



B209

## O Impacto da Confiança na Satisfação e na União Entre os Membros nas Redes Interorganizacionais da (SEDAI/RS)

**Edgar Reyes Junior** – Mestrando PPGA Unisinos

**Maria de Lourdes Borges** - Mestranda PPGA Unisinos

**Alexandre Souza Perucia** - Mestrando PPGA Unisinos

**Resumo:** Diante da globalização, as redes interorganizacionais surgem como alternativa para reestruturação setorial. O objetivo deste estudo é analisar os efeitos da confiança na satisfação e na união dos membros nas redes interorganizacionais do SEDA/RS, através da aplicação do instrumento de mensuração da confiança aplicada originalmente em cooperativas agrícolas americanas (HANSEN, MORROW Jr. e BATISTA, 2002). Considerou-se as dimensões cognitiva e afetiva da confiança (LEWIS & WIEGERT, 1985; McALLISTER, 1995) vistas como partes do processo da confiança geral. A partir do método quantitativo, aplicou-se 144 questionários em empresas participantes do programa Redes de Cooperação da SEDA/RS. Os resultados da pesquisa indicam que a uma análise quantitativa dos aspectos envolvendo a confiança ainda se encontram bastante difusos e com baixa capacidade explicativa no que tange a seu impacto na satisfação e na união entre os membros de redes interorganizacionais.

**Palavras-chave:** Redes interorganizacionais, confiança, globalização.

**Área temática:** Reestruturação setorial no contexto da globalização.

## L'impact de la confiance sur la satisfaction et l'union entre les membres des réseaux inter-organisationnels de la SEDA (RS)

**Résumé :** Face à la globalisation, les réseaux inter-organisationnels surgissent comme une alternative pour la restructuration sectorielle. L'objectif de cette étude est d'analyser les effets de la confiance dans la satisfaction et l'union des membres dans les réseaux inter-organisationnels du SEDA (RS) à travers l'application de l'instrument de mesure de confiance appliqué initialement dans des coopératives agricoles américaines (HANSEN, MORROW Jr. et BATISTA, 2002). Nous avons considéré les dimensions cognitive et affective de la confiance (LEWIS & WIEGERT, 1985 ; McALLISTER, 1995) vues comme des parties du processus de la confiance générale. A partir de la méthode quantitative, nous avons appliqué 144 questionnaires dans des entreprises participant au programme *Redes de Cooperação da SEDA/RS* (Réseaux de Coopération de la SEDA/RS). Les résultats de la recherche indiquent, par une analyse quantitative des aspects en ce qui concerne la confiance, qu'ils sont encore assez imprécis et peu à même d'expliquer ce qui touche à l'impact sur la satisfaction et l'union entre les membres des réseaux inter-organisationnels.

**Champ thématique :** Gestion internationale et aspects multiculturels.

**Mots-clés :** réseaux inter-organisationnels, confiance, globalisation.

## Introdução

Pensar o mundo como uma sociedade global inclui pensar as relações, os processos e as estruturas econômicas, políticas, demográficas, geográficas, históricas, culturais e sociais, que se desenvolvem em escala mundial. Tais transformações associadas à conformação da nova ordem mundial implicam em importantes readaptações e reestruturações que afetam a hierarquia política e econômica de diferentes segmentos dentro das sociedades e as várias atividades e setores produtivos (CASSIOLATO & LASTRES, 1998).

A reestruturação setorial perpassa a formação da empresa rede (*network firm*), a qual engloba todo o tipo de colaborações e relações inter e intra-firma, intensifica a

montagem e operação de redes de fornecimento de insumos, equipamentos, serviços, produção, distribuição e consumo. Tal tendência, além de se cristalizar como formato mais eficiente e competitivo, tende também a assumir dimensões globais (LASTRES et al, 1998). As redes interorganizacionais são importantes para o enfrentamento deste novo modelo competitivo, contribuindo para o desenvolvimento regional.

A configuração em rede consiste em uma forma eficaz para as empresas alcançarem competitividade nos mercados por meio de complexo ordenamento de relacionamentos, em que as firmas estabelecem inter-relações (BALESTRIN & VARGAS, 2004). Para Marcon & Moinet (2001) a confiança é uma das regras universais das redes, independentemente da cultura. Os relacionamentos interorganizacionais tem se tornado uma importante forma de competição empresarial (PEREIRA et al., 2004) e o papel da confiança nestas relações tem se mostrado cada vez mais popular nos estudos organizacionais (HARDY, et al., 2002;). Para Sako (1992) existem evidências para a influência da confiança no desempenho empresarial.

Em função do exposto, este trabalho busca analisar o impacto da confiança na satisfação e na união dos membros das redes interorganizacionais da Secretaria do Desenvolvimento e dos Assuntos Internacionais do Estado do Rio Grande do Sul (SEDAI/RS) através da utilização do instrumento de mensuração da confiança aplicado originalmente em cooperativas agrícolas americanas (HANSEN, MORROW Jr. e BATISTA, 2002), baseado no trabalho anterior dos mesmos autores (MORROW, HANSEN e BATISTA, 1999), validado para o contexto das redes da SEDA/RS em Perucia et al. (2006).

Portanto este artigo nortear-se-á através da seguinte questão de pesquisa: **Qual o impacto da confiança na satisfação e na união dos membros nas redes interorganizacionais da SEDA/RS conforme os construtos de Hansen et al. (2002)?**

Considera-se as dimensões cognitiva e afetiva da confiança (LEWIS & WIEGERT, 1985; McALLISTER, 1995) vistas como partes do processo da confiança geral. Este trabalho pretende identificar estas formas de confiança através do instrumento estatístico usando análise de regressão múltipla, pois tem-se como objetivo característica dos aspectos preditivos da relação entre as variáveis envolvidas na análise.

A partir do método quantitativo, aplicou-se 144 questionários em 14 redes de empresas participantes do programa Redes de Cooperação da SEDA/RS, existente desde o ano de 2000 busca promover o desenvolvimento da cultura associativa entre micro e pequenas empresas. A idéia central do programa é reunir empresas com interesses comuns em Redes de Cooperação, constituindo uma entidade juridicamente estabelecida, sem quotas de capital, que mantém a independência legal e a individualidade de cada empreendimento participante. A intenção da SEDA através da formação de Redes nos segmentos de indústria, comércio e serviços é permitir a realização de ações conjuntas, facilitando a solução de problemas comuns e viabilizando novas oportunidades (SEDAI, 2006).

## 1. Revisão Teórica

### 1.1 Globalização e a reestruturação setorial

Na França, a palavra é *mondialisation*, na Espanha e na América Latina *globalización*, na Alemanha *Globalisierung* (GIDDENS, 2003), no Brasil globalização. A globalização não é somente nova, mas revolucionária. "A globalização é política, tecnológica e cultural, tanto quanto econômica" (GIDDENS, 2003, p.21). O paradigma clássico, fundado na reflexão sobre a sociedade nacional, está sendo subsumido formal e realmente pelo novo paradigma, fundado na reflexão sobre a sociedade global. O conhecimento acumulado sobre a sociedade nacional não é suficiente para esclarecer as configurações e os movimentos de uma realidade que já é sempre internacional, multinacional, transnacional, mundial ou propriamente global (IANNI, 1994). As conseqüências da globalização acabam por se fazer conhecer gradualmente, uma vez que "junto com a globalização do grande

capital, ocorre a fragmentação do mundo do trabalho, a exclusão de grupos humanos, o abandono de continentes e regiões, a concentração da riqueza em certas empresas e países, a fragilização da maioria dos Estados, e assim por diante” (BENJAMIM et al, 1998, p. 33).

Diante dessa nova perspectiva Lastres, Cassiolato e outros (1998) alertam para a substituição paulatina de tecnologias intensivas em capital e energia e de produção estandardizada e de massa, para as tecnologias intensivas em informação. O conhecimento torna-se um ativo primordial de competição e novas formas de organização e interação entre as empresas favorecem rápidas mudanças nas estruturas de pesquisa, produção e comercialização. A principal expressão organizacional deste conjunto de mudanças é a formação de redes de todo o tipo, maximizando o potencial oferecido pelos novos meios técnicos disponibilizados pelo desenvolvimento e barateamento dos bens e serviços gerados particularmente pelos setores de informática e telecomunicações.

Desta maneira, através do entendimento de que a reestruturação setorial perpassa a formação da empresa rede (*network firm*), a qual engloba todo o tipo de colaborações e relações inter e intra-firma, intensifica a montagem e operação de redes de fornecimento de insumos, equipamentos, serviços, produção, distribuição e consumo. Tal tendência, além de se cristalizar como formato mais eficiente e competitivo, tende também a assumir dimensões globais, onde os principais agentes são as grandes organizações transnacionais que mais rapidamente conseguem fazer uso das inovações técnicas e organizacionais disponibilizadas pelo novo padrão em difusão (LASTRES et al, 1998).

No pós-fordismo, os atributos de flexibilidade e rapidez de adaptação às demandas do mercado, características de muitas micro, pequenas e médias empresas são valorizadas. As micro, pequenas e médias empresas vêm sendo há muito tempo alvo de atenção de analistas econômicos devido a seu potencial de geração de renda e de emprego (La ROVERE, 1999). A capacidade de empresas de pequeno e médio porte se conectarem em redes, tanto entre si como com grandes empresas, passou a depender da disponibilidade de novas tecnologias, uma vez que o horizonte das redes tornou-se global. A empresa em rede é a forma organizacional da economia informacional/global, pois é intelectualmente mais satisfatório entender que as organizações bem-sucedidas são aquelas capazes de gerar conhecimentos e processar informações com eficiência; adaptar-se à geometria variável da economia global; ser flexível o suficiente para transformar seus meios tão rapidamente quanto mudam os objetivos sob o impacto da rápida transformação cultural, tecnológica e institucional; e inovar, já que a inovação torna-se a principal arma competitiva (CASTELLS, 1999).

Para Friedman (2005) o achatamento do mundo apresentou novas oportunidades, novos desafios, novos parceiros, mas também novos perigos. “Neste mundo aplainado, o atributo mais importante que se pode possuir é a imaginação criativa – a capacidade de ser o primeiro do quarteirão a compreender de que modo todos esses instrumentos de capacitação podem ser reunidos de maneiras novas e excitantes para criar produtos, comunidades e lucros” (FRIEDMAN, 2005, p.454). As organizações em rede podem mostrar-se eficazes para enfrentar estes desafios.

## 1.2 Redes de Empresas

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

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

A cooperação entre as empresas, na forma de redes, desponta como uma quebra paradigmática na forma de condução dos negócios, pois compreende-se por rede interorganizacional uma organização composta por um conjunto de empresas com objetivos comuns, formalmente relacionadas, com prazo ilimitado de existência, de escopo variado de atuação, na qual cada membro mantém sua individualidade legal, apresenta a possibilidade de participar diretamente das decisões e de dividir simetricamente com os demais os benefícios e os ganhos alcançados pelos esforços coletivos (VERSCHOORE, 2004).

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

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

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

### 1.3 Conceito de Confiança

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

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



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

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

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

A manifestação da confiança no nível cognitivo da experiência é alcançado quando os atores sociais já não necessitam ou querem evidências adicionais para confiar. O elemento cognitivo em confiança é caracterizado por um 'salto' cognitivo além das expectativas que a razão e a experiência sozinha autorizaria, os quais são a sua base (LEWIS & WEIGERT, 1985). Para Luhmann (1979) o processo cognitivo sobressai da base informacional.

Para Fine & Holyfield (1996) a perspectiva que enfatiza o componente cognitivo é necessária, mas não suficiente. Não somente se pensa em confiança, mas a sente em um mundo de significados culturais, respostas emocionais e relações sociais. McAllister é entendido como um autor que compreende confiança do contexto do relacionamento (ROUSSEAU *et al.*, 1998), para o qual os laços emocionais que ligam indivíduos podem fornecer a base para a confiança, assim como sua importância nos relacionamentos de base afetiva e na qualidade do comportamento interpessoal (McALLISTER, 1995).

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

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

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

cognitiva e afetiva, mas pode também ser baseada em outros tipos de avaliações (MORROW *et al.*, 1999).

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

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

Bollen & Hoyle apud Hansen et. al. (2002) argumentam que um senso de pertencimento e sentimento de moralidade poderiam ser afetados pelos processos cognitivos e afetivos em diferentes formas. No nível cognitivo os indivíduos fazem julgamento do pertencimento usando informações guardadas em suas experiências passadas com outros membros ou com o grupo como um todo. No nível afetivo os julgamentos são baseados em sentimentos que refletem satisfação em suas experiências com outros membros do grupo. Para estes autores, o indivíduo toma a decisão de sentimentos de moralidade baseados em respostas afetivas globais de pertencimento no grupo, isto sugere, conforme interpretação de Hansen et al. (2002), que o entusiasmo em permanecer no grupo está largamente baseado em elementos afetivos de modos, sentimentos ou emoções, portanto o sentimento de confiança é maior do aspecto afetivo do que o cognitivo. Conseqüentemente isso suporta a seguinte hipótese:

**Hipótese 1: A confiança afetiva entre os membros da rede causa um maior impacto na união do que a confiança cognitiva.**

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

**Hipótese 2: A confiança cognitiva tem maior impacto na satisfação que a afetiva.**

A partir do entendimento de que a satisfação é produto de um efeito da confiança tanto cognitiva quanto afetiva (HANSEN et al., 2002), pode-se compreender que a confiança geral provoca “ondas” que se refletem na satisfação dos membros em relação à rede, uma vez que a confiança geral é entendida como uma avaliação total da confiabilidade que alguém tem para com um indivíduo, um grupo ou uma organização (MORROW et al., 1999). Portanto, a seguinte hipótese é suportada:

**Hipótese 3: A confiança geral tem impacto no nível de satisfação dos membros da rede.**

Para Bollen e Hoyle apud Hansen et. al. (2002) coesão é entendida como o senso de pertencimento de um indivíduo a um grupo particular e seu sentimento de moralidade associada com outros membros do grupo, pois para estes autores, sem um senso de pertencimento, os membros do grupo não desejam continuar com esta associação. Como a satisfação é produto de um efeito da confiança tanto cognitiva quanto afetiva, pode-se compreender que a confiança geral provoca “ondas” que se refletem na satisfação dos membros em relação à rede (HANSEN et al., 2002). Se união é um senso de pertencimento sem o qual não já há o desejo dos membros de um grupo em continuar com a associação e se a satisfação é entendida como um efeito (ondas) da confiança (HANSEN et al., 2002), então a seguinte hipótese é suportada:

**Hipótese 4: A união tem efeito positivo no nível de satisfação dos membros para com a rede.**

### 1.3 Referencial Estatístico

Alguns métodos estatísticos desempenham papel relevante no desenvolvimento do presente estudo como a análise fatorial e regressão.

O uso da Análise Fatorial (AF) no estudo de escalas de avaliação é bastante amplo e antigo, sua criação e desenvolvimento estiveram intimamente ligados à análise de dados psicométricos. Sua origem data do início do século, quando Spearman desenvolveu um método para a criação de um índice geral de inteligência (fator "g") com base nos resultados de vários testes (escalas), que supostamente refletiriam essa aptidão. Tratava-se de um primeiro método de AF, adequado para a estimação de um único fator (SPEARMAN, 1904). No início, os métodos apresentavam uma característica mais empírica do que formal. Em 1940, com Lawley, surge um primeiro trabalho com maior rigor matemático (em termos de inferência estatística), o que fez com que se aumentasse a aceitação dessas técnicas, nesse meio (FACHEL, 1976).

A utilização da Regressão Múltipla (RM), por sua vez, baseia-se na premissa da existência de relações entre as variáveis e pretende analisar os efeitos destas variáveis relacionadas sobre uma outra. Para a pesquisa de confiança essas técnicas são muito úteis, pois envolvem variáveis independentes correlacionadas. Desta forma a RM, com a avaliação dos efeitos e relações existentes entre as variáveis, define uma equação da reta que representa a melhor predição de uma variável dependente a partir de diversas variáveis independentes. Esta equação representa um modelo aditivo, no qual as variáveis preditoras somam-se na explicação da variável critério. Para que o uso desta equação seja eficaz na predição da variável dependente em estudo, o pesquisador deve examinar previamente os pressupostos da RM, bem como identificar as conseqüências da sua violação (ABBAD & TORRES, 2002). Entre os pressupostos citados por Tabachnick e Fidell (2001), estão: (1) a multicolinearidade, (2) a singularidade, (3) a homogeneidade nas variâncias, (4) a normalidade e (5) a linearidade. Adicionalmente . Hair et. al.(2005) sinaliza que tais variáveis devem ser métricas.

Embora seja imprescindível que o pesquisador examine esses pressupostos antes de iniciar suas análises, nota-se que a RM é um modelo eficaz contra a violação de grande parte dos pressupostos. Por exemplo, no caso da inclusão de variáveis multicolineares ou singulares nas análises, o pesquisador estará perdendo graus de liberdade, o que

conseqüentemente reduz o poder estatístico de suas conclusões (ABBAD & TORRES, 2002).

Este estudo particular está baseado na premissa de que a confiança, em suas diferentes formas, impacta tanto na satisfação, como também na união dos membros das redes da SEDAI/RS. A utilização da RM para a compreensão do impacto da confiança na satisfação dos membros e na união nas redes interorganizacionais da SEDAI/RS é a técnica mais apropriada, pois é definida como um conjunto de técnicas estatísticas que possibilita avaliação do relacionamento de uma variável dependente com diversas variáveis independentes (TABACHNICK E FIDELL 2001), neste caso, a influência das diversas dimensões de confiança na união e satisfação da rede de empresas.

## 2. Metodologia

A metodologia empregada caracteriza o trabalho como pesquisa empírica e exploratória, pois está direcionada a um processo de descobertas e também descritiva transversal, pois visa medir determinadas características atreladas à questão de pesquisa, em um determinado momento do tempo (HAIR, 2005).

O presente trabalho foi realizado a partir de um estudo anterior de Perucia et al (2006) que buscou a validação de um instrumento de mensuração de confiança. Tendo como objetivo a percepção completa do processo define-se as seguintes etapas constituintes da pesquisa: **validação do instrumento de medida de confiança, abordagem de coleta de dados, análise quantitativa dos dados, resultados e conclusões** acerca da confiança e sua relação com a satisfação e união das redes do programa SEDAI/RS.

### 2.1 Validação do instrumento de medida de confiança

Com o objetivo de se verificar a existência das dimensões afetiva e cognitiva como parte do processo geral de confiança, existente nas redes de empresas integrantes do programa da SEDAI/RS, utilizou-se uma escala de medição de confiança norte-americana desenvolvida por Morrow, Hansen e Batista (1999). A pesquisa original foi aplicada em 71 membros de uma cooperativa formada por fazendeiros do mercado de grãos do sudeste dos Estados Unidos da América no ano de 1999, obtendo resultados estatísticos que evidenciam os construtos de confiança. Neste estudo, foi analisada a confiança entre os membros da cooperativa e entre membros e gerentes.

Em seu estudo, Morrow et al. (1999) pode identificar a presença de elementos que descrevem a confiança geral em dimensões de confiança afetiva e cognitiva. A escala de medição é composta por três construtos (confiança geral, confiança afetiva e confiança cognitiva) compondo 22 itens do tipo LIKERT de 5 e 7 pontos. Os construtos de confiança afetiva e cognitiva são compostos de 9 itens cada, enquanto que o construto de confiança geral recebe 4 itens. O questionário foi originalmente escrito em inglês, o que exigiu um processo de tradução para a língua portuguesa. Para realizar este processo, o questionário original passou por duas fases de tradução, realizada por profissionais com fluência nos idiomas português e inglês: a tradução do inglês para o português e sua posterior tradução reversa para o inglês.

O estudo reproduziu a análise quantitativa abordada no artigo "*Measurement Issues in Trust Research: Are We Measuring What We Think We're Measuring?*" (Morrow et al., 1999) de forma a identificar como os construtos de confiança seriam reconhecidos entre os empresários no contexto das redes de empresas do programa Redes de Cooperação da SEDAI/RS. Dada às peculiaridades das redes gaúchas, o estudo focou-se na confiança entre os membros da rede (diferentemente do estudo norte-americano que enfatizou a confiança na relação membro-membro e membro-gerência).

Para este estudo foi realizada uma análise fatorial nos 22 itens da escala para identificar os construtos de confiança a partir de uma amostra de 110 respondentes. O tamanho da amostra está condizente com Hair et. al.(2005) que sugere o tamanho mínimo da amostra



de cinco vezes o número de variáveis. Utilizou-se de uma técnica de análise fatorial utilizando opção Varimax para gerar uma solução rotacionada. Optou-se por uma carga fatorial mínima de 0,7 para cada item da escala e na análise de construto (alfa de Cronbach) utilizou-se 0,7 como coeficiente mínimo de coerência. Os três fatores mais relevantes identificaram, respectivamente Confiança Geral (4 itens com carga de ,755 a ,85), Confiança Cognitiva (3 itens com cargas de 0,68 a 0,73) e Confiança (3 itens com cargas de 0,72 a 0,77). Note que a confiança cognitiva apresentou um item abaixo do nível mínimo 0,7 e foi mantido para a análise posterior de construto. Os coeficientes Alfa foram 0,87 para Confiança Geral, 0,72 para Confiança Afetiva e 0,66 para Confiança Cognitiva, este último confirmando problemas de precisão do construto, o que assemelha-se ao estudo de Morrow *et al.* (1999) que indicou problemas de confiabilidade na coerência do construto de confiança cognitiva.

## 2.2 Abordagem da coleta de dados

A abordagem de coleta de dados seguiu uma técnica de amostragem não-probabilística por conveniência e a coleta de dados foi obtida através de método *survey* com uso de questionário estruturado (HAIR, 2005).

A população alvo da pesquisa é composta das empresas participantes do programa Redes de Cooperação da SEDAI/RS (Secretaria do Desenvolvimento e dos Assuntos Internacionais do Estado do Rio Grande do Sul). A seleção da SEDAI/RS deve-se a sua relevância na formação e o desenvolvimento de 120 redes, o qual envolveu cerca de 2.500 micro e pequenas empresas, gerando e mantendo aproximadamente 30 mil postos de trabalho. O programa recebeu o prêmio Gestão Pública e Cidadania 2003, conferido pela Fundação Getúlio Vargas, Fundação Ford e pelo BNDES (SEDAI, 2005).

Foram entrevistados empresários de 14 redes de empresas, nas reuniões ordinárias de trabalho, estabelecidas pelas próprias redes com os seus associados, de 16 de Julho a 7 de Agosto. Desta atividade, obteve-se uma amostra total de 144 respondentes sendo que posteriormente foram descartados os questionários incompletos e inconsistentes, gerando uma amostra final de 110 respondentes.

## 2.3 Análise quantitativa dos dados

Com as variáveis representativas da união, satisfação e dos construtos de confiança já selecionadas (quadros 1 a 4), aplicou-se três tipos de análise de regressão para testar as hipóteses da pesquisa: **a análise bivariada para a hipótese 4, análise múltipla para as hipóteses 1 e 2 e análise múltipla hierárquica para a hipótese 3.**

Para as hipóteses união e satisfação representaram as variáveis dependentes, enquanto que os construtos Confiança Geral (4 variáveis), Confiança Afetiva (3 variáveis) e Confiança Cognitiva (3 variáveis) representaram as variáveis independentes. Especialmente na hipótese 4 a satisfação é definida como variável dependente e a união como a variável independente.

Para as variáveis relevantes no teste de cada hipótese foram verificados os pressupostos sugeridos por Tabachnick e Fidell (2001) adotando critérios adequados ao estudo:

**Quadro 1: variáveis selecionadas para análise.**

Confiança geral	Confiança Cognitiva	Confiança Afetiva	Satisfação e União
G1. Em geral, a confiança que eu sinto em relação a outros associados da rede pode ser descrita como...Pequena/Grande	C5. Eu avaliei a confiabilidade de outros associados da rede de maneira organizada e detalhada.	A7. Meu pressentiment o me diz que eu posso confiar em outros associados da	17. A rede onde você participa é unida. 18. Você está satisfeito com a sua rede.

		rede.	
G2. Em geral, a confiança que eu sinto em relação a outros associados da rede pode ser descrita como...Forte/Fraca	C6. Eu fiz um levantamento profissional/de negócios para ver se eu poderia confiar em outros associados da rede.	A8. Eu sei intuitivamente se outros associados da rede podem ser confiáveis.	
G3. Em geral, a confiança que eu sinto em relação a outros associados da rede pode ser descrita como...Significativa/Insignificante.	C7. Eu usei um processo lógico para avaliar se outros associados da rede seriam confiáveis.	A9. Eu tenho um "sentimento instintivo" de que outros associados da rede são confiáveis	
G4. Em geral, a confiança que eu sinto em relação a outros associados da rede pode ser descrita como...Alta/Baixa.			

(1) Multicolinearidade, sendo aceitáveis na análise variáveis independentes com índice de tolerância maior que 0,10 e fator de inflação de variância menor que 5,0 na estatística de colinearidade (HAIR, 2005) (2) a singularidade, sendo aceitável a variável independente que não tiver correlação de aproximadamente 1,0 com a variável dependente (HAIR et al, 1998), (3) a homogeneidade/homocedasticidade (4) a distribuição normal da amostra (5) a linearidade.

### 3. Resultados da Pesquisa

#### Hipótese 1: A confiança afetiva entre os membros da rede causa um maior impacto na união do que a confiança cognitiva .

Para esta hipótese foram realizadas duas regressões múltiplas. A primeira relaciona as variáveis A7, A8 e A9 (confiança afetiva) com a variável União (quadro 2). A segunda relaciona as variáveis C5, C6 e C7 com a variável União (quadro 3).

#### Quadro 2: Impacto da Confiança Afetiva na União.

Variável	Tipo	Linearidade	Distr. Normal (Skew)	Homogeneidade Variância	Multicolinearidade (T/VIF)	Singularidade
União (dependente)	Métrica	-	-	-	-	-
A7	Métrica	Razoável/pouco disperso	-1,130	Razoável/pouco disperso	,70/1,41	Não
A8	Métrica	Disperso	-,581	Pequena	,65/1,53	Não
A9	Métrica	Disperso	-,761	Pequena	,74/1,34	Não

Conforme o quadro acima, pode-se verificar os pressupostos para as variáveis envolvidas. Observe que na coluna linearidade os dados das variáveis independentes (especificamente A8 e A9) caracterizam-se por uma menor linearidade com União. Na coluna Skew (teste de distribuição normal) A8 e A9 apresentam distribuição

aproximadamente normal, pois possuem valores menores que 1,0 (MORGAN, 1998) enquanto que A7 tende a sofrer uma leve distorção na distribuição. Os índices de tolerância (T) Fator de Inflação de Variância não indicam problemas de multicolinearidade. Realizando a regressão o modelo global não se mostrou significativo com índice F 1,073 e nível de significância 0,364.

### Quadro 3: Impacto da Confiança Cognitiva na União.

Variável	Tipo	Linearidade	Distr. Normal (Skew)	Homogeneidade Variância	Multicolinearidade (T/VIF)	Singularidade
União (dependente)	Métrica	-	-	-	-	-
C5	Métrica	Razoável/pouco disperso	-,311	Razoável	,82/1,21	Não
C6	Métrica	Disperso	,428	Pequena	,70/1,41	Não
C7	Métrica	Razoável/pouco disperso	-,346	Razoável	,74/1,34	Não

Nos pressupostos observa-se melhor nível de linearidade e homogeneidade das variáveis (especialmente C5 e C7) com relação à União. Executando o modelo global de regressão obteve-se um índice F de 1,425 com um nível de significância de 0,240, o que novamente invalida o poder explicativo do modelo.

Já na análise preliminar é possível concluir que a **hipótese 1 não é estatisticamente suportada**, ou seja, não é possível definir que dimensão de confiança impacta mais fortemente na união da rede, uma vez que nenhum dos construtos desempenha impacto relevante. Tais resultados são o oposto dos achados de Hansen et al. (2002) o qual encontrou em suas pesquisas que os resultados sugerem que a confiança afetiva entre os membros explica 26% da variação da coesão do grupo, enquanto que a confiança cognitiva explica 10% da variância.

### Hipótese 2: a confiança cognitiva tem maior impacto no nível de satisfação que a confiança afetiva.

Para testar esta hipótese também foram realizadas duas regressões múltiplas, desta vez relacionadas à variável dependente Satisfação. No caso do teste de impacto da confiança afetiva na satisfação, há uma dispersão um pouco menor das variáveis independentes A7, A8, A9 com relação à variável dependente Satisfação. O modelo global de regressão acima obteve índice F de ,779 em um nível de significância de ,508. O modelo torna-se novamente irrelevante para se compreender o nível de satisfação dos membros da rede.

Para a avaliação da confiança cognitiva no contexto da satisfação, percebeu-se a mesma carência de linearidade entre variáveis independentes e a variável dependente Satisfação. Entretanto, aplicando o modelo global de regressão, obteve-se índice F de 2,69 em um nível de significância de 0,04, o que o torna o modelo estatisticamente válido. O valor de R<sup>2</sup> ajustado foi de 0,045 demonstrando que tal modelo consegue explicar 4,5% das variações da variável Satisfação. Este poder explicativo é bastante baixo o que suscita a idéia de a confiança cognitiva ter uma influência fraca na percepção de satisfação. Esta idéia pode ser reforçada pela análise dos coeficientes padronizados beta das variáveis C5, C6, C7. Nenhum dos coeficientes apresentou significância estatística.

A hipótese 2, portanto não é relevantemente suportada. Embora a confiança cognitiva demonstre um pequeno impacto na satisfação, algo inexistente para a confiança afetiva, ela não possui evidências estatísticas fortes de que o impacto seja realmente

relevante para explicar a satisfação dos membros da rede. Em Hansen et al.(2002) a confiança cognitiva explica 12% da satisfação entre os membros.

### Hipótese 3: a confiança geral tem impacto no nível de satisfação dos membros da rede.

Para esta hipótese foi realizada uma regressão múltipla relacionando o construto de confiança geral (variáveis independentes G1, G2, G3 e G4) com a variável dependente Satisfação. As tabela X, Y abaixo sumariza os resultados das análises.

**Quadro 4: Impacto da Confiança Geral na Satisfação.**

Variável	Tipo	Linearidade	Distr. Normal (Skew)	Homogeneidade Variância	Multicolinearidade (T/VIF)	Singularidade
Satisfação (dependente)	Métrica	-	-	-	-	-
G1	Métrica	Disperso	-,877	Pequena	,52/1,92	Não
G2	Métrica	Razoável/ menos disperso	-,625	Razoável	,50/1,97	Não
G3	Métrica	Razoável/ menos disperso	-,691	Razoável	,40/2,46	Não
G4	Métrica	Razoável/ menos disperso	-,584	Razoável	,37/2,70	Não

Há linearidade e homogeneidade razoáveis entre as variáveis G2, G3 e G4 e Satisfação (exceto em G1, que apresentou os mesmos índices em menor intensidade). A distribuição de G1, G2, G3 e G4 é aproximadamente normal. Não há problemas de multicolinearidade nem de singularidade. Realizando a regressão o modelo global se mostrou significativo com índice F 3,452 e nível de significância 0,011. O valor de R2 ajustado foi de 0,083 demonstrando que tal modelo consegue explicar 8,3% das variações da variável Satisfação. Este poder explicativo é baixo e suscita a idéia de a confiança geral tem baixa influência a percepção de satisfação por parte dos membros da rede. Na análise dos coeficientes padronizados beta das variáveis G1, G2, G3, e G4 percebe-se claramente a importância de G1 como único coeficiente de regressão com significância estatística de 0,028 para um beta de 0,283. Isto indica que na confiança geral, somente a variável G1 desempenha um papel relevante no pequeno impacto que a confiança geral exerce na percepção de satisfação.

A hipótese 3, portanto, é parcialmente suportada, uma vez que o impacto da confiança geral na satisfação entre os membros da rede existe mas é de pouca intensidade (8,3%). Em Hansen *et. all.*(2002) encontraram que a confiança geral entre os membros explica 17% da união grupal.

### Hipótese 4: A união tem efeito positivo no nível de satisfação dos membros para com a rede.

Esta hipótese foi testada a partir da técnica de regressão linear simples. Foram consideradas a variável União como o elemento independente e a variável Satisfação como o elemento dependente. Quanto aos pressupostos a variável União possui distribuição normal (Skewness de -,742) enquanto que Satisfação possui leve distorção (Skewness de -1,134). Há leve linearidade e não há problemas de multicolinearidade (União com T = 1,000 e VIF = 1,000). Não há também problemas de singularidade.

Executando o modelo de regressão obtém-se resultado com significância estatística com F de 81,550 em um nível de significância. de 0,000. Valor R2 ajustado de ,425 mostra



que o modelo explica 42,5 % das variações de Satisfação em função da variável União, um impacto considerado forte. Adicionalmente o coeficiente de regressão beta de União de ,656 é significativo em 0,000 para  $t = 9,031$ . O que retifica um impacto positivo da União na Satisfação dos membros.

Desta forma, a hipótese 4 é suportada pela análise de regressão bivariada, corroborando a pesquisa de Hansen et al. (2002) que a união grupal tem um efeito positivo na satisfação entre os membros.

## Conclusão

Este artigo tem como finalidade analisar os aspectos distintos da confiança em redes de empresas a partir da análise feita por Hansen et. all. (2002). Esta pesquisa deve ser considerada de natureza exploratória e determinadas limitações devem ser reconhecidas, espera-se que os resultados obtidos sejam úteis aos outros investigadores e pesquisadores. Grande parte da literatura sobre redes de empresas expressa claramente a necessidade da confiança como pré-requisito fundamental para seu surgimento e manutenção, todavia, as questões envolvendo o tema apresentam-se bastante nebulosas. A principal limitação deste trabalho se deve ao fato da amostra ser não probabilística, assim sendo os resultados do mesmo não apresentam qualidades de generalização. Por outro lado, a amostra foi composta por empresas ligadas a um projeto do Governo do Estado do Rio Grande do Sul (SEDAI/RS), o que faz com que as mesmas tenham características relativamente similares de estrutura e governança, o que pode influenciar de alguma maneira nos resultados obtidos.

Apesar das aparentes contradições nos resultados encontrados, diversas conclusões importantes emergem deste estudo. Primeiramente, o teste padrão dos resultados aqui encontrados não reforçam os argumentos teóricos gerais em matéria de resultados organizacionais (Barney & Hansen, 1994; Dyer & Singh, 1998). Em segundo lugar, estes resultados indicam que o fator humano de atores econômicos varia dependendo do contexto e que este "fator humano" necessita ser esclarecido como sugerido por Wilson (2000). A própria confirmação da existência da confiança afetiva e cognitiva nos diferentes ambientes, quer no trabalho original como neste, por si só já é importante. Estes dois tipos de confiança têm implicações na análise de relacionamentos em rede. Para os pesquisadores, espera-se que este trabalho ajude a demonstrar a necessidade de se desenvolver cada vez mais o uso de uma metodologia eficaz de medir a confiança dentro dos relacionamentos econômicos, haja visto a importância do desenvolvimento destas formas de relacionamento nos atuais modelos pós-fordistas para inserção de empresas, em especial de pequeno e médio porte no processo de globalização econômica. O tema, pela dubiedade, demanda muitos e mais aprofundados estudos, tanto na definição das formas de confiança existentes, quanto na forma de maximização da mesma, ou ainda, examinar os efeitos dos dois tipos de confiança no desempenho econômico das empresas e setores econômicos.

Este trabalho pode também ser útil aos gerentes e aos membros de redes que reconheçam a necessidade de desenvolver e promover a confiança entre seus membros, particularmente no que diz respeito à união e à satisfação. A confiança afetiva é aqui descrita, como subjetiva em sua natureza e baseada em sentimentos e emoções de um indivíduo sobre um outro indivíduo, grupo ou organização. Se esta forma de confiança for baixa, os gerentes podem querer apelar aos sentimentos e às emoções dos indivíduos para aumentá-la. Já a confiança cognitiva é objetiva por natureza e é o resultado de um processo racional e sistemático baseado na informação objetiva. Este aspecto racional sugere estratégias diferentes se o objetivo for aumentar a confiança cognitiva. Seria aconselhável seguir as estratégias de disseminação da informação objetiva ou "dados duros" aos indivíduos que, assim poderiam então usá-la avaliar a confiança em redes dos demais integrantes, grupos ou organizações.

Espera-se que esta pesquisa contribua para uma melhor compreensão da natureza da confiança dentro das organizações. O reconhecimento que os efeitos da confiança



variam dependendo do contexto organizacional é uma etapa importante em promover nossa compreensão da confiança nas organizações. Acredita-se que somente após o entendimento de um modelo conceitual da confiança nas relações interorganizacionais possa ser possível influenciar eficazmente o tipo e o nível da confiança que os membros têm.

Além da grande importância mencionada anteriormente, a confiança nas relações empresariais ainda apresenta-se muito vaga e espera-se que com este trabalho uma maior transparência no entendimento do tema tenha sido alcançada, de forma a conduzir a uma melhor compreensão do fator humano dos atores econômicos no mundo globalizado e em momentos de reestruturação como o atual.

## Referências

- ABBAD, G. TORRES, C.V. Regressão múltipla *stepwise* e hierárquica em Psicologia Organizacional: aplicações, problemas e soluções. *Estudos de Psicologia*, 7 (número Especial) p. 19-29, 2002.
- BALESTRIN, A. E VARGAS, L. M. *Evidências Teóricas para a Compreensão das Redes Interorganizacionais*. In: 2º ENEO – Encontro de Estudos Organizacionais, 2., 2002, Recife. Anais. Recife: Observatório da Realidade Organizacional: PROPAD/UFPE: ANPAD, 2002.
- BALESTRIN, A. E VARGAS, L. M. A Dimensão Estratégica das Redes Horizontais de PMEs: Teorizações e Evidências. *Revista de Administração Contemporânea*, V. 8, p.203-227, 2004.
- BALESTRO Moisés V. *Características estruturais e mecanismos de governança em redes de cooperação: apontamentos teóricos*. In: VERSCHOORE Jorge R. S. (org.). *Redes de Cooperação de pequenas e médias empresas no Rio Grande do Sul- Porto Alegre: FEE, 2004*
- BAGNASCO, A. *Desenvolvimento Regional, sociedade local e economia difusa*. In: URANI, A.; COCCO, G. GALVÃO, A. P. (org.) *Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: O caso da terceira Itália; - Rio de Janeiro: DP&A, 1999.*
- BARNEY, J.B.; HANSEN, M.H. Trustworthiness as a source of competitive advantage. *Strategic Management Journal*. v. 15, Special Issue, p. 175-190, 1994.
- BENJAMIN, C. SADER, EMIR et al. *A opção brasileira*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1998.
- CASSIOLATO, J. LASTRES, H. *Inovação, Globalização e as Novas Políticas de Desenvolvimento Industrial e Tecnológico*. Nota Técnica 21/98. Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (IE/UFRJ). Novembro de 1998.
- CASTELLS, M. *A era da informação : economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- FACHEL, J.M.G. *Análise Fatorial*. Dissertação de Mestrado, IME-USP, São Paulo, 1976.
- FAGGION G.A., BALESTRIN A. WEYH,C. Geração de conhecimento e inteligência estratégica no universo das redes interorganizacionais- *Revista Inteligência Empresarial - Número 12 • Julho/2002*.
- FINE, G.A.; HOLYFIELD, L. Secrecy, Trust, and Dangerous Leisure: Generating Group Cohesion in Voluntary Organizations. *Social Psychology Quarterly*, v. 59, No, 1, 22-38, 1996.
- FRIEDMAN, T. *O mundo é plano: uma breve história do século XXI*. Rio de Janeiro:Objetiva, 2005.
- FUKUYAMA, F. *Confiança: as virtudes sociais e a criação da prosperidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.
- GIDDENS, A. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Unesp, 1991. 177 p.
- GUMMESSON, E. *Marketing de Relacionamento Total*. 2ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- HAIR, J.F.JR.; ANDERSON, R.E.; TATHAM, R.L. E BLACK, W.C. *Multivariate Data Analysis (with readings)*, 4 ed. Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1995.
- HAIR Jr., J., BABIN, B.; MONEY, A.; SAMOUEL, P.; *Fundamentos de métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre: Bookman, 2005



- HANSEN, M.; MORROW JR. J. BATISTA, J. The impact of trust on cooperative membership retention performance and satisfaction: an exploratory study. *International Food and Agrobusiness Management Review* v.5 p. 41-59, 2002.
- HARDY, C., PHILLIPS, N. LAWRENCE, T. Distinguishing trust and power in interorganizational relations: forms and façades of trust. In: *TRUST within and between organizations: conceptual issues and empirical applications*. Oxford: Oxford University, 2002.
- HUBBARD R.; VETTER D.E. An Empirical Comparison of Published Replication Research in Accounting, Economics, Finance, Management, and Marketing. *Journal of Business Research*, v. 35, n. 2, Fev/1996, pp. 153-164(12).
- IANNI, O. *Globalização: Novo paradigma das ciências sociais*. Estudos Avançados Vol.8 no.21 São Paulo May/Aug. 1994.
- KRAMER, R. Trust and Distrust in Organizations: Emerging perspectives, enduring questions. *Annual Review of Psychology*, v. 50, p. 565-598, 2000.
- LA ROVERE, R. As Pequenas e Médias Empresas na Economia do Conhecimento: implicações para políticas de inovação In: LASTRES, H.M.M., E ALBAGLI, S., Informação e Globalização na Era do Conhecimento. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- LASTRES, H. CASSIOLATO, J. LEMOS, C. MALDONADO, J. VARGAS, M. Globalização e Inovação Localizada. Nota Técnica 01/98. Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (IE/UFRJ). Março de 1998.
- LEWIS JD., WEIGERT A. Trust as a social reality. *Social Forces* v.63, p.967-985, 1985.
- LUHMANN, N. *Trust And Power*. Chichester, UK: Wiley, 1979.
- LUHMANN, N. *Confianza*. Barcelona: Anthoropos; México: Universidad Iberoamericana; Santiago do Chile: Instituto de Sociologia. Pontificia Universidad Católica de Chile, 1996.
- MALHOTRA, N. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MARCON, C.; MOINET, N. *Estratégia-rede: ensaio de estratégia*. Caxias do Sul: EDUCS, 2001
- McALLISTER, R. Affect and cognition based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations. *Academy of Management Journal*, v. 38, n. 1, p. 24-59, 1995.
- MORGAN, G. GRIEGO, O. *Easy use and interpretation of SPSS for Windows: answering research questions with statistics*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Assoc, 1998.
- MORROW, Jr.; J.L., HANSEN, H.H.; BATISTA, J. Measurement Issues in Trust Research: Are We Measuring What We Think We're Measuring? In: *IAMA Agribusiness Forum*, Florence: Italy, 1999.
- PEREIRA, B.; PEDROZO, E.; O outro lado da cooperação: uma análise dos problemas na gestão das redes interorganizacionais. In: *Redes de Cooperação: Uma Nova Organização de Pequenas e Médias Empresas no Rio Grande do Sul*. Org. VERSCHOORE, J.R. Porto Alegre: FEE, 2004.
- PERUCIA, A. REYES, E., SEGHEISIO, E. BORGES, M.L. *Validação de escala de confiança nas redes interorganizacionais da SEDAI/RS*. In: SLADE Brasil 2006 e Encontro Luso-brasileiro de Estratégia, Balneário Camboriú, anais, 2006.
- RAUD Cécile. *Indústria, território e meio ambiente no Brasil: perspectivas da industrialização descentralizada a partir da análise da experiência catarinense*. Florianópolis, Editora da UFSC, 1999.
- ROUSSEAU, Denise; SITKIN, Sim; BURT, Ronald; CAMERER, Colin. Not so different after all: a cross discipline view of trust. *Academy of Management Review*. v. 23, 3, p. 393- 404, 1998.
- SAKO, Mari. *Prices, quality, and trust: inter-firm relations in Britain and Japan*. Cambridge; Cambridge University, 1992.
- Secretaria do Desenvolvimento e dos Assuntos Internacionais do Estado do Rio Grande do Sul – SEDAI *Redes de Cooperação*. Folheto/Revista Tiragem: 30 mil, setembro de 2005.
- SEDAI- <http://www.sedai.rs.gov.br/programas21.html> em 10 de agosto de 2006 (20:08h).



4<sup>o</sup>

Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas - IFBAE  
Congrès de l'Institut Franco - Brésilien d'Administration des Entreprises - IFBAE  
24 e 25 de maio de 2007  
PORTO ALEGRE – RS BRASIL

- SINGH, J.; SIRDESHMUKH, D. Agency and Trust Mechanisms in Relational Exchanges. *Journal of the Academy of Marketing Science*, v. 28, p. 150-167, winter 2000.
- SPEARMAN, C. – General Intelligence Objectively Determined and Measured. *American Journal of Psychology* 15:201-293,1904.
- TABACHNICK, Barbara G.; FIDELL, Linda S. *Using multivariate statistics*. 4. ed. Boston: Allyn and Bacon, 2001.
- VERSCHOORE, J.R. Redes de Cooperação: concepções teóricas e verificações empíricas. In: *Redes de Cooperação: Uma Nova Organização de Pequenas e Médias Empresas no Rio Grande do Sul*. Org. VERSCHOORE, J.R. Porto Alegre: FEE, 2004.
- WILSON, P.N. Social capital, trust, and the agribusiness of economics. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 25 (1), 1-13, 2000.