



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CONTABILIDADE E ECONOMIA - FACE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – PPGA

GUSTAVO JOSÉ DA NÓBREGA DANDA

CAPITAL SOCIAL E DESEMPENHO: UMA ANÁLISE EM UMA AGLOMERAÇÃO
TERRITORIAL DE VESTUÁRIO

BRASÍLIA
FEVEREIRO DE 2015

GUSTAVO JOSÉ DA NÓBREGA DANDA

**CAPITAL SOCIAL E DESEMPENHO: UMA ANÁLISE EM UMA AGLOMERAÇÃO
TERRITORIAL DE VESTUÁRIO**

Dissertação de Mestrado em Administração, área de Estratégia e Inovação, submetida ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Brasília, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovado em: 02/02/2015

Prof. Dr. Valmir Emil Hoffmann - Orientador
Programa de Pós-Graduação em Administração – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Cândido Borges – Membro Externo
Programa de Pós-Graduação em Administração – Universidade Federal de Goiás

Prof. Dr. Herbet Kimura – Membro Interno
Programa de Pós-Graduação em Administração – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Carlos Denner - Suplente
Programa de Pós-Graduação em Administração – Universidade de Brasília

AGRADECIMENTOS

À Deus por me propiciar inteligência, energia na conquista de mais uma vitória além de colocar pessoas especiais para colaborar na travessia dos maiores desafios.

Aos meus pais – José Danda Neto e Brígida Nóbrega Danda – amigos que me acompanham e sempre acreditam nos meus sonhos.

Ao meu irmão, Guilherme, grande expressão de vivência fraterna.

Ao Professor Dr. Valmir Emil Hoffmann, grande orientador que sempre me integrou nos conhecimentos científicos e apoio nos meus projetos acadêmicos, especialmente, as publicações de artigos, os encontros de pesquisa, experiência em sala de aula e incentivo para começar mais uma etapa com o término do mestrado – o doutorado.

Aos colegas do GERIR pelas várias oportunidades de troca de conhecimentos que contribuíram para o aprimoramento da minha aprendizagem.

Aos funcionários do PPGA que sempre me atenderam com cordialidade e possibilitaram que esse período fosse ainda mais inesquecível.

Resumo

O objetivo principal dessa dissertação é verificar a influência do capital social no desempenho das firmas da Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque. O trabalho adota duas dimensões do capital social sugeridas por Nahapiet e Ghoshal (1998) – a dimensão estrutural e a relacional. A pesquisa avalia se a estrutura da rede ou a qualidade dos relacionamentos são fatores que influenciam significativamente o desempenho das firmas dessa aglomeração. Adicionalmente, esse estudo propôs a investigar se as variáveis da dimensão relacional (confiança, identidade, normas e obrigações) e da dimensão estrutural (laços, configurações da rede e organizações apropriadas) presentes no estudo de Nahapiet e Ghoshal (1998) são também constatadas nesse estudo.

Para a obtenção dos resultados, esse trabalho realizou uma pesquisa de natureza quantitativa com o emprego de estatística descritiva, equações estruturais e correlações. O instrumento de coleta de dados foi adaptado do estudo realizado por Macke, Toss & Vallejo (2010). Por meio do modelo de mensuração e do modelo estrutural do sistema de modelagem de equações estruturais foram estimados coeficientes para cada tipo de relacionamento entre os itens do questionário com os constructos - dimensão estrutural do capital social, dimensão relacional do capital social, desempenho - bem como entre os próprios constructos. Posteriormente, realizou-se o teste de *bootstrap*, análise de confiabilidade composta, análise de variância extraída e de cargas cruzadas para verificar o nível de qualidade do modelo. A análise de correlação foi também empregada para verificar a associação entre as variáveis de controle adotadas nesse estudo (tamanho, idade, tipo de empresa e estágio do processo) com as variáveis da dimensão relacional e estrutural do capital social.

Dessa maneira, foi possível identificar que as variáveis – laços, configurações da rede e organizações apropriadas - explicam significativamente a dimensão estrutural do capital social enquanto as variáveis - confiança, identidade e normas - a dimensão relacional. O desempenho das firmas é influenciado significativamente pela estrutura física da rede, ou seja, a dimensão estrutural. Embora a dimensão relacional esteja presente, as organizações parecem não adquirir os benefícios derivados da dimensão relacional que pudessem impactar positivamente o desempenho. Não foi possível encontrar relações significativas entre as variáveis de controle com as variáveis da dimensão relacional e estrutural do capital social, com exceção do variável tipo de empresa que apresentou correlação negativa e significativa com a dimensão relacional do capital social.

Palavras – chave: Capital Social, Desempenho, Aglomeração Territorial, Redes

Abstract

The main goal of this dissertation is to analyze the influence of social capital on organizational performance from the firms of the Territorial Agglomeration of Textiles and Clothes of Brusque. This study adopts two dimensions of social capital suggested by Nahapiet and Ghoshal (1998) - the structural and relational dimension. This research analyzes if the structure of the network and the quality of relationships are factors that significantly influence the performance of the firms in this cluster. Additionally, this study aimed to investigate whether the variables of the relational dimension (trust, identity, norms and obligations) and the structural dimension (network ties, network configuration and appropriable organizations) present in the study of Nahapiet and Ghoshal (1998) are also observed in this work.

In order to obtain the empirical findings, this study conducted a quantitative survey applying descriptive statistics, correlation and structural equation modeling. The instrument of data collection was adapted from the study of Macke, Toss & Vallejo (2010). Through the measurement model and the structural model of the structural equation system, coefficients were estimated for each type of relationship between the items on the questionnaire with the constructs - Structural Dimension of Social Capital, Relational Dimension of Social Capital and Performance - as well as between constructs themselves. Subsequently, it was carried out the test of bootstrap, the analysis of reliability and variance extracted in order to verify the level of quality of this model. Correlation analysis was also used to examine the relationship between the control variables adopted in this study (size, age, type and stage of the production process) with the variables from the relational and structural dimension of social capital.

In this way, it was possible to identify that the variables - network ties, network configuration and appropriable organizations - significantly explain the structural dimension of social capital while the variables - trust, identity and norms - the relational dimension. The organizational performance is significantly influenced by the physical network structure, in other words, the structural dimension. Although the relational dimension is presented, it seems that the organizations do not get the benefits derived from the relational dimension that could positively impact the performance. It was not possible to find significant relationships between the control variables and the variables of the relational and structural dimension of social capital, except for the variable type of firm which presents significant and negative correlation with the relational dimension of social capital.

Keywords: Social Capital, Performance, Industrial District, Network

Lista de Tabelas

<i>Tabela 01</i>	Estatísticas descritivas das variáveis dos construtos	56
<i>Tabela 02</i>	Quantidade produzida da indústria têxtil-confecções do Brasil, 2008-2012 (toneladas)	62
<i>Tabela 03</i>	Empresas da Indústria Têxtil - Confecção por segmento do Brasil 2008-2012	62
<i>Tabela 04</i>	Valor adicionado fiscal de Brusque, segundo os 20 grupos de atividade econômica mais representativa, no período de 2008 a 2010.....	64
<i>Tabela 05</i>	Frequência de Contato com as Instituições de Suporte Brusque.....	67
<i>Tabela 06</i>	Poder de Bonacich das Organizações de Suporte.....	68
<i>Tabela 07</i>	Estatística de ajuste	73
<i>Tabela 08</i>	Validade discriminante – cargas cruzadas	73
<i>Tabela 09</i>	Frequência do Sexo do Entrevistado	75
<i>Tabela 10</i>	Frequência da Idade do Entrevistado.....	75
<i>Tabela 11</i>	Frequência do Nível de Escolaridade do Entrevistado	76
<i>Tabela 12</i>	Frequência do Cargo na Empresa do Entrevistado.....	76
<i>Tabela 13</i>	Frequência Tempo de Experiência na Posição	76
<i>Tabela 14</i>	Frequência Tempo de Experiência na Empresa	76
<i>Tabela 15</i>	Tabulação cruzada entre sexo x nível de escolaridade	77
<i>Tabela 16</i>	Tabulação cruzada entre sexo x cargo na empresa.....	77
<i>Tabela 17</i>	Tabulação cruzada cargo na empresa x escolaridade	77
<i>Tabela 18</i>	Frequência Tempo de Experiência da Empresa no Setor	78
<i>Tabela 19</i>	Tabulação Cruzada - Empreendedores x Experiência da Empresa no Setor	78
<i>Tabela 20</i>	Tabulação Cruzada - Empreendedores X Idade	78
<i>Tabela 21</i>	Tabulação Cruzada - Empreendedores X Sexo	79
<i>Tabela 22</i>	Tabulação Cruzada - Empreendedores X Nível de Escolaridade.....	78
<i>Tabela 23</i>	Frequência Tempo de Experiência da Empresa no Setor	79
<i>Tabela 24</i>	Frequência Tempo de Experiência da Empresa no Setor	79
<i>Tabela 25</i>	Frequência do Porte da Empresa	80
<i>Tabela 26</i>	Frequência da Concentração de Capital.....	80
<i>Tabela 27</i>	Frequência da Presença de Membros de Distintas Gerações	80

<i>Tabela 28</i>	Frequência da Quantidade de Membros da Família	80
<i>Tabela 29</i>	Frequência do Tipo de Empresa	80
<i>Tabela 30</i>	Tabulação Cruzada – Tipo de Empresa X Porte	81
<i>Tabela 31</i>	Frequência do Porte da Empresa segundo o tipo de Firma.....	81
<i>Tabela 32</i>	Frequência– Percentual do Estágio do Processo Produtivo realizado dentro da Empresa	83
<i>Tabela 33</i>	Frequência – Classificação em Empresa Finalística e Não-Finalística	83
<i>Tabela 34</i>	Tabulação Cruzada – experiência da empresa no setor x porte da empresa	83
<i>Tabela 35</i>	Tabulação Cruzada – experiência da empresa no setor x tipo de empresa ..	84
<i>Tabela 36</i>	Tabulação Cruzada - Experiência da empresa no setor x estágio do processo produtivo	84
<i>Tabela 37</i>	Tabulação Cruzada - Porte da Empresa x estágio do processo produtivo	84
<i>Tabela 38</i>	Frequência das Variáveis da Dimensão Estrutural	85
<i>Tabela 39</i>	Frequência das variáveis da dimensão relacional.....	86
<i>Tabela 40</i>	Correlação entre variáveis de controle e variáveis latentes formadas por 3 ou mais indicadores	90
<i>Tabela 41</i>	Frequência das variáveis de desempenho	96

Lista de Quadros

<i>Quadro 01</i> Definições de Capital Social	18
<i>Quadro 02</i> Definições de Empresa Familiar identificados por Westhead e Cowling (1998).....	24
<i>Quadro 03</i> Hipóteses para as variáveis da dimensão relacional do capital social	30
<i>Quadro 04</i> Hipóteses para as variáveis da dimensão estrutural do capital social.....	30
<i>Quadro 05</i> Hipóteses para a Dimensão Relacional e Estrutural do Capital Social x Desempenho	37
<i>Quadro 06</i> Síntese dos Indicadores de Porte de Empresas no Brasil.....	40
<i>Quadro 07</i> Critério adotado para a classificação do porte das empresas	41
<i>Quadro 08</i> Itens da Dimensão Relacional e Estrutural do Capital Social de Macke <i>et al</i> (2010).....	44
<i>Quadro 09</i> Itens da Dimensão Relacional e Estrutural após validação dos juízes	45
<i>Quadro 10</i> Itens da Dimensão Relacional e Estrutural do Capital Social segundo as variáveis explicativas dessas dimensões	46
<i>Quadro 11</i> Mensuração do Desempenho.....	48
<i>Quadro 12</i> Definição dos Termos Operacionais do Trabalho	49
<i>Quadro 13</i> Bloco de variáveis utilizadas no estudo	51
<i>Quadro 14</i> Resultado das Hipóteses da Dimensão Relacional e Estrutural do Capital Social.....	88
<i>Quadro 15</i> Resultado das Hipóteses de Desempenho	96

Lista de Figuras

<i>Figura 01</i>	Organização da Dissertação	10
<i>Figura 02</i>	Modelo dos Três Círculos	22
<i>Figura 03</i>	Modelo de Pesquisa	38
<i>Figura 04</i>	Estrutura da Cadeia Produtiva Têxtil – Confecção	58
<i>Figura 05</i>	Estrutura da Rede das Organizações de Suporte da Aglomeração Territorial Têxtil-Confecções de Brusque	68
<i>Figura 06</i>	Modelo original estimado pelo Smart PLS3.0	70
<i>Figura 07</i>	Modelo teórico 1º ajuste.....	71
<i>Figura 08</i>	Valores p do modelo teórico 2º Ajuste	72
<i>Figura 09</i>	Valores p do modelo teórico 3º Ajuste	73
<i>Figura 10</i>	Validação do Modelo da Dimensão Relacional	74

Lista de Gráfico

Gráfico 01 Produção Indústria Têxtil - Confeção Santa Catarina, 2008-2012.....63

Lista de Abreviaturas e Siglas

ACI = Associação Comercial e Industrial

AICA = Associação Industrial e Comercial de Azambuja

AMPE- BR= Associação de Micro e Pequenas Empresas de Brusque

APROBELO = Associação dos Vitivinicultores de Monte Belo do Sul

APROVALE = Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos

AVE = Média da Variância Extraída

CDL = Câmara dos Diretores Lojistas

DECS = Dimensão Estrutural do Capital Social

DRCS = Dimensão Relacional do Capital Social

FIESC = Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina

ICMS = Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação

IEL = Instituto Euvaldo Lodi

IEMI = Instituto de Estudos e Marketing Industrial

IPI = Imposto sobre Produtos Industrializados

PMB = Prefeitura Municipal de Brusque

PRONATEC = Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego

SEBRAE = Serviço de Apoio as Micro e Pequenas Empresas

SENAC = Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SENAI = Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

UNIASSELVI = Centro Educacional Leonardo da Vinci

UNIFEBE = Centro Universitário de Brusque

VAF = Valor Adicionado Fiscal

VBR = Visão Baseada em Recursos

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
1.1 Objetivo do Estudo.....	5
1.2 Justificativa	6
1.3 Estrutura da Dissertação	8
2. MARCO TEÓRICO	11
2.1 Redes	11
2.2 Capital Social	16
2.3 Dimensões do Capital Social	25
2.4 Desempenho	30
2.4.1 Mensuração do Desempenho	30
2.4.2 Capital Social e Desempenho	33
3. MÉTODO	39
3.1 Natureza do Estudo	39
3.2 Modelo de Pesquisa.....	39
3.3 Instrumento de Coleta de Dado	41
3.4 Variáveis Medidas.....	43
3.4.1 Variáveis da Dimensão Relacional e Estrutural do Capital Social	43
3.4.2 Desempenho Organizacional	47
3.5 Termos operacionais e variáveis utilizadas	48
3.6 Procedimento de Análise dos Dados.....	51
4. RESULTADOS	56
4.1 Estrutura da Cadeia Produtiva Têxtil – Confecção	57
4.2 A indústria têxtil – confecção	61
4.3 Aglomeração Territorial Têxtil- Confecção de Brusque	64
4.4 Rede das Instituições de Suporte de Brusque	68
4.5 Validação do Modelo	70
4.6 Resultados e Análises do Perfil do Respondente	76
4.7 Resultados e Análise dos Dados da Empresa	80

4.8 Resultado e Análise das Variáveis da Dimensão Estrutural e Relacional.....	85
4.8.1 Variáveis da Dimensão Estrutural.....	85
4.8.2 Variáveis da Dimensão Relacional	87
4.8.3 Resumo variáveis da dimensão relacional e estrutural do capital social.....	89
4.9 Relação entre as Variáveis Latentes e as Variáveis de Controle	91
4.9.1 Tipo de Empresa Setor e Dimensão Estrutural e Relacional do Capital Social	91
4.9.2 Idade da Organização e Dimensão Estrutural e Relacional do Capital Social	94
4.9.3 Porte da Empresa e Dimensão Estrutural e Relacional do Capital Social.....	95
4.9.4 Estágio da Produção e Dimensão Estrutural e Relacional do Capital Social	96
4.10 Variáveis de Desempenho	97
4.11 Capital Social e Desempenho	98
4.11.1 Relação entre a Dimensão Estrutural e Relacional com Desempenho.....	98
4.11.2 Resumo relação entre a dimensão relacional, estrutural e desempenho.....	100
5.CONCLUSÕES.....	101
5.1 Resumo e Contribuições do Estudo	101
5.2 Limitações do Estudo	103
5.3 Implicações para Pesquisas Futuras	104
REFERÊNCIAS.....	105

1. INTRODUÇÃO

Os pesquisadores na área de estratégia, normalmente, levam em consideração o desempenho das firmas quando investigam fenômenos organizacionais tais como estrutura, estratégia e planejamento (Combs, Crook & Shook, 2004; Venkatraman & Ramajunam, 1986). Cabe ressaltar a relação entre desempenho e estratégia uma vez que vários estudos são realizados com o objetivo de identificar como os retornos das organizações são influenciados por diferentes modos de elaboração de estratégias (Hitt, Boyd & Li, 2004). Independentemente da abordagem escolhida para a conceituação, o desempenho organizacional é um fenômeno complexo e multidimensional, cuja operacionalização é inerentemente difícil (Lumpkin & Dess, 1997). A abordagem do desempenho percebido tem sido recomendada quando os dados objetivos para a mensuração não estão disponíveis ou ocorrem de uma maneira imprecisa (Dess & Robinson, 1984), principalmente, no caso das micro e pequenas empresas.

Nas últimas duas décadas, a discussão sobre a sobrevivência das empresas, aspecto central em estratégia, foi além da competição entre as firmas, e passou a incluir também temas como capital social, conectividade, cooperação, confiança, colaboração, normas e benefícios coletivos (Camarinha-Matos & Afsarmanesch, 2004), que inclusive pode acontecer em contextos de aglomerados industriais, ou como chamou Marshal (1925), distritos industriais.

O conceito de distrito industrial foi retomado no final dos anos 1970 por Becattini fundamentado na experiência italiana e na literatura do economista inglês Alfredo Marshal (1925). Becattini (1979) afirma que o distrito industrial é caracterizado pela presença ativa seja de uma comunidade de pessoas ou de uma população de empresas em uma área específica. Segundo Hoffmann, Morales e Fernandez (2004), as empresas concentradas em áreas geográficas específicas obtêm vantagens pelo fato de possuírem uma plataforma comum em termos de infraestrutura (recursos humanos, fornecedores e serviços). Os distritos industriais têm despertado a atenção dos vários governos em virtude do sucesso obtido de alguns deles como o de Emilia Romagna na Itália e o de Baden-Württemberg na Alemanha, principalmente, em relação às externalidades positivas em termos de desenvolvimento social e econômico para a comunidade local onde estão inseridos (Harrison, 1994; Pyke & Sengenberger, 1992).

Foi justamente nesse ambiente de aglomeração territorial de empresas que se começou a perceber que não eram apenas as vantagens puramente ligadas à infraestrutura e insumos locais que traziam benefícios para as organizações. Becattini (1979) foi um dos pioneiros a

explicar como pequenas empresas aglomeradas territorialmente na região de Emilia Romagna poderiam gerar desempenho superior atuando em indústrias dominadas por grandes plantas, a partir de relacionamentos interorganizacionais.

Na análise do desempenho das empresas a partir dos relacionamentos desenvolvidos entre firmas presentes em uma aglomeração territorial, destaca-se a noção de redes baseada no fato de que muitos dos recursos que uma organização necessita para a sua sobrevivência e desenvolvimento pertencem a outras organizações com quem a firma mantém relação de interdependência (Pfeffer & Salancik, 2003). Cabe destacar que essa interdependência pode ocorrer com os próprios competidores em situações nas quais as organizações sentem a necessidade de congelar a competição com outras firmas visando à expansão para novos mercados, complementaridade tecnológica e redução do tempo de inovação (Hagerdoorn & Schakenraad, 1990). Cândido e Abreu (2002) afirmam que as redes são uma forma intermediária de alocação de recursos em um ambiente caracterizado pela *coopetição* (cooperação com competição) onde as firmas desenvolvem relações colaborativas que as ligam por meio de redes de interligações tanto internas quanto externas, apesar de continuarem competindo entre si.

Segundo Oliver (1990), a literatura de relações interorganizacionais reconhece que as organizações atuam em um ambiente relacional de interconectividade. O ativo que permite ter acesso aos recursos provenientes das relações com outros atores é o capital social que está fortemente ligado ao gerenciamento da organização, seu desenvolvimento e estratégia (Granovetter, 1992; Nahapiet & Ghoshal, 1998; Walker, 1998). Granovetter (1992) faz uma distinção entre a dimensão estrutural do capital social relacionada à configuração da rede e a dimensão relacional que diz respeito à qualidade desses relacionamentos. Moran (2005) afirma que enquanto o aspecto estrutural permite determinar a extensão e o conjunto de recursos que um ator em uma rede pode obter, a dimensão relacional estabelece a potencialidade do atingimento desses recursos. Nahapiet e Ghoshal (1998), baseados nos estudos de Granovetter, propuseram que o capital social é formado por três dimensões: (a) dimensão estrutural que diz respeito ao padrão de conexão entre as organizações em termos de mensuração como densidade, conectividade, hierarquia sendo composta pelas variáveis configurações, laços da rede e organizações apropriadas; (b) dimensão relacional, refere-se aos ativos que são criados e alavancados por meio do relacionamento e é constituída pelas variáveis confiança, obrigações, identidade e normas; (c) dimensão cognitiva, trata dos

recursos que representam visões compartilhadas, interpretações e sistemas de significados como linguagem, códigos e narrativas.

O capital social tem sido analisado em vários tipos de organizações tais como as do setor privado (Claro & Laban Neto, 2009; Ferraz, Gobb & Lima, 2011; Gonçalves, Guarido Filho & Moreira, 2012; Gomes, Marchi, Kneipp & Rosa, 2013), público (Bitarelo, Montardo, Pedde & Santos, 2010), terceiro setor (Amâncio, Campos & Romaniello, 2012; Andrade, Antonialli & Leite Filho, 2013; Athayde & Ribeiro, 2012; Travaglini, 2012) além de pequenas e médias empresas (Málovics, 2009). Recentemente, o capital social envolveu a temática das empresas familiares e tem sido reconhecido como um recurso crítico para o estabelecimento, sustentabilidade e criação de valor entre gerações para essas organizações (Melin & Salvarato, 2008; Pearson, Carr & Shaw, 2008). Destaca-se que as empresas familiares constituem uma fonte de desenvolvimento econômico uma vez que elas representavam já em 2007 cerca de 70% de todas as empresas formalmente registradas ao redor do mundo (Bertin, 2007).

A análise da relação entre capital social e desempenho, nesse estudo, é realizada na aglomeração territorial têxtil - confecção em Brusque, localizada na mesorregião do Vale do Itajaí em Santa Catarina. Ressalta-se que essa aglomeração é considerada o primeiro aglomerado constituído por micro e pequenas empresas do setor têxtil no Brasil (A. Sgrott, comunicação pessoal, Agosto 28, 2014). Cabe ainda enfatizar que a indústria têxtil – confecção fundamentou o desenvolvimento econômico de Brusque (Siebert, 2001) e, atualmente, as três principais atividades que geram valor adicionado fiscal para o município encontram-se nessa indústria: (a) confecção de artigos de vestuário e acessório; (b) acabamento em fios, tecidos e artefatos têxteis; (c) tecelagem, exceto malha (Governo do Estado de Santa Catarina, 2010). Dessa forma, o capital social desenvolvido pelos relacionamentos entre as firmas dessa aglomeração pode ser um elemento positivo para o desenvolvimento local.

Diante do exposto, elabora-se a seguinte pergunta de pesquisa: Qual a relação entre a dimensão relacional e estrutural do capital social, segundo o modelo proposto por Nahapiet e Ghoshal (1998), e o desempenho na aglomeração territorial têxtil - confecção de Brusque?

1.1 Objetivo do Estudo

O objetivo geral dessa dissertação é verificar as relações entre a dimensão relacional e estrutural do capital social com o desempenho das empresas na aglomeração territorial têxtil – confecção na cidade de Brusque.

Como objetivos específicos têm-se:

- a) Descrever a estrutura da rede na aglomeração territorial de Brusque;
- b) Determinar a dimensão estrutural do capital social a partir das variáveis - laços, configurações da rede e organizações apropriadas;
- c) Determinar a dimensão relacional do capital social a partir das variáveis - confiança, normas, identidade e obrigações;
- d) Analisar a relação entre a dimensão estrutural do capital social com desempenho;
- e) Analisar a relação entre a dimensão relacional do capital social com desempenho.

1.2 Justificativa

A temática do capital social tem recebido importância tanto nos trabalhos acadêmicos quanto empresariais, principalmente, em virtude dos recursos idiossincráticos que esse ativo pode gerar para as organizações uma vez que elas operam inseridas em uma rede de contatos (Faccin, Genari, Dorin & Macke, 2009; Ma, Yao & Xi, 2009; Manolova, Manev & Gyoshev, 2009; Walter, Auer, & Ritter, 2006). Atenção especial deve ser dedicada a análise entre as dimensões relacional e estrutural do capital social e o impacto no desempenho devido a não existência de consenso entre quais dessas dimensões gera mais benefícios para as organizações em rede. Granovetter (1985) afirma que, tradicionalmente, tem-se considerado a dimensão estrutural como sendo a principal responsável pelos benefícios que as organizações podem adquirir em rede. Entretanto, o mesmo autor ressalta que as vantagens em rede são geradas não apenas por sua estrutura, mas também pela qualidade dos relacionamentos. Moran (2005) complementa dizendo que enquanto a dimensão estrutural possibilita visualizar os recursos que uma organização pode acessar em rede, a dimensão relacional determina a potencialidade do atinjimento desses recursos. Por esses aspectos, justifica-se discutir essas relações.

No Brasil, alguns trabalhos sobre capital social merecem destaque. O grupo de pesquisa Teoria Social em Organizações da Faculdade Serra Gaúcha desenvolveu alguns estudos nessa área. Com o objetivo de realizar a mensuração do capital social, Macke, Toss e Vallejo (2010), a partir de uma revisão teórica sobre capital social e redes de colaboração, construíram um questionário do tipo *survey* para medição do capital social. Faccin, Macke e Genari (2013) empregaram esse questionário para a mensuração do capital social nas redes colaborativas vitivinícolas da Serra Gaúcha e, mediante o uso da técnica de análise fatorial exploratória, foi possível encontrar as três dimensões do capital social sugeridas por Nahapiet e Ghoshal (1998): (a) relacional, (b) estrutural e (c) cognitiva. Em um trabalho relativamente

similar, Faccin, Macke e Genari (2012) analisaram a mensuração do capital social em duas redes vitivinícolas – APROVALE e APROBELO – localizadas no Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul. As referidas autoras por meio de técnicas estatísticas como a análise fatorial, análise descritiva e análise de variância encontraram algumas variáveis que influenciam as dimensões do capital social. Mais especificamente, a dimensão estrutural está relacionada com as variáveis – configuração da rede; cooperação; laços entre os atores; padrões de conectividade e reciprocidade. A dimensão relacional é explicada pela confiança; aceitação e prestígio; identificação social; interações entre atores; normas e sanções; obrigações e expectativas; participação e solidariedade. Por fim, a dimensão cognitiva é influenciada pela cultura; códigos; linguagem e narrativas compartilhadas; sistemas de significados e valores.

Um dos estudos que analisou a influência do capital social com o desempenho no contexto brasileiro foi o de Wegner, Koetz e Wilk (2013). Os referidos autores exploraram a influência do capital social no desempenho de 213 firmas pertencentes a 34 redes de pequenas empresas. Mais detalhadamente, foi investigado o efeito do capital social do empreendedor em 3 dimensões: estrutural, relacional e cognitiva. Adicionalmente, observou-se como o grau de centralidade do empreendedor na sua rede relaciona-se com o capital social. Foi possível constatar um efeito significativo das dimensões estrutural e relacional do capital social no desempenho das organizações além de comprovar que os empreendedores quando ocupam uma posição central nas redes de pequenas firmas obtêm benefícios à medida que o capital social desenvolve. Por esses estudos (Faccin, Macke & Genari, 2012; Faccin, Macke & Genari, 2013; Wegner, Koetz & Wilk, 2013) constata-se que as três dimensões do capital social sugeridas por Nahapiet e Ghoshal (1998) têm sido observadas em redes na realidade brasileira, o que motivação o emprego desse modelo no presente estudo.

A análise do capital social no contexto das empresas familiares foi objeto de estudo no Brasil. Andrade, Lima, Antonialli e Leite Filho (2013) analisam quais fatores levam a formação do capital social nas empresas familiares denominado de capital social familiar. Por meio de uma pesquisa exploratória do tipo *survey* em 120 empreendimentos familiares, verificou-se mediante a técnica de análise fatorial a existência de 7 fatores relacionados à formação do capital social familiar: (a) diálogo colaborativo, (b) rede familiar, (c) infraestrutura moral, (d) confiança, (e) normas éticas, (f) ideias próprias e (g) canais de informação externos. Os autores concluem que o capital social familiar gera benefícios para a empresa em virtude da presença do diálogo colaborativo que é responsável por enraizar tanto na família quanto na empresa as normas éticas, o que origina a infraestrutura moral. Cabe

ainda destacar que alguns pesquisadores (Lyman 1991; Poza, 2007; Tagiuru & Davis, 1996) sustentam que as empresas familiares desenvolvem relacionamentos superiores quando comparadas com organizações não familiares. Esta discussão sustenta a escolha pelo tipo de empresa como variável de controle.

O trabalho de Hoffmann, Silveira e Medeiros (2014) evidenciou que as empresas finalistas apropriam uma quantidade maior de recursos, dentro de um contexto de redes. Os referidos autores concluem que a idade e o porte da firma podem influenciar a diferença entre o nível de conhecimento assimilado entre os vendedores finais e os fornecedores em uma aglomeração territorial. Hoffmann *et al* (2014) mencionam que os fornecedores tendem a ser mais jovens do que os vendedores finais e, conseqüentemente, ainda não desenvolveram curva de experiência suficiente para acessar os recursos. No que se refere ao tamanho das firmas, os fornecedores tendem a ser menores do que vendedores finais e possuem poucos recursos para serem alocados no processo de transferência de conhecimento. O trabalho de Hoffmann *et al* (2014) justifica a opção por incluir como variáveis de controle o estágio do processo produtivo, a idade e o porte da empresa.

Acredita-se que o aspecto relevante desse trabalho consiste na relação entre a dimensão relacional e estrutural do capital social com o desempenho levando em consideração as variáveis de controle: a idade, o porte, o estágio do processo produtivo e o tipo de empresa haja vista não se ter encontrado muitos estudos no contexto brasileiro que investigassem essas relações.

Além das contribuições teóricas expostas, essa dissertação pode gerar recomendações práticas. Boja (2011) afirma que as empresas localizadas nas aglomerações industriais contribuem para o desenvolvimento regional e para a economia nacional como um todo. Dessa maneira, espera-se que as contribuições gerenciais que esse trabalho oferecerá para as empresas inseridas na aglomeração territorial seja uma melhor compreensão de como os gestores dessas organizações poderão potencializar o desempenho de suas empresas contribuindo também para o desempenho da aglomeração territorial como um todo, o que pode impactar positivamente no desenvolvimento regional.

1.3 Estrutura da Dissertação

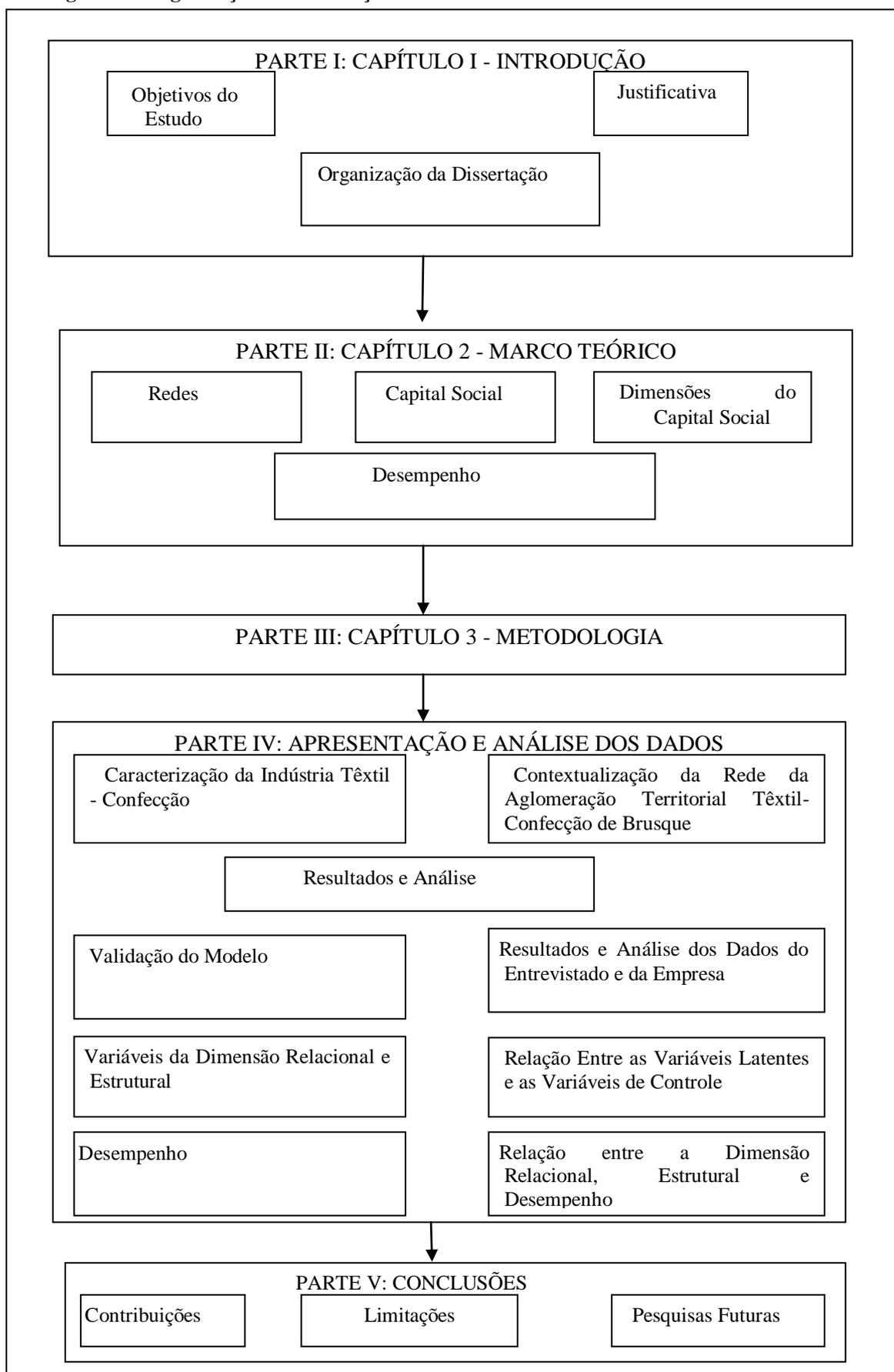
Esta dissertação está organizada em cinco partes, conforme é mostrado pela Figura 1. A parte um apresenta a introdução onde se discorre brevemente sobre os antecedentes dos temas abordados nesse trabalho, os objetivos do estudo, a justificativa além de exibir a

estrutura da dissertação. A segunda parte mostra o marco teórico que descreve os seguintes temas: (a) redes; (b) capital social; (c) dimensões do capital social; (d) desempenho.

A terceira parte contém a metodologia do estudo. A quarta é constituída pela apresentação e análise dos dados organizada da seguinte forma. Primeiramente, é realizada a caracterização da Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque. Mais especificamente, aborda-se a estrutura da cadeia produtiva têxtil-confecção; a contextualização dessa indústria no Brasil, em Santa Catarina e em Brusque. Posteriormente, descreve-se a rede das instituições de suporte Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque. Os resultados e análises dos dados encontrados nessa pesquisa são apresentados (a) dados do entrevistado; (b) dados da empresa; (c) variáveis da dimensão relacional e estrutural; (d) relação entre as variáveis latentes e as variáveis de controle; (e) a relação entre a dimensão relacional e (f) estrutural do capital social com desempenho.

A última parte são as conclusões desse trabalho onde se enfatizará as contribuições do estudo bem como as suas limitações e pesquisas futuras. Cada capítulo, quando necessário, apresenta uma breve introdução e finaliza com o resumo das principais ideias. Com a finalidade melhor facilitar a compreensão do leitor, cada capítulo possui subdivisões.

Figura 01: Organização da Dissertação



2. MARCO TEÓRICO

O marco teórico é estruturado em quatro partes. A primeira apresenta a noção de redes e mostra a sua interseção com o conceito de aglomeração territorial, a evolução da definição de redes além de alguns estudos (Hoffmann, Fernandez & Morales, 2007; Inojosa, 1999; Marcon & Moinet, 2001) que apresentam diferentes critérios para analisar a tipologia das redes. A segunda seção discorre sobre o capital social. Nessa parte são apresentadas as diferentes perspectivas pelas quais o capital social é abordado (foco nos laços internos ou externos da rede, análise ao nível individual ou organizacional), os conceitos de capital social pelos principais autores na área, a semelhança do capital social com outras formas de capital como o físico, financeiro e humano além da análise do capital social sob a perspectiva das empresas familiares. A terceira parte desse capítulo descreve as dimensões do capital social e aborda, a partir dos estudos de Granoveter (1992), a discussão de que não somente a estrutura da rede, mas a qualidade dos relacionamentos é importante. Especial atenção é dada ao estudo de Nahapiet e Ghoshal (1998), modelo adotado nesse trabalho, que classifica as dimensões do capital social em estrutural, relacional e cognitiva.

A quarta seção do marco teórico diz respeito ao desempenho. Mais detalhadamente, será apresentada a noção do desempenho percebido como uma abordagem apropriada para analisar o desempenho de pequenas e médias empresas (Dess & Robinson, 1984). Posteriormente, é discutida a relação entre capital social e desempenho considerando o capital social como um recurso que pode impactar positivamente o desempenho. Por fim, é analisada nessa seção a relação entre capital social e desempenho no contexto das empresas familiares.

2.1 Redes

Marshall (1925) foi um dos primeiros autores a discutir as vantagens que as empresas podem adquirir quando concentradas geograficamente em regiões específicas. É, normalmente, mencionada que as firmas aglomeradas territorialmente obtêm benefícios em termos de acesso a fornecedores especializados e mão de obra (Krugman & Obstfeld, 2001), transferência de conhecimento (Asheim & Isaksen, 2002), cooperação e confiança (Lazerson & Lorenzoni, 1999).

Becattini (1979) e Brusco (1982) demonstraram que as firmas presentes em aglomerações territoriais geram complementaridade permitindo a existência de um modelo que difere das formas tradicionais puramente de mercado. Consequentemente, as pequenas e médias firmas que, normalmente, não possuem os mesmos recursos das grandes empresas em termos financeiros, credibilidade com stakeholders, rotas estabelecidas no mercado, marcas

confiáveis e mão de obra em abundância (Burns, 2005) podem conseguir competir com organizações de grande porte por meio do desenvolvimento de relacionamentos que geram complementaridade.

Whittington, Owen-Smith e Powel (2009) afirmam que dentro das aglomerações territoriais podem se originar as redes interorganizacionais. O próprio conceito de aglomeração territorial proposto por Porter (1999) menciona que a concentração de empresas em regiões geográficas específicas permite o desenvolvimento de relacionamentos que geram vantagens não somente para a empresa como para a região como um todo. Desse modo, apesar de não serem expressões sinônimas, aglomeração territorial e redes apresentam certa similaridade em termos de ocorrência.

A união dos aspectos sociais e econômicos na análise das redes sociais nasceu na sociologia econômica, mais especificamente, com Weber, Durkheim, Marx e Simmel, segundo Martes, Bulgacov e Nascimento (2006). Granovetter (1985) introduziu o conceito da nova sociologia econômica com o artigo “Ação Econômica e Estrutura Social: O Problema da Imersão” enfatizando que a função da sociologia econômica é analisar o modo pelo qual as ações são estruturadas por meio das redes sociais para compreender como a estrutura social facilita ou cria obstáculos para a ação econômica das organizações (Machado-da-Silva & Rossoni, 2007).

Não existe consenso na literatura sobre a definição de redes (Grandori & Soda, 1995). Cabe ressaltar que o próprio conceito de redes sociais se confunde com o de redes interorganizacionais. Segundo Jarillo (1988), as redes podem ser conceituadas como um modo de organização que possibilita as firmas se posicionarem de maneira mais competitiva em relação às organizações fora da rede. Um aspecto importante no conceito de Jarillo (1988) é que ele integra o conceito de redes à competitividade. Para Gulati, Nohria e Zaheer (2000), as redes interorganizacionais são definidas como um conjunto de relacionamentos horizontais e verticais que abrange diversos atores da sociedade incluindo tanto a esfera pública quanto a privada. Balestrin e Fayard (2003) também associam o conceito de redes com a obtenção de vantagem competitiva por meio do aumento da eficiência que as empresas obtêm quando associadas. Costa (2005) conceitua redes interorganizacionais como processos de interação entre atores sociais públicos e privados, autônomos e interdependentes que cooperam porque têm objetivos comuns.

Facin *et al* (2009), após realizarem uma revisão na literatura de redes (Balestrin & Verschoore, 2008; Camarinha-Mattos & Afsarmanesh, 1999, 2004, 2005, 2006; Castells,

2000; Fukuyama, 2000; Loss, 2007; Vallejos, 2005), mencionam os seguintes elementos comuns nos conceitos de rede: coerência e conectividade, cooperação, interdependência, autonomia, confiança, interatividade, colaboração, objetivos e valores compartilhados, cultura, comunhão, comunicação, associação, articulação, normas e benefícios coletivos.

Percebe-se que a cooperação é um aspecto presente nos conceitos de redes de forma direta ou indireta, ao se falar de colaboração e interatividade, por exemplo. Um dos primeiros autores a analisar a cooperação dentro do contexto do arranjo de redes foi Brusco (1982) ao descrever as vantagens das firmas organizadas em rede na região industrial de Emilia - Romagna no norte da Itália. O referido autor menciona que a confiança está conectada com a cooperação sendo que ambas são beneficiadas pela existência de vínculos econômicos, quando existem vínculos sociais anteriores. É possível perceber pelos trabalhos de Brusco o enfoque das relações interorganizacionais em contextos de aglomeração territorial.

As redes são analisadas como algo intermediário entre as estruturas de mercado e hierarquia (Thorelli, 1986). Ebers e Grandori (1997) afirmam como principais críticas às dimensões de mercado e hierárquica, o fato dessas abordagens não levar em consideração algumas atividades que, normalmente, acontecem no contexto de redes tais como: o ajuste direto mútuo entre duas ou mais partes por meio do consenso sem um contrato explícito de garantia; ajustes e coordenação suportados por terceiros sem poder de autoridade; a institucionalização de regras e procedimentos nas redes interorganizacionais além do sistema bilateral ou multilateral de garantias por meio do comprometimento de recursos.

Um dos pressupostos básicos das perspectivas das redes é a ideia de que a estrutura das interações sociais alavanca ou limita o acesso a recursos valiosos (Brass, 1984; Ibarra, 1993). Um dos tópicos discutidos nas pesquisas sobre redes é as vantagens que as organizações obtêm por meio da associação com outras empresas. Segundo Jarillo (1998), os principais benefícios da rede são a redução do custo de transação e a possibilidade de especialização por parte da firma em apenas uma parte da cadeia de produção. Os benefícios da rede na melhoria do desempenho das organizações são constatados por alguns autores (Parida, Westerberg, Ylinenpää & Roininen, 2010; Soda & Zaheer, 2012). Para Verschoore e Balestrin (2008), os ganhos competitivos das empresas em rede são provenientes de cinco fatores: (a) escala e poder de mercado; (b) acesso a soluções; (c) aprendizagem e inovação; (d) relações sociais; (e) redução de custos e riscos. Gulati, Nohria e Zaheer (2000) mencionam como benefícios da rede o acesso à informação, recursos, mercados e tecnologias que geram

vantagem em termos de aprendizagem, economia de escala, economia de escopo e redução de riscos.

Embora possam até estar conectados em alguns casos, deve-se ressaltar que os conceitos de redes e aglomerações territoriais são distintos. Enquanto que a aglomeração territorial restringe-se a um espaço geográfico específico, os limites da rede podem não estar condicionados a um território específico. Além disso, a origem das redes interorganizacionais decorre de uma ação deliberada dos membros, enquanto que as aglomerações territoriais desenvolvem-se a partir de um processo histórico de crescimento endógeno (Amaral Filho, 1999). Entretanto, este trabalho assume que tanto as aglomerações quanto as redes pressupõem a existência de relações entre firmas.

Nas aglomerações territoriais, o papel das instituições é considerado como essencial em virtude dos serviços que podem ser prestados por essas organizações para aumentar a competitividade das firmas (Brusco, 1993; Schmitz, 1993). O suporte oferecido pelas instituições em aglomerações relaciona-se ao chamado de efeito aglomeração (Hoffmann, Bandeira-de Melo & Molina-Morales, 2006), ou seja, o impacto no desempenho das empresas em virtude de estar presente em uma aglomeração. Esse impacto é medido em termos de recursos estratégicos (Fernandez, 2011), o que remete aos estudos de Barney (1991) e Werneft (1984) que definem as empresas como um conjunto de recursos tangíveis, intangíveis e humanos e a posse ou acesso a alguns desses recursos considerados como competitivos é o que garante vantagem competitiva. Enquanto que os recursos de controle são aqueles de que a empresa pode dispor, os de acesso são os que a empresa não exerce poder de decisão diretamente sobre o seu emprego sendo apontado por alguns estudos (Malmberg & Power, 2005; Paniccia, 1998; Schmitz, 1993; Whittington, Owen-Smith, & Powel, 2009) como gerados pelas entidades de suporte.

Schmitz (1993) classifica as instituições em uma aglomeração de dois tipos: as públicas e as intermediárias. Como exemplo de instituições públicas, o referido autor menciona as universidades e as escolas de ensino tecnológico. Por sua vez, as instituições intermediárias podem oferecer diversos serviços tais como: (a) elaboração de normas para a produção e comercialização de produtos e serviços; (b) assessoria em questões trabalhistas; (c) representação política; (d) apoio para projetos de inovação tecnológica.

Os serviços desenvolvidos pelas instituições nas aglomerações são heterogêneos podendo incluir melhoria na comunicação externa das empresas (Swan & Newell, 1995); regulamentação sobre os impactos no meio ambiente ecológico (Paniccia, 1998); estímulo ao

surgimento de novas empresas (Malmberg & Power, 2005); apoio no processo de internacionalização (Bellandi & Caloffi, 2008); disseminação de tecnologia e conhecimento (Freeman, Edwards, & Schroder, 2006; Hoffmann *et al*, 2011). Esses serviços prestados pelas entidades de suporte, denominado de serviços reais, fomentam relações de cooperação e competição que ocorrem em um contexto de rede interorganizacional aglomerada (Hoffmann & Campos, 2013). Deve-se ressaltar que enquanto em alguns países, os serviços reais são prestados preponderantemente por entidades públicas (Brusco, 1993), em outros países como no Brasil, as instituições intermediárias, por meio das associações da sociedade civil, assumem uma posição de destaque na aglomeração (Hoffmann & Campos, 2013; Fernandez, 2001).

Em relação à tipologia das redes, destacam-se os trabalhos de Inojosa (1999) e o de Marcon e Moinet (2001). O primeiro trabalho classifica as redes em cinco categorias: (a) redes autônomas ou orgânicas – formada por participantes autônomos com objetivos específicos; (b) redes tuteladas – caracterizada pela existência de uma organização que detém o poder e que gerencia os atores segundo uma regulação legal ou capacidade de financiamento; (c) redes subordinadas – existência de apenas um *locus* de controle e interdependência de objetivos; (d) redes de mercado – os membros da rede articulam-se em função da produção e apropriação do produto que faz parte de sua existência; (e) redes de compromisso social – formada a partir da percepção de um problema que coloca em risco a perspectiva de desenvolvimento social.

O segundo estudo (Marcon & Moinet, 2001) afirma que existem quatro tipos de redes segundo a simetria e a formalidade. Em relação à simetria, as redes assimétricas são aquelas que possuem uma estrutura hierárquica com poder centralizado enquanto que uma rede simétrica possui descentralização de poder com cada participante guardando a sua independência. No que tange à formalidade, as redes formais correspondem ao clássico conceito de definição de contratos e termos contratuais para a manutenção dos membros enquanto que nas redes informais, a troca de informações e o intercâmbio de experiência ocorrem de uma maneira espontânea com base na livre participação e criação de uma cultura colaborativa, complementa Marcon e Moinet (2001).

Hoffman, Fernández e Morales (2007) apresentam uma tipologia para o estudo das redes onde uma das variáveis analisadas é a localização. Segundo esse critério, as redes podem ser classificadas em dispersas sendo caracterizadas por relacionamentos com troca de bens e serviços por meio de processo avançado de logística que permita superar as distâncias.

As redes também podem ser classificadas em aglomeradas territorialmente definidas por relacionamentos baseados em confiança que facilitam relações não contratuais. Os mesmos autores ressaltam que nesse tipo de redes é possível encontrar outros atores além das empresas como universidades, centros de tecnologia e instituições governamentais, ou seja, instituições de suporte empresarial.

A noção de localização pode ser interpretada segundo o estágio do processo produtivo em que uma firma encontra-se em uma aglomeração territorial. Hoffmann, Medeiros e Lopes (2014) ao analisar como o conhecimento é transferido entre pequenas empresas em uma aglomeração territorial concluem que o estágio do processo produtivo que uma empresa ocupa a depender se é uma empresa finalística (oferece produtos ou serviços aos clientes finais da rede) ou não finalística (oferece produtos ou serviços a outras empresas na rede) pode impactar o nível de recurso, no caso específico desse estudo – conhecimento, acessado pela firma. Em um resultado contrário, Molina-Morales (2001) afirma que tanto fornecedores quanto vendedores finais em uma aglomeração territorial têm acesso aos mesmos recursos incluindo conhecimento. Por outro lado, Hoffmann *et al* (2014) concluem que os vendedores finais percebem o acesso ao conhecimento em uma aglomeração territorial mais facilmente, adquirindo-o com mais eficiência dos que os fornecedores e desse modo podendo obter vantagem competitiva.

Hoffmann *et al* (2014) sugerem que a idade e o porte da firma podem influenciar a diferença entre o nível de conhecimento assimilado entre os vendedores finais e os fornecedores em uma aglomeração territorial. Segundo os referidos autores, os fornecedores tendem a ser mais jovens do que os vendedores finais e ainda não desenvolveram curva de experiência suficiente para acessar os recursos. Outra explicação reside no fato de que os fornecedores são, normalmente, menores do que os vendedores finais e possuem poucos recursos disponíveis para destinar ao processo de transferência de conhecimento.

2.2 Capital Social

Assim como ocorreu com a evolução do conceito de redes, o termo capital social inicialmente apareceu nos estudos do campo sociológico sobre comunidades enfatizando a importância da rede de relacionamentos interpessoais fortes desenvolvidas ao longo do tempo e que fornecem a base para a cooperação, confiança e ações coletivas nas comunidades (Jacobs, 1992). O trabalho seminal de Granovetter (1985) sobre arraigo social nas trocas econômicas é considerado como precursor do conceito de capital social. As ideias de Granovetter provêm de uma noção simples, mas crítica na regulação das trocas econômicas,

frequentemente observada, apesar de ignorada – “a maioria dos comportamentos em redes fechadas provêm de relações interpessoais” (Granovetter, 1985, p. 504).

Hirsch e Levin (1999) mencionam que da mesma forma que normalmente acontece com conceitos amplos, a noção de capital social corre o risco de ser inapropriadamente utilizada em diferentes lógicas uma vez que é empregada em um amplo conjunto de fenômenos. Essencialmente, o capital social é um recurso que procede das relações entre indivíduos, comunidades ou sociedades (Morales, Fernández, Vásquez & Hoffmann, 2008). O pressuposto básico da teoria do capital social é que “as redes de relacionamento constituem um recurso valioso para a condução das questões sociais, proporcionando aos seus membros um capital de propriedade da coletividade” (Nahapiet & Ghoshal, 1998, p. 243).

O capital social tem sido definido por vários pesquisadores utilizando diferentes critérios. Adler e Kwon (2002), após realizarem uma revisão bibliográfica de 23 definições sobre capital social (Quadro 01), mencionam que os pesquisadores nessa área adotam várias perspectivas incluindo tanto uma abordagem que foca nos laços internos quanto externos da rede, ou ambas as perspectivas. Os referidos autores empregam um conceito mais amplo de capital social como sendo os benefícios disponíveis aos indivíduos ou grupos que é derivado da estrutura e do conteúdo das relações sociais dos atores.

Quadro 01-Definições de Capital Social

Externo versus Interno	Autores	Definição de Capital Social
Externo	Baker (1990: p. 619)	“recurso que os autores derivam de estruturas sociais específicas e as usam para os seus interesses; é criado por meio de trocas nos relacionamentos entre atores”
	Bordieu(1985: p. 248)	“conjunto de recursos reais ou potenciais que são ligados a posse de redes duráveis de relacionamentos mais ou menos institucionalizáveis de conhecimento e reconhecimento mútuo”.
	Bordieu&Wacquant (1992: p. 119)	“conjunto de recursos, reais ou virtuais, que advêm de um indivíduo ou grupo em virtude da posse da rede durável de relacionamentos mais ou menos institucionalizáveis de conhecimento e reconhecimento mútuo”.
	Boxman, De Graaf, & Flap (1991: p. 52)	“numero de pessoas que você pode contar para obter suporte e recursos que essas pessoas têm a sua disposição”.
	Burt (1992: p.9)	“tipo de capital capaz de criar vantagens para os indivíduos e organizações na execução de suas atividades”.
	Knoke (1998: p.18)	“processo por meio do qual os atores sociais criam e mobilizam a sua rede de conexões entre organizações para ter acesso a recursos dos outros atores sociais”.
	Portes (1998: p. 6)	“a habilidade dos atores para proteger os seus benefícios por meio da participação em redes sociais ou outras estruturas sociais.
	Interno	Brehm & Rahan (1997)
Coleman (1990)		“o capital social é definido pela sua função. Não é uma entidade única, mas uma variedade de diferentes entidades que possuem duas características em comum: todas elas consistem em algum aspecto da estrutura social, e elas facilitam certas ações de indivíduos que estão nessa estrutura”.
Fukuyama (1996)		“a habilidade das pessoas em trabalhar em conjunto para os objetivos comuns dos grupos ou organizações”
Inglehart (1997: p. 188)		“uma cultura de confiança e tolerância, nas quais redes extensivas de associação voluntárias emergem”.
Portes e Sensenbrenner (1993: p. 1323)		“as expectativas de ações na coletividade que afetam os objetivos econômicos e os comportamentos dos seus membros direcionados aos atinjimento dos objetivos, mesmo que essas expectativas não sejam orientadas a uma esfera econômica”
Putnam (1995: p. 67)		“características das organizações sociais tais como redes, normas e confiança social que facilita a coordenação e a cooperação para benefício mútuo”.
Thomas (1996: p. 11)		“os processos e significados voluntários desenvolvidos na sociedade civil que promove o desenvolvimento da coletividade como um todo”
Nahapiet & Ghoshal (1998: p.243)		“conjunto de recursos reais ou potenciais embutidos, disponíveis e derivados da rede de relacionamentos possuída por um indivíduo ou unidade social. O capital social compõem-se tanto da rede quanto dos ativos que podem ser mobilizados por meio da rede”
Schiff (1992: p. 160)		“conjunto de elementos da estrutura social que afeta as relações entre as pessoas e são <i>inputs</i> ou argumentos da função de produção ou utilidade”.
Woolcock (1998: p.153)		“informação, confiança e noras de reciprocidade inerente a rede social de uma pessoa”

Fonte: Adler e Kwon (2002, p. 20)

Em sua análise bibliométrica, Autry, Griffis, Moore e Payne (2011) concluem que a maioria dos artigos na área de capital social emprega a definição de Burt (1983, 1992, 1997, 2000) ou a de Coleman (1988, 1990). Adler e Kwon (2002) ressaltam que enquanto a perspectiva de Burt foca nas ligações externas e nos benefícios derivados de uma rede rica em buracos estruturais, a abordagem de Coleman enfatiza as ligações entre indivíduos ou grupos internamente. A perspectiva externa é também conhecida como capital social de ponte e se concentra, primordialmente, em como as ligações externas diretas ou indiretas de um grupo facilitam a realização dos seus objetivos. Os pesquisadores na área de capital social mencionam que a capacidade do capital social de ponte de abranger redes com buracos estruturais gera benefícios informacionais, identificação de oportunidades, negociações positivas e coloca os atores da rede em uma posição de poder e influência (Burt, 1992; Granovetter, 1985).

A perspectiva interna é denominada de capital social de ligação e enfatiza a coesão interna e solidariedade em um grupo (Coleman, 1990). Os investimentos nesse tipo de capital permitem a criação de normas de reciprocidade generalizáveis e a unificação do grupo em torno de objetivo coletivo por meio da geração de confiança e desencorajamento de comportamentos oportunistas (Granovetter, 1985, Uzzi 1997).

Nos 80 artigos analisados por Payne *et al* (2011), constata-se que o conceito de Coleman é utilizado em 28 estudos (35%) enquanto que o de Burt em 25 (31%). Outras definições comumente empregadas são a de Adler e Know (2002), Bordieu (1985) e Nahapiet e Ghoshal (1998) presentes em 17 (21,15%), 17 (21,25%) e 13 (16,25%) dos artigos analisados respectivamente.

Payne *et al* (2011) mencionam que o conceito de capital social é aplicado em diferentes níveis de análises incluindo tanto uma abordagem individual quanto organizacional. Em virtude de o fato de lidar com o conjunto de redes interorganizacionais entrelaçadas, o capital social deve ser investigado, fundamentalmente, em uma perspectiva multinível, complementa os autores. Enquanto que Burt (2005) define capital social no nível individual, Coleman (1990) aborda o capital social sob a perspectiva organizacional. Em virtude do objetivo dessa dissertação, a noção de capital social adotada emprega tanto aspectos do conceito de Coleman quanto o de Burt. Mais especificamente, o nível de análise é organizacional, característica comum ao conceito de Coleman, entretanto, tem-se uma preocupação em analisar como o capital social é capaz de criar vantagens para as organizações no desempenho de suas atividades, remetendo, desse modo, ao conceito de Burt.

O capital social pode ser considerado uma forma especial de capital que possui algumas similaridades e diferenças em relação a outros tipos. Adler e Kwon (2002) mencionam que assim como outras formas, o capital social pode gerar desutilidades e benefícios para os diversos atores em uma rede. Outras semelhanças com as diversas formas de capital é o fato de o capital social ser tanto apropriável (Coleman, 1988) quanto conversível (Bourdieu, 1985). Similarmente ao capital físico, que poder ser usado para diferentes propósitos, o social também possui essa característica uma vez que os laços de amizade podem ser úteis para diferentes propósitos tais como coletar informações e conselhos (Adler e Kwon, 2002).

Coleman (1988) afirma que o capital social é diferente de todas as formas de capital uma vez que não se localiza nos atores, mas nas relações entre eles. Adler e Kwon (2002) ressaltam que igualmente a outras espécies de capital, o social pode ser tanto um substituto, quando os atores compensam a falta de capital financeiro ou humano por conexões superiores, como também um complemento a outros tipos de capital. Dessa forma, o capital social é frequentemente mais empregado como complemento a outros tipos de capital na redução dos custos de transação e no aumento da eficiência do capital econômico (Lazerson, 1995).

Segundo Burt (2005), o capital social é definido por duas variáveis. A primeira é o grau de aproximação entre os membros de um grupo (foco interno) enquanto que a segunda se refere às redes dos membros que podem abranger os buracos estruturais entre grupos distintos (foco externo). O mesmo autor denomina de grupos estruturais autônomos aqueles formados por pessoas fortemente conectadas dentro do grupo (contatos redundantes – alto grau de aproximação) e com pontes extensas de relacionamento fora do grupo que abrangem os buracos estruturais (contatos não-redundantes – alto nível de corretagem). As vantagens do fluxo de informações provenientes de redes sociais esparsas com buracos estruturais são bem estabelecidas. Quanto menos uma pessoa conhece e interage com outra pessoa, maior a probabilidade de que a informação e o conhecimento disponível entre esses contatos seja não redundante (Moran, 2005). Consequentemente, as redes ricas em buracos estruturais dão acesso a novas perspectivas, habilidades e recursos (Burt, 2005).

Apesar das vantagens das redes esparsas de contatos não redundantes em acessar e controlar outros recursos, existem também argumentos favoráveis a aproximação em virtude do fato dela reduzir a incerteza de que os recursos oferecidos na troca sejam usados de uma maneira contrária ao interesse da outra parte (Moran, 2005). Hansen (1999) sustenta que quanto maior o nível de complexidade do conhecimento, maior a probabilidade de que ele

seja transmitido por meio dos laços fortes, comuns em contatos com alto grau de aproximação, ao invés dos laços fracos existentes nos buracos estruturais.

Alguns estudos (Hoffman, Hoelscher & Sorenson, 2006; Sorenson & Bierman, 2009) analisam o capital social no contexto das empresas familiares, mais especificamente, a partir das relações estabelecidas entre o fundador com os diversos stakeholders tais como (a) família, (b) comunidade, (c) clientes e (d) colaboradores. A relação entre capital social e empresa familiar tem ganhado atenção em virtude das particularidades dessas relações como o nível relativamente elevado de autoridade e autonomia dos líderes das empresas familiares, o que permite a essas organizações se engajarem em ações de longo prazo e, conseqüentemente, gerar, acumular e usar o capital social nesse período para a obtenção de vantagem competitiva (Carney, 2005).

As definições de empresas familiares têm sido realizadas sob diferentes perspectivas, conforme pode ser visualizado no Quadro 02. Westhead e Cowling (1998), ao fazerem uma revisão na literatura sobre definições de empresas familiares, mencionam alguns critérios que são empregados na conceituação dessas organizações. Um deles é o da propriedade que se preocupa tanto com um percentual do capital da empresa nas mãos da família quanto da capacidade da família de influenciar as decisões estratégicas da firma (Bernand, 1975; Carsurd, 1994; Donckels & Frohilch, 1991; Ferrero, 1987; Lansberg, Perrow & Rogobsky, 1988; Tagiuri & Davis, 1996). Cabe ressaltar que não existe um consenso na literatura sob o percentual do capital que deve pertencer à família.

Outro critério igualmente comum na definição de empresa familiar é a expectativa em transmitir a firma para futuras gerações ou a presença de membros de distintas gerações envolvidos no negócio. Para alguns autores (Churchill & Hatten, 1987; Donneley, 1964; Rouvinez & Ward, 2005; Upton & Sexton, 1987) o foco no aspecto da sucessão é um elemento essencial. Uma característica comum na definição desses autores é que apesar de existirem vários negócios gerenciados por marido e mulher os quais são proprietários, o fato deles não terem a intenção de transferir o negócio para a próxima geração faz com que o aspecto da familiaridade no negócio seja fraco tornando-se inapropriado conceituar essa empresa como familiar.

Um terceiro critério diz respeito ao envolvimento da família na atividade da empresa familiar. Montermelo (2000) menciona que em virtude da diversidade do grau de propriedade e governança existentes nas empresas familiares, torna-se difícil definir o nível de envolvimento da família no negócio. Entretanto, segundo Anderson e Reeb (2003), Hander

(1989) e Lyman (1991), o envolvimento da família no negócio é um critério útil para diferenciar essas organizações das empresas não familiares.

Westhead e Cowling (1998) definem a empresa familiar como um tipo de organização onde a família controla a empresa por meio da maioria das ações com direito a voto; a família é representada na gestão da empresa; e os representantes da família percebem o seu negócio como sendo uma empresa familiar. O aspecto positivo dessa definição é que aborda não somente os critérios técnicos tais como o controle de ações com direito a voto ou o número de membros da família envolvido no negócio, mas também fatores psicológicos como a percepção da família sobre a empresa, o que parece pertinente uma vez que pode impactar o nível de comprometimento dos membros da família com o negócio.

As pesquisas sobre empresas familiares enumeram algumas vantagens dessas organizações tais como um ambiente de trabalho único que inspira lealdade e preocupação com os funcionários (Ward, 1997), baixos custos de recursos humanos (Levring & Moskowitz, 1993), uma linguagem que permite uma comunicação mais eficiente e troca de informação com maior privacidade (Tagiuri & Davis, 1996). Além disso, os relacionamentos da empresa familiar com os diversos stakeholders geram motivação, sedimentam lealdade e aumentam a confiança (Poza, 2007; Tagiuri & Davis, 1996). Adicionalmente, as empresas familiares são conhecidas pela sua integridade e comprometimento nos relacionamentos não somente internos como também com stakeholders externos à organização (Lyman, 1991). Ressalta-se que as empresas familiares são descritas como tendo o capital paciente, ou seja, elas são capazes de realizar investimentos a longo prazo (de Visscher, Aronoff & Ward, 1995).

Quadro 02 - Definições de Empresa Familiar identificadas por Westhead&Cowling (1998)

Autor (es)	Definições de Empresa Familiar
(a) Envolvimento familiar/percebido para ser uma empresa familiar	
Hamlyn (1994)	Os diretores têm relação familiar na companhia
Carsud (1994)	A propriedade e a elaboração das políticas da empresa são dominadas por membros de um grupo de parentes por afinidade, quer os membros daquele grupo reconheçam o fato ou não
(b) Propriedade Familiar	
Donckels & Frohlich (1991)	Membros da família detêm 60% ou mais do capital da empresa.
(c) Gerenciamento Familiar	
Daily & Dollinger (1992, 1993)	Dois ou mais indivíduos, com o mesmo sobrenome que atuam como dirigentes do negócio e ou ocupam o cargo mais alto; dirigente chave é proprietário e trabalha na empresa
(d) Transição de Propriedade entre gerações	
Churchill & Hatten (1987)	Identificar as diferenças críticas entre empresas familiares e aqueles administrados pelo proprietário. Essas diferenças parecem ser duas: envolvimento dos membros da empresa familiar nos negócios e a transferência de poder entre os membros da família, não baseada no mercado.
Ward (1987)	Uma empresa transmitida à próxima geração da família para gerenciamento e controle.
Handler (1989)	Uma empresa familiar é definida como uma organização em que as principais decisões operacionais e os planos para a liderança na sucessão são influenciados pelos membros da família que atuam na diretoria ou no conselho. Esta definição indica que o constante envolvimento familiar na empresa, mesmo que estes membros da família não estejam necessariamente na fila de sucessão, qualificaria a organização como empresa familiar.
(e) Condições Múltiplas	
Church (1969)	Todo o capital é privado, praticamente todos os cargos importantes e administrativos são ocupados por membros da família.
Channon (1971)	Um membro da família é o CEO e a empresa já passou pelo menos duas gerações sob o controle familiar.
Gassonet al (1988)	Uma empresa familiar satisfaz a uma das seguintes condições: (a) os dirigentes são relacionados por consanguinidade ou casamento; (b) propriedade do negócio é geralmente ligada com controle gerencial e (c) controle é passado de uma geração para a outra, dentro da mesma família.

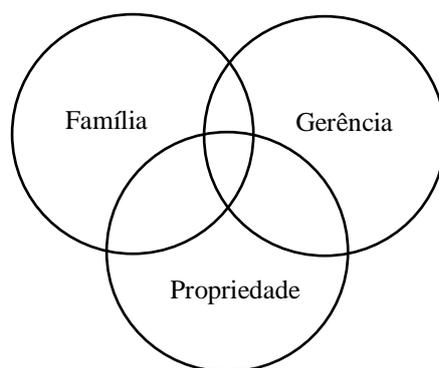
Fonte: Westhead&Cowling (1998, p.43)

Por outro lado, alguns adjetivos de conotação negativa são comumente associados às empresas familiares tais como introversão, inflexibilidade e resistência à mudança (Dyer, 2003; Gersick *et al* 1997; Ket de Vries, 1996). Ainda, algumas se tornam conservadoras e incapazes de assumirem riscos com o empreendedorismo uma vez que a próxima geração administra a empresa da mesma forma que nas gerações passadas em virtude das fortes

tradições e valores (Autio & Mustakallio, 2003). Ressalta-se que existem muitos fundadores que podem estar satisfeitos com a situação do negócio e não desejar aumentar a lucratividade da empresa uma vez que implicaria em um aumento de esforço, risco ou investimento (Poza, 2007).

Com o objetivo de compreender a natureza e as características únicas da empresa familiar, alguns modelos teóricos foram desenvolvidos. O modelo dos Três Círculos é representado pelos subsistemas família, gerência e propriedade (Gersick *et al*, 1997).

Figura 02: Modelo dos Três Círculos



Fonte: Gersick *et al.*, 1997, p. 6.

Chrisman, Chua e Steier (2003) ressaltam a relevância do modelo dos três círculos uma vez que as características únicas da empresa familiar são resultados do envolvimento da família por meio da propriedade, governança e gerência. É, normalmente, mencionado que as questões fundamentais para a compreensão da empresa familiar tais como a sucessão empresarial e o ciclo de vida da empresa familiar são localizados na área de sobreposição dos três círculos (Habbershon, Williams & MacMillan, 2003).

As especificidades das empresas familiares parecem afetar o capital social nessas organizações. Já em 1967, Donnelly menciona algumas características dos relacionamentos desenvolvidos tanto internamente quanto externamente pelas empresas familiares que as diferenciam e simultaneamente criam vantagem em relação às organizações não-familiares tais como a facilidade de relacionamento com a comunidade empresarial e à sociedade devido ao respeito à família proprietária, laços afetivos fortes caracterizados pela lealdade e dedicação além da sensibilização com as questões relativas a responsabilidade social.

Hoffman *et al* (2006) apresentam o conceito de capital familiar baseado no fato de que as estruturas sociais das empresas familiares são diferentes das organizações não familiares uma vez que os laços da família tendem a ser mais fortes, intensos e duradouros. Logo, o capital familiar é uma forma especial de capital social que é limitado nos relacionamentos da

família. Os mesmos autores afirmam que as empresas familiares com alto nível de capital familiar possuem vantagens no que se refere à lealdade, confiança entre as relações familiares, baixo custo de transação, respeito mútuo, menor custo com recrutamento e desenvolvimento de uma linguagem familiar. Existem algumas similaridades do capital familiar com o capital social uma vez que ambos os capitais dependem da estabilidade e continuidade da estrutura social (Hoffman *et al*, 2006). Entretanto, como, normalmente, uma forte estrutura social já se encontra disponível nas famílias, as empresas familiares possuem uma vantagem em relação às organizações não familiares (Habbershon & William, 1999).

Sorenson *et al* (2009) desenvolvem o conceito de capital social familiar para referir não somente aos relacionamentos na família como também na comunidade e com outros *stakeholders* ampliando assim o conceito de capital familiar. Os mesmos autores afirmam que o capital social familiar pode ser um ativo disponível para a empresa familiar uma vez que constitui uma rede positiva na medida em que um membro da família pode contar com outros membros para suporte financeiro, conhecimento técnico e motivação. Adicionalmente, o capital social familiar forte pode influenciar clientes para continuar comprando produtos ou serviços da firma bem como membros da comunidade para ajudar em contatos e com a opinião pública, complementam Sorenson *et al* (2009). Logo o capital social pode ser um recurso que gera vantagem competitiva para as empresas familiares (Arrègle, Sirmon & Very, 2007; Hoffman *et al*, 2006; Sorenson *et al.*, 2009).

Sharma (2008) classifica o capital social das empresas familiares em quatro tipos: (a) capital social familiar de ligação, foca na rede interna da família que pode ou não envolver o negócio; (b) capital social familiar de ponte, rede externa aberta entre a família e outras unidades (incluindo a empresa); (c) capital social de ligação interno ao negócio, enfatiza a rede interna do negócio incluindo tanto membros não-familiares quanto da família que estão envolvidos com a empresa; (d) capital social de ponte externo ao negócio – rede externa aberta entre o negócio e outras unidades (incluindo a própria família). Esse trabalho assume ser uma questão relevante prestar atenção à sobreposição entre os subsistemas família, gerência e propriedade para analisar o capital social no contexto das empresas familiares.

2.3 Dimensões do Capital Social

Já em seus primeiros trabalhos sobre capital social, Granovetter (1992) faz uma distinção entre os relacionamentos pessoais, denominado de dimensão relacional do capital social, e o agregado de configurações desses relacionamentos que se dá sob uma forma estrutural, mencionado como dimensão estrutural. Moran (2005) afirma que o aspecto

estrutural dos relacionamentos tem recebido muito mais atenção do que o relacional. Apesar da maior ênfase nos aspectos estruturais da rede, não existe consenso sob o tipo ideal de configuração de rede que possa gerar mais benefício. Gargiulo e Benassi (2000, p. 814) afirmam que “existem várias discordâncias se a estrutura da rede é a principal responsável pelos benefícios do capital social”.

Refinando os trabalhos de Granovetter (1992), Nahapiet e Ghoshal (1998) fornecem uma definição mais aprofundada das dimensões estruturais e relacional. A estrutural é conceituada como “a configuração de relacionamentos impessoais entre pessoais e unidades” (Nahapiet & Ghoshal, 1998, p. 244) enquanto que a relacional diz respeito aos “relacionamentos pessoais que são desenvolvidos por meio de um histórico de transações” (Nahapiet & Ghoshal, 1998, p. 244).

Nahapiet e Ghoshal (1998), ao analisar o capital social e sua influência no capital intelectual, propõem três dimensões que embora distintas possuem conexões e são úteis na mensuração do capital social. Deve-se ressaltar que os mesmos autores afirmam que não é apropriada uma análise fracionada dessas dimensões em virtude do fato de serem altamente relacionadas.

A primeira dimensão é a estrutural, formada por três subdimensões: i) laços da rede; ii) configurações da rede e iii) organizações apropriadas. Burt (1992) afirma que os laços da rede geram benefícios de três formas: (a) acesso – refere-se ao papel da rede em fornecer informações relevantes e disponibilizá-las para aqueles que saibam utilizá-las; (b) tempo – diz respeito à habilidade dos contatos pessoais em oferecer informações de uma maneira ágil; (c) referência – avaliação da oportunidade de acordo com a reputação dos membros da rede (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

A segunda subdimensão é a configuração da rede. Segundo Nahapiet e Ghoshal (1998), os laços fornecem canais para a troca de informações e a análise da configuração de todos esses laços (configuração da rede) é um aspecto importante do capital social. Os mesmos autores afirmam que a configuração da rede inclui propriedades tais como densidade, conectividade e hierarquia e são características associadas à flexibilidade e facilidade da troca de informações.

As organizações apropriadas permitem que o capital social desenvolvido em um contexto, como os laços, normas e confianças, possa muitas vezes ser transferidos para um outro em virtude da existência de organizações que podem ser usadas para diferentes fins, assim influenciando os padrões de troca social (Nahapiet & Ghoshal, 1998). O conceito de

organizações apropriadas remete também ao de apropriabilidade da estrutura social de Coleman (1988). Segundo o referido autor, a apropriabilidade legítima os vários elementos que, normalmente, são estudados na área de capital social tais como organizações informais, confiança, suporte cultural, troca social recursos sociais, imersão social e redes interfirmas.

A segunda dimensão é a relacional e refere-se aos ativos criados e alavancados por meio do relacionamento incluindo as seguintes variáveis: confiança, normas, identidade e obrigações (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

A confiança pode ser analisada segundo a tradição germânica. De acordo com Laats (1997), essa tradição é baseada nos problemas de cooperação quando a vulnerabilidade mútua existe, ou seja, quando o comportamento oportunista não pode ser excluído. Segundo o mesmo autor, o oportunismo é definido quando o parceiro se engaja em buscar comportamentos que visa o interesse próprio e é contrário à consecução de objetivos comuns. Uma das formas de lidar com o oportunismo é a reputação da firma que garante estabilidade nas transações uma vez que quando uma empresa com reputação se engaja em comportamentos oportunistas, o seu parceiro pode retaliar anunciando publicamente o abuso da confiança prejudicando a reputação além do fato de que a perspectiva em realizar transações com outras empresas fica ameaçada (Dasgupta, 1988; Raub & Weesie, 1990). Alguns estudos (Fukuyama, 1996; Gambetta, 1988; Putnam, 1993, 1995) mencionam que quando os relacionamentos possuem alto nível de confiança, as pessoas são mais dispostas, em geral, a se engajar em trocas sociais, e em particular, em ações cooperadas.

A confiança é definida como sendo a expectativa que nasce em um grupo de comportamento estável, honesto e cooperativo baseado em normas compartilhadas (Fukuyama, 1996), o que permite a colaboração na ausência de sanções (Onyx & Bullen, 2000). Granovetter (1985) enfatiza o potencial das redes sociais para promoção da confiança o que pode ser justificado, segundo Putnam (2002), pelo fato de que ela deriva das regras de reciprocidade e dos sistemas de participação cívica. O mesmo autor enfatiza que a relação entre confiança e cooperação é dialética: a confiança promove a cooperação e essa alimenta a confiança. Essa relação leva ao desenvolvimento de normas gerais de cooperação e aumenta a vontade para as trocas em comunidades, complementa o autor.

A confiança desempenha uma função importante, principalmente, em situações de incerteza quando uma ideia é nova (Burt, 2005). Moran (2005) enfatiza o papel da confiança ao afirmar que implicitamente no conceito de capital social existe a noção de que a maioria das pessoas necessita de recursos que são controlados por outras pessoas e conseqüentemente

algum grau de incerteza do outro é natural, o que é minimizado quando se tem confiança nas relações. Burt (2005) menciona que quanto maior a confiança, maior a cooperação e maior a incompletude do contrato possibilitando a redução de custos de transação e maior velocidade na execução de ações colaborativas. Por fim, ressalta-se que a confiança é um pré-requisito essencial para a maioria das formas de relacionamentos interdependentes (Moran, 2005).

Outra variável da dimensão relacional do capital social é as normas sociais. Segundo Coleman (1990), as normas existem quando os direitos são socialmente definidos com base em diferentes atores. As normas representam um grau de consenso no sistema social (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Adler e Kown (2002) citam que as normas sociais são um sistema comum de crença que permite aos participantes comunicar as suas ideias e compartilhar experiências. Os mesmos autores afirmam que as normas sociais são regras informais, que condicionam e determinam a aceitação de padrões de comportamentos em várias circunstâncias. Uma das principais normas é a reciprocidade (Commission Research Paper, 2003) que é, geralmente, encontrado onde existe capital social e ocorre quando um indivíduo fornece um serviço a outro, ou age em benefício de outro na expectativa de que esta gentileza retorne no futuro (Tocqueville, 1830, citado em Putnam, 2002).

O terceiro elemento da dimensão relacional é as obrigações. Dentro da rede, as obrigações geram confiança coletiva que se torna uma fonte de criação de ativos excepcionais (Knez & Camere, 1994; Nahapiet & Ghoshal, 1998). As obrigações consistem em um comprometimento ou dever de realizar alguma atividade no futuro (Putnam, 2002). Coleman (1988) distingue as obrigações das normas gerais sendo que essas são vistas como expectativas desenvolvidas dentro de determinado relacionamento pessoal enquanto que aquelas funcionam como um sistema de crédito garantido direitos que poderão ser resgatados no futuro por meio do desempenho realizado por outro membro. Segundo Bigley e Pierce (1998), uma organização pode desenvolver capital social por meio da seleção de apenas pessoas que possuem os mesmos valores e objetivos. Esse processo desenvolve as normas sociais, o que encoraja a aproximação (Coleman, 1988), condições de confiança e reciprocidade (Putnam, 1993).

A quarta variável da dimensão relacional, proposta por Nahapiet e Ghoshal (1998), é a identidade consistindo no processo onde os indivíduos veem-se como um grupo. Este sentimento pode ser resultado do pertencimento a um grupo ou mesmo pode surgir de um grupo de referência, do qual as pessoas adotam valores ou padrões de comportamento (Nahapiet & Ghoshal, 1998). A identidade incentiva a preocupação com o processo coletivo e

resultados, fortalecendo as normas grupais e objetivos coletivos. Ressalta-se que quando a identidade não está presente existem barreiras significativas de compartilhamento de informação, aprendizagem e criação de conhecimento (Child & Rodrigues, 1996; Pettigrew, 1973; Simon & Davies, 1996).

Burt (2005) afirma que a reputação é definida juntamente com as obrigações sociais e a identidade. As pessoas fortemente conectadas por meio de um terceiro elemento compartilham algum fator de identidade, complementa Burt (2005). O referido autor menciona que a identidade da pessoa é uma combinação dos diferentes grupos que o indivíduo pertence, ou seja, quanto mais grupo você está afiliado, mais caminhos alternativos de reputação você tem e mais única é a sua identidade. O risco de se pertencer a apenas um grupo é que se o indivíduo desvincula-se do grupo, ele perde a identidade (Burt, 2005).

Nahapiet e Ghoshal (1998) acrescentam uma terceira dimensão chamada de cognitiva e sua importância reside em dois fatores: na maneira pela qual as pessoas discutem, trocam informações e conduzem os negócios na sociedade além de filtrar os eventos em dois grupos: (a) aqueles cujos termos existem na linguagem e (b) aqueles cujos termos não existem. Essa dimensão é formada pela linguagem, código e narrativas compartilhadas.

No estudo para mensuração do capital social nas redes colaborativas vitivinícolas da Serra Gaúcha, Macke *et al* (2013) encontraram a presença de altos índices de capital social no cluster vitivinícola, distribuídos entre as três dimensões do capital social propostas por Nahapiet e Ghoshal (1998). Mas especificamente, o capital social das redes é representado, principalmente, pela dimensão relacional que explica 25,60% da variância total seguido pelas dimensões estrutural e cognitiva que representam respectivamente 25,28% e 16,48% da variância total. Ressalta-se que o total da variância do capital social explicada pelos constructos da dimensão relacional e estrutural foi de 65,365%, o que significa que esses constructos são responsáveis por representar mais da metade do estoque de capital social encontrado nas redes vitivinícolas da Serra Gaúcha. Destaca-se que o referido estudo não teve por objetivo validar a proposta de Nahapiet e Ghoshal (1998), mas as três dimensões do capital social – relacional, estrutural e cognitiva - emergiram naturalmente do trabalho.

Tendo por referência o estudo de Nahapiet e Ghoshal (1998) que relaciona a dimensão estrutural do capital social com as variáveis – (a) laços, (b) configurações da rede e (c) organizações apropriadas – e a dimensão relacional com (a) confiança, (b) normas, (c) identidade, (d) obrigações, além da discussão se a estrutura da rede (dimensão estrutural) ou a qualidade dos relacionamentos (dimensão relacional) é o fator mais importante para

influenciar o desempenho das organizações, enumeram-se as seguintes hipóteses que o presente estudo investiga na Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque:

Quadro 03: Hipóteses para as variáveis da dimensão relacional do capital social

Hipótese 1 a	A confiança apresenta relação significativa com a dimensão relacional do capital social
Hipótese 1 b	As normas apresentam relação significativa com a dimensão relacional do capital social;
Hipótese 1 c	A identidade apresenta relação significativa com a dimensão relacional do capital social;
Hipótese 1 d	As obrigações apresentam relação significativa com a dimensão relacional do capital social;

Fonte: Elaboração própria

Quadro 04: Hipóteses para as variáveis da dimensão estrutural do capital social

Hipótese 2 a	Os laços apresentam relações significativas com a dimensão estrutural do capital social;
Hipótese 2 b	As configurações de rede apresentam relações significativas com a dimensão estrutural do capital social;
Hipótese 2 c	As organizações da rede apresentam relações significativas com a dimensão estrutural do capital social;

Fonte: Elaboração própria

2.4 Desempenho

2.4.1 Mensuração do Desempenho

O estudo de Schmalensee (1985) é considerado um dos trabalhos seminais na área de desempenho. A partir do seu trabalho, diversos autores começaram a estudar quais são as variáveis e o grau em que elas explicam a variação no desempenho das organizações (Costa & Gomes, 2011).

O estudo da heterogeneidade do desempenho baseado na elaboração das estratégias das firmas divide-se em duas correntes. A primeira vertente, fundamentada nos trabalhos de Porter (1986), afirma que o desempenho superior das firmas reside na estrutura da indústria onde essas organizações operam e se baseia em duas premissas: (a) as firmas são homogêneas em termos de recursos estratégicos que controlam; e (b) esses recursos são facilmente deslocados entre as firmas. A segunda corrente, a visão baseada em recursos (VBR), tem como um dos expoentes Barney (1991) e ampara-se em duas pressuposições: (a) as firmas em uma indústria são heterogêneas no que se refere aos recursos estratégicos que controlam; e (b) os recursos estratégicos não são perfeitamente deslocados entre as firmas. Ressalta-se que esses recursos quando empregados de uma maneira singular na estratégia de criação de valor geram vantagem competitiva sustentável (Barney, 1991). Apesar da ênfase recente na VBR, as principais ideias dessa segunda corrente remontam à metade do século passado, com os trabalhos de Penrose (1959). Segundo essa autora, as firmas são consideradas como um conjunto de recursos que não gera diretamente lucro, mas que é a base para o desenvolvimento de produtos ou serviços responsáveis pelo lucro.

Peteraf (1993) também adota as premissas da VBR para explicar as rendas extraordinárias que uma firma pode obter. Os recursos superiores são empregados no processo produtivo com um custo mais baixo do que o uso de outros recursos. Adicionalmente, esses recursos são limitados, difíceis de serem imitados ou substituídos (Barney, 1991; Derick & Cool, 1989) e se a demanda pelo produto é suficientemente alta, as outras firmas que não possuem o recurso superior também irão fabricar o referido produto, entretanto por um custo mais elevado até o ponto em que o custo marginal iguala-se à receita marginal. Conseqüentemente, enquanto que os produtores de alto custo irão ter uma taxa normal de retorno pelos seus esforços, as firmas que empregam recursos superiores irão experimentar rendas extraordinárias, também denominadas de rendas ricardianas (Peteraf, 1993). Mahoney e Pandean (1992) refinam o conceito de rendas e as divide em cinco categorias: (a) rendas ricardianas (mesmo conceito definido por Peteraf); (b) rendas de monopólio (geradas no caso de intervenção ou coerção governamental); (c) rendas schumpeterianas (originadas pela inovação); (d) quase-rendas e (e) rendas de Pareto (criadas por meio de alguma barreira no fornecimento de recursos como trajetória de dependência ou deseconomias de compreensão de tempo).

Existem controvérsias quanto às fronteiras de demarcação do conceito de desempenho. A mensuração do desempenho somente por aspectos financeiros é a forma mais tradicional (Lumpkin & Dess, 1996; Pace, Basso & Silva, 2003). Entretanto, alguns estudos desvinculam a medição do desempenho a indicadores financeiros ou somente tendo como foco os resultados da organização. Lumpkin & Dess (1996) afirmam que as medidas financeiras são, normalmente, utilizadas isoladamente sem levar em consideração outros aspectos ambientais, o que limita a dimensionalidade desse constructo. Houldsworth e Burkinshaw (2008) citam que a medição do desempenho com ênfase apenas no resultado é uma visão míope. O envolvimento da gestão de recursos humanos no processo de avaliação do desempenho faz com que o desenho não seja apenas nas saídas, mas também nos processos e comportamentos onde o indivíduo passa a ser o fator chave para o desempenho. Kaydos (1998) foca no processo produtivo para a avaliação do desempenho uma vez que tanto para fabricar um produto como serviço, a empresa o faz por meio de processos, que se executam ao longo dos departamentos e das unidades de negócio. Segundo o mesmo autor, os pontos cruciais na mensuração do desempenho é a determinação do que é mais importante para a empresa, seus clientes e os processos-chaves.

Thorpe e Clarke (2008) analisam o desempenho no contexto das pequenas empresas. Os referidos autores mencionam que até a década de 1970, o foco era nas grandes empresas e sugerem que o desempenho das pequenas organizações deve levar em consideração as dimensões externas (contexto) e as dimensões internas (características específicas da firma) com foco nos proprietários gerentes como situados dentro de um determinado ambiente que influencia nas suas escolhas e opções.

Um dos primeiros trabalhos a apresentar o conceito de desempenho percebido foi o de Dess e Robinson (1984). Os mesmos autores ressaltam que as medidas subjetivas não são melhores nem substitutas às objetivas, principalmente, as de natureza econômica. Na verdade, as medidas subjetivas devem ser empregadas, quando não existirem dados objetivos precisos para a mensuração do desempenho, complementam Dess e Robinson (1984). Santos e Brito (2012) afirmam que os indicadores tradicionais de medição não permitem a comparação do desempenho de organizações de diferentes atividades econômicas, o que gera a necessidade da utilização de indicadores de percepção.

A noção de desempenho percebido também foi empregada por Munoz - Galego, Reis Neto, Rodrigues e Souza (2013) para analisar o desempenho das micro e pequenas empresas. O acesso aos dados sobre desempenho dessas organizações é, normalmente, restrito uma vez que essas informações não estão disponíveis ao público em virtude de não existir uma obrigatoriedade de publicação dos seus balanços (Souza *et al.*, 2013). Adicionalmente, existe certo receio na divulgação dos seus resultados, principalmente, no caso das empresas familiares, uma vez que os proprietários, geralmente, acabam sendo os únicos responsáveis pela divulgação de tais informações fazendo com que elas sejam, na maioria dos casos, disponibilizadas de maneira incompleta (Dess & Robinson, 1984). Alguns estudos (Covin, Slevin & Schultz, 1994; Dawes, 1999; Han, Kim & Srivastava, 1998) demonstram uma relação positiva entre as medidas objetivas e subjetivas do desempenho empresarial, apesar da possibilidade das conclusões dos referidos métodos poderem ser divergentes. Geringer e Hebert (1991) ressaltam que medidas perceptuais ou subjetivas tendem a possuir uma alta correlação com medidas objetivas fundamentadas na contabilidade. A abordagem do desempenho percebido tem sido empregada por alguns pesquisadores destacando os trabalhos de Fernandes e Santos (2008); Gonzáles-Benito, Gonzáles-Benito, e Muñoz-Gallego (2009), Maciel e Camargo (2010), Moore e Fairhurst (2003), Perin e Sampaio (2004) e Reis Neto Muñoz-Gallego e Souza (2013).

Esse estudo adota o conceito de desempenho percebido uma vez que existe consistência entre as medidas de desempenho empresarial objetiva e subjetiva (Covin, Slevin & Schultz, 1994; Dawes, 1999; Han, Kim & Srivastava, 1998) além do fato de ser a mais apropriada em virtude das características das organizações que são objeto desse estudo.

2.4.2 Capital Social e Desempenho

Payne *et al.* (2011) afirmam que explicar o desempenho empresarial tem sido um dos objetivos mais comuns nas pesquisas da área de capital social. Segundo Provan e Sydow (2008), a compreensão do desempenho interorganizacional possibilita analisar a viabilidade de manter determinadas relações interorganizacionais, haja vista existirem custos de manutenção da rede, bem como verificar formas de potencializar o desempenho. Wegner e Maehler (2012) mencionam que tão importante quanto identificar o desempenho das empresas de uma rede é descobrir os motivos que fazem com que as organizações tenham diferentes desempenhos, o que pode estar relacionado a vários fatores tais como a posição dos participantes na rede e características desses atores que podem permitir o acesso privilegiado à informações ou ações oportunistas fazendo com que algumas firmas tenham maiores benefícios e, conseqüentemente, um desempenho superior em relação à outras organizações na rede.

Burt (2005) considera o capital social como complemento ao capital humano em explicar o motivo pelo qual indivíduos e organizações possuem vantagens. O capital social explica como as pessoas fazem melhor certas atividades em virtude de serem melhores conectadas, facilitando as condições necessárias para a troca e combinação de recursos e afetando positivamente o desempenho empresarial, complementa Burt (2005). Nessa mesma linha de raciocínio, Watson e Papamarcos (2002) e Macke *et al* (2012) mencionam que o capital social é tratado como uma ferramenta que pode alavancar o desempenho organizacional por meio das interações sociais e das relações existentes em nível individual e organizacional. O histórico de transações diminui os riscos e os custos de transação, que ocorre, principalmente, por meio da redução dos contratos, o que permite uma redução nos preços, aumento da eficiência e, conseqüentemente, melhor desempenho (Burt, 2005). Martin (2004) afirma que no ambiente externo, o capital social é importante uma vez que possibilita criar vantagem competitiva não apenas com base nas suas próprias competências, mas também nas de outras organizações ou instituições, sendo assim compatível com a teoria dos *stakeholders* que ressalta o fato da organização, normalmente, não possuir todos os recursos

necessários para o seu desenvolvimento e, desse modo, deve manter relações positivas de interdependência com outras organizações (Pfeffer & Salancik, 2003).

Em sua análise bibliométrica, Payne *et al.* (2011) observam que a relação entre capital social e desempenho é analisada de várias formas tanto sob a perspectiva individual quanto organizacional. Ao nível individual, os mesmos pesquisadores ressaltam que o desempenho é avaliado em termos de políticas de compensação (Carrol & Teo, 1996), desenvolvimento de carreira (Xiao & Tsui, 2007). Já ao nível organizacional, Payne *et al.* (2011) afirmam que o desempenho é mensurado em termos de medidas financeiras objetivas (Park & Luo, 2001; Rowley, Behrens & Krakhardt, 2000), medidas financeiras subjetivas (Yiu & Lau, 2008), inovação (Gittelman, 2007; Maurer & Ebers, 2006; Moran, 2005) e sobrevivência da firma (Fischer & Pollock, 2004; Kalnins & Chung, 2006; Shane & Stuart, 2002). Semelhantemente aos estudos de Payne *et al.* (2011), Provan e Sydrom (2008) afirmam que o desempenho das empresas em rede inclui inovação, resultados financeiros, medidas não-financeiras e até mesmo a sobrevivência das empresas.

A relação entre capital social e desempenho pode ser estudada segundo a noção dos buracos estruturais de Burt (2005). O referido autor afirma que a interligação entre pessoas situadas em lados opostos do buraco estrutural proporciona vantagens em termos de avaliação de desempenho mais positiva, possibilidade de promoção mais rápida e políticas de compensação mais atraente para os gerentes envolvidos nesse processo. O capital social atinge desempenho máximo quando a aproximação da rede é a maior possível e a rede externa dos membros do grupo conecta buracos estruturais ao redor do ambiente. A equipe de alto desempenho é aquela cujas redes de contato dos membros da equipe abrangem buracos estruturais possibilitando acesso a diferentes perspectivas habilidades e recursos além das fortes relações internas da equipe que geram comunicação e coordenação, requisitos necessários para a equipe obter vantagem do acesso a diferentes perspectivas, habilidades e recursos, complementa o autor.

Por outro lado, o desempenho é mínimo, quando a aproximação da rede é a menor possível e os contatos redundantes fora do grupo oferecem poucas oportunidades de corretagem, ou seja, as pessoas acabam se limitando as mesmas perspectivas, habilidades e recursos (Burt, 2005). Deve-se ressaltar que o desempenho máximo é maior do que a simples soma do nível de corretagem com o de aproximação, corroborando a ideia da sinergia de que o todo é maior do que a soma das partes (Burt, 2005).

Burt (2005) testa e encontra resultados positivos para duas hipóteses que relacionam capital social e desempenho. A primeira é que os empreendedores com mais capital social possuem uma maior capacidade de recuperar os empreendimentos que entram em dificuldades uma vez que eles possuem maior flexibilidade. A segunda hipótese é que os empreendedores que possuem capital social com laços fortes têm uma maior capacidade em estabelecer negócios com sucesso. Essa segunda hipótese é baseada no estudo de Bruderl e Preisendorf (s/d) os quais afirmam que os empreendedores cujos negócios sobreviveram a mais de cinco anos são caracterizados por possuírem laços fortes na rede de contato.

As relações entre capital social e desempenho também podem ser analisadas sob as perspectivas das dimensões relacional e estrutural do capital social. Ao estudar essas dimensões, Moran (2005) afirma que a efetividade do capital social não depende apenas da configuração estrutural da rede. Ainda segundo Moran (2005), a dimensão estrutural é mais robusta para explicar o desempenho de vendas, enquanto que a dimensão relacional é mais significativa em explicar o desempenho da inovação. O referido autor menciona que a explicação para esse resultado reside na diferença da natureza dos recursos, nos resultados das atividades de venda e inovação além do nível de incerteza de cada atividade. Moran (2005) ainda afirma que os recursos tangíveis tais como vendas, comunicação tecnológica, dados de mercado e finança são mais relacionados com os resultados de vendas do que de inovação e o fluxo desses recursos depende apenas de posições privilegiadas na rede, sem a necessidade de prestar muita atenção na qualidade dos laços que constituem a rede. Por outro lado, os resultados da inovação parecem depender mais da qualidade dos relacionamentos interpessoais estabelecidos entre o gerente e seus contatos, complementa o autor. Dessa forma, percebe-se que a maneira pela qual a rede de contato afeta o desempenho, pode não depender apenas da configuração da rede.

As empresas familiares parecem ter recursos que impactam positivamente o desempenho, entretanto, ainda não existe consenso sob a forma pela qual isso ocorre. Um dos modelos mais empregados para analisar as empresas familiares é a visão baseada em recursos (Habbershon & Williams, 1999). Uma das explicações para o emprego da visão baseada em recursos (VBR) no contexto das empresas familiares é o conjunto de recursos idiossincráticos que a empresa familiar possui em virtude da interação sistemática entre os subsistemas família, gerência e propriedade, descrita no modelo de Gersick *et al* (1997). Segundo Habbershon e William (1999), a empresa familiar é melhor examinada por meio dos recursos específicos, raros e intangíveis que fazem o sistema empresa família uma unidade complexa.

Os mesmos autores introduziram o conceito de *familiness* para se referir ao conjunto de recursos únicos da empresa familiar e que podem ser divididos em *familiness* distintiva quando esses recursos criam valor para a empresa e *familiness* constritiva quando esses recursos não geram valor para a firma. Deve-se ressaltar que essas interações entre a família e a empresa ocorrem na forma de relacionamentos que se desenvolvem ao longo do tempo criando um ambiente favorável para a geração de capital social (Poza, 2007).

Um dos estudos que relacionou capital social e desempenho no contexto das empresas familiares é o de Sorenson *et al* (2009). Os referidos autores afirmam que o desempenho das empresas familiares é afetado por três variáveis – diálogo colaborativo, normas éticas e capital social familiar. O diálogo colaborativo ajuda os participantes a ganhar uma compreensão aprofundada sobre crenças que influenciam as decisões assim como as convicções a respeito da missão, valores, normas e políticas. Além disso, o diálogo colaborativo contribui para a formação da aproximação, um dos elementos do capital social, que acontece quando os indivíduos possuem interconexão e comunicação suficiente para assegurar a observância de normas. Os mesmos autores ressaltam que quando as empresas familiares estabelecem um negócio, as normas e crenças da família tendem a serem transportadas para a empresa, o que define a sua estrutura social que é um dos elementos distintivos dessas organizações. As normas éticas na empresa familiar influenciam positivamente o nível de capital social familiar, complementam Sorenson *et al* (2009). A soma do diálogo colaborativo com as normas éticas é definida pelos mesmos autores como o ponto de vista da família que gera um conjunto de recursos que fornece vantagem competitiva para a empresa familiar e contribui para o seu desempenho.

O capital social familiar é um caso especial de capital social (Lesser, 2000) que é apontado como possuindo algumas vantagens em relação às empresas não familiares em virtude dos relacionamentos desenvolvidos pelas empresas familiares com os diversos stakeholders internos e externos que geram maior motivação, lealdade, confiança, integridade e comprometimento (Lyman 1991; Poza, 2007; Tagiuru & Davis, 1996). Cabe ressaltar que alguns estudos (Habbershon & Williams, 1999; Simon & Hit, 2003) afirmam que a estabilidade dos membros da família no negócio, os altos níveis de interação e interdependência entre os membros da família além do sistema comum de significado permite a empresa familiar criar um capital social positivo tanto internamente quanto externamente, o que direciona a obtenção de vantagem competitiva.

Miller e Le Breton-Miller (2005) conduziram um estudo em cinquenta e oito empresas familiares de uma média de idade de 104 anos com o objetivo de analisar os relacionamentos não só internos quanto externos dessas organizações. O referido estudo revelou que os fortes laços dentro da empresa e a conexão estabelecidos com agentes externos permitem a essas organizações criar vantagem competitiva em relação às empresas não - familiares e perpetuarem o negócio ao longo das gerações. Dessa forma, percebe-se que os relacionamentos desenvolvidos pelas empresas familiares podem ter um impacto positivo no desempenho organizacional.

Tendo por referência se a estrutura da rede (dimensão estrutural) ou a qualidade dos relacionamentos (dimensão relacional) é o fator mais importante para influenciar o desempenho das organizações em rede, enumeram-se as seguintes hipóteses:

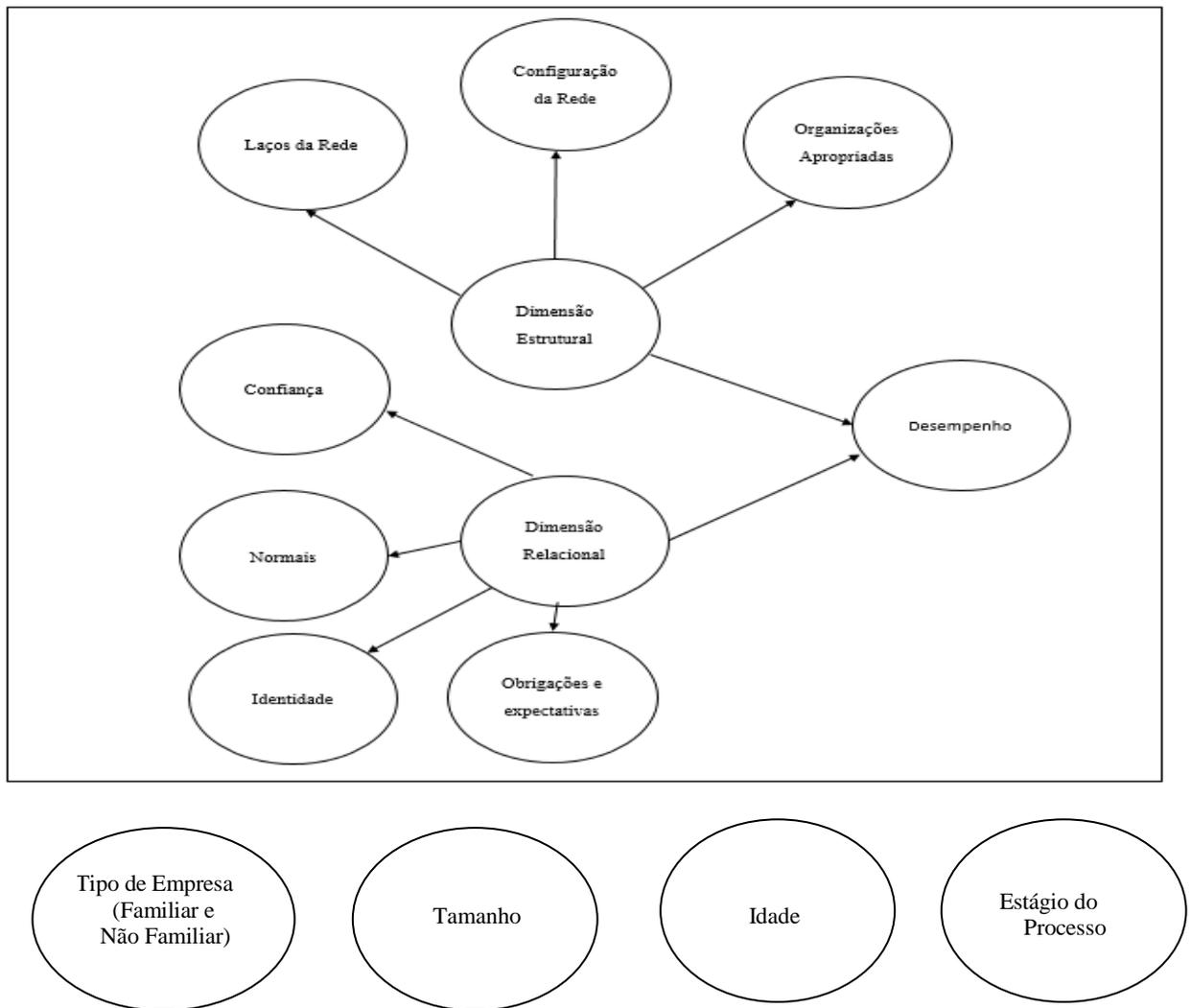
Quadro 05: Dimensão Relacional e Estrutural do Capital Social x Desempenho

Hipótese 3 a	A dimensão relacional do capital social apresenta relação significativa como desempenho;
Hipótese 3 b	A dimensão estrutural do capital social apresenta relação significativa como desempenho;

Fonte: Elaboração Própria

A partir dos estudos de Nahapiet e Ghoshal (1998) sobre as dimensões do capital social, mais especificamente, das variáveis relacionadas com a dimensão estrutural e relacional do capital social e da discussão sobre a influência dessas dimensões no desempenho organizacional (Burt, 2005; Moran, 2005), apresenta-se o seguinte modelo de pesquisa:

Figura 03: Modelo de Pesquisa



Ressalta-se que tanto as variáveis laços, configurações da rede e organizações apropriadas quanto as variáveis confiança, identidade, normas e obrigações são reflexivas em relação às dimensões estrutural e relacional do capital social, respectivamente haja vista o grau de interdependência entre essas variáveis com os respectivos constructos conforme mencionado por Nahapiet e Ghoshal (1998) que ainda ressaltam que a análise dessas dimensões não deve ser feita isoladamente. No que tange a relação entre a dimensão relacional e estrutural do capital social com desempenho, destaca-se que essas dimensões são consideradas formativas com o constructo desempenho uma vez que pode-se ter apenas uma dessas dimensões influenciando o desempenho.

3. MÉTODO

O propósito dessa seção é tornar possível ao leitor compreender como esse estudo foi realizado para assim avaliar a qualidade desse trabalho. Essa seção está organizada nas seguintes partes: (a) modelo de pesquisa; (b) natureza do estudo; (c) instrumento de coleta de dados; (d) variáveis medidas; (e) resumo das definições dos termos operacionais e das variáveis utilizadas; (f) tamanho da amostra; (g) procedimento e análise de dados.

3.1 Natureza do Estudo

Esse estudo é de natureza descritiva e quantitativa. Atendendo ao objetivo desse trabalho, acredita-se que a abordagem quantitativa pode mostrar com mais precisão a relação entre as variáveis analisadas nessa dissertação. Esse estudo obedeceu a um plano pré-estabelecido com a finalidade de medir a relação entre capital social e desempenho. Adicionalmente, utilizou-se a teoria para desenvolver hipóteses e as variáveis da pesquisa. A análise dos dados foi realizada por meio de instrumental estatístico (estatística descritiva, equações estruturais e análise de correlação) a partir de dados coletados por meio de questionário estruturado elaborado com questões fechadas. Essas características correspondem a uma pesquisa de natureza quantitativa (Hayati, Karami & Slee, 2006; Neves, 1996).

3.2 Modelo de Pesquisa

Segundo Araújo (1993, p. 19), “A ciência pretende fornecer um modelo da realidade na forma de um conjunto de enunciados, que permitem obter explicações acerca de fenômenos e que são, além disto, suscetíveis de algum tipo de confirmação ou refutação, enfim de validação”. O modelo de pesquisa desse estudo é apresentado na figura 03.

No referido modelo é possível observar as seguintes relações: (a) as das variáveis da dimensão relacional com a própria dimensão relacional do capital social e das variáveis da dimensão estrutural com a própria dimensão estrutural do capital social; (b) a influência tanto da dimensão estrutural quanto relacional no desempenho da empresa; (c) as associações entre as variáveis de controle com as variáveis da dimensão relacional e estrutural do capital social.

Cabe ressaltar que existem quatro variáveis de controle nesse estudo. A primeira é o tipo de empresa que categoriza as organizações em empresas familiares e não familiares. A organização é considerada familiar quando a família controla a empresa por meio da maioria das ações com direito a voto (pelo menos 25% das ações desde que não se tenha outro grupo com presença maior do que 25%) além da presença de membros de distintas gerações envolvidos no negócio (adaptado de Westhead & Cowling, 1998) A segunda variável é a

idade que divide as firmas em três grupos: (a) até 5 anos, (b) de 6 a 10 anos e (c) superior a 10 anos. A terceira é o tamanho e classifica as empresas em microempresa (receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 785.850,68), pequena empresa (receita bruta anual entre R\$ 785.850,69 e R\$3.864.848,32), empresa de médio porte (receita bruta anual entre R\$3.864.848,33 e receita operacional bruta inferior a R\$ 90.000.000,00), empresa de médio grande porte (receita operacional bruta entre R\$ 90.000.000,00 e R\$ 300.000.000,00) e empresa de grande porte (receita operacional bruta superior a R\$ 300.000.000,00). A última variável de controle é o estágio do processo produtivo que divide as organizações em finalísticas – aquelas que realizam dentro da empresa de 76% a 100% tanto as operações de expedição quanto de comercialização do produto final - e não finalísticas – aquelas que executam em uma quantidade inferior de 76% a 100% as operações de expedição e comercialização do produto final.

Em virtude da heterogeneidade dos conceitos apresentados sobre a definição do porte da empresa, algumas considerações devem ser feitas. Um dos desafios ao estudar o universo das pequenas e médias empresas pode estar relacionado à diversidade dos conceitos existentes entre elas. No Brasil, o Serviço Brasileiro de Apoio as Pequenas e Médias Empresas (SEBRAE), o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e o governo por meio da Lei 9.841/99 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e da Lei 9.317/96 (Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições – SIMPLES) são instituições que trabalham com o conceito de micro e pequena empresa.

Quadro 06: Síntese dos Indicadores de Porte de Empresas no Brasil

Dimensão	SEBRAE	Estatuto da MPE	BNDES	SIMPLES
Critério utilizado	Número de Empregados	Faturamento Bruto Anual	Receita Operacional Bruta Anual	Faturamento Bruto Anual
Microempresa	Comércio: até 09 Serviços: até 09 Indústria: até 19	Até R\$ 244.000,00	Até R\$ 2,4 milhão	Até R\$ 240.000,00
Pequena Empresa	Comércio: de 10 a 49 Serviços: de 10 a 49 Indústria: de 20 a 99	R\$ 244.000,00 a R\$ 1.200.000,00	De R\$ 2,4 milhão até R\$ 16 milhões	De R\$ 240.000,01 a R\$ 2,4 milhões
Média Empresa	Comércio: de 50 a 99 Serviços: de 50 a 99 Indústria: de 100 a 499	Não definido	De R\$ 16 milhões a R\$ 90 milhões	Não definido
Médias Grandes Empresas	Não Definido	Não Definido	De R\$ 90 milhões a R\$ 300 milhões	Não Definido
Grande Empresa	Comércio: mais de 99 Serviços: mais de 99 Indústria: mais de 499	Não definido	Acima de R\$ 300 milhões	Não definido

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do SEBRAE (2014); BNDES (2014)

O SEBRAE emprega o critério estabelecido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) que classifica as empresas segundo dois aspectos: número de funcionários e setor de atuação. Uma das desvantagens do emprego dos valores estipulados pelo SIMPLES são os reajustes ocasionais desde a sua promulgação em 1996, o que faz com que esse índice esteja em frequente desatualização. Cabe ressaltar que o SIMPLES foi atualizado pela Lei Complementar nº 123 de 2011 que estipulou como faixa de classificação das microempresas a de receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 e pequena empresa como situada entre R\$ 360.000,00 e R\$ 3.600.000,00.

Por outro lado, uma das vantagens do emprego dos valores do Estatuto da Micro e Pequena Empresa é a previsão legal expressa em seu texto no artigo 2º de reajuste a partir da variação acumulado do Índice Geral de Preços Disponibilidade Interna (IGP-DI). Nesse trabalho, o critério estabelecido para a classificação do porte das empresas é uma junção dos critérios adotados pelo Estatuto da Micro e Pequena Empresa com os utilizados pelo BNDES. Dessa forma, atualizou os valores estipulados pelo Decreto 5.028/2004 segundo o IGP-DI. Em virtude do fato de que tanto o Estatuto quanto o SIMPLES não definem critérios de classificação para as médias e grandes organizações, empregou-se o sistema adotado pelo BNDES para a classificação do porte dessas empresas, adaptando a faixa de renda das médias empresas (Quadro 07).

Quadro 07: Critério adotado para a classificação do porte das empresas

Porte da Empresa	Critério	Fonte
Microempresa	Receita Bruta Anual igual ou inferior a R\$ 785.850,68	Decreto 5.028/04 corrigido pelo IGP-DI – índice de correção no período 1,8117 (Banco Central, 2014)
Empresa de Pequeno Porte	Receita Bruta Anual entre R\$ 785.850,69 e R\$3.864.848,32	Decreto 5.028/04 corrigido pelo IGP-DI – índice de correção no período 1,8117 (Banco Central, 2014)
Empresa de Médio Porte	Receita Bruta Anual entre R\$3.864.848,33 e Receita Operacional Bruta inferior a R\$ 90.000.000,00	Adaptado do Decreto 5.028/04 e do BNDES
Empresa de Médio Grande Porte	Receita Operacional Bruta entre R\$ 90.000.000,00 e R\$ 300.000.000,00	BNDES
Empresa de Grande Porte	Receita Operacional Bruta superior R\$ 300.000.000,00	BNDES

Fonte: Elaboração própria partir de dados do SEBRAE (2014); BNDES (2014)

3.3 Instrumento de Coleta de Dados

O tipo de pesquisa nesse trabalho é *survey* uma vez que o objetivo principal é examinar a existência de padrões ou relacionamentos entre variáveis (Bryman, 1989). O instrumento para a coleta de dados é um questionário de aplicação pessoal. Foram empregados questionários auto-administrados de forma que o respondente pudesse preencher

as questões sem a intervenção do pesquisador. O questionário foi aplicado durante o evento 11º Pronegócio de Alto Verão realizado pela Associação de Micro e Pequena Empresa de Brusque (AMPE-Br) em parceria com o Sebrae. A logística desse evento difere das feiras tradicionais de negócio uma vez que os vendedores não ficam permanentemente expondo os seus produtos, mas concentrado em espaços específicos da feira segundo os segmentos feminino, masculino, infantil, cama e banho além da moda praia até que alguma demanda por parte de um possível comprador que visita a feira seja solicitada. Nesse momento, o vendedor expõe o produto. Todo o trabalho de adequar as necessidades do comprador ao perfil da empresa é realizada pela AMPE-Br.

Antes de iniciar a pesquisa, foi feito um pré teste com pesquisadores na área de capital social e desempenho escolhidos por conveniência do pesquisador com a finalidade de testar e validar as questões buscando-se evidenciar possíveis falhas existentes tais como: inconsistência ou complexidade de questões, ambiguidade ou linguagem inacessível, perguntas supérfluas (Marconi & Lakatos, 1996).

O instrumento de coleta de dados está estruturado em três partes (Anexo I), garantindo o sigilo das informações a serem obtidas. A primeira parte do questionário refere-se ao perfil da empresa tendo como objetivo classificar as organizações segundo quatro variáveis de controle – tipo de empresa, idade, tamanho e estágio do processo produtivo.

O segundo bloco refere-se à avaliação das variáveis da dimensão relacional (confiança, identidade, normas e obrigações) e estrutural do capital social (laços, configurações da rede e organizações apropriadas). O terceiro bloco tem como objetivo analisar o desempenho das firmas. Destaca-se que todas as questões são mensuradas a partir de escalas do tipo Likert, o que possibilita a análise fatorial dos dados e foi utilizada em diversos estudos para medição do capital social e desempenho (Damacena, Macke & Larate, 2010; Faccin, Macke & Genari, 2013; Kneipp, Marchi, Gomes & da Rosa, 2013) além de facilitar a “discriminação de rótulos e o processamento das informações pelo respondente” (Hair *et al*, 2009, p. 194).

Com o objetivo de obter uma compreensão do setor têxtil - confecção de Brusque, mais especificamente, as suas particularidades, o processo de evolução histórico e a relevância desse setor para o desenvolvimento local, entrevistas semi-estruturadas foram realizadas com o presidente da Associação de Micro e Pequenas Empresas de Brusque (AMPE-Br) – Luiz Carlos Rosin – e com o diretor regional do Sebrae em Brusque – Alcides Sgrott (Anexo II). Também entrevistou-se um especialista na área têxtil, Flávio Avanci de

Souza – professor de engenharia da Universidade Federal Tecnológica do Paraná, com a finalidade de entender de uma maneira mais aprofundada as características da indústria Têxtil – Confecção (Anexo III). Cabe ressaltar que nessa última entrevista, também foi empregada a abordagem semi - estruturada.

A amostra levantada caracteriza-se por ser não probabilística e por conveniência, ou seja, apesar de existir uma ampla campanha de sensibilização, o indivíduo respondeu ao questionário de forma opcional. Uma amostra não probabilística é aquela em que nem todos os elementos da população possuem probabilidade maior que zero de compor a amostra (Hair *et al.*, 2009).

Existe um grande número de recomendações para o tamanho da amostra adequado a utilização de análises fatoriais e equações estruturais. De maneira geral tais recomendações relacionam o tamanho da amostra n ao número de variáveis p analisadas. Entretanto, alguns autores fazem recomendações acerca do tamanho absoluto da amostra. Gorsuch (1983) sugere um tamanho de no mínimo 100 observações, tendo Kline (2005) suportado essa recomendação. Catell (1978) indica que a amostra deve ter um tamanho mínimo de 250.

Considerando as recomendações que levam em consideração a razão entre o número de observações e o número de variáveis, Catell (1978) menciona que esse número deve ser entre 3 a 6 observações por variável analisada. Gorsuch (1983) argumenta que o mínimo deve ser de 5 observações por variável observada enquanto Everitt (1975) indica que o mínimo deve ser de 10 observações.

No presente estudo, é adotada a razão de 5 observações para cada variável analisada. Tendo como base o questionário proposto, existem 28 variáveis a serem analisadas e conseqüentemente o tamanho da amostra mínimo seria de 140 observações. Cabe destacar que apesar da tentativa de se atingir esse número durante a coleta de dados, foram obtidos 88 questionários respondidos.

3.4 Variáveis Medidas

3.4.1 Variáveis da Dimensão Relacional e Estrutural do Capital Social

Para medir as variáveis da dimensão relacional e estrutural do capital social, utilizaram-se medidas existentes na literatura adaptada dos estudos de Macke *et al* (2010). Cabe ressaltar que o questionário original de Macke *et al.* (2010) compreende 34 afirmações distribuídas em 4 blocos: i) dimensão relacional do capital social; ii) dimensão cognitiva do capital social; iii) dimensão estrutural do capital social e iv) competitividade.

Para uma melhor compreensão do instrumento de mensuração do capital social, maiores detalhes sobre o questionário desenvolvido por Macke *et al.* (2010) devem ser feitos. Primeiramente, Macke *et al.* (2010) realizaram uma pesquisa qualitativa utilizando entrevistas semi estruturadas com gestores de nove empresas de uma rede colaborativa de mercado na Serra Gaúcha. As técnicas de análise de discurso e da análise qualitativa por meio do Software NVIVO 8 foram empregadas com o objetivo de verificar pares de conceitos que mais apareceram no grupo de entrevistas e que serviram para fundamentar a construção do questionário. A escala desenvolvida pelas autoras é apresentada a seguir:

Quadro 08: Itens da Dimensão Relacional e Estrutural do Capital Social de Macke *et al.* (2010)

Dimensão Relacional do Capital Social	A maioria das pessoas na rede é confiável
	Quando preciso de ajuda, posso confiar nas outras pessoas da rede
	Quando você está dentro da rede, você tem de se preocupar que ninguém tira vantagem da situação
	O governo não tomará uma atitude que prejudicará o negócio
	Nas atividades formais da rede, sinto-me parte do grupo
	Eu me sinto parte da rede
	As similaridades entre os participantes facilitam a dinâmica da rede
	As diferenças dentro do grupo não afetam a rede
	Os membros da rede sempre procuram trabalhar em conjunto por meio de idéias, recursos e informações
	A maioria dos membros participa nos eventos propostos (encontros, exposições, viagens, atividades de lazer)
	Mesmo que minha opinião seja contrária a dos outros membros, sinto-me a vontade para discutir
	Quando mais as diferenças dentro do grupo existem, melhor se torna.
Dimensão Estrutural do Capital Social	Se eu preciso de uma informação para decisão, eu sei onde encontrar na rede;
	Na rede, existem várias oportunidades para trocar informação;
	A rede é conectada a outras entidades, tais como redes de empresa, sindicatos, agências governamentais, entre outras entidades.
	A rede possui uma estrutura hierárquica (presidente, diretores e outros membros).
	Eu tenho contato com membros da rede pelo menos uma vez por semana.
	Eu também tenho contato com membros da rede fora das suas atividades formais
Eu considero os membros da rede como amigos	

Fonte: Macke *et al.* (2010, p. 38)

Em virtude desse questionário ainda não ter sido validado, esse instrumento foi submetido à avaliação de juízes especialistas na área de capital social (Alsones Balestrin, Cândido Borges, Ernesto Giglio, Mario Sacomano Neto, Maurício Reinert) para verificar o nível de qualidade desse questionário. Após uma resposta positiva por parte dos juízes, realizaram-se algumas alterações no questionário obtendo assim a versão final do instrumento (Quadro 09). Ressalta-se que a pergunta “A rede possui uma estrutura hierárquica (presidente, diretores e outros membros)” foi excluída da análise, pois, segundo um dos juízes, é possível obter tal informação por meio de análise documental sem haver a necessidade de realizar a pergunta.

Quadro 09: Itens da Dimensão Relacional e Estrutural após validação dos juízes

2.1 Dimensão Relacional do Capital Social						
2.1.1	A maioria das organizações na aglomeração territorial de Brusque é confiável.	1	2	3	4	5
2.1.2	Quando preciso de ajuda, posso confiar nas organizações da aglomeração territorial de Brusque.	1	2	3	4	5
2.1.3	É necessário se preocupar para que nenhuma organização da Aglomeração Territorial de Brusque tire vantagem do fato de se confiar nela.	1	2	3	4	5
2.1.4	O governo municipal tem apoiado o desenvolvimento da Aglomeração Territorial de Brusque.	1	2	3	4	5
2.1.5	Nas atividades comerciais e industriais da aglomeração territorial de Brusque, sinto-me parte do grupo.	1	2	3	4	5
2.1.6	Eu me sinto parte da aglomeração territorial de Brusque	1	2	3	4	5
2.1.7	As semelhanças de opinião entre as organizações facilitam a dinâmica na aglomeração territorial de Brusque;	1	2	3	4	5
2.1.8	As diferenças de opinião entre as organizações não afetam a dinâmica da aglomeração territorial de Brusque;	1	2	3	4	5
2.1.9	As organizações da aglomeração territorial de Brusque sempre trabalham em conjunto por meio de ideias, recursos e informações;	1	2	3	4	5
2.1.10	A maioria das organizações participa nos eventos propostos (encontros, exposições, viagens, atividades de lazer);	1	2	3	4	5
2.1.11	Mesmo que minha opinião seja contrária a das outras organizações, sinto-me a vontade para discutir;	1	2	3	4	5
2.1.12	Quanto maiores as diferenças de opinião dentro do grupo, melhor se torna a dinâmica da Aglomeração Territorial;	1	2	3	4	5
2.2 Dimensão Estrutural do Capital Social						
2.2.1	Eu sei quem procurar quando necessito de informação para tomar uma decisão na minha empresa;	1	2	3	4	5
2.2.2	Na aglomeração territorial de Brusque, existem várias oportunidades para trocar informação;	1	2	3	4	5
2.2.3	A aglomeração territorial de Brusque é conectada a outras entidades, tais como sindicatos, agências governamentais, entre outras organizações.	1	2	3	4	5
2.2.4	No desenvolvimento das atividades da minha organização, estabeleço vários contatos com outras organizações da Aglomeração Territorial de Brusque.	1	2	3	4	5
2.2.5	Desenvolvo contatos com outras organizações na aglomeração territorial de Brusque em atividades não comerciais ou industriais.	1	2	3	4	5
2.2.6	Eu considero as organizações da Aglomeração Territorial de Brusque como parceiras	1	2	3	4	5

Fonte: Dados da Pesquisa

Para a medição dessas variáveis, foi mantida a escala métrica Likert de cinco pontos, variando de discordância total até concordância total, utilizada no estudo original de Macke *et al* (2010).

Ressalta-se que os itens do questionário desenvolvido por Macke *et al* (2010) não associaram as perguntas com as variáveis da dimensão relacional e estrutural do capital social.

Por meio da similaridade da redação dos itens do questionário com o significado das variáveis foi realizado tal agrupamento (Quadro 10).

Quadro 10: Itens da Dimensão Relacional e Estrutural do Capital Social segundo as variáveis explicativas dessas dimensões

Constructo	Dimensão	Itens	
Dimensão Relacional do Capital Social	Confiança	2.1.1	A maioria das organizações na aglomeração territorial é confiável
		2.1.2	Quando preciso de ajuda posso confiar nas organizações da Aglomeração Territorial de Brusque
	Obrigações	2.1.3	É necessário se preocupar para que nenhuma organização da Aglomeração Territorial de Brusque tire vantagem do fato de se confiar nela.
		2.1.4	O governo municipal tem apoiado o desenvolvimento da Aglomeração Territorial de Brusque
	Identidade	2.1.5	Nas atividades comerciais e industriais da Aglomeração Territorial de Brusque, sinto-me parte do grupo
		2.1.6	Eu me sinto parte da Aglomeração Territorial de Brusque
		2.1.7	As semelhanças de opinião entre as organizações facilitam a dinâmica na Aglomeração Territorial de Brusque.
		2.1.8	As diferenças de opinião entre as organizações não afetam a dinâmica da Aglomeração Territorial de Brusque.
	Normas	2.1.12	Quanto maiores as diferenças de opinião dentro do grupo, melhor se torna a dinâmica da Aglomeração Territorial de Brusque.
		2.1.9	As organizações da Aglomeração Territorial de Brusque sempre trabalham em conjunto por meio de ideais, recursos e informações.
		2.1.10	A maioria das organizações participa nos eventos propostos (encontros, exposições, viagem, atividade de lazer)
Dimensão Estrutural do Capital Social	Laços da Rede	2.1.11	Mesmo que a minha opinião seja contrária a das outras organizações, sinto-me a vontade para discutir.
		2.2.4	No desenvolvimento das atividades da minha organização, estabeleço vários contatos com outras organizações da Aglomeração Territorial de Brusque.
		2.2.5	Desenvolvo contatos com outras organizações na Aglomeração Territorial de Brusque em atividades não comerciais ou industriais.
	Configurações da Rede	2.2.6	Eu considero as organizações da Aglomeração Territorial de Brusque como parceiras
		2.2.2	Na Aglomeração Territorial de Brusque, existem várias oportunidades para trocar informações.
	Organizações Apropriadas	2.2.3	A Aglomeração Territorial de Brusque é conectada a outras entidades, tais como sindicatos, agências governamentais entre outras organizações.
2.2.1		Eu sei quem procurar quando necessito de informação para tomar uma decisão na minha empresa;	

Fonte: Dados da Pesquisa

Acrescentou-se uma pergunta (item 2.3) com a finalidade de determinar com quais entidades de suporte da aglomeração analisada, as organizações mais desenvolvem contatos. Dessa forma, foi possível verificar quais instituições mais contribuem para o desenvolvimento da região. Empregou-se também a sociometria ou análise de redes em complemento ao questionário. Essa técnica permite revelar a estrutura interna dos grupos indicando as posições de cada indivíduo, por meio de um conjunto de nós (atores) e seus laços (relações pessoais), em comparação aos demais, o que permite visualizar os líderes e subgrupos (Marconi & Lakatos, 2012). Para descrever o aspecto estrutural da rede foi empregado o software

UCINET 6.0 *for Windows* que possibilitou obter uma melhor compreensão da estrutura dos relacionamentos na aglomeração de Brusque, principalmente, no que se refere ao padrão de conectividade e hierarquia.

3.4.2 Desempenho Organizacional

Para captar o desempenho das empresas realizou-se uma revisão em relação a trabalhos que adotam a medida de desempenho percebida (Dess & Robinson, 1984; Jaworski & Koli, 1993; Pelham, 1999; Reinartz, Kraftt & Hoy, 2004; Wegner, 2011).

O estudo de Reinartz *et al.* (2004) analisa o impacto do processo de gerenciamento do relacionamento com o cliente no desempenho organizacional. Os referidos autores adotam tanto o critério de desempenho objetivo quanto o percebido. Com o objetivo de dar maior credibilidade aos resultados encontrados houve uma preocupação em verificar até que grau os critérios objetivos e perceptivos de mensuração de desempenho se convergem. As medidas objetivas foram obtidas a partir da taxa de lucratividade e do retorno do ativo extraídos dos demonstrativos financeiros no caso de empresas de capital aberto e de dados secundários no caso de empresas de capital fechado.

Por outro lado, as medidas subjetivas de desempenho foram conseguidas a partir de uma escala do tipo Likert de sete pontos onde se perguntava em relação aos principais concorrentes como a organização avalia o desempenho da firma no que tange: (a) participação no mercado; (b) crescimento; (c) lucratividade atual; (d) desempenho geral. Os mesmos autores ressaltam que na análise do desempenho percebido uma preocupação reside no fato de que uma única fonte de informação pode não fornecer a visão exata da organização.

O estudo de Pelham (1999) investiga a influência do ambiente, da estratégia e da orientação de mercado no desempenho de pequenas firmas manufatureiras. As variáveis do ambiente competitivo, mais especificamente, a lucratividade e o ambiente da indústria foram mensurados utilizando medidas objetivas e subjetivas. As medidas de desempenho percebida de Pelham (1999) foram baseadas nos estudos de Gupta e Govindarajan (1984) e de Covin e Slevin (1989) que perguntavam aos respondentes para julgar o nível de satisfação do desempenho em relação aos principais concorrentes. A dimensão do desempenho é baseada em três fatores: (a) efetividade das vendas/mercado (qualidade relativa de produtos, sucesso de novos produtos, retenção dos clientes); (b) crescimento (nível de receita de vendas, crescimento de vendas, participação no mercado alvo); (c) lucratividade (retorno sobre o patrimônio, retorno sobre o investimento, margem de lucro bruta).

Wegner (2011), ao analisar a relação entre governança e gestão de redes sobre o capital social do empresário e desempenho, adota o critério de desempenho percebido baseado nas quatro dimensões de desempenho do *Balanced Scorecard* (financeira, clientes, aprendizagem e inovação, processos) e em alguns estudos sobre aliança e redes de empresa (Adam, 2006; Mohr & Spekman, 1994; Mjoen & Tallmann, 1997; Verschoore, 2006). O referido autor ressalta que a opção por um conjunto amplo de dimensões de desempenho resulta dos seguintes fatores: (a) multidimensionalidade do desempenho organizacional; (b) dificuldade em mensurar o desempenho das empresas em rede; (c) necessidade de adotar critérios além dos indicadores financeiros. Em virtude do estudo de Wegner (2011) ter sido um dos poucos que envolveu capital social e desempenho em redes na realidade brasileira, esse trabalho adotou os itens do questionário utilizado por Wegner para mensuração do desempenho, com a ressalva de ter adotado uma escala Likert de 5 pontos ao invés de 6 haja vista o bloco da dimensão relacional e estrutural do capital social desse trabalho emprega uma escala Likert de 5 pontos e, desse modo, a homogeneização das escalas facilita a análise dos dados (Quadro 11).

Quadro 11: Mensuração do Desempenho

3. DESEMPENHO						
3.1	Minha empresa conseguiu melhores preços e condições na compra de insumos e/ou produtos para revenda.	1	2	3	4	5
3.2	Os custos aumentaram mais do que o esperado dentro da minha empresa.	1	2	3	4	5
3.3	Sobraram recursos para fazer os investimentos que eu havia planejado para a minha empresa.	1	2	3	4	5
3.4	Minha empresa teve um aumento no número de clientes.	1	2	3	4	5
3.5	Minha empresa introduziu inovações em produtos.	1	2	3	4	5
3.6	Minha empresa introduziu inovações em processos internos.	1	2	3	4	5
3.7	Minha empresa introduziu inovações em marketing.	1	2	3	4	5
3.8	Tive acesso a conhecimentos e informações que ajudaram a melhorar o meu negócio	1	2	3	4	5

Fonte: Wegner (2011)

3.5 Termos operacionais e variáveis utilizadas

O objetivo de apresentar as definições é tornar claro ao leitor os termos empregados com a finalidade de evitar possíveis interpretações equivocadas (Bryman, 1989). Em virtude da amplitude de conceitos dos termos operacionais e das variáveis empregadas nesse estudo, são apresentadas as definições dos principais termos desse estudo (Quadro 12, Quadro 13).

Quadro 12: Definição dos Termos Operacionais do Trabalho

Termos Operacionais	Definições Adotadas	Autor
Microempresa	Receita Bruta Anual igual ou inferior a R\$ 785.850,68	Decreto 5.028/04 corrigido pelo IGP-DI – índice de correção no período 1,8117 (Banco Central, 2014)
Pequena Empresa	Receita Bruta Anual entre R\$ 785.850,68 e R\$3.864.848,32	Decreto 5.028/04 corrigido pelo IGP-DI – índice de correção no período 1,8117 (Banco Central 2014)
Média Empresa	Receita Bruta Anual entre R\$3.864.848,32 e Receita Operacional Bruta inferior a R\$ 90.000.000,00	Adaptado do Decreto 5.028/04 e do BNDES
Redes	Processos de interação entre atores sociais públicos e privados autônomos e interdependentes que cooperam porque têm objetivos comuns	Costa (2005)
Capital Social	O capital social é definido por uma variedade de diferentes entidades que possuem duas características em comum: todas elas consistem em algum aspecto da estrutura social, e elas facilitam certas ações de indivíduos que estão nessa estrutura. O capital social é um tipo de capital capaz de criar vantagens para os indivíduos e organizações na execução de suas atividades.	Adaptação dos conceitos de Coleman (1990) e Burt (2005)
Dimensão Estrutural do Capital Social	Refere-se ao padrão de conexão entre os atores e incluem conexões e configurações da rede que descreve o padrão de ligações em termos de mensuração como densidade, conectividade, hierarquia e adequação organizacional.	Nahapiet e Ghoshal (1998)
Dimensão Relacional do Capital Social	Referem-se aos ativos criados e alavancados por meio do relacionamento e incluem atributos como identificação, confiança, normas, sanções, obrigações e expectativas.	Nahapiet e Ghoshal (1998)

Fonte: elaboração própria

Quadro 13: Bloco de variáveis utilizadas no estudo

BLOCO	VARIÁVEIS	INDICADORES	AUTORES
I – Controle			
	a) Tamanho	Receita Bruta	Decreto 5.028/04 e critério do BNDES
	b) idade	Anos	Não se aplica
	c) tipo de empresa	A empresa para ser considerada familiar deve atender aos seguintes requisitos: a) A família controla a empresa por meio da maioria das ações com direito a voto (pelo menos 25 % das ações desde que não se tenha outro grupo com presença maior a 25%); b) Presença de membros de distintas gerações envolvidos no negócio.	Adaptado de Westhead e Cowling, 1998
	d) estágio do processo	A empresa para ser considerada finalística deve atender aos seguintes requisitos: a) Realização de 76% a 100% da atividade de expedição dentro da empresa; b) Realização de 76% a 100% da atividade de comercialização dentro da empresa;	Não se aplica
II – Dimensão Relacional do Capital Social			
	a) confiança	A maioria das organizações na aglomeração territorial é confiável	Adaptado de Macke et al (2010)

		Quando preciso de ajuda posso confiar nas organizações da Aglomeração Territorial de Brusque	
	b) identidade	Nas atividades comerciais e industriais da Aglomeração Territorial de Brusque, sinto-me parte do grupo Eu me sinto parte da Aglomeração Territorial de Brusque As semelhanças de opinião entre as organizações facilitam a dinâmica na Aglomeração Territorial de Brusque. As diferenças de opinião entre as organizações não afetam a dinâmica da Aglomeração Territorial de Brusque. Quanto maiores as diferenças de opinião dentro do grupo, melhor se torna a dinâmica da Aglomeração Territorial de Brusque.	Adaptado de Macke et al (2010)
	c) normas	As organizações da Aglomeração Territorial de Brusque sempre trabalham em conjunto por meio de ideais, recursos e informações. A maioria das organizações participa nos eventos propostos (encontros, exposições, viagens, atividade de lazer). Mesmo que a minha opinião seja contrária a das outras organizações, sinto-me a vontade para discutir	Adaptado de Macke et al (2010)
	d) obrigações	O governo municipal tem apoiado o desenvolvimento da Aglomeração Territorial de Brusque	Adaptado de Macke et al (2010)
III – Dimensão Estrutural do Capital Social			
	a) configurações da rede	Na Aglomeração Territorial de Brusque, existem várias oportunidades para trocar informações.	Adaptado de Macke et al (2010)
	b) laços da rede	No desenvolvimento das atividades da minha organização, estabeleço vários contatos com outras organizações da Aglomeração Territorial de Brusque. Desenvolvo contatos com outras organizações na Aglomeração Territorial de Brusque em atividades não comerciais ou industriais. Eu considero as organizações da Aglomeração Territorial de Brusque como parceiras	Adaptado de Macke et al (2010)
	c) organizações apropriadas	Eu sei quem procurar quando necessito de informação para tomar uma decisão na minha empresa; A Aglomeração Territorial de Brusque é conectada a outras entidades, tais como sindicatos, agências governamentais entre outras organizações.	Adaptado de Macke et al (2010)
IV – Desempenho			
	a) Financeira	Melhores preços e condições na compra de insumos; Aumento dos custos;	Wegner (2011)
	b) Clientes	Aumento do nº de clientes;	Wegner (2011)
	c) Processos	Melhoramento dos processos; Acesso a conhecimento e Informações;	Wegner (2011)
	d) Aprendizagem e	Inovação em Produtos;	Wegner (2011)

	Inovação	Inovação em Marketing;	
--	----------	------------------------	--

Fonte: elaboração própria

3.6 Procedimento de Análise dos Dados

Uma estimação pontual não leva em consideração o erro amostral nem o desvio padrão associado à distribuição de probabilidade; por esse motivo, trabalha-se com o intervalo de confiança que está associado a um grau de confiança (Hair *et al.*, 2009). Cabe ressaltar que o grau de confiança é uma medida da certeza de que o intervalo contém o verdadeiro valor do parâmetro populacional.

Como no presente estudo utilizou-se uma amostra para avaliar em que níveis se encontram os itens que compõem as dimensões estudadas, construiu-se um intervalo de confiança. Em virtude do fato de que os itens foram avaliados em uma escala do tipo Likert de 1 a 5, admitiu-se que médias superiores a 3,0 indicam grau alto de concordância com a afirmativa. Em se tratando de intervalos de confiança, uma média superior a 3,0 se configura num Limite Inferior acima de patamar. Para a apresentação dos itens medidos em escala de Likert, bem como posteriormente os construtos provenientes do modelo, utilizou-se um intervalo de confiança de 95%.

Para avaliação do modelo proposto, com base nas variáveis definidas para cada construto, foi utilizada a técnica de modelagem de equações estruturais. Conforme proposto por Hair *et al.* (2009), tal técnica é uma extensão de diversas técnicas multivariadas e permite representar conceitos não observados além de estimar múltiplas inter-relações de dependência.

Um modelo de equações estruturais permite a incorporação de variáveis latentes, ou seja, variáveis que não são medidas diretamente. Segundo Hair *et al.* (2009), pode-se dizer que uma variável latente representa um conceito teorizado, não observável, mas que pode ser aproximado por variáveis mensuráveis (manifestas). O diagrama de caminhos apresenta os relacionamentos entre as variáveis latentes propostas.

O modelo de equações estruturais se divide em dois modelos: o de mensuração e o estrutural. No modelo de mensuração, as variáveis manifestas, coletadas no questionário, constituem indicadores para as variáveis latentes (construtos). O relacionamento de tais itens com as respectivas variáveis latentes representa o modelo de mensuração; e o relacionamento entre as variáveis latentes, o estrutural (Hair *et al.*, 2009). Dessa forma, o modelo de equações estruturais utilizado é a junção do modelo de mensuração e o estrutural. São estimados coeficientes para cada tipo de relacionamento que funcionam como as cargas fatoriais da análise fatorial exploratória, representando a correlação simples entre o item medido no

questionário e o construto (modelo de mensuração) ou entre os construtos (modelo estrutural). Assim, os coeficientes são números que variam de -1 a 1 e quanto maior em magnitude, maior o relacionamento entre o item e seu respectivo construto. Além de tais relacionamentos, (concernentes às setas do diagrama de caminhos), foi avaliada no modelo a porção (R^2) da variabilidade do construto endógeno (desempenho) que é explicada pelo exógeno (dimensão relacional e estrutural do capital social).

Existem três possíveis aplicações da modelagem de equações estruturais, segundo Joreskog e Sorbom (1993), citados por Brei (2006): (a) estritamente confirmatória, (b) utilização de modelos alternativos e (c) geração de modelos. Na primeira aplicação, o pesquisador tem um único modelo que é aceito ou rejeitado, baseado em sua correspondência ou não com os dados. O segundo caso é um pouco mais frequente que o primeiro, mas ainda, restrito a situações em que há mais de um modelo *a priori*. A terceira situação parece ser a mais comum e ocorre quando o modelo inicial não se ajusta aos dados. Nesses casos, o modelo é modificado pelo pesquisador e é novamente analisado com os mesmos dados, com o objetivo de descobrir um modelo que tenha sentido em termos teóricos e que apresente correspondência estatística razoável com os dados coletados. No caso desta pesquisa, a modelagem utilizada pode ser definida como geração de modelos, ou seja, foi avaliada a significância estatística do modelo proposto, com o intuito de comprovar ou não as hipóteses formuladas, podendo o modelo ser modificado com o intuito de descobrir um que possuísse sentido teórico e razoável correspondência estatística. Conforme sugerido por Kline (2005), citado por Milan e De Toni (2012), é justificável que se procedam reespecificações no modelo, pois é pouco provável que um modelo especificado, em um primeiro momento, torne-se uma representação plausível dos dados.

Existem três pressupostos para estimação de um modelo estrutural pelo método *Linear Structural Relations* (LISREL), conforme proposto por Hair *et al.* (2009): (a) independência das observações, (b) amostras aleatórias de respondentes e (c) linearidade. Em adição a tais pressupostos, ressalta-se que tal modelagem se mostra sensível ao desvio dos dados em relação à normal multivariada, situação na qual tamanhos maiores de amostra se mostram necessários. Um método alternativo de utilização para a estimação das equações estruturais é o *Partial Least Squares* (PLS), visto que se mostra mais flexível, não exigindo normalidade multivariada das variáveis e ainda trabalha com um tamanho de amostra mais reduzido que o método LISREL (Chin, 1998).

Optou-se, neste estudo, pelo método PLS e o *software* utilizado para tal etapa foi o SmartPLS 3.0 sendo que o modelo inserido foi concebido na argumentação teórica apresentada na Figura 03.

Segundo Henseler (2007), a avaliação de um modelo utilizando o método PLS deve ser realizada em duas etapas. A primeira constitui a avaliação do modelo de mensuração. O primeiro critério a ser avaliado é a confiabilidade da consistência interna. Chin (1998) indica que a mesma deve ser avaliada prioritariamente segundo a confiabilidade composta e que tal valor deve ser superior a 0,7. Churchill (1979), citado por Henseler (2007), recomenda eliminar indicadores do modelo de mensuração se sua carga for menor que 0,4 e se sua retirada aumentar significativamente a confiabilidade composta.

Conforme indicado por Henseler (2007), após a avaliação da confiabilidade do modelo de mensuração, é importante avaliar sua validade. Nesse sentido, dois subtipos são usualmente verificados: validade convergente e validade discriminante. A validade convergente significa que a série de indicadores representa um e o mesmo construto, que pode ser demonstrado pela sua unidimensionalidade. Para verificar a validade convergente, Fornell e Larcker (1981) sugerem o uso da variância extraída (AVE), indicando que deve ter o valor mínimo de 0,5. Valores acima desse patamar indicam que a variável latente está habilitada a explicar mais de 50% da variabilidade dos seus indicadores.

No processo de validação do modelo de mensuração, a última etapa realizada é a validação discriminante. Tal validação possui um conceito complementar ao da validação convergente: espera-se que dois conjuntos de indicadores, que representam dois conceitos teoricamente diferentes, não formem um fator unidimensional. Dois critérios para realização da validação discriminante são propostos: avaliação das cargas cruzadas dos indicadores e validação discriminante dos construtos. Na avaliação das cargas cruzadas dos indicadores, espera-se que cada item possua carga mais alta com o construto a qual pertence em relação a qualquer outro constructo (Henseler, 2007). Na segunda proposição, são obtidas as raízes quadradas das AVEs e seus valores são comparados com as correlações entre os diversos construtos. Quando a AVE é superior às correlações, pode-se afirmar que existe a validade discriminante.

A segunda etapa da validação de um modelo de equações estruturais, conforme Henseler (2007), baseia-se na avaliação do modelo estrutural. Nesse sentido, foi obtido o coeficiente de determinação (R^2) para a relação entre os constructos dimensão relacional do capital social, dimensão estrutural do capital social e desempenho. Os coeficientes R^2

encontrados funcionam da mesma forma que a verificada na regressão linear, ou seja, indicam a porção da variabilidade das variáveis dependentes explicada pelas variáveis independentes. É um número que pode variar de 0 a 1 (0% a 100%), no qual valores mais próximos de 1 indicam que uma maior porção da variabilidade é explicada.

Ainda em relação ao procedimento de tratamento dos dados, para a identificação de *outliers* univariados, realizou-se a padronização das variáveis e, em seguida, foram avaliados os casos com escore maior que 3,28 para a referida variável. A padronização consiste em expressar as variáveis em termos de unidades de desvio padrão. A operacionalização consiste em subtrair a média e dividir pelo desvio padrão, de modo que tenham média zero e variância igual a um, ou seja:

$$Z = \frac{(Y - \bar{X})}{\sigma}$$

Onde:

Z é a nova variável padronizada

Y é a antiga variável

\bar{X} é a média aritmética

σ o desvio padrão

Todavia, em nenhuma das variáveis foram detectados escores padronizados acima de 3,28, indicando então a não existência de *outliers* univariados. As estatísticas descritivas das variáveis padronizadas são apresentadas na Tabela 01.

Como as variáveis dos construtos foram tratadas de maneira multivariada, buscou-se a avaliação da existência de *outliers* multivariados, através da distância de D^2 de Mahalanobis (Kline, 2005). Sob a suposição de normalidade multivariada, o valor D^2 possui uma distribuição qui-quadrado com K (número de variáveis) graus de liberdade (Mingoti, 2005). Com isso, é possível classificar *outliers* multivariados, caso a probabilidade associada à distribuição qui-quadrado seja inferior a 0,1% (Tabachnick & Fidel, 2001).

Foi encontrado apenas 1 caso com probabilidade de ocorrência de D^2 inferior a 0,1% para uma distribuição qui-quadrado com 26 graus de liberdade. Todavia, segundo Hair *et al.* (2009), a observação só deve ser eliminada caso exista prova demonstrável de que esteja verdadeiramente fora do normal e de que não seja representativa de qualquer observação na população. O caso não pôde ser verdadeiramente identificável como *outlier* multivariado e, dessa forma, foi mantido.

A Tabela 01 apresenta as estatísticas descritivas relativas às questões de cada construto além das estatísticas descritivas das variáveis padronizadas. Como não existiram dados ausentes, o número de respondentes para todas as questões é igual a 88.

Tabela 01: Estatísticas descritivas das variáveis dos construtos

	Escore Padronizado		Intervalo de Confiança de 95%			Desvio Padrão
	Mínimo	Máximo	Limite Inferior	Média	Limite Superior	
DR1.1 A maioria das organizações na Aglomeração Territorial de Brusque é confiável	-2,84	1,62	3,36	3,55	3,74	0,90
DR1.2 Quando preciso de ajuda posso confiar nas organizações da Aglomeração Territorial de Brusque	-2,48	1,54	3,26	3,47	3,68	0,99
DR2.1 É necessário se preocupar para que nenhuma organização da Aglomeração Territorial de Brusque tire vantagem do fato de se confiar nela	-1,80	1,80	2,76	3,00	3,24	1,11
DR2.2 O governo municipal tem apoiado o desenvolvimento da Aglomeração Territorial de Brusque	-1,57	2,06	2,49	2,73	2,96	1,10
DR3.1 Nas atividades comerciais e industriais da Aglomeração Territorial de Brusque, sinto-me parte do grupo	-2,45	1,53	3,25	3,47	3,68	1,01
DR3.2 Eu me sinto parte da Aglomeração Territorial de Brusque	-2,49	1,49	3,29	3,50	3,71	1,01
DR3.3 As semelhanças de opinião entre as organizações facilitam a dinâmica na Aglomeração Territorial de Brusque	-2,71	1,86	3,19	3,38	3,56	0,88
DR3.4 As diferenças de opinião entre as organizações não afetam a dinâmica da Aglomeração Territorial de Brusque	-2,09	2,09	2,80	3,00	3,20	0,96
DR4.1 As organizações da Aglomeração Territorial de Brusque sempre trabalham em conjunto por meio de ideias, recursos e informações	-2,61	2,08	3,05	3,23	3,41	0,85
DR4.2 A maioria das organizações participa nos eventos propostos(encontros, exposições, viagem, atividades de lazer)	-2,61	1,87	3,14	3,33	3,52	0,89
DR4.3 Mesmo que minha opinião seja contrária a das outras organizações sinto-me a vontade para discutir	-2,51	1,47	3,31	3,52	3,74	1,01
DR3.5 Quanto maiores as diferenças de opinião dentro do grupo, melhor se torna a dinâmica da Aglomeração Territorial	-2,34	1,39	3,28	3,51	3,74	1,07
DE3.1 Eu sei quem procurar quando necessito de informação para tomar decisão na minha empresa	-2,56	1,36	3,40	3,61	3,83	1,02
DE2.1 Na Aglomeração Territorial de Brusque, existem várias oportunidades para trocar informações	-2,58	1,45	3,35	3,56	3,77	0,99
DE3.2 A Aglomeração Territorial de Brusque é conectada a outras entidades, tais como sindicatos, agências	-1,93	1,71	3,42	3,59	3,77	0,83

governamentais, entre outras organizações						
DE1.1 No desenvolvimento das atividades da minha organização, estabeleço vários contatos com outras organizações da Aglomeração Territorial de Brusque	-2,48	1,84	3,10	3,30	3,49	0,92
DE1.2 Desenvolvo contato com outras organizações da Aglomeração Territorial de Brusque em atividades não comerciais ou industriais	-2,08	1,97	2,85	3,06	3,27	0,99
DE1.3 Eu considero as organizações da Aglomeração Territorial de Brusque como parceiras	-2,78	1,75	3,27	3,45	3,64	0,88
Des1 Minha empresa conseguiu melhores preços e condições na compra de insumos e/ou produtos para revenda	-2,50	1,96	3,05	3,24	3,43	0,90
Des2 Os custos aumentaram mais do que o esperado dentro da minha empresa	-1,39	2,11	3,01	3,19	3,37	0,86
Des3 Sobraram recursos para fazer os investimentos que eu havia planejado para a minha empresa	-1,61	2,05	2,53	2,76	2,99	1,09
Des4 Minha empresa teve um aumento no número de clientes	-1,84	1,63	3,41	3,59	3,77	0,87
Des5 Minha empresa introduziu inovações em produto	-2,03	1,39	3,60	3,78	3,97	0,88
Des6 Minha empresa introduziu inovações em processos internos	-2,27	1,72	3,06	3,27	3,49	1,00
Des7 Minha empresa introduziu inovações em marketing	-2,12	1,87	2,91	3,13	3,34	1,00
Des8 Tive acesso a conhecimentos e informações que ajudaram o meu negócio	-1,83	1,78	3,35	3,52	3,70	0,83

Fonte: Dados da pesquisa

Nota: DR = Dimensão Relacional

DE = Dimensão Estrutural

Des = Desempenho

Para interpretação do intervalo de confiança, tomou-se como referência o centro da escala de 1 a 5 utilizada, ou seja, o valor 3. Limites inferiores acima desse patamar indicam concordância com a afirmativa. Situações onde o número 3 encontra-se entre o limite inferior e o limite superior indicam neutralidade em relação à afirmativa. Limites superiores abaixo desse patamar indicam não concordância com a afirmativa.

4. RESULTADOS

Nesse capítulo, o material empírico coletado na pesquisa de campo é apresentado e analisado com base no referencial teórico desse estudo. Preocupação especial é empregada no sentido de tornar explícitas as respostas aos objetivos e hipóteses formuladas. Esse capítulo é dividido nas seguintes seções: (4.1) Estrutura da Cadeia Produtiva Têxtil - Confecção; (4.2) A Indústria Têxtil - Confecção; (4.3) Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque. Essas três primeiras seções têm por finalidade: (a) discorrer sobre a natureza da cadeia

produtiva analisada com a descrição das principais fases além dos fatores que afetam a sua competitividade; (b) apresentar uma evolução e enfatizar as principais mudanças e desafios vivenciados pelas empresas brasileiras e catarinenses que operam nesse setor; (c) exibir dados históricos, demográficos e econômicos do setor têxtil – confecção de Brusque ressaltando a sua importância para a Região do Médio do Vale do Itajaí e apresentar particularidades da aglomeração estudada.

A seção 4.4, denominada de Rede das Entidades de Suporte de Brusque, objetiva mostrar a rede formada pelas organizações que fornecem apoio ao desenvolvimento da aglomeração analisada que são: (a) Associação de Micro e Pequenas Empresas de Brusque (AMPE-Br); (b) Associação Comercial e Industrial (ACI); (c) Câmara dos Diretores Lojistas (CDL); (d) Federação das Indústrias de Santa Catarina (FIESC); (d) Prefeitura de Brusque; (e) Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); (f) Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC); (g) Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI); (h) Centro Educacional Leonardo da Vinci (Uniasselvi); (i) Centro Universitário de Brusque (UNIFEBE). É empregado o *software* Ucinet 6.0 para visualizar o plote dos gráficos relacionais com a finalidade de identificar as organizações que assumem uma posição de liderança bem como os diferentes subgrupos dessa rede.

Com a finalidade de responder aos objetivos específicos (b) determinar a dimensão estrutural do capital social a partir das variáveis - laços, configurações da rede e organizações apropriadas; (c) determinar a dimensão relacional do capital social a partir das variáveis - confiança, normas, identidade e obrigações; (d) analisar a relação entre a dimensão estrutural do capital social com desempenho; (e) analisar a relação entre a dimensão relacional do capital social com desempenho; além das hipóteses elaboradas, as próximas seções desse capítulo são organizações da seguinte forma: (4.5) Validação do Modelo; (4.6) Resultados e Análises do Perfil do Respondente; (4.7) Resultados e Análise dos Dados da Empresa; (4.8) Resultado e Análise das Variáveis da Dimensão Estrutural e Relacional; (4.9) Relação entre as Variáveis da Dimensão Relacional e Estrutural do Capital Social com as Variáveis de Controle; (4.10) Variáveis de Desempenho e (4.11) Capital Social e Desempenho.

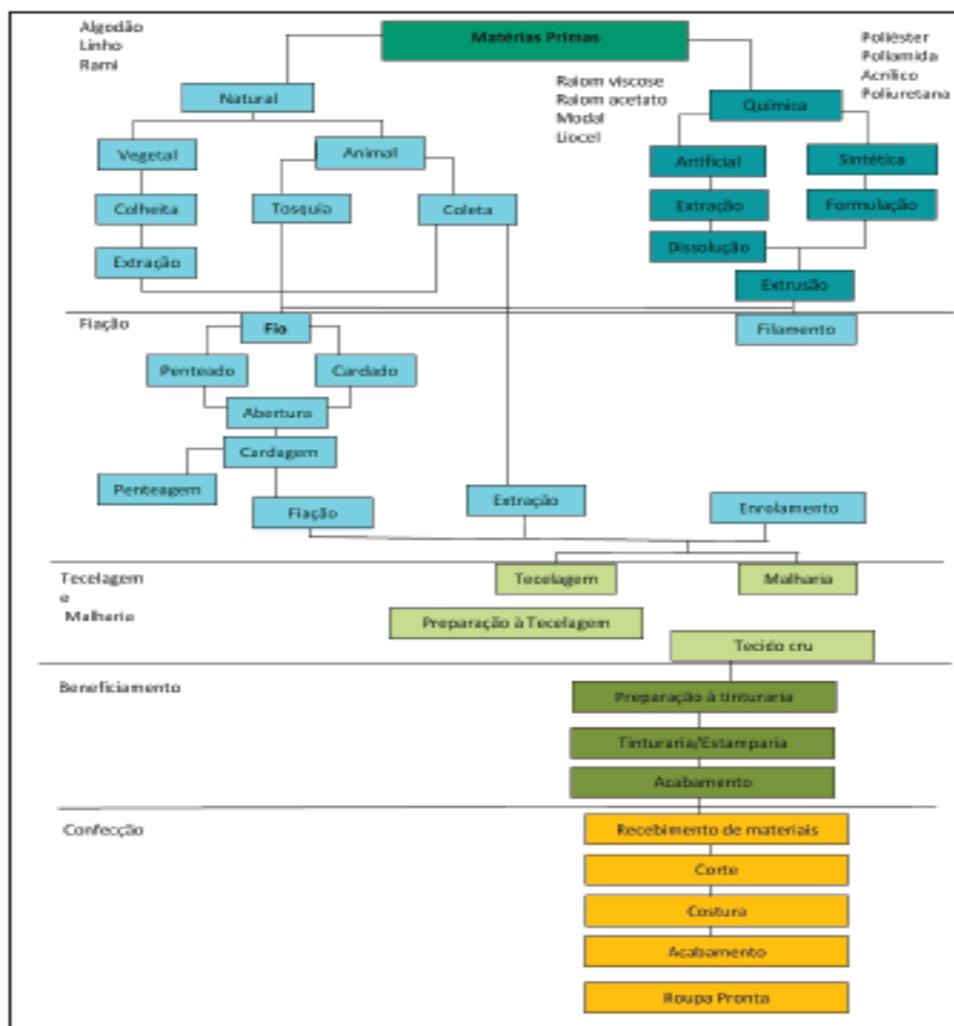
4.1 Estrutura da Cadeia Produtiva Têxtil - Confecção

Haguenauer, Bahia, Castro e Ribeiro (2001) afirmam que a cadeia produtiva têxtil e de confecções é constituída por seis estágios: (a) beneficiamento de fibras têxteis naturais; (b) fiação e tecelagem de têxteis naturais; (c) fiação e tecelagem de têxteis químicos; (d) outras indústrias de tecelagem; (e) malharia e (f) confecção. Em um estudo para analisar o nível de

competitividade da cadeia têxtil e de confecção, o núcleo de Economia Industrial e de Tecnologia da Universidade de Campinas (Unicamp-Ie-Neit, 2002) acrescenta mais um elo na cadeia que é a comercialização. O presente estudo adota esse último modelo para analisar o processo produtivo da cadeia têxtil e de confecções. Deve-se ressaltar que a comercialização está intensamente ligada em todas as etapas do processo têxtil uma vez que existe a comercialização de fibras, fios, tecidos, serviços (facções de fiação, malharia, tecelagem, beneficiamento, confecção) e confeccionados (F. Souza, comunicação pessoal, Outubro 10, 2014). Nesse trabalho, a comercialização tem o significado da venda do produto derivado da confecção diretamente para o consumidor final (Figura 04).

A indústria têxtil - confecção é caracterizada por uma estrutura verticalizada constituída de várias etapas produtivas interrelacionadas onde cada estágio possui particularidades e contribui para o desenvolvimento do produto posterior (Garcia, 1994). Segundo Fernandes (2008), a produção dessa indústria é constituída, majoritariamente, por bens de consumo não duráveis além de produtos têxteis empregados no processo produtivo de outros setores industriais tais como materiais de segurança (luvas, cinto de segurança), pneus, lona entre outros.

Figura 04: Estrutura da Cadeia Produtiva Têxtil - Confecção



Fonte: Unicamp-IE-NEIT, 2002

Campos, Cário e Nicolau (2000) ressaltam que o objetivo da indústria têxtil - confecção é transformar matérias primas – naturais e químicas - em fios e tecidos para que possam ser empregados na fabricação de outros produtos. O fato de possuir várias etapas na cadeia produtiva acarreta uma estrutura industrial fragmentada constituída por unidades produtivas de vários tamanhos bem como diferentes graus de verticalização das empresas. A diversidade dessa cadeia é relativamente grande em virtude de uma serie de fatores tais como: (a) variedade de insumos utilizados no processo produtivo, (b) uso diversificado dos produtos tais como cama, mesa e vestuário além das (c) diferentes estratégias empresariais (Unicamp-Ie-Neit, 2002).

A primeira fase da cadeia produtiva é a fabricação de matéria-prima que abrange o processo físico químico de extrusão (fibras químicas artificiais e sintéticas) e produção agrícola (fibras naturais vegetais) ou pecuária (fibras animais) (Unicamp-IE-Neit, 2002). Percebe-se que esse estágio relaciona-se com as fibras e/ou filamentos que são preparados

para a etapa de fiação que corresponde ao segundo estágio da cadeia e refere-se ao processo de fabricação de fios têxteis. Deve-se ressaltar que a produção de fibras químicas já inclui o processo de fiação, ou seja, nesta etapa de produção tem-se o filamento contínuo que poderá passar por processo de texturização ou ser aplicado diretamente na confecção de tecidos ou malhas (F. Souza, comunicação pessoal, Outubro 10, 2014). No processo de fiação existe a possibilidade de produção de fios (fiados) 100% químicos ou misturados com fibras naturais descontínuas. Mais especificamente, as fibras naturais não são cortadas, mas são descontínuas sendo que a única fibra natural contínua é a seda (F. Souza, comunicação pessoal, Outubro 10, 2014). Destaca-se ainda que as empresas que operam nesta etapa são, em sua maioria, de grande porte e que necessitam de constantes investimentos em pesquisa e desenvolvimento (Instituto Euvaldo Lodi [IEL], 2005).

A tecelagem e a malharia compõem o terceiro estágio da cadeia produtiva onde os tecidos planos e malhas são obtidos por meio de três processos: (a) tecelagem plana; (b) malharia de trama e (c) malharia de urdume. Salienta-se que a tecnologia de não tecido não é obtida por tecelagem ou malharia, mas é um processo paralelo à fiação que compacta diretamente as fibras, formando os conhecidos NO-WOVEN. Cabe destacar que essa etapa é a que apresenta maior relação com o montante e a jusante da cadeia produtiva sendo caracterizada por ser intensiva em capital de escala de produção (Instituto de Estudos e Marketing Industrial [IEMI], 2008).

A próxima fase da cadeia produtiva é o estágio de beneficiamento/acabamento compreendendo uma série de operações que agrega propriedades específicas ao produto e, normalmente, ocorre por meio de inovações no setor químico derivadas da introdução de novas matérias-primas bem como de novas exigências do mercado, para o tratamento dos tecidos no momento do tingimento além de novas cores, estamparias e novos tipos de emborrachamento (Sen, 2008).

A fase de confecção, sexta etapa da cadeia produtiva, abrange a criação, modelagem e costura. Apesar do fato dessa etapa ter ganhado importância na cadeia produtiva têxtil internacional, ela ainda é intensiva em mão de obra (Unicamp – IE-Neit, 2002). A última fase é a comercialização, ou seja, a venda dos produtos tanto para o atacado quanto varejo.

A competitividade no setor ocorre por meio da diferenciação proveniente da combinação dos fatores preço, qualidade e criatividade, o que incorpora elementos como estilos, design e moda com a finalidade de atender as necessidades dos clientes que especificam os critérios de produção (Unicamp – IE –Neit, 2002). É importante ressaltar que a

competitividade nessa indústria deve ser analisada não somente ao nível da firma, mas também sob a ótica da cadeia de produção em virtude do grau de verticalização dessa cadeia. Já no início do século XX, Hammond (2001) menciona que uma das tendências dessa cadeia é a difusão das técnicas de gerenciamento da cadeia de suprimento uma vez que por meio dessas ferramentas é possível ampliar as trocas de informações entre agentes, modificar a maneira de distribuição dos produtos e implantar novos sistemas de gestão.

4. 2 A indústria têxtil - confecção

No Brasil, a história do setor têxtil é anterior a própria colonização dos portugueses. Os índios que aqui resediam já executavam atividades artesanais com a finalidade de obter artigos tanto para a proteção corporal quanto para fins decorativos. Dessa forma, eles empregavam, mesmo de uma maneira rudimentar, técnicas de entrelaçamento manual de fibras vegetais e tingimento com corantes provenientes da natureza (Sindimalthas, 2004). O período de 1844 a 1913 é considerado como a fase de implementação da indústria têxtil no Brasil, sendo a 1ª Guerra Mundial o fator decisivo para a sua consolidação (Monteiro & Correia, 2002).

Houve períodos alternados de crescimento e estagnação na indústria têxtil, no período compreendido entre a 1ª Guerra Mundial e meados dos anos 50, momento em que a indústria brasileira experimentou um processo de crescimento acelerado com incentivos fiscais e financeiros dos órgãos públicos como o Conselho de Desenvolvimento Industrial, o que possibilitou investimentos na modernização e ampliação da indústria têxtil brasileira (Sindimalthas, 2004).

A partir da década de 70, começa-se a observar um padrão de comportamento na indústria têxtil - confecção brasileira que é a redução do gênero têxtil e, simultaneamente, o aumento do segmento de confecções tanto em termos de valor de transformação industrial quanto de pessoal ocupado (Lins, 2000). Prado (2000) observa que algumas transformações foram vivenciadas no setor têxtil não somente no Brasil, mas a nível mundial, nesse período tais como (a) competição entre fornecedores europeus e asiáticos, (b) desenvolvimento de novas máquinas, (c) criação de novos materiais têxteis como a microfibras e (d) utilização de novos processos gerenciais.

A redução da competitividade das empresas têxteis brasileiras em virtude da abertura da economia nacional em 1990, que expôs as deficiências dessa indústria e gerou perda de mercado, é uma das características da conjuntura desfavorável desse período (Gorini, 2000). Segundo Fernandes (2008), os produtos importados, principalmente os de origem chinesa,

entraram no mercado brasileiro com preços muito mais baixo do que os nacionais, o que gerou fechamento de empresas e redução do número de postos de trabalho. Os indicadores de produção e faturamento das atividades do setor têxtil e de confecção sofreram uma redução na década de 90 sendo que esta situação foi agravada com a implantação do Plano Real e das políticas macroeconômicas que o sucederam (Lins, 2000).

Gorini (2000) afirma que as principais transformações na cadeia têxtil - confecção provenientes da abertura comercial e do Plano Real foram: (a) elevação no volume de investimento com a modernização do Parque Industrial Têxtil que alcançou 6 bilhões de dólares dos quais 62% foram destinados a aquisição de máquinas sendo que 37% eram importados; (b) aumento da relação capital-trabalho com a redução dos custos de mão - de - obra; (c) formação de cooperativas de trabalho e (d) deslocamento da produção para o Nordeste.

Em relação à distribuição regional da cadeia brasileira de têxtil - confecção, observa-se que apesar da produção ser concentrada nas regiões Sul e Sudeste, verifica-se um aumento da participação do Nordeste, principalmente, a partir da década de 90. Deve-se ressaltar que enquanto no Nordeste concentram-se os investimentos em escala, no Sul existe a presença predominante de empresas de pequeno e médio porte nos setores de cama, mesa e banho e no Sudeste a produção de artigos artificiais e sintéticos. Em relação à região Centro Oeste, destaca-se a produção de algodão no final da década de 90 (Cairo *et al*, 2013). Ressalta-se que Santa Catarina é um dos três maiores Estados produtores do setor têxtil - confecção do país (Cairo *et al*, 2013).

Por meio da análise dos segmentos de têxtil e de confecções a nível nacional no período de 2008 a 2012 é possível obter algumas conclusões: Primeiramente, enquanto que a quantidade fabricada de produtos têxteis teve uma redução de 154 mil toneladas equivalente a 8% da produção, os produtos confeccionados experimentaram um pequeno acréscimo de 220 mil toneladas, ou seja, 1%. Em segundo lugar tanto o segmento têxtil quanto de confecções experimentaram um crescimento nos anos de 2010 e 2011 e redução em 2012. Cabe ressaltar que, no segmento têxtil, o ramo de tecidos foi o que mais contribuiu para a quantidade produzida e, no setor de confecções, o vestuário foi o principal responsável pelos valores obtidos (Tabela 02). No que tange ao número de empresas, constata-se que o setor de confecções teve o maior aumento evoluindo de 25.974 firmas em 2008 para 30.062 empresas em 2012, um incremento de 15,53% e o setor têxtil obteve um crescimento de 149 empresas, o equivale a 4%. É possível observar que o setor de confecções responde por mais de 90% do

número total de empresas da indústria brasileira têxtil no ano de 2012 (Tabela 03) (Instituto de Estudos e Marketing Industrial [IEMI], 2013).

Tabela 02: Quantidade produzida da indústria têxtil-confecções do Brasil, 2008-2012 (toneladas).

Segmentos	2008	%	2009	%	2010	%	2011	%	2012	%
Fiações	1.391	40,2	1.409	40,8	1.488	41,6	1.302	40,7	1.248	40,2
Tecidos	1.393	40,2	1.376	39,8	1.452	40,6	1.342	42,0	1.323	42,6
Malhas	679	19,6	672	19,4	638	17,8	554	17,3	534	17,2
Têxteis *	2.077	100	2.089	100	2.249	100	2.010	100	1.923	100
Vestuário	1.136	61,6	1.146	61,9	1.245	63,2	1.232	64,9	1.189	63,8
Meias e Acessórios	24	1,3	24	1,3	26	1,3	26	1,4	26	1,4
Linha Lar	368	20,0	385	20,8	381	19,3	350	18,4	363	19,5
Outros	316	17,1	296	16,0	319	16,2	291	15,3	286	15,3
Confeccionados **	1.844	100	1.850	100	1.971	100	1.900	100	1.864	100

Fonte: IEMI (2013)

Nota: (*) A produção têxtil total, por critério, é medida pela produção de fios fiados adicionada ao consumo de filamentos. Inclui polipropileno (filamento e rafia)

(**) Calculado a partir do consumo de suas matérias-primas básicas (tecidos planos, malhas, etc)

Tabela 03: Empresas da Indústria Têxtil - Confecção por segmento do Brasil 2008-2012

Segmentos	2008	%	2009	%	2010	%	2011	%	2012	%
Fiações	419	14,5	426	14,5	432	14,8	438	14,5	440	14,5
Tecelagens	601	20,9	583	19,9	579	19,8	586	19,3	579	19,1
Malharias	805	27,9	786	26,8	718	24,5	740	24,4	764	25,2
Beneficiamento	1.056	36,7	1.133	38,7	1.199	40,9	1.266	41,8	1.247	41,2
Têxteis *	2.881	10,0	2.928	9,7	2.928	9,5	3.030	9,3	3.030	9,2
Vestuário	22.681	87,3	24.044	87,7	24.672	88,2	26.264	88,7	26.703	88,8
Meias e Acessórios	1.068	4,1	1.043	3,8	977	3,5	966	3,3	958	3,2
Linha Lar	1.291	5,0	1.359	5,0	1.360	4,9	1.393	4,7	1.463	4,9
Outros	934	3,6	961	3,5	964	3,4	976	3,3	938	3,1
Confeccionados **	25.974	90,0	27.407	90,3	27.973	90,5	29.599	90,7	30.062	90,8
Totais	28.855	100,0	30.335	100	30.901	100	32.629	100	33.092	100

Fonte: IEMI (2013)

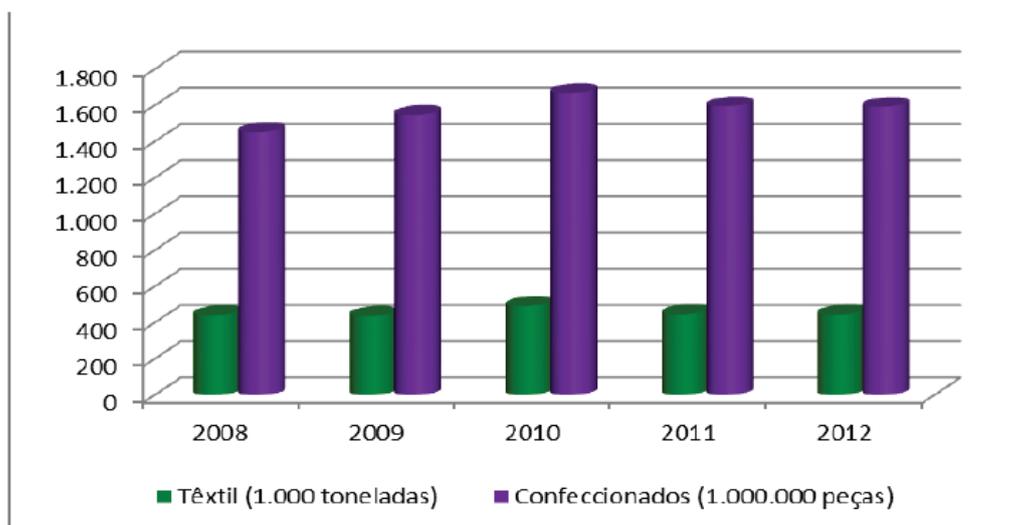
Nota: (*) Inclui tricotagem

(**) Artigos Técnicos e Industriais

Constata-se que a indústria têxtil confecção no Estado de Santa Catarina apresentou comportamento relativamente semelhante à produção brasileira no período de 2008 a 2012. O Estado experimentou um crescimento de menos de 1% no período sendo que o setor de confecções registrou um aumento de quase 10% ao mesmo tempo em que o ramo têxtil praticamente manteve a produção inalterada (Gráfico 01). No segmento têxtil, o subsegmento de malhas representou mais de 50% da produção desse setor enquanto que, no ramo de confecções, o vestuário foi o responsável por 76% do valor da produção (Instituto de Estudos e Marketing Industrial [IEMI], 2013).

Ressalta-se que Santa Catarina é o maior exportador do Brasil de roupas de tomador/cozinha, tecidos além de possuir a segunda maior empresa do mundo em fabricação de malhas e o maior produtor de linhas para crochê e fitas elásticas da América Latina (Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina [FIESC], 2012).

Gráfico 01: Produção da Indústria Têxtil - Confecção de Santa Catarina, 2008-2012



Fonte: IEMI (2013)

4.3 Aglomeração Territorial Têxtil- Confecção de Brusque

Um dos indicadores empregados pela Secretaria de Estado da Fazenda de Santa Catarina para medir o índice de participação municipal no repasse aos municípios catarinenses das receitas do Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) e do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) é o valor adicionado fiscal (VAF). As três atividades que mais geraram valor adicionado fiscal ao município de Brusque (Tabela 04) encontram-se no setor têxtil-confecções que representam em conjunto mais de 30% do valor adicionado. Cabe enfatizar que somente o grupo de confecções responde por mais de 10% de contribuição (Governo do Estado de Santa Catarina, 2010).

Tabela 04: Valor adicionado fiscal de Brusque, organizado segundo os 20 grupos de atividade econômica mais representativa, no período de 2008 a 2010.

Grupo de Atividade Econômica – versão CNAE 2010	2008 (mil R\$)	2009 (mil R\$)	2010 (mil R\$)	Part. VAF 2010	VAF 2008-2010
GRUPO 141 - Confecção de artigos do vestuário e acessórios	190.318,6	201.432,9	282.408,6	12,1%	48%
GRUPO 134 - Acabamentos em fios, tecidos e artefatos têxteis	89.394,9	121.656,7	200.447,2	8,6%	124%
GRUPO 132 - Tecelagem, exceto malha	202.224,0	222.146,9	195.976,0	8,4%	-3%
GRUPO 294 - Fabricação de peças e acessórios para veículos automotores	174.109,5	200.309,2	189.844,0	8,2%	9%
GRUPO 351 - Geração, transmissão e distribuição de energia elétrica	107.107,7	124.395,6	163.653,9	7,0%	53%
GRUPO 275 - Fabricação de eletrodomésticos	88.039,2	111.620,9	115.815,6	5,0%	32%
GRUPO 135 - Fabricação de artefatos têxteis, exceto vestuário	98.216,6	101.439,2	91.301,7	3,9%	-7%
GRUPO 133 - Fabricação de tecidos de malha	31.807,2	68.570,6	79.623,6	3,4%	150%
GRUPO 464 - Comércio atacadista de produtos de consumo não-alimentar	22.601,3	53.308,5	74.364,5	3,2%	229%
GRUPO 493 - Transporte rodoviário de carga	50.541,0	53.002,0	72.655,0	3,1%	44%
GRUPO 471 - Comércio varejista não-especializado	50.917,0	54.116,4	68.130,5	2,9%	34%
GRUPO 611 - Telecomunicações por fio	45.887,8	58.653,4	59.567,4	2,6%	30%
GRUPO 131 - Preparação e fiação de fibras têxteis	46.832,4	57.858,4	53.438,5	2,3%	14%
GRUPO 478 - Comércio varejista de produtos novos não especificados anteriormente e de produtos usados	32.801,8	38.731,8	52.682,6	2,3%	61%
GRUPO 286 - Fabricação de máquinas e equipamentos de uso industrial específico	40.618,8	42.453,9	49.132,3	2,1%	21%
GRUPO 209 - Fabricação de produtos e preparados químicos diversos	6.550,6	46.786,3	42.306,3	1,8%	546%
GRUPO 469 - Comércio atacadista não-especializado	377,1	392,3	37.421,8	1,6%	9824%
GRUPO 612 - Telecomunicações sem fio	26.199,7	23.746,1	35.735,3	1,5%	36%
GRUPO 222 - Fabricação de produtos de material plástico	21.065,2	33.078,4	34.681,3	1,5%	65%
Demais setores	298.539,4	359.835,0	399.283,7	17,1%	43%
TOTAL	1.641.787,1	1.991.646,1	2.329.151,8		42%

Fonte: Governo do Estado de Santa Catarina, Secretaria de Estado da Fazenda, Valor Adicionado Fiscal. Índice de Participação dos Municípios no Produto da Arrecadação do ICMS, 2010.

O desenvolvimento do município de Brusque fundamentou-se na indústria têxtil - confecção. Destaca-se que essa atividade transborda para outras cidades além de Brusque como Guabiraba, Botuverá, Vidal Ramos e Gaspar (Siebert, 2001).

Seyferth (1974) afirma que o surgimento da indústria têxtil em Brusque foi proveniente de dois fatores no século XIX: (a) os elevados preços de roupas e tecidos nas áreas coloniais e (b) necessidade de garantir um mercado próprio e seguro na colônia, mesmo que os preços dos produtos brasileiros fossem superiores aos importados. Mamigonian (1960) ressalta que o aumento da demanda, a aceitação dos produtos de Brusque no mercado nacional além das novas habilidades de transporte de matéria-prima e produtos acabados alavancaram a industrialização do setor têxtil na década de 50 e 60.

Durante a década de 1970, o setor industrial têxtil - confecção de Brusque experimentou um crescimento significativo de 6,2 % em contraste com a década seguinte que, durante os anos de 1980 a 1986, cresceu apenas 2,7 % ao ano. Essa situação negativa deteriorou-se a partir de 1989 em virtude da concorrência internacional dos produtos asiáticos provenientes da abertura do mercado brasileiro (Prefeitura Municipal de Brusque [PMB], 1999).

Além do acirramento da concorrência internacional, a concessão de incentivos fiscais e mão-de-obra mais barata no Nordeste elevaram o grau de rivalidade no mercado nacional. Com o objetivo de aumentar a competitividade, as empresas de Brusque passaram por um processo de reestruturação com a implantação de planos de qualidade e produtividade, principalmente, no que se refere à redução de custos. As tradicionais estruturas familiares passaram por mudanças gerenciais por meio da implantação de novos modos de gestão, redução de margens de lucro e investimento em maquinário (Prefeitura Municipal de Brusque [PMB], 1999).

No final da década de 80, fundou-se a Associação Comercial e Industrial de Azambuja (AICA) com a finalidade de transformar essa região de Brusque em um centro de negócios. O objetivo da Associação era, por meio de ações de colaboração e cooperação, compartilhar custos de informação, de serviços e disciplinar a concorrência. Deve-se ressaltar que o grande propósito era gerar uma imagem que caracterizasse a marca e as qualidades dos produtos do Bairro de Azambuja (Associação de Micro e Pequenas Empresas de Brusque [AMPE], 2014).

As constantes crises no final dos anos 80 e na década de 90 motivaram transformar a AICA em uma entidade com maior representatividade no Estado. Nesse contexto, surgiu a

Associação de Micro e Pequenas Empresas em Brusque (Ampe-Br) que nasceu com o respaldo da Federação das Micro e Pequenas Empresas do Estado de Santa Catarina e substituiu a AICA (Associação de Micro e Pequenas Empresas de Brusque [AMPE], 2014).

Entre as atividades desenvolvidas pela Ampe-Br destacam-se a promoção de cursos visando gerar mão-de-obra especializada, maior aproximação dos associados com o mercado por meio de eventos como o Pronegócios e Protêxtil, o que constitui ocasião para os operadores do setor têxtil-confecção em Brusque entrarem em contato com compradores, entidades de caráter público como o Sebrae, Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil e agentes de crédito do setor privado. A Ampe-Br tem como objetivos além de introduzir novos projetos de gestão produtiva e mercadológica, desenvolver o nível de confiança entre os empresários com o propósito de aumentar a cooperação e promover o compartilhamento de técnicas, processos e custos (Associação de Micro e Pequenas Empresas de Brusque [AMPE], 2014).

Em virtude do número de empresas participantes da Aglomeração Territorial Têxtil-Confecção de Brusque, da relevância dessa atividade para o desenvolvimento da economia local e do histórico de transações entre as diversas instituições dessa aglomeração em virtude de ter sido o primeiro cluster do setor têxtil do Brasil (A. Sgrott, comunicação pessoal, Agosto 28, 2014), verifica-se que essa aglomeração é uma unidade de análise relevante para investigar se as dimensões relacional e estrutural do capital social podem impactar positivamente o desempenho das empresas participantes da Aglomeração.

4.4 Rede das Instituições de Suporte de Brusque

A frequência de contato das firmas da Aglomeração Territorial Têxtil - Confeção de Brusque com as entidades de suporte é apresentada na Tabela 05.

Tabela 05: Frequência de Contato com as Instituições de Suporte em Brusque

Freq.	Ampe	Sebrae	Unifebe	CDL	Senac	ACI	Fiesc	Pref.	Senai	Uniasselvi
2 A 3 vezes p/ Semana	29,5*	4,5	1,1	3,4	-	2,3	2,3	2,3	-	1,1
1 vez p/semana	19,3	4,5	1,1	-	-	-	2,3	2,3	-	1,1
1 vez a cada 15 dias	18,2	8,0	-	4,5	6,8	4,5	-	-	2,3	-
1 vez a cada 30 dias	28,4	43,2	5,7	6,8	4,5	11,4	9,1	9,1	4,5	5,7
Raramente	2,3	27,3	26,1	31,8	45,5	29,5	29,5	27,3	46,6	26,1
Nunca	2,3	12,5	65,9	53,4	43,2	52,3	67,0	59,1	46,6	65,9
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: Dados da Pesquisa

Pode-se observar na aglomeração analisada a existência tanto de instituições públicas quanto intermediárias segundo a classificação de Schmitz (1993). Constata-se que a AMPE e o Sebrae assumem uma posição de destaque em virtude da frequência de contato com essas entidades. Mais de 90% das firmas da aglomeração analisada realizam contato com a AMPE pelo menos 1 vez por mês enquanto que com o SEBRAE esse percentual é de mais de 60%. Dessa forma, pode-se afirmar que a AMPE e o Sebrae trabalham na administração da destinação, o que é similar com os resultados de trabalhos anteriores (Hoffmann & Campos, 2013) que ressaltam na realidade brasileira as instituições intermediárias assumem um papel de protagonista nas respostas das demandas sociais, não atendidas pelo governo. Ressalta-se a baixa frequência de contato com a Prefeitura, aproximadamente 60% das organizações afirmaram não estabelecer contato com a prefeitura de Brusque, o que faz dessa entidade um ator secundário no desenvolvimento da região. Estatística similar foi encontrada na frequência com a Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (FIESC), o que pode estar relacionado a não existência de um escritório da FIESC em Brusque além do fato de que as Federações das Indústrias, normalmente, são mais influenciadas pelos sindicatos e por grandes grupos empresariais. Constata-se ainda uma baixa frequência com as universidades e, conseqüentemente, esse resultado é contrário a alguns estudos (Laursen, Reichstein & Salters, 2011; Mansfield & Lee, 1996) que ressaltam a importância da relação universidade-empresa

para a promoção do desenvolvimento da indústria. A frequência de contato com as entidades de suporte também pode ser visualizada pelo poder normalizado de Bonacichi (Tabela 06).

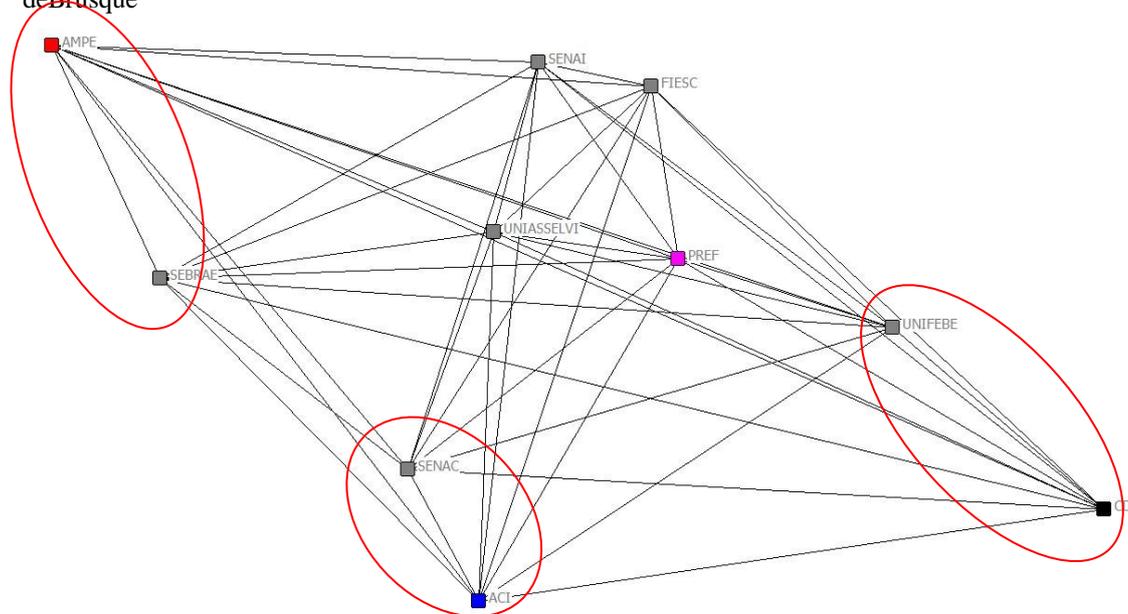
Tabela 06: Poder de Bonacichi das Organizações de Suporte

Organizações	Poder	Normalizado
AMPE	1474255.875	1.898
ACI	660675.563	0.851
CDL	657458.375	0.847
FIESC	517727.000	0.667
PREF	623247.438	0.802
SEBRAE	1010680.250	1.301
SENAC	638553.625	0.822
SENAI	595718.750	0.767
UNIASSSELVI	488242.094	0.629
UNIFEBE	557542.063	0.718

Fonte: Dados da pesquisa

A estrutura da rede das instituições de suporte é apresentada na Figura 05.

Figura 05: Estrutura da Rede das Organizações de Suporte da Aglomeração Territorial Têxtil-Confeccões de Brusque



Fonte: Dados da Pesquisa

É possível verificar por meio do sociograma a existência de três proximidades relacionais: (a) AMPE-Br e SEBRAE; (b) CDL e Unifebe; (c) ACI e SENAC. Em relação ao subgrupo formado pela AMPE-Br e SEBRAE/SC, destaca-se que é constituído por organizações que obtiveram o maior poder normalizado de Bonacichi – 1,891 e 1,301 respectivamente. A aproximação do SEBRAE com a AMPE-Br pode ser explicada em virtude dos projetos que são desenvolvidos em parceria por essas organizações tais como (a) o projeto Moda Catarina, destinado ao fortalecimento, por meio de oficinas, palestras, capacitação, projetos na área de inovação e sustentabilidade, da indústria de Moda de Brusque e da região; (b) feiras de negócios como a 36ª Pronegócio que corresponde a 11ª rodada de Alto Verão e

ocorreu na última semana do mês de agosto; (c) missão internacional como a ocorrida no ano de 2014 e cujo destino foi a cidade de Milão (Associação de Micro e Pequenas Empresas [AMPE], 2014).

Em relação ao segundo subgrupo formado pela CDL e pelo Centro Universitário de Brusque - Unifebe, as referidas organizações obtiveram poder normalizado de Bonacichi de 0,847 e 0,718, respectivamente. Destaca-se que 6,8% das organizações desenvolvem contato com a CDL pelo menos 1 vez a cada 30 dias enquanto que em relação à Unifebe, esse percentual corresponde a 5,7%. Alguns dos motivos para o desenvolvimento de contatos entre a Unifebe e as firmas da Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque residem no fato de que o referido centro possui um curso de Pós-Graduação em Gestão Têxtil, cursos de graduação em *Design* de Moda e Produção Têxtil além de eventos realizados pela Instituição como a Semana de *Design* de Moda (Unifebe, 2014). Cabe ressaltar alguns eventos realizados em parceria entre a Unifebe e Câmara de Diretores Lojistas (CDL) – ciclo de palestras e doações de livros (Unifebe, 2011). Destaca-se que essa relação da Unifebe estende-se com outras CDLs além de Brusque tais como a de Guabiruba, cidade da região da Aglomeração Territorial de Brusque, que é presidida por uma egressa do curso de administração da UNIFEBE, Patrícia Rothermel Ebel (Unifebe, 2014).

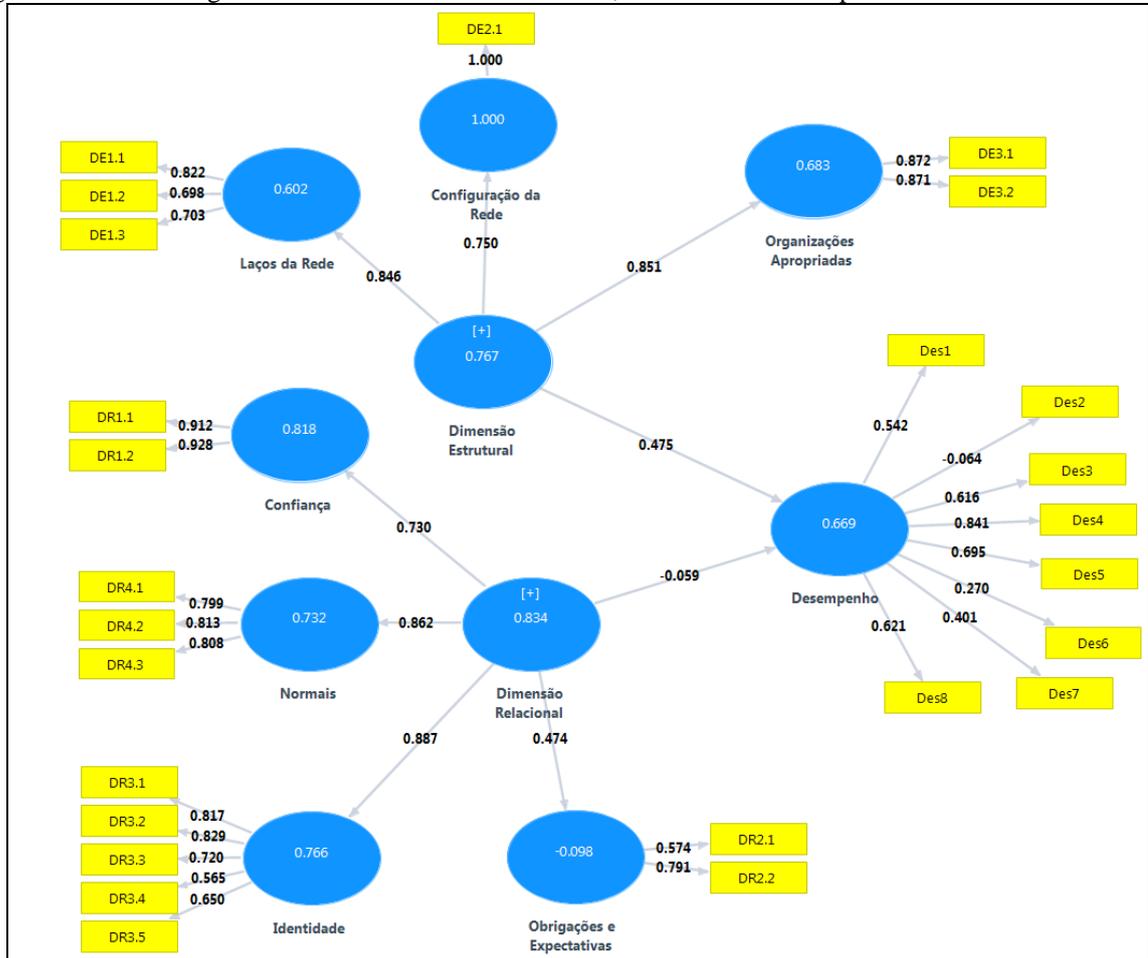
O terceiro grupo é formado pela Associação Comercial e Industrial de Brusque (ACI-Br) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) os quais possuem poder normalizado de Bonacichi de 0,851 e 0,822 respectivamente. Ressalta-se que 15,1% das organizações afirmam desenvolver contato com a ACI enquanto que com o Senac esse percentual é de 11,3%. Destaca-se que o Senac, por meio do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec), oferece curso técnico em produção de moda (Senac, 2014). Já em relação à ACI-br, ressalta-se que mais de 30% dos membros da diretoria são formados por representantes da indústria têxtil, o que demonstra a necessidade de desenvolver relacionamentos com firmas desse setor.

4.5 Validação do Modelo

A Figura 6 apresenta o modelo completo estimado via Smart PLS 3.0. Observa-se um aceitável nível de relacionamento dos itens com os respectivos construtos, expressos pelas cargas fatoriais acima de 0,5 em todas as situações (as cargas são apresentadas junto às setas) com exceção das questões Des2, Des6 e Des7. Ressalta-se que essa análise entre os itens do questionário, ou indicadores, com os respectivos constructos corresponde ao modelo de mensuração. Dessa forma, esse aceitável nível relacionamento refere-se a análise entre os

constructos da dimensão relacional, estrutural do capital do capital social e desempenho com os respectivos itens do questionário.

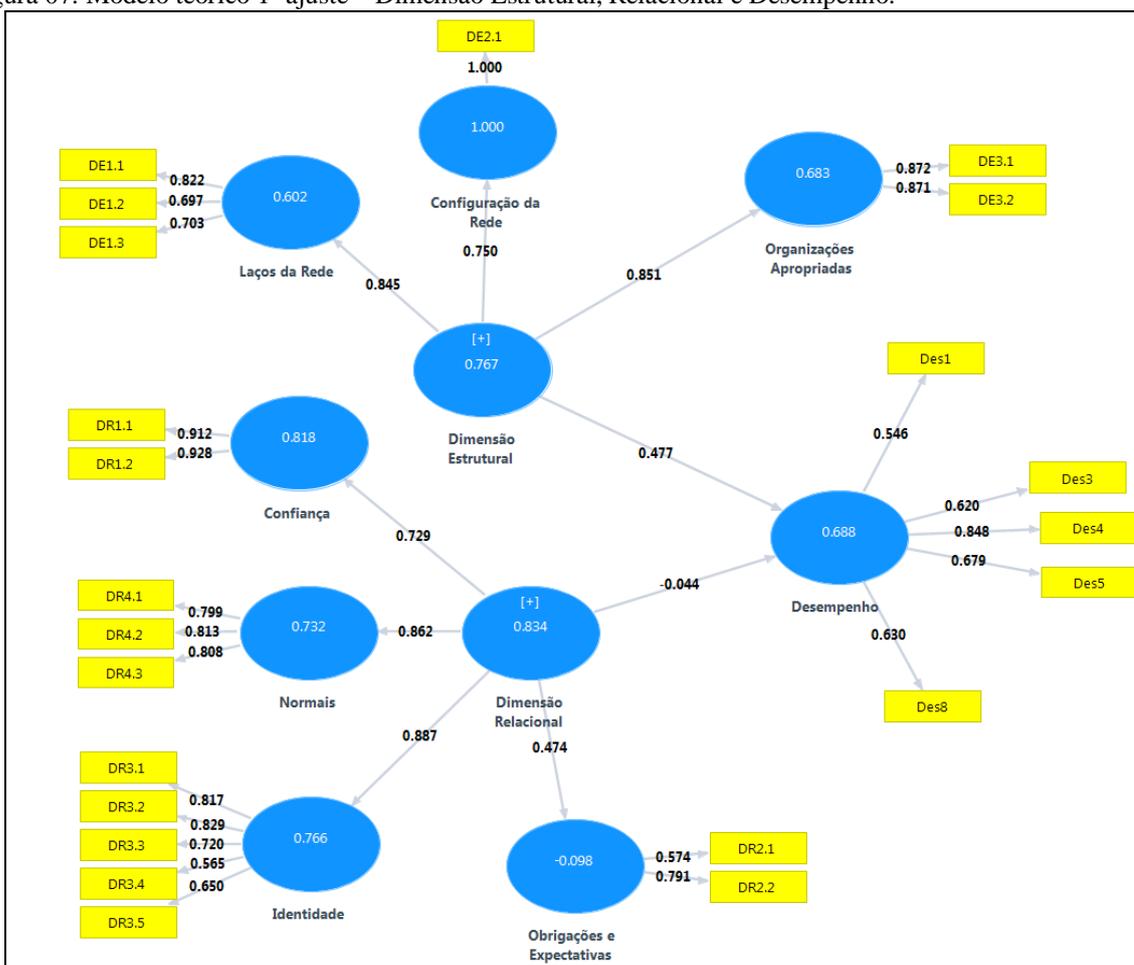
Figura 06: Modelo original estimado – Dimensão Estrutural, Relacional e Desempenho



Fonte: Dados da pesquisa

Posteriormente, ajustou-se o modelo apenas com as variáveis do modelo de mensuração com altas cargas para os seus respectivos construtos, ou seja, eliminaram-se as variáveis Des2, Des6 e Des7.

Figura 07: Modelo teórico 1º ajuste – Dimensão Estrutural, Relacional e Desempenho.



Fonte: Dados da pesquisa

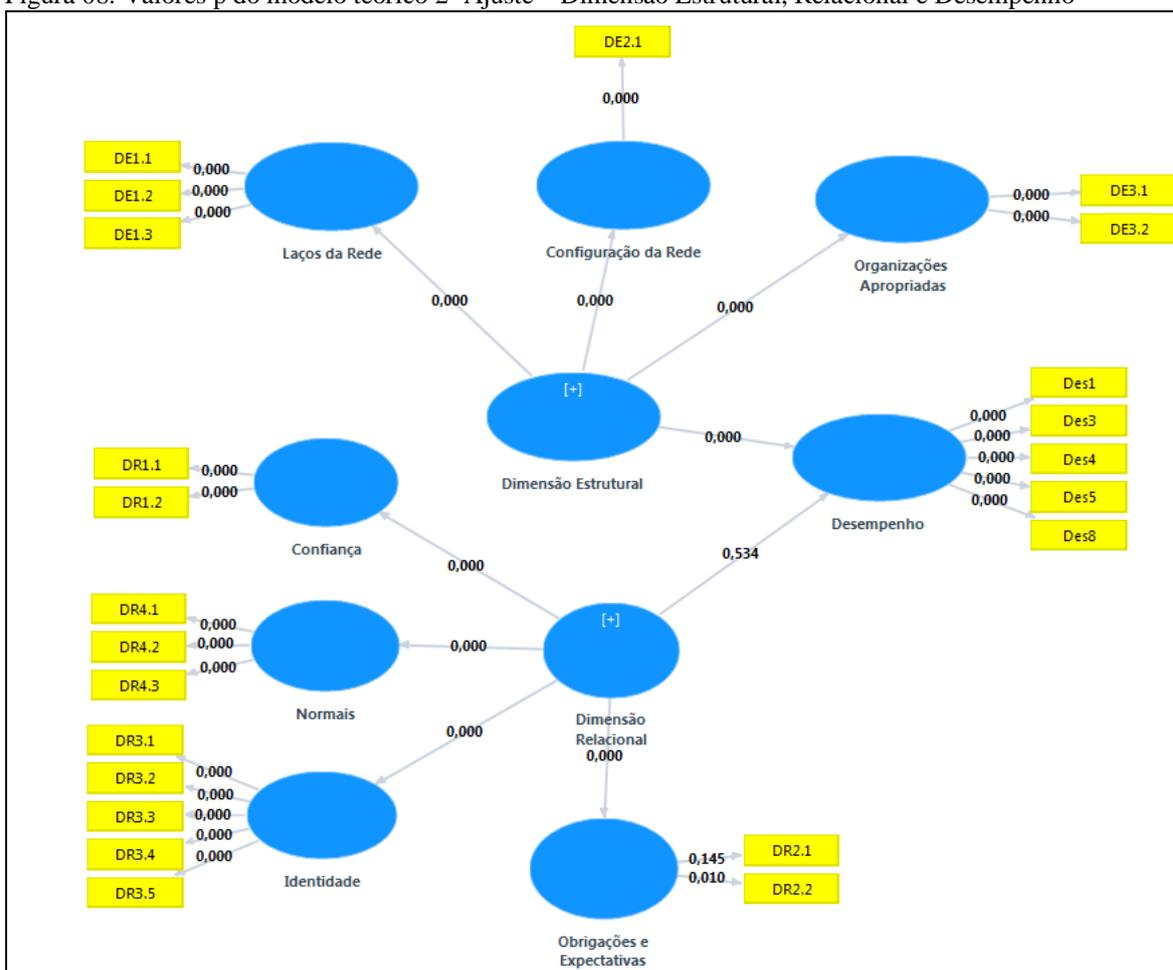
Para verificar se os relacionamentos (coeficientes) encontrados são significativos ao nível de 5% foi utilizado o método *bootstrap*. Todos os valores *p* encontrados (com exceção de DR2.1) foram inferiores a 0,05 e as hipóteses envolvidas foram:

$$H0: coeficiente = 0$$

$$H1: coeficiente \neq 0$$

Com isso aceitou-se H0 para todas as demais relações do modelo de mensuração uma vez que somente DR2.1 apresentou coeficiente diferente de 0. É possível observar que no modelo estrutural, o relacionamento entre a dimensão relacional e o desempenho não se mostrou significativo (valor *p* acima de 0,05). Apesar de tal fato, procedeu-se a avaliação do modelo de mensuração mantendo esse construto, mas retirando a variável DR2.1 (todos os valores *p* nessa situação foram inferiores a 0,05).

Figura 08: Valores p do modelo teórico 2º Ajuste – Dimensão Estrutural, Relacional e Desempenho



Fonte: Dados da pesquisa

Conforme indicado por Henseler (2007), foi realizada a avaliação do modelo de mensuração por meio da consistência interna, validade convergente e validade discriminante.

A consistência interna foi avaliada por meio da confiabilidade composta. Para todos os construtos, o valor obtido está acima do patamar de 0,7, proposto por Chin (1998) com exceção do construto obrigações (0,64). Todavia, considerou-se o valor encontrado satisfatório por este estar muito próximo do nível proposto por Chin (1998). A validade convergente foi avaliada através da Análise de Variância Extraída (AVE), que conforme proposto por Bollen (1990) deve ter um patamar acima de 0,4. Nesse sentido, com exceção da dimensão relacional (0,39) que obteve um valor muito aproximado do índice proposto por Bollen (1990), todos os demais construtos situam-se acima desse valor. Deve-se destacar a existência de critérios mais rigorosos (valor mínimo da AVE igual a 0.5), como salientado por Fornell e Larcker (1981). Os resultados são apresentados na Tabela 07.

Tabela 07 – Estatística de ajuste

	Confiabilidade Composta	AVE
Confiança	0,92	0,85
Configuração da Rede	1,00	1,00
Desempenho	0,80	0,45
Dimensão Estrutural	0,83	0,42
Dimensão Relacional	0,88	0,39
Identidade	0,84	0,52
Laços da Rede	0,79	0,55
Normais	0,85	0,65
Obrigações e Expectativas	0,64	0,48

Fonte: Dados da pesquisa

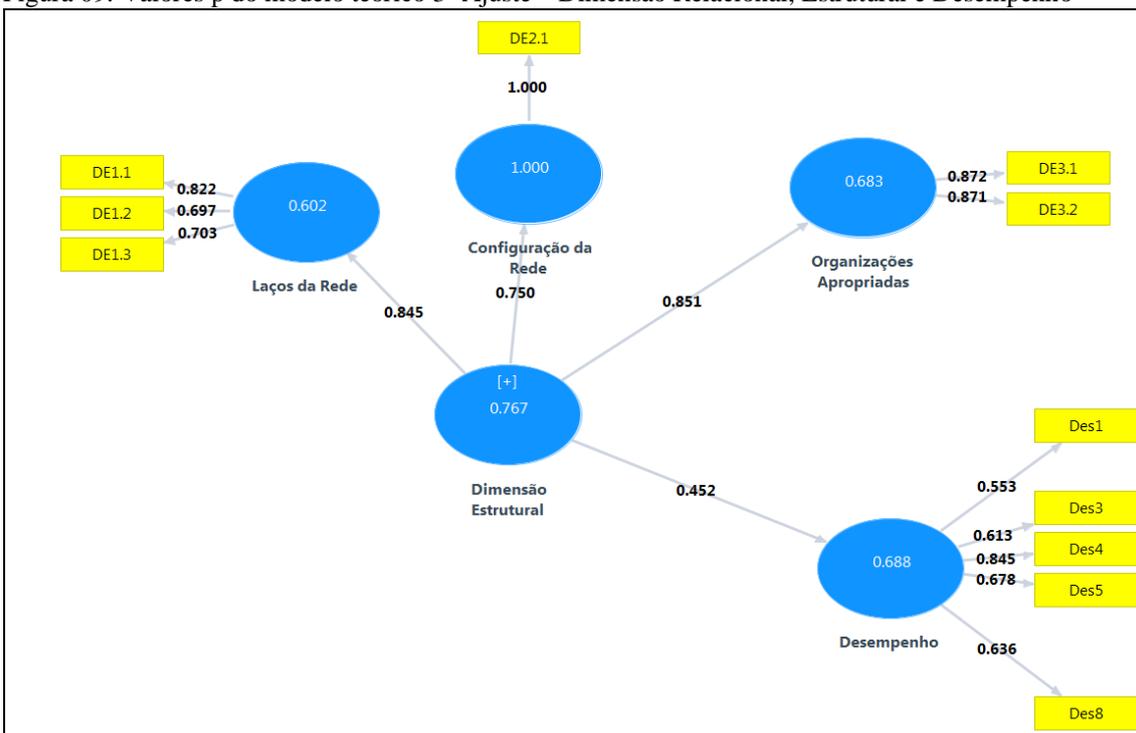
Já em relação à validade discriminante, essa análise teve por objetivo verificar se os indicadores possuem carga mais alta nos respectivos construtos do que em qualquer outro, conforme apontado por Henseler (2007). Tal resultado é apresentado na Tabela 08, sendo destacados os valores mais altos com os respectivos constructos. Após essas análises, foi possível obter o modelo final de pesquisa (Figura 09). A figura 10 apresenta a avaliação do modelo de mensuração e estrutural para o constructo da dimensão relacional.

Tabela 08 – Validade discriminante – cargas cruzadas

	Confiança	Configuração da Rede	Desempenho	Dimensão Estrutural	Dimensão Relacional	Identidade	Laços da Rede	Normais	Obrigações e Expectativas	Organizações Apropriadas
DE1.1	0,141	0,483	0,367	0,751	0,403	0,411	0,819	0,416	0,084	0,516
DE1.2	0,107	0,073	0,292	0,465	0,176	0,116	0,705	0,189	0,185	0,216
DE1.3	0,401	0,390	0,367	0,607	0,554	0,496	0,702	0,515	0,135	0,359
DE2.1	0,262	1,000	0,299	0,728	0,341	0,328	0,463	0,268	0,112	0,542
DE3.1	0,177	0,509	0,291	0,742	0,339	0,439	0,428	0,183	0,085	0,872
DE3.2	0,155	0,436	0,256	0,740	0,376	0,419	0,472	0,275	0,250	0,871
DR1.1	0,912	0,133	0,120	0,278	0,608	0,360	0,351	0,430	0,291	0,146
DR1.2	0,928	0,340	0,046	0,278	0,670	0,456	0,193	0,430	0,409	0,203
DR2.2	0,284	0,141	0,144	0,169	0,353	0,211	0,173	0,221	1,000	0,091
DR3.1	0,372	0,348	0,256	0,577	0,733	0,810	0,546	0,535	0,367	0,503
DR3.2	0,286	0,294	0,195	0,507	0,689	0,827	0,365	0,493	0,254	0,570
DR3.3	0,511	0,299	-0,040	0,291	0,706	0,714	0,258	0,572	0,115	0,185
DR3.4	0,248	0,072	0,190	0,372	0,534	0,564	0,335	0,453	0,221	0,361
DR3.5	0,157	0,118	0,210	0,217	0,593	0,672	0,228	0,622	-0,049	0,134
DR4.1	0,463	0,229	0,161	0,377	0,748	0,638	0,430	0,795	0,205	0,211
DR4.2	0,257	0,231	0,241	0,410	0,657	0,548	0,487	0,815	0,179	0,237
DR4.3	0,398	0,189	0,215	0,322	0,721	0,593	0,349	0,810	0,250	0,190
Des1	-0,002	-0,022	0,537	0,290	0,218	0,255	0,414	0,238	0,046	0,168
Des3	-0,011	0,410	0,576	0,272	0,076	0,042	0,226	0,127	0,104	0,102
Des4	0,080	0,335	0,831	0,438	0,183	0,168	0,373	0,206	0,021	0,279
Des5	0,100	0,179	0,694	0,343	0,090	0,085	0,327	0,058	-0,006	0,199
Des8	0,099	0,089	0,686	0,379	0,216	0,192	0,234	0,227	0,109	0,271

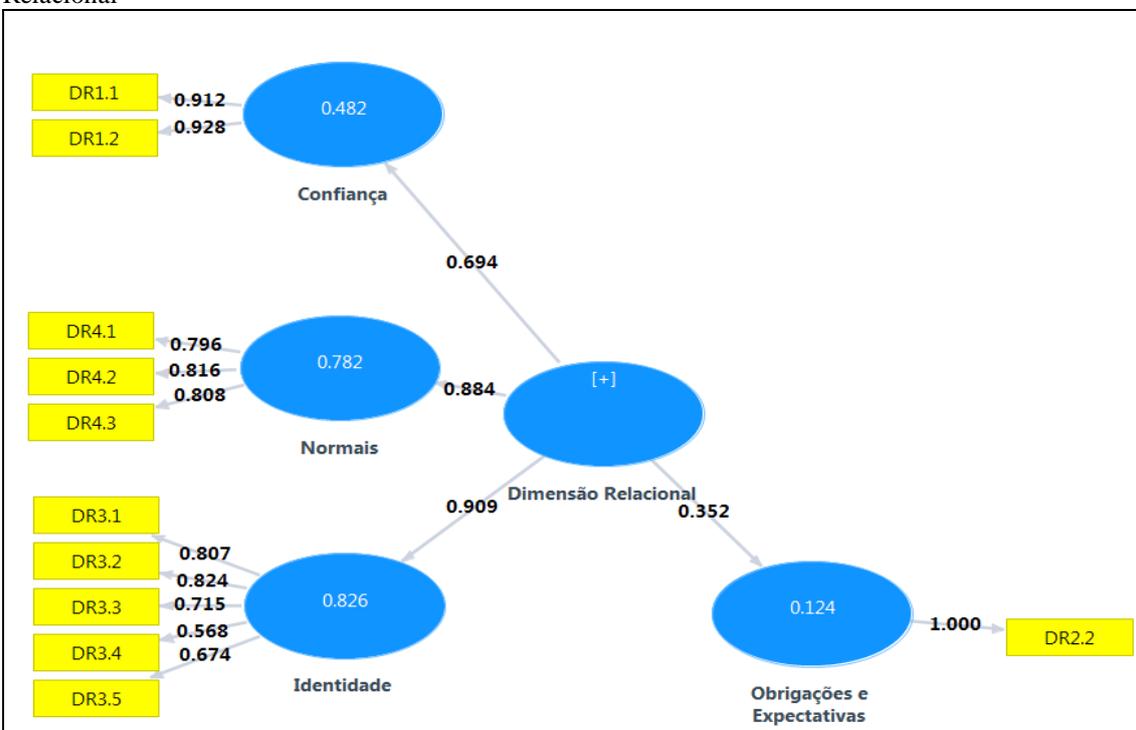
Fonte: Dados da pesquisa

Figura 09: Valores p do modelo teórico 3º Ajuste – Dimensão Relacional, Estrutural e Desempenho



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 10: Validação do Modelo da Dimensão Relacional



Fonte: Dados da pesquisa

Com tais resultados, o modelo de mensuração se mostra validado. O próximo passo constituiu na validação do modelo estrutural. Conforme pode ser observado na Figura 09, o

relacionamento entre a dimensão relacional e o desempenho não se mostrou significativo. Com isso foi ajustado um novo modelo excluindo tal relacionamento. Ressalta-se que no modelo proposto todos os relacionamentos mostraram-se significativos (valor p inferior a 0,05).

4.6 Resultados e Análises do Perfil do Respondente

A maior parcela das pessoas entrevistadas no 11º Pronegocio de Alto Verão é do gênero feminino, 62,5%. No que se refere à faixa etária das pessoas tem-se uma presença preponderante de uma população relativamente jovem uma vez que cinquenta por cento da amostra está situada entre os 26 e 39 anos. O entrevistado mais jovem tinha 19 anos enquanto que o de maior idade, 54 anos. A média da população foi de 32 anos.

Tabela 09: Frequência do Sexo do Entrevistado

N		Sexo	Frequência	Porcentual
Válido	88	Feminino	55	62,5
Ausente	0	Masculino	33	37,5
		Total	88	100

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 10: Frequência da Idade do Entrevistado

Estatísticas		Idade	Frequência	Porcentual
N	Válido	88,00	19	1,1
	Ausente	0,00	20	1,1
Média		32,78	21	2,3
Mediana		32,00	22	1,1
Modelo Padrão		7,800	23	3,4
Mínimo		19,00	24	6,8
Máximo		54,00	25	4,5
Percentis	25	26,00	26	5,7
	50	32,00	27	2,3
	75	38,75	28	4,5
		29	3	3,4
		30	5	5,7
		31	4	4,5
		32	7	8,0
		33	6	6,8
		34	4	4,5
		35	1	1,1
		37	3	3,4
		38	4	4,5
		39	2	2,3
		40	5	5,7
		41	3	3,4
		42	3	3,4
		43	1	1,1
		45	2	2,3
		46	2	2,3
		49	2	2,3
		52	1	1,1
		54	1	1,1
		Total	88	100,00

Fonte: Dados da Pesquisa

Em relação ao nível de escolaridade, ressalta-se que aproximadamente 70% da população possuem pelo menos ensino superior enquanto 5,7% somente o ensino fundamental, o que demonstra uma população moderadamente bem instruída.

No que tange ao cargo ocupado pelo entrevistado na empresa, 61,4% dos respondentes são diretores ou gerentes com participação na sociedade sendo possível constatar uma sobreposição entre os papéis de gerente e de proprietário. A maioria dos respondentes (67%) possuem mais de 5 anos de experiência na posição, estatística similar com o tempo de trabalho da pessoa na empresa em virtude do fato de que 68,2% também possuem mais de 5 anos de tempo de trabalho na empresa.

Tabela 11: Frequência do Nível de Escolaridade do Entrevistado

N		Escolaridade	Frequência	Percentual
Válido	88	Ensino Fundamental	5	5,7
Ausente	0	Ensino Médio	21	23,9
		Ensino Superior	48	54,5
		Pós Graduação	14	15,9
		Total	88	100

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 12: Frequência do Cargo na Empresa do Entrevistado

N		Cargo	Frequência	Percentual
Válido	88	Diretor ou Gerente (com participação na sociedade)	54	61,4
Ausente	0	Diretor ou Gerente (sem participação na sociedade)	25	28,4
		Assistente Técnico Administrativo	9	10,2
		Total	88	100

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 13: Frequência Tempo de Experiência na Posição

N		Experiência na Posição	Frequência	Percentual
Válido	88	0 a 1 ano	4	4,5
Ausente	0	Mais de 1 a 2 anos	2	2,3
		Mais de 2 a 5 anos	23	26,1
		Mais de 5 anos	59	67,0
		Total	88	100

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 14: Frequência Tempo de Experiência na Empresa

N		Experiência na Empresa	Frequência	Percentual
Válido	88	0 a 1 ano	4	4,5
Ausente	0	Mais de 1 a 2 anos	4	4,5
		Mais de 2 a 5 anos	20	22,7
		Mais de 5 anos	60	68,2
		Total	88	100

Fonte: Dados da Pesquisa

Não houve relações significativas nas seguintes análises do perfil do respondente: (a) sexo x nível de escolaridade (tabela 15); (b) sexo x cargo na empresa (tabela 16); (c) cargo na empresa x escolaridade (tabela 17).

Tabela 15: Tabulação cruzada entre sexo x nível de escolaridade

	Valor	Df	Sig. Assint. (2 lados)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)	Probabilidade de ponto
Qui-quadrado de Pearson	1,661 ^a	3	,646	,670		
Razão de verossimilhança	1,659	3	,646	,670		
Fisher's Exact Test	1,786			,635		
Associação Linear por Linear	,929 ^b	1	,335	,394	,207	,073
N de Casos Válidos	88					

a. 2 células (25,0%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é 1,88.

b. A estatística padronizada é ,964.

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 16: Tabulação cruzada entre sexo x cargo na empresa

	Valor	Df	Sig. Assint. (2 lados)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)	Probabilidade de ponto
Qui-quadrado de Pearson	,135 ^a	2	,935	1,000		
Razão de verossimilhança	,136	2	,934	1,000		
Fisher's Exact Test	,170			1,000		
Associação Linear por Linear	,134 ^b	1	,715	,749	,424	,122
N de Casos Válidos	88					

a. 1 células (16,7%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é 3,38.

b. A estatística padronizada é -,365.

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 17: Tabulação cruzada cargo na empresa x escolaridade

	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)	Probabilidade de ponto
Qui-quadrado de Pearson	4,506 ^a	6	,608	,619		
Razão de verossimilhança	4,509	6	,608	,697		
Fisher's Exact Test	5,275			,483		
Associação Linear por Linear	,460 ^b	1	,498	,542	,285	,066
N de Casos Válidos	88					

a. 7 células (58,3%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é ,51.

b. A estatística padronizada é ,678.

Fonte: Dados da Pesquisa

No estudo realizado pela London Business School em parceria com a Babson College, denominado de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que tem por objetivo compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico dos países e é realizado em parceria com o Sebrae, os empreendedores são classificados em iniciais e estabelecidos. O referido estudo classifica como empreendedores estabelecidos aqueles que “administram e são proprietários de um negócio tido como consolidado que pagou salário, gerou *pro-labores* ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de 42 meses, 3,5 anos”. (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE], 2013, p. 4).

Observa-se na Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque que 61,4% dos respondentes enquadram-se como empreendedores, ou seja, são diretores ou gerentes com participação na sociedade (Tabela 18). Ressalta-se que não houve relação estatisticamente significativa entre a variável quantidade de empreendedores com a experiência da empresa no setor (Tabela 19), o que impossibilita determinar o percentual de empreendedores estabelecidos na aglomeração analisada. Destacam-se também as relações entre a quantidade de empreendedores com a (a) idade, (b) sexo e (c) nível de escolaridade que não foram significativas (Tabela 20, 21, 22), o que inviabiliza a comparação com os estudos do GEM que analisa o perfil dos empreendedores estabelecidos segundo essas variáveis.

Tabela 18: Frequência do Percentual de Empreendedores

	Frequência	Percentual
DIRETOR OU GERENTE COM PARTICIPAÇÃO NA SOCIEDADE	54	61,4
NÃO EMPREENDEDORES	34	38,6
	88	100,0

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 19: Tabulação Cruzada - Empreendedores x Experiência da Empresa no Setor

	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)	Probabilidade de ponto
Qui-quadrado de Pearson	5,317 ^a	3	,150	,106		
Razão de verossimilhança	6,000	3	,112	,133		
Fisher's Exact Test	5,497			,073		
Associação Linear por Linear	,246 ^b	1	,620	,707	,392	,139
N de Casos Válidos	88					

a. 4 células (50,0%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é ,39.

b. A estatística padronizada é ,496.

Tabela 20: Tabulação Cruzada - Empreendedores X Idade

	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)	Probabilidade de ponto
Qui-quadrado de Pearson	18,214 ^a	28	,921	,977		
Razão de verossimilhança	22,751	28	,745	,978		
Fisher's Exact Test	18,558			,980		
Associação Linear por Linear	4,875 ^b	1	,027	,027	,013	,001
N de Casos Válidos	88					

a. 58 células (100,0%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é ,39.

b. A estatística padronizada é -2,208.

Tabela 21: Tabulação Cruzada - Empreendedores X Sexo

	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)	Probabilidade de ponto
Qui-quadrado de Pearson	,115 ^a	1	,734	,823	,457	,170
Correção de continuidade ^b	,013	1	,910			
Razão de verossimilhança	,115	1	,734	,823	,457	
Fisher's Exact Test				,823	,457	
Associação Linear por Linear	,114 ^c	1	,736	,823	,457	
N de Casos Válidos	88					

a. 0 células (0,0%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é 12,75.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

c. A estatística padronizada é -,337.

Tabela 22: Tabulação Cruzada - Empreendedores X Nível de Escolaridade

	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)	Probabilidade de ponto
Qui-quadrado de Pearson	4,092 ^a	3	,252	,280		,087
Razão de verossimilhança	4,031	3	,258	,312		
Fisher's Exact Test	4,068			,269		
Associação Linear por Linear	,532 ^b	1	,466	,483	,280	
N de Casos Válidos	88					

a. 2 células (25,0%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é 1,93.

b. A estatística padronizada é ,729.

4.7 Resultados e Análise dos Dados da Empresa

Observa-se que as firmas analisadas da Aglomeração Territorial Têxtil - Confeção de Brusque operam no setor há certo tempo, pois 77,3% delas possuem mais de 10 anos de experiência no setor. Isso poder ser reflexo do fato dessa aglomeração ter sido o primeiro cluster do setor têxtil no Brasil (A. Sgrott, comunicação pessoal, Agosto 28, 2014). No que tange ao porte das empresas, 52,3% das firmas investigadas são de pequeno porte enquanto que as microempresas e as empresas de pequeno porte correspondem a 20,5% das organizações.

Tabela 23: Frequência Tempo de Experiência da Empresa no Setor

N	Experiência da Empresa no Setor	Frequência	Percentual	
Válido	88	Até 2 anos	1	1,1
Ausente	0	Mais de 2 até 5 anos	2	2,3
		Mais de 5 até 10 anos	17	19,3
		Mais de 10 anos	68	77,3
		Total	88	100

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 24: Frequência do Porte da Empresa

N	Porte da Empresa	Frequência	Percentual	
Válido	88	Microempresa	18	20,5
Ausente	0	Empresa de Pequeno Porte	46	52,3
		Empresa de Médio Porte	18	20,5
		Empresa de Médio Grande Porte	4	4,5
		Empresa de Grande Porte	2	2,3
		Total	88	100

Fonte: Dados da Pesquisa

Em relação à concentração de mais de 25% do patrimônio da firma em um grupo familiar desde que outro grupo não tenha participação maior, observa-se que em 88,6% das organizações houve esse tipo de concentração. No que tange à presença de membros de distintas gerações, 63,6% das firmas possuem membros de distintas gerações presentes no negócio. Dessa forma, 56 organizações investigadas enquadram-se no critério de empresa familiar adotado nesse estudo, ou seja, possuem um percentual do patrimônio concentrado em um grupo familiar (Carsurd, 1994; Donckels & Frohlich, 1991; Tagiuri & Davis, 1996) e presença de membros de distintas gerações no negócio (Churchill & Hatten, 1987; Ward, 1987). Dentro do grupo de empresas familiares analisados, 37,5% possuem mais de 2 membros da família no negócio e 26,1% são empresas familiares com até 2 membros.

Tabela 25: Frequência da Concentração de Capital

N		Concentração de Capital	Frequência	Percentual
Válido	88	SIM	78	88,6
Ausente	0	NÃO	10	11,4
		Total	88	100,0

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 26: Frequência da Presença de Membros de Distintas Gerações

N		Concentração de Capital	Frequência	Percentual
Válido	78	SIM	56	63,6
		NÃO	22	25,0
Ausente	10		10	11,4
		Total	88	100,0

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 27: Frequência da Quantidade de Membros da Família

N		Concentração de Capital	Frequência	Percentual
Válido	78	Até 2	39	44,3
		3 a 5	37	42,0
		Mais de 5	2	2,3
Ausente	10		10	11,4
		Total	88	100,0

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 28: Frequência do Tipo de Empresa

N		Tipo de Empresa	Frequência	Percentual
Válido	88	Empresa Não Familiar	32	36,4
Ausente	0	Empresa Familiar com até 2 membros	23	26,1
		Empresa Familiar com mais de 2 membros	33	37,5
		Total	88	100

Fonte: Dados da Pesquisa

Por meio da tabulação cruzada entre o tipo de empresa e o porte da firma, que apresentou significância estatística (Tabela 24), registra-se que o maior grupo (23,9%) corresponde às empresas familiares com até 2 membros e de pequeno porte, seguido pelas empresas familiares de médio porte com mais de 2 membros (14,8%). Destaca-se que as empresas de grande porte analisadas não são familiares. Com a criação de grupos do porte da

empresa segundo o tipo de firma, registra-se que no grupo de empresas familiares com mais de 2 membros, o subgrupo de empresas de médio porte é o mais representativo com 39,5% enquanto que no grupo de empresas familiares com até 2 membros o subgrupo de pequeno porte corresponde a quase totalidade com 91,3% das observações (Tabela 25). Dessa forma, infere-se que o aumento do tamanho das empresas familiares nesse estudo, representa também uma possibilidade de emprego para membros da família proprietário do negócio.

Tabela 29: Tabulação Cruzada – Tipo de Empresa X Porte

	Valor	DF	Sig. Assint. (2 lados)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)	Probabilidade de ponto
Qui-quadrado de Pearson	32,929 ^a	8	,000	,000		
Razão de verossimilhança	34,069	8	,000	,000		
Fisher's Exact Test	28,691			,000		
Associação Linear por Linear	3,784 ^b	1	,052	,057	,030	,009
N de Casos Válidos	88					

a. 8 células (53,3%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é ,52.

b. A estatística padronizada é 1,945.

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 30 – Frequência do Porte da Empresa segundo o tipo de Firma

Classificação da Empresa	Porte da Empresa	Frequência	Porcentual
EMPRESA FAMILIAR NÃO	MICROEMPRESA	12	37,5
	EMPRESA DE PEQUENO PORTE	13	40,6
	EMPRESA DE MÉDIO PORTE	4	12,5
	EMPRESA DE MÉDIO GRANDE PORTE	1	3,1
	EMPRESA DE GRANDE PORTE	2	6,3
	TOTAL	32	100,0
EMPRESA FAMILIAR COM ATÉ 2 MEMBROS	MICROEMPRESA	1	4,3
	EMPRESA DE PEQUENO PORTE	21	91,3
	EMPRESA DE MÉDIO PORTE	1	4,3
	TOTAL	23	100,0
EMPRESA FAMILIAR COM MAIS DE 2 MEMBROS	MICROEMPRESA	5	15,2
	EMPRESA DE PEQUENO PORTE	12	36,4
	EMPRESA DE MÉDIO PORTE	13	39,4
	EMPRESA DE MÉDIO GRANDE PORTE	3	9,1
	TOTAL	33	100,0

Fonte: Dados da Pesquisa

No que tange às etapas do processo produtivo realizadas pelas empresas, é possível agrupar as atividades em dois grupos: aquelas que são terceirizadas e aquelas em que a própria empresa realiza. Para esse estudo, considera-se que uma atividade é terceirizada quando a firma executa menos de 50% dessa atividade internamente. Pertencem ao primeiro grupo as atividades de (a) fiação onde 94,3% das empresas não a realiza; (b) tecelagem, 85,2% das organizações não executam essa atividade; (c) tinturaria cujo número de organizações que não desempenham essa operação é de 93,2%; (d) costura, 63,6% das organizações não a realiza ou executam até 25% dessa atividade na empresa e (e) acabamento

cujas firmas que não realizam ou executam até 25% dentro da organização corresponde a 53,5%.

Um dos motivos para terceirizar a operação de fiação reside no volume de investimentos necessários principalmente nas atividades de fiação, tecelagem e tinturaria. Consequentemente, o mais comum quando não se tem uma fiação vinculada ao processo produtivo é a compra de fios de grandes empresas de fiação tais como Coteminas, Incofios, Cocamar, Cocari, Cooperfibra, Copasul entre outras empresas¹ (F. Souza, comunicação pessoal, Setembro 25, 2014).

Ainda são terceirizados, os processos de costura e acabamento só que não para faccionistas e sim para autônomos, pois a exigência de grandes volumes por parte dos faccionistas são barreiras para se contratar essas empresas. Dessa forma, torna-se mais viável contratar os serviços para que sejam realizados, normalmente, na casa dos próprios autônomos (F. Souza, comunicação pessoal, Setembro 25, 2014).

Já as atividades executadas pela própria firma mencionam-se as de (a) comercialização, 72,7% das firmas realizam de 76% a 100% dessa atividade; (b) expedição, 84% das organizações desempenham entre 76% a 100% da atividade; (c) embalagem, 61,4% das empresas executam entre 76% a 100%; (d) corte cuja quantidade de firmas que realizam entre 76% a 100% é de 72,7% e (e) criação com 55,9% das firmas realizando mais de 50% desse tipo de atividade na própria organização. Uma possível razão para esse tipo de divisão de tarefas pode ser que as atividades de criação, corte, expedição e comercialização são processos que devem ser protegidos pois estão relacionados ao desenvolvimento de produtos e vendas. Consequentemente, os empresários não permitem a transferência de seus serviços, pois neles podem residir as suas fontes de vantagem competitiva. Dessa forma, 62,5% das organizações foram classificadas como finalísticas. (F. Souza, comunicação pessoal, Setembro 25, 2014).

¹ No setor têxtil, quando uma empresa compra matéria-prima e envia para outra organização realizar determinada atividade, essa operação é denominada de facção. A facção ocorre na tecelagem, motivo da terceirização dessa atividade. Nesse processo, a empresa envia o fio para a tecelagem e o faccionista, que é o prestador de serviços, devolve a malha pronta. O pagamento do serviço ocorre por meio de Kg processado. A facção no processo de tinturaria é semelhante ao da tecelagem, ou seja, ocorre o envio da malha para o faccionista que realiza os processos primários e tinturaria da malha devolvendo-a pronta para confeccionar. O pagamento também ocorre por meio Kg processado.

Tabela 31: Frequência – Percentual do Estágio do Processo Produtivo realizado dentro da Empresa

Percentual	Fiação	Tecelagem	Tinturaria	Criação	Corte	Costura	Acabamento	Embalagem	Expedição	Comercialização
Não Realiza	94,3*	85,2	93,2	14,8	8,0	34,1	33,0	10,2	5,7	3,4
1 a 25%	0,0	4,5	4,5	12,5	6,8	29,5	20,5	10,2	5,7	8,0
26% a 50%	0,0	0,0	0,0	6,8	8,0	12,5	9,1	5,7	1,1	2,3
51% a 75%	0,0	1,1	0,0	18,2	4,5	15,9	22,7	12,5	3,4	13,6
76% a 100%	5,7	9,1	2,3	47,7	72,7	8,0	14,8	61,4	84,1	72,7
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* Percentual do Estágio do Processo Produtivo realizado dentro da Empresa

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 32: Frequência – Classificação em Empresa Finalística e Não-Finalística

N	Tipo de Empresa	Frequência	Percentual
Válido	88	55	62,5
Ausente	0	33	37,5
	Total	88	100,0

Fonte: Dados da Pesquisa

Não houve significância estatística nas seguintes relações: (a) experiência da empresa no setor x porte da empresa; (b) experiência da empresa no setor x tipo de empresa; (c) experiência da empresa no setor x estágio do processo produtivo; (d) porte da empresa x estágio do processo produtivo.

Tabela 33: Tabulação Cruzada – experiência da empresa no setor x porte da empresa

	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)	Probabilidade de ponto
Qui-quadrado de Pearson	10,941 ^a	12	,534	,374		
Razão de verossimilhança	12,021	12	,444	,263		
Fisher's Exact Test	14,910			,359		
Associação Linear por Linear	,682 ^b	1	,409	,451	,242	,066
N de Casos Válidos	88					

a. 16 células (80,0%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é ,02.

b. A estatística padronizada é ,826.

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 34: Tabulação Cruzada – experiência da empresa no setor x tipo de empresa

	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)	Probabilida de de ponto
Qui-quadrado de Pearson	6,478 ^a	6	,372	,367		
Razão de verossimilhança	7,353	6	,289	,349		
Fisher's Exact Test	5,227			,478		
Associação Linear por Linear	2,579 ^b	1	,108	,123	,068	,026
N de Casos Válidos	88					

a. 7 células (58,3%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é ,26.

b. A estatística padronizada é 1,606.

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 35: Tabulação Cruzada - Experiência da empresa no setor x estágio do processo produtivo

	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)	Probabilida de de ponto
Qui-quadrado de Pearson	1,851 ^a	3	,604	,781		
Razão de verossimilhança	2,142	3	,543	,781		
Fisher's Exact Test	2,062			,680		
Associação Linear por Linear	,615 ^b	1	,433	,565	,277	,110
N de Casos Válidos	88					

a. 4 células (50,0%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é ,38.

b. A estatística padronizada é -,784.

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 36: Tabulação Cruzada - Porte da Empresa x estágio do processo produtivo

	Valor	df	Sig. Assint. (2 lados)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)	Probabilida de de ponto
Qui-quadrado de Pearson	6,619 ^a	4	,157	,151		
Razão de verossimilhança	7,169	4	,127	,180		
Fisher's Exact Test	5,940			,168		
Associação Linear por Linear	5,325 ^b	1	,021	,023	,012	,007
N de Casos Válidos	88					

a. 4 células (40,0%) esperam contagem menor do que 5. A contagem mínima esperada é ,75.

b. A estatística padronizada é -2,308.

Fonte: Dados da Pesquisa

4.8 Resultado e Análise das Variáveis da Dimensão Estrutural e Relacional

4.8.1 Variáveis da Dimensão Estrutural

Em relação à dimensão estrutural do capital social, observa-se que os laços da rede fornecem canais para a troca de informações uma vez que uma parcela maior dos respondentes afirmou realizar contatos tanto no desenvolvimento das atividades da organização (39,1%) quanto em atividades não comerciais ou industriais (32,9%) em comparação ao percentual das organizações que mencionaram não desenvolver contatos em

nenhuma dessas atividades – 15,9% e 29,5% respectivamente. Burt (1992) afirma que um dos benefícios dos laços da rede é a referência, ou seja, a avaliação de oportunidades de acordo com a reputação dos membros da rede. O fato de mais de 50% das organizações considerarem as outras firmas como parceiras pode criar um ambiente favorável para o desenvolvimento de contatos.

Tabela 37 Frequência das Variáveis da Dimensão Estrutural

N		Opinião	DE 01	DE 02	DE 03	DE 04	DE 05	DE 06
Válido	88	Discordo Totalmente	4,5*	4,5	10,2	3,4	4,5	3,4
Ausente	0	Discordo	5,7	6,8	31,8	12,5	25,0	8,0
		Nem Discordo Nem Concordo	34,1	33,0	-	44,3	37,5	36,4
		Concordo	35,2	39,8	46,6	30,7	26,1	44,3
		Concordo Totalmente	20,5	15,9	11,4	9,1	6,8	8,0
		Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Expresso em Percentual

- Nota: DE 01: Eu sei quem procurar quando necessito de informação para tomar uma decisão na minha empresa;
- DE 02: Na aglomeração territorial de Brusque, existem várias oportunidades para trocar informação;
- DE 03: A aglomeração territorial de Brusque é conectada a outras entidades, tais como sindicatos, agências governamentais, entre outras organizações.
- DE 04: No desenvolvimento das atividades da minha organização, estabeleço vários contatos com outras organizações da Aglomeração Territorial de Brusque.
- DE 05: Desenvolvo contatos com outras organizações na aglomeração territorial de Brusque em atividades não comerciais ou industriais.
- DE 06: Eu considero as organizações da Aglomeração Territorial de Brusque como parceiras

Nahapiet e Ghoshal (1998) mencionam que a análise de todos os laços denomina-se de configuração da rede. Os mesmos autores afirmam que uma das formas de se medir a configuração da rede é a facilidade para troca. Na aglomeração estudada, a configuração da rede foi positivamente avaliada devido ao fato de que 55,7% das organizações mencionaram que existem várias oportunidades para a troca de informações.

A última variável da dimensão estrutural, organizações apropriadas, permite com que o capital social desenvolvido em um contexto possa ser transferido para outro em virtude da presença de organizações que podem ser utilizadas para diferentes propósitos (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Uma parcela significativa das organizações dessa aglomeração, 55,7%, sabe a quem procurar quando necessitam de informações e 58% das firmas percebem que a aglomeração pesquisada é conectada a outras entidades como sindicatos e agências governamentais, o que pode permitir com que a troca proveniente dos contatos com essas organizações possa ser utilizada para diferentes fins.

Destaca-se que os itens do questionário DE 04, DE 05 e DE 06 explicam 60,2% da variável Laços da Rede enquanto que os itens DE 01 e DE 03 explicam 68,30% da variável Organizações Apropriadas. A variável configurações da rede foi representada somente pelo

item DE 02 e, conseqüentemente, é explicada em sua totalidade por esse indicador. Por fim ressalta-se que as variáveis Laços da Rede, Configurações da Rede e Organizações Apropriadas explicam 76,7% da dimensão estrutural do capital social.

4.8.2 Variáveis da Dimensão Relacional

Apesar de a dimensão relacional do capital social não ter apresentado uma relação significativa com o desempenho, realizaram-se as análises do modelo de mensuração e do modelo estrutural dessa dimensão.

Em relação à participação das variáveis confiança, normas, identidade e obrigações na explicação do constructo dimensão relacional observa-se que o coeficiente de regressão de tais relações foram respectivamente de 0,694, 0,884, 0,909 e 0,352. Dessa forma, observa-se que apesar da variável obrigações ter relação estatisticamente significativa com a dimensão relacional do capital social, o coeficiente de regressão encontra-se inferior ao limite de 0,4 aceito por Bollen (1990).

Mediante a análise das distribuições de frequência das variáveis da dimensão relacional constata-se que a percepção de confiança é positivamente avaliada devido ao fato de que mais de 50% afirmarem que a maioria das organizações na Aglomeração Territorial de Brusque é confiável e que quando precisa de ajuda pode-se confiar nas outras firmas. Dessa forma, a possível existência de relações de colaboração mesmo na ausência de sanções, o desenvolvimento de cooperação entre os atores, a redução do custo de transação e a maior velocidade na execução de ações colaborativas são elementos que podem a ser desenvolvidos nos relacionamentos entre as firmas da Aglomeração Territorial Têxtil-Vestuário de Brusque em virtude da existência de confiança (Fukuyama, 1996; Putnam, 2002).

Tabela 38: Frequência das variáveis da dimensão relacional

N		Opinião	DR 01	DR 02	DR 03	DR 04	DR 05	DR 06	DR 07	DR 08	DR 09	DR 10	DR 11
Válido	88	Discordo Totalmente	3,4	5,7	12,5	3,4	4,5	4,5	5,7	3,4	1,1	3,4	6,8
Ausente	0	Discordo	6,8	8,0	34,1	12,5	9,1	8,0	22,7	12,5	19,3	13,6	5,7
		Nem Discordo Nem Concordo	31,8	31,8	27,3	33,0	33,0	37,5	43,2	46,6	30,7	23,9	35,2
		Concordo	47,7	43,2	20,5	36,4	38,6	45,5	22,7	33,0	43,2	45,5	34,1
		Concordo Totalmente	10,2	11,4	5,7	14,8	14,8	4,5	5,7	4,5	5,7	13,6	18,2
		Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* Expresso em Percentual

Nota: DR 1: A maioria das organizações na Aglomeração Territorial de Brusque é confiável
 DR 2: Quando preciso de ajuda posso confiar nas organizações da Aglomeração Territorial de Brusque

- DR 3: O governo municipal tem apoiado o desenvolvimento da Aglomeração Territorial de Brusque
- DR 4: Nas atividades comerciais e industriais da Aglomeração Territorial de Brusque, sinto-me parte do grupo
- DR 5: Eu me sinto parte da Aglomeração Territorial de Brusque
- DR 6: As semelhanças de opinião entre as organizações facilitam a dinâmica na Aglomeração Territorial de Brusque
- DR 7: As diferenças de opinião entre as organizações não afetam a dinâmica da Aglomeração Territorial de Brusque
- DR 8: As organizações da Aglomeração Territorial de Brusque sempre trabalham em conjunto por meio de ideias, recursos e informações
- DR 9: A maioria das organizações participa nos eventos propostos(encontros, exposições, viagens, atividades de lazer)
- DR 10: Mesmo que minha opinião seja contrária a das outras organizações sinto-me a vontade para discutir
- DR 11: Quanto maiores as diferenças de opinião dentro do grupo, melhor se torna a dinâmica da Aglomeração Territorial

A variável identidade também foi positivamente percebida pelas organizações uma vez que mais de 50% delas mencionaram sentir-se parte do grupo tanto no desenvolvimento das atividades comerciais e industriais quanto em outras atividades. Em relação à avaliação da identidade com base na similaridade ou diferença de opinião, observa-se que metade das organizações concorda que as semelhanças de opinião facilitam a dinâmica da aglomeração. Ressalta-se que as diferenças de opinião não afetam a dinâmica da Aglomeração Territorial. Entretanto quando essas diferenças se tornam maiores, mais de 50% concordam que a dinâmica da Aglomeração melhora.

O fato de existir uma percepção de identidade entre as organizações da Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque pode favorecer o compartilhamento de informação e criação de conhecimento além de incentivar uma preocupação com o processo coletivo e atingimento de resultados (Child & Rodrigues, 1996; Pettigrew, 1973; Simon & Davies, 1996). Destaca-se que à medida que as diferenças de opinião se tornam maiores, a dinâmica da Aglomeração melhora, o que ressalta o fato de a competição entre as organizações derivada de diferentes pontos de vista acaba sendo uma questão secundária em relação a propósito maiores tais como o atingimento de objetivos coletivos.

No que diz respeito à variável normas, 59,1% das organizações afirmam mesmo que a opinião seja contrária, elas sentem-se à vontade para discutir com outras organizações da aglomeração. Logo, constata-se que a discordância de opinião é um padrão de comportamento aceitável correspondendo à noção de Adler e Know (2002) de normas sociais, ou seja, regras informais que condicionam e determinam a aceitação de padrão de comportamentos em várias circunstâncias. Um percentual menor de 37,5% de concordância foi encontrado na questão referente ao fato das organizações trabalharem em conjunto por meio de ideias, recursos e informações. Dessa forma, é possível visualizar um sistema comum de crenças entre as

organizações da Aglomeração Territorial de Brusque que permite comunicar suas ideias e compartilhar informações, o que corresponde a relacionamentos onde é possível constatar a existência de normas sociais (Adler & Know, 2002; Nahapiet & Ghoshal, 1998).

A última variável da dimensão relacional do capital social, obrigações, foi a que obteve a avaliação mais negativa dentre as variáveis da dimensão relacional. Putnam (2002) afirma que as obrigações consistem em um comprometimento ou dever de realizar alguma atividade no futuro. Dessa forma, quando questionada sobre o apoio do governo no desenvolvimento dessa aglomeração, espera-se que a prefeitura contribua para gerar sinergia nas ações realizadas pela área acadêmica e empresarial uma vez que 46,6% das organizações julgaram não haver esse apoio enquanto que 27,3% das firmas acreditam que o governo municipal nem ajuda nem atrapalha, o que sugere a necessidade do governo rever formas de participar mais efetivamente no desenvolvimento da Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque.

Cabe ainda ressaltar que os indicadores DR1 e DR2 explicam 81,8% da variável confiança, os itens DR8, DR9 e DR10 representam 73,2% da variável normas enquanto que os indicadores DR4, DR5, DR6, DR7 e DR11 explicam 76,6% da variável identidade. Por fim, destaca-se que a variável obrigações é representada em sua totalidade pela questão DR3.

4.8.3 Resumo das variáveis da dimensão relacional e estrutural do capital social

Por meio da modelagem de equações estruturais, foi possível validar as dimensões estrutural e relacional do capital social propostas por Nahapiet e Ghoshal (1998). Observa-se que as variáveis laços da rede, configurações da rede e organizações apropriadas apresentam relações estatisticamente significativas e capacidade de explicar bem a dimensão estrutural. Dessa forma, é possível responder a um dos objetivos específicos elaborados por esse estudo – determinar a dimensão estrutural a partir das variáveis – laços, configurações e organizações apropriadas – como também as hipóteses 2a, 2b e 2c que formulam se as variáveis da dimensão estrutural possuem relação significativa com a própria dimensão estrutural do capital social, o que foi corroborado nesse trabalho. Nahapiet e Ghoshal (1998) afirmam que a dimensão estrutural refere-se à parte física da rede. A rede da aglomeração territorial Têxtil – Confecção de Brusque fornece canais para o desenvolvimento de contatos tanto em atividades formais quanto informais possibilitando a troca de informações, o que é reforçado pelo fato de mais de 50% das organizações considerarem as outras firmas como parceiras. Ressalta-se que esses canais conectam as firmas a diferentes organizações na aglomeração territorial e, desse modo, pode permitir que o capital social seja usado para diferentes finalidades.

No que se refere à dimensão relacional do capital social, é possível afirmar que as variáveis confiança, identidade e normas possuem relações significativas com a dimensão relacional em virtude das análises dos coeficientes de regressão do modelo estrutural. A variável obrigações apesar de possuir relação estaticamente significativa com a dimensão relacional, a capacidade de explicar esse constructo não é significativo. Consequentemente, essa análise atende a um dos objetivos específicos desse estudo – determinar a dimensão relacional do capital social a partir das variáveis confiança, normas, identidade e obrigações – além de permitir responder às hipóteses 1a, 1b, 1c e 1d que mencionam se as variáveis da dimensão relacional possuem relação significativa com o constructo dimensão relacional, o que foi aceito para as hipóteses 1a, 1b, 1c que tratam das variáveis confiança, normas e identidade sendo que a hipótese 1d que lida com a variável obrigações foi rejeitada. Moran (2005) menciona que a dimensão relacional diz respeito à qualidade dos relacionamentos que pode ser considerado positivo na Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque em virtude de alguns fatores. Primeiramente, o nível de confiança avaliado satisfatoriamente pelas organizações e que pode trazer benefícios que impactem positivamente o desempenho das firmas tais como redução dos custos de transação. A identidade é também outro elemento que influencia favoravelmente a qualidade dos relacionamentos uma vez que uma parcela significativa da população menciona sentir-se parte do grupo, o que cria uma preocupação com o atingimento de objetivos coletivos. O terceiro elemento que possibilita melhorar a qualidade dos relacionamentos nessa aglomeração é as normas, ou seja, um sistema comum de crença que possibilita uma organização comunicar suas ideias mesmo que sejam contrárias a de outras organizações. Por fim, a variável obrigações não influencia significativamente a dimensão relacional. Uma das possíveis explicações para isso reside no baixo apoio do governo local percebido pelas firmas no desenvolvimento dessa aglomeração.

Quadro 14: Resultado das Hipóteses da Dimensão Relacional e Estrutural do Capital Social

Hipóteses		Corrobora	Não Corrobora
Dimensão Relacional do Capital Social			
1a	A confiança apresenta relação significativa com a dimensão relacional do capital social	X	
1b	As normas apresentam relação significativa com a dimensão relacional do capital social	X	
1c	A identidade apresenta relação significativa com a dimensão relacional do capital social;	X	
1d	As obrigações apresentam relação significativa com a dimensão relacional do capital social;		X
Dimensão Estrutural do Capital Social			
2a	Os laços apresentam relações significativas com a dimensão estrutural do capital social	X	
2b	As configurações de rede apresentam relações significativas com a dimensão estrutural do capital social	X	
2c	As organizações da rede apresentam relações significativas com a dimensão estrutural do capital social	X	

Fonte: Dados da Pesquisa

4.9 Relação entre as Variáveis Latentes e as Variáveis de Controle

Essa seção tem por finalidade verificar a relação entre as variáveis de controle adotadas nesse estudo (tamanho, idade, tipo de empresa e estágio do processo produtivo) com as variáveis latentes, mais especificamente, as variáveis dimensão relacional e estrutural do capital social e as variáveis reflexivas de cada uma dessas dimensões. Para essa análise empregou-se a correlação policórica quando a variável latente do modelo está relacionada com três ou mais indicadores e a correlação de gama quando é formada por um ou dos itens indicadores. Essa seção é dividida nas seguintes partes: (a) relação entre o tipo da empresa no setor e as variáveis da dimensão relacional e estrutural do capital social; (b) relação entre a idade da organização e as variáveis da dimensão relacional e estrutural do capital social; (c) relação entre o porte da empresa e as variáveis da dimensão relacional e estrutural do capital social; (d) relação entre o estágio do processo produtivo e as variáveis da dimensão relacional e estrutural do capital social.

4.9.1 Tipo de Empresa no Setor e Dimensão Estrutural e Relacional do Capital Social

Não foi possível constatar diferença significativa entre empresa familiar e não-familiar em relação à dimensão estrutural do capital social. No que se refere à dimensão relacional, obteve-se uma correlação significativa e negativa no valor de -0,297, conforme apresentado na Tabela 33. Dessa forma, a qualidade dos relacionamentos é mais intenso nas empresas não familiares em relação às empresas familiares. Esse resultado é contrário a alguns estudos que afirmam as empresas familiares serem caracterizadas por uma maior facilidade de desenvolverem relacionamentos com a comunidade empresarial e à sociedade devido ao respeito à família proprietária (Donnelly, 1964), maior integridade e comprometimento nos

relacionamentos com os diversos stakeholders, o que gera motivação, sedimenta a lealdade e aumenta a confiança (Lyman, 1991, Poza, 2007).

Tabela 39: Correlação entre variáveis de controle e variáveis latentes formadas por 3 ou mais indicadores

	Experiência		Porte		Classificação		Estágio	
	Correlação	p-valor	Correlação	p-valor	Correlação	p-valor	Correlação	p-valor
Identidade	0,058	0,583	0,045	0,684	-0,188	0,080	-0,101	0,378
Normas	-0,072	0,522	-0,191	0,234	-0,388	<0,001	-0,279	0,030
Laços	-0,175	0,212	0,011	0,938	-0,495	0,003	-0,240	0,096
DRCS*	-0,012	0,915	-0,007	0,955	-0,297	0,020	-0,217	0,074
DECS**	-0,088	0,478	-0,007	0,955	-0,254	0,077	-0,044	0,719

Fonte: Dados da Pesquisa

* DRCS – Dimensão Relacional do Capital Social

**DECS – Dimensão Estrutural do Capital Social

Quanto às variáveis da dimensão relacional do capital social, constata-se que existem diferenças significativas no nível de normas. A correlação obtida foi de -0,388, o que possibilita afirmar que as empresas não familiares na aglomeração analisada possuem um sistema comum de crença que melhor permite aos seus participantes comunicar as suas ideias e compartilhar as suas experiências, definição de normas sociais de Adler e Know (2002), em relação às empresas familiares. Apesar desse conceito de normas sociais adotar uma perspectiva externa a organização, enquanto que o estudo de Tagiuri e Davis (1996) ressalta que o processo de comunicação, sob uma abordagem interna, nas empresas familiares ocorre de maneira mais eficiente além da troca de informação com maior privacidade, seria possível estender essas características internas da empresa familiar aos relacionamentos externos, o que faria com que essas organizações tivessem normas sociais melhor desenvolvidas em relação as empresas não-familiares. Entretanto, tal conclusão não foi possível de ser constatada na aglomeração analisada.

A variável identidade não apresentou diferenças significativas com o tipo de empresa. Ressalta-se que pelo fato de 77,3% das empresas analisadas nessa aglomeração possuírem mais de 10 anos de experiência e 66,3% delas se enquadrarem como empresas familiares seria esperado que o sentimento referente ao pertencimento a um grupo, neste estudo a Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque, fosse mais intenso nas empresas familiares em virtude dos aspectos emocionais presentes nessas organizações (Poza, 2007) que poderia se refletir em um maior senso de pertencimento a essa região. Dessa forma, nas empresas familiares analisadas ao que parece predomina um senso mais empresarial do que emocional.

A variável obrigações apresenta correlação não significativa com o tipo de empresa. Logo, não existe diferença no nível de percepção tanto das empresas familiares quanto não - familiares no que tange ao comprometimento ou dever de realizar uma atividade por parte de outra organização, nesse estudo, avaliado pelo papel do governo municipal na promoção do desenvolvimento da aglomeração.

A variável confiança possui correlação não-significativa com o tipo de empresa. Esse resultado é contrário a alguns estudos (Habbershon & Williams, 1999; Simon & Hit, 2003) que mencionam a percepção de confiança é maior nas empresas familiares em relação às empresas não - familiares em virtude da estabilidade dos membros da família no negócio, os altos níveis de interação e interdependência entre os membros da família além do sistema comum de significado que permitem a empresa familiar criar um capital social positivo tanto internamente quanto externamente.

No que se refere às variáveis da dimensão estrutural, constata-se que houve diferenças significativas entre o tipo de empresa e os laços. Essa correlação negativa foi no valor de -0,495, o que leva a concluir que as empresas não - familiares possuem maior capacidade em desenvolver contatos do que as empresas familiares. Burt (1992) afirma que dois benefícios que os laços geram é tempo - habilidade dos contatos pessoais em oferecer informações de uma maneira ágil e referência - avaliação de oportunidades de acordo com a reputação dos membros. Seria possível supor, em virtude de alguns estudos que relacionam as empresas familiares com organizações com maior nível de reputação e onde o fundador exerce uma influência positiva no desenvolvimento dos contatos para as organizações (Habbershon & Williams, 1999; Nordqvist & Melin, 2002), que os laços da rede fossem mais intensos nas empresas familiares em relação às organizações não - familiares, o que não aconteceu.

Apesar das diferenças significativas entre os laços da rede e o tipo de empresa, a configuração de todos esses laços (configuração da rede) mostrou-se não significativo. Dessa forma, é possível sugerir que as propriedades da rede tais como densidade, conectividade e hierarquia no subgrupo das empresas familiares é semelhante às empresas não - familiares.

No que se refere à existência de organizações apropriadas, não houve diferenças significativas entre os tipos de empresas. Consequentemente a capacidade tanto das empresas familiares quanto não - familiares de transferirem o capital social para diferentes contextos é similar.

4.9.2 Idade da Organização e Dimensão Estrutural e Relacional do Capital Social

A variável idade apresenta correlação não significativa tanto com a dimensão estrutural quanto com a relacional do capital social. Hoffmann *et al* (2014) mencionam que os fornecedores tendem a ser mais jovens do que os vendedores finais e ainda não desenvolveram curva de experiência suficiente para acessar os recursos. É possível relacionar essa capacidade de acessar recursos a algumas variáveis da dimensão estrutural do capital social. A avaliação de oportunidades dentro da rede é um dos benefícios que os laços podem gerar (Burt, 1992). Consequentemente, pode-se supor que a capacidade de avaliar oportunidades aumenta com a experiência da firma no setor o que permite afirmar que existiriam diferenças significativas entre os laços das firmas segundo a idade. Entretanto tal conclusão não foi encontrada nesse estudo, ou seja, não existem diferenças no nível dos laços entre as idades das empresas da Aglomeração Territorial de Brusque. Como a configuração é o conjunto desses laços, seria possível supor que também existiram diferenças significativas na configuração da rede de acordo com a idade. Tal dedução não foi encontrada nesse trabalho.

A capacidade transferir o capital social de um contexto para outro, definição de organizações apropriadas (Nahapiet & Ghoshal, 1998), poderia ser influenciada pela idade das organizações, ou seja, as firmas com mais experiência no setor teriam desenvolvido curva de experiência capaz de transferir esse capital com maior facilidade. Não houve diferenças significativas no nível de organizações apropriadas das firmas.

No que se refere às variáveis da dimensão relacional, o nível de confiança é o mesmo entre as firmas da Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque. Algumas expressões relacionadas à confiança tais como reputação (Dasgupta, 1998; Raub & Weesie, 1990), característica que nasce em um grupo de comportamento estável, honesto e cooperativo (Fukuyama, 1996) pressupõe o fator tempo, o que presumiria que firmas com mais idade teriam um maior nível de confiança, o que não foi constatado nesse estudo. O próprio conceito de normas também inclui implicitamente a noção de tempo uma vez que essas normas representam um grau de consenso no sistema social, o que pode demandar um certo tempo até que os direitos sejam socialmente definidos com base em diferentes atores (Coleman, 1988). Não foi verificada diferença significativa no nível de normas segundo a idade das firmas da Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque.

Tanto o nível de obrigações quanto de identidade apresentaram correlação não-significativa com a idade, ou seja, não foi possível observar diferenças significativas no nível

dessas duas variáveis segundo a experiência da firma. Em virtude de a identidade ser definida como um sentido de pertencimento que surge a partir de um grupo de referência (Nahapiet & Goshal, 1998), poderia pressupor que as firmas com mais idade teriam esse sentimento mais forte o que não foi comprovado nesse estudo.

4.9.3 Porte da Empresa e Dimensão Estrutural e Relacional do Capital Social

As empresas de diferentes portes não apresentam diferenças significativas no que se refere à dimensão estrutural e relacional do capital social. Hoffmann *et al* (2014) afirmam que as firmas quando maiores possuem mais condições de alocar recursos no processo de transferência de conhecimento. Burns (2005) ressalta algumas vantagens das firmas de grande porte tais como credibilidade com diferentes *stakeholders* e recursos financeiros. Percebe-se que essas características poderiam afetar algumas das variáveis da dimensão relacional do capital social. Mais especificamente, no que se refere à confiança, a reputação pode ser considerada um dos seus elementos uma vez que ela evita o comportamento oportunista nas transações em virtude do fato de que o parceiro quando sentir-se prejudicado pode anunciar publicamente o abuso da confiança prejudicando a reputação além do fato de que a perspectiva em realizar transações com outras empresas fica prejudicada (Dasgupta, 1998; Raub & Weesie, 1991). Entretanto as empresas de diferentes portes da aglomeração analisada apresentam o mesmo nível de confiança.

Burt (2005) ressalta que a reputação é definida juntamente com as obrigações e a identidade. Consequentemente, maiores níveis de reputação refletiriam em maiores níveis de obrigação e identidade. Dessa forma seria possível cogitar que as firmas de grande porte teriam maiores níveis de obrigações e identidade, o que não se constatou nas firmas desse estudo.

Adler e Kown (2002) afirmam que as normas sociais são um sistema comum de crença que permite aos participantes comunicar as suas ideias e compartilhar as suas experiências. Seria possível cogitar que as firmas de portes maiores teriam maior capacidade de alocar recursos no processo de comunicação, o que permitiria a criação de um sistema comum de crenças influenciando positivamente as normas. Não houve diferenças significativas entre o nível de normas, segundo o tamanho das firmas.

No que se refere às variáveis da dimensão estrutural, os laços da rede apresentam o mesmo comportamento segundo os diferentes portes da firma. Um dos benefícios que os laços podem gerar, segundo Burt (1992), é o tempo, ou seja, a habilidade em oferecer informações de uma maneira ágil. Poderia cogitar que as firmas de maiores portes teriam maiores

condições de alocar recursos no desenvolvimento dessa habilidade e, conseqüentemente, possuírem laços mais intensos, o que não aconteceu.

Como a configuração é definida como o conjunto de laços que fornecem canais para a troca de informações (Nahapiet & Ghoshal, 1998) seria possível supor que as firmas de grande porte possuiriam mais condições de desenvolverem mais laços, o que permitira uma configuração de rede diferenciada. Cabe ressaltar que essa diferenciação não foi significativa.

A maior capacidade das firmas de grande porte de alocarem recursos no processo de transferência de conhecimento (Hoffmann *et al*, 2014) poderia também se relacionar com a maior capacidade das organizações de transferirem o capital social de um contexto para o outro. Dessa forma, o nível de organizações apropriadas seria mais intenso nas firmas de maior porte, o que não se constatou nesse estudo.

4.9.4 Estágio da Produção e Dimensão Estrutural e Relacional do Capital Social

As diferenças entre as empresas finalísticas e não – finalísticas na Aglomeração de Brusque em relação à dimensão estrutural e relacional do capital social não são significativas. Uma das possíveis justificativas reside no fato de que não houve relações significativas entre a experiência da empresa no setor (idade) e o porte (tamanho) com o estágio do processo produtivo, ou seja, não é possível afirmar que na aglomeração estudada as empresas finalísticas possuem tamanho maior e mais idade em relação às empresas não – finalísticas, o que é contrário ao estudo de Hoffmann *et al* (2014).

Cabe ainda ressaltar que as variáveis da dimensão estrutural apresentaram correlação não–significativa segundo o estágio do processo produtivo. Em relação às variáveis da dimensão relacional somente as normas apresentaram correlação significativa com o estágio do processo produtivo, demonstrando que as empresas finalísticas possuem um maior nível de normas em relação às empresas não - finalísticas, ou seja, que elas possuem um sistema comum de crenças que melhor permite aos participantes comunicar as suas ideias e compartilhar experiências. Esse resultado pode ser consequência do efeito de aglomeração em virtude do fato de que a maioria das organizações analisadas (62,5%) são empresas finalísticas e, conseqüentemente, os relacionamentos desenvolvidos entre elas bem como os serviços prestados pelas instituições de suporte fazem com que as empresas finalísticas melhor comuniquem suas ideias e compartilhem suas experiências por meio de normas socialmente aceitas.

4.10 Variáveis de Desempenho

Os indicadores de desempenho mais positivamente avaliados foram à introdução de inovações em produtos, o aumento no número de clientes e o acesso a conhecimentos e informações que ajudaram a melhorar o negócio os quais foram avaliados em 64,8%, 59,1% e 48,9% superiores em relação aos principais concorrentes.

Tabela 40: Frequência das Variáveis de Desempenho

N		Opinião	Des 02	Des 03	Des 04	Des 05	Des 06	Des 07	Des 08
Válido	88	Muito menor do que os principais concorrentes	14,8	3,4	-	-	3,4	4,5	-
Ausente	0	Menor do que os principais concorrentes	22,7	13,6	12,5	8,0	20,5	22,7	9,1
		Nem menor nem maior do que os principais concorrentes	40,9	45,5	28,4	27,3	30,7	36,4	42,0
		Maior do que os principais concorrentes	14,8	30,7	46,6	43,2	36,4	28,4	36,4
		Muito maior do que os principais concorrentes	6,8	6,8	12,5	21,6	9,1	8,0	12,5
		Total	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: Dados da Pesquisa

Nota: Des 01: Os custos aumentaram mais do que o esperado dentro da minha empresa

Des 02: Sobraram recursos para fazer os investimentos que eu havia planejado para a minha empresa

Des 03: Minha empresa conseguiu melhores preços e condições na compra de insumos e/ou produtos para revenda

Des 04: Minha empresa teve um aumento no número de clientes

Des 05: Minha empresa introduziu inovações em produto

Des 06: Minha empresa introduziu inovações em processos internos

Des 07: Minha empresa introduziu inovações em marketing

Des 08: Tive acesso a conhecimentos e informações que ajudaram o meu negócio

O fato de a Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque ter sido o primeiro *cluster* do setor têxtil no Brasil (A. Sgrott, comunicação pessoal, Agosto 28, 2014) permitiu gerar um contexto histórico único no que se refere aos relacionamentos tanto internos quanto externos à aglomeração que foram construídos ao longo do tempo. Esses relacionamentos, segundo os estudos mais recentes na área de ativos intangíveis, criam valor para as firmas uma vez que elas não operam isoladamente, mas inseridas em uma rede de contatos (Ma, Yao & Xi, 2009; Manolova, Manev & Gyoshev, 2009; Walter, Auer, & Ritter, 2006). As redes de relacionamentos com outras firmas, entidades econômicas e sociais geram alguma forma de ativo relacional intangível que pode se tornar uma fonte de vantagem competitiva sustentável (Chaade & Roxas, 2011). Dessa forma, o ativo intangível proveniente da rede de relacionamentos, popularmente conhecido como capital social, pode ser ao mesmo tempo um recurso gerador de vantagem competitiva sustentável, além de alavancar outros recursos para a criação dessa vantagem (Lages et al., 2009; Westlund, 2006).

As características de valiosidade, raridade e imitabilidade imperfeita são consideradas como propriedades de recursos geradores de vantagem competitiva segundo a visão baseada em recursos. É possível afirmar que os recursos que mais impactam o desempenho das firmas da aglomeração analisada possuem características de valiosidade em virtude de permitirem implementar a estratégia com eficiência e efetividade haja vista a melhoria no desempenho percebido pela maioria das empresas, de raridade uma vez que esses recursos possibilitaram diferenciar a organização de outras firmas e de difícil substitubilidade devido a inovação em produto poder ser derivada de fatores difíceis de serem copiados tais como cultura organizacional e estilo de liderança além do fato de que o aumento do número de clientes pode ser proveniente da reputação da firma e lealdade. Dessa forma, pode-se afirmar que a visão baseada em recursos fornece um arcabouço teórico apropriado para investigar o desempenho das firmas na Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque, não somente, em virtude das características dos fatores que mais impactam o desempenho como também devido ao contexto de relacionamentos interorganizacionais existente nessa aglomeração. É possível também supor que tais relacionamentos podem ter permitido alavancar o desempenho uma vez que as características dos recursos únicos e geradores de vantagem competitiva são facetas do capital social (Nahapiet e Ghoshal, 1998).

Deve-se ressaltar que 63,6% das organizações são empresas familiares, o que demanda uma análise dos seus recursos que impactam o desempenho sob a ótica da Visão Baseada em Recursos em virtude dos recursos idiossincráticos que a empresa familiar possui devido a interação sistemática entre os subsistemas empresa, família e propriedade (Habbershon & Williams, 1999). O capital social é considerado um dos recursos idiossincráticos da empresa familiar em virtude do histórico de relacionamentos desenvolvidos pelo fundador e que é transferido ao longo das gerações (Poza, 2007).

4.11 Capital Social e Desempenho

4.11.1 Relação entre a Dimensão Estrutural e Relacional com Desempenho

A identificação do desempenho das organizações em rede é tão relevante quanto descobrir os motivos que fazem com que elas tenham diferentes desempenhos (Wagner & Maehler, 2012). Com a validação do modelo e por meio do coeficiente R^2 observa-se que a dimensão estrutural explica 68,8% da variabilidade do desempenho. Outro resultado importante é que a relação entre os dois construtos é positiva, ou seja, quanto mais alto o nível da dimensão estrutural, maior o desempenho. Logo, percebe-se que o desempenho das organizações da Aglomeração Territorial Têxtil-Confecções de Brusque é mais impactado

pela dimensão estrutural do que pela relacional. Dessa forma, verifica-se que o desempenho nessa aglomeração é mais influenciado pelas características físicas da rede do que pelas qualidades dos relacionamentos. Logo, é possível constatar que os canais fornecidos pelos laços para a troca de recursos bem como a configuração da rede que é o conjunto desses laços e define a flexibilidade e a facilidade para a troca de informações (Nahapiet & Ghoshal, 1998) possibilitam melhorar o desempenho das organizações, o que justifica a manutenção de determinados relacionamentos interorganizacionais.

Estudos anteriores como o de Moran (2005) que afirma a efetividade do capital social, medido pelo desempenho, não depender apenas da configuração estrutural da rede, mas também da qualidade dos relacionamentos interpessoais estabelecidos pelas organizações, não foi possível encontrar nesse trabalho. O próprio trabalho de Nahapiet e Ghoshal (1998) ao afirmar que as dimensões estrutural, relacional e cognitiva do capital social são interrelacionados e facilitam a combinação e a troca de capital intelectual que possibilita a criação de novo capital intelectual não pode ser totalmente observado nesse estudo uma vez que a mensuração do desempenho do capital social, no estudo deles a criação de capital intelectual, está fundamentada nas relações sociais (dimensão relacional) e na estrutura desses relacionamentos (dimensão estrutural), o que difere dos resultados desse trabalho. Por outro lado, a interrelação entre a dimensão relacional e estrutural do capital social foi possível de ser verificada nesse trabalho haja vista o coeficiente de correlação policórica entre as duas variáveis foi significativo e no valor de 0,664.

Ressalta-se que as medidas de desempenho mais visíveis nesse estudo corroboram com estudos anteriores que afirmam o desempenho das firmas em rede inclui inovação, resultados financeiros e medidas não financeiras (Payne *et al*, 2011; Provan & Sydrom, 2008).

Em virtude do fato de que em geral, as medidas de desempenho foram positivamente avaliadas, é possível sugerir que as organizações da Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque possuem contatos não redundantes que permitem o acesso a diferentes perspectivas, habilidades e recursos, que impactam favoravelmente o desempenho, principalmente, no que se refere ao aumento do número de clientes, inovações em produto e informações que ajudam a melhorar o negócio.

O aumento do número de clientes, ou seja, o desempenho de vendas é mais relacionado, segundo Moran (2005), com a dimensão estrutural do capital social em virtude do fato do seu resultado depender apenas de determinadas posições na rede. Por outro lado, o mesmo autor ressalta que a inovação é mais associada com a dimensão relacional devido tal

atividade depender mais da qualidade dos relacionamentos interpessoais estabelecidos entre as organizações. O fato da dimensão relacional não ter influenciado o desempenho das organizações na aglomeração estudada não exclui totalmente características da qualidade dos relacionamentos influenciando o desempenho uma vez Nahapiet e Ghoshal (1998) afirmam que tais dimensões são interconectadas, o que foi comprovado nesse estudo. Adicionalmente, é possível verificar que em um dos benefícios que os laços da rede podem gerar é a referência (Burt, 1992), ou seja, a avaliação de oportunidades de acordo com a reputação dos membros da rede, noção similar ao conceito de confiança da tradição germânica. Segundo Laats (1997), a reputação das firmas é uma das formas de se garantir estabilidade nas transações e gerar confiança além de evitar comportamentos oportunistas. Dessa forma, é possível verificar que o próprio conceito de Laços da Redes inclui elementos que dizem respeito a qualidade dos relacionamentos, isto é, da dimensão relacional do capital social. Cabe ainda ressaltar que os laços da rede foi a variável que possui maior participação na explicação da dimensão estrutural do capital social.

4.11.2 Resumo da relação entre a dimensão relacional, estrutural e desempenho

A dimensão estrutural do capital social influencia significativamente o desempenho das firmas na Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque. Esse resultado sustenta os primeiros estudos na área de capital social que afirmam os benefícios das organizações provenientes dos relacionamentos interorganizacionais são derivados dos aspectos físicos da rede e dizem respeito a fatores tais como existência de oportunidades para trocar informações, conexão com outras entidades da rede, desenvolvimento de contatos, ou seja, itens que foram contemplados no instrumento de pesquisa desse estudo. Cabe ainda ressaltar que a dimensão estrutural é bem explicada no modelo pelos laços da rede, configurações e organizações apropriadas. Em última análise, essas variáveis influenciam o desempenho.

A dimensão relacional não afeta significativamente o desempenho das firmas dessa aglomeração. O modelo teórico inicial apresentado nesse estudo supusera que o desempenho das firmas seria formado tanto pela dimensão estrutural quanto pela relacional haja vista alguns estudos nessa área (Granovetter, 1992; Nahapiet & Ghoshal, 1998) enfatizam não somente o aspecto estrutural da rede, mas também a qualidade dos relacionamentos. Entretanto, após a análise multivariada dos dados, concluiu-se que o desempenho é explicado preponderantemente pela dimensão estrutural. Cabe ainda ressaltar que a dimensão relacional é explicada significativamente pelas variáveis confiança, identidade e normas que, de uma maneira geral, foram positivamente avaliadas na Aglomeração Territorial de Brusque.

Conclui-se que apesar da existência de elementos da dimensão relacional na Aglomeração Territorial Têxtil -Confecção de Brusque, as organizações parecem não adquirir os benefícios provenientes da qualidade positiva de relacionamentos que a literatura aponta.

Quadro 15: Resultado das Hipóteses de Desempenho

	Hipóteses	Corrobora	Não Corrobora
3a	A dimensão relacional do capital social apresenta relação significativa como desempenho		X
3b	A dimensão estrutural do capital social apresenta relação significativa como desempenho	X	

Fonte: Dados da Pesquisa

5. CONCLUSÕES

As conclusões do estudo são apresentadas em três seções. A primeira apresenta as contribuições do estudo onde se realiza um resumo dos resultados a partir das respostas encontradas aos objetivos específicos e hipóteses do trabalho bem como de que forma esse trabalho ajuda na melhor compreensão da maneira pela qual a dimensão estrutural e relacional influencia o desempenho. Algumas limitações desse estudo são mostradas bem como uma agenda de pesquisa futura é apresentada.

5.1 Resumo e Contribuições do Estudo

A temática do capital social tem despertado o interesse de vários setores da nossa sociedade, principalmente, motivado por alguns estudos (Burt, 2005; Moran, 2005; Nahapiet & Ghoshal, 1998) que afirmam que esse capital pode ser considerado um recurso que impacta positivamente o desempenho das organizações. O desempenho é uma das medidas mais institucionalizadas na área de gestão uma vez que pode ser considerada uma maneira prática de se avaliar o bom funcionamento de um determinado setor, empresa ou região. Existem controvérsias em relação ao melhor critério de se avaliar o desempenho, principalmente, quando dados objetivos e fidedignos não estão disponíveis. Esse estudo adotou medidas subjetivas de desempenho haja vista 70,8% das organizações da Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque ser micro ou pequena empresa que não possuem a obrigatoriedade de publicar os demonstrativos financeiros além do fato de que essas organizações, normalmente, adotam práticas contábeis de uma maneira imprecisa (Dess & Robinson, 1984).

Na busca em compreender a origem que gera os principais benefícios do capital social, alguns pesquisadores mencionam que apesar da ênfase que o aspecto estrutural da rede tem recebido nos estudos dessa área, existem várias discordâncias se a estrutura da rede é a

principal responsável por gerar esses benefícios (Gargiuli & Benassi, 2000; Moran, 2005). Com a finalidade de entender como os aspectos estrutural e relacional do capital social pode impactar positivamente o desempenho, esse estudo analisou os relacionamentos interorganizacionais das firmas da Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque. O motivo de ter sido escolhido essa unidade de análise reside no fato de ter sido o primeiro *cluster* do setor têxtil no Brasil (A. Sgrott, comunicação pessoal, Agosto 25, 2014) e, conseqüentemente, o histórico das transações das firmas estabelecidas nessa região pode influenciar a construção de normas sociais, gerar um senso de identidade além de permitir a criação de um ambiente favorável para o estabelecimento de relações com confiança.

Apesar de ter sido possível constatar a presença de todas as variáveis da dimensão relacional do capital social, propostas por Nahapiet e Ghoshal (1998), três elementos dessa dimensão explicam significativamente a dimensão relacional do capital social. Mais especificamente, as variáveis normas sociais – sistema comum de crença que permite aos participantes comunicar as suas ideias e compartilhar experiências (Adler & Kown, 2002), identidade – processo onde os indivíduos veem-se como um grupo (Nahapiet & Ghoshal, 1998), confiança – expectativa que nasce em um grupo de comportamento estável, honesto e cooperativo baseado em normas compartilhadas (Fukuyama, 1996) explicam significativamente a dimensão relacional do capital social. A variável obrigações não possui uma significância estatística em termos da capacidade de explicar a dimensão relacional do capital social.

No que se refere à dimensão estrutural do capital social, todas as variáveis explicativas dessa dimensão sugeridas por Nahapiet e Ghoshal (1998) foram constatadas nesse estudo. As variáveis laços, configurações da rede e organizações apropriadas explicam a dimensão estrutural do capital social, ou seja, a parte física da rede que se relaciona com elementos tais como oportunidades para troca de informações, desenvolvimento de contatos tanto em atividades comerciais quanto não - comerciais além da capacidade de reconhecer organizações na rede que possam ajudar no desenvolvimento das atividades da organização. Conseqüentemente, uma das contribuições desse estudo é a validação do modelo de Nahapiet e Ghoshal (1998) uma vez que todas as variáveis da dimensão estrutural e relacional possuem relações estatisticamente significativas com as respectivas dimensões. Ressalta-se que a variável obrigações apesar de ter uma relação significativa com a dimensão relacional do capital social, a participação dessa variável na explicação dessa dimensão não foi significativa.

Com a finalidade de melhor compreender a estrutura dos relacionamentos das organizações que prestam suporte ao desenvolvimento da aglomeração territorial têxtil-confeção de Brusque, realizou-se o sociograma dessas organizações onde foi possível constatar que a Ampe-Br e o SEBRAE assumem uma posição de destaque e poder ser justificado pelos vários projetos em parceria que essas organizações desenvolvem destinados as firmas dessa aglomeração tais como cursos, eventos – Pronegócio e Protêxtil, rodadas de negócio e missão internacional.

Não existe consenso na literatura sobre capital social, se a dimensão estrutural ou a relacional é a que mais influencia o desempenho das organizações em rede. Apesar dos primeiros estudos sobre capital social enfatizarem o aspecto físico da rede, ou seja, os elementos de laços e configurações da rede, Granoveter (1985) começa uma discussão afirmando que os benefícios das organizações em rede não são derivados apenas da posição em que uma organização ocupa, mas também das qualidades dos relacionamentos. Esse estudo retornou a esse debate, ao concluir que a dimensão estrutural foi a que influenciou significativamente o desempenho das organizações. Dessa forma, é possível constatar a existência de Aglomerações Territoriais que apesar de já possuírem um histórico de transações, a qualidade dos relacionamentos não é um fator significativo para a melhoria do desempenho dessas organizações.

5.2 Limitações do Estudo

Uma das limitações desse estudo reside na sua natureza que foi somente quantitativa. Em virtude das variáveis da dimensão relacional referir-se a fatores que se inserem e foram desenvolvidos em um contexto social tais como normas, identidade e confiança (Nahapiet & Ghoshal, 1998), uma abordagem qualitativa que interprete o significado desses elementos é recomendável.

Burt (2005) denomina de fatores contingenciais as variáveis que afetam a força de associação entre o capital social e desempenho. Segundo o mesmo autor, a cultura nacional influencia a forma pela qual as firmas desenvolvem relacionamentos. Essa variável não foi levada em consideração nesse estudo, o que é uma limitação uma vez que a unidade de análise desse trabalho é uma região fortemente influenciada por imigrantes, principalmente, de origem alemã.

Outra limitação diz respeito ao fato de que o capital social analisado ser a nível organizacional e não individual. Em virtude de uma parcela significativa dos entrevistados (61,4%) serem diretores ou gerentes com participação na sociedade, 63,6% das firmas

enquadrarem-se como empresas familiares e 72,7% serem micro ou pequena empresa, é possível sugerir que a compreensão de como o capital social do fundador contribui para o desenvolvimento do empreendimento e como esse capital é transferido para os outros membros da família possibilita uma melhor compreensão de como os relacionamentos na Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque são desenvolvidos.

Uma quarta limitação diz respeito ao método do viés comum. Em virtude do fato de que os participantes responderam tanto ao bloco da dimensão relacional e estrutural do capital social (variáveis independentes) quanto ao bloco de desempenho (variáveis dependentes), a variância oriunda do uso do mesmo método pode ter aumentado ou diminuído as relações estimadas (Podsakoff & Organ, 1986). Ressalta-se que algumas medidas foram tomadas no sentido de minimizar o problema do método do viés comum tais como a garantia do anonimato e fazer com que as perguntas fossem as mais claras e distintas possíveis.

Uma última limitação desse estudo refere-se a questão da endogeneidade. Nesse trabalho, assume-se que não existiriam outras variáveis independentes que poderiam ter influenciado a Dimensão Relacional e Estrutural do Capital Social bem como termo de erro que significativamente afetasse o desempenho.

5.3 Implicações para Pesquisas Futuras

O presente trabalho constatou que a dimensão estrutural é a principal responsável pela melhoria do desempenho das organizações da Aglomeração Territorial Têxtil - Confecção de Brusque. Uma proposta de pesquisa futura é analisar quais foram os principais recursos acessados por meio das variáveis da dimensão estrutural do capital social – laços, configurações da rede e organizações apropriadas que permitiram melhorar o desempenho, principalmente, no que se refere ao aumento do número de clientes, inovações do produto e acesso a conhecimentos e informações que ajudaram a melhorar o desempenho das organizações.

Uma segunda proposta de pesquisa diz respeito a abordagem multinível do capital social. Payne *et al* (2011) mencionam que a análise do capital social é essencialmente multinível em virtude do fato de lidar com redes interorganizacionais entrelaçadas. Essa análise não foi feita nesse estudo. A abordagem multinível, poderia responder questões tais como: (a) qual a influência do capital social do fundador no desenvolvimento das organizações; (b) porque o capital social entre gerações nas empresas familiares não ajudou no desenvolvimento delas.

Outra proposta de pesquisa refere-se a noção do grau de aproximação e de corretagem definidores do capital social, segundo Burt (2005). Dessa forma, uma proposta de pesquisa futura é analisar se a aproximação entre as organizações em rede da Aglomeração Territorial Têxtil-Vestuário de Brusque realmente contribui para a redução de incerteza na troca de recursos (Moran, 2005), e se o grau de corretagem favorece o acesso a novas perspectivas, habilidades e recursos (Burt, 2005).

Uma quarta sugestão de pesquisa consiste em avaliar o desempenho das empresas por outras fontes além da própria avaliação do entrevistado com o objetivo de minimizar o problema do método do viés comum. A utilização de dados disponíveis no Sistema de Proteção ao Consumidor (SERASA) pode ser uma alternativa para mensuração do desempenho das empresas.

REFERÊNCIAS

Adam, C. R. (2006) *Proposição de indicadores para a avaliação de desempenho de redes de cooperação*. Dissertação Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria/RS.

Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2002). Social Capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, p. 17 – 40.

Amâncio, R., Campos, R. C., & Romaniello, M. M. (2012). Análise da Composição do Capital Social em uma Estrutura Organizacional Cooperativado do Sul de Minas Gerais. *Organizações Rurais e Agroindustriais*, 14(1), 15-25.

Amaral Filho, J. do. (1999). A endogeneização do desenvolvimento econômico regional. *ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA – ANPEC Belém*. Anais da Anpec, 2.

Anderson, R. C., & Reeb, D. M. (2003). Founding-family ownership and firm performance: Evidence from the S & P 500. *Journal of Finance*, 58(13), 01–13.

Andrade, D. M., Lima, J. B., Antonialli, L. M., & Leite Filho, G. A. (2013). Estudo dos fatores que determinam a formação do capital social familiar em empresas familiares na região sul de Minas Gerais. *Revista de Administração da USP (RAUSP)*, São Paulo, 48 (3), 426-439.

Anheier, H. K., Gerhards, J., & Romo, F. P. (1995). Forms of capital and social structure in cultural fields: Examining Bourdieu's social topography. *American Journal of Sociology*, 100: 859-903.

Araújo, I. L. (1993). *Introdução à filosofia da ciência*. Curitiba: Editora da Universidade Federal do Paraná.

Armstrong, C. & Shimizu, K. (2007). A review of approaches to empirical research on the resource-based view of the firm. *Journal of Management*, 33(6), 959–986.

Arrègle, J., Hitt, M.A, Sirmon, D.G. & Very, P. (2007). The envelopment of organizational social capital: attributes of family firms. *Journal of Management Studies*, (1), 44, 73-95.

Asheim, B.T., & Isaksen, A. (2002) Regional innovation systems: the integration of local ‘sticky’ and global ‘ubiquitous’ knowledge. *Journal of technology transfer*, 27 (1).

Associação de Micro e Pequenas Empresas de Brusque (2014). Disponível em <http://www.ampebrusque.com.br/>. Acesso em 13 de setembro de 2014

Athayde, K., & Ribeiro, A. (2011) Elementos essenciais do Capital Social: uma investigação no sistema produtivo COAGRO. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, Taubaté, 7 (3), 212 – 232.

Autio, E., & Mustakallio, M. (2003). Family firm internationalization: A model of family firm generational succession and internationalization strategic postures. *Paper presented at the Theories of the Family Enterprise Conference*, University of Pennsylvania, Philadelphia.

Autry, C., Griffis, S., Moore, C.B., & Payne, G.T. (2011). Multilevel Challenges and Opportunities in Social Capital Research. *Journal of Management*, 37(2): 395-403.

Baker, W. (1990). Market networks and corporate behavior. *American Journal of Sociology*, 96: 589-625.

Balestrin, A., & Fayard, P. (2003). Redes interorganizacionais como espaço de criação de conhecimento. *Encontro Anual da Anpad*. Atibaia, SP. Anais

Balestrin, A., & Verschoore, J. (2008). *Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia*. Porto Alegre: Bookman

Balshaw, T. (2003). *Thrive: Making Family Business Work*. Cape Town: Human & Rousseau.

Banco Mundial. What is social capital? Disponível em: <http://web.worldbank.org/wbsite/external/topics/extsocialdevelopment/extsocialcapital>.

Acesso em: 10 out. 2013

Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, Stillwater, 17 (1), 99-120.

- Becattini, G. (1979). Dal Settore Industriale al Distretto Industriale. Alcune considerazioni Sull'unità di Indagine in Economia Industriale. *Revista di Economia e Política Industriale* (1), p. 1-8.
- Becattini, G. (1990). The Marshallian Industrial District as a Socio-Economic Notion. In F. Pyke, G. Becattini, & W. Sengenberger (Eds.). *Industrial Districts and Local Economic Regeneration* Eds. Geneva: International Institute for Labour Studies.
- Bellandi, M., & Caloffi, A. (2008). District internationalisation and trans-local development. *Entrepreneurship & Regional Development* 20, 517-532.
- Belliveau, M. A., O'Reilly, C. A., III, & Wade, J. B. (1996). Social capital at the top: Effects of social similarity and status on CEO compensation. *Academy of Management Journal*, 39: 1568-1593.
- Bertin, M. E. J. (2007). *A qualidade da governança em empresas familiares. Governança corporativa: excelência e qualidade no topo*. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Bigley, G. A., & Pearce, J. L. (1998). Straining for shared meaning in organizational science: Problems of trust and distrust. *Academy of Management Review*, 23: 405-421.
- Boja, C. (2011). It Clusters as a Special Type of Industrial Clusters. *Informatica Economica*. 15 (2).
- Bollen, K.A. (1990). Overall Fit in Covariance Structure Models: Two Types of Sample Size Effects. *Psychological Bulletin*, 107 (2), 256-59.
- Bourdieu, P. (1985). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*: 241-258. New York: Greenwood.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. D. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Boxman, E. A. W., De Graaf, P. M., & Flap, H. D. (1991). The impact of social and human capital on the income attainment of Dutch Managers. *Social Networks*, 13: 51-73.
- Brass, D. J. (1984). Being in the right place. A structural analysis of individual influence in an organization. *Administrative Science Quarterly*, 29: 518-539.
- Brehm, J., & Rahn, W. 1997. Individual-level evidence for the causes and consequences of social capital. *American Journal of Political Science*, 41: 999-1023.
- Brei, V. A. (2006). O Uso da técnica de modelagem em equações estruturais na área de marketing: um estudo comparativo entre publicações no Brasil e no exterior. *Revista de Administração Contemporânea*, 10 (4).

- Bryman, A. (1989). *Research methods and organization studies*. London: Unwin Hyman, London, 2.
- Brusco, S. (1982). The Emilian Model: productive decentralization and social integration. *Cambridge Journal of Economics*, 6.
- Brusco, S. (1993). Pequeñas empresas y prestación de servicios reales. In F. Pyke & W. Sergenberger (Eds.), *Los DI y las PYMEs: DI y regeneración económica local* [Colección Economía y Sociología del Trabajo]. (Cap. 6, pp. 235-254). Madrid: MSSS
- Burns, P. (2005), *Corporate Entrepreneurship Building an Entrepreneurial Organisation*, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Burt, R.S. (1983). *Corporate Profits and Cooptation*. Academic Press. New York.
- Burt, R.S. (1992). *Structural Roles*. Harvard University Press. Cambridge, MA
- Burt, R.S. (1997). The Contigent Value of Social Capital. *Administrative Science Quartely* 42.
- Burt, R.S. (2000). The network structure of social capital. *Research in Organizational Behavior*, 22, 1-93.
- Burt, R.S. (2005). *Brokerage & Closure: An introduction to social capital*. New York: Oxford University Press.
- Cairo, S. A. F., Serabra, F., Júnior Carvalho, L.C., Silva, H. C., Cândido, C.S., Martignago, G., Borges, W. J. & Rech, S. (2013). *Indústria e Arranjos Produtivos Locais em Santa Catarina: Avaliação e Política de Desenvolvimento para Setores Tradicionais*. Nova Letyra, Florianópolis.
- Camarinha-Matos, L. M., & Afsarmanesh, H. (1999) *Infrastructures for Virtual Enterprises: Networking Industrial Enterprises*, Porto, Portugal: Kluwer Academic Publishers.
- Camarinha-Matos, L. M., & Afsarmanesh, H. (2004). *Collaborative Networked Organization: A research agenda for Emerging Business Models*. Norwell-MA, USA: Kluwer Academic Publishers.
- Camarinha-Matos, L. M., & Afsarmanesh, H. (2005). Collaborative Networks: a new scientific discipline. *Journal of Intelligent Manufacturing* (16), 439-452.
- Camarinha-Matos, L. M., & Afsarmanesh, H. (2006). *Collaborative Networks: Value creation in a knowledge society*. In: Proceeding of PROLAMAT' 06, Shangai, China.
- Campos, R. R., Cário, S. A. F., & Nicolau, J. A. (2000) *Arranjos e sistemas produtivos locais e as novas políticas de desenvolvimento industrial e tecnológico*. Nota

Técnica 20. Rio de Janeiro: Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro – IE/UFRJ.

Cancellier, E. L. P. L. (2004). *Sistema de Monitoramento Ambiental para a pequena empresa: um estudo em empresa de base tecnológica*. Tese de doutorado –FEA/USP, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Cândido, G. A., & Abreu, A. F. (2002) Tipologias e Modelos de Redes Organizacionais e suas Formas de Aplicação no Atual Ambiente de Negócios e de Gestão. In: *Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica*, Salvador..

Carneiro, M. L., Lima, V. A., Venson, A. B. S., Venson, D & Wherle, A. F. (2011). Relacionamentos interorganizacionais e desempenho: uma aplicação prática na rede da construção civil no Balneário Açores. *Revista de Administração FACES*, 10 (1), 115-136.

Carr, J.C., Pearson, A. W., & Shaw, J. (2008). Toward a theory of Familiness: A social capital perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*. November, 949-969

Carroll, G. R., & Teo, A. C. (1996). On the social capital of managers. *Academy of Management Journal*, 39: 421-440.

Carsud, A. L. (1994). Meanderings of a resurrected psychologist or, lessons learned in creating a family business program. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 19(1), 39-49.

Castells, M (2000). *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. 2. Ed. São Paulo: Paz e Terra.

Cattell (1978), *The scientific use of factor analysis*. New York, Plenum.

Child, J., & Rodrigues, S. (1996) The role of social identity in the international transfer of knowledge through joint ventures. S.R. Clegg and G. Palmer (Eds) *The Politics of Management Knowledge*, London: Sage, 46-68

Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In: G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (pp. 295–358). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates

Chrisholm, A., & Nielsen, K. (2009). Social capital and the resource-based view of the firm. *International Studies of Management and Organisation*, 39(2), 7–32.

Chrisman, J. J., Chua, J. H., & Steier, L. (2003). *An introduction to theories of family business*. *Journal of Business Venturing*, 18, 441–448.

Churchill, G. A. (1979), A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs, *Journal of Marketing Research*, 16, 64-73.

Churchill, N. C., & Hatten, K. J. (1987). Non-Market-Based Transfers of Wealth and Power: A Research Framework for Family Businesses. *American Journal of Small Business*, 11(3), 51-64 .

Cialdini, R.B. (1988). *Influence: Science and Practice* (2nd) Glenview, Il: Scott, Foresman.

Claro, D. M., & Laban Neto, S.A. (2009) Sales manager's Performance and Social Capital: The Impact of na Advice Network. *Brazilian Administration Review*, 6 (4).

Collado, C. L., Lucio, M .P. B., & Sampieri, R. H. (2010). *Metodologia de Pesquisa*. Mc Graw Hill.

Cohen, D., & Prusack, L (2001). *In good company: how social capital makes organization word*. Boston: Havard Business School Press.

Coleman, J. S. (1988) Social Capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, p.95-120.

Coleman, J. S. (1990) *Foundations of social theory*. Cambridge: Havard University Press.

Combs, J. G., Crook, T. R., & Shook, C. L. (2004). The dimension of organizational performance and its implications for strategic management research In: KETCHEN, David J; BERGH, Donald D. *Research methodology in strategy and management*. San Diego: Elsevier, p.259-286.

Comission Research Paper. Social capital: reviewing the concept and its policy implications. Australian Government, 2003. Disponível em http://www.pc.gov.au/data/assets/pdf_file/0018/8244/socialcapital.pdf Acesso em: 01 Fev. 2014

Costa, R. (2005) Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. *Interface - Comunicação, Saúde, Educação*, 9 (17), 235-48.

Costa, C. T. & Gomes, F.P. (2011) Análise da variação do desempenho de empresas brasileiras. *Organizações em contexto*, 7(13).

Coutinho, L.G., Laplane, M.F., Tavares Filho, N., Kupfer, D., Farina, E., & Sabbatini, R. (200). *Estudo Da Competitividade De Cadeias Integradas No Brasil: impactos das zonas de livre comércio. Cadeia: Têxtil e Confecções*. Universidade Estadual de Campinas Instituto de Economia, Núcleo de Economia Industrial e da Tecnologia (UNICAMP-IE-NEIT).

Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benning environment. *Strategic Management Journal*, 36 (7), 919-952.

Covin, J.G., Slevin, D.P., & Schultz1, R.L. (1994). Implementing Strategic Mission: Effective Strategic, Structural and Tactical Choices, *The Journal of Management Studies*, 31, 481-505.

Coyne, K. P. (1983). Sustainable Competitive Advantage – What It Is, What It Isn't. *Business Horizons*.

Damacena, C., Macke, J., & Sarate, J. A. R. (2010). Avaliação do Capital Social em uma Cidade Gaúcha: A Percepção dos Estudantes de Administração. *Revista Eletrônica de Administração*. 16 (3)

Dasguta, P. (1988). Making and Breaking Cooperative Relations. Basil Blackwell, New York.

Davidsson, P. & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18, 301–331.

Dawes, J. (1999). The relationship between subjective and objective company performance measures in market orientation research: Further empirical evidence. *Marketing Bulletin*, 10, 65-76.

De Laat, P. (1997). Research and Development Alliances: Ensuring Trust by Mutual Commitments. In *The Formation of Inter-Organisational Networks*. Edited bM. Ebers. New York, Oxford University Press.

De Visscher, F.M., Aronoff, C.F., & Ward, J.L. (1995). *Financing Transitions: Managing Capital and Liquidity in the Family Business*. Marietta GA: Business Owner Resources.

Derick, I., & Cool, K. (1989). Asset stock accumulation and the sustainability of competitive advantage. *Management Science*, 35(12), 1504–1511.

Dess, G.G, .& Robinson, R. B. (1984). Measuring organizational performance in the absence of objective measures: the case of privately-held firm and conglomerate business unit. *Strategic Management Journal*, 5(3), 265-273.

Dess, G. G., Ireland, R.D., & Hitt, M.A. (1990). Industry Effects and Strategic Management. *Research Journal of Management*, 16, 7-27.

Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Covin, J. G (1997). Entrepreneurial strategy making and firm performance: tests of contingency and configuration models. *Strategic Management Journal*, New Jersey, 18(9), 677-695.

Di Maggio, P.J., & Powel, W.P. (1983) The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48 (2).

Donckels, R., & Fröhlich, E. (1991). Are family businesses really different? European experiences from STRATOS. *Family Business Review*, 4(2), 149-160.

Donneley, R.G. (1964). The Family Business. *Havard Business Review*, 42 (4), 93-105.

Dyer, G.W. (2003). The family: The missing variable in organizational research. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 27(4), 401-416.

Ebers, M., & Grandori, A. (1997). The form, costs and development dynamics of inter-organizational networking. In M. Ebers (Ed.). *The formation of inter-organizational networks*. Oxford: Oxford University Press

Everitt, B. S. (1975). Multivariate Analysis. The need for data and other problems. *British Journal of Psychiatry*, 126, 237-240.

Faccin, K., Genari, D., & Macke, J. (2009). Capital Social: recursos estratégico para o desempenho de redes organizacionais. *Ariús*, Campina Grande, 15 (2), 9-23.

Faccin, K., Genari, D., & Macke, J. (2012). Mensuração do Capital Social Organizacional em Redes de Indústrias Vitivinícolas Brasileiras. *Base – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*. 9 (1), 53-67.

Faccin, K., Genari, D., & Macke, J. (2013). Mensuração do Capital Social nas Redes Colaborativas Vitivinícolas da Serra Gaúcha. *Organizações e Sociedade*, 20(65), 303-320.

Fernandes, D. V. H. & Santos, C. P. (2008) Orientação empreendedora: um estudo sobre as consequências do empreendedorismo nas organizações. *Revista de Administração Eletrônica*, 7 (1).

Fernandes, R. L. (2008). *Capacitação e estratégias tecnológicas das empresas líderes da indústria têxtil-confecções no estado de Santa Catarina*. Dissertação (Mestrado em Economia)-Programa de Pós-Graduação em Economia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Ferraz, S. F. S., Gobb, R. L., & Lima, T. C. B. (2011) Teoria do Capital Social: um estudo no cluster moveleiro de Marco (CE). *Revista Contemporânea de Economia e Gestão*. 9 (2).

Ferrero G. (1987) *Impresa e management*, Giuffrè, Milano.

- Fischer, H. M., & Pollock, T. G. (2004). Effects of social capital and power on surviving transformational change: The case of initial public offerings. *Academy of Management Journal*, 47, 463-481.
- Field, A. (2009). Descobrimo a estatística usando SPSS. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981) Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*. 18 (1), 39-50.
- Freeman, S., Edwards, R., & Schroder, B. (2006). How smaller born-global firms use networks and alliances to overcome constraints to rapid internalization. *Journal of International Marketing*. 14(3), 33-63.
- Fukuyama, F. (1996). *Confiança: as virtudes sociais e a criação da prosperidade*. Rio de Janeiro, Rocco.
- Fukuyama, F. (2000). *A grande ruptura: a natureza humana e a reconstrução da ordem social*. Rio de Janeiro, Rocco, 344 p.
- Galbreath, J. (2005). Which resources matter the most to firm success? An exploratory study of resource-based theory. *Technovation*, 25(9), 979–987.
- Gambetta, D. (1988). *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. Basil Blackwell: New York.
- Garcia, O. (1994). Avaliação da competitividade da indústria têxtil brasileira. Tese de Doutorado. Programa de Pós Graduação em Economia. Instituto de Economia – Unicamp, Campinas.
- Gargiulo, M., & Bernassi, M. (1999). The dark side of social capital. In R. Th. A. J. Leenders & S. M. Gabbay (Eds.), *Corporate social capital and liability*: 298-322. Boston: Kluwer
- Gargiulo, M., & Benassi, M. (2000). Trapped in your own net? Network cohesion, structural holes, and the adaptation of social capital. *Organization Science* 11, 183–196.
- Geringer, J. M. & Herbert, L. (1991) Measuring the Performance of International Joint Ventures. *Journal of International Business Studies*. 22, 249 – 264.
- Gersick, K. E., Davis, J. A., Hampton, M. M. & Lansberg, I. (1997) *Generation to Generation*. Washington: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- Gittelman, M. (2007). Does geography matter for science-based firms? Epistemic communities and the geography of research and patenting in biotechnology. *Organization Science*, 18, 724-741.

Gomes, C. M., Kneipp, J. M., Marchi, J. J., & Rosa, L. A. B. (2013). Proposições Estratégicas de Valor a partir da Análise da Rede de Valor e do Capital Social: um estudo no Polo de Doces de Pelos – RS. *Revista de Ciências da Administração*, 15 (36), 175-192.

Gonçalves, S.A., Guarido Filho, E.R., & Moreira, L.C (2012). Capital Social na Configuração de Organização Internacional em Rede: estudo de caso da AUGM. *Revista Eletrônica de Ciências Administrativas*, 11(2), 303-312.

González-Benito, O., González-Benito, J., & Muñoz-Gallego, P.A. (2009): "Role of entrepreneurship and market orientation in firms' success", *European Journal of Marketing*, 43 (3/4), 500-522.

Govindarajan, V., & Gupta, A. K. (1985). Linking control systems to business unit strategy: impact on performance. *Accounting, Organizations and Society*, 10, 51–66.

Gorini, A. P. F. (2000) Panorama do setor têxtil no Brasil e no mundo: reestruturação e perspectivas. Rio de Janeiro: BNDS setorial. Disponível em <http://www.bnds.org.br> . Acesso em 25/8/2014

Gorsuch, R.L. (1983). *Facto Analysis* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Grandiori, A., & Soda, G. (1995) Inter-firm networks: antecedents, mechanisms and forms. *Organizations Studies*, 16 (2).

Granovetter, M. S. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481 – 510.

Granovetter, M. S. (1992). Problems of explanation in economic sociology. In *Networks and Organizations*, Nohria N, Eccles RG (eds). Havard Business School Press: Boston, MA; 25-26.

Guilford, J. P. (1954). *Psychometric methods* (2nd ed) .New York, McGrall Hill.

Gulati, R. (1998) Alliances and Networks. *Strategic Management Journal*. 19.

Gulati, R., & Gargiulo, M. (1999). Where Do Interorganizational Networks Come From? *American Journal of Sociology*, 104(5), 1439–1493.

Gulati, R., Nohria, N., & Zaheer, A. (2000). Strategic networks. *Strategic Management Journal*, 21, 203-215.

Habbershon, T. G., & Williams, M. L. (1999). A Resource-Based Framework for Assessing the Strategic Advantage of Family Firms. *Family Business Review*, 12 (1), 1-26.

Habbershon, T. G., Pistrui, J., & McGrann, M. (2001). Enterprising Families: Mindset and Methods for Wealth Acceleration in a Dynamic Marketplace. *Family Business Review*, 14, 180-195.

Habbershon, T. G., Williams, M. L. & MacMillan, I.C. (2003). A Unified Systems Perspective of Family Firm Performance. *Journal of Business Venturing*, New York, 18, 451-465.

Hagedoorn, J., & Schakenraad, J. (1990). *Alliances and Partnerships in Biotechnology and Information Technologies*. Maastricht: Maastricht Economic Research Institute on Innovation and Technology (MERIT), University of Maastricht, the Netherlands, (June), 14.

Haguenauer, L., Bahia, L. D., Castro, P. F. & Ribeiro, M. B. (2001). *Evolução das cadeias produtivas brasileiras na década de 90*. Seminário Interno do IPEA, Brasília.

Haidt, J., & Joseph, C. (2007). The moral mind: How five sets of innate institutions guide the development of many culture-specific virtues, and perhaps even modules. In P. Carruthers, S. Laurence, & S. Stich (Eds.), *The innate mind: Future and foundations*. New York: Oxford University Press.

Hair Jr, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C.(2009). *Análise Multivariada de dados*. Porto Alegre: Bookman.

Hammond, J. (2001). *Managing the Apparel Supply Chain in the Digital Economy*. Apresentação em powerpoint no Sloan Industry Centers Meeting: Corporate Strategies for the Digital Economy. Cambridge.

Hammond, J. S., Keeney, R., & Raiffa, H. (2004). *Decisões Inteligentes: somos movidos a decisões – como avaliar alternativas e tomar a melhor decisão*. Rio de Janeiro: Campus.

Handler W.C. (1989) Methodological issues and considerations in studying family business, *Family Business Review*, 2(3), 257-276;

Han, J.K., Kim, N., & Srivastava, R.K. (1998). Market Orientation and Organizational Performance: is innovation a missing link? *Journal of Marketing*. 27 (8), 417 – 425.

Hansen, M. T. (1999). The search-transfer problem: The role of weak ties in sharing knowledge across organization subunits. *Administrative Science Quarterly*, 44, 82-111.

Harrison B. (1994). *Lean and Mean: The Changing Landscape of Corporate Power in the Age of Flexibility*. Basic Books: New York.

Hayati, D., Karami, E., & Slee, B. (2006) Combining qualitative and quantitative methods in the measurement of rural poverty. *Social Indicators Research*, 75, 361-394.

Henseler, J. (2007). A new and simple approach to multi-group analysis in partial least squares path modeling. In: H. Martens, T. Næs & M. Martens (Eds), *PLS'07 international*

symposium on PLS and related methods – causalities explored by indirect observation (104–107). Norway: Matforsk, A°s.

Hirsch, P. M., & Levin, D. Z. 1999. Umbrella advocates versus validity police: A life-cycle model. *Organization Science*, 10, 199-212.

Hit, M. A., Boyd, B. K., & Li, D. (2004) The state of strategic management research and a vision of the future. In: KETCHEN, David J. ; BERGH, Donald D. *Research Methodology in Strategy and Management*. San Diego: Elsevier., 1 – 31.

Hoffman, V.E., Andrighi, F. F. & Andrade, M. A. R. (2011). Análise da produção científica no campo de estudo das redes em periódicos nacionais e internacionais. *Revista de Administração e Inovação*, 8(2),29-54.

Hoffman, J., Hoelscher, M. & Sorenson, R. (2006). Achieving sustained competitive advantage: a family capital theory. *Family Business Review* (19), 2, 135-145.

Hoffmann, V. E. & Campos, L. M. S. (2013). Instituições de Suporte, Serviços e Desempenho: um Estudo em Aglomeração Turística de Santa Catarina. *Revista de Administração Contemporânea*, 17 (1), 18-41.

Hoffmann, V.E., Bandeira-de-Mello, R., & Morales, F. X. M. (2006). Inovação e Transferência de Conhecimento em Redes Interorganizacionais Aglomeradas Territorialmente. *XXX Encontro Nacional de Pós-Graduação em Administração (ENAMPAD)*, Salvador.

Hoffmann, V. E., Lopes, G. S. C. e Medeiros, J. J. (2014). Knowledge transfer among the small businesses of a Brazilian cluster. *Journal of Business Research*.

Hoffmann, V. E., Morales, F. X. M., & Fernandez, T. M. M. (2004) Redes de Empresas: uma Proposta para sua Classificação. Encontro Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração, Curitiba. *XXVIII Encontro Nacional de Pós-Graduação em Administração (ENAMPAD)*.

Hoffmann, V. E., Morales, F. X. M., & Fernandez, T. M. M. (2007). Redes de empresas: proposta de uma tipologia para classificação aplicada na indústria de cerâmica de revestimento. *Revista de Administração Contemporânea*, 11, 103-12

Hoffmann, V. E., Morales, F. X. M., & Fernandez, T. M. M. , & Ares-Vazquez, M. A. (2008). *La estructura y naturaleza del capital social em lãs aglomeraciones territoriales de empresas: una aplicación al sector cerámico español*. 1. ed. Bilbao: Fundación BBVA.

Houldsworth, L., & Burkinshaw, S. (2008). Taking a human resource management perspective on performance management. R. Thorpe & J. Holloway (Eds.), *Performance management: Multidisciplinary perspectives* (69-88). Basingstoke, UK: Palgrave MacMillan.

Hoy, F., & Vesser, T. G. (1994). Emerging business, emerging field: entrepreneurship and the family firm. *Entrepreneurship Theory Practice*, 9–23.

Hudons, M., Smart, A., & Bourne, M. (2001) Theory and practice in SME performance measurement systems. *International Journal of Operations Production Management*, 21 (8), 1096-1115.

Ibarra, H. (1993). Network centrality, power, and innovation involvement: Determinants of technical and administrative roles. *Academy of Management Journal*, 36, 471 – 501.

Inglehart, R. 1997. *Modernization and post-modernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Inojosa, R. M. (1999) Redes de Compromisso Social. *Revista de Administração Pública*, 33 (5), 115-141.

Instituto de Estudos e Marketing Industrial (2008, 2013). Disponível em <http://www.iemi.com.br>. Acesso em outubro de 2014.

Jacobs, J. (1992). *The death and the life of great american cities*. Michigan: Vintage Books.

Jarillo, J. C. (1988). On Strategic Networks. *Strategic Management Journal*, 9 (1), p. 31-41.

Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. (1993) Market Orientation: antecedents and consequences. *Journal of Marketing*. 57, 53 – 70.

Jöreskog, K., & Sörbom, D. (1993). *LISREL 8: Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language*. Chicago, IL: Scientific Software International Inc.

Kalnins, A., & Chung, W. (2006). Social capital, geography, and survival: Gujarati immigrant entrepreneurs in the U.S. lodging industry. *Management Science*, 52, 233-247.

Kalnins, A., & Wilbur, C. (2006). Social Capital, Geography and Survival: Gujarati Immigrant Entrepreneurs in the U.S. Lodging Industry. *Management Science*, 52 (2): 233-247.

Kaydos, W.J. (1998). *Operational performance measurement: increasing total productivity*, CRC Press.

Kenyon-Rouvinez, D., & Ward, J. L. (2005). Introduction and Models. In: Kenyon-Rouvinez, and J.L. Ward. (Eds), *Family Business Key Issues* (p.1-16), New York: Palgrave MacMillan

Kets de Vries, M. (1996) 'The Anatomy of the Entrepreneur'. *Human Relations*, 49, 853-884.

Kline, R.B. (2005) *Principles and Practices of Structural Equation Modeling*, The Guilford Press, New York.

Knoke, D. (1999). *Organizational networks and corporate social capital*. In R. Th. A. J. Leenders & S. M. Gabbay (Eds.), *Corporate social capital and liability*: 17-42. Boston: Kluwer.

Kogut, B. (2000). The network as knowledge: generative rules and the emergence of structure. *Strategic Management Journal*, Special Issue 21, 405-425.

Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2001). *Economia Política Internacional: teoria e política*. 5 ed. São Paulo. Makron Books.

Lages, L., Silva, G., Styles, C., & Pereira, Z. (2009). The NEP scale: A measure of network export performance. *International Business Review*, 18(4), 344–356.

Lakatos, E. M., & Marconi, M. A. (1996). *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados*. 3. ed. São Paulo: Atlas.

Lansberg, I., Perrow, E. L., & Rogolsky, S. (1988). Family business as an emerging field. *Family Business Review*, 1(1), 1-8

Laursen, K., Reichstein, T. & Salters, A. (2011) Exploring the effect of Geographical Proximity and University Quality on University-Industry Collaboration in the United Kingdom. *Regional Studies* 45(4), 507-523.

Lazerson, M. 1995. A new phoenix: Modern putting-out in the Modena knitwear industry. *Administrative Science Quarterly*, 40, 34-59.

Lazerson, M. & G. Lorenzoni (1999). "The firms that feed industrial districts: a return to the Italian source." *Industrial and Corporate Change* 8 (2): 235-266.

Leone, N.M.C.P.G. (1991) A dimensão física das pequenas e médias empresas (P.M.E.'s): à procura de um critério homogeneizador. *Revista de Administração de Empresas*, 31, 53-59.

Leone, N.C.P.G. (2005). *Sucessão na empresa familiar*. São Paulo: Atlas.

Leone, R. J. G., & Leone, N. M. C. P. G. (2012) Pequenas e Médias Empresas: Contribuições para a discussão porque e como medir o seu tamanho. *Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração da Universidade Potiguar*, 1.

Lesser, E. L. (2000). *Knowledge and Social Capital*. Elsevier.

Levering, R., & Moskowitz, M. (1993). The ten best companies to work for in America. *Business and Society Review*, 85(1), 26–38.

Lewicki, R. J., & Bunker, B. B. (1996). Developing and maintaining trust in work relationships. In R. M. Kramer & T. M. Tyler (Eds.), *Trust in organizations: Frontiers of theory and research* (pp. 114–139). Thousand Oaks, CA: Sage.

Lins, H. N. (2000) *Reestruturação industrial em Santa Catarina: pequenas e médias empresas têxteis e vestuaristas catarinenses perante os desafios dos anos 90*. Florianópolis: Editora da UFSC.

Lyman, A. R. (1991). Customer service: Does family ownership make a difference? *Family Business Review*, 4 (3), 303–324.

Locket, A., Thompson, S., & Morgenstern, U. (2009). The development of the resourcebased view of the firm: A critical appraisal. *International Journal of Management Reviews*, 11(1), 9–28.

Loss, L. (2007). *Um arcabouço para o aprendizado de redes colaborativas de organizações: uma abordagem baseada em aprendizagem organização e gestão do conhecimento*. Tese (Doutorado em Engenharia Elétrica) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia Elétrica, UFSC, Florianópolis.

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.

Ma, X., Yao, X., & Xi, Y. (2009). How do inter-organizational and interpersonal networks affect a firm's strategic adaptive capability in a transition economy? *Journal of Business Research*, 62(11), 1087–1095.

Machado-da-Silva, C. L., & Rossoni, L. (2007) Persistência e mudança de temas na estruturação do campo científico da estratégia em organizações no Brasil. *Revista de Administração Contemporânea*, 11(4), 33-58.

Maciel, C. O. & Camargo, C. (2010). Locus de controle, comportamento empreendedor e desempenho de pequenas empresas. *Revista de Administração Mackenzie*, São Paulo, 11(2), 168-188.

- Macke, J., Vallejos, R. V. & Toss, E. D. (2010). Building Inter-Organizational Social Capital Instruments to Evaluate Collaborative Networks, *iBusiness* 2, 113 – 123.
- Mahoney, J. T., & Pandian, J. R. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic Management Journal*, 13, 363-80.
- Malhotra, N.K. (2001). *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. Porto Alegre. Bookman.
- Malmberg, A., & Power, D. (2005). (How) Do (firms in) clusters create knowledge? *Industry and Innovation*, 12(4), 409-431.
- Mamigonian, A. (1960) Brusque: estudo de geografia urbana e econômica. In: *Álbum do Centenário de Brusque*. Brusque: Sociedade Amigos de Brusque.
- Manolova, T., Manev, I., & Gyoshev, B. (2009). In good company: The role of personal and inter-firm networks for new-venture internationalization in a transition economy. *Journal of World Business*, 45(3), 257–265.
- Mansfeld, E. & Lee, J. (1996) The modern university: contributor to industrial innovation and receipt of industrial R&D support. *Research Policy* 25, 1047-1058.
- Marchi, J. J., Gomes, C. M., Kneipp, J. M., & Kneipp, J. M. (2013). Proposições Estratégicas a Partir da Análise da Rede de Valor e do Capital Social: um Estudo no Polo de Doces de Pelotas – RS. *Revista de Ciências da Administração*, 15(36), 175 – 192.
- Marcon, C., & Moinet, N. (2001). *Estratégia-rede: ensaio de estratégia*. Caxias do Sul: EDUCS.
- Martínez-Fernández, M. T. (2001). *El modelo explicativo de la competitividad de la empresa en los distritos industriales: el efecto de los recursos compartidos* (Tesis Doctoral). Universitat Jaume I, Castellón, España.
- Martes, A. C. B., Bulgacov, S. & Nascimento, M. R. (2006). Fórum – redes sociais e interorganizacionais. *Revista de Administração de Empresas*, 46 (3).
- Martin, J.M. V. (2004) Social Capital benchmarking system: profiting from social capital when building network organizations. *Journal of Intellectual Capital*, 5 (3), 426-442.
- Marshall, A. (1925). *Principles of economics* (8ve ed.). London: Macmillan
- Maurer, I., & Ebers, M. (2006) Dynamics of social capital and their performance implication: Lessons from biotechnology start-ups. *Administrative Science Quarterly*, 51, 262-292.
- Melin, L. & Salvato, C. (2008). Creating Value across generation in Family Controlled Business: The Role of Family Social Capital, *Family Business Review*, 21(3), 259-276.

Meyer, J. W. & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83 (2).

Milan, G.S. & De Toni, D. A. (2012) construção de um modelo sobre a retenção de clientes e seus antecedentes em um ambiente de serviços. *Revista Eletrônica da Administração*, 18 (2).

Miller, D. & Le Breton-Miller, I. (2005). *Managing for the Long Run: Lessons in Competitive Advantage from Great Family Businesses*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Miller, D., & Shamsie, J. (1996). The resource-based view of the firm in two environments: The Hollywood film studios from 1936 to 1965. *Academy of Management Journal*, 39(3), 519–543.

Mingoti, S. A. (2005). *Análise de Dados Através de Métodos de Estatística Multivariada: uma abordagem aplicada*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Mjoen, H., and Tallman, S. (1997). Control and performance in international joint ventures. *Organization science*, 8 (3), 257-274

Mohr, J., & Spekman, R. (1994). Characteristics of partnership success. *Strategic Management Journal*, 15: 135-152

Molina-Morales, F. X. (2001). “Human Capital in the Industrial Districts”, *Human Systems Management*, 20, 319-331

Montemerlo D. (2000). *Il governo delle imprese familiari*, Egea, Milano.

Monteiro, F. D. & Correa A. (2002) BNDES 50 anos – Histórias Setoriais. Indústria: O complexo Têxtil. Disponível em: <<http://bndes.gov.br/siteBNDES/export/sites/default/.../setorial11.pdf>>. Acesso em Outubro de 2014.

Moore, M. & Fairhurst, A. (2003). Marketing Capabilities and Firm Performance in Fashion Retailing. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 1(4), 386-397.

Moran, P. (2005) Structural vs Relational Embeddedness: Social capital and Managerial Performance. *Strategic Management Journal*, 26, 1129 – 1151.

Moran, P., & Ghoshal, S. (1996) Value creation by firms. IN: JB, Keys. LN Dossier. *Academy of Management Best Paper Proceedings*. 41 – 45.

Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, intellectual capital and the creation of value in firms. *Academy of Management Proceedings*, 22, p.35 – 39.

Neves, J. L. (1996) Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. *Cadernos de Pesquisas em Administração*, 1(3).

Newbert, S. (2007). Empirical research on the resource-based view of the firm: An assessment and suggestions for future research. *Strategic Management Journal*, 28(2), 121–146.

Nordqvist, M., Melin, L. (2002). *The dynamics of family firms: an institutional perspective of corporate governance and strategic change*, In Fletcher Denis E. (ed.), *Understanding the small family business*, Routledge studies in small business, Great Britain.

Oliver, C. (1990). Determinants of interorganizational relationships: Integration and future directions. *Academy of Management Review*, 15 (2), 241-265.

Onyx, J., & Bullen, P. (2000). Measuring social capital in five communities. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36,(1), 23-42.

Ottoboni, C., & Pamplona, E. de O. (2001), Proposta de Pesquisa para Avaliar a Necessidade de se Medir o Desempenho Financeiro das Micro e Pequenas Empresas, XXI Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Salvador, Bahia.

Pace, E. S. U., Basso, L. F. C., & Silva, M. A. (2003) Indicadores de desempenho como direcionadores de valor. *Revista de Administração Contemporânea - RAC*, 7 (1), 37-65.

Paldam, M., & Svendsen, G. T. (1999) An essay on social capital. Reflections on a concept linking social sciences. Social Capital Initiative 11, Washington. Disponível em <http://siteresources.worldbank.org/INTSOCIALCAPITAL/Resources/Social-Capital-Initiative-Working-Paper-Series/SCI-WPS-11.pdf>. Acesso em 20 de dezembro de 2013.

Paniccia, I. (1998). One, hundred, thousands of industrial districts. Organizational variety in local networks of small and medium- sized enterprises. *Organizational Studies*, 19(4), 667-699.

Parida, V., Westerberg, M., Ylinenpää, H., & Roininen, S. (2010). Exploring the effects of networking configurations on entrepreneurial orientation and firm performance: An empirical study of new ventures and small firms. *Annals of Innovation and Entrepreneurship*, 1(1), 1-13.

Park, S. H., & Luo, Y. (2001) Guanxi organizational dynamics: Organizational networking in Chinese firms. *Strategic Management Journal*, 22: 455-478

Patton, M. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. London: Sage.

Pearson A.W, Carr J.C., & Shaw J.C., (2008). Toward a Theory of Familiness: A Social Capital Perspective, *Entrepreneurship Theory and Practice*. 32, 949-969.

Pelham, A. (1999). Influence of environment, strategy, and market orientation on performance in small manufacturing firms. *Journal of Business Research*, 45, 33-46.

Pennar, K. (1997). The ties that lead to prosperity: The economic value of social bonds is only beginning to be measured. *Business Week*, December 15: 153-155.

Penrose, E. T. (1959) *The theory of the growth of the firm*. New York: John Wiley.

Peteraf, M. A. (1993). The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource Based View. *Strategic Management Journal*, 14 (3), 179 – 191.

Pettigrew, A. M. (1973) *The Politics of Organizational Decision Making*, London: Tavistock.

Pfeffer, J. & Salancik, G.R. (2003). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Pyke, F. & Sengenberger, W. (1992). Industrial districts and local economic regeneration: research and policy issues. In: Pyke, Frank; Sengenberger, Werner. *Industrial districts and local economic regeneration*. Geneva: International Institute for Labour Studies.

Podsakoff, P.M. & Organ, D.W. (1986) Self-reports in organizational research: problems and prospects. *Journal of Management*, 12, 531-544.

Porter, M. E. (1986). *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. Rio de Janeiro: Campus.

Porter, M. (1999). *Competição: estratégias competitivas essenciais*. Rio de Janeiro: Campus.

Portes, A. (1988) Social capital: its origins and application in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24(1), 1-24.

Portes, A., & Sensenbrenner, J. 1993. Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economic action. *American Journal of Sociology*, 98: 1320-1350.

Poza, E. J. (2007). *Family Business*. Thomson South-Western.

Prado, M. V. (2000) Uma visão econômica do Brasil e da sua indústria têxtil. *Revista Textília*, Rio de Janeiro, 45 (32).

Prefeitura Municipal de Brusque (1999). Dados Sócio-Econômicos de Brusque, Disponível em: <<http://www.brusque.sc.gov.br/socioecon/default.htm>>. Acesso em: 21 set. 2014

Provan, K. G., & Sydow, J. (2008). Evaluating inter-organizational relationships. CROPPER, S.; et al. *The Oxford Handbook of Inter-organizational relations*. Oxford: Oxford University Press (2008).

Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1): 65-78.

Putnam, R. D. (2002). *Comunidade e Democracia: a experiência da Itália moderna*. 3 ed. Rio de Janeiro: FGV.

Rahim, M. A. (1983). A measure of styles of handling interpersonal conflict. *Academy of Management Journal*. 26, 268-376.

Raub, W., & Weesie, J. (1990). Reputation and Efficiency in Social Interactions: An example of Networks Effects, in: *American Journal of Sociology*, 96, 626-654.

Reinartz, W., Krafft, M. & Hoyer, W. D. (2004), The Customer Relationship Management Process: Its Measurement and Impact on Performance. *Journal of Marketing Research*, 41(3), 293-305

Reis Neto, J. F., Muñoz-Gallego, P. A., de Souza, C. C., & Rodrigues, W. O. P. (2013). As Conexões entre Orientação Empreendedora, Capacidade de Marketing e a Percepção do Desempenho Empresarial: Evidências Empíricas das Micro e Pequenas Empresas Varejistas. *Revista de Administração Mackenzie*, 14 (3), 236-271.

Richard, J. R., Timothy, M. D., George, S. Y., & Johnson, G. (2009). Measuring Organizational Performance: Towards Methodological Best Practice. *Journal of Management*. 35, 718 – 804.

Römer-Paakkanen, T (2002). *Family Entrepreneurship in a Retail Chain: the Grocer's Household-Enterprise Complex*. Helsinki: University of Helsinki.

Rosenthal, E. A. (1996). Social networks and team performance. Unpublished doctoral dissertation, University of Chicago.

Rouvinez, D. K. & Ward, J. L. (2005). Introduction and models. In: D. KenyonRouvinez, and J.L. Ward (Eds.), *Family Business Key Issues*. New York: Palgrave MacMillan

Rowley, T., Behrens, D., & Krackhardt, D. (2000) Redundant governance structures: An analysis of structural and relational embeddedness in the steel and semiconductor industries. *Strategic Management Journal*, 21: 369-387.

- Sampaio, C. H. & Perin, M. G. (2004). Orientação para o Mercado, Porte Empresarial e Performance. *Revista de Administração de Empresas*, 44 (3).
- Santos, J. B., & Brito, L. A. L. (2012). Toward a measurement model for subjective firm performance. *Brazilian Administrative Review*, 9, 95-116.
- Santos, E. R., Bitarello, J., Montardo, S., & Pedde, V. (2010) Contrastes regionais que fazem a diferença no Rio Grande do Sul: capital social e desempenho institucional. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, Taubaté, 6 (2), 157-187.
- Schiff, M. (1992). Social capital, labor mobility, and welfare: The impact of uniting states. *Rationality and Society*, 4: 157-175.
- Schmalensee, R. (1985). Do Markets Differ Much? *American Economic Review* 75 (3): 341-351.
- Schmitz, H. (1993). Distritos industriales: modelo y realidad en Baden-Württemberg. In F. Pyke & W. Sergenberger (Eds.), *Los DI y las PYMEs: DI y regeneración económica local* [Colección Economía y Sociología del Trabajo]. (pp. 27-62).
- Sen, A. (2008) The US fashion industry: a supply chain review. *International Journal of Production Economics*. 11(4), 571- 593.
- Selznick, P. (1996). Institutionalism “Old” and “New”. *Administrative Science Quarterly*, 41, (2).
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2013). Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Empreendedorismo no Brasil*. Relatório Executivo.
- Seyferth, G. (1974). *A colonização alemã no Vale do Itajaí-Mirim*. Porto Alegre: Movimento/SAB.
- Shane, S., & Stuart, T. (2002) Organizational endowments and the performance of university start-ups. *Management Science*, 48, 154-170.
- Sharma, P. (2008). Familiness: Capital stocks and flows between family and business. A commentary on ,Clarifying the Familiness Construct: A Social Capital Perspective“ By Allison W. Pearson, Jon C. Carr, and John Shaw. *Entrepreneurship Theory & Practice*.
- Siebert, C. (2001). *Desenvolvimento regional em Santa Catarina*. Blumenau: Ed. Furb.
- Simmel, G. (1950). *The Sociology of Georg Simmel*. Free Press New York
- Simon, L., & Davies, G. (1996). A contextual approach to management learning. *Organization Studies*, 17 (2) 69-289.

- Simon, D. G., & Hitt, M. A. (2003). Managing Resources: Linking Unique Resources, Management, and Wealth Creation in Family Firms. *Entrepreneurship: theory and practice*.
- Sindimalhas (2014). *Sindicato das Indústrias Têxteis de Malhas do Estado de Minas Gerais*, 20 Fevereiro 2004. Disponível em: http://www.sindimalhas.com.br/estudos_conteudo,14,6.html. Acesso em: 20 de Novembro 2014.
- Smart, A. (1993). Gifts, bribes, and guanxi: A reconsideration of Bourdieu's social capital. *Cultural Anthropology*, 8: 388-408.
- Soda, G., & Zaheer, A. (2012) A Network Perspective on Organizational Architecture: Performance Effects of the Interplay of Formal and Informal Organization. *Strategic Management Journal*. 33 (6), 751-771.
- Sorenson, R.L. & Bierman, L. (2009). Family capital, family business and free enterprise. *Family Business Review* (22), 3, 193-196,
- Sorenson, R. L., Goodpaster, K. E., Herdberg, P. R. & Yu, A. (2009) The family point of view, family social capital and firm performance: an exploratory test. *Family Business Review*, 22 (3), 239-253.
- Statistical Package for the Social Sciences (2012) (Versão20.0). [Computer program].Chicago: SPSS Inc.
- Swan, J. A., & Newell, S. (1995). The role of professional associations in technology diffusion. *Organizational Studies*, 16(5), 847-872.
- Tabachnick, B. G., & Fidel, L. S. (2001). *Using multivariate statistics* (4th ed.) Boston: Allyn & Bacon.
- Tagiuri, R., & Davis, J. A. (1996). Bivalent attributes of the family firm. *Family Business Review*, 9(2), 199–208.
- Thomas, C. Y. 1996. Capital markets, financial markets and social capital. *Social and Economic Studies*, 45(2 & 3): 1-23.
- Thorpe, R., & Clarke, J. (2008). Performance in Small Firms. In R. Thorpe, & J. Holloway (Ed.), *Performance Management: Multidisciplinary Perspectives*. New York: Palgrave Macmillan.
- Thorelli, H. B. (1986). Networks : Between Market and Hierarchies. *Strategic Management Journal*, 7, 37-51

Travaglini, C. (2012). The generation and re-generation of social capital and enterprises in multi-stakeholders social cooperative enterprises: a system dynamic approach. *Revista de Administração*, 47 (3).

Upton, N., & Sexton D. L. (1987). *Family business succession: the female perspective*, in *Proceedings of 32nd annual world conference of the ICSB*, 313-318;

Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks: the paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42; 35-67.

Valejos, R.V.(2005) *Um modelo para formação de empresas virtuais no setor de moldes e matrizes*. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: a comparison of approaches. *Academy of Management Review*, 1, (4), 801–814.

Verschoore, J. R. S. (2006). *Redes de Cooperação Interorganizacionais: A Identificação de Atributos e Benefícios para um Modelo de Gestão*. Tese de Doutorado – Escola de Administração, Programa de Pós Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS.

Walker, G. (1998). Strategy and network formation. In *Advances in Strategic Management*. vol. 15, Baum JAC (ed) JAI Press: Greenwich, CT; 149-165.

Walter, A., Auer, M., & Ritter, T. (2006). The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of Business Venturing*, 21(4), 541–567.

Watson, G. W., & Papamarcos, S. (2002) Social capital and organizational commitment. *Journal of Business and Psychology*, 16 (4), 537 – 552.

Ward, J. L. (1997). Growing the family business: Special challenges and best practices. *Family BusinessReview*, 10(4), 323–337.

Wegner, D. (2011). *Governança, gestão e capital social em redes horizontais de empresas: uma análise de suas relações com o desempenho das empresas participantes*. Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. RS, Brasil.

Wegner, D, Koetz, C. I. & Wilk, E. O. (2013). Social Capital in Brazilian small-firm networks: the influence on business performance. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 20 (4).

Wegner, D., & Maehler, A. E. (2012). Desempenho de Empresas Participantes de Rede Interorganizacional: Analisando a Influência do Capital Social e da Capacidade Absortiva. *Revista Gestão e Planejamento*, 13(2), 191 – 211.

Welman, C., Kruger, F., & Mitchell, B. (2005). *Research Methodology*. Capetown: Oxford University Press.

Wengraf, T. (2001) *Qualitative Research Interviewing: Biographic Narrative and Semi-Structured Methods*. Thousand Oaks, Ca ; London : Sage Publication.

Westhead, P., & Cowling, M (1998). Family Firm research: the need for a methodological rethink. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23, 31-35.

Westlund, H. (2006). Social capital in the knowledge economy: Theory and empirics. Berlin: Springer.

Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-180.

Whittington, K. B., Owen-Smith, J., & Powell, W. W. (2009). Networks, Propinquity, and Innovation in Knowledge-intensive Industries. *Administrative Science Quarterly*, 54, 90-122.

Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, 27: 151-208.

Wong, P., & Ellis, P.D. (2002). “Social ties and partner identification in Sino-Hong Kong international joint ventures”. *Journal of International Business Studies*, 33(2), 267-289.

Xiao, Z., & Tsui, A. S. (2007). When brokers may not work: The cultural contingency of social capital in Chinese high-tech firms. *Administrative Science Quarterly*, 52, 1-31.

Yiu, D. W., & Lau, C.M. (2008) Corporate entrepreneurship as resource capital configuration in emerging market firms. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 32: 37-57.

ANEXO I – INSTRUMENTO DE PESQUISA SOB CAPITAL SOCIAL E DESEMPENHO
PESQUISA SOBRE CAPITAL SOCIAL E DESEMPENHO EM UMA
AGLOMERAÇÃO TERRITORIAL

Prezado (a) Gestor (a),

Este questionário tem por objetivo coletar dados para a conclusão de dissertação de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Brasília.

O objetivo dessa pesquisa é identificar como os relacionamentos desenvolvidos pelas firmas do setor têxtil de vestuário impactam no desempenho das organizações. Dessa forma, os resultados dessa pesquisa ajudarão os empresários do setor a identificar se os relacionamentos atualmente mantidos entre si e com outras organizações é um aspecto positivo, bem como formas de desenvolver esses relacionamentos.

Destacamos que o trabalho investiga somente aquelas organizações que se dedicam à fabricação de confecções de vestuário com seus respectivos fornecedores. Para participarem as empresas devem estar localizadas em Brusque, Guabiruba, Botuverá, Nova Trento, Gaspar ou Ilhota.

O tempo de resposta do questionário é de aproximadamente 14 minutos. Gostaríamos de ressaltar que toda informação será coletada anonimamente e com confidencialidade. Destacamos que esse trabalho conta com o apoio da AMPE-Br. A participação do(a) Sr(a) é bastante importante e caso deseje, ficaremos felizes em compartilhar com sua empresa os resultados dessa dissertação uma vez tendo concluído o trabalho.

Agradecidos,

Gustavo da Nóbrega

Mestrando

Universidade de Brasília

PPGA – Programa de Pós-Graduação em Administração

Curso de Mestrado em Administração –

E-mail: gustavojdnobrega@gmail.com

Fone: (61) 8254–8493

Prof. Dr. Valmir Emil Hoffmann

Orientador

Universidade de Brasília

PPGA – Programa de Pós-Graduação em Administração

E-mail: ehoffmann@unb.br

Fone: (61) 3107-0759

Todas as afirmações da pesquisa procuram representar características passíveis de uso nas empresas e não indicam situações de boa ou má gestão.

BLOCO I – Perfil da Empresa

O objetivo deste primeiro bloco é identificar o perfil do respondente e da empresa verificando o tamanho da organização, sua idade, a classificação em empresa familiar ou não familiar além do estágio de processo produtivo da firma na aglomeração territorial de Brusque, ou seja, se diz respeito a uma empresa que vende diretamente produtos ou serviços aos consumidores finais da aglomeração territorial ou para outras empresas dentro da aglomeração.

1.1 Dados do entrevistado:

a) Sexo:	b) Idade:
c) Escolaridade completa: <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental <input type="checkbox"/> Ensino Médio <input type="checkbox"/> Ensino Superior <input type="checkbox"/> Pós Graduação	
d) Cargo na empresa: Qual das opções a seguir melhor descreve sua posição na empresa: <input type="checkbox"/> Membro do Conselho de Administração <input type="checkbox"/> Diretor ou gerente (com participação na sociedade) <input type="checkbox"/> Diretor ou gerente (sem participação na sociedade) <input type="checkbox"/> Outros: _____	
e) Tempo de experiência na posição: <input type="checkbox"/> 0 a 1 ano <input type="checkbox"/> mais de 1 a 2 anos <input type="checkbox"/> mais de 2 a 5 anos <input type="checkbox"/> mais de 5 anos	
f) Tempo de trabalho na empresa: <input type="checkbox"/> 0 a 1 ano <input type="checkbox"/> mais de 1 a 2 anos <input type="checkbox"/> mais de 2 a 5 anos <input type="checkbox"/> mais de 5 anos	

1.2 Dados da Empresa

1.2.1 Há quantos anos a empresa opera nesse setor?

- até 2 anos.
- mais de 2 até 5.
- mais de 5 até 10 anos.
- mais de 10 anos.

1.2.2 Porte de empresa: Quais das opções abaixo a sua empresa se encaixa?

<input type="checkbox"/> Microempresa	Receita Bruta Anual até R\$ 785.850,68
<input type="checkbox"/> Empresa de Pequeno Porte	Receita Bruta Anual entre R\$ 785.850,69 e R\$3.864.848,32
<input type="checkbox"/> Empresa de Médio Porte	Receita Bruta Anual entre R\$3.864.848,33 e Receita Operacional Bruta inferior a R\$ 90.000.000,00
<input type="checkbox"/> Empresa de Médio Grande Porte	Receita Operacional Bruta entre R\$ 90.000,00 e R\$ 300.000.000,00
<input type="checkbox"/> Empresa de Grande Porte	Receita Operacional Bruta superior R\$ 300.000.000,00

1.2.3 O capital da empresa está concentrado (mais de 25% do patrimônio) em um grupo familiar.

- Sim
 Não

Caso a resposta da questão anterior tenha sido “sim”, responda às duas próximas questões.

1.2.4 Existem membros de distintas gerações atuando na empresa?

- Sim
 Não

1.2.5 Quantos membros da família atuam no negócio

- até 2
 3 a 5
 mais de 5

1.2.6 Indique o percentual da(s) etapa(s) do processo realizada dentro de sua empresa

	Não realiza	1 até 25%	26% a 50%	51% a 75%	76% a 100%
Fiação					
Tecelagem					
Tinturaria					
Criação (desenho)					
Corte					
Costura					
Acabamento (bordado, estamparia, etc)					
Embalagem					
Expedição					
Comercialização do produto final (varejo ou atacado)					

1.2.7 Os produtos ou serviços oferecidos pela sua empresa são vendidos para

- () outras empresas da região de Brusque, Guabiruba, Botuverá, Nova Trento, Gaspar ou Ilhota
- () para empresas de outras regiões.
- () para o consumidor final da aglomeração territorial de Brusque, Guabiruba, Botuverá, Nova Trento, Gaspar ou Ilhota
- () para consumidor final de outras regiões.

ANEXO II – ROTEIRO DE ENTREVISTA – AGLOMERAÇÃO TERRITORIAL TÊXTIL-CONFECÇÃO DE BRUSQUE

IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO

- FORMAÇÃO ACADÊMICA
- EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL
- TEMPO DE EXPERIÊNCIA NO SETOR TÊXTIL

ANÁLISE DA AGLOMERAÇÃO TERRITORIAL

- HISTÓRIA DO DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO DE BRUSQUE;
- HISTÓRIA DO DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA TÊXTIL-CONFECÇÃO DE BRUSQUE;
- PRINCIPAIS DIFICULDADES DO DESENVOLVIMENTO DESSA INDÚSTRIA;
- PRINCIPAIS ATIVIDADES QUE GERAM RECEITA PARA A REGIÃO DE BRUSQUE;
- PRINCIPAIS ENTIDADES DE SUPORTE PARA O DESENVOLVIMENTO DA AGLOMERAÇÃO TÊXTIL-CONFECÇÃO DE BRUSQUE;
- PRINCIPAIS FORMAS DE COOPERAÇÃO ENTRE AS ENTIDADES DE SUPORTE DA AGLOMERAÇÃO TÊXTIL-CONFECÇÃO DE BRUSQUE;
- PRINCIPAIS PRODUTOS DA COOPERAÇÃO ENTRE AS ENTIDADES DE SUPORTE DA AGLOMERAÇÃO TÊXTIL-CONFECÇÃO DE BRUSQUE;
- PARTICIPAÇÃO DO SEBRAE NO DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO;
- PARTICIPAÇÃO DA AMPE NO DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO;
- PARCERIAS ENTRE A AMPE E O SEBRAE;
- CONSIDERAÇÕES GERAIS SOBRE O DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA TÊXTIL-CONFECÇÃO DE BRUSQUE

ANEXO III – ROTEIRO DE ENTREVISTA – INDÚSTRIA TÊXTIL-CONFECÇÃO

IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO

- FORMAÇÃO ACADÊMICA
- EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL
- TEMPO DE EXPERIÊNCIA NO SETOR TÊXTIL

ESTRUTURA DA INDÚSTRIA

- DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA TÊXTIL-CONFECÇÃO NO BRASIL;
- ESTÁGIOS DA CADEIA PRODUTIVA TÊXTIL-CONFECÇÃO;
- CARACTERÍSTICA DAS EMPRESAS QUE OPERAM EM CADA ETAPA DA CADEIA PRODUTIVA;
- PRINCIPAIS INSUMOS E PRODUTOS DA CADEIA PRODUTIVA TÊXTIL-CONFECÇÃO;
- FATORES QUE AFETAM A DIVERSIDADE DA CADEIA PRODUTIVA TÊXTIL-CONFECÇÃO;
- GRAU DE VERTICALIZAÇÃO E AUTOMAÇÃO DA CADEIA;
- FATORES QUE AFETAM A COMPETITIVIDADE DA INDÚSTRIA TÊXTIL-CONFECÇÃO;
- CICLO DE VIDA DOS PRODUTOS TÊXTEIS;
- PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DESSA INDÚSTRIA.

