOGIA

Com relação ao objetivo, o presente trabalho caracteriza-se pelo enfoque descritivo, com a pretensão é de se estudar os fatores que influenciam a formação de redes de cooperação, ou seja, a confiança, a necessidade no que tange a hostilidade ambiental, e os objetivos comuns, e ainda realizar a análise de redes sociais. Quanto aos meios de investigação essa pesquisa se encaixa no conceito de pesquisa de campo, pois buscou a informação diretamente com a população pesquisada (Gonsalves, 2007). Quanto ao método, empregou-se o quantitativo, que de acordo com Gonsalves (2007), remete a explanação das causas, por meio de medidas objetivas, testando hipóteses, empregando fundamentalmente a estatística, desta forma, transforma-se a vida social em números.

Conforme Churchill Jr (1999) *apud* Reyes Junior (2008) essa pesquisa é do tipo corte transversal tendo em vista que os dados foram coletados num determinado período de tempo, pois não existe a intenção de delinear uma evolução, ou de identificar variações ao longo do tempo. Foi analisado o setor moveleiro da cidade de Boa Vista-RR, através de *survey*, adaptada de Reyes Júnior, (2008), que está dividida em dados de identificação e dados relacionais. O questionário de identificação classificou os respondentes, com a finalidade de segmentar a amostra, caracterizando as empresas conforme o ramo de atuação e tempo de existência. Em seguida, no questionário de dados relacionais com o objetivo de identificar características sociais e grupos de afinidades. Foi utilizado um código de identificação destas com a finalidade de manter o sigilo dos respondentes. A escolha das primeiras empresas deu-se por meio de pesquisa na mídia, o processo de localização das seguintes deu-se através do sistema “bola de neve”.

Ao finalizar a fase da coleta de dados fez-se a análise a partir das informações colhidas por meio dos questionários. A partir dos quais se identificou o grau de importância, de influência e de interferência dos três condicionantes apresentados e a análise de redes sociais. O tratamento estatístico comparativo dos dados coletados propiciou conhecimento mais profundo acerca do fenômeno formação de redes de empresas no setor moveleiro de Boa Vista.

A tabulação dos dados foi realizada por meio do *software* Microsoft Excel, em seguida foram transportados para matrizes quadráticas. Alguns indicadores também foram analisados pelo uso de uma matriz dicotômica a partir de uma imagem de matriz binária, com matriz de pré-imagem ator-ator. Em seguida as informações foram transferidas para os *softwares*

REYES JUNIOR, E; DIAS, TPP.

conectar-se 1.45 atores para que cada ator da rede seja alcançado. A distância baseada em coesão da rede, ou seja, o nível de compactação é de 0.212 o que representa que menos de 21% dos atores encontrasse diretamente conectado com os demais. Esta baixa compactação permite supor que a rede tem elevado grau de fragmentação. Na figura 1, observa-se a estrutura relacional da rede. Esta rede apresenta dois aglomerados, o primeiro constituído de seis empresas. Essas empresas se caracterizam em sua maioria franquias ou empresas melhores estruturadas que se reconhecem enquanto rede de concorrentes com elevado grau de interação entre elas, neste grupo destaca-se o ator 11, que se relaciona com todos os atores desse aglomerado. O segundo aglomerado é composto por cinco empresas, que juntamente com a empresa 1, que não tem nenhuma relação estabelecida no setor, são de pequeno porte com alto grau de informalidade. No segundo grupo, destaca-se o ator 5 que mantém relações diretas com outros três dos quatro atores de sua rede.

Esses diferentes aglomerados confirmam as medidas gerais rede de densidade, distancia e grau de compactação anteriormente mencionados já que se observa efetivamente a fragmentação da rede nesses dois grupos além de haver um ator isolado.

	Grau	Proximidade	Intermediação
1	0.000	-----	0.000
2	9.091	13.580	0.000
3	9.091	11.957	0.000
4	18.182	12.222	5.455
5	27.273	12.360	9.091
6	9.091	11.828	0.000
7	9.901	11.957	0.000
8	36.364	14.103	0.000
9	36.364	14.103	0.000
10	36.364	14.103	0.000
11	45.455	14.286	7.237
12	36.364	14.103	0.000

Estatística Descritiva das medidas				
		Grau	Proximidade	Intermediação
1	Medias	22.727	13.145	1.818
2	Desvio Pad.	14.612	1.008	3.235
3	Soma	272.727	144.599	21.818
4	Variância	213.499	1.017	10.468
5	SSQ	8760.330	1911.993	165.289
6	MCSSQ	2561.983	11.186	125.620

REYES JUNIOR, E; DIAS, TPP.

7	Euc Norm	93.597	43.726	12.856
8	Mínimo	0.000	11.828	0.000
9	Máximo	45.455	14.286	9.091
10	N de Obs	12.000	11.000	12.000

Tabela 1: Múltiplas medidas de centralidade da rede

Ao se analisar as múltiplas medidas de centralidade da rede, conforme tabela 1, observa-se que o ator 11 possui maior grau de centralidade (45.455), os atores 8, 9, 10, 12 possuem grau de centralidade 36.364. Observa-se que todos esses autores pertencem ao primeiro aglomerado observado, o que confirma a observação da figura 1 do elevado nível de interação entre esses atores. O ator 5 com grau de centralidade de 27.273 apresenta o maior grau de centralidade do segundo aglomerado, seguido do ator 4 com grau de 18.182. Em termos de proximidade destaca-se novamente o ator 11 (14.286) no aglomerado 1 e o ator 5 (12.360) no aglomerado 2. Na análise do grau de intermediação observasse uma inversão de posições entre esses dois atores, o ator 5, com 9.091, detém o maior grau de intermediação enquanto o ator 11, com 7,273, ocupa a segunda posição na rede.

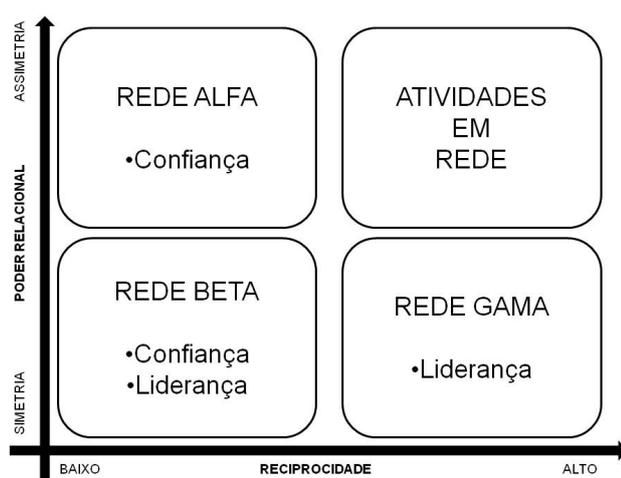


Figura 2: Matriz para análise de redes

Ao se analisar essas variações a partir do modelo proposto por Reyes Junior et al 2011, conforme figura 2, ao se analisar o primeiro aglomerado identificasse que pelo seu relativamente alto grau de reciprocidade e poder relacional pode-se identificar este grupo como um conjunto de empresas pronto para atividades em rede. O segundo agrupamento não apresenta o mesmo nível reciprocidade e apresenta alta assimetria de poder o que pode permitir a identificação de demandas no sentido de ampliação dos níveis de confiança entre os atores desse aglomerado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

REYES JUNIOR, E; DIAS, TPP.

Este trabalho foi elaborado com a finalidade de identificar os condicionantes para a propensão à atuação em redes de empresas do setor moveleiro de Boa Vista. Para tal foi analisado a influência da confiança e do poder relacional. O estudo indicou que as empresas moveleiras que se organizam sob a forma de dois aglomerados, um de empresas mais estruturadas e outro de empresas de pequeno porte beirando informalidade. Estas duas redes encontram-se desconectadas. A primeira rede encontra-se madura para atuação em rede, a segunda demanda esforços para o fortalecimento da confiança entre seus pares. Em se pensando na atuação nesses dois aglomerados separados estas seriam as estratégias preconizadas a cada um deles.

Toda via foram também identificadas duas fortes lideranças, uma em cada aglomerado. Dado o conjunto restrito de empresas componentes do setor, a aproximação dessas duas lideranças poderia permitir a construção de uma rede unificada formada por ambos aglomerados o que fortaleceria o setor como um todo.

O setor público, enquanto agente apoiador de políticas de desenvolvimento econômico e regional não pode abster-se de considerar o apoio institucional na implementação de estratégias em rede. Podendo assim, aperfeiçoar os recursos investindo de forma mais adequada e diferenciada nos diferentes grupos de empresas a que se pretende apoiar enquanto redes de cooperação.

O presente trabalho é relevante também no campo acadêmico já que veio confirmar o modelo proposto por Reyes Junior et al 2011 no sentido da definição de estratégias relacionais para o estabelecimento de redes interorganizacionais.

Como sugestão para estudos futuros, identifica-se basicamente ações no sentido de eliminar determinadas contradições do trabalho no que se referem atividades e informações que aceitariam compartilhar. Também se sugere aplicação este mesmo instrumento em outra rede com fins de validação da presente tipologia no processo de apoio a constituição de novas redes de cooperação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBAD, G. TORRES, C.V. Regressão múltipla *stepwise* e hierárquica em Psicologia Organizacional: aplicações, problemas e soluções. **Estudos de Psicologia**, 7 (número Especial) p. 19-29, 2002.

BALESTRIN, A. E VARGAS, L. M. Evidências Teóricas para a Compreensão das Redes Interorganizacionais. In: **2º ENEO – Encontro de Estudos Organizacionais**, 2., 2002,

REYES JUNIOR, E; DIAS, TPP.

Recife. Anais. Recife: Observatório da Realidade Organizacional: PROPAD/UFPE: ANPAD, 2002.

BALESTRIN, A. E VARGAS, L. M. A Dimensão Estratégica das Redes Horizontais de PMEs: Teorizações e Evidências. **Revista de Administração Contemporânea**, V. 8, p.203-227, 2004.

BALESTRO Moisés V. Características estruturais e mecanismos de governança em redes de cooperação: apontamentos teóricos. In: VERSCHOORE Jorge R. S. (org.). **Redes de Cooperação de pequenas e médias empresas no Rio Grande do Sul**- Porto Alegre: FEE, 2004

BARNEY, J.B.; HANSEN, M.H. Trustworthiness as a source of competitive advantage. **Strategic Management Journal**. v. 15, Special Issue, p. 175-190, 1994.

CASTELLS, M. **A era da informação : economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DONEY,P. M.. CANNON, J. An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships **Journal of Marketing**, Vol. 61, No. 2 (Apr), pp. 35-51, 1997.

FACHEL, J.M.G. *Análise Fatorial*. Dissertação de Mestrado, IME-USP, São Paulo, 1976.

FAGGION G.A., BALESTRIN A. WEYH,C. Geração de conhecimento e inteligência estratégica no universo das redes interorganizacionais- **Revista Inteligência Empresarial** - Número 12 • Julho/2002.

FELDHHEIM, M.A. & WANG, X. Ethics and Public Trust: Results from a National Survey **Public Integrity** Volume 6, Number 1 /p. 63-75, Winter 2003-2004.

FINE, G.A.; HOLYFIELD, L. Secrecy, Trust, and Dangerous Leisure: Generating Group Cohesion in Voluntary Organizations. **Social Psychology Quarterly**, v. 59, No, 1, 22-38, 1996.

FUKUYAMA, F. **Confiança: as virtudes sociais e a criação da prosperidade**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

GUMMESSON, E. **Marketing de Relacionamento Total**. 2ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HAIR, J.F.JR.; ANDERSON, R.E.; TATHAM, R.L. E BLACK, W.C. **Multivariate Data Analysis (with readings)**, 4 ed. Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1995.

HAIR Jr., J., BABIN, B.; MONEY, A.; SAMOUEL, P.; **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005

HANSEN, M.; MORROW JR. J. BATISTA, J. The impact of trust on cooperative membership retention performance and satisfaction: an exploratory study. **International Food and Agrobusiness Management Review** v.5 p. 41-59, 2002.

HARDY, C., PHILLIPS, N. LAWRENCE, T. Distinguishing trust and power in interorganizational relations: forms and façades of trust. In: **TRUST within and between organizations: conceptual issues and empirical applications**. Oxford: Oxford University, 2002.

HUBBARD R.; VETTER D.E.An Empirical Comparison of Published Replication Research in Accounting, Economics, Finance, Management, and Marketing. **Journal of Business Research**, v. 35, n. 2, Fev/1996, pp. 153-164(12).

REYES JUNIOR, E; DIAS, TPP.

KRAMER, R. Trust and Distrust in Organizations: Emerging perspectives, enduring questions. **Annual Review of Psychology**, v. 50, p. 565-598, 2000.

KRISHNAN, H. A., & PARK, D. (1998). Effects of top management team change on performance in downsized US companies. **Management International Review**, 38(4), 303-319.

LEWIS JD., WEIGERT A. Trust as a social reality. **Social Forces** v.63, p.967-985, 1985.

LUHMANN, N. **Trust And Power**. Chichester, UK: Wiley, 1979.

LUHMANN, N. **Confianza**. Barcelona: Anthoropos; México: Universidad Iberoamericana; Santiago do Chile: Instituto de Sociologia. Pontificia Universidad Católica de Chile, 1996.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARCON, C.; MOINET, N. **Estratégia-rede: ensaio de estratégia**. Caxias do Sul: EDUCS, 2001

McALLISTER, R. Affect and cognition based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations. **Academy of Management Journal**, v. 38, n. 1, p. 24-59, 1995.

MORGAN, G. GRIEGO, O. **Easy use and interpretation of SPSS for Windows: answering research questions with statistics**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Assoc, 1998.

MORROW, Jr.; J.L., HANSEN,H.H.; BATISTA, J. Measurement Issues in Trust Research: Are We Measuring What We Think We're Measuring? In: **IAMA Agribusiness Forum**, Florence: Italy,1999.

PEREIRA, B.; PEDROZO, E.; O outro lado da cooperação: uma análise dos problemas na gestão das redes interorganizacionais. In: **Redes de Cooperação: Uma Nova Organização de Pequenas e Médias Empresas no Rio Grande do Sul**. Org. VERSCHOORE, J.R. Porto Alegre: FEE, 2004.

PERUCIA, A. REYES, E., SEGHEISIO, E. BORGES, M.L. **A confiança nas redes interorganizacionais da Secretaria do Desenvolvimento e dos Assuntos Internacionais do Estado do Rio Grande do Sul (SEDAI/RS)**. Trabalho Final de Gestão Organizacional. Programa de Pós Graduação em Administração, UNISINOS: São Leopoldo, 2006.

RAUD Cécile. **Indústria, território e meio ambiente no Brasil: perspectivas da industrialização descentralizada a partir da análise da experiência catarinense**. Florianópolis, Editora da UFSC, 1999.

REIS, E. **Estatística Multivariada Aplicada**. Edições Sílabo, Lisboa, 1997.

REYES JUNIOR, E. **As interdependências entre a confiança interpessoal e a transferência de conhecimento na rede social de cadeias produtivas**. Tese – Programa de Pós-graduação em Administração - Universidade do vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, setembro/2012.

REYES JÚNIOR, E.; BORGES, M. L. A comparação da estrutura social de turmas de graduação e pós-graduação: Um entendimento da cartografia dos grupos. **Redes – Revista hispana para el analisis de redes sociales**. Vol. 4, #8, Junio

RINDFLEISCH, A. Organizational Trust and Interfirm Cooperation: An Examination of Horizontal Versus Vertical Alliances. **Marketing Letters**, v.11, n.1, fev/2000.

- ROBINSON, S.L. Trust and Breach of the Psychological Contract. **Administrative Science Quarterly**, Vol. 41, 1996.
- ROSSI, C.A.V., SLOGO, L.A. Pesquisa de Satisfação de Clientes: o Estado-da-Arte e Proposição de um Método Brasileiro. **RAC**, v.2, n.1, Jan./Abr. 1998: 101-125
- ROUSSEAU, D.; SITKIN, S.; BURT, R.; CAMERER, C. Not so different after all: a cross discipline view of trust. **Academy of Management Review**. v. 23, 3, p. 393- 404, 1998.
- SAKO, M. **Prices, quality, and trust : inter-firm relations in Britain and Japan**. Cambridge; Cambridge University, 1992.
- SCHWARZWALD, J., KOSLOWSKY, M., MAGER-BIBI, T. Peer rating versus peer nominations during training as predictors of actual performance criteria. **The Journal of Applied Behavioral Science**, 35(3), 360-372, 1999.
- SHADUR, M. A., KIENZLE, R., RODWELL, J.J. The relationship between organizational climate and employee perceptions of involvement. **Group and Organization Management**, 24(4), 479-503, 1999.
- Secretaria do Desenvolvimento e dos Assuntos Internacionais do Estado do Rio Grande do Sul – SEDAI **Redes de Cooperação**. Folheto/Revista Tiragem: 30 mil, setembro de 2005.
- SINGH, J.; SIRDESHMUKH, D. Agency and Trust Mechanisms in Relational Exchanges. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 28, p. 150-167, winter 2000.
- SPEARMAN, C. – General Intelligence Objectively Determined and Measured. **American Journal of Psychology** 15:201-293,1904.
- TABACHNICK, Barbara G.; FIDELL, Linda S. **Using multivariate statistics**. 4. ed. Boston: Allyn and Bacon, 2001.
- VERSCHOORE, J.R. Redes de Cooperação: concepções teóricas e verificações empíricas. In: Org. VERSCHOORE, J.R. **Redes de Cooperação: Uma Nova Organização de Pequenas e Médias Empresas no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: FEE, 2004.
- WILSON, P.N. Social capital, trust, and the agribusiness of economics. **Journal of Agricultural and Resource Economics**, 25 (1), 1-13, 2000.
- ZANCAN, C. **Antecedentes e Conseqüências da Qualidade do Relacionamento: A Perspectiva De Produtores Da Maçã Brasileira**. Dissertação de Mestrado em Administração Universidade Federal do Paraná: Curitiba, 2005.