

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – PPGA
CURSO DE MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**MENSURAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL E COMPROMETIMENTO NAS
INDÚSTRIAS VITIVINÍCOLAS DO VALE DOS VINHEDOS
ASSOCIADAS À APROVALE E À APROBELO:
UMA ABORDAGEM ORGANIZACIONAL**

DENISE GENARI

Caxias do Sul, maio de 2010

DENISE GENARI

**MENSURAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL E COMPROMETIMENTO NAS
INDÚSTRIAS VITIVINÍCOLAS DO VALE DOS VINHEDOS
ASSOCIADAS À APROVALE E À APROBELO:
UMA ABORDAGEM ORGANIZACIONAL**

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Título de Mestre em Administração.

Área de concentração: Gestão da Inovação e Competitividade.

Orientadora: Prof. Dra. Janaina Macke

Caxias do Sul, maio de 2010

DENISE GENARI

**MENSURAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL E COMPROMETIMENTO NAS
INDÚSTRIAS VITIVINÍCOLAS DO VALE DOS VINHEDOS
ASSOCIADAS À APROVALE E À APROBELO:
UMA ABORDAGEM ORGANIZACIONAL**

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Título de Mestre em Administração.

Área de concentração: Gestão da Inovação e Competitividade.

Conceito Final

Aprovado em de de

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Deonir de Toni – Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Pedro de Almeida Costa – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Pelayo Munhoz Olea – Universidade de Caxias do Sul

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, irmã e demais familiares que incentivam, constantemente, meu crescimento pessoal e profissional.

Às pessoas que, mesmo distantes, serviram de inspiração para a realização deste sonho.

AGRADECIMENTOS

Se olharmos nossa trajetória de vida, veremos que temos muito mais a agradecer do que a pedir. E acredito que os agradecimentos devem ser direcionados às pessoas que contribuíram, muitas vezes sem mesmo saber, na conquista de nossos objetivos. Já dizia o poeta Raul Seixas:

*Sonho que se sonha só
É só um sonho que se sonha só
Mas um sonho que se sonha junto
É realidade.
(Prelúdio – Raul Seixas)*

Assim, não poderia deixar de externar meus sinceros agradecimentos a todos que contribuíram para que este sonho se tornasse realidade, em especial:

- À Professora Dra. Janaina Macke, pelas orientações, auxílio constante e por compartilhar seu conhecimento, para o enriquecimento deste trabalho e para meu crescimento pessoal e profissional;
- Aos professores da banca examinadora, Dr. Deonir de Toni, Dr. Pedro de Almeida Costa e Dr. Pelayo Munhoz Olea, pelas importantes contribuições para este estudo;
- Aos funcionários e professores do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Caxias do Sul;
- Aos colegas e amigos das turmas do curso de Mestrado em Administração, em especial à colega Kadígia Faccin, que sem dúvida contribuiu para a realização deste trabalho e para conquistas obtidas durante a realização do curso;
- À empresa Bertolini S.A., pela oportunidade e incentivo para realizar este curso. Em especial aos meus colegas da área de Recursos Humanos, pelo apoio e contribuições constantes;
- Às empresas escolhidas para a realização deste estudo, em especial aos representantes da APROVALE (Associação de Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos) e APROBELO (Associação de Produtores de Vinho de Monte Belo do Sul);
- À minha família, em especial ao meu pai Ivo, minha mãe Dionisia, minha irmã Roberta e minha avó Páschoa, pelo carinho, companheirismo e por me servirem como exemplo de vida;
- A todas as pessoas que não foram nominalmente mencionadas, mas que de alguma forma tornaram possível a realização deste estudo.

EPIGRAFE

Há um tempo em que é preciso abandonar as roupas usadas, que já tem a forma do nosso corpo, e esquecer os nossos caminhos, que nos levam sempre aos mesmos lugares. É o tempo da travessia: e, se não ousarmos fazê-la, teremos ficado, para sempre, à margem de nós mesmos.

(Fernando Pessoa)

RESUMO

Os temas capital social e comprometimento são relacionados, no contexto organizacional, com a criação de vantagens competitivas para as empresas, partindo-se do pressuposto que variáveis econômicas não são suficientes para o desenvolvimento social e para a construção de um ambiente sustentável. Além disso, no ambiente interno das organizações, o capital social é tratado como uma ferramenta que pode alavancar o desempenho empresarial, através das interações sociais e das relações existentes em nível individual, grupal e organizacional. Assim, a existência de capital social pode apresentar alguns benefícios para a organização, como a facilidade de disseminar o conhecimento, a existência de um ambiente de confiança e cooperação, com referências comuns e objetivos partilhados entre os membros da empresa. Cabe destacar também que o tema capital social, quando tratado no ambiente organizacional, pode ser vinculado a outros construtos como o comprometimento no trabalho, que se refere à identificação do indivíduo com a organização, caracterizada pela convicção e aceitação dos valores e objetivos da mesma, acompanhado pelo desejo de permanecer como um membro da empresa e por realizar esforços em benefício da organização. Assim, a manifestação do capital social através das relações de confiança, comunicação e normas compartilhadas gera redução nos custos de transação da empresa e este processo é alavancado pelo aumento do comprometimento organizacional. Neste sentido, este estudo tem como principal objetivo avaliar como o capital social e o comprometimento se manifestam e se relacionam no ambiente interno de organizações em redes, através da mensuração dos mesmos em indústrias vitivinícolas localizadas no Vale dos Vinhedos e associadas à APROVALE e à APROBELO. Para tanto, desenvolveu-se uma pesquisa descritiva, com caráter quantitativo, utilizando o método de pesquisa por *survey* e o questionário auto-administrado como técnica de coleta de dados. Já para a análise dos resultados, foram utilizadas algumas técnicas estatísticas como análise descritiva, análise fatorial, análise de correlação e análise de variância. Os principais resultados do estudo buscaram verificar quais variáveis influenciam a criação do capital social e comprometimento nas empresas pesquisadas, além de relacionar estes construtos, comparando suas manifestações de acordo com o perfil demográfico dos respondentes e as redes pesquisadas.

Palavras-chave: Capital Social. Comprometimento. Organizações em Rede. Indústria Vitivinícola.

ABSTRACT

Social capital and commitment issues are related within an organizational context, with the creation of competitive advantage for companies, based on the assumption that economic variables are not sufficient for social development and for the creation of a sustainable environment. Furthermore, in the internal environment of organizations, social capital is treated as a tool that can boost business performance through social interactions and existing relationships at an individual, group and organizational level. Thus, the existence of social capital may provide some benefits for the organization, for instance the ease of disseminating knowledge, the existence of an environment of trust and cooperation, with common references and goals shared among the members of the company. It is also worth noting that the social capital issue, when treated within the organizational environment, may be linked to other constructs such as work commitment, which refers to the identification of the individual with the organization, characterized by the belief and acceptance of its values and goals, accompanied by a desire to remain a member of the company and to make efforts to benefit the organization. Therefore, the manifestation of social capital through relationships of shared trust, communication and regulations leads to a reduction in the transaction costs of the company and this process is boosted by increasing the organizational commitment. Thus, the main goal of this study is to assess both how social capital and commitment are expressed and how they interact within the internal environment of network organizations, by measuring them in grape and wine growing companies located in the Vale dos Vinhedos and members of APROVALE and APROBELO. For this purpose, descriptive research was developed with quantitative nature, using a survey method and self-administered questionnaire as data collection techniques. Some statistical techniques were used for the analysis of the results, including descriptive analysis, factor analysis, correlation analysis and variance analysis. The main results of the study sought to determine which variables influence the creation of social capital and commitment in the companies surveyed, in addition to relating these constructs, comparing their manifestations in accordance with the demographic profile of respondents and the networks surveyed.

Key words: Social Capital. Commitment. Network Organizations. Wine and Grape Growing Industry.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Utilização e enfoque dos conceitos de capital social	25
Figura 2 – Conceitos de capital social como um “bem individual”	28
Figura 3 – Conceitos de capital social como um “bem público”	29
Figura 4 – Modelo de capital social organizacional	40
Figura 5 – Capital social e sua relação com a <i>performance</i> organizacional	41
Figura 6 – Modelo conceitual de capital social e suas influências nos resultados organizacionais	44
Figura 7 – Conceitos de comprometimento organizacional	48
Figura 8 – Abordagens conceituais do comprometimento organizacional	50
Figura 9 – Antecedentes, correlatos e conseqüentes do comprometimento organizacional	51
Figura 10 – Objetivos específicos do estudo e técnicas de análise	57
Figura 11 – Dimensões do capital social e elementos	69
Figura 12 – Dimensões do capital social e seus elementos – foco em organizações e redes	70
Figura 13 – Variáveis da pesquisa, dimensões do capital social e seus elementos	71
Figura 14 – Antecedentes do comprometimento em suas diferentes dimensões (afetiva, instrumental e normativa)	87
Figura 15 – Principais elementos das dimensões do capital social e comprometimento organizacional que apresentaram correlações	90
Figura 16 – Modelo pós-cognitivo para comportamentos de cidadania organizacional . 92	
Figura 17 – Modelo da relação entre valores organizacionais e comportamento	97
Figura 18 – Relações significativas entre variáveis e fatores do capital social e comprometimento organizacional	99

Figura 19 – Fatores relevantes para o estabelecimento de redes de cooperação e ações desenvolvidas pela APROVALE e APROBELO.....	108
Figura 20 – Contribuições do estudo convergentes com a literatura pesquisada.....	114
Figura 21 – Principais variáveis do capital social e comprometimento organizacional e elementos do contexto que podem influenciar as manifestações dos construtos.....	120

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Elementos constituintes dos fatores de capital social	36
Tabela 2 – Comprometimento organizacional – análise fatorial confirmatória	54
Tabela 3 – Distribuição dos funcionários nas vitivinícolas e amostra a ser pesquisada..	59
Tabela 4 – Participantes e respondentes da pesquisa	63
Tabela 5 – Capital social - análise fatorial com base na pesquisa	68
Tabela 6 – Comprometimento organizacional - análise fatorial com base na pesquisa ..	83
Tabela 7 – Indicadores de absenteísmo e rotatividade na indústria vitivinícola.....	85
Tabela 8 – Indicadores de absenteísmo e rotatividade na indústria moveleira e metalúrgica.....	86
Tabela 9 – Correlação entre fatores de capital social e comprometimento	89
Tabela 10 – Relações significativas entre fatores do capital social e variáveis.....	100
Tabela 11 – Relações significativas entre fatores do comprometimento organizacional e variáveis.....	103
Tabela 12 – Diferenças significativas entre fatores do capital social e redes pesquisadas.....	106
Tabela 13 – Diferenças significativas entre fatores do comprometimento organizacional e redes pesquisadas.....	110

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANOVA	Análise de Variância
APL	Arranjo Produtivo Local
APROBELO	Associação de Produtores de Vinho de Monte Belo do Sul
APROVALE	Associação de Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Intelectual
KMO	<i>Kaiser-Meyer-Olkin</i>
OCQ	<i>Organizational Commitment Questionare</i>
PCA	<i>Principal Component Analysis</i>
PIB	Produto Interno Bruto
QI-MCS	Questionário integrado para medir capital social
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SINE	Sistema Nacional de Emprego
SPSS	<i>Statistical Package for Social Scienses</i>
TSO	Teoria Social nas Organizações

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	15
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA	18
1.3 JUSTIFICATIVA DO TRABALHO	19
1.4 OBJETIVOS	21
1.4.1 Objetivo geral.....	21
1.4.2 Objetivos específicos.....	21
2 REVISÃO DA LITERATURA	23
2.1 EVOLUÇÃO E CONCEITOS DE CAPITAL SOCIAL.....	23
2.1.1 Mensuração do capital social.....	32
2.1.2 Capital social nas organizações em redes	37
2.2 COMPROMETIMENTO NAS ORGANIZAÇÕES	45
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	55
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA	55
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E PLANO DE AMOSTRAGEM	59
3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	60
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	62
4.1 CARACTERÍSTICAS DO UNIVERSO PESQUISADO	62
4.2 VERIFICAÇÃO DAS VARIÁVEIS QUE INFLUENCIAM A CRIAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL NAS EMPRESAS PESQUISADAS	65
4.2.1 Dimensão estrutural	72
4.2.2 Dimensão relacional	74
4.2.3 Dimensão cognitiva.....	77
4.2.4 Variáveis do capital social e representatividade no contexto pesquisado	79
4.3 MEDIÇÃO DAS DIMENSÕES DE COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL NO CONTEXTO PESQUISADO.....	81
4.4 RELAÇÕES ENTRE CAPITAL SOCIAL E COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL	88
4.4.1 Dimensão estrutural do capital social e comprometimento organizacional.....	91
4.4.2 Dimensão relacional do capital social e comprometimento organizacional.....	93
4.4.3 Dimensão cognitiva do capital social e comprometimento organizacional	95
4.5 COMPARAÇÃO DAS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO PERFIL DOS RESPONDENTES COM AS MANIFESTAÇÕES DE CAPITAL SOCIAL E COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL	97

4.6 VERIFICAÇÃO DAS DIFERENÇAS ENTRE OS NÍVEIS DE CAPITAL SOCIAL E COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL NAS VITIVINÍCOLAS ASSOCIADAS À APROVALE E À APROBELO.....	105
5 CONTRIBUIÇÕES RELEVANTES DO ESTUDO, CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES PARA ESTUDOS FUTUROS	113
5.1 CONTRIBUIÇÕES CONVERGENTES E DISCREPANTES EM RELAÇÃO À LITERATURA.....	113
5.2 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	115
5.3 LIMITAÇÕES DA PRESENTE PESQUISA.....	121
5.4 SUGESTÕES PARA ESTUDOS FUTUROS.....	122
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	124
ANEXO A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	133

1 INTRODUÇÃO

As relações e estruturas sociais são apresentadas, atualmente, como importantes fatores para o desenvolvimento local e para a construção de ambientes sustentáveis. Neste contexto, pode-se destacar o capital social, sendo que o mesmo é caracterizado como as atribuições de uma organização, como a confiança, normas e redes, que facilita ações coordenadas e melhora a eficiência da sociedade (COLEMAN, 1990).

Além do estudo do capital social em diversos contextos: famílias, comportamentos da juventude, educação, saúde pública, comunidades, democracia e governos, desenvolvimento econômico e problemas da coletividade como um todo, o mesmo vem sendo abordado no cenário organizacional (ADLER e KWON, 2002).

No ambiente externo às organizações, o capital social pode estar vinculado a algumas relações que empresas mantêm no sentido de criar vantagens competitivas não apenas com base nas suas próprias competências, mas também competências de outras organizações ou instituições localizadas em um mesmo *cluster*, por exemplo (MARTI, 2004).

Além disso, no ambiente interno, o capital social é tratado como uma ferramenta que pode alavancar o desempenho empresarial, através das interações sociais e das relações existentes em nível individual, grupal e organizacional (AKDERE e ROBERTS, 2008). A existência de capital social, por sua vez, pode apresentar alguns benefícios para a organização, como a facilidade de disseminar o conhecimento, a existência de um ambiente de confiança e cooperação, com referências comuns e objetivos partilhados entre os membros da empresa (COHEN e PRUSACK, 2001).

O tema capital social, tratado no ambiente organizacional, pode ser vinculado a outros construtos como, por exemplo, o comprometimento no trabalho, que se refere à identificação do indivíduo com a organização, caracterizada pela convicção e aceitação dos valores e

objetivos da mesma, acompanhado pelo desejo de permanecer como um membro da empresa e por realizar esforços em benefício da organização (MOWDAY et al., 1986).

Esta relação é confirmada por Watson e Papamarcos (2002), que afirmam que a manifestação do capital social, através das relações de confiança, comunicação e normas compartilhadas, gera redução nos custos de transação da empresa e este processo é alavancado pelo aumento do comprometimento organizacional.

Diante destas constatações, esta pesquisa objetiva avaliar como o capital social e o comprometimento se manifestam e se relacionam no ambiente interno de organizações em redes. Este processo ocorreu através da realização de pesquisa nas indústrias vitivinícolas descritas na próxima seção deste estudo.

1.1 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

A possibilidade de aplicação da pesquisa para os funcionários ligados às indústrias vitivinícolas associadas à APROVALE (Associação de Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos) e à APROBELO (Associação de Produtores de Vinho de Monte Belo do Sul) e a representatividade social e econômica destas empresas, em nível nacional e internacional, constituem os principais motivos de escolha destes objetos de estudo. Além disso, segundo Fensterseifer (2007), o *cluster* produtivo da Serra Gaúcha, onde estão localizadas estas associações, é responsável por 80% da produção nacional de vinhos, fato que também justifica a relevância destas instituições.

Para um melhor entendimento destas afirmativas, descreve-se, a seguir, uma breve evolução histórica da região onde estas empresas se localizam, bem como se evidencia o crescimento tecnológico e econômico destas organizações.

Durante o século XIX, a expansão do capitalismo, relacionado às transformações políticas durante o processo de unificação, criaram um excedente de mão-de-obra na Itália (CAPRARA e LUCHESE, 2001). Assim, este cenário trouxe vários problemas à população italiana, como a fome, a miséria e as dificuldades de acesso a terra.

Este processo resultou na emigração de milhares de camponeses, durante este período, para o Brasil. O governo brasileiro, por sua vez, tinha alguns objetivos em relação à imigração, como substituir o trabalho escravo pela mão-de-obra imigrante, colonizar as terras

devolutas do território nacional, suprir a necessidade de novos trabalhadores devido ao aumento da produção agrícola no país e buscar o branqueamento da população, pois com o uso da mão-de-obra escrava, havia o temor do país se tornar um “Império Negro” (DE PARIS, 1999).

Assim, a ocupação, pelos imigrantes italianos, das terras localizadas no nordeste do Estado do Rio Grande do Sul iniciou no ano de 1875.

Neste contexto, a colonização do Vale dos Vinhedos ocorreu paralelamente à ocupação da região da Serra Gaúcha, pelos imigrantes italianos. As primeiras famílias trentinas chegaram em 1876, criando a Linha Leopoldina (DALCIN, 2008).

A região, de acordo com a autora, foi colonizada por camponeses vindos da província autônoma de Trento e, posteriormente, por imigrantes do norte da Itália, das províncias de Vicenza, Beluno, Treviso e outras.

No início do processo de colonização, a economia da região do Vale dos Vinhedos era bastante diversificada. Havia o cultivo de trigo, feijão, batatas, arroz e frutas. Porém, a comercialização destes produtos era dificultada pelos meios de transporte deficitários (CAPRARA e LUCHESE, 2001).

A vitivinicultura também fazia parte das atividades econômicas da região, pois o cultivo de parreiras e a produção de vinhos era parte dos hábitos dos colonizadores italianos.

Dalcin (2008) afirma que, durante a colonização até o final do século XIX, a região do Vale dos Vinhedos acompanhou a história da vitivinicultura na Serra Gaúcha, uma vez que a bagagem de informações e traços culturais dos imigrantes e os procedimentos adotados na elaboração do vinho eram os mesmos.

O plantio das primeiras videiras ocorreu logo após o desmatamento das terras. Já o processo de elaboração dos vinhos era extremamente limitado, devido às deficiências tecnológicas. Os imigrantes esmagavam as uvas com os pés, utilizando o peso do corpo (DALCIN, 2008).

Ainda de acordo com a autora, a partir de 1910, a vitivinicultura cresceu na região devido à construção de ligações ferroviárias entre os municípios e a criação de cooperativas de produtores.

Já na década de 70, com a vinda de multinacionais para a Serra Gaúcha, ocorreu uma transformação tecnológica relacionada à produção de vinhos. Assim, os produtores do Vale

dos Vinhedos adaptaram-se às novas tecnologias, conquistando qualidade e competitividade na produção e comercialização de vinhos (DALCIN, 2008).

Atualmente, o Vale dos Vinhedos, localizado entre os municípios de Bento Gonçalves, Monte Belo do Sul e Garibaldi, é referência no cultivo de videiras e produção de vinhos. Além disso, a região se tornou um pólo turístico, recebendo milhares de visitantes todos os anos.

Um marco importante para o desenvolvimento da região do Vale dos Vinhedos foi a criação das associações de produtores de uvas e vinhos.

A APROVALE (Associação de Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos) foi fundada em 1995, para atender às exigências legais para obtenção da indicação geográfica¹ para os vinhos produzidos na região (APROVALE, 2009).

Assim, seis vitivinícolas se associaram e iniciaram o processo de estudos e adaptações para a conquista do selo de indicação geográfica. Com o tempo, as funções da associação se ampliaram e, conseqüentemente, expandiram seus objetivos (APROVALE, 2009):

- a) desenvolvimento e incentivo à pesquisa vitivinícola, assim como a qualificação do produto vitivinícola e seus derivados;
- b) desenvolvimento de ações que promovam a organização e preservação do espaço físico do Vale dos Vinhedos, promovendo estudos e agindo junto às autoridades competentes para a elaboração de leis adequadas ao atendimento deste objetivo;
- c) estímulo e a promoção do potencial turístico da região, bem como o aprimoramento sócio cultural dos associados, seus familiares e da comunidade;
- d) preservação e proteção à indicação geográfica dos vinhos da região Vale dos Vinhedos.

Hoje, segundo dados fornecidos pela entidade, a APROVALE conta com 31 vitivinícolas associadas e 28 associados não produtores de vinho, entre hotéis, pousadas, restaurantes, artesanatos, queijarias e outros.

¹ Embora a lei de propriedade industrial brasileira (Lei Nacional n.º 9.279, de 14 de maio de 1996), não defina o que é indicação geográfica, o INPI (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual) descreve seu conceito como “a identificação de um produto ou serviço como originário de um local, região ou país, quando determinada reputação, característica e/ou qualidade possam ser vinculadas essencialmente a esta sua origem particular”. Logo, pode-se definir a indicação geográfica como o nome geográfico que designa um produto ou serviço (GONÇALVES, 2007).

Destaca-se também, que o Vale dos Vinhedos foi a primeira região do Brasil a obter a indicação de procedência² de seus produtos, exibindo o selo de controle em vinhos e espumantes elaborados pelas vitivinícolas associadas, desde o ano de 2002. Esta distinção é obtida quando produtores, comerciantes e consumidores, comprovam que alguns produtos de determinados lugares apresentavam qualidades particulares, atribuíveis a sua origem geográfica (LIMA et al., 2007).

Outra entidade que pode ser destacada por sua representatividade na região do Vale dos Vinhedos é a APROBELO (Associação de Produtores de Vinho de Monte Belo do Sul). Criada no ano de 2003, a associação é composta por 12 vitivinícolas e tem como objetivos alavancar a qualidade nos processos de cultivo de uvas, especialmente no que tange a condução e o manejo das videiras, além de todas as etapas do processo de elaboração de vinhos e espumantes. Além disso, a entidade atua em um projeto de elaboração de vinhos e espumantes de qualidade com origem controlada, visando à certificação de indicação de procedência (APROBELO, 2009).

Diante desta contextualização, define-se a realização da pesquisa com uma parcela dos funcionários (de acordo com a amostra descrita no item 3.2 deste estudo) das indústrias vitivinícolas localizadas no Vale dos Vinhedos e associadas à APROVALE e à APROBELO, constituindo uma população de 733 funcionários, num total de 43 organizações.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

A partir da contextualização apresentada sobre o capital social e comprometimento organizacional, enfocando principalmente seu impacto sobre o desenvolvimento da sociedade e das organizações, descreve-se o seguinte problema de pesquisa:

² A indicação geográfica possui duas espécies: a indicação de procedência e a denominação de origem, sendo que não existe hierarquia entre ambas. A lei de propriedade industrial brasileira define a indicação de procedência como “o nome geográfico do país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço”. A mesma lei conceitua denominação de origem como “o nome geográfico do país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos” (GONÇALVES, 2007).

Quais são e como se dão as relações entre capital social e comprometimento, no contexto das indústrias vitivinícolas localizadas no Vale dos Vinhedos e associadas à APROVALE e à APROBELO?

1.3 JUSTIFICATIVA DO TRABALHO

Embora o tema capital social seja consagrado na academia, ainda trata-se de um conceito abrangente, de uso plural e que gera diversas dúvidas metodológicas (ARAUJO, 2003). Complementando esta constatação, Barquero (2003) descreve que existem alguns aspectos a serem esclarecidos em relação ao entendimento do tema, como seu significado, suas possibilidades de mensuração, se é antecedente ou conseqüente e sua dependência contextual.

No que se refere especificamente à mensuração do capital social, Araujo (2003) afirma que parte significativa da produção científica está enfocada neste processo. Porém, estas metodologias estariam embasadas na medição dos resultados do capital social, mas não no capital social em si. Assim, embora existam algumas metodologias propostas, ainda não se evidencia um consenso em relação a este tema.

Logo, percebe-se que a polêmica e as controvérsias acerca do significado do capital social e suas possibilidades de mensuração tem se apresentado como uma fonte de estímulo à realização de estudos e pesquisas, ao invés de marcar o declínio do interesse pelo assunto (BARQUERO, 2003).

Paralelamente, pode-se destacar a abordagem do capital social com foco no contexto organizacional. Watson e Papamarcos (2002) afirmam que vem se ampliando, entre os pesquisadores, a inclusão do capital social como um atributo de organizações, relacionando o mesmo à criação de vantagens competitivas para as empresas.

Complementando, Cohen e Prusack (2001) consideram que o capital social forma uma espécie de ponte entre as pessoas, trazendo benefícios para as organizações onde as mesmas atuam, como a redução de custos e dos índices de rotatividade, o surgimento de uma maior estabilidade organizacional e a promoção da disseminação do conhecimento e da aprendizagem.

Neste mesmo enfoque, Leana e Buren (1999) relacionam as práticas trabalhistas de uma organização com a geração de capital social, representado pela associabilidade e confiança entre os membros de uma empresa. Para os autores, a geração de capital social poderá produzir alguns resultados vantajosos para a organização, como o comprometimento, inovação antecipada, capital intelectual, flexibilidade e outros.

Além de Leana e Buren (1999), outros estudiosos como Watson e Papamarcos (2002) relacionam o tema capital social ao comprometimento organizacional. Para estes autores, a manifestação do capital social, através das relações de confiança, comunicação e normas compartilhadas, gera redução nos custos de transação da empresa e este processo é alavancado pelo aumento do comprometimento organizacional.

Neste sentido, a importância do tema comprometimento, no contexto empresarial, é abordada por Bastos e Borges-Andrade (2002, p. 33), que descrevem que “o envolvimento ou comprometimento do trabalhador parece ser elemento crucial nas novas arquiteturas organizacionais emergentes”. Este tema também se relaciona com a criação de vantagens competitivas para a organização (DESSLER, 1996) e com as atitudes e comportamentos dos funcionários de uma empresa (DIAS e DEL MAESTRO FILHO, 2008).

Diante da contextualização apresentada sobre os temas capital social e comprometimento e sendo o Vale dos Vinhedos considerado um dos mais importantes pólos para a produção de vinhos no Brasil, este estudo tem como objetivo principal identificar e compreender como o capital social e o comprometimento se manifestam e se relacionam no ambiente interno das indústrias vitivinícolas já mencionadas. A relevância deste estudo se baseia na premissa de que variáveis econômicas não são suficientes para o desenvolvimento econômico e para a construção de um ambiente sustentável (MILANI, 2003). Logo, o entendimento das implicações do capital social e do comprometimento, neste cenário, se torna extremamente importante.

Cabe ressaltar também, que este estudo faz parte de um projeto de pesquisa denominado “Capital social como dimensão do desenvolvimento local: uma proposta de construção de indicadores e avaliação de experiências”³. Este projeto, coordenado pelo grupo de pesquisa Teoria Social nas Organizações (TSO), contempla diversas pesquisas relacionadas ao tema capital social, sendo que duas delas foram realizadas em empresas

³ MACKE, Janaina. Capital social como dimensão do desenvolvimento local: uma proposta de construção de indicadores e avaliação de experiências, 2007. Projeto de pesquisa – Programa de pós-graduação em Turismo, UCS, Caxias do Sul.

localizadas no Vale dos Vinhedos. O presente estudo enfoca o capital social e o comprometimento no ambiente interno de organizações em redes. Paralelamente, foi realizado um segundo estudo, dentro do projeto de pesquisa acima mencionado, que aborda as manifestações do capital social no ambiente externo destas organizações, ou seja, o enfoque será nas relações entre as empresa. Futuramente, pretende-se relacionar e comparar os resultados destas pesquisas.

Desta forma, com o objetivo de responder à questão de pesquisa descrita neste trabalho, bem como contribuir com o esclarecimento do tema capital social e comprometimento e suas possibilidades de mensuração no ambiente organizacional, apresenta-se o objetivo geral e os objetivos específicos deste estudo.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo geral

Avaliar como o capital social e o comprometimento se manifestam e se relacionam no ambiente interno de organizações em redes, através da mensuração dos mesmos em indústrias vitivinícolas localizadas no Vale dos Vinhedos.

1.4.2 Objetivos específicos

Para o atendimento do objetivo geral, destacam-se os seguintes objetivos específicos deste estudo:

- a) verificar quais variáveis influenciam a criação de capital social nas empresas pesquisadas;
- b) medir quais dimensões do comprometimento organizacional se apresentam com maior representatividade no contexto da pesquisa;
- c) relacionar os construtos de capital social e comprometimento organizacional;

- d) comparar as principais características do perfil dos respondentes com as manifestações de capital social e comprometimento organizacional;
- e) verificar se existem diferenças entre os níveis de capital social e comprometimento nas vitivinícolas associadas à APROVALE e à APROBELO.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Este capítulo tem como objetivo principal apresentar uma base de sustentação teórica para o estudo, destacando os principais conceitos e aspectos relacionados aos temas capital social e comprometimento organizacional. Assim, as diversas abordagens sobre os temas, bem como suas possibilidades de mensuração e relação com o contexto organizacional serão discutidas no decorrer desta seção.

2.1 EVOLUÇÃO E CONCEITOS DE CAPITAL SOCIAL

O tema capital social vem sendo abordado em diversas áreas de estudo, como a sociologia, economia e ciências políticas, além de ser estudado no contexto das organizações públicas e privadas. Pode-se destacar a relevância do tema, através da constatação de Milani (2003). O autor afirma que a abordagem do capital social, geralmente, é tratada na literatura partindo-se do pressuposto que variáveis econômicas não são suficientes para o desenvolvimento social e para a construção de um ambiente sustentável. Logo, as instituições e o sistema social teriam influência, na visão do autor, sobre o desenvolvimento local.

Desta forma, pode-se afirmar que os investimentos apenas na formação do capital humano, geralmente, são insuficientes para a construção de uma base socioeconômica favorável para o desenvolvimento. Neste sentido, o capital social, presente nas relações sociais e interpessoais, auxilia a criação de uma rede humana que servirá de base para alavancar o desenvolvimento (NEUMANN e NEUMANN, 2004).

Segundo Albagli e Maciel (2002), a difusão deste conceito ocorreu de maneira rápida por algumas razões, como a valorização das relações e estruturas sociais no discurso político e na ótica econômica, o reconhecimento dos recursos embutidos em estruturas e redes sociais

não contabilizados por outras formas de capital, a mudança no ambiente político-econômico com o reposicionamento dos papéis do Estado e da sociedade e as relações entre o público e o privado, a necessidade de desenvolver conceitos que reflitam a complexidade e o interrelacionamento das várias esferas de intervenção humana e, por fim, o potencial de alavancagem política do capital social.

Araujo (2003), ao realizar seus estudos sobre capital social, apresenta uma evolução da aplicação dos diversos conceitos relacionados ao tema, conforme apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Utilização e enfoque dos conceitos de capital social

Referência e período	Utilização e enfoque do conceito
Lyda Judson Hanifan (1916)	Uso do conceito de capital social para descrever centros comunitários de escolas rurais. Segundo a autora, a comunidade se beneficiaria da cooperação de todos e quando as pessoas criam o hábito de se relacionar, por razões sociais, de lazer ou econômicas, essa rede de relações (ou capital social) pode ser dirigida para o bem-estar da comunidade.
John Seeley (década de 1950)	Uso da expressão para demonstrar como o pertencimento de moradores suburbanos a certos clubes e associações facilitava o acesso a outros bens e direitos, ainda que simbólicos.
Jane Jacobs (década de 1960)	Para a autora, o conceito de capital social enfatizava a importância de redes informais de sociabilidade nas grandes metrópoles e para demonstrar como sólidas redes sociais em áreas urbanas de uso misto constituíam uma forma de capital social que encorajava a segurança pública.
Glenn Loury e Ivan Light (década de 1970)	Uso da expressão na análise do problema de desenvolvimento econômico em áreas centrais das grandes cidades americanas. Neste estudo, os autores descobriram a ausência de laços de confiança, cooperação e conexão social na comunidade afro-americana, sendo que esta característica se constituía em um dos legados mais perversos da escravidão.
Pierre Bourdieu e Ekkehart Schlicht (década de 1980)	Enquanto Bourdieu definiu o capital social como o agregador de recursos, reais ou potenciais, que possibilitavam o pertencimento duradouro a determinados grupos e instituições, Schlicht utilizou o tema para destacar a importância que a organização social e a ordem moral têm para o desempenho da economia.
James Coleman (final da década de 1980)	Através de dois artigos que se tornaram clássicos no mundo acadêmico, o autor destaca o capital social como um mecanismo de satisfação e completude para a vida social. Além disso, Coleman afirma que este tipo de capital permite a criação de certos bens que sem a sua presença seriam impossíveis.
Robert Putnam (década de 1990)	Debate sobre o papel do capital social e da sociedade civil na Itália e nos Estados Unidos.
Francis Fukuyama (década de 1990)	Através de análises de processos de desenvolvimento industrial nos Estados Unidos e em países da Europa e da Ásia, o autor realizou o estudo das relações entre prosperidade econômica, cultura e capital social.

FONTE: Elaborado a partir de Araujo (2003).

Embora, conforme visualizado na Figura 1, o tema capital social seja abordado desde o início do século XIX, o mesmo recebeu destaque a partir dos anos de 1990, quando o Banco Mundial passou a estudar o tema e vinculá-lo às questões relacionadas à pobreza, além de utilizar este conceito na avaliação de projetos de desenvolvimento submetidos à instituição.

Para este processo, o Banco Mundial passou a considerar quatro formas de capital (ARAÚJO, 2003):

- a) capital natural: recursos naturais de que é dotado um país;
- b) capital financeiro: bens produzidos por uma sociedade e que se expressam em infraestrutura, bens de capital, capital financeiro, imobiliário e outros;
- c) capital humano: definido pelos graus de saúde, educação e nutrição de um povo;
- d) capital social: expresso, basicamente, pela capacidade de uma sociedade estabelecer laços de confiança interpessoal e redes de cooperação com vistas à produção de bens coletivos.

Neste sentido, o Banco Mundial (2008) define que “o capital social se refere às instituições, relações e normas que definem a qualidade e a quantidade das interações sociais de uma sociedade”. Também destaca que a aplicação do conceito de capital social, em nível prático e operacional, pode ser dividida em cinco dimensões principais:

- a) grupos e redes: grupos de indivíduos que promovem e protegem as relações pessoais que melhorem a segurança social;
- b) confiança e solidariedade: elementos de comportamento interpessoal que promovem uma maior coesão e robustez das ações coletivas;
- c) ações coletivas e cooperação: capacidade das pessoas para trabalhar em conjunto, com o objetivo de resolver problemas comuns;
- d) coesão e inclusão social: esta dimensão se refere à atenuação do risco de conflito e promoção do acesso equitativo aos benefícios do desenvolvimento através do reforço da participação dos marginalizados;
- e) informação e comunicação: atenua o capital social negativo e promove o capital social positivo, melhorando o acesso à informação.

Também na década de 1990, pode-se atribuir a Robert Putnam o aumento da notoriedade e utilização do tema capital social. Através de sua obra “Comunidade e Democracia: a experiência da Itália Moderna”, o autor questiona as variações de desempenho entre governos democráticos e descreve as diferenças relacionadas ao desenvolvimento entre as regiões norte e sul da Itália, concluindo que estas se devem a maior presença de capital social na região norte daquele país. Nesta obra, o autor aborda o capital social como um

facilitador da cooperação espontânea. Assim, afirma que o capital social “diz respeito a características da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuam para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas” (PUTNAM, 2002, p. 177).

Pode-se citar duas vertentes teóricas relacionadas à difusão do conceito de capital social (HELAL et al., 2007; MACKE et al., 2010). A primeira vertente, cujo os conceitos estão representados na Figura 2, decreve o capital social acumulado por um determinado indivíduo, sendo que o mesmo poderá obter uma posição de vantagem em determinado grupo, relacionando este processo à questões de poder.

Já na Figura 3, pode-se destacar alguns conceitos ligados a segunda vertente de estudos sobre o capital social. Nesta linha, o capital social é analisado como um elemento pertencente a um grupo, comunidade ou sociedade, visto como um bem público, encontrado nas relações entre pessoas ou grupos (MACKE et al., 2010).

Figura 2 – Conceitos de capital social como um “bem individual”

Referência	Conceito
Baker (1999 apud ADLER e KWON, 2002, p. 20)	Capital social é “um recurso de agentes derivado de estruturas sociais específicas e então usado em função de seus interesses; ele é criado pelas mudanças nas relações entre os agentes”.
Bourdieu (2001, p. 134)	Ao abordar questões relacionadas ao espaço social, o autor afirma que “o capital representa um poder sobre um campo (num dado momento) e, mais precisamente, sobre o produto acumulado do trabalho passado (...)”. Também destaca que “as espécies de capital, à maneira dos trunfos num jogo, são os poderes que definem as probabilidades de ganho num campo determinado (...)”. Bourdieu define a posição de um determinado agente no espaço social “pela posição que ele ocupa nos diferentes campos, quer dizer, na distribuição de poderes que atuam em cada um deles, seja, sobretudo, o capital econômico - nas suas diferentes espécies -, o capital cultural e o capital social e também o capital simbólico, geralmente chamado prestígio, reputação, fama (...)”.
Burt (2000)	Ao apresentar seu estudo sobre a estrutura de rede do capital social como uma metáfora, o autor afirma que a interligação entre pessoas ou grupo de pessoas, baseada em relações de confiança e troca, proporciona vantagens em termos de retornos mais elevados dos esforços para os envolvidos neste processo.
Granovetter (1985)	Embora não utilize, especificamente, o termo capital social, este autor destaca em seu estudo a importância das redes de relacionamentos (redes sociais), ligadas a elementos como confiança e cooperação, que constituem elementos do capital social.
Lin (2001, p. 12)	Capital social pode ser definido como “os recursos incorporados em uma estrutura social que são acessados e mobilizados em ações intencionais”. De acordo com o autor, este tipo de capital é composto por três elementos: recursos embutidos na estrutura social, acessibilidade aos recursos sociais por indivíduos ou mobilização e utilização desses recursos sociais pelos indivíduos por meio de ações intencionais.
Nahapiet e Ghoshal (1998, p. 243)	“Capital social é a soma dos recursos reais e potenciais envolvidos, avaliados e derivados das redes de relacionamento tidas por um indivíduo ou unidade social”.
Portes (1998, p. 6)	O autor afirma que embora existam diferentes entendimentos sobre o tema, há um consenso crescente de que o capital social “representa a capacidade dos agentes para garantir benefícios por força da adesão em redes sociais ou outras estruturas sociais”.
Silva (2006, p. 352)	Baseado na visão de Bourdieu (1980), o autor diz que “o capital social pode ser definido como um conjunto de relações e redes sociais que um agente - um indivíduo - possui e todos os recursos que ela/ele pode reunir no mercado local utilizando tais relacionamentos”.

FONTE: Elaborado pela autora a partir de definições encontradas na literatura.

Figura 3 – Conceitos de capital social como um “bem público”

Referência	Conceito
Adler e Kwon (2002, p. 18)	Ao contextualizar o capital social nas estruturas sociais, os autores afirmam que o mesmo “é o recurso à disposição dos agentes em função da localização dos mesmos na estrutura de suas relações sociais”.
Balestrin e Verschoore (2008, p. 124)	O capital social é modernamente definido como “o conjunto de características de uma organização humana que englobam as relações entre os indivíduos, as normas de comportamento cívico, as obrigações mútuas e a credibilidade recíproca”.
Coleman (1988, p. 118 - 119) e (1990, p. 302)	Capital social estudado em paralelo com o capital financeiro, físico e humano, sendo identificado em três formas: obrigações e expectativas, que dependem da confiabilidade do ambiente social, capacidade de fluxo de informação da estrutura social e normas acompanhadas por sanções. “Características da organização social, tais como confiança, normas e redes que podem melhorar a eficiência da sociedade, por facilitarem ações coordenadas.”
Durston (2001, p. 2)	“Capital social é o conteúdo de certas relações e estruturas sociais, aquelas caracterizadas por atitudes de confiança e comportamentos de reciprocidade e cooperação”.
Fukuyama (2000, p. 28)	Ao abordar o capital social com enfoque no desenvolvimento de países, o autor afirma que o mesmo pode ser definido como “um conjunto de valores ou normas informais, comuns aos membros de um grupo que permitem a cooperação entre eles”. Neste sentido, estas normas devem incluir virtudes como honestidade, cumprimento de obrigações e reciprocidade.
Harpham (2002, p. 106)	“Capital social refere-se ao grau de ligação e a qualidade e a quantidade das relações sociais em determinada população”.
Milani (2003, p. 28)	“Somatório de recursos inscritos nos modos de organização cultural e política da vida social de uma população”. Para o autor, o capital social é um bem coletivo que garante o respeito de normas de confiança mútua e de compromisso cívico, diretamente ligado às associações horizontais entre pessoas, redes verticais entre pessoas e organizações, ao ambiente social e político em que se situa a estrutura social e ao processo de construção e legitimação do conhecimento social.
Nooteboom (2007)	O autor propõe uma definição de capital social com foco na contribuição para a consecução das metas de agentes com base nas relações. Neste caso, os agentes são definidos como indivíduos, grupos, bem como empresas e outros tipos de organização. Conclui que, considerando o capital de forma mais generalizada, o capital social requer investimentos para sua construção.
Putnam (2002, p. 177)	“Características da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuam para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas”.

FONTE: Elaborado pela autora a partir de definições encontradas na literatura.

No enfoque de capital social como um bem público, Coleman (1988) afirma que o mesmo é definido pela sua função, não se apresentando como uma entidade única, mas diversas entidades distintas, com dois elementos em comum: consistir em alguns aspectos das estruturas sociais e facilitar certas ações dos agentes dentro destas estruturas. Concluindo, o autor afirma que “o capital social é produtivo, possibilitando a obtenção de determinados objetivos que na sua ausência não seria possível” (COLEMAN, 1988, p. 98).

Além destas vertentes, o capital social pode ser estudado sob o enfoque de duas unidades de análise distintas quanto ao contexto das relações. A primeira unidade está ligada às redes de relacionamento dentro de um grupo (relações intra-grupos) e neste caso o capital social é estudado no contexto de comunidades, associações ou grupos em geral. Já quando o estudo ocorre em redes de empresas, nações, APLs e outras formas organizativas, pode-se destacar o capital social nas redes de relacionamento entre grupos (inter-grupos) (MACKE et al., 2010).

Outra abordagem importante sobre o capital social, que serve de base para diversas pesquisas sobre o tema, é a análise do mesmo sob o enfoque de suas dimensões.

Assim, pode-se citar os trabalhos publicados em 1997 e 1998, por Nahapiet e Ghoshal, que destacam as relações entre capital social, capital intelectual e criação de valor e vantagem para as empresas. De acordo com os autores, assim como o capital físico, financeiro e humano, o capital social também pode produzir riqueza para a organização, permitindo a realização de atividades, que na sua ausência não seriam possíveis ou seriam realizadas a custos mais elevados.

Neste sentido, Nahapiet e Ghoshal (1997) destacam que o capital social possui diversos atributos e que essas características podem ser subdivididas em três dimensões distintas que, embora sejam abordadas analiticamente de forma separada, possuem grande conexão:

- a) dimensão estrutural: se refere ao padrão de conexão entre os atores e inclui conexões e configurações da rede que descreve o padrão de ligações em termos de mensuração como densidade, conectividade, hierarquia e adequação organizacional;
- b) dimensão relacional: se refere aos ativos que são criados e alavancados por meio do relacionamento e incluem atributos como identificação, confiança, normas, sanções, obrigações e expectativas;

- c) dimensão cognitiva: se refere aos recursos que representam visões compartilhadas, interpretações e sistemas de significados, como a linguagem, códigos e narrativas.

Ao comentar a relação entre as dimensões acima citadas, Nahapiet e Ghoshal (1998) afirmam que nem todas as dimensões do capital social são mutuamente reforçadas, porém a dimensão estrutural do capital social influencia o desenvolvimento da dimensão relacional e cognitiva.

Independente da vertente, unidade de análise ou dimensão do capital social descritas nos estudos, alguns elementos básicos, como a confiança e a cooperação, podem ser destacados na abordagem do tema.

Fukuyama (2000), por exemplo, afirma que todas as sociedades possuem algum capital social e que as diferenças entre as mesmas estariam relacionadas à questões como confiança e cooperação. Convergindo com esta idéia, Putnam (2002) aborda a confiança como um componente básico do capital social, sendo que a mesma promove a cooperação.

Pode-se definir a confiança como:

a expectativa que nasce no seio de uma comunidade de comportamento estável, honesto e cooperativo, baseado em normas compartilhadas pelos membros dessa comunidade. Essas normas podem ser sobre questões de ‘valor’ profundo, como a natureza de Deus ou da justiça, mas também compreendem normas seculares, como padrões profissionais e códigos de comportamento (FUKUYAMA, 1996, p. 41).

A confiança também é destacada como um importante elemento do capital social por Barquero (2003, p. 96), afirmando que “a existência de confiança não só cria um ambiente de credibilidade e, conseqüentemente, de legitimidade, como fortalece o contrato social”. O autor complementa que a ausência deste elemento pode gerar tensão permanente e instabilidade na sociedade.

Também com enfoque no tema confiança, Araujo (2003) cita o economista Albert Hirshman, que afirma que o capital social aumenta dependendo da intensidade de seu uso, no sentido de que praticar cooperação e confiança produz mais cooperação e confiança e, conseqüentemente, mais prosperidade.

Por fim, pode-se destacar algumas características, comuns às diferentes visões de capital social, levantadas por Serageldin e Grootaert (1999), ao abordar o tema através de uma visão integrada:

- a) ligação com as esferas econômicas, sociais e políticas, bem como a compreensão de que as relações sociais afetam e são afetadas pelos resultados econômicos;
- b) foco nas relações entre agentes econômicos e organizações formais e informais e a possibilidade destes agentes em melhorar a eficiência de atividades econômicas;
- c) verificação que relacionamentos e instituições sociais têm resultados positivos. Assim, uma vez que indivíduos isolados não podem obter estes resultados, os agentes tendem a investir em capital social, criando um ambiente de apoio;
- d) a constatação de que não apenas o potencial social das relações provoca a melhoria dos resultados econômicos, mas também a visão de que algumas destas relações poderão ter efeitos negativos. Isto dependerá da natureza das relações, a existência de normas e valores e o contexto político.

Segundo os mesmo autores, diante do entendimento de como o capital social contribui para a economia e para os resultados sociais, verificam-se novas demandas em termos de conceituação e, principalmente, mensuração do tema, conforme apresentado na seção seguinte.

2.1.1 Mensuração do capital social

A mensuração do capital social é discutida como um ponto crítico por vários autores. Segundo Gaag e Snijders (2003), nas duas últimas décadas, diferentes instrumentos e indicadores foram utilizados para a mensuração do capital social, porém muitos destes não foram desenvolvidos especificamente para a investigação deste tipo de capital.

Robert Putnam, ao coordenar o *Saguaro Seminar on Civic Engagement in America*⁴, promovido pela *Harvard Kennedy School of Government*, apresentou três justificativas importantes para a medição do capital social (SAPELLI, 2006). A primeira delas está relacionada à tangibilização, uma vez que a medição ajuda a transformar o conceito de capital social em algo mais tangível para as pessoas que o consideram difícil ou abstrato. O aumento do próprio investimento em capital social, alocando seus recursos, uma vez que as comunidades começam a ver seus resultados, é apresentado como a segunda razão. E por fim,

⁴ Informações disponíveis em <http://www.hks.harvard.edu/saguaro/>

o auxílio às fundações e organizações comunitárias a construir mais capital social, pois todas as atividades que envolvem pessoas podem auxiliar na criação de capital social.

Desta forma, são citadas, na literatura, diversas modalidades e diferentes tipos de metodologias relacionadas à mensuração do capital social, que incluem desde relações informais a organizações formais (SCHMIDT, 2004). Pode-se citar como exemplo:

- a) averiguar o nível de confiança interpessoal (social) e as atitudes favoráveis à cooperação com os outros;
- b) averiguar a intensidade de relações familiares e de vizinhança e a participação comunitária e religiosa;
- c) medir o grau de envolvimento de pessoas em organizações da sociedade civil (associativismo horizontal) nas suas diferentes manifestações (entidades recreativas, esportivas, culturais, de classe e outras);
- d) investigar o envolvimento de cidadãos em atividades de voluntariado e filantropia;
- e) investigar o grau de compromisso cívico e a participação política dos cidadãos (eleições, manifestações de reivindicação e de protesto, partidos, grupos de pressão e outros).

Neste sentido, pode-se destacar, também, três fatores descritos por Fukuyama (2000) e que devem ser considerados no momento da medição do capital social:

- a) o capital social tem uma dimensão qualitativa: na qual uma medição adequada deverá levar em consideração a natureza da ação coletiva de que um grupo é capaz, como por exemplo, sua dificuldade inerente, o valor da produção do grupo ou a possibilidade de ser empreendida sob condições adversas;
- b) externalidades positivas da participação em grupos: consiste em um benefício ou custo que cai sobre uma parte externa a uma determinada atividade. Neste fator verifica-se que, embora todos os grupos exijam capital social para operar, alguns geram laços de confiança entre pessoas não pertencentes aos mesmos;
- c) externalidades negativas: promoção, em alguns grupos, de intolerância, ódio ou até mesmo violência. Neste caso, os grupos têm dificuldades de cooperar entre si e os laços exclusivos de comunidade que os unem provavelmente os tornam menos adaptáveis pelo fato de isolá-los das influências do ambiente que os cerca.

Complementando, Gaag e Snijders (2003) afirmam que a construção de medidas para o capital social deve observar o que se espera medir e quais ferramentas estão disponíveis para este processo. Os autores ainda dizem que os aspectos quantitativos relacionados ao capital social podem ser ligados ao seu volume ou extensão, a sua diversidade ou a recursos específicos presentes em uma rede.

Harpham et al. (2002) ressaltam que uma tendência que vem aparecendo em grande escala é a realização de estudos que normalmente utilizam uma ou duas medidas de capital social: a confiança ou a adesão a grupos, também denominada engajamento cívico. Este último item, descrito por Putnam (2002) como as conexões de um povo com todas as dimensões da vida de sua comunidade, possibilita a obtenção de uma visão mais holística e abrangente do capital social.

Dando um enfoque mais prático e de acordo a revisão bibliográfica realizada para a elaboração deste estudo, verificou-se a existência de pesquisas em diversos cenários, relacionadas à medição do capital social.

Neste contexto, Grootaert et al. (2004) apresentam um instrumento denominado Questionário Integrado para Medir Capital Social (QI-MCS), cujo objetivo é fornecer uma base para a medição das diferentes dimensões do capital social descritas pelo Banco Mundial (2008) e mencionadas anteriormente neste estudo. Os autores afirmam que esta ferramenta tem como foco a sua aplicação em países em desenvolvimento e que os resultados obtidos, através da sua utilização, produzam o conhecimento das dimensões sociais relacionadas ao desenvolvimento econômico.

Na mensuração do capital social, em nível de regiões, pode-se citar Monastério (2003). O autor realizou uma análise das regiões do Rio Grande do Sul, com o objetivo de criar indicadores de capital social, testando os conceitos apresentados por Putnam (1993).

Outro exemplo de estudo relacionado à medição do capital social é o desenvolvido por Onyx e Bullen (2000), com base nos trabalhos de Coleman e Putnam e que foi utilizado como base para a realização desta pesquisa. Estes autores estudaram cinco comunidades australianas (duas comunidades rurais, duas áreas metropolitanas e uma área dentro da cidade de Sydney) com o objetivo de discutir o conceito de capital social, identificando suas dimensões e vinculando a mensuração de elementos como participação em redes, reciprocidade, confiança, normas sociais, comunidades e agências sociais.

A escolha deste trabalho como referência para a realização do estudo sobre capital social ocorreu em virtude da semelhança de algumas características do contexto anteriormente abordado pelos autores com a realidade das empresas pesquisadas. A proximidade geográfica entre as indústrias e a sua inserção e relevância nas comunidades locais reforçam esta afirmativa. Também, por se tratarem de empresas familiares, as indústrias pesquisadas podem ser avaliadas sob diversos enfoques e ambientes, como o familiar, empresarial e comunitário, sendo que os mesmos possuem inter-relações.

Neste sentido, o estudo focou a identificação de elementos empiricamente relacionados ao capital social, a verificação de fatores vinculados ao capital social possibilitando o teste dos mesmos em outras comunidades, a correlação do construto com gênero e demografia e a descrição da distribuição do capital social nas comunidades.

Assim, foram destacados oito fatores relacionados ao capital social: participação na comunidade local, proatividade no contexto social, sentimentos de confiança e segurança, vínculos de vizinhança, vínculos de família e amizade, tolerância em relação à diversidade, valor da vida e vínculos com o trabalho, conforme apresentado na Tabela 1.

Tabela 1 – Elementos constituintes dos fatores de capital social

Fator	Elementos do fator	Correlação
Participação na Comunidade Local	Ajudar grupos locais como voluntário	0,76
	Fazer parte de um comitê de gestão local	0,72
	Fazer parte de um projeto na comunidade	0,72
	Ajudar a organizar um serviço local	0,64
	Mobilizar a comunidade numa situação de emergência	0,56
	Ser membro ativo de uma organização local	0,68
	Atuar em eventos comunitários	0,65
Proatividade no Contexto Social	Ter iniciativa no ambiente de trabalho	0,47
	Ajudar espontaneamente os colegas de trabalho	0,31
	Sentir liberdade para discordar	0,59
	Buscar resolver impasses	0,61
	Ter acesso a informação para tomar decisões importantes	0,62
	Sair da comunidade local para visitar a família	0,59
	Recolher lixo deixado por outras pessoas	0,58
Sentimentos de Confiança e Segurança	Sentir-se seguro na rua à noite	0,72
	Localidade tem fama de ser um lugar seguro	0,70
	Deixar que estranhos entrem em sua casa numa emergência	0,62
	Acreditar que a maioria das pessoas é confiável	0,63
	Sentir que a comunidade é sua casa	0,64
Vínculos de Vizinhança	Visitar os vizinhos	0,75
	Ajudar um vizinho doente	0,68
	Pedir a um vizinho que cuide de seus filhos	0,68
	Ao sair de casa, aproveitar para visitar vizinhos e amigos	0,62
	Ser ajudado pelos vizinhos	0,45
Vínculos de Família e Amizade	Sair para almoçar/jantar com outras pessoas fora da família	0,79
	Telefonar aos amigos	0,71
	Conversar com muitas pessoas	0,62
Tolerância à Diversidade	Acreditar que o multiculturalismo é saudável	0,89
	Apreciar diferentes estilos de vida	0,83
Valor da Vida	Sentir-se valorizado pela sociedade	0,81
	Sentir-se satisfeito com a vida	0,82
Vínculos com o Trabalho	Sentir-se parte de uma equipe de trabalho	0,78
	Considerar colegas de trabalho também como amigos	0,78
	Sentir-se parte da comunidade do local onde trabalha	0,78

FONTE: Adaptado de Onyx e Bullen (2000, p. 40-41).

No ambiente organizacional, será descrito, na próxima seção, um estudo realizado por Watson e Papamarcos (2002), que realizaram a medição do capital social neste contexto, correlacionando o mesmo com o comprometimento e obtenção de vantagens para as empresas.

2.1.2 Capital social nas organizações em redes

O estudo do tema capital social vem acontecendo em diversos contextos: famílias, comportamentos da juventude, educação, saúde pública, comunidades, democracia e governos, desenvolvimento econômico e problemas da coletividade como um todo. Além disso, as pesquisas sobre capital social nas organizações vêm aumentando nos últimos anos, enfocando as mais diversas áreas: empregabilidade e evolução profissional, intercâmbio de recursos e promoção à inovação, criação de capital intelectual, desenvolvimento de equipes, redução dos índices de rotatividade nas empresas, aprendizagem organizacional, entre outros (ADLER e KWON, 2002). Logo, pode-se verificar a relação do tema com o ambiente interno e externo às organizações.

A relevância do conceito, neste contexto, já era sinalizada por Coleman (1988). O autor diz que, assim como o capital físico ou humano facilitam a atividade produtiva, o mesmo se dá com o capital social. Também exemplifica a afirmativa, através da constatação de que um grupo que possui extensa confiabilidade é capaz de obter melhores resultados em comparação a outro grupo sem esta característica.

O capital social, abordado no ambiente externo às organizações, pode estar vinculado, segundo Marti (2004), a algumas relações que empresas mantêm no sentido de criar vantagens competitivas não apenas com base nas suas próprias competências, mas também competências de outras organizações ou instituições localizadas em um mesmo *cluster*, por exemplo. De uma forma simplificada, o autor afirma que, neste sentido, o capital social é considerado a soma dos recursos e capacidades que pertencem a uma rede de organizações, no qual as empresas têm o objetivo de competir com sucesso.

Reforçando esta ideia, Balestrin e Verschoore (2008, p. 124) dizem que o empreendimento de ações colaborativas complexas entre empresas se torna possível através do capital social, uma vez que “a formação de uma rede de cooperação será influenciada pelo

grau com que as pessoas de uma comunidade empresarial compartilham normas e valores e são capazes de subordinar os interesses individuais aos coletivos”.

Neste contexto, destacam-se aqui alguns estudos que relacionam o capital social com as redes organizacionais, dando a esta ligação os mais diversos enfoques:

- a) capital social da organização relacionado ao conhecimento e à informação aos quais a empresa pode ter acesso, através dos funcionários, clientes, organizações parceiras e outros vínculos formais e informais com agentes externos (ANAND et al., 2002);
- b) capital social e seus efeitos sobre projetos de empresas nascentes, explorando dois enfoques: a estrutura social interna e externa das equipes de trabalho das empresas pesquisadas. Na estrutura interna, o estudo enfoca padrões de comunicação e sentimentos entre os membros e na estrutura externa o foco está na diversidade de laços que os membros mantêm com terceiros (WEISZ e VASSOLO, 2004);
- c) capital social, representado pelas relações de confiança e colaboração, e sua relação com as redes organizacionais, vistas como um fator de desenvolvimento econômico e social (SANABIO, 2006);
- d) redes e o capital social resultante das mesmas, como principal determinante do sucesso das empresas gerenciadas por empresários imigrantes (SEQUEIRA e RASHEED, 2006).

Como o objetivo deste estudo é abordar a medição do capital social em nível organizacional, se dará aqui um enfoque maior a este contexto, já estudado por alguns autores. Em recente publicação, Akdere e Roberts (2008) afirmam que o papel das interações sociais e das relações no plano individual, grupal e organizacional é cada vez mais significativo, sendo o capital social uma ferramenta que pode alavancar o desempenho das empresas.

Cohen e Prusack (2001) reforçam esta ideia, ressaltando que forças advindas da tecnologia, globalização e do trabalho virtual estão provocando o aparecimento de uma nova forma de “capital oculto” nas organizações. Para os autores, este novo recurso é o capital social, construído a partir de ligações entre indivíduos, como a confiança, redes e o senso de comunidade.

Assim, o capital social, denominado pelos autores como uma ponte entre as pessoas, pode beneficiar as empresas por:

- a) criar um ambiente onde a disseminação do conhecimento acontece em virtude das relações baseadas na confiança, referências comuns e objetivos compartilhados;
- b) reduzir os custos graças à existência da confiança e do espírito cooperativo;
- c) diminuir os índices de rotatividade, resultando em menores custos de contratação e treinamento de pessoal;
- d) criar uma maior coerência administrativa devido à existência de uma estabilidade organizacional.

Cohen e Prusack (2001) também destacam dois importantes elementos do capital social no contexto organizacional: a confiança e as redes de relacionamento. Para os autores, a confiança, ponto inicial do capital social, é um lubrificante essencial para qualquer atividade social, e sem ela pessoas que trabalham ou vivem juntas poderiam se estabelecer em um ambiente de constante conflito. Logo, baixos níveis de confiança na organização resultam em comportamentos de manipulação ou sigilo em demasia, por exemplo. Por outro lado, altos níveis de confiança se convertem em uma cultura que apoia a criatividade e a colaboração entre os membros da organização.

Já a importância das redes de relacionamento é justificada pelos autores pela visão do homem como um “animal social”, que forma famílias, grupos, comunidades, sociedades ou nações. Assim, as relações do homem consigo mesmo e com o mundo são as redes que formam o capital social nas organizações. Estas redes, por sua vez, são fontes para a geração de sentimentos como o pertencimento e compromisso, bem como a aprendizagem.

Também relacionando o capital social com as organizações, Fukuyama (1996, p. 42) afirma que “o capital social tem importantes consequências para a natureza da economia industrial que a sociedade for capaz de criar”. Para o autor, a existência de confiança, elemento importante do capital social, nas relações entre pessoas que trabalham juntas, pode tornar as atividades realizadas na empresa menos onerosas e isso seria promovido através da utilização de um conjunto de normas éticas comuns. Concluindo, Fukuyama (1996) diz que esta condição promove a inovação organizacional, uma vez que o alto grau de confiança permitirá o surgimento de uma grande variedade de relacionamentos sociais.

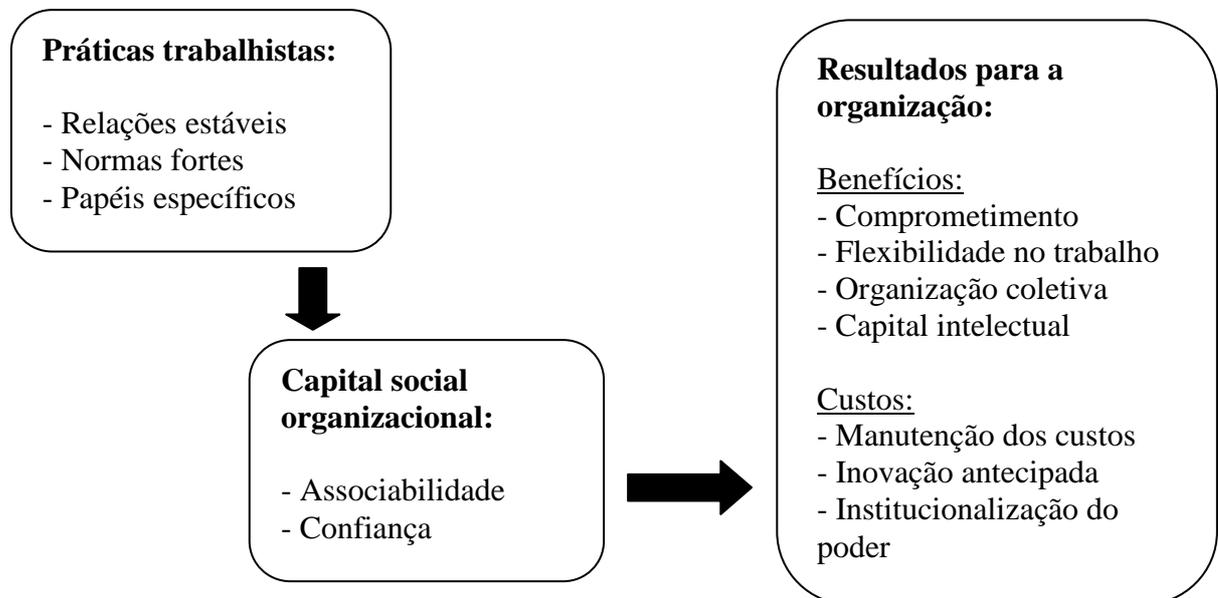
Ainda no enfoque do capital social como um atributo das organizações, pode-se citar o estudo realizado por Leana e Buren (1999). Através de uma publicação sobre capital social organizacional e práticas trabalhistas, os autores afirmam que o capital social é um atributo organizacional. Assim, neste contexto, o capital social pode ser definido como um dos

recursos que reflete o caráter das relações sociais dentro das organizações, realizadas através dos diversos níveis de membros da empresa, através da orientação coletiva e confiança compartilhada.

Leana e Buren (1999) também apresentam dois componentes básicos do capital social nas organizações: a associabilidade e a confiança. A associabilidade é definida, pelos autores, como a vontade e a capacidade dos membros de uma organização em subordinar suas metas individuais em detrimento às metas coletivas. O segundo elemento, a confiança, se apresenta como um elemento básico do sucesso da ação coletiva, sendo essencial para que as pessoas trabalhem juntas em projetos comuns e alcancem os resultados almejados.

No decorrer do estudo, os autores apresentam a relação entre as práticas trabalhistas, o capital social organizacional e os resultados obtidos pela organização através deste processo, conforme apresentado na Figura 4. Para eles, práticas trabalhistas como a estabilidade nas relações de trabalho, a existência de procedimentos e normas de reciprocidade e papéis específicos que definem a estrutura social em termos de posições, irão alavancar o capital social da empresa que, por sua vez, se transformará em resultados para a organização.

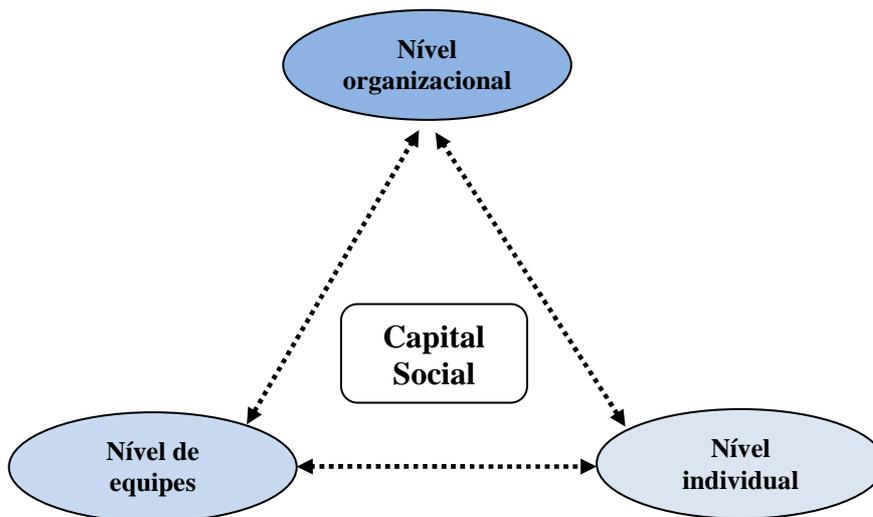
Figura 4 – Modelo de capital social organizacional



FONTE: Adaptado de Leana e Buren (1999, p. 547).

Convergindo com o estudo de Leana e Buren sobre os impactos do capital social no resultado da organização, pode-se citar algumas constatações descritas por Akdere e Roberts (2008). Estes autores afirmam que o capital social pode contribuir para o desenvolvimento em nível individual, de equipe ou na organização como um todo, embora muitas vezes estes níveis se sobreponham. Esta relação é apresentada na Figura 5.

Figura 5 – Capital social e sua relação com a *performance* organizacional



FONTE: Adaptado de Akdere e Roberts (2008, p. 809).

O impacto sobre o nível individual pode ocorrer de forma positiva no sentido de que a presença de capital social poderá gerar oportunidades para a carreira do membro da organização, por exemplo. Porém, o capital social poderá apresentar impactos negativos, quando o indivíduo se baseia apenas no seu capital social e não no seu desempenho para atingir determinados resultados. Neste nível, o capital social também poderá influenciar questões relacionadas à autoridade e subordinação entre os membros (AKDERE e ROBERTS, 2008).

No nível grupal, os autores relacionam o capital social com a ideia de sinergia, onde os resultados do grupo seriam melhores em relação aos resultados individuais. Porém, a exclusão de algum membro do grupo poderá fomentar um ambiente de desconfiança. Outro aspecto abordado é a importância do capital social para o alcance da aprendizagem em nível de grupo.

Por fim, Akdere e Roberts (2008) descrevem alguns impactos positivos do capital social na organização como um todo, com base, principalmente em Alder & Kwon (2000), Cohen e Prusack (2001) e Leana & Van Buren (1999):

- a) ao contrário de outros capitais existentes na organização, o capital social não se deprecia com o uso e sim, aumenta;
- b) aumento do capital social através da criação de comunidades de prática (LESSER, 2000 apud AKDERE e ROBERTS, 2008). Neste sentido, estas comunidades auxiliariam a empresa na identificação de indivíduos com conhecimentos relevantes, além de conectá-los de maneira rápida e eficaz;
- c) desenvolvimento de um ambiente mais cooperativo com todos os parceiros da organização (funcionários, clientes, fornecedores e outros);
- d) presença de referências comuns e objetivos compartilhados, resultantes principalmente da confiança existente nestas empresas;
- e) menores custos com a manutenção dos recursos humanos, principalmente devido às baixas taxas de contratação e gastos menores com formação de pessoal, uma vez que ocorrem menos mudanças no quadro de funcionários. Além disso, neste contexto, ocorre uma melhor manutenção do conhecimento organizacional.

Os autores afirmam que um impacto negativo do capital social dentro de uma organização pode ocorrer quando os objetivos e a direção da rede social não coincidem com as metas organizacionais. Outro impacto negativo envolve o tempo que um novo funcionário leva para se adaptar à rede social da organização (AKDERE e ROBERTS, 2008).

Ainda tratando da relação entre o capital social e o ambiente organizacional, é importante destacar esta ligação no contexto das empresas familiares, principalmente pela expressividade econômica deste tipo de organização. Oliveira (1999) afirma que as empresas familiares representam 4/5 das organizações privadas brasileiras, além de gerar 3/5 da receita e 2/3 dos empregos, ao considerarmos o total de empresas privadas localizadas no país. Dados fornecidos em publicações do SEBRAE (2005) apontam que, independente do porte da organização, as empresas familiares representam dois milhões de empregos diretos no país. Outro dado relevante é a participação destas organizações no Produto Interno Bruto (PIB): 12% do segmento agronegócios, 34% da indústria e 54% dos serviços.

Donnelley (1987, p. 61) afirma que uma empresa é considerada familiar “quando está perfeitamente identificada com uma família pelo menos há duas gerações e quando essa ligação resulta numa influência recíproca na política geral da firma e nos interesses e objetivos da família.”

Segundo Leone (2005) pode-se encontrar três grandes vertentes relacionadas ao conceito de empresa familiar. A primeira vertente descreve o nível da propriedade, onde o controle da empresa ou seu maior capital está nas mãos da família. A segunda vertente está relacionada ao nível de gestão, onde o gerenciamento é influenciado pela família e os lugares de topo da organização são ocupados pela mesma. E a última vertente trata do nível de sucessão, onde as gerações familiares assumem os lugares deixados vagos pelos parentes. Posteriormente, a autora, agregando os três conceitos, caracteriza este tipo de empresa: iniciação por um membro da família, membros da família participam da propriedade ou direção da empresa, identificação dos valores institucionais com o sobrenome ou figura do fundador e sucessão relacionada ao fator hereditário.

As abordagens acima citadas foram pesquisadas por Arregle et al. (2007), em estudo que relaciona a criação do capital social familiar com a criação do capital social nas empresas.

Inicialmente, Arregle et al. (2007) afirmam que o capital social pode se tornar uma vantagem competitiva para a organização, por emergir das relações internas e externas à empresa, se tornando, muitas vezes um recurso valioso, raro e difícil de ser imitado ou substituído.

Posteriormente, os autores descrevem a relação e a influência de alguns itens do contexto das organizações familiares, com foco no desenvolvimento do capital social: identidade e estrutura organizacional, racionalidade, práticas de recursos humanos, rede social da empresa e a estabilidade e interação da família, por exemplo.

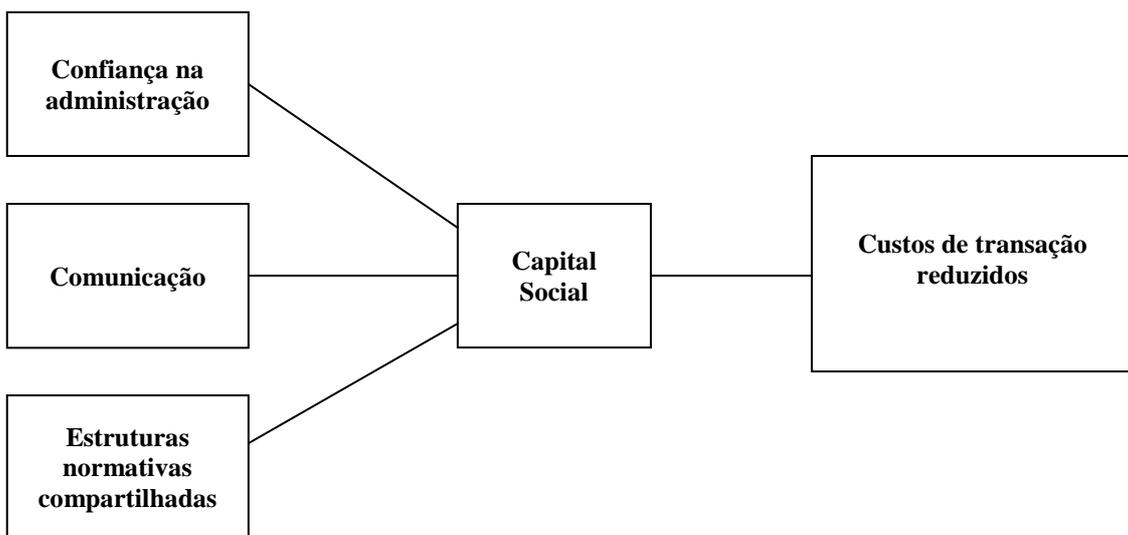
Além destas relações, Arregle et al. (2007) relatam que, embora as proposições acima citadas demonstrem que o capital social familiar influencia o capital social organizacional, existe um aspecto contingencial neste processo. Assim, esta ligação dependerá de alguns fatores como o número de membros da família envolvidos com a organização e as capacitações dos mesmos.

Além do objetivo de verificar as características do capital social no contexto das empresas familiares e localizadas em comunidades, este estudo possui como meta verificar as relações deste tema com o comprometimento organizacional.

Neste sentido, apresenta-se o trabalho realizado por Watson e Papamarcos (2002). Os autores executaram uma pesquisa com a participação de 469 profissionais de vendas de uma empresa líder em serviços médicos, localizada nos Estados Unidos, identificando quais elementos relacionados ao capital social, como confiança, comunicação e foco no empregado, possuem influência sobre o comprometimento organizacional. Mais especificamente, são investigadas se as percepções do indivíduo sobre as qualidades das relações sociais no trabalho servem para desenvolver o comprometimento organizacional.

Outro foco do estudo é o fato do capital social estar relacionado às vantagens competitivas organizacionais. Logo, os autores afirmam que estas vantagens estariam relacionadas à redução dos custos de transação associados com o desenvolvimento de formas eficientes de organização econômica, conforme apresentado na Figura 6.

Figura 6 – Modelo conceitual de capital social e suas influências nos resultados organizacionais



FONTE: Adaptado de Watson e Papamarcos (2002, p. 542).

A pesquisa de Watson e Papamarcos (2002) é enfocada nas dimensões cognitiva e relacional do capital social. Assim, o estudo demonstra que a redução dos custos de transação traz benefícios à organização, como consequência do aumento do comprometimento organizacional. Este resultado, por sua vez, se manifesta, pelo menos em parte, através do capital social alimentado pela presença de confiança, estruturas normativas compartilhadas e comunicação.

Na apresentação dos resultados do estudo, os autores afirmam que a confiança na administração, confiabilidade da comunicação e o foco no empregado influenciaram significativamente e positivamente os níveis de comprometimento organizacional quando controlados entre si. Também concluíram que os padrões das respostas relacionadas à confiabilidade da comunicação e confiança na administração se combinaram para explicar os níveis significativos de variância das variáveis demográficas e variáveis teóricas. Concluindo a análise dos resultados da pesquisa, Watson e Papamarcos (2002) destacam que uma abordagem que relaciona o capital social com o comprometimento organizacional é promissora.

Assim, na próxima seção, apresenta-se uma revisão teórica relacionada ao tema comprometimento organizacional, com o objetivo de vinculá-lo, durante a realização da pesquisa, ao tema capital social.

2.2 COMPROMETIMENTO NAS ORGANIZAÇÕES

O conjunto de transformações visualizadas nos processos produtivos, na forma de organização do trabalho e nos padrões de gestão das sociedades industrializadas, impulsionadas pelas novas tecnologias, em um contexto de crescente globalização da economia, justifica o crescente interesse de pesquisadores e administradores pelo tema comprometimento organizacional (BASTOS, 1996). O autor explica esta relação afirmando que:

tais mudanças têm conduzido a experiências com novas arquiteturas organizacionais que apontam a importância de fatores individuais tais como interesse, motivação, responsabilidade, criatividade, participação, compromisso e envolvimento como elementos críticos na constituição de modelos organizacionais flexíveis e mais hábeis em lidar com as incertezas ambientais (BASTOS, 1996, p. 94).

Complementando, Martins (2003) destaca que o estudo do comprometimento nas organizações tem servido de base para a formação de políticas que buscam a qualidade, através do fortalecimento dos vínculos do trabalhador com seu próprio trabalho. Além disso, o

comprometimento dos funcionários com a empresa pode tornar-se sua vantagem competitiva⁵, uma vez que a mesma não reside apenas em máquinas ou patentes, por exemplo, mas sim em pessoas capazes de inovar e investir em si mesmas para o progresso da organização (DESSLER, 1996).

Brito e Bastos (2001) afirmam que, diante das transições que marcam o mundo do trabalho e os processos organizacionais, pode-se apresentar dois argumentos que reforçam a importância de pesquisas sobre comprometimento organizacional. Inicialmente, parte-se do princípio de que qualquer processo organizativo necessita de relações de compromisso entre os atores envolvidos em torno das metas, missão e valores organizacionais. Além disso, o comprometimento pode ser considerado um fator que potencializa as possibilidades de organizações enfrentarem, com êxito, as transições e turbulências existentes no mercado. Assim, segundo os autores, o comprometimento é considerado elemento estratégico para as organizações.

Convergindo com as ideias acima citadas, Fiorito et al. (2007) afirmam que muitas pesquisas abordam o comprometimento devido à crença de que o mesmo afeta diretamente a *performance* organizacional.

Os crescentes estudos sobre comprometimento estão baseados no fato de que o mesmo pode afetar diversas atitudes e comportamentos importantes no contexto organizacional, como a assiduidade, intenção ou abandono efetivo da organização, pontualidade, atitudes frente às mudanças, desempenho individual, comportamentos de cidadania e negligência e desempenho organizacional (DIAS e DEL MAESTRO FILHO, 2008). Por estes motivos, os autores destacam a crescente busca, entre os pesquisadores, em esclarecer as razões pelas quais os indivíduos desenvolvem laços psicológicos que caracterizam a ligação dos mesmos com a empresa onde atuam.

Assim, verifica-se que o comprometimento está diretamente relacionado à ampliação da consciência do indivíduo. Este processo ocorre na medida em que o mesmo não se contenta apenas com recompensas financeiras, mas sim com o desejo de conhecer melhor a si mesmo e a empresa, para poder participar efetivamente da vida organizacional (MACÊDO et al., 2005).

⁵ Porter (1989) afirma que a vantagem competitiva surge quando uma empresa consegue criar valor para seus clientes e que este valor ultrapassa os custos de fabricação. O autor define valor como aquilo que os consumidores estão dispostos a pagar, sendo que o valor superior provém da oferta de preços mais baixos do que os da concorrência por benefícios equivalentes ou do fornecimento de benefícios únicos que compensem um preço mais alto.

Neste sentido, pode-se destacar o que o comprometimento organizacional se refere à identificação do indivíduo com a organização, caracterizada pela convicção e aceitação dos valores e objetivos da mesma, acompanhado pelo desejo de permanecer como um membro da empresa e por realizar esforços em benefício da organização (MOWDAY et al., 1986).

Reforçando a pluralidade de conceitos sobre comprometimento organizacional, Bandeira et al. (2000) afirmam que o termo foi definido com o objetivo de gerar diversas interpretações, consistindo em:

atitude ou orientação para a organização, que une a identidade da pessoa à empresa. Pode ser um fenômeno estrutural que ocorre como resultado de transações entre os atores organizacionais; ou um estado em que o indivíduo se torna ligado à organização por suas ações e crenças ou ainda a natureza do relacionamento de um membro com o sistema como um todo (BANDEIRA et al., 2000, p. 134).

Além disso, de acordo com Fiorito et al. (2007), o comprometimento apresenta três fatores característicos: forte crença nos objetivos e valores da organização, disponibilidade em exercer um esforço extra em nome da empresa e grande desejo de aderir e pertencer à mesma.

Novamente, ao tratar o conceito de comprometimento nas organizações, observa-se a variedade de definições e abordagens para o tema. Na Figura 7 destacam-se alguns conceitos apresentados em revisão bibliográfica realizada por Yilmaz (2008).

Figura 7 – Conceitos de comprometimento organizacional

Referência	Conceito
Mc Donald e Makin (2000)	Comprometimento organizacional definido como um trato psicológico entre o funcionário e a organização.
Valentine et al. (2002)	Comprometimento organizacional é abordado como a inclinação dos interesses dos trabalhadores e dos compromissos com a organização.
Özsoy et al. (2004)	Para os autores, o comprometimento organizacional está relacionado à uma maior valorização, por parte dos funcionários de uma empresa, dos resultados da organização em relação aos seus próprios benefícios (ou resultados).
Ince e Gül (2005)	De acordo com os autores, o comprometimento organizacional está relacionado à fatores como aceitação e forte crença nos valores e objetivos da organização, além do desenvolvimento de um trabalho mais intenso e entusiástico com a meta de criar benefícios para a organização e continuar fazendo parte da mesma.
Yilmaz (2008)	Comprometimento organizacional pode ser definido como a adoção dos objetivos da empresa, pelos seus funcionários, e o comprometimento dos mesmos com o atendimento destes objetivos por parte da organização.

FONTE: Adaptado de Yilmaz (2008).

Já Meyer e Allen (1991) destacam que a visão mais comum relacionada ao comprometimento é que o mesmo se refere ao estado psicológico que caracteriza as relações dos funcionários com a organização e que implica na decisão de continuar fazendo parte da mesma. Além disso, os autores descrevem três componentes do comprometimento, também abordados por outros autores e apresentados no decorrer deste estudo:

- a) comprometimento afetivo: relacionado ao envolvimento emocional do funcionário e a existência de identificação com a organização;
- b) comprometimento instrumental: relacionado à um comprometimento percebido como custos associados por deixar a organização;
- c) comprometimento normativo: relacionado ao sentimento de obrigação em permanecer na organização.

Ao descrever as dimensões do comprometimento organizacional, Rego et al. (2007) destacam as principais características das mesmas.

Na dimensão afetiva, os autores afirmam que, provavelmente, os funcionários afetivamente comprometidos serão mais motivados para contribuir com o desempenho da organização. Assim, a empresa apresenta um menor índice de *turnover* e absenteísmo, além de ocorrer a presença de comportamentos de cidadania organizacional (ORGAN e PAINE, 2000 apud REGO et al., 2007). O comprometimento afetivo tende a ser mais representativo na organização quando os funcionários percebem a congruência entre seus objetivos próprios e os da empresa, possuem confiança na organização e seus líderes, obtêm satisfação no trabalho e percebem um tratamento justo e socialmente responsável, por parte da empresa (REGO et al., 2007).

Na abordagem do comprometimento instrumental, Rego et al. (2007) afirmam que os funcionários provavelmente não sintam qualquer propensão a darem à organização mais do que aquilo a que estão obrigadas. Neste sentido, poderão ocorrer atitudes negativas em relação à organização, como o aumento do absenteísmo e comportamentos retaliatórios. Além disso, esta dimensão se desenvolve quando o funcionário não tem alternativas de emprego em outras organizações ou percebe que, ao sair da empresa, perderá investimentos nela feitos.

No aspecto normativo do comprometimento é provável que os funcionários apresentem comportamentos relacionados a obrigações e deveres de lealdade para com a organização e, por isso, tendam a adotar comportamentos positivos. Este fenômeno poderá ocorrer por alguns motivos, como um sentimento de satisfação e apoio no trabalho, identificação com os valores da organização, confiança nos líderes e a presença de políticas de recursos humanos que valorizem os trabalhadores como pessoas e não apenas como recursos (REGO et al., 2007).

Apesar disso, o comprometimento afetivo tende a suscitar sentimentos de entusiasmo e envolvimento mais representativos se comparados ao laço normativo. Logo, os resultados organizacionais positivos na dimensão afetiva tendem a ser mais notórios (REGO et al., 2007).

Ainda tratando sobre os múltiplos enfoques dados ao termo comprometimento, Bastos (1993) diz que o estudo sobre o tema pode diversificar-se de acordo com os diferentes objetos que podem ser considerados alvos deste vínculo do trabalhador. Neste sentido, o autor afirma que a organização, sindicatos, valores, profissão e o trabalho, por exemplo, podem constituir linhas de investigação próprias. Porém, existem, entre estas linhas, problemas comuns e a necessidade de integração das mesmas.

Neste mesmo estudo, Bastos (1993) apresenta uma síntese das principais abordagens de comprometimento organizacional, conforme a Figura 8. Assim, o autor descreve que a diversidade de definições, com raízes em disciplinas como a sociologia, teoria das organizações e psicologia social contribuem para a compreensão do comportamento organizacional.

Figura 8 – Abordagens conceituais do comprometimento organizacional

Enfoque (rótulo)	Conceitos	Operacionalização construto
Autoridade no contexto de trabalho	<ul style="list-style-type: none"> - “Interesse de continuar no emprego atual por entender a legitimidade da relação de autoridade-subordinação”. - O papel de subordinação envolve códigos normativos sobre modos corretos de dominação. 	<ul style="list-style-type: none"> - Medidas do julgamento do indivíduo acerca da probabilidade de deixar a organização por outro emprego e sob que condições.
Side-beats instrumental calculativo	<ul style="list-style-type: none"> - “Tendência de se engajar em linhas consistentes de atividades devido aos custos associados a agir de forma diferente”. - “Mecanismo psicossocial que envolve <i>side-beats</i>, trocas, investimentos que limitam o raio de ação posterior”. 	<ul style="list-style-type: none"> - Escalas de atitudes: normalmente formato <i>Likert</i> (itens positivos e negativos sobre o conteúdo teórico mensurado). Uso comum de análises fatoriais para a validação do construto.
Afetivo	<ul style="list-style-type: none"> - “A força relativa da identificação e envolvimento com uma organização particular”. - Forte crença e aceitação dos objetivos e valores. - Desejo de esforçar-se pela organização. - Forte desejo de permanecer como membro. 	
Normativo	<ul style="list-style-type: none"> - “Totalidade de pressões normativas internalizadas pelo indivíduo para que se comporte congruentemente com os objetivos e interesses da organização”. 	
Comportamental	<ul style="list-style-type: none"> - “Um estado de ser em que as ações determinam crenças que sustentam a atividade e seu próprio envolvimento”. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tempo na organização. - Desempenho. - Comportamentos extrapapéis.

FONTE: Adaptado de Bastos (1993, p. 55).

Outra abordagem importante apresentada por Bastos (1993) é a apresentação dos antecedentes, correlatos e consequentes do comprometimento organizacional, conforme descrito a seguir e exemplificado na Figura 9:

- a) antecedentes: se apresentam através de quatro conjuntos de variáveis citadas nas pesquisas de Mowday (1982). Baseiam-se nas características pessoais, nas características dos trabalhadores, experiências no trabalho e “estados” do papel;
- b) correlatos: representados por variáveis que não podem ser consideradas nem antecedentes e nem consequentes do comprometimento. Além disso, se apresentam em construtos atitudinais e motivacionais utilizados na pesquisa organizacional;
- c) consequentes: considerados consequências do comprometimento dos funcionários no trabalho, se apresentam principalmente na decisão, por parte do mesmo, de permanecer ou abandonar a organização e no desempenho no trabalho.

Figura 9 – Antecedentes, correlatos e consequentes do comprometimento organizacional

Antecedentes	Características pessoais	Idade, sexo, educação, tempo de organização, percepção competência pessoal, ética no trabalho, nível ocupacional, salário.
	Características do trabalho	Variedade de habilidades, autonomia, inovação, “escopo”.
	Relações líder-grupo	Coesão do grupo, interdependência de tarefas, liderança participativa.
	Características organizacionais	Tamanho, centralização.
	Características do “papel”	Ambiguidade, conflito, sobrecarga.
Correlatos	Diversos	Motivação geral e interna, envolvimento com trabalho, stress, comprometimento relacionado com a ocupação e sindicato.
	Satisfação no trabalho	Geral, intrínseca, extrínseca, supervisão, colegas (grupo), promoções, pagamentos, trabalho em si.
Consequentes	Desempenho	Avaliação por outros, avaliação do produto.
	Diversos	Percepção de alternativas de trabalho, intenção de procurar novo trabalho, intenção de sair, comparecimento, atrasos, rotatividade.

FONTE: Adaptado de Bastos (1993, p. 61).

De acordo a revisão bibliográfica realizada para a elaboração desta pesquisa, verificou-se a existência de diversos estudos sobre comprometimento organizacional e diferentes possibilidades de medição.

Estes trabalhos apresentam, na sua grande maioria, uma estratégia metodológica que prioriza a análise de dados quantitativos, com uso de análises estatísticas. Além disso, o

comprometimento é mensurado através de escalas, no geral do tipo *Likert*, com níveis elevados de confiabilidade (BASTOS, 1996).

Segundo Medeiros et al. (2003), as pesquisas sobre comprometimento tiveram, durante muito tempo, um enfoque na dimensão afetiva, baseada em trabalhos desenvolvidos por Mowday et al. (1982). Estas pesquisas tiveram início na década de 70 e culminaram com a validação de um instrumento para medir comprometimento organizacional denominado *Organizational Commitment Questionnaire* (OCQ).

Este instrumento, por sua vez, foi validado a partir de um banco de dados de 2.563 empregados e obteve um índice de consistência interna de $\alpha = 0,90$. A escala utilizada no instrumento é formada por 15 indicadores de comprometimento, possuindo uma versão reduzida com nove itens. A escala OCQ é do tipo *Likert*, podendo ser utilizada com 7 ou 5 pontos, variando de discordo totalmente a concordo totalmente. Embora a escala original possua 7 pontos, alguns estudos a utilizam com apenas 5 (MEDEIROS et al., 2003).

Neste sentido, pode-se destacar alguns estudos que relacionam o comprometimento nas organizações com outros elementos do contexto empresarial e utilizam o questionário para medir comprometimento organizacional desenvolvido por Mowday et al. (1982):

- a) estudo que analisou os temas comprometimento com a organização, carreira e sindicatos, através da identificação de oito padrões de comprometimento em uma amostra de 1.029 trabalhadores de 20 empresas distintas (BASTOS e BORGES-ANDRADE, 2002);
- b) estudo que buscou verificar quais as relações existentes entre o comprometimento organizacional, as práticas de recursos humanos e as características das empresas pesquisadas (FIORITO et al., 2007);
- c) artigo que objetivou identificar a intensidade, natureza e antecedentes do comprometimento organizacional de servidores técnicos administrativos de uma universidade estadual localizada na Bahia (LEITE, 2007);
- d) pesquisa que buscou relacionar o comprometimento organizacional com fatores estressantes no trabalho e identidade social. Os resultados apontaram que o fator de estresse: relações sociais de trabalho apresentou uma correlação negativa com o comprometimento organizacional. Além disso, foi confirmada a hipótese de uma relação significativa entre a identidade social e o comprometimento organizacional (MENDONZA, 2007).

Outros estudos, como os descritos a seguir, são realizados com base nas dimensões afetiva, instrumental e normativa descritas por Meyer e Allen (1991). Segundo Medeiros et al. (2003), as escalas desenvolvidas pelos autores apresentam duas espécies: uma escala com 24 itens e outra reduzida a 18 itens. Além disso, utiliza-se uma escala de medição tipo *Likert*, onde um terço dos indicadores se relaciona ao comprometimento afetivo, e os demais ao comprometimento instrumental e normativo:

- a) pesquisa que analisa a relação dos diferentes tipos de cultura organizacional de empresas hoteleiras com a natureza do vínculo estabelecido entre indivíduo e organização (NAVES e DELA COLETA, 2003);
- b) pesquisa que objetivou comparar o grau de comprometimento entre funcionários terceirizados e efetivos de uma empresa de telefonia, localizada na região Sul do Brasil. No resultado, verificou-se uma diferença significativa no grau de comprometimento relacionado aos dois tipos de público-alvo acima descritos (SOLDI e ZANELLI, 2006);
- c) estudo que investigou a relação entre valores organizacionais e comprometimento organizacional, a partir de uma pesquisa com funcionários de empresa siderúrgicas de Minas Gerais (DIAS e DEL MAESTRO FILHO, 2008).

Além das pesquisas acima descritas, destaca-se um estudo realizado por Rego et al. (2007), que foi utilizado como referência para a realização deste trabalho. Assim, os autores desenvolveram um estudo focando a espiritualidade nas organizações através da abordagem de cinco dimensões: sentido de comunidade, alinhamento do indivíduo com os valores da organização, sentido de préstimo à comunidade, alegria no trabalho e oportunidades para a vida interior. Posteriormente, estas mesmas dimensões foram vinculadas ao comprometimento organizacional.

A pesquisa foi realizada em uma amostra de 361 indivíduos de 154 organizações. Como resultado, os autores afirmam que as dimensões de espiritualidade explicam 48%, 16% e 7% de variância, respectivamente, do comprometimento afetivo, do normativo e do instrumental. Assim, sugerem que as pessoas, quando experimentam mais forte sentido de espiritualidade no trabalho, denotam mais elevados laços afetivos e normativos, enquanto os laços instrumentais mostram-se mais fracos.

Os autores, nesta pesquisa, realizaram a mensuração do comprometimento organizacional por meio de um questionário contendo 14 itens. Este instrumento foi

desenvolvido Rego e Souto (2002, 2004), a partir da literatura e de trabalho próprio, sendo que o mesmo foi validado em Portugal e no Brasil. Este instrumento aborda as dimensões afetiva, normativa e instrumental do comprometimento organizacional e utiliza uma escala de sete pontos, onde “1” representa a sentença “A afirmação não se aplica rigorosamente a mim” e “7” descreve “A afirmação aplica-se completamente”.

A Tabela 2 apresenta a análise fatorial confirmatória do modelo, sendo que, de acordo com os autores, para melhorar os índices de ajustamento, e atendendo aos índices de modificação e aos resíduos estandardizados, foram removidos três itens do questionário original.

Tabela 2 – Comprometimento organizacional – análise fatorial confirmatória

Comprometimento afetivo	0,85*
Tenho orgulho em dizer a outras pessoas que faço parte desta organização	0,71
Tenho uma forte ligação de simpatia por esta organização	0,90
Sinto-me “parte da família” da minha organização	0,84
Comprometimento normativo	0,76*
Mesmo que isso me trouxesse vantagens, sinto que não deveria abandonar a minha organização agora	0,66
Não deixaria a minha organização agora porque sinto obrigações para com as pessoas que aqui trabalham	0,79
Sinto que, se recebesse uma oferta de melhor emprego, não seria correto deixar a minha organização	0,73
Comprometimento instrumental	0,86*
Mantenho-me nesta organização porque sinto que não conseguiria facilmente entrar noutra organização	0,69
Continuo nesta organização porque, se sáisse, teria que fazer grandes sacrifícios pessoais	0,64
Sinto que tenho poucas alternativas de emprego se deixar esta organização	0,80
Mantenho-me nesta organização porque sinto que tenho poucas oportunidades noutras organizações	0,89
Não abandono esta organização devido às perdas que me prejudicariam	0,69
* Alfas de Cronbach	

FONTE: Adaptado de Rego et al. (2007, p. 10).

Com o objetivo de estudar o comprometimento e vinculá-lo às questões relacionadas ao capital social, utilizou-se o instrumento para medição do conceito acima descrito, não sendo abordado, nesta pesquisa, o construto da espiritualidade organizacional.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Ao abordar a importância dos procedimentos metodológicos para a pesquisa, pode-se destacar o conceito de método apresentado por Lakatos e Marconi (2008). As autoras afirmam que o método, além de auxiliar na escolha do caminho a ser seguido em uma pesquisa, com maior economia e segurança, facilita a tomada de decisões e detecção de erros, através da utilização de atividades sistemáticas e racionais. Complementando, Gil (1999, p. 26) afirma que o método científico pode ser definido como “o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se atingir o conhecimento”.

Neste sentido, este capítulo tem como objetivo apresentar o método utilizado na investigação do problema de pesquisa, bem como a respectiva técnica de coleta e análise de dados, além da área onde a pesquisa foi realizada.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Levando em consideração que a escolha do método necessita ser coerente com a maneira como o problema de pesquisa foi formulado e os objetivos do projeto (ROESCH, 1999), apresentam-se nesta seção algumas características relacionadas ao delineamento da pesquisa.

Neste estudo, realizou-se uma pesquisa de caráter quantitativo, pois neste método torna-se possível medir a relação entre variáveis (ROESCH, 1999) através do tratamento de informações numéricas ou amostras amplas por meio de técnicas estatísticas (LAKATOS e MARCONI, 2008). Gil (1999) destaca que a utilização de testes ou técnicas estatísticas torna possível determinar, em termos numéricos, a probabilidade de acerto de determinada conclusão, além da verificação da margem de erro de um valor obtido.

Ao citar as principais vantagens do método quantitativo de pesquisa, Lakatos e Marconi (2008) destacam a precisão e o controle, a prevenção da inferência e da subjetividade do pesquisador e a integração dos métodos de quantificação e qualificação, além de possibilitar a verificação das relações funcionais existentes entre as variáveis e a identificação dos elementos básicos do fato a ser estudado.

Outra característica deste estudo é seu caráter descritivo. Gil (1999, p. 44) diz que “as pesquisas deste tipo tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”. O autor ainda destaca que a pesquisa descritiva é normalmente utilizada em estudos que apresentam técnicas padronizadas de coleta de dados e visa verificar atributos de determinados grupos e a identificação e determinação da natureza da relação entre variáveis.

Como o foco deste estudo é pesquisar uma amostra dos funcionários ligados às indústrias vitivinícolas situadas no Vale dos Vinhedos e associadas à APROVALE e à APROBELO, utilizou-se a técnica de pesquisa por *survey*. Segundo McDaniel e Gates (2005, p. 69) este tipo de pesquisa “consiste na utilização de um questionário para coletar dados, opiniões e atitudes; é o meio mais difundido de coletar dados primários”. Dentre os motivos para a utilização deste tipo de pesquisa, os autores destacam a possibilidade de obter alguma ideia das forças causadoras de uma determinada ação e de como a mesma irá ocorrer. Além disso, através da pesquisa por *survey*, é possível analisar os aspectos demográficos ou de estilo de vida, por exemplo, através da verificação de informações relativas à idade, renda, ocupação, situação no ciclo de vida familiar e outros fatores que sejam considerados relevantes em um estudo.

Neste sentido, define-se, também, o questionário como a técnica de coleta de dados utilizada nesta pesquisa. O questionário pode ser definido como uma “técnica estruturada para coleta de dados, que consiste de uma série de perguntas – escritas ou verbais – que um entrevistado deve responder” (MALHOTRA, 2001, p. 274). Logo, esta técnica de investigação tem por objetivo conhecer opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas e outras situações vivenciadas por pessoas (GIL, 1999). Roesch (1999) complementa que este é o instrumento mais utilizado em pesquisas quantitativas, principalmente de grande escala e que existem alternativas quanto a sua utilização: questionários enviados pelo correio, questionários auto-administrados ou questionários administrados para um grupo de pessoas. Neste estudo, optou-se pelo questionário auto-administrado.

Por fim, a Figura 10 descreve as principais técnicas de análise de dados, de acordo com os objetivos específicos deste estudo. Destaca-se também, que os resultados estatísticos foram processados com a utilização do *software* SPSS (*Statistical Package for Social Scienses*), versão 17.0.

Figura 10 – Objetivos específicos do estudo e técnicas de análise

Objetivos específicos	Técnicas de análise dos dados
Verificar quais variáveis influenciam a criação de capital social nas empresas pesquisadas.	- Análise descritiva - Análise fatorial
Medir quais dimensões do comprometimento organizacional se apresentam com maior representatividade no contexto da pesquisa.	- Análise descritiva - Análise fatorial
Relacionar os construtos de capital social e comprometimento organizacional.	- Análise de correlação
Comparar as principais características do capital social e comprometimento organizacional de acordo com o perfil do respondente.	- Análise descritiva - Análise de variância
Verificar se existem diferenças entre os níveis de capital social e comprometimento nas vitivinícolas associadas à APROVALE e à APROBELO.	- Análise descritiva - Análise de variância

FONTE: Informações compiladas pela autora.

Neste sentido, são descritas, a seguir, as definições e principais características das técnicas acima citadas.

A análise descritiva busca apresentar características não uniformes das unidades observadas ou experimentadas, como, por exemplo, de pessoas, cidades, famílias, escolas, entre outros (PESTANA e GAGEIRO, 2005). Além disso, esta modalidade de análise apresenta o objetivo de proporcionar informações sumarizadas de dados contidos no total de elementos de uma amostra estudada. Esta técnica pode ser aplicada para obter-se medidas de posição (características típicas em um grupo), dispersão (características de distribuição de indivíduos em um grupo) ou associação (nível de relacionamento existente entre duas ou mais variáveis) (MATTAR, 2007).

Já análise fatorial está relacionada “às técnicas estatísticas paramétricas multivariadas utilizadas para estudar o inter-relacionamento entre um conjunto de variáveis observadas” (MATTAR, 1998, p. 163)

Para Malhotra (2001), a análise fatorial se caracteriza por uma classe de processos com o objetivo essencial de reduzir e sumarizar dados. Segundo o autor, este tipo de análise permite reduzir, a um nível gerenciável, um grande número de variáveis correlacionadas. Neste sentido, esta análise possibilita a verificação das relações entre conjuntos de diversas variáveis interrelacionadas, representando as mesmas em termos de alguns fatores fundamentais. Um fator pode ser definido como “uma dimensão subjacente que explica as correlações entre um conjunto de variáveis” (MALHOTRA, 2001, p. 504).

A análise fatorial pode ser utilizada em duas funções elementares. A primeira função é a identificação de construtos essenciais de dados e a segunda função é sumarizar as informações de um grande número de variáveis em um conjunto menor de fatores (AAKER et al., 2004).

A realização da análise fatorial deve observar alguns passos. Inicialmente, deve-se formular o problema de análise fatorial e identificar as variáveis a ser analisadas. O segundo passo é a construção de uma matriz de correlação dessas variáveis, escolhendo-se um método de análise fatorial. Após esta etapa, o pesquisador deverá determinar o número de fatores a serem extraídos e o método de rotação. A seguir, os objetivos da pesquisa irão determinar se ocorrerá cálculo dos escores fatoriais ou seleção de variáveis substitutas, para representar os fatores em uma análise multivariada subsequente. E, finalmente, determina-se o ajuste do modelo de análise fatorial (MALHOTRA, 2001).

A análise de correlação, segundo Mattar (2007, p. 250), diz respeito “ao grau de associação ou correspondência existente entre uma variável-critério e uma ou mais variáveis-prognóstico”. Embora esta análise aborde a medida da relação entre duas variáveis, não é possível inferir a existência, através da utilização da mesma, de uma relação de causa e efeito entre os dados analisados.

E por fim, descreve-se a análise de variância como uma “técnica estatística para estudar as diferenças entre as médias de duas ou mais populações” (MALHOTRA, 2001, p. 431). Nesta técnica, o autor ainda afirma ser possível a verificação das diferenças entre os valores médios da variável dependente para diversas categorias de uma única variável independente ou fator.

Assim, através das técnicas de análise de dados acima apresentadas, verificou-se quais são as relações e como as mesmas ocorrem na manifestação do capital social e do comprometimento organizacional das indústrias vitivinícolas pesquisadas.

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E PLANO DE AMOSTRAGEM

Segundo McDaniel e Gates (2005, p. 186) uma amostra “é um subconjunto de todos os membros de uma população”. Assim, afirmam que as informações obtidas de uma amostra são usadas para se fazer estimativas sobre diversas características da população total.

Neste sentido, define-se como população os funcionários ligados às indústrias vitivinícolas localizadas no Vale dos Vinhedos (RS) e associadas à APROVALE e à APROBELO. Na Tabela 3, descreve-se a distribuição destes funcionários nas empresas e a amostra considerada indicada para a aplicação do questionário da pesquisa.

Tabela 3 – Distribuição dos funcionários nas vitivinícolas e amostra a ser pesquisada

APROVALE				
Número de funcionários	Número de empresas	População	Representatividade	Amostra
De 1 a 5	17	25	3,58%	1
De 6 a 20	8	84	12,03%	10
De 21 a 60	4	149	21,35%	32
De 61 a 120	1	120	17,19%	21
Acima de 120	1	320	45,85%	147
Total	31	698	100%	211
APROBELO				
Número de funcionários	Número de empresas	População	Representatividade	Amostra
De 1 a 5	12	35	100%	35
Total	12	35	100%	35
Total geral	43	733	100%	246

FONTE: Dados compilados pela autora a partir das informações fornecidas pelas vitivinícolas.

Com o objetivo de comparar os resultados das empresas ligadas às associações acima mencionadas, definiu-se a utilização da técnica de amostragem estratificada para as organizações vinculadas à APROVALE. Ressalta-se que na amostragem estratificada

proporcional “o número de objetos ou unidades de amostragem escolhidos em cada um dos grupos é proporcional ao número na população” (AAKER et al., 2004).

Além disso, considerando-se que o número de empresas e colaboradores da APROBELO é menor se comparado à realidade de APROVALE, definiu-se que neste caso a população total seria pesquisada, ou seja, 35 funcionários ligados a estas indústrias, conforme descrito na Tabela 3.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

O instrumento de coleta de dados utilizado neste estudo tem por objetivo gerar informações relacionadas aos temas capital social e comprometimento organizacional. Watson e Papamarcos (2002) realizaram um estudo abordando os dois temas, através de uma pesquisa aplicada a 469 funcionários de uma empresa de serviços médicos, sendo a maior neste ramo localizada nos Estados Unidos. Embora este estudo tenha gerado um instrumento validado para a pesquisa destes dois temas, verificou-se que os itens abordados neste questionário se aplicavam a organizações de grande porte.

Conforme apresentado na Tabela 3, verifica-se que 93% das empresas a serem pesquisadas possuem menos de 60 funcionários e se caracterizam como organizações de pequeno porte. Assim, o instrumento de pesquisa aplicado deve se adaptar a realidade das empresas mencionadas.

Neste sentido, pode-se apresentar o instrumento de pesquisa desenvolvido por Onyx e Bullen (2000) para a medição do capital social em comunidades (descrito na seção 2.1.1) e o instrumento criado por Rego et al. (2007), com o objetivo de mensurar comprometimento organizacional (descrito na seção 2.2).

Considera-se importante salientar que o instrumento de pesquisa desenvolvido por Onyx e Bullen (2000) possui sua versão original em inglês. Por este motivo, utilizou-se uma versão do mesmo em português, desenvolvida para a realização de estudos anteriores promovidos pelo grupo de pesquisa TSO (Teoria Social nas Organizações). Esta versão foi obtida através da técnica de tradução reversa, onde o conteúdo foi traduzido do inglês para o português e, posteriormente, do português para o inglês, com o objetivo de manter os significados originais das variáveis.

Assim, o Anexo A apresenta as questões descritas nos instrumentos de pesquisa acima mencionados, bem como as escalas de medição dos mesmos. Destaca-se também, que instrumento de pesquisa para a coleta de dados do presente estudo está estruturado em três partes distintas.

A primeira é constituída por 36 itens, que se relacionam aos diversos enfoques sobre capital social, apresentados em forma de questionamentos. Os participantes responderam se as questões se aplicavam ou não a sua realidade, demonstrando em suas respostas a frequência em relação à variável, onde “1” representa a resposta nunca, “2” raramente, “3” frequentemente e “4” sim, sempre (escala *Likert* de quatro pontos).

O segundo bloco é constituído por 11 itens que se relacionam às dimensões afetiva, instrumental e normativa do comprometimento organizacional, apresentados em forma de afirmativas. Os participantes responderam se a afirmação se aplicava ou não a sua realidade, com utilização de uma escala *Likert* de sete pontos, onde “1” representa “A afirmação não se aplica rigorosamente a mim” e “7” representa “A afirmação aplica-se completamente”.

Por fim, a terceira parte do instrumento de coleta de dados apresenta um conjunto de questões de informações gerais sobre o respondente, como gênero, idade, grau de instrução, características de moradia, renda, tempo de empresa e outros.

Destaca-se que, antes da aplicação definitiva do questionário, foi realizado um pré-teste, sendo que esta ação se refere ao “teste do questionário com uma pequena amostra de entrevistados, com o objetivo de identificar e eliminar problemas potenciais” (MALHOTRA, 2001, p. 291). Através da realização do pré-teste, é possível evidenciar falhas na redação do questionário, como a complexidade ou desnecessidade de questões e a imprecisão da redação. Além disso, pode-se verificar se existe uma sequência favorável das questões, se há condições de analisar os dados e se os resultados obtidos têm sentido (GIL, 1999; ROESCH, 1999).

Com o objetivo de buscar a validade e precisão da pesquisa e conforme sugerido por Gil (1999), o pré-teste do questionário foi realizado com uma amostra de 20 funcionários das vitivinícolas abordadas neste estudo. Assim, após a aplicação do mesmo, não se verificou dificuldades, por parte dos participantes, em responder aos questionamentos descritos. Logo, após a realização do pré-teste, não foi necessário realizar adaptações no instrumento de pesquisa.

Por fim, após a aplicação definitiva dos questionários, para amostra designada neste estudo, os dados foram compilados e analisados, conforme descrito no capítulo a seguir.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados e analisados os resultados da pesquisa, através da descrição dos procedimentos utilizados para a análise e interpretação dos dados obtidos. As discussões a seguir apresentadas terão como principal enfoque atender aos objetivos estabelecidos para este estudo.

Neste sentido, a primeira seção demonstra um panorama do universo pesquisado, apresentando informações gerais sobre o estudo realizado. Posteriormente, são descritos os resultados estatísticos de acordo com os objetivos traçados para a pesquisa: verificar as variáveis que influenciam na criação do capital social, medir quais dimensões do comprometimento organizacional mais se destacam no contexto da pesquisa, verificar as relações existentes entre os dois construtos mencionados, verificar as manifestações dos mesmos de acordo com o perfil dos respondentes e, finalmente, analisar as diferenças entre os níveis de capital social e comprometimento organizacional nas vitivinícolas associadas à APROVALE e à APROBELO.

4.1 CARACTERÍSTICAS DO UNIVERSO PESQUISADO

Levando-se em consideração a amostragem apresentada no item 3.2 deste estudo, realizou-se a aplicação do instrumento para verificação do capital social e comprometimento organizacional nas vitivinícolas pesquisadas. O número de questionários distribuídos e respondidos encontra-se descrito na Tabela 4. Destaca-se que os questionários foram entregues nas vinícolas, de acordo com a amostragem e, posteriormente, dentro do prazo de uma semana, aproximadamente, foram recolhidos.

Tabela 4 – Participantes e respondentes da pesquisa

APROVALE					
Número de funcionários	Número de empresas	População	Amostragem estratificada	Questionários distribuídos	Questionários respondidos
De 1 a 5	17	25	1	15	11
De 6 a 20	8	84	10	15	11
De 21 a 60	4	149	32	35	32
De 61 a 120	1	120	21	30	26
Acima de 120	1	320	147	150	92
Total	31	698	211	245	172
APROBELO					
Número de funcionários	Número de empresas	População	Amostragem estratificada	Questionários distribuídos	Questionários respondidos
De 1 a 5	12	35	35	35	28
Total	12	35	35	35	28
Total geral	43	733	246	280	200

FONTE: Dados compilados pela autora.

Verifica-se que no estrato que contemplava uma única empresa com mais de 120 funcionários, associada à APROVALE, não houve a devolução do número mínimo de questionários estabelecidos pelo método de amostragem. Neste sentido, procurou-se, na medida do possível, distribuir um número maior de questionários nos demais estratos, buscando minimizar esta questão.

Nas empresas associadas à APROBELO foram disponibilizados 35 questionários, contemplando o total da população. Porém, alguns respondentes não se encontravam nas organizações no período de aplicação da pesquisa e obteve-se um retorno de 28 questionários.

Após a devolução dos instrumentos de pesquisa aplicados, iniciou-se uma análise com o objetivo de verificar as principais características do público-alvo deste estudo.

Assim, as respostas dos 200 entrevistados foram submetidas à análise descritiva, sendo que a amostra pesquisada apresentou as seguintes características:

- a) equilíbrio entre o gênero masculino e feminino, sendo que 50,8% da amostra era composta por homens e 49,2% por mulheres;

- b) em relação à idade, 57,4% possui até 35 anos;
- c) a escolaridade dos respondentes concentrou-se principalmente nos seguintes níveis: ensino fundamental incompleto (18,8%), ensino médio completo (20,9%) e graduação incompleta (23,6%);
- d) 82,6% são moradores da cidade de Bento Gonçalves e 12,1% da amostra reside na cidade de Monte Belo do Sul, que sediam a APROVALE e a APROBELO, respectivamente;
- e) 50,5% moram no mesmo bairro há mais de 15 anos;
- f) 72,4% residem em local próprio;
- g) 34,2% dos entrevistados moram com cônjuges e crianças e apenas 7,4% moram sozinhos;
- h) 34,7% possuem filhos menores de 18 anos.

Ao abordar alguns aspectos profissionais, os pesquisados apresentaram as seguintes características, de acordo com a análise descritiva:

- a) 30,9% da amostra possui vínculo de trabalho com a empresa há menos de um ano. Porém, 38,2% dos pesquisados atua na organização há mais de 6 anos;
- b) 53,2% dos respondentes atua na área produtiva das vitivinícolas;
- c) em relação à renda mensal, 37,7% dos respondentes percebem uma remuneração que varia de R\$ 501,00 a R\$ 999,00, enquanto 27,2% possuem um salário entre R\$ 1.000,00 e R\$ 1.499,00;
- d) embora as organizações pesquisadas sejam empresas familiares, apenas 12% dos funcionários pesquisados possuem parentesco com o(s) fundador(es) das empresas estudadas.

Após a verificação das principais características do público pesquisado, realizou-se a avaliação das manifestações do capital social e comprometimento organizacional através das respostas originadas da pesquisa, conforme seções a seguir.

4.2 VERIFICAÇÃO DAS VARIÁVEIS QUE INFLUENCIAM A CRIAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL NAS EMPRESAS PESQUISADAS

A pluralidade de conceitos e características atribuídas ao capital social impulsiona o interesse em pesquisas que buscam identificar quais variáveis influenciam a criação do mesmo. Neste sentido, buscou-se verificar quais destas variáveis mais se destacaram nas empresas pesquisadas, com o intuito de atender ao primeiro objetivo específico descrito neste estudo.

Através da aplicação do instrumento criado por Onyx e Bullen (2000), contendo 36 itens, realizou-se a análise dos dados, com o objetivo de identificar características do construto do capital social e quais fatores explicam as correlações entre as variáveis. Logo, através da aplicação do questionário de pesquisa aos 200 entrevistados, obteve-se, pela análise descritiva, médias que variaram entre 1,93 e 3,64, com desvio-padrão entre 0,588 e 1,268.

Posteriormente, dando seguimento a sumarização dos dados, realizou-se a análise fatorial. Assim, as respostas da pesquisa foram submetidas à análise fatorial do tipo PCA (*Principal Component Analysis*), com rotação *varimax* e tratamento *pairwise*. Na análise dos questionários foram identificados poucos casos de respostas em branco (*missing values*).

Nesta primeira análise fatorial, foram destacados 7 fatores. Embora, através desta análise, tenha-se obtido uma variância explicada de 60,14%, diversas variáveis apresentaram pesos divididos entre os fatores.

Assim, realizaram-se novas tentativas de análise fatorial buscando realocar e excluir variáveis, sendo que o modelo mais adequado será apresentado a seguir.

Na última análise fatorial realizada obtiveram-se oito fatores. Porém, novamente, algumas variáveis apresentaram cargas divididas entre os mesmos. Além disso, o fator 8 apresentou apenas uma variável e diversos fatores apresentavam Alphas de Cronbach inferiores a 0,60.

Neste sentido, as variáveis que pertenciam a fatores com Alpha de Cronbach menores que 0,6 foram realocadas aos três fatores cujo índice apresentava maior aceitabilidade (Alpha de Cronbach $> 0,60$). O critério utilizado foi analisar as variáveis de acordo com sua natureza e alocá-las em fatores onde as mesmas poderiam se relacionar, de acordo com o referencial teórico pesquisado.

Logo, nesta última análise, verificou-se que o índice de adequação da amostra *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) foi de 0,805, indicando a fatorabilidade dos dados. Já o teste de esfericidade de Barlett apresentou uma significância de 0,000, o que indica uma correlação das variáveis dentro da amostra pesquisada (MALHOTRA, 2001).

Além disso, o Alpha de Cronbach medido para o bloco de questões referentes ao capital social foi de 0,882. Este fato demonstra uma boa consistência interna das variáveis analisadas, uma vez que os valores para esta medida de confiabilidade não devem ser inferiores ao intervalo de 0,60 a 0,70 (HAIR et al., 2006).

Também é importante salientar que, após a análise final, a variância explicada do construto passou de 60,14% para 61,25%.

Além das modificações acima citadas, optou-se pela exclusão de algumas variáveis na análise fatorial. Esta decisão baseou-se no fato de as mesmas apresentarem cargas divididas entre os fatores, cargas baixas, cargas negativas e/ou diminuir o índice de Alpha de Cronbach das dimensões.

Neste sentido, buscou-se identificar algumas possibilidades que esclareceriam o baixo grau de explicação das variáveis excluídas na análise fatorial final:

- a) sentir-se satisfeito com o significado da vida (X 2): esta variável foi testada através da questão “Se você morresse amanhã, você estaria satisfeito com o significado que sua vida teve?”. Provavelmente, a localização da questão no início do instrumento de pesquisa e o impacto negativo que, possivelmente, causou para alguns respondentes, prejudicou o escore da variável;
- b) acreditar que a maioria das pessoas é confiável (X 7): embora a pesquisa tenha sido aplicada em empresas situadas em comunidades, esta questão foi direcionada para o ambiente organizacional, uma vez que os respondentes são funcionários das indústrias vitivinícolas. Assim, mesmo pertencendo à mesma organização, situada em uma comunidade, pode não haver um conhecimento aprofundado, por parte dos respondentes, em relação aos membros da empresa, fato que, possivelmente, não ocorreria se o foco de análise fosse apenas moradores de uma comunidade;
- c) deixar que estranhos entrem em sua casa numa emergência (X 8): a questão aplicada para verificar esta variável foi “Se o carro de alguém quebra perto da sua casa, você convida essa pessoa para entrar em sua casa para usar o telefone?”. Neste sentido, acredita-se que a mesma poderia ser elaborada de outra forma, uma

vez que, com o avanço da tecnologia de comunicação (principalmente o uso dos celulares), o uso de telefones não mais se apresenta como principal motivo para prestar ajuda em casos de emergência;

- d) pedir a um vizinho que cuide de seus filhos (X 11): embora o instrumento de pesquisa não apresente questões que permitam identificar o número exato de respondentes que possuem filhos, verificou-se que apenas 34,7% possuem filhos menores de 18 anos. Assim, boa parcela dos pesquisados pode não ter se identificado com a pergunta;
- e) sair para almoçar ou jantar com outras pessoas que não sejam da família (X 18): a questão “No final de semana, você almoça ou janta com pessoas que não sejam da sua casa?” foi utilizada para analisar esta variável. O baixo nível de explicação da mesma pode justificar-se pelo fato de apenas 7,4% dos respondentes morarem sozinhos e, provavelmente, responderem a esta questão de forma positiva;
- f) ajudar um vizinho doente (X 22): aqui, novamente, pode-se atribuir o baixo nível de explicação da variável ao fato do instrumento original ter sido criado para aplicação no contexto comunitário, sem considerar, em um primeiro nível, o ambiente organizacional;
- g) sentir liberdade para discordar (X 27): esta variável foi testada através da pergunta “Se você discorda de todo mundo, se sentiria à vontade para expor seu ponto de vista?”. Assim, verificou-se que a questão apresenta um problema de elaboração, uma vez que poderia questionar a discordância de uma situação em nível individual (utilizando o termo “de alguém”), sem abordar um nível mais generalizado (substituindo o termo “de todo mundo”).

Assim, após as alterações citadas nos parágrafos anteriores, foram obtidos os resultados finais da análise fatorial, apresentados, a seguir, na Tabela 5.

Tabela 5 – Capital social - análise fatorial com base na pesquisa

Fator	Elementos do fator	Média da variável	Correlação com o fator
Dimensão estrutural (0,859)*	X 25 - Fazer parte de um projeto na comunidade	2,05	0,700
	X 14 - Ser membro ativo de uma organização local	2,08	0,676
	X 24 - Mobilizar a comunidade numa situação de emergência	1,97	0,673
	X 05 - Ajudar grupos locais como voluntário	2,05	0,599
	X 23 - Fazer parte de um comitê de gestão local	1,93	0,594
	X 26 - Ajudar a organizar um serviço local	2,21	0,572
	X 13 - Frequentar eventos comunitários	2,92	0,557
	X 15 - Sentir que a comunidade local é a sua casa	3,03	0,470
Dimensão relacional (0,752)*	X 04 - Sentir-se beneficiado ao ajudar os outros	3,45	0,286
	X 33 - Considerar colegas de trabalho também como amigos	3,21	0,566
	X 34 - Sentir-se parte de uma equipe de trabalho	3,42	0,550
	X 32 - Sentir-se parte da comunidade do local onde trabalha	3,27	0,522
	X 12 - Visitar os vizinhos	2,41	0,442
	X 36 - Ajudar espontaneamente os colegas de trabalho	3,64	0,428
	X 01 - Sentir-se valorizado pela sociedade	2,70	0,401
	X 09 - Ser ajudado pelos amigos	3,23	0,375
	X 35 - Ter iniciativa no ambiente de trabalho	3,64	0,299
	X 10 - Localidade tem fama de ser um lugar seguro	2,56	0,297
	X 06 - Sentir-se seguro ao caminhar na rua à noite	2,02	0,204
Dimensão cognitiva (0,675)*	X 30 - Apreciar diferentes estilos de vida	3,16	0,456
	X 29 - Acreditar que o multiculturalismo é saudável	3,15	0,455
	X 28 - Buscar resolver impasses	3,51	0,453
	X 20 - Encontrar amigos ou conhecidos	3,32	0,385
	X 21 - Ter acesso a informações para tomar decisões importantes	3,25	0,369
	X 31 - Aceitar novos membros na comunidade	3,17	0,367
	X 17 - Conversar com muitas pessoas	3,39	0,295
	X 03 - Recolher lixo deixado por outras pessoas	2,68	0,213
	X 16 - Telefonar aos amigos	2,83	0,182
	X 19 - Sair da comunidade local para visitar a família	3,02	0,169

* Alfas de Cronbach do fator

FONTE: Dados compilados a partir da pesquisa realizada.

Embora o objetivo desta pesquisa não seja a validação de instrumentos, através da análise fatorial, observou-se o agrupamento de algumas dimensões encontradas no estudo original de Onyx e Bullen (2000). Assim, o primeiro fator agrupou 7 variáveis relacionadas à participação na comunidade local e 1 variável ligada à dimensão “sentimentos de confiança e segurança”. Já o segundo fator apresentou uma mescla das dimensões do estudo original: valor da vida (1 variável), sentimentos de confiança e segurança (2 variáveis), proatividade no contexto social (2 variáveis), vínculos com a vizinhança (3 variáveis) e vínculos com o trabalho (3 variáveis). Por fim, o último fator apresentou quatro dimensões do estudo original: vínculos com a vizinhança (1 variável), vínculos de família e amizade (2 variáveis), tolerância à diversidade (3 variáveis) e proatividade no contexto social (4 variáveis).

A obtenção de três dimensões através da análise fatorial possibilitou a comparação dos resultados deste estudo com outras pesquisas sobre capital social. Assim, verificou-se a existência de relações entre os fatores descritos na Tabela 5 e as dimensões do capital social descritas no estudo de Nahapiet e Ghoshal (1997 e 1998). Em virtude destas ligações, os fatores encontrados através da pesquisa foram denominados, respectivamente, dimensão estrutural, relacional e cognitiva do capital social.

A Figura 11 descreve os principais elementos das dimensões acima citadas.

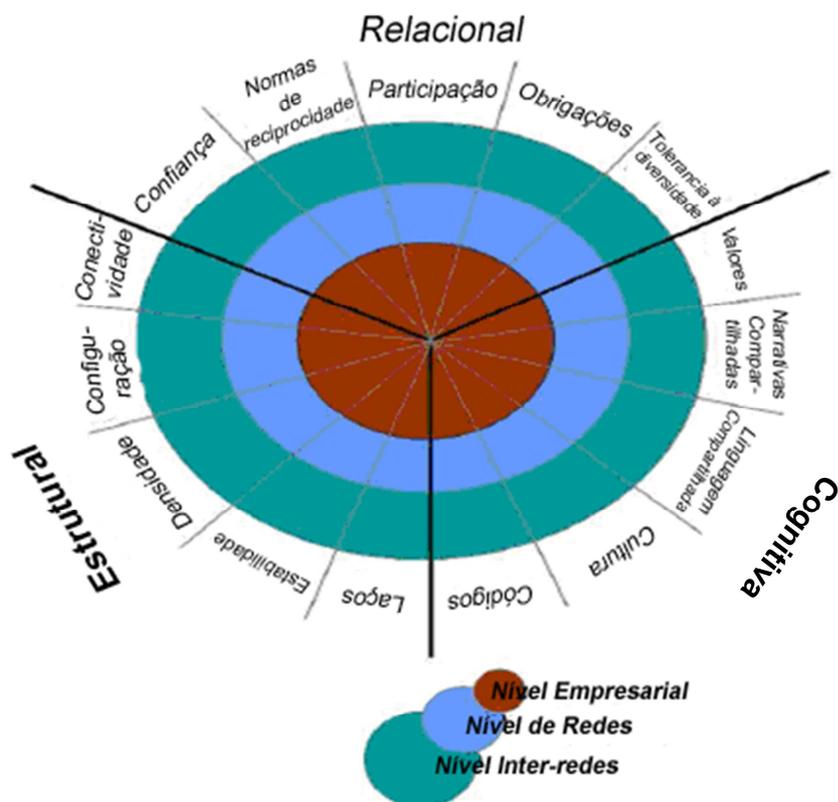
Figura 11 – Dimensões do capital social e elementos

Dimensão estrutural	Dimensão cognitiva	Dimensão relacional
Conexões da rede	Códigos e linguagem compartilhados	Confiança
Configurações da rede	Narrativas compartilhadas	Normas
Adequação da organização		Obrigações e expectativas
		Identificação social

FONTE: Adaptado de Nahapiet e Ghoshal (1998).

Também foi considerado importante apresentar estudos posteriores ao de Nahapiet e Ghoshal (1998) que destaquem as dimensões estrutural, relacional e cognitiva do capital social. Vallejos et al. (2008) realizam a análise de dezenove artigos sobre capital social, extraídos da base de dados *Business Premier Database*. Após a verificação destes estudos, os autores identificaram elementos correspondentes às dimensões do capital social em nível organizacional, intragrupos (relações dentro da rede) e intergrupos (relações entre as redes). A Figura 12 apresenta as dimensões do capital social e seus respectivos elementos.

Figura 12 – Dimensões do capital social e seus elementos – foco em organizações e redes



FONTE: Adaptado de Vallejos et al. (2008, p. 5).

Além disso, cabe destacar que, após revisão da literatura, foi possível identificar outros elementos das dimensões já citadas que apresentavam vínculo com as variáveis agrupadas na análise fatorial, conforme apresentado na Figura 13.

Figura 13 – Variáveis da pesquisa, dimensões do capital social e seus elementos

Fator	Variáveis da pesquisa	Elementos vinculados
Dimensão estrutural	X 25 - Fazer parte de um projeto na comunidade	<ul style="list-style-type: none"> - Configuração da rede - Cooperação - Laços entre os atores - Padrões de conectividade - Reciprocidade
	X 14 - Ser membro ativo de uma organização local	
	X 24 - Mobilizar a comunidade numa situação de emergência	
	X 05 - Ajudar grupos locais como voluntário	
	X 23 - Fazer parte de um comitê de gestão local	
	X 26 - Ajudar a organizar um serviço local	
	X 13 - Frequentar eventos comunitários	
X 15 - Sentir que a comunidade local é a sua casa		
Dimensão relacional	X 04 - Sentir-se beneficiado ao ajudar os outros	<ul style="list-style-type: none"> - Aceitação e prestígio - Confiança - Identificação social - Interações entre atores - Normas e sanções - Obrigações e expectativas - Participação - Sociabilidade
	X 33 - Considerar colegas de trabalho também como amigos	
	X 34 - Sentir-se parte de uma equipe de trabalho	
	X 32 - Sentir-se parte da comunidade do local onde trabalha	
	X 12 - Visitar os vizinhos	
	X 36 - Ajudar espontaneamente os colegas de trabalho	
	X 01 - Sentir-se valorizado pela sociedade	
	X 09 - Ser ajudado pelos amigos	
	X 35 - Ter iniciativa no ambiente de trabalho	
	X 10 - Localidade tem fama de ser um lugar seguro	
	X 06 - Sentir-se seguro ao caminhar na rua à noite	
Dimensão cognitiva	X 30 - Apreciar diferentes estilos de vida	<ul style="list-style-type: none"> - Acesso a pessoas e/ou informações - Códigos - Cultura - Linguagem compartilhada - Narrativas compartilhadas - Sistemas de significados - Valores
	X 29 - Acreditar que o multiculturalismo é saudável	
	X 28 - Buscar resolver impasses	
	X 20 - Encontrar amigos ou conhecidos	
	X 21 - Ter acesso a informações para tomar decisões importantes	
	X 31 - Aceitar novos membros na comunidade	
	X 17 - Conversar com muitas pessoas	
	X 03 - Recolher lixo deixado por outras pessoas	
	X 16 - Telefonar aos amigos	
	X 19 - Sair da comunidade local para visitar a família	

FONTE: Elaborado pela autora a partir da revisão da literatura.

Assim, nas próximas seções, serão exploradas de maneira mais detalhada as características destas dimensões, bem como suas possíveis relações com o contexto desta pesquisa.

4.2.1 Dimensão estrutural

A dimensão estrutural do capital social está vinculada à rede de relações e ao sistema social em sua totalidade. Neste sentido, Nahapiet e Ghoshal (1998) afirmam que esta dimensão analisa a presença de laços entre os atores, bem como a configuração da rede e seus padrões de ligação. Estas características são verificadas através de algumas variáveis como densidade, conectividade e hierarquia.

A utilização do termo “estrutural”, nesta dimensão, diz respeito “a configuração impessoal dos elos entre pessoas ou unidades”, ou seja, “aos vários padrões de conexão entre atores” (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998, p. 244).

Conforme apresentado na Figura 11, a dimensão estrutural do capital social possui alguns elementos, sendo que os mesmos apresentam as seguintes características (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998):

- a) conexões da rede: este elemento promove o acesso a recursos, constituindo canais de informação, que reduzem o tempo e o investimento necessário para conseguir informações. Os benefícios destes canais de informação ocorrem em três formas:
 - acesso: obtenção de informações relevantes e forma de utilização das mesmas;
 - tempo: relativo ao fluxo de informação refletindo as possibilidades de conseguir a informação de forma mais rápida;
 - referências: advindas de processos que possibilitam que os atores avaliem oportunidades na rede, constituindo um fluxo de informação que inclui a reputação dos atores envolvidos.
- b) configuração da rede: apresenta a morfologia dos laços na rede, caracterizando as propriedades estruturais da mesma, como a densidade, conectividade e hierarquia. Estas propriedades, por sua vez, aliadas à flexibilidade, facilitam a troca de informações;

- c) adequação da organização: descreve a possibilidade do capital social desenvolvido em determinado cenário (laços, normas e confiança, por exemplo) ser transferido para outro contexto social.

De acordo com as características acima descritas, pode-se relacionar as variáveis encontradas no primeiro fator deste estudo sobre capital social, com a dimensão estrutural deste construto, uma vez que a mesma aborda elementos como relações horizontais, reciprocidade e cooperação. Destaca-se também, que esta dimensão apresentou a maior intensidade de associação entre os fatores (Alpha de Cronbach igual a 0,859).

Neste sentido, destaca-se, inicialmente, as variáveis “fazer parte de um projeto na comunidade”, “ajudar grupos locais como voluntário” e “ajudar a organizar um serviço local”. Considerando-se que a dimensão estrutural aborda a existência de laços entre os atores, cabe destacar as ações coletivas e a cooperação como elementos comuns entre as variáveis anteriormente citadas. Ressalta-se que a cooperação e as ações coletivas referem-se à capacidade das pessoas para trabalhar em conjunto, com o objetivo de resolver problemas comuns (BANCO MUNDIAL, 2008).

Maçada e Tijiboy (1998), após revisão da literatura, afirmam que o conceito de cooperação pressupõe a interação e a colaboração, além de relações de respeito mútuo e não hierárquicas entre os atores. Destacam também que, para existir cooperação, deve haver interação, colaboração, além de objetivos comuns, atividades e ações conjuntas e coordenadas. Assim, as variáveis acima citadas, por apresentarem estes elementos, relacionam-se com a cooperação e, conseqüentemente, com a dimensão estrutural do capital social.

Na sequência, pode-se vincular a variável “mobilizar a comunidade numa situação de emergência” com alguns elementos da dimensão estrutural, como a presença de relações horizontais e reciprocidade (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998). Esta relação pode ser reforçada por afirmações de Putnam (2002). Seus estudos destacam que os sistemas de participação cívica auxiliam os autores a solucionar os dilemas da ação coletiva. Logo, quanto mais horizontalizada for a estrutura de uma organização, mais ela favorecerá o desempenho institucional na comunidade em geral.

Além disso, a reciprocidade possui relação com esta variável, uma vez que a mesma diz respeito às relações de troca que, em alguns momentos, podem apresentar desequilíbrio ou falta de correspondência, mas que pressupõem expectativas mútuas que um favor concedido

hoje venha a ser retribuído no futuro (PUTNAM, 2002). Também, a reciprocidade cria uma ligação normativa entre as pessoas dentro de uma coletividade e as direciona a obrigação do retorno de qualquer benefício por elas recebido. Logo, as pessoas cooperam entre si sob a expectativa de que elas irão exigir e receber a assistência de outros (WATSON e PAPAMARCOS, 2002). Assim, pode-se entender que a mobilização da comunidade em uma situação de emergência trará, em longo prazo, um retorno para o indivíduo que se envolveu nesta mobilização.

Por fim, a participação na comunidade pode ser relacionada com um padrão de ligação entre os respondentes da pesquisa. Neste contexto, apresentam-se as variáveis “ser membro ativo de uma organização local”, “fazer parte de um comitê de gestão local”, “frequentar eventos comunitários” e “sentir que a comunidade local é a sua casa”. Cabe ressaltar que as duas últimas variáveis descritas na sentença anterior apresentaram as maiores médias nesta dimensão (2,92 e 3,03, respectivamente).

A relação entre a dimensão estrutural do capital social e a participação na comunidade é reforçada por alguns autores. Onyx e Bullen (2000), afirmam que a participação na comunidade local refere-se ao envolvimento em estruturas formais. Neste sentido, a interação com os vizinhos e a participação em organizações baseadas na vizinhança, apresentam características de relações horizontais, que por sua vez constituem elementos da dimensão estrutural do capital social.

Na sequência deste estudo, após esta contextualização sobre a dimensão estrutural do capital social, serão apresentadas as dimensões relacional e cognitiva. Salienta-se que a dimensão estrutural do capital social influencia o desenvolvimento das outras dimensões (relacional e a cognitiva). Porém, Nahapiet e Ghoshal (1998) afirmam que nem todas as dimensões do capital social são reforçadas mutuamente. Como exemplo, pode-se citar que uma rede eficiente em termos estruturais pode não ser a melhor maneira de desenvolver um forte capital relacional ou cognitivo.

4.2.2 Dimensão relacional

A dimensão relacional do capital social diz respeito aos bens que são criados e alavancados por meio das relações. Além disso, essa dimensão inclui atributos como

confiança, normas, sanções, obrigações, expectativas e identificação (NAHAPIET e GHOSHAL, 1997).

O aspecto relacional do capital social aborda o tipo de relacionamento pessoal, desenvolvido através de uma história de interações (GRANOVETTER, 1992 apud NAHAPIET e GHOSHAL, 1998). Este conceito possui enfoque em aspectos que influenciam os comportamentos, como respeito e amizade, sendo que os mesmos irão determinar a sociabilidade, aceitação e prestígio dos atores. Assim, membros podem ocupar posições semelhantes em uma rede, porém, se suas atitudes pessoais e emocionais diferirem, também suas ações serão diferentes em muitos aspectos. Esta constatação reforça o aspecto comportamental desta dimensão.

Dando sequência à interpretação da análise fatorial, verificou-se que diversas variáveis vinculadas ao trabalho agruparam-se na dimensão relacional do capital social, advinda deste estudo (considerar colegas de trabalho também como amigos, sentir-se parte de uma equipe de trabalho, sentir-se parte da comunidade do local onde trabalha, ajudar espontaneamente os colegas de trabalho e ter iniciativa no ambiente de trabalho). Além disso, a variável “sentir-se valorizado pela sociedade” também apresentou correlação com o enfoque relacional do capital social.

Neste sentido, lembrando que o instrumento de pesquisa elaborado por Onyx e Bullen (2000) para medir capital social em comunidades, foi aplicado no contexto organizacional, levando em consideração que estas organizações situam-se em uma comunidade, pode-se abordar algumas possíveis explicações para estes resultados.

Inicialmente, cabe aqui destacar o significado do trabalho dentro do contexto pesquisado. Logo, parte-se do pressuposto que o significado do trabalho pode ser considerado uma cognição subjetiva, histórica e dinâmica, caracterizado por múltiplas facetas que se articulam de diversas formas. Além disso, apresenta três características distintas, conforme seu caráter sócio-histórico (BORGES, 1998):

- a) subjetividade: apresentando uma variação individual que reflete a história pessoal de cada indivíduo;
- b) socialização: pois além de apresentar aspectos compartilhados por um conjunto de indivíduos, reflete as condições históricas da sociedade, na qual está inserido;
- c) dinamismo: por se tratar de um construto inacabado, em permanente processo de construção.

Logo, no contexto desta pesquisa, pode-se destacar, principalmente, as condições históricas da comunidade e sua influência no significado do trabalho. A região do Vale dos Vinhedos, colonizada por imigrantes italianos, apresenta uma espécie de “culto ao trabalho”, que pode ser compreendida como uma exaltação àquilo que se faz. Esta característica é provável herança cultural dos imigrantes, que acreditavam que com trabalho, tudo se consegue (SARATE e MACKE, 2007).

Diante deste contexto, pode-se discutir quais são os valores relacionados com as finalidades que as atividades representam para cada indivíduo, respondendo à indagação acerca dos motivos que o levam a trabalhar. Estas motivações podem ser as mais diversas: obter prestígio e retorno financeiro, manter-se em atividade, permitir contato social e estabelecimento de relações interpessoais, sentir-se útil para a sociedade e permitir a auto-realização (TOLFO e PICCININI, 2007).

Colaborando com a ideia de que o trabalho não se constitui apenas de uma atividade para garantir a subsistência do indivíduo, Fukuyama (1996) diz que o desejo humano fundamental de reconhecimento impulsionou as relações de trabalho. Assim, as atividades laborais teriam extrapolado os níveis de subsistência, visando antes o reconhecimento do que a satisfação de necessidades materiais. Logo, trabalho e dinheiro são muito mais importantes como fontes de identidade, *status* e dignidade, sendo que o reconhecimento, em relação a estes elementos, não pode ser obtido individualmente, mas só poderá acontecer inserido num contexto social.

A partir destas constatações, pode-se compreender as possíveis relações entre as variáveis que tratam de vínculos no trabalho, reconhecimento social e, conseqüentemente, a dimensão relacional do capital social. Partindo do princípio que o significado do trabalho, para os respondentes da pesquisa, possui relação com a obtenção de prestígio e o estabelecimento de contatos sociais e relações entre os atores, e que estes elementos, por sua vez, fazem parte da dimensão relacional do capital social, pode-se entender esta relação.

Também é possível vincular este comportamento de valorização da atividade laboral como uma forma de *status* na comunidade, com questões relacionadas à identificação social.

Neste sentido, a identificação social apresenta-se como um processo em que os indivíduos veem-se como um grupo. Este sentimento pode ser resultado do pertencimento a um grupo ou pode surgir de um grupo de referência, do qual as pessoas adotam valores ou padrões de comportamento (MERTON, 1969 apud NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

Logo, a referência de “culto ao trabalho”, que se apresenta na comunidade do Vale dos Vinhedos, formada por imigrantes italianos, pode servir como referência de comportamento, fazendo com que os atores adotem este valor e, conseqüentemente, apresentem um padrão de atuação.

Dando seqüência à compreensão dos resultados da análise fatorial, verificou-se que algumas variáveis deste fator, denominado dimensão relacional, expressam características descritas por Onyx e Bullen (2000) como vínculos com a vizinhança (sentir-se beneficiado ao ajudar os outros, visitar os vizinhos e ser ajudado pelos amigos). Pode-se aqui, vincular estas variáveis com elementos da dimensão relacional, como obrigações e expectativas em relação aos atores.

As obrigações e expectativas representam um comprometimento ou um dever para empreender uma atividade no futuro. Coleman (1990) afirma que estes elementos são uma espécie de crédito que uma pessoa possui para com a outra e que poderá ser resgatado.

Coleman (1988) ainda destaca que as obrigações e expectativas dependem da confiabilidade do ambiente social. Esta afirmativa pode explicar o agrupamento de variáveis ligadas a segurança e confiança na dimensão relacional encontrada neste estudo (localidade tem fama de ser um lugar seguro e sentir-se seguro ao caminhar na rua à noite).

Neste sentido, a confiança cria um ambiente de credibilidade e fortalece o contato social (BARQUERO, 2003), promovendo a cooperação entre os indivíduos e o engajamento na comunidade (PUTNAM, 2002).

Além disso, a confiança apresenta-se de forma multidimensional, podendo se manifestar através de algumas crenças como na boa intenção e a consideração pelo parceiro, na competência e na capacidade dos parceiros, na integridade dos parceiros e na crença de que os parceiros estão abertos (MISHIRA, 1996).

4.2.3 Dimensão cognitiva

A dimensão cognitiva do capital social refere-se aos recursos que representam compreensões, interpretações e sistemas de significados comuns entre os atores. Estas características são reforçadas por elementos como linguagem, códigos e narrativas compartilhadas. Embora esta dimensão seja pouco explorada em estudos sobre capital social,

apresenta elementos indispensáveis para a formação e manutenção deste construto (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

Diante da constatação da importância dos elementos desta dimensão para a compreensão das manifestações do capital social, cabe destacar as principais características de seus elementos (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998):

- a) linguagem: este elemento pode facilitar a habilidade de acessar outras pessoas e informações, apresentando-se como um importante fator para o desenvolvimento das relações sociais. Porém, quando a linguagem ou códigos apresentarem divergências, podem restringir o acesso às pessoas ou informações;
- b) códigos: ordenam os dados sensoriais em categorias de percepção e fornecem uma ferramenta de referência na observação e interpretação do ambiente;
- c) narrativas: apresentam-se sob a forma de mitos, histórias, lendas e metáforas, proporcionando recursos às comunidades na criação, troca e preservação de conjuntos de significados, especialmente nas trocas de experiências e na criação de novas interpretações para eventos.

Dentre as variáveis agrupadas nesta terceira dimensão, pode-se, inicialmente, destacar a importância das condições de acesso às pessoas ou informações para a manutenção do capital social. Assim, as variáveis “encontrar amigos ou conhecidos”, “ter acesso a informações para tomar decisões importantes”, “conversar com muitas pessoas”, “telefonar para amigos”, “buscar resolver impasses” e “sair da comunidade local para visitar a família”, podem reforçar esta ideia.

Sarate e Macke (2007) afirmam que este tipo de variável remete a dimensão cognitiva do capital social, que se manifesta na forma de narrativas e linguagem compartilhadas. Logo, o compartilhamento da linguagem facilita a habilidade de acessar outras pessoas e influencia as categorias de percepção, fornecendo uma ferramenta de interpretação no ambiente. Esta ferramenta de interpretação, por sua vez, pode ser acessada para aproximar pessoas de diferentes estilos de vida ou culturas.

Neste sentido, pode-se entender que questões relacionadas à tolerância à diversidade, ou seja, diferentes estilos de vida ou culturas, também tenham se agrupado na dimensão cognitiva do capital social, encontrada neste estudo. Assim, as variáveis “apreciar diferentes estilos de vida”, “acreditar que o multiculturalismo é saudável” e “aceitar novos membros na comunidade” podem estar ligadas a constatação acima descrita.

Por fim, verificou-se que a variável “recolher lixo deixado por outras pessoas” também agrupou-se à dimensão cognitiva do capital social. Assim, este elemento pode estar vinculado aos códigos compartilhados, levando-se em considerações que os atores podem compartilhar da seguinte ideia: se eu não coloco lixo no chão, espero que os demais tenham o mesmo comportamento.

Após o detalhamento das dimensões do capital social advindas da análise fatorial, serão apresentadas, na próxima seção, as variáveis que se apresentaram com maior representatividades no contexto da pesquisa.

4.2.4 Variáveis do capital social e representatividade no contexto pesquisado

Nesta seção serão discutidos alguns resultados da análise descritiva das variáveis relacionadas ao capital social. Através do cálculo da média das médias das dimensões, foram obtidos os seguintes resultados: dimensão estrutural com média de 2,28, dimensão relacional com média de 3,05 e dimensão cognitiva com média de 3,15. Estes resultados apontam para altos índices de capital social, uma vez que alguns estudos, como de Onyx e Bullen (2000), destacam que a existência de altos índices de capital social ocorre quando a média é maior que o ponto central da escala (neste caso o ponto central da escala representa uma média igual a 2).

Além disso, após a verificação dos resultados, dois aspectos chamam atenção e podem ser contextualizados.

Inicialmente, pode-se destacar as variáveis com menor desempenho (média):

- a) fazer parte de um comitê de gestão local;
- b) mobilizar a comunidade numa situação de emergência;
- c) sentir-se seguro ao caminhar na rua à noite;
- d) fazer parte de um projeto na comunidade;
- e) ajudar grupos locais como voluntário;
- f) ser membro ativo de uma organização local;
- g) ajudar a organizar um serviço local.

Na análise fatorial deste estudo, estas variáveis se agruparam em fatores distintos. Porém, seis delas estão vinculadas à dimensão estrutural do capital social que apresentou a menor média se comparada às outras dimensões, conforme descrito anteriormente.

Na sequência, pode-se verificar que estas variáveis estão vinculadas, principalmente, às questões relacionadas à participação na comunidade, o que demonstra que esta dimensão está pouco presente nas comunidades analisadas.

Por outro lado, algumas variáveis associadas ao ambiente de trabalho (agrupadas principalmente na dimensão relacional) apresentaram médias superiores em relação à avaliação do capital social: considerar colegas de trabalho também como amigos, sentir-se parte da comunidade do local onde trabalha, sentir-se parte de uma equipe de trabalho, ter iniciativa no ambiente de trabalho e ajudar espontaneamente os colegas de trabalho.

Este resultado pode ser explicado pelo significado do trabalho para os membros da comunidade, conforme abordado anteriormente, na descrição da dimensão relacional da análise fatorial deste estudo (seção 4.3.2).

Neste sentido, “a obstinação pelo trabalho, aliada à busca pelo reconhecimento, acabou gerando redes de relacionamento, algumas vezes, baseadas na colaboração, já que os imigrantes precisavam construir – além de casas e igrejas – normas e sistemas de participação” (SARATE e MACKE, 2007, p. 9).

Após esta constatação, pode-se entender que, devido às características culturais, nem sempre um sentimento de dedicação e colaboração existente no ambiente de trabalho, se difundirá na comunidade, com os vizinhos, por exemplo (SARATE e MACKE, 2007). Esta afirmativa pode justificar o fato dos altos índices de capital social presentes no ambiente de trabalho, não se refletirem, necessariamente, no ambiente comunitário.

Logo, os resultados acima descritos podem sugerir que a comunidade em estudo apresenta maiores níveis de capital social de conexão (laços fortes), se comparados com os níveis de capital social de ponte (laços fracos).

Os laços fortes (*bonding social capital* ou capital social de conexão) referem-se às relações entre membros de uma família, amigos próximos e vizinhos. Já os laços fracos (*bridging social capital* ou capital social de ponte) referem-se às relações entre amigos mais distantes, associados e colaboradores, facilitando o acesso às informações (WOOLCOCK, 2000). Além disso, os laços fracos se apresentam nas relações horizontalizadas em grupos heterogêneos de diferentes origens, possibilitando a conexão de setores da sociedade, que na

ausência deste tipo de capital social, teriam dificuldade de se conectar. Por auxiliar na difusão de informações e da confiança, os laços fracos entre os atores podem fomentar o crescimento econômico (SABATINI, 2008).

Complementando, Albagli e Maciel (2002) destacam algumas características dos laços fortes e fracos. Para os autores, os laços que correspondem ao âmbito de um grupo ou comunidade (laços fortes) pressupõem forte coesão interna, tendendo a reforçar identidades e grupos homogêneos, mas podendo gerar também exclusões. Por outro lado, os laços entre grupos heterogêneos (laços fracos), que são aparentemente mais frágeis, são mais propícios a incorporar grupos e indivíduos através das diferentes clivagens sociais e, portanto, mais aptos a promover a inclusão social.

Logo, conforme abordado por Putnam (2002), os vínculos interpessoais considerados “fortes”, como parentesco e amizade íntima, são menos importantes do que os vínculos “fracos”, como conhecimentos e afiliações a associações secundárias. Esta afirmativa parte do pressuposto que os laços fracos são mais adequados para sustentar a coesão comunitária e a ação coletiva.

Neste sentido, os sistemas horizontais extensos, porém isolados, sustentam a cooperação dentro de cada grupo. Porém, os sistemas de participação cívica, que envolvem diferentes categorias sociais, promovem uma cooperação mais ampla. Logo, quanto mais horizontalizada for a estrutura de uma organização, mais eficaz será o desempenho institucional da comunidade como um todo (PUTNAM, 2002).

Por fim, Coleman (1990) afirma que os dois tipos de capital social, acima descritos, não são mutuamente excludentes, ou seja, a presença de um não exclui, necessariamente, a presença do outro. Além disso, uma comunidade cívica necessita destes dois tipos de capital social.

4.3 MEDIÇÃO DAS DIMENSÕES DE COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL NO CONTEXTO PESQUISADO

Levando-se em consideração que o comprometimento diz respeito à identificação do indivíduo com a organização, aceitação dos seus valores e objetivos e desejo de aderir e pertencer à mesma, é de extrema importância identificar quais dimensões se apresentam de

maneira mais expressiva neste construto. Além disso, esta identificação se torna relevante uma vez que o comprometimento organizacional está vinculado à capacidade de progresso e resultados otimizados por parte das empresas (DESSLER, 1996; FIORITO et al., 2007).

Logo, esta seção busca analisar e medir as dimensões do comprometimento organizacional no contexto das indústrias vitivinícolas associadas à APROVALE e APROBELO, atendendo assim, o segundo objetivo específico deste estudo.

Neste sentido, o bloco B do instrumento de pesquisa apresenta questões utilizadas em estudo elaborado por Rego et al. (2007), com uma escala *Likert* de 7 pontos, para a medição do comprometimento organizacional. Através da aplicação do mesmo aos 200 entrevistados, obteve-se, pela análise descritiva, médias que variaram entre 2,66 e 5,70, com desvio-padrão entre 1,622 e 2,273.

Também foram obtidos dados que serviram de base para a realização de análise fatorial, aplicando as mesmas técnicas mencionadas para a identificação das dimensões de capital social descritas no item 4.2.

Assim, a fatorabilidade dos dados foi verificada através do índice *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO), com resultado de 0,809 e do teste de esfericidade de Barlett, que apresentou uma significância de 0,000.

Também, com o objetivo de analisar a consistência interna das variáveis, realizou-se a medição do Alpha de Cronbach para as 11 questões sobre comprometimento organizacional, obtendo-se um resultado de 0,777. Assim como no bloco de questões referentes ao capital social, foram obtidos poucos casos de respostas em branco (*missing values*).

Logo, através da análise fatorial realizada, foram identificados os mesmos fatores referidos na pesquisa original realizada por Rego et al. (2007), em Portugal, destacando as dimensões de comprometimento afetivo, normativo e instrumental. Paralelamente, com o intuito de verificar a consistência das variáveis de cada fator, foram calculados os valores para o Alpha de Cronbach, apresentados na Tabela 6. Também calculou-se a variância explicada para o construto, que corresponde a 70,84%.

Além das cargas fatoriais, realizou-se, na sumarização dos dados, a verificação das médias e correlações das variáveis com os fatores afetivo, normativo e instrumental do comprometimento organizacional.

Tabela 6 – Comprometimento organizacional - análise fatorial com base na pesquisa

Fator	Elementos do fator	Média da variável	Carga	Correlação com o fator
Comprometimento instrumental (0,887)*	X 45 - Sinto que tenho poucas alternativas de emprego se deixar esta organização	2,71	0,902	0,825
	X 46 - Mantenho-me nesta organização porque sinto que tenho poucas oportunidades noutras organizações	2,66	0,887	0,805
	X 44 - Continuo nesta organização porque, se sáísse, teria que fazer grandes sacrifícios pessoais	2,83	0,827	0,719
	X 43 - Mantenho-me nesta organização porque sinto que não conseguiria facilmente entrar noutra organização	3,00	0,803	0,696
	X 47 - Não abandono esta organização devido às perdas que me prejudicariam	3,46	0,732	0,585
Comprometimento afetivo (0,811)*	X 39 - Sinto-me “parte da família” da minha organização	5,45	0,797	0,674
	X 38 - Tenho uma forte ligação de simpatia por esta organização	5,49	0,818	0,662
	X 37 - Tenho orgulho em dizer a outras pessoas que faço parte desta organização	5,70	0,834	0,645
Comprometimento normativo (0,724)*	X 40 - Mesmo que isso me trouxesse vantagens, sinto que não deveria abandonar a minha organização agora	5,00	0,679	0,579
	X 41 - Não deixaria a minha organização agora porque sinto obrigações para com as pessoas que aqui trabalham	4,75	0,643	0,563
	X 42 - Sinto que, se recebesse uma oferta de melhor emprego, não seria correto deixar a minha organização	4,06	0,867	0,485

* Alfas de Cronbach do fator

FONTE: Dados compilados a partir da pesquisa realizada.

Assim como no estudo original elaborado por Rego et al. (2007), as variáveis relacionadas à dimensão do comprometimento afetivo apresentaram as maiores médias. Esta dimensão do comprometimento organizacional está vinculada à identificação do trabalhador com os objetivos e valores da empresa, ao desejo de permanecer como membro ativo da organização e de contribuir e dar energia para a empresa, além de apresentar sentimentos como lealdade, pertencimento, orgulho e afiliação.

Neste sentido, pode-se vincular a maior representatividade desta dimensão, no contexto da pesquisa, a algumas características regionais e empresariais.

Inicialmente, destaca-se a representatividade da variável deste fator que apresentou maior média (5,7): “tenho orgulho em dizer a outras pessoas que faço parte desta organização”. Neste sentido, pode-se relacionar este fato ao crescente desenvolvimento e reconhecimento da região do Vale dos Vinhedos, destacando cada vez mais as indústrias vitivinícolas ali localizadas. Além disso, a atividade vitivinícola na Serra Gaúcha é extremamente valorizada, uma vez que a região é conhecida, nacional e internacionalmente, como um dos maiores pólos produtores de vinhos e vem se destacando nas atividades relacionadas ao enoturismo⁶ e à enogastronomia⁷.

Neste sentido, pode-se destacar que a região possui diversas cantinas e empreendimentos destinados aos turistas, onde o visitante tem a oportunidade de conhecer os processos de cultivo das vides, a elaboração de vinhos e participar de rituais de degustação (DALCIN, 2008). Logo, esta estrutura alavanca o reconhecimento da região como um emergente pólo turístico, sendo que este fato pode promover o sentimento de orgulho, por parte dos funcionários, em fazer parte destas organizações.

Já a variável “sinto-me ‘parte da família’ da minha organização” pode ser explicada pelo fato das empresas pesquisadas apresentarem características de empresas familiares que, conseqüentemente, se refletem na forma de gestão da organização.

Bernhoeft (1989) corrobora com esta ideia afirmando que uma empresa familiar possui sua origem e sua história ligadas a uma família ou então, mantém membros da família na administração do negócio. As principais características deste tipo de organização, segundo o autor, são a valorização da confiança mútua, laços afetivos extremamente fortes influenciando os comportamentos, valorização da antiguidade em relação à eficácia ou competência, exigência de dedicação e expectativa de fidelidade.

Logo, as características acima citadas podem reforçar o sentimento de pertencimento dos colaboradores a este tipo de organização, justificando o resultado encontrado na pesquisa.

⁶ O enoturismo representa um segmento de atividade turística que se fundamenta no deslocamento de pessoas motivadas pela busca de atividades relacionadas ao vinho, como os aromas, a paisagem, a gastronomia e a cultura das localidades que elaboram a bebida (CIC BG, 2009).

⁷ O conceito de enogastronomia envolve a escolha pormenorizada de vinhos, a partir de suas características gustativas, para acompanhar pratos elaborados das culinárias tradicional, regional e criativa, ressaltando suas características e criando um conjunto sensorial (ACADEMIA DO VINHO, 2010).

Dando continuidade a análise do comprometimento afetivo, buscou-se vincular os resultados obtidos na pesquisa com algumas características organizacionais da região. Alguns autores, como Bastos (1993), destacam que os níveis de absenteísmo e rotatividade podem ser consequência dos níveis de comprometimento. Neste sentido, funcionários afetivamente comprometidos serão mais motivados para contribuir com o desempenho da organização, apresentando um menor índice de rotatividade e absenteísmo (ORGAN e PAINE, 2000 apud REGO et al., 2007).

Assim, buscou-se verificar estes índices nas indústrias pesquisadas e a existência de alguma pesquisa setorial neste sentido. Porém, nenhuma entidade de classe, vinculada às indústrias vitivinícolas, realizou, recentemente, este tipo de levantamento de dados. Além disso, devido ao pequeno porte da maioria das empresas pesquisadas, não ocorre, nas mesmas, a medição deste tipo de indicador. Assim, contatou-se as quatro maiores vitivinícolas (em número de funcionários) da cidade de Bento Gonçalves e obteve-se os resultados apresentados na Tabela a seguir. Das quatro vitivinícolas apresentadas a seguir, três são associadas à APROVALE e estão incluídas na amostra do presente estudo.

Tabela 7 – Indicadores de absenteísmo e rotatividade na indústria vitivinícola

Empresas	Absenteísmo (%)*	Rotatividade (%)*
Empresa A	1,30	2,10
Empresa B	2,24	4,09
Empresa C	1,98	1,28
Empresa D	1,74	2,47
Média geral	1,82	2,49

* Média referente ao ano de 2009.

FONTE: Dados compilados a partir de pesquisa realizada pela autora.

Com o objetivo de comparar os indicadores de rotatividade e absenteísmo apresentados na Tabela 7, realizou-se uma pesquisa destes mesmos índices em algumas indústrias moveleiras e metalúrgicas localizadas na cidade de Bento Gonçalves (Tabela 8), buscando elencar as maiores empresas destes segmentos por número de funcionários.

Tabela 8 – Indicadores de absenteísmo e rotatividade na indústria moveleira e metalúrgica

Empresas	Absenteísmo (%)*	Rotatividade (%)*
Empresa A	1,98	3,60
Empresa B	1,45	2,80
Empresa C	1,62	2,45
Empresa D	1,79	6,81
Empresa E	3,35	5,59
Média geral	2,04	4,25

* Média referente ao ano de 2009.

FONTE: Dados compilados a partir de pesquisa realizada pela autora.

A escolha destes segmentos para a comparação de indicadores se deu, principalmente, pela representatividade dos mesmos na geração de empregos na região. O segmento metal-mecânico compreende 20,82% do número de indústrias do município, gerando 4.500 empregos diretos e, aproximadamente, 20.000 empregos indiretos. Já a segmento moveleiro representa 19,95% do total de indústrias da cidade de Bento Gonçalves, gerando em torno de seis mil empregos diretos e indiretos. Por fim, pode-se destacar a posição da indústria vitivinícola no contexto do município. Este segmento representa, atualmente, 5,15% do total de indústrias de Bento Gonçalves (CIC BG, 2009).

Através dos indicadores apresentados nas Tabelas 7 e 8 é possível verificar que as indústrias vitivinícolas pesquisadas apresentam menores índices de absenteísmo e rotatividade, quando comparadas às indústrias metalúrgicas e moveleiras. Esta constatação reforça a importância do desempenho do comprometimento afetivo para a manutenção destes índices, uma vez que as indústrias vitivinícolas abordadas nesta pesquisa apresentaram alto desempenho nesta dimensão (média do fator igual a 5,5).

Embora não existam, atualmente, pesquisas que verifiquem as manifestações sobre comprometimento organizacional nas indústrias metalúrgicas e moveleiras de Bento Gonçalves, considerou-se relevante realizar os comparativos acima descritos, pela representatividade destas empresas. Além disso, estas organizações acabam “concorrendo” entre si pela atração e retenção de mão-de-obra, uma vez que, atualmente, existe uma dificuldade de obtenção de recursos humanos qualificados na região.

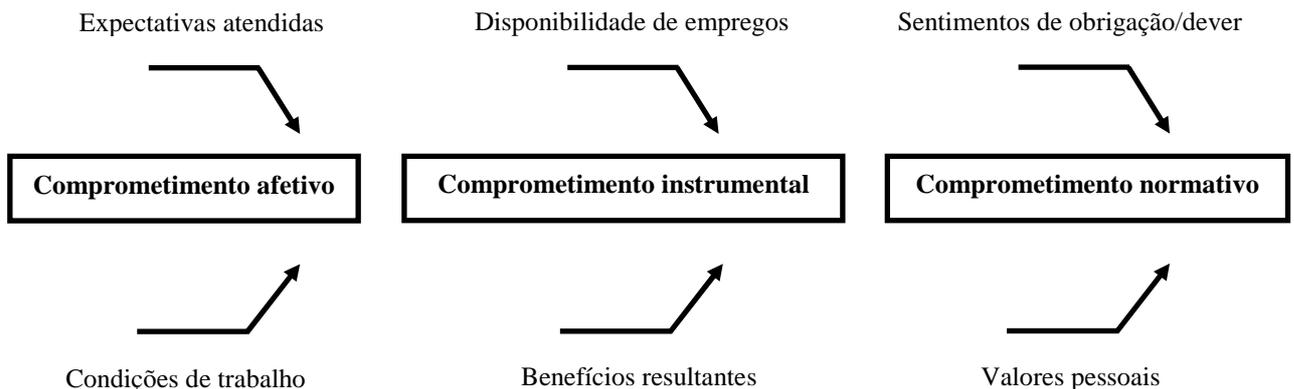
Após a análise dos escores encontrados na dimensão afetiva do comprometimento, buscou-se compreender o resultado das demais dimensões.

Assim, ao analisar a dimensão instrumental e normativa do comprometimento, verificou-se que as mesmas obtiveram menores escores. Em estudos anteriores, Rego e Souto

(2004a) verificaram que o comprometimento afetivo (que apresentou maiores médias) possui a tendência de associar-se positivamente com o normativo (média do fator igual a 4,60) e negativamente com o instrumental, que apresentou a menor média entre os fatores (2,93).

Neste sentido, destaca-se que o comprometimento instrumental diz respeito a fatores externos sobre os quais o indivíduo tem pouco poder de ação. Assim, o colaborador adere às determinações da organização (comprometimento instrumental), sem necessariamente compartilhar dos mesmos valores e objetivos da empresa (comprometimento afetivo). Considera-se relevante destacar, conforme Figura 14, os antecedentes das dimensões do comprometimento organizacional, uma vez que os mesmos se relacionam com os resultados aqui descritos.

Figura 14 – Antecedentes do comprometimento em suas diferentes dimensões (afetiva, instrumental e normativa)



FONTE: Adaptado de Bastos et al. (1997, p. 104).

Uma possível explicação para os baixos escores relacionados ao comprometimento instrumental é a falta de mão-de-obra na região, descrita anteriormente. Segundo publicação em jornal local, desde 2006 existem oportunidades de emprego na cidade em diversas áreas do conhecimento, sendo que muitas destas vagas não exigem qualificação diferenciada. Mesmo assim, segundo informações prestadas pelo SINE (Sistema Nacional de Emprego) de Bento Gonçalves, as vagas não conseguem ser supridas (AZEVEDO, 2008).

Neste sentido, levando-se em consideração que o comprometimento instrumental aborda, principalmente, a falta de oportunidades no mercado, justifica-se a constatação dos respondentes terem atribuído menor importância a este fator.

Logo, entende-se o fato das variáveis vinculadas ao comprometimento normativo apresentarem médias entre 4,06 e 5,00 e as variáveis ligadas ao comprometimento instrumental apresentarem os menores escores (entre 2,66 e 3,46).

Na sequência deste estudo, após serem analisadas individualmente as dimensões do capital social e comprometimento organizacional, as mesmas serão avaliadas de acordo com suas relações.

4.4 RELAÇÕES ENTRE CAPITAL SOCIAL E COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL

Compreender as relações existentes entre o capital social e o comprometimento organizacional pode auxiliar a esclarecer como os processos sociais podem alavancar o desenvolvimento organizacional e a competitividade individual, através do estabelecimento de relações interpessoais.

Assim, entender a dinâmica das relações existentes entre capital social e comprometimento organizacional, pode ser considerado relevante por dois aspectos. Primeiramente, compreender o funcionamento destas relações pode revelar quais formas de capital social trarão vantagens para o indivíduo e para a organização. Posteriormente, os administradores poderão desempenhar um papel central no desenvolvimento dos fatores que melhoram as relações interpessoais e, por sua vez, afetam a qualidade do trabalho dos funcionários e a postura competitiva da empresa (WATSON e PAPAMARCOS, 2002).

De acordo com o contexto acima citado, o terceiro objetivo específico deste estudo é compreender as relações existentes entre o capital social e o comprometimento organizacional. Neste sentido, foram verificadas, através da análise dos dados da pesquisa, as correlações significantes entre as dimensões estrutural, relacional e cognitiva do capital social e as dimensões instrumental, afetiva e normativa do comprometimento organizacional. Os resultados desta análise são apresentados na Tabela 9. Cabe aqui destacar que, para a realização dos cálculos das correlações entre as dimensões, realizou-se a padronização das escalas de medição do capital social e do comprometimento organizacional.

Tabela 9 – Correlação entre fatores de capital social e comprometimento

Fatores	Capital social Dimensão estrutural	Capital social Dimensão relacional	Capital social Dimensão cognitiva
Comprometimento instrumental	- 0,047	0,026	0,004
Comprometimento afetivo	0,360*	0,425*	0,361*
Comprometimento normativo	0,365*	0,407*	0,303*

* Correlação significativa (nível de significância < 0,05)

FONTE: Dados compilados a partir da pesquisa realizada.

De acordo com a Tabela 9, pode-se verificar que o comprometimento instrumental não apresenta correlação significativa com nenhuma das dimensões do capital social. Uma possível explicação para esta questão seria o fato de a vontade dos indivíduos de contribuir para os objetivos organizacionais ser influenciada pela natureza dos laços psicológicos (capital social) que os liga à organização. Assim, é mais provável que exerçam elevados esforços de desempenho quando desejam pertencer à organização (comprometimento afetivo e normativo), do que quando se sentem obrigados ou com necessidade de nela se inserirem (comprometimento instrumental) (REGO e SOUTO, 2004b).

Os resultados também sugerem que as dimensões estrutural, relacional e cognitiva do capital social favorecem o desenvolvimento do comprometimento organizacional, especialmente nas dimensões afetiva e normativa.

Com o objetivo de facilitar o entendimento das dimensões do capital social e comprometimento organizacional que apresentaram relações significantes, apresenta-se na Figura 15 os principais elementos de cada dimensão.

Figura 15 – Principais elementos das dimensões do capital social e comprometimento organizacional que apresentaram correlações

	Dimensão estrutural	Dimensão relacional	Capital social Dimensão cognitiva
Capital social	<ul style="list-style-type: none"> - Associabilidade - Cooperação - Laços - Padrões de conectividade - Reciprocidade 	<ul style="list-style-type: none"> - Aceitação e prestígio - Confiança - Identificação social - Normas e sanções - Obrigações e expectativas - Participação - Sociabilidade 	<ul style="list-style-type: none"> - Acesso a pessoas e/ou informações - Códigos - Cultura - Linguagem compartilhada - Narrativas compartilhadas - Sistemas de significados - Valores
	Dimensão afetiva		Dimensão normativa
Comprometimento organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Aderência às metas coletivas na organização - Envolvimento com o trabalho - Identificação com a organização - Crença e aceitação dos objetivos e valores da empresa - Desejo de esforçar-se pela organização - Desejo de permanecer como membro da empresa - Orgulho - Sentimento de pertencimento 		<ul style="list-style-type: none"> - Dever de lealdade com a organização - Identificação com os valores organizacionais - Obrigação de permanecer na empresa

FONTE: Elaborado pela autora a partir da revisão da literatura e dos resultados da pesquisa.

É importante ressaltar que alguns elementos encontrados nas dimensões do capital social coincidem com elementos do comprometimento organizacional. Pode-se citar como exemplos os elementos identificação (dimensão relacional do capital social e afetiva do comprometimento) e obrigações (dimensão relacional do capital social e normativa do comprometimento).

Dando sequência às análises, nas próximas seções os resultados que apresentaram correlações significativas serão contextualizados de acordo com os elementos de cada dimensão, enfocando também estudos anteriores que auxiliem no esclarecimento das relações entre capital social e comprometimento nas organizações.

4.4.1 Dimensão estrutural do capital social e comprometimento organizacional

A dimensão estrutural do capital social diz respeito à rede de relações e ao sistema social como um todo, compreendendo elementos como a reciprocidade e a cooperação (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

Assim, verificou-se a existência de correlação positiva entre a dimensão estrutural do capital social e o comprometimento afetivo e normativo. Esta relação pode ser reforçada através da contribuição de alguns atores.

Deste modo, o comprometimento organizacional, requer, por parte dos funcionários, um sentimento de reciprocidade com os objetivos da organização, que garante a eficiência em seu processo de desenvolvimento. Além disso, o envolvimento e sentimento de reciprocidade com a organização dependem de variáveis como as relações interpessoais, a participação, o sentimento de pertencer ao grupo, a cooperação, a idealização e o *status* que a carreira proporciona (KUABARA e SACHUK, 2009).

Com o objetivo de auxiliar a compreensão das relações existentes entre a reciprocidade e a cooperação (elementos do capital social) e o comprometimento organizacional, apresenta-se estudo realizado por Siqueira (2003). A autora busca identificar as possíveis relações existentes entre as cognições dos funcionários sobre a organização, os elos afetivos e os comportamentos de cidadania organizacional.

A Figura 16 apresenta o modelo teórico desenvolvido para o estudo.

Figura 16 – Modelo pós-cognitivo para comportamentos de cidadania organizacional

Cognições	➔	Afetos	➔	Ações de cidadania organizacional
<ul style="list-style-type: none"> - Percepção de reciprocidade organizacional - Percepção de suporte - Comprometimento organizacional calculativo 		<ul style="list-style-type: none"> - Satisfação no trabalho - Envolvimento com o trabalho - Comprometimento organizacional afetivo 		<ul style="list-style-type: none"> - Cooperação com os colegas de trabalho - Proteção ao sistema - Sugestões criativas - Autotreinamento - Divulgação de imagem positiva da empresa no ambiente externo

FONTE: Adaptado de Siqueira (2003).

De acordo com o modelo apresentado, existe um processo psicológico de troca social entre empregado e organização, que se inicia pela formação de cognições seguidas de afetos que, conseqüentemente, favorecem a elaboração de intenções comportamentais estritamente associadas ao critério comportamental.

Inicialmente, pode-se contextualizar as cognições como as relações de troca social que os funcionários mantêm com a organização, sendo que as mesmas são consideradas antecedentes psicológicos das variáveis afetivas. Assim, quando o trabalhador acredita que a interrupção desta relação traria custos para si mesmo, que a organização apresenta preocupação com o seu bem-estar e se comporta de forma recíproca aos seus atos espontâneos de trabalho (capital social), então ele estaria cognitivamente apto a desenvolver elos afetivos (comprometimento) com o trabalho executado e com a organização empregadora (SIQUEIRA, 2003).

Além disso, as variáveis cognitivas no modelo baseiam-se em três conceitos derivados das teorias de troca social: comprometimento organizacional calculativo (crenças relativas a perdas ou custos associados ao rompimento da relação de troca com a organização), percepção de suporte organizacional (conjunto de crenças sobre o grau em que a organização se mostra comprometida com os empregados) e percepção de reciprocidade organizacional (conjunto de crenças acerca do estilo retributivo adotado pela organização perante as contribuições ofertadas por seus empregados) (SIQUEIRA, 2003).

Ao confirmar as relações acima descritas, a autora afirma que os afetos relativos ao trabalho (satisfação no trabalho e envolvimento com o trabalho) e à organização

(comprometimento organizacional) seriam desencadeados por cognições formadas sobre a organização, especialmente aquelas derivadas das interações de troca realizadas entre empregado e organização.

Assim, de acordo com o modelo acima apresentado, a existência de reciprocidade na organização (capital social) influencia o desenvolvimento de elos afetivos (comprometimento) que, por sua vez, aumenta as possibilidades de cooperação entre os membros organizacionais (capital social), fortalecendo a possibilidade de relação entre a dimensão estrutural do capital social e o comprometimento.

Por fim, outra possibilidade de compreender as relações entre capital social estrutural e o comprometimento organizacional é verificar a importância dos laços entre os atores e a organização. Neste sentido, pode-se ressaltar a associabilidade entre os funcionários e a empresa. A associabilidade é definida como a vontade e a capacidade dos membros de uma empresa para subordinar suas metas individuais às metas coletivas (características vinculadas tanto ao capital social quanto ao comprometimento organizacional). Este comportamento, portanto, apresenta um componente afetivo (vontade e tendência para subordinar metas individuais às ações coletivas) e a capacidade de coordenar as atividades organizacionais para o bem comum. Assim, organizações com níveis elevados de associabilidade são compostas por indivíduos capazes e dispostos a concordar com os objetivos que são focados em ações coletivas (BUREN, 2008).

4.4.2 Dimensão relacional do capital social e comprometimento organizacional

A dimensão relacional do capital social apresentou correlação positiva com o comprometimento afetivo e normativo, de acordo com a análise de dados da presente pesquisa.

O ponto de vista relacional do capital social está baseado, principalmente, na importância da confiança para facilitar trocas mutuamente vantajosas entre os autores (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998). Além disso, de acordo com Coleman (1988), sem um grau elevado de confiabilidade entre os membros de um grupo, uma instituição não poderia existir.

Porém, embora a confiança seja vinculada às relações sociais, conforme descrito acima, sua importância e sua relação com outros antecedentes do capital social não está

completamente compreendida. Assim, provavelmente, a confiança esteja implicada como uma consciência de vulnerabilidade do indivíduo (Rousseau et al., 1986 apud Watson e Papamarcos, 2002) ou pelas percepções do indivíduo com relação às normas de reciprocidade.

Neste contexto, pode-se dizer que a predisposição psicológica de vulnerabilidade e as percepções subjetivas sobre a norma de reciprocidade influenciariam diretamente o comprometimento do indivíduo com a organização. Este processo poderá ocorrer de duas formas distintas. Inicialmente, a pessoa que se sente particularmente vulnerável dentro de uma organização seria menos ligada a esta. Além disso, se o indivíduo não confia que seus esforços serão retribuídos de alguma forma, é menos provável que encontre associações gratificantes e, desta forma, estará menos comprometido com a organização (WATSON e PAPAMARCOS, 2002).

Também, pode-se entender que a existência de confiança entre os indivíduos ocorre através do compartilhamento de valores. Assim, quando o indivíduo percebe que os gestores de uma organização confiam em seu trabalho, o mesmo passa a atuar com maior grau de liberdade e responsabilidade, aderindo aos objetivos organizacionais (BARRET, 2000).

Complementando, Buren (2008) diz que a confiança é uma condição necessária e um indicador da existência de capital social, sendo que sua ausência ou sua presença mínima pode provocar o desligamento, por parte dos funcionários, da empresa.

Além da confiança, outro importante elemento da dimensão relacional do capital social pode ser vinculado ao comprometimento organizacional: a participação. Esta relação é confirmada por Meyer e Allen (1997) que afirmam que a descentralização, a administração participativa e a possibilidade de participar das decisões da empresa, com o apoio da gestão, se apresentam como importantes elementos para alavancar, principalmente, o comprometimento afetivo.

Outros elementos que podem ser destacados na dimensão relacional do capital social são as estruturas normativas compartilhadas, que dizem respeito às normas pelas quais os indivíduos de uma organização gerenciam a si próprios e as suas interações com os outros (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

De acordo com revisão da literatura realizada por Watson e Papamarcos (2002), as normas compartilhadas podem ser vinculadas à cooperação interpessoal mais efetiva, auxiliando a interpretação e compreensão das intenções comportamentais dos colaboradores, predizendo suas respostas em atitudes e comportamentos. Além disso, Ravlin e Meglino

(1987 apud Watson e Papamarcos, 2002) sugerem que as percepções das estruturas normativas da organização afetarão o comprometimento do indivíduo com a empresa.

Assim, de acordo com o exposto, pode-se compreender a relação positiva entre o capital social relacional e o comprometimento afetivo e normativo. Logo, a confiabilidade das relações e as estruturas das normas compartilhadas (dimensão relacional) apresentam relações com o envolvimento emocional do funcionário e a existência de identificação com a organização (comprometimento afetivo) e sentimento de obrigação em permanecer na empresa (comprometimento normativo).

4.4.3 Dimensão cognitiva do capital social e comprometimento organizacional

Por fim, de acordo com a sumarização dos dados, verificou-se uma correlação significativa entre a dimensão cognitiva do capital social e o comprometimento afetivo.

Esta dimensão do capital social se apresenta através de recursos que correspondem a sistemas de representação, interpretação e significados compartilhados (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998), sendo que, neste contexto, está incluso o modo e efetividade da comunicação. Assim, considerando-se que as teorias do capital social enfatizam fortemente as interações pessoais, a qualidade da comunicação assume uma função determinante (WATSON e PAPAMARCOS, 2002).

A confiabilidade das informações, em uma organização, auxiliará na sustentação das relações. Tendo em vista que a informação é um elemento-chave para uma rede de indivíduos que se relacionam, pode-se esperar que uma informação não confiável ou imprecisa reduza a inclinação de um indivíduo para ser membro daquela rede. Além disso, a comunicação não serve apenas para transmitir informações, mas também para construir percepções do significado da realidade em si (PONDY e MITROFF, 1979; WEICK, 1995; BERGER e LUCKMAN, 1996 apud WATSON e PAPAMARCOS, 2002).

Logo, através das constatações acima, pode-se afirmar que a qualidade da comunicação afetará o desejo do indivíduo de se estabelecer ou se manter como membro em uma organização (WATSON e PAPAMARCOS, 2002).

Meyer e Allen (1997) corroboram com as constatações acima descritas, destacando que uma comunicação adequada melhora os índices de comprometimento afetivo em uma organização, principalmente, em relação à forma de comunicação das políticas da empresa.

Neste sentido, pode-se entender que a efetividade da comunicação possui relação com os níveis de comprometimento afetivo, uma vez que o mesmo diz respeito à aceitação e identificação do indivíduo com os valores da empresa e desejo de permanecer como membro da organização.

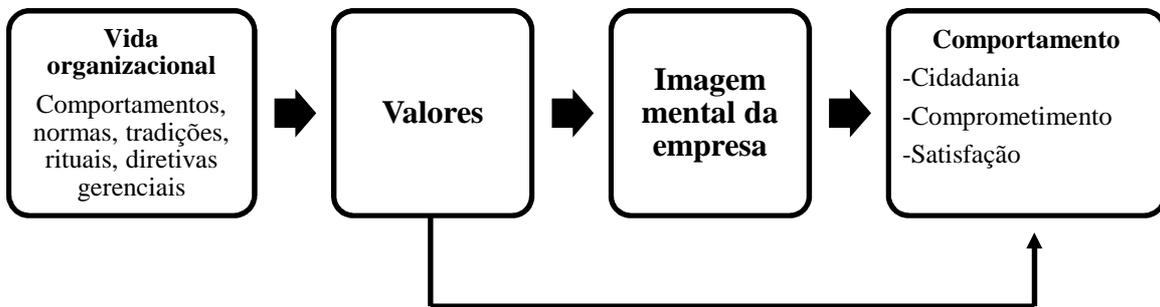
Além da comunicação, pode-se destacar os valores praticados em uma empresa como elementos do capital social que possuem relação com o comprometimento organizacional. Assim, afirma-se que “a importância atribuída por uma organização a certos valores pode determinar a quantidade de esforço investida por seus membros na emissão de certos comportamentos, bem como a sua persistência na execução dos mesmos” (TAMAYO, 1998, p. 57).

Os valores organizacionais podem ser avaliados sob dois enfoques distintos. O primeiro consiste em estudar os mesmos com base nos documentos oficiais da empresa e o segundo em estudar os valores tal como eles são percebidos pelos empregados (ou seja, os valores realmente praticados pela organização). Neste sentido, os valores organizacionais podem ser definidos como os princípios ou crenças compartilhados pelos funcionários de uma organização, que orientam o funcionamento e a vida da empresa. Assim, os valores são expressos através das opções feitas pela organização através da sua história, preferências de comportamentos, padrões de qualidade, estruturas organizacionais, estratégias de gerenciamento e outros (TAMAYO, 1998).

Cabe aqui ressaltar a importância da convergência de empregados na percepção dos valores organizacionais, uma vez que os mesmos irão interferir no processo de solução de problemas, nos mecanismos de socialização, na produtividade, na satisfação dos funcionários, na identificação com os objetivos da empresa e, finalmente, no comprometimento com o trabalho e com a organização (TAMAYO, 1998).

Após realizar destacar os conceitos acima descritos, Tamayo (1998) apresentou em seu estudo um modelo (Figura 17) que explica as relações existentes entre os valores organizacionais e os comportamentos que podem ocorrer na empresa. Destaca-se que, nesta pesquisa, realizada em 490 indivíduos de dez empresas distintas, verificou-se correlação significativa entre os valores organizacionais e o comprometimento afetivo.

Figura 17 – Modelo da relação entre valores organizacionais e comportamento



FONTE: Adaptado de Tamayo (1998, p. 60).

As características da vida organizacional e seus valores terão influência sobre a imagem mental que o empregado desenvolve sobre a organização (funcionamento da empresa e comportamentos que são valorizados, esperados e exigidos). Conseqüentemente, quanto mais positiva essa imagem, maiores serão os índices de satisfação dos funcionários, comprometimento afetivo e cidadania organizacional (TAMAYO, 1998).

Por fim, pode-se reforçar a relação entre o capital social cognitivo (representado no modelo pelas normas, tradições, rituais e valores) e os comportamentos existentes na empresa, principalmente no que se refere ao comprometimento organizacional.

4.5 COMPARAÇÃO DAS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO PERFIL DOS RESPONDENTES COM AS MANIFESTAÇÕES DE CAPITAL SOCIAL E COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL

Ao realizar-se a análise de estudos sobre capital social e comprometimento organizacional é possível constatar que algumas características relacionadas ao perfil dos participantes destas pesquisas, podem influenciar nos resultados e nas manifestações destes construtos.

Bastos (1993), por exemplo, afirma que algumas características como idade, gênero, educação, tempo de empresa, remuneração, nível ocupacional e outros poderão influenciar as manifestações do comprometimento organizacional.

Levando-se em consideração as relações entre estes dois temas, apresentadas na seção 4.5 deste estudo, pode-se reforçar a importância de verificar quais dos fatores acima descritos influenciarão, além das manifestações de comprometimento organizacional, também as manifestações do capital social.

Neste sentido, o quarto objetivo específico desta pesquisa busca verificar quais características vinculadas ao perfil dos respondentes demonstraram diferenças significativas nas dimensões estrutural, relacional e cognitiva do capital social e nas dimensões instrumental, afetiva e normativa do comprometimento organizacional.

Para o atendimento deste objetivo utilizou-se a técnica de análise de variância (ANOVA) buscando identificar as diferenças significativas entre as médias de dois ou mais grupos. Também foram realizados testes de acompanhamento (*Testes Post Hoc*) com o objetivo de avaliar simultaneamente as estimativas intervalares de segurança da diferenças entre diversas médias, auxiliando no controle estatístico sobre os níveis gerais de significância (HAIR, 2006).

Assim, com a utilização das técnicas acima citadas, buscou-se avaliar as seguintes características dos respondentes e suas possíveis influências nas manifestações de capital social e comprometimento organizacional:

- a) gênero;
- b) idade;
- c) grau de instrução;
- d) município;
- e) tempo de bairro;
- f) tipo de moradia (própria ou alugada);
- g) com quem vive (filhos, esposo (a), amigos, etc.);
- h) filhos;
- i) renda;
- j) tempo de empresa;
- k) ser membro da família fundadora da empresa;
- l) área de atuação na organização (administrativa ou produtiva).

Após a realização das análises de variância, verificou-se quais grupos apresentavam diferenças significativas nos resultados de capital social e comprometimento organizacional. A Figura 18 apresenta estes resultados, destacando com um “x” as diferenças significativas.

Figura 18 – Relações significativas entre variáveis e fatores do capital social e comprometimento organizacional

Variável	Capital social			Comprometimento organizacional		
	Dimensão estrutural	Dimensão relacional	Dimensão cognitiva	Dimensão instrumental	Dimensão afetiva	Dimensão normativa
Gênero	X	-	-	-	-	-
Idade	X	-	-	X	-	-
Grau de instrução	-	-	-	X	-	-
Município	X	X	-	-	X	X
Tempo de bairro	X	-	-	-	-	-
Tipo de moradia	X	-	-	-	X	-
Com quem vive	-	-	-	-	-	X
Filhos	-	-	-	-	-	-
Renda	X	-	-	-	-	-
Tempo de empresa	X	-	-	X	-	-
Membro da família fundadora da empresa	X	X	-	-	-	X
Área de atuação da empresa	X	X	-	X	-	-

FONTE: Elaborado pela autora com base no presente estudo.

Posteriormente, foram estruturadas as Tabelas 10 e 11, que apresentam de que maneira variam as médias dos fatores (variáveis dependentes nesta análise) de acordo com os grupos de respondentes. Destaca-se que serão aqui descritos apenas os resultados que se apresentaram significantes (nível de significância > 0,05).

Tabela 10 – Relações significativas entre fatores do capital social e variáveis

Fator	Variável	Significância	Efeito
Dimensão estrutural	Gênero	0,000	Respondentes do gênero masculino apresentam mais características relacionadas à dimensão estrutural.
	Município	0,000	Moradores do município de Monte Belo do Sul apresentam maiores escores nas variáveis relacionadas à dimensão estrutural do capital social.
	Idade	0,010	Quanto maior a idade dos respondentes maior são os escores relacionados à dimensão estrutural do capital social.
	Tempo morando no bairro	0,009	Quanto maior o tempo de bairro dos participantes da pesquisa maior são os escores relacionados à dimensão estrutural do capital social.
	Moradia	0,006	Indivíduos que moram em local próprio apresentam maiores escores na dimensão estrutural do capital social.
	Renda	0,000	Quando maior a renda, maiores os escores relacionados à dimensão estrutural do capital social.
	Tempo de vínculo de trabalho com a empresa	0,018	Indivíduos com maior tempo de empresa apresentam maiores médias nas variáveis relacionadas à dimensão estrutural.
	Membro da família fundadora da empresa	0,000	Indivíduos que são membros da família fundadora da empresa onde trabalham apresentam maiores médias nas variáveis da dimensão estrutural do capital social.
Dimensão relacional	Área de atuação na empresa	0,000	Respondentes que atuam na área administrativa apresentam maiores médias relacionadas à dimensão estrutural do capital social.
	Município	0,000	Moradores do município de Monte Belo do Sul apresentam maiores escores nas variáveis relacionadas à dimensão relacional do capital social.
	Membro da família fundadora da empresa	0,005	Indivíduos que são membros da família fundadora da empresa onde trabalham apresentam maiores médias nas variáveis da dimensão relacional do capital social.
	Área de atuação na empresa	0,037	Respondentes que atuam na área administrativa apresentam maiores médias relacionadas à dimensão relacional do capital social.

FONTE: Dados compilados a partir da pesquisa realizada.

Após a verificação dos resultados apresentados na Tabela 10, pode-se destacar algumas observações relevantes.

Como resultado destas análises, percebe-se que as médias na dimensão estrutural do capital social, composta por elementos como configuração da rede, cooperação, laços entre os atores, padrões de conectividade e reciprocidade, aumentam significativamente em grupos de respondentes com maior idade, maior tempo de bairro, maior tempo de empresa e maior renda.

Os resultados acima descritos diferem das afirmativas descritas por Onyx e Bullen (2000). Os autores destacam que o capital social pode se manifestar igualmente entre ricos e pobres, homens e mulheres, independente da idade ou nível educacional. Assim, as variações dentro deste construto não estariam correlacionadas às variáveis demográficas como idade, gênero, e níveis de trabalho, salário ou qualificação.

Porém, considerando-se que esta dimensão, neste estudo, agrupou, principalmente, variáveis relacionadas à participação na comunidade local, pode-se concluir que o aumento desta participação está vinculado a um maior amadurecimento (variável idade), maiores níveis de responsabilidade (maior tempo de empresa e renda) e ao aumento do tempo de vínculo com a comunidade por parte dos respondentes.

Também pode-se destacar que indivíduos que são membros da família fundadora da empresa onde os mesmos atuam apresentaram maiores médias na dimensão estrutural e relacional do capital social.

Na dimensão estrutural esta diferenciação pode estar vinculada à formatação dos laços entre os atores, uma vez que membros da família apresentarão maiores características vinculadas aos laços fortes do capital social.

Fukuyama (2000) afirma que a família é elemento básico na sociedade e importante fonte de capital social. Além disso, as chances de cooperação e reciprocidade (capital social estrutural) dentro de grupos de parentes são acentuadas e esta característica pode ser reforçada por questões biológicas. O autor afirma que animais dispensam esforços e favores a parentes genéticos, destacando o aspecto de cooperação e reciprocidade entre os membros. Assim, este comportamento entre grupos de parentes pode facilitar cooperação em atividades sociais ou na gestão de negócios por membros da mesma família.

Já na dimensão relacional, as maiores médias apresentadas pelos indivíduos que fazem parte da família que fundou a empresa podem estar vinculadas ao significado do trabalho para

estes indivíduos e a representatividade da herança deste significado que é transferido entre as gerações. Além disso, o capital social relacional engloba elementos como identificação social, aceitação e confiança, sendo que os mesmos estão presentes no contexto familiar, justificando a maior média desta dimensão para este grupo de respondentes.

Por fim, observou-se que, de acordo com os resultados da pesquisa, não houve diferenças significativas quando comparadas as diversas características dos grupos pesquisados e as variáveis da dimensão cognitiva do capital social.

Na sequência, conforme descrito anteriormente, a Tabela 11 destaca as relações significativas entre os diferentes perfis dos respondentes e as dimensões instrumental, afetiva e normativa do comprometimento organizacional.

Tabela 11 – Relações significativas entre fatores do comprometimento organizacional e variáveis

Fator	Variável	Significância	Efeito
Comprometimento instrumental	Grau de instrução	0,003	Quando menor o grau de instrução maior o nível de comprometimento instrumental.
	Idade	0,001	Quanto maior a idade maior o nível de comprometimento instrumental.
	Tempo de vínculo de trabalho com a empresa	0,014	Indivíduos com maior tempo de empresa apresentam maiores médias nas variáveis relacionadas ao comprometimento instrumental.
	Área de atuação na empresa	0,034	Respondentes que atuam na área produtiva apresentam maiores médias relacionadas ao comprometimento instrumental.
Comprometimento afetivo	Município	0,012	Moradores do município de Monte Belo do Sul apresentam maiores médias de comprometimento afetivo.
	Moradia	0,004	Indivíduos que moram em local próprio apresentam maiores escores de comprometimento afetivo.
Comprometimento normativo	Município	0,003	Moradores do município de Monte Belo do Sul apresentam maiores médias de comprometimento normativo.
	Com quem você vive	0,040	Indivíduos que moram com amigos possuem maiores escores de comprometimento normativo.
	Membro da família fundadora da empresa	0,015	Indivíduos que são membros da família fundadora da empresa onde trabalham apresentam maiores médias relacionadas ao comprometimento normativo.

FONTE: Dados compilados a partir da pesquisa realizada.

Bastos (1993), ao realizar revisão bibliográfica sobre os antecedentes do comprometimento organizacional, destacou alguns resultados relevantes. Assim, de acordo com o estudo do autor, maiores níveis de comprometimento estão associados à maior idade, maior tempo na organização, maior nível ocupacional e maior remuneração, principalmente quando vinculados à dimensão afetiva. Além disso, o comprometimento é maior entre os homens e tende a decrescer quanto maior o nível educacional. Porém, de acordo com os

resultados obtidos nesta pesquisa, verificou-se que alguns resultados diferem dos evidenciados por Bastos (1993).

Neste estudo, como observação inicial, a análise de variância apresentou diferenças significativas nas variáveis relacionadas ao grau de instrução, idade, tempo de empresa e área de atuação na empresa, quando vinculadas ao comprometimento instrumental. Neste sentido, considerando-se que o comprometimento instrumental diz respeito aos custos que o indivíduo poderá ter em deixar a organização e a falta de oportunidades no mercado (empregabilidade)⁸, pode-se entender estes resultados.

Inicialmente, conclui-se que quanto menor a escolaridade, menores serão as oportunidades no mercado de trabalho. Outra variável que, em nossa sociedade, influencia as possibilidades de empregabilidade é a idade dos trabalhadores. Camarano (2001), ao realizar um estudo sobre o público idoso no mercado de trabalho brasileiro, afirmou que a educação e a idade se apresentam como fatores expressivos na empregabilidade do público pesquisado. Neste sentido, o aumento da idade pode ter um efeito negativo na empregabilidade, enquanto maiores níveis de educação apresentam um efeito positivo.

Também, cabe aqui destacar que, em geral, trabalhadores das áreas produtivas das empresas apresentam menor escolaridade se comparados aos funcionários de áreas administrativas. Assim, pode entender os resultados apresentado na Tabela 11, onde os trabalhadores das áreas produtivas apresentam maiores médias na dimensão instrumental do comprometimento, corroborando, inclusive, com os resultados apresentados no parágrafo anterior.

Já os trabalhadores com maior tempo de empresa podem ter apresentado maiores médias de comprometimento instrumental por questões de estabilidade no trabalho. Embora esteja emergindo a tendência de, mesmo com um grande de tempo de empresa, o trabalhador agregar novas atividades e competências ao seu dia-a-dia, sabe-se que a permanência por um longo período em uma organização pode surtir um efeito contrário. Assim, colaboradores que permanecem vinculados por longos períodos na mesma organização poderão limitar-se em termos de desenvolvimento de competências, fato que poderá influenciar sua empregabilidade, sendo que este elemento está vinculado ao comprometimento instrumental.

⁸ A empregabilidade pode ser definida como a capacidade dos trabalhadores se atualizarem para manter uma ocupação no mercado. Além disso, este conceito está relacionado com as qualificações requeridas para que o trabalhador, uma vez demitido, tenha capacidade de ocupar e desenvolver um novo trabalho (CARUSO e PERO, 1996).

Outro resultado que chama atenção é o fato de trabalhadores que são membros da família fundadora da empresa onde atuam apresentarem maiores médias de comprometimento normativo. Este resultado justifica-se, uma vez que este tipo de comprometimento diz respeito aos sentimentos de obrigação em permanecer na empresa, sendo que este sentimento se estende às pessoas que fazem parte da organização. Assim, as obrigações e a lealdade que se instalam no ambiente familiar acabam se refletindo no ambiente organizacional, justificando, assim, este resultado.

Por fim, pode-se observar que as Tabelas 10 e 11 apresentaram diferenças significantes quando os construtos capital social e comprometimento organizacional são vinculados à variável relacionada ao município onde residem os respondentes. Neste sentido, estes resultados serão discutidos na próxima seção deste estudo, que busca verificar aspectos distintos entre os grupos de respondentes que fazem parte de empresas associadas à APROVALE ou APROBELO.

4.6 VERIFICAÇÃO DAS DIFERENÇAS ENTRE OS NÍVEIS DE CAPITAL SOCIAL E COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL NAS VITIVINÍCOLAS ASSOCIADAS À APROVALE E À APROBELO

Os aspectos sociais e históricos de uma comunidade influenciarão as manifestações de laços entre os atores (capital social) e as formas de vínculo com as organizações (comprometimento organizacional).

Assim, com o intuito de atender ao último objetivo específico deste estudo, buscou-se verificar as diferenças nos níveis de capital social e comprometimento organizacional, de acordo com as respostas obtidas dos trabalhadores que atuam nas indústrias vitivinícolas associadas à APROVALE e APROBELO.

Neste sentido, aplicou-se novamente a técnicas de análise de variância, utilizando os mesmos métodos descritos no item 4.7 desta pesquisa.

Na sequência, verificou-se que, entre as respostas válidas, 12,4% eram advindas de trabalhadores vinculados à APROBELO e 87,6% de trabalhadores vinculados à APROVALE.

As Tabelas 12 e 13 apresentam as dimensões do capital social e comprometimento organizacional, destacando as diferenças significantes entre as associações pesquisadas e as respectivas médias obtidas em cada uma das dimensões.

Tabela 12 – Diferenças significantes entre fatores do capital social e redes pesquisadas

Fator	Significância	Média APROVALE	Média APROBELO
Dimensão estrutural	0,000 *	0,5364	0,8164
Dimensão relacional	0,000 *	0,7472	0,8598
Dimensão cognitiva	0,485	0,7830	0,8008

* Diferenças significantes (nível de significância < 0,05)

FONTE: Dados compilados a partir da pesquisa realizada.

Pode-se observar, de acordo com os resultados acima descritos, que as dimensões estrutural e relacional do capital social, quando avaliadas juntamente com a variável rede (pertencer à APROVALE ou APROBELO), apresentam diferenças significantes. Além disso, em ambos os casos, a APROBELO apresentou maiores médias.

Cabe salientar que a maioria dos trabalhadores que atuam nas vitivinícolas associadas à APROVALE reside na cidade de Bento Gonçalves, enquanto grande parte dos funcionários que atuam nas vitivinícolas associadas à APROBELO reside na cidade de Monte Belo do Sul.

Neste sentido, justifica-se o fato de moradores de Monte Belo do Sul também terem apresentado maiores médias nas dimensões estrutural e relacional do capital social, conforme apresentado anteriormente na Tabela 10. Outra possível explicação é o fato de características da comunidade se refletirem no âmbito organizacional, podendo gerar resultados parecidos.

Outra possível explicação para os resultados apresentados na Tabela 12 é o motivo de criação das associações pesquisadas, objetivos gerais, bem como suas respectivas histórias de evolução, sendo que estes fatores podem se refletir nos comportamentos do público interno, ou seja, os respondentes da pesquisa.

Primeiramente, considera-se importante destacar as principais vantagens e/ou objetivos para a criação ou vinculação a uma rede de cooperação (VERSCHOORE e BALESTRIN, 2008):

- a) geração de ganhos de escala e de poder de mercado, isto é, ganhos obtidos em decorrência da ampliação da força individual por meio do crescimento do número de empresas associadas à rede;
- b) acesso a soluções para as dificuldades das empresas, por meio de serviços, de produtos e da infra-estrutura desenvolvidos e disponibilizados pela rede para o desenvolvimento dos seus associados;
- c) possibilita condições para a aprendizagem e a inovação, mediante o compartilhamento de ideias e de experiências entre os associados e as ações de cunho inovador, desenvolvidas em conjunto pelos participantes;
- d) redução de custos e riscos, ao dividir entre os associados os custos e os riscos de determinadas ações e de investimentos que são comuns aos participantes;
- e) geração e a manutenção de relações sociais: aproxima os agentes, amplia a confiança e o capital social e leva as relações do grupo para além daquelas puramente econômicas.

Neste sentido, pode-se evidenciar, através das características das redes estudadas, os elementos descritos acima. A Figura 19 descreve algumas ações das redes abordadas nesta pesquisa e suas relações com os elementos descritos por Verschoore e Balestrin (2008).

Figura 19 – Fatores relevantes para o estabelecimento de redes de cooperação e ações desenvolvidas pela APROVALE e APROBELO

Fatores	Definição	APROVALE	APROBELO
Escala de poder de mercado	Geração de ganhos de escala e de poder de mercado (ampliação da força individual por meio do crescimento do número de empresas associadas à rede).	- Crescimento do número de associados (31 vitivinícolas e 39 organizações de diversos segmentos mercadológicos)	- Associação de pequenos produtores, sendo que alguns não possuíam empresa formalizada antes da criação da associação
Acesso a soluções	Acesso a soluções para as dificuldades das empresas, por meio de serviços, de produtos e da infra-estrutura desenvolvidos e disponibilizados pela rede.	- Obtenção da indicação geográfica - Construção de sede para a associação - Criação de varejo para comercialização dos produtos dos associados	- Implantação de estação de tratamentos de efluentes - Projeto de construção de uma sede para a associação
Aprendizagem e inovação	Condições para a aprendizagem e a inovação, mediante o compartilhamento de ideias e de experiências entre os associados.	- Realização de visitas técnicas e viagens, com o objetivo de alavancar aprendizagem na rede - Parceria com universidades e instituições de desenvolvimento e pesquisa	- Realização de visitas técnicas e viagens, com o objetivo de alavancar aprendizagem na rede - Parceria com universidades e instituições de desenvolvimento e pesquisa
Redução de custos e riscos	Redução de custos e riscos, ao dividir entre os associados os custos e os riscos de determinadas ações e de investimentos que são comuns aos participantes.	- Processo de obtenção da denominação de origem	- Processo de obtenção da indicação geográfica - Projeto de implantação da unidade coletiva de espumantes
Relações sociais	Consolidação das relações sociais entre os indivíduos, aproximando os agentes e ampliando a confiança e o capital social, levando as relações do grupo para além daquelas puramente econômicas.	- Realização de reuniões (porém, não há adesão total dos associados)	- Reuniões mensais, para discutir assuntos relativos à associação e realização, ao final, de jantar de confraternização.

FONTE: Elaborado pela autora com base em Verschoore e Balestrin (2008), APROVALE (2009) e APROBELO (2009).

Além das características descritas na Figura 19, é importante comparar alguns objetivos que diferenciam as associações aqui descritas.

A APROVALE foi criada com o objetivo de atender à meta de busca constante de evolução tecnológica na produção vitivinícola. Além disso, um dos principais objetivos iniciais da associação era a obtenção do selo de Indicação Geográfica para os vinhos produzidos na região, sendo que a obtenção do mesmo dependia, obrigatoriamente, da criação da associação (APROVALE, 2009). Cabe aqui destacar que, embora as vitivinícolas tenham realizado adaptações e melhorias no processo produtivo, já existia uma estrutura adequada para a obtenção desta certificação.

Embora, com o passar do tempo, os objetivos da entidade tenham se expandido, a natureza dos mesmos, em relação às metas iniciais, manteve-se muito parecida: desenvolver e incentivar à pesquisa vitivinícola, assim como a qualificação do produto vitivinícola e seus derivados, desenvolver ações que promovam a organização e preservação do espaço físico do Vale dos Vinhedos, estimular e promover o potencial turístico da região e preservar e proteger a Indicação Geográfica dos vinhos da região Vale dos Vinhedos (APROVALE, 2009).

Já a APROBELO, embora também apresente em seus projetos a obtenção do selo de Indicação Geográfica para os vinhos e espumantes produzidos na região, apresenta alguns elementos que a diferenciam, principalmente em termos estruturais, da APROVALE.

Por se tratarem de vitivinícolas de menor porte, as empresas associadas à APROBELO precisaram se unir inclusive em termos estruturais. A criação de uma estação de tratamento de efluentes utilizada por todas as vitivinícolas associadas à entidade é um exemplo desta necessidade. Além disso, a utilização conjunta de equipamentos, a adoção de embalagens e outros materiais em conjunto (inclusive com o objetivo de reduzir custos) e o projeto de construção de uma sede para a associação, incluindo uma estrutura completa para a fabricação de vinhos e espumantes em sistema de cooperativa, reforçam esta constatação.

Devido a estas características e necessidades, possivelmente, estão mais presentes no ambiente organizacional das vitivinícolas associadas à APROBELO, elementos como cooperação e reciprocidade (dimensão estrutural) e confiança e participação (dimensão relacional). Sendo assim, pode-se compreender os resultados apresentados na Tabela 12.

Na sequência são apresentadas as diferenças significantes entre os fatores do comprometimento organizacional e a variável rede.

Aqui, assim como na análise do capital social, verificou-se que as mesmas diferenças significantes encontradas na variável rede, se apresentaram na análise da variável município, conforme resultados apresentados na Tabela 11. Assim, moradores de Monte Belo do Sul

apresentam maiores médias de comprometimento afetivo e normativo, assim como trabalhadores das vitivinícolas associadas à APROBELO, conforme apresentado a seguir.

Tabela 13 – Diferenças significativas entre fatores do comprometimento organizacional e redes pesquisadas

Fator	Significância	Média APROVALE	Média APROBELO
Comprometimento instrumental	0,696	0,4199	0,3991
Comprometimento afetivo	0,001*	0,7727	0,9167
Comprometimento normativo	0,000*	0,6252	0,8472

* Diferenças significativas (nível de significância < 0,05)

FONTE: Dados compilados a partir da pesquisa realizada.

Embora não tenha apresentado diferença significativa entre as redes, é importante compreender a possível relação existente entre a média de comprometimento instrumental, por parte dos funcionários vinculados à APROVALE e a média vinculada ao capital social estrutural (apresentada na Tabela 12). Neste sentido, pode-se recorrer ao estudo de Medeiros e Enders (2002), que verificam como características pessoais podem influenciar no comprometimento organizacional.

De acordo com o estudo, os autores afirmam que indivíduos que apresentam maiores médias de comprometimento instrumental possuem o menor *status* sócio-econômico (renda e educação), vidas centradas na família (*bonding social capital* ou capital social de conexão), além de menores escores de relacionamento comunitário. Neste sentido, é possível vincular, no caso dos funcionários ligados às empresas associadas à APROVALE, a existência de menor escore de capital social estrutural (representado aqui pelo relacionamento comunitário) e de maior média de comprometimento instrumental.

Retomando a análise dos resultados que apresentaram diferenças significantes, para o comprometimento organizacional, entre as redes, verifica-se que os mesmos podem estar relacionados com as características do público respondente da pesquisa. Devido ao pequeno porte das vitivinícolas associadas à APROBELO, os proprietários das empresas executam atividades operacionais, sendo que os mesmos participaram desta pesquisa, assim como seus

funcionários. Porém, no caso do APROBELO, a proporção de funcionários da empresa que responderam esta pesquisa é inferior se comparada ao percentual de respondentes que são proprietários da empresa.

Neste sentido, os proprietários das empresas vinculadas à APROBELO são, na sua grande maioria, fundadores ou descendentes⁹ dos fundadores destas empresas. Esta característica pode influenciar as manifestações de comprometimento organizacional, quando se vincula esta questão ao perfil empreendedor¹⁰ destes respondentes.

Segundo literatura pesquisada, pode-se citar os principais atributos de um profissional empreendedor: iniciativa para criar um negócio e paixão pelo que faz, utilização de recursos de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde está inserido, além de aceitar e assumir riscos calculados e a possibilidade de fracassar (DORNELAS, 2005).

Além disso, o comportamento do empreendedor é influenciado pelo seu contexto e momento histórico, além de seus valores. Estes fatores podem refletir a capacidade de adaptação às mudanças em seu meio. E esta capacidade, por sua vez, pode ser traduzida por buscar oportunidades, correr riscos e, de forma global, inovar (SOUZA e GUIMARÃES, 2006).

Assim, considerando-se as características acima descritas, principalmente no que tange o alto grau de identificação do empreendedor (neste caso fundador ou descendente do fundador da empresa) com a organização e os elos afetivos com a mesma, pode-se compreender a relação existente entre as características empreendedoras e o comprometimento organizacional.

⁹ A transmissão de valores entre as gerações sucessoras em uma organização (principalmente em empresas familiares) é reforçada por Lima et al.. (2006). Os autores afirmam que o fundador de uma empresa familiar possui o desafio de transmitir aos sucessores o interesse pela manutenção da empresa no âmbito da família e que estes se integrarão na condução da empresa. Além disso, Padula (2000) descreve que os motivos que levaram um empreendedor a criar seu próprio negócio estão relacionados e influenciam a participação dos membros da família na gestão da empresa.

¹⁰ O empreendedorismo pode ser definido como “um processo para iniciar e desenvolver um negócio ou um conjunto de atividades que resultem na criação de um novo empreendimento de sucesso”, sendo que o mesmo ocorre em diferentes ambientes e situações empresariais. (FIALHO et al., 2006, p. 26). Hisrich e Peters (2004) abordam o empreendedorismo como um processo de criação de algo novo com valor, incluindo a dedicação de tempo e esforços necessários, além de assumir riscos financeiros, psíquicos e sociais e posteriormente, receber recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. Dornelas (2005, p. 39) define empreendedorismo como o “envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de idéias em oportunidades”.

Corroborando com esta ideia, Silva (2009) afirma que um sucessor familiar (ou, neste caso, pode-se considerar o fundador/empreendedor no negócio) pode apresentar um comprometimento organizacional afetivo quando sua permanência na empresa é baseada em questões afetivas ou emocionais com o negócio (comprometimento afetivo). Além disso, pode permanecer na empresa por não encontrar alternativa de trabalho no momento ou pela lucratividade que a mesma proporciona (comprometimento instrumental). E, por fim, permanece na empresa pelo valor moral que tem com a família e/ou com o fundador (comprometimento normativo).

Neste sentido, analisando os resultados do presente estudo, pode-se justificar as maiores médias de comprometimento afetivo e normativo para este público. Primeiramente, o comprometimento afetivo diz respeito à identificação e aceitação dos valores da organização por parte do indivíduo. Certamente, mesmo executando mais atividades operacionais que gerenciais, os proprietários das vitivinícolas associadas à APROBELO terão maior identificação com os valores destas organizações, além de elos afetivos mais consolidados. Também, como consequência, apresentaram maiores índices de comprometimento normativo (sentimentos de obrigação e lealdade com a empresa), uma vez que sendo proprietários, apresentarão um maior compromisso com os resultados e a continuidade do negócio.

5 CONTRIBUIÇÕES RELEVANTES DO ESTUDO, CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES PARA ESTUDOS FUTUROS

A última seção deste estudo aborda as considerações finais em relação aos resultados obtidos, bem como contribuições que convergem com a literatura pesquisada ou que divergem da mesma. Além disso, são apresentadas as principais limitações da presente pesquisa e sugestões para estudos futuros, abordando os temas capital social e comprometimento organizacional.

5.1 CONTRIBUIÇÕES CONVERGENTES E DISCREPANTES EM RELAÇÃO À LITERATURA

Durante a análise e discussão dos resultados advindos desta pesquisa, foram realizados diversos comparativos entre o presente estudo e a literatura que aborda os temas capital social e comprometimento organizacional. Neste sentido, considera-se relevante destacar as contribuições desta pesquisa, que apresentam convergência ou divergência em relação ao referencial teórico estudado.

As principais contribuições que convergem com a literatura são apresentados na Figura 20. Além das constatações a seguir apresentadas, os principais resultados deste estudo são descritos na seção intitulada considerações finais (5.2) do presente capítulo.

Figura 20 – Contribuições do estudo convergentes com a literatura pesquisada

Objetivos específicos	Contribuição / Resultado	Referência
Verificar quais variáveis influenciam a criação de capital social nas empresas pesquisadas.	Identificação dos elementos das dimensões estrutural, relacional e cognitiva do capital social, através do agrupamento das variáveis na análise fatorial.	Nahapiet e Ghoshal (1997 e 1998)
Medir quais dimensões do comprometimento organizacional se apresentam com maior representatividade no contexto da pesquisa.	Identificação dos mesmos fatores referidos na pesquisa original realizada por Rego et al. (2007), em Portugal, destacando as dimensões de comprometimento afetivo, normativo e instrumental.	Rego et al. (2007)
	Verificação de maiores escores nas variáveis relacionadas à dimensão afetiva do comprometimento. Esta dimensão está vinculada à identificação do trabalhador com os objetivos e valores da empresa, além de sentimentos como lealdade, pertencimento, orgulho e afiliação.	Meyer e Allen (1991) Rego et al. (2007)
	Comprometimento afetivo associando-se positivamente com a dimensão normativa e negativamente com a dimensão instrumental.	Rego e Souto (2004a)
Relacionar os construtos de capital social e comprometimento organizacional.	Dimensões estrutural, relacional e cognitiva do capital social favorecem o desenvolvimento do comprometimento organizacional, especialmente nas dimensões afetiva e normativa.	Buren (2008) Meyer e Allen (1997) Siqueira (2003) Tamayo (1998) Watson e Papamarcos (2002)
Comparar as principais características do capital social e comprometimento organizacional de acordo com o perfil do respondente.	Verificação que indivíduos que são membros da família fundadora da empresa onde os mesmos atuam apresentaram maiores médias na dimensão estrutural e relacional do capital social.	Fukuyama (2000)
	Maiores escores de comprometimento instrumental em respondentes com maior idade e tempo de atuação na empresa.	Bastos (1993)
Verificar se existem diferenças entre os níveis de capital social e comprometimento nas vitivinícolas associadas à APROVALE e à APROBELO.	Identificação de menor escore de capital social estrutural (representado pelo relacionamento comunitário) associado à maior média de comprometimento instrumental.	Medeiros e Enders (2002)
	Fundadores ou descendentes de fundadores das empresas vinculadas à APROBELO apresentam maiores médias em relação ao comprometimento afetivo e normativo.	Silva (2009)

FONTE: Informações compiladas pela autora.

Cabe aqui destacar, também, alguns resultados que se apresentaram discordantes em relação ao embasamento teórico deste estudo.

Inicialmente, verificou-se que as dimensões encontradas, através da análise fatorial, para o construto capital social, diferem das apresentadas pelo estudo original de Onyx e Bullen (2000). Porém, este estudo não tinha como objetivo validar o presente instrumento e seus resultados anteriores, mas sim aplicá-lo em um contexto diferente (ambiente interno de organizações em rede). Assim, considerava-se a possibilidade da obtenção de novos resultados.

Além disso, ao verificar-se as diferenças nas manifestações do capital social, de acordo com as características pesquisadas, percebeu-se que houve diferenças de acordo com a variação de gênero, idade, renda, tempo de empresa e outros. Porém, estes resultados diferem das afirmativas descritas por Onyx e Bullen (2000), que destacam que o capital social pode manifestar-se igualmente entre ricos e pobres, homens e mulheres, independente da idade ou nível educacional. Assim, as variações dentro deste construto não estariam correlacionadas às variáveis demográficas como idade, gênero, e níveis de trabalho, salário ou qualificação, sendo que esta afirmativa difere dos resultados encontrados na pesquisa realizada.

Além, destas constatações, será apresentado, na próxima seção, o detalhamento dos resultados do estudo.

5.2 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção de um ambiente sustentável e o desenvolvimento social dependem de elementos que vão além das variáveis econômicas. Com base nesta premissa, buscou-se destacar, no contexto das organizações em rede, os construtos capital social e comprometimento organizacional. Para tanto, este estudo avaliou como o capital social e o comprometimento se manifestam e se relacionam no ambiente interno de organizações em redes, através da mensuração dos mesmos em indústrias vitivinícolas localizadas no Vale dos Vinhedos.

Inicialmente, como resposta ao primeiro objetivo deste estudo, verificou-se quais variáveis influenciam a criação do capital social nas empresas pesquisadas. Como resultados, foram evidenciados elementos do capital social vinculados às dimensões estrutural

(configuração da rede, cooperação, laços entre os atores, padrões de conectividade e reciprocidade), relacional (aceitação e prestígio, confiança, identificação social, interações entre atores, normas e sanções, obrigações e expectativas, participação e sociabilidade) e cognitiva (acesso a pessoas e/ou informações, códigos, cultura, linguagem e narrativas compartilhada, sistemas de significados e valores) deste construto.

Além disso, no contexto pesquisado, verificou-se a existência de altos índices de capital social, principalmente no que tange as dimensões estrutural e cognitiva. Neste sentido, evidenciou-se que variáveis associadas ao ambiente de trabalho (agrupadas, principalmente, na dimensão relacional) possuem grande representatividade no ambiente da pesquisa, principalmente no que se refere ao significado do trabalho para os respondentes.

Na sequência, buscou-se atender ao segundo objetivo deste estudo, através da medição das dimensões do comprometimento organizacional. Como resultado, foram encontradas as dimensões instrumental, afetiva e normativa, também destacadas no estudo de Rego et al. (2007).

Além disso, a dimensão afetiva demonstrou maior representatividade, sendo que este resultado pode estar vinculado ao sentimento de orgulho e pertencimento, em relação à empresa, apresentado pelos respondentes. O sentimento de orgulho estaria relacionado ao crescente reconhecimento da atividade vitivinícola e da região onde as vitivinícolas pesquisadas estão localizadas. Já o sentimento de pertencimento pode ser explicado pelo fato das empresas pesquisadas apresentarem características de empresas familiares que, conseqüentemente, se refletem na forma de gestão da organização.

Já a dimensão instrumental, que diz respeito a fatores externos sobre os quais o indivíduo tem pouco poder de ação, apresentou baixos escores no contexto pesquisado. Uma possível explicação para este resultado é a falta de mão-de-obra na região onde as empresas estudadas se localizam, causando um crescimento na disponibilidade de empregos e, conseqüentemente, diminuindo a representatividade desta dimensão.

Como terceiro objetivo, relacionou-se os construtos de capital social e comprometimento organizacional. Neste processo, verificou-se que as dimensões instrumental, relacional e cognitiva do capital social possuem correlação positiva com as dimensões afetiva e normativa do capital social, através das seguintes características:

- a) dimensão estrutural do capital social e comprometimento organizacional: elementos como reciprocidade, cooperação e associabilidade influenciando as manifestações do comprometimento;
- b) dimensão relacional do capital social e comprometimento organizacional: elementos como confiança, participação e normas compartilhadas influenciando as manifestações do comprometimento;
- c) dimensão cognitiva do capital social e comprometimento organizacional: elementos como comunicação e valores praticados influenciando as manifestações de comprometimento.

Já na comparação das principais características do perfil dos respondentes com as manifestações de capital social e comprometimento organizacional, foram identificadas diferenças significantes em algumas situações.

Assim, inicialmente, a análise da dimensão estrutural do capital social, composta por elementos como configuração da rede, cooperação, laços entre os atores, padrões de conectividade e reciprocidade, demonstrou que a mesma aumenta, significativamente, em grupos de respondentes com maior idade, maior tempo de bairro, maior tempo de empresa e maior renda. Logo, concluiu-se que esta dimensão, neste estudo, agrupou, principalmente, variáveis relacionadas à participação na comunidade local. Neste sentido, pode-se entender que o aumento desta participação está vinculado a um maior amadurecimento (variável idade), maiores níveis de responsabilidade (maior tempo de empresa e renda) e ao aumento do tempo de vínculo com a comunidade por parte dos respondentes.

Além disso, indivíduos que são membros da família fundadora da empresa, onde os mesmos atuam, apresentaram maiores médias na dimensão estrutural e relacional do capital social. Este fato justificou-se pela presença de laços fortes entre os atores e pela presença de elementos como identificação social, aceitação e confiança, sendo que os mesmos estão presentes no contexto familiar.

Na sequência, ao realizar-se a análise de variância para as manifestações de comprometimento, observou-se diferenças significativas nas variáveis relacionadas ao grau de instrução, idade, tempo de empresa e área de atuação na empresa, quando vinculadas ao comprometimento instrumental. Este resultado foi explicado considerando-se questões relacionadas à empregabilidade dos respondentes, uma vez que os atores que apresentaram

maiores escores nesta dimensão possuem menor escolaridade, maior idade e maior tempo de empresa.

Além disso, trabalhadores que são membros da família fundadora da empresa onde atuam apresentaram maiores médias de comprometimento normativo. Relacionou-se este resultado aos sentimentos de obrigação e lealdade que se instalam no ambiente familiar, refletindo-se no ambiente organizacional.

Por fim, realizou-se a verificação da existência de diferenças entre os níveis de capital social e comprometimento nas vitivinícolas associadas à APROVALE e à APROBELO.

Neste sentido, de acordo com os resultados apresentados, verificou-se que as dimensões estrutural e relacional do capital social, quando avaliadas juntamente com a variável rede (pertencer à APROVALE ou APROBELO), apresentaram diferenças significativas. Além disso, em ambos os casos, a APROBELO apresentou maiores médias.

Assim, vinculou-se, como principal justificativa, o fato da APROBELO apresentar maior necessidade de cooperação, por questões de sustentação no mercado. Neste sentido, as empresas vinculadas a esta rede teriam maior necessidade de desenvolver relações baseadas em elementos como cooperação e reciprocidade (dimensão estrutural) e confiança e participação (dimensão relacional).

Já na análise das manifestações do comprometimento, verificou-se diferenças significantes nas dimensões afetiva e normativa, sendo que a APROBELO apresentou os maiores escores neste comparativo.

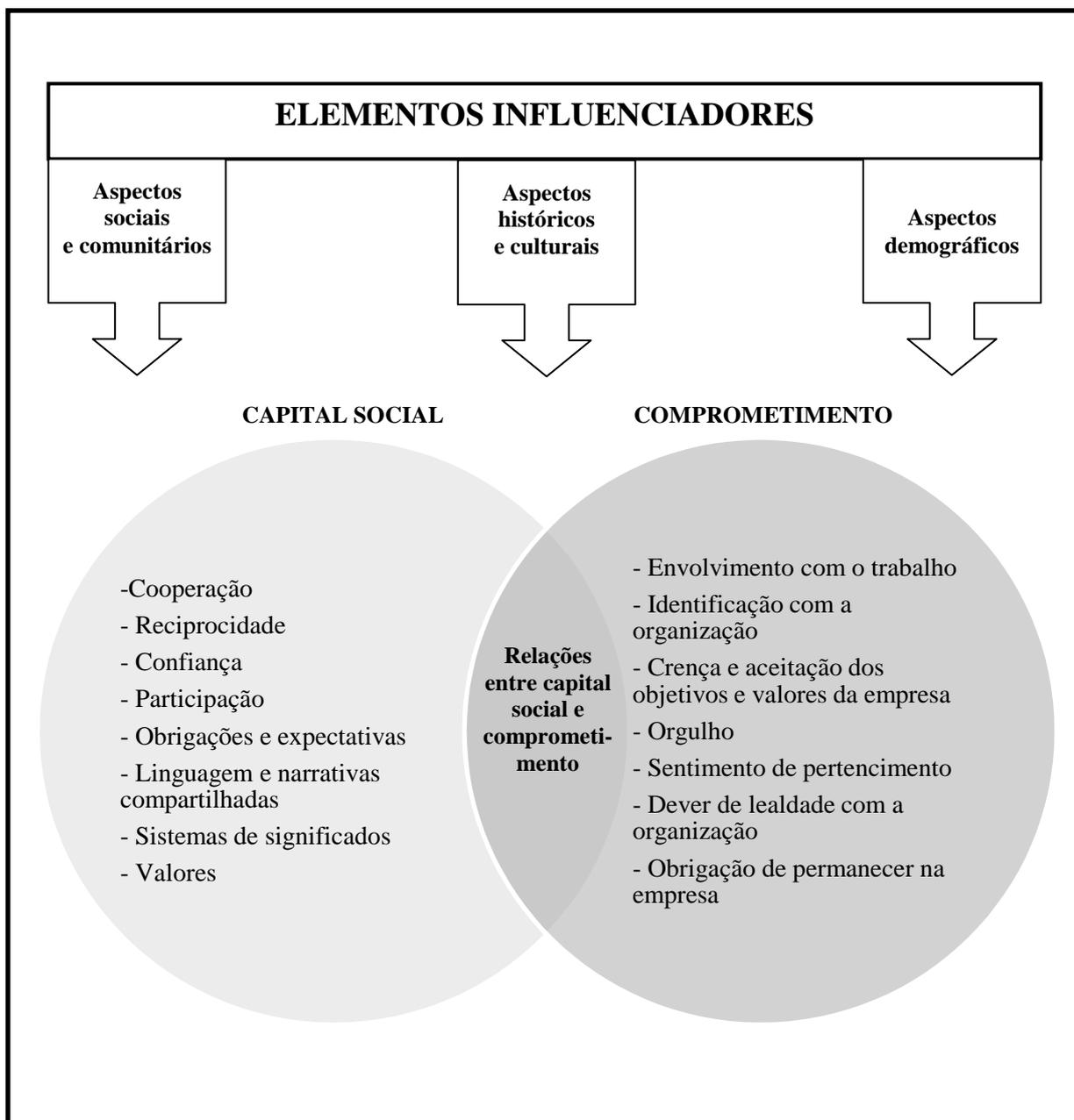
Este resultado foi relacionado, principalmente, ao tipo de vínculo organizacional apresentado pelos participantes da pesquisa. Assim, os respondentes pertencentes às vitivinícolas associadas à APROBELO eram, na sua maioria, proprietários das empresas (que executam atividades operacionais). Esta mesma realidade não se apresenta em relação aos respondentes vinculados à APROVALE.

Logo, os participantes da pesquisa associados à APROBELO, por serem proprietários das empresas, apresentaram maior identificação com os valores destas organizações, além de elos afetivos mais consolidados. Consequentemente, os mesmos apresentaram maiores índices de comprometimento normativo (sentimentos de obrigação e lealdade com a empresa) e um maior compromisso com os resultados e a continuidade do negócio.

Cabe destacar que, após a análise dos dados provenientes da pesquisa e da descrição geral dos principais resultados deste estudo, pode-se perceber a expressividade dos elementos vinculados ao capital social e comprometimento organizacional. Além disso, o presente estudo contribuiu para o entendimento das relações existentes entre os dois construtos. Porém, torna-se mais relevante que esta análise seja contextualizada de acordo com aspectos históricos, sociais, culturais e demográficos da região e/ou público pesquisados. Assim, justifica-se a relevância da pesquisa realizada nas indústrias vinculadas às associações APROVALE e APROBELO, uma vez que a mesma permite a verificação dos temas centrais deste estudo, além da relação com os elementos anteriormente citados.

Neste sentido, com o objetivo de ilustrar o contexto e os objetivos deste estudo, elaborou-se a Figura 21, sendo que a mesma retrata as principais variáveis do capital social e comprometimento organizacional, bem como os elementos que podem influenciar ou justificar esta dinâmica.

Figura 21 – Principais variáveis do capital social e comprometimento organizacional e elementos do contexto que podem influenciar as manifestações dos construtos



FONTE: Elaborado pela autora a partir do referencial teórico e dos resultados da pesquisa.

Embora se considere a relevância dos resultados desta pesquisa, entende-se que a mesma apresenta algumas limitações, conforme apresentado na seção seguinte.

5.3 LIMITAÇÕES DA PRESENTE PESQUISA

Como limitação da presente pesquisa, pode-se destacar seu enfoque quantitativo. Embora se considere que este estudo possibilitou um maior entendimento das manifestações do capital social e comprometimento organizacional e suas respectivas relações, ressalta-se que o mesmo poderá, no futuro, ser complementado com a avaliação de aspectos qualitativos do contexto pesquisado. Fukuyama (2000) reforça esta afirmativa ao descrever que o capital social tem uma dimensão qualitativa, que deverá levar em consideração a natureza da ação coletiva de que um grupo é capaz. Assim, buscou-se vincular os resultados encontrados nesta pesquisa com características demográficas, históricas e culturais do público pesquisado. Porém, entende-se que, futuramente, este processo poderá ser aprofundado.

Outra limitação que pode ser destacada no presente estudo é a utilização, no contexto organizacional, do questionário desenvolvido por Onyx e Bullen (2000) para medição do capital social em comunidades. A utilização deste instrumento ocorreu em virtude da semelhança de algumas características do contexto pesquisado por Onyx e Bullen (2000) com a realidade das empresas pesquisadas. A proximidade geográfica entre as indústrias e a sua inserção e relevância nas comunidades locais reforçam esta afirmativa.

Porém, na análise dos dados provenientes deste estudo, verificou-se que algumas variáveis apresentaram baixa correlação ou correlação negativa com os fatores de capital social. Assim, percebeu-se que estes resultados podem ser vinculados a maior aplicabilidade destas variáveis ao contexto comunitário em comparação ao contexto organizacional. Porém, esta constatação não invalida os resultados da pesquisa, uma vez que os mesmos apresentaram relação com as dimensões estrutural, relacional e cognitiva do capital social, destacadas por Nahapiet e Ghoshal (1997 e 1998).

Assim, perante as limitações descritas nesta seção, conclui-se que deve ser incentivada a realização de outras pesquisas sobre os temas centrais deste estudo. Neste sentido, são expostas, a seguir, algumas possibilidades de investigações futuras.

5.4 SUGESTÕES PARA ESTUDOS FUTUROS

Devido à pluralidade de abordagens vinculadas ao capital social e ao comprometimento organizacional, considera-se relevante elencar algumas sugestões para estudos futuros. Estas sugestões poderão complementar ou, até mesmo, auxiliar no avanço do entendimento da dinâmica que envolve os temas centrais deste estudo. Assim, sugere-se:

- a) realizar estudo que explore os antecedentes do capital social, inclusive com abordagens histórico-culturais, uma vez que a literatura pesquisada enfoca, de maneira geral, os resultados que e mesmo produz. Araujo (2003) reforça esta necessidade, afirmando que as metodologias para avaliação do capital social estão embasadas na medição dos resultados do mesmo, mas não na medição do capital social em si;
- b) analisar as manifestações do capital social e comprometimento organizacional no contexto das empresas familiares. Inclusive, considera-se pertinente verificar como ocorre este processo em organizações que estão passando ou passaram por processos sucessórios;
- c) realizar estudo em empresas de grande porte, situadas na cidade de Bento Gonçalves, onde seja possível aplicar o instrumento para medição do capital social e comprometimento organizacional desenvolvido por Watson e Papamarcos (2002) e já validado em outros contextos. Sugere-se, por exemplo, focar a indústria moveleira, uma vez que a mesma encontra-se em um contexto histórico e comunitário próximo ao das indústrias vitivinícolas pesquisadas. Neste sentido, seria possível realizar um comparativo entre os estudos;
- d) realizar estudo que possibilite vincular, de forma mais clara e objetiva, as manifestações do comprometimento organizacional e seus reflexos na manutenção ou melhoria dos resultados organizacionais;
- e) elaborar estudo que objetive elencar quais são os antecedentes do comprometimento organizacional, principalmente em relação às características demográficas do público pesquisado e às práticas de gestão das organizações;

- f) aplicar pesquisa para mensuração do capital social e comprometimento organizacional em empresas que não estejam organizadas em rede, para posterior comparativo com os resultados do presente estudo;
- g) dar seguimento a este estudo, vinculando aspectos qualitativos do contexto pesquisado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AAKER, David A. **Pesquisa de marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

ACADEMIA DO VINHO. **Enogastronomia**. Disponível em <http://www.academiadovinho.com.br/harmonizacao.php>. Acesso em 21 abr. 2010.

ADLER, Paul S.; KWON, Seok-Woo. Social capital: prospects for a new concept. **Academy of Management Review**, v. 27, n. 1, p. 17-40, 2002.

AKDERE, Mesut; ROBERTS, Paul B. Economics of social capital: implications for organizational *performance*. **Advances in Developing Human Resources**, v. 10, n. 6, p. 802-816, 2008.

ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria Lúcia. **Capital social e empreendedorismo local: proposição de políticas para a promoção de sistemas produtivos locais de micro, pequenas e médias empresas**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2002.

ANAND, Vikas; GLICK, William; MANZ, Charles C. Capital social: explorando a rede de relações da empresa. **RAC eletrônica**, p. 57-73, outubro-dezembro, 2002.

APROBELO. **Material e informações fornecidos pela associação**. Disponível em www.sitedovinhobrasileiro.com.br. Acesso em 15 jan. 2009.

APROVALE. **Material e informações fornecidos pela associação**. Disponível em www.valedosvinhedos.com.br. Acesso em 15 jan. 2009.

ARAUJO, Maria Celina Soares D'. **Capital Social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

ARREGLE, Jean-Luc; HITT, Michael A.; SIRMON, David G.; Very, PHILIPPE. The development of organizational social capital: attributes of family firms. **Journal of Management Studies**, v. 44, n. 1, p. 73-94, janeiro, 2007.

AZEVEDO, Ana Carolina. Faltam homens. **Jornal Serra Nossa**, Bento Gonçalves, 12 set. 2008.

BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge. **Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

BANCO MUNDIAL. **What is social capital?** Disponível em <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTSOCIALDEVELOPMENT/EXTSOCIALCAPITAL>. Acesso em 15 dez. 2008.

BANDEIRA, Mariana Lima; MARQUES, Antônio Luiz; VEIGA, Ricardo Teixeira. As dimensões múltiplas do comprometimento organizacional: um estudo na ECT/MG. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 4, n. 2, p. 133-157, maio-agosto, 2000.

BARQUERO, Marcello. Construindo uma outra sociedade: o capital social na estruturação de uma cultura política participativa no Brasil. **Revista Sociologia Política**, n. 21, p. 83-108, novembro, 2003.

BARRET, Richard. **Libertando a alma da empresa**: como transformar a organização numa entidade viva. São Paulo: Cultrix – Amana-Key, 2000.

BASTOS, Antônio Virgílio Bittencourt. Comprometimento organizacional: um balanço dos resultados e desafios que cercam essa tradição de pesquisa. **Revista de Administração de Empresas**, v. (33) 3, p. 52-64, maio-junho, 1993.

_____. Comprometimento no trabalho: os caminhos da pesquisa e os seus desafios teórico-metodológicos. In: TAMAYO, Alvaro; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo; CODO, Wanderley: **Trabalho, organizações e cultura**. Rio de Janeiro: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Psicologia, 1996, p. 94-109.

_____.; BRANDÃO, Margarida G. A.; PINTO, Ana Paula M. Comprometimento organizacional: uma análise do conceito expresso por servidores universitários no cotidiano de trabalho. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 1, n. 2, p. 97-120, maio-agosto, 1997.

_____.; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo. Comprometimento com o trabalho: padrões em diferentes contextos organizacionais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 42, n. 2, p. 31-41, abril-junho, 2002.

BERNHOEFT, Renato. **Empresa familiar**: sucessão profissionalizada ou sobrevivência comprometida. São Paulo: Nobel. 1989.

BORGES, Livia de Oliveira. Os pressupostos dos estudos do significado do trabalho na psicologia social: no caminho do existencialismo. **Revista Vivência**, n. 12, p. 87-105, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BRITO, Ana Paula Moreno Pinho; BASTOS, Antônio Virgílio Bittencourt. O *Shema* de “trabalhador comprometido” e gestão do comprometimento: um estudo entre gestores de uma organização petroquímica. **Organização & Sociedade**, Salvador, v. 8, n. 22, setembro-dezembro, 2001.

BUREN, Harry J. Van. Building relational wealth in the new economy: how can firms leverage the value of organizational social capital. **International Journal of Management**. v. 25, n. 3, setembro, 2008.

BURT, Ronaldo S. The network structure of social capital. In: SUTTON, Robert I.; STAW, Barry M. **Research in organizational behavior**. v. 22, Greenwich: JAI Press, 2000, p. 1-93.

CAMARANO, Ana Amélia. **O idoso brasileiro no mercado de trabalho**. Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2001.

CAPRARA, Bernardete Schiavo; LUCHESE, Terciane Ângela. **Bento Gonçalves: história e memória - Distrito do Vale dos Vinhedos**. Bento Gonçalves: Prefeitura de Bento Gonçalves, 2001.

CARUSO, Luiz Antônio Cruz; PERO, Valéria. Empregabilidade e reconversão profissional: trabalhadores desligados da indústria. In: **Encontro Nacional da ANPOCS** (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais), XX, Caxambu, 1996.

CIC BG. **Bento Gonçalves: panorama socioeconômico 2009**. Bento Gonçalves: Centro da Indústria, Comércio e Serviços de Bento Gonçalves, 2009.

COHEN, Don; PRUSACK, Laurence. **In good company: how social capital makes organization work**. Boston: Harvard Business School Press, 2001.

COLEMAN, James S. Social capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology**, n. 94, p. 95-120, 1988.

_____. **Foundations of Social Theory**. Cambridge: Harvard University Press, 1990.

DALCIN, Maria Stefani. **Vale dos Vinhedos: história, vinho e vida**. Bento Gonçalves: MSD Empreendimento culturais; Gráfica Pallotti, 2008.

DE PARIS, Assunta. **Memórias: Bento Gonçalves – 109 anos**. Bento Gonçalves: Prefeitura de Bento Gonçalves, 1999.

DESSLER, Gary. **Conquistando comprometimento**. São Paulo: Makron Books, 1996.

DIAS, Devanir Vieira; DEL MAESTRO FILHO, Antonio. Valores organizacionais e comprometimento: um estudo em empresas do setor siderúrgico mineiro. In: **EnANPAD**, XXXII, 2008, Rio de Janeiro.

DONNELLEY, Robert G. **A empresa familiar**. Coleção Harvard de Administração. São Paulo: Nova Cultural, 1987.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DURSTON, John. **Evaluando capital social en comunidades campesinas en Chile**. Presentación realizada a La Fundación Ford. Santiago, dezembro, 2001. Disponível em http://www.asesoriasparaeldesarrollo.cl/files/evaluando_capital_social.pdf. Acesso em 22 dez. 2008.

FIORITO, Jack; BOZEMAN, Dennis P.; YOUNG, Angela; MEURS, James A. Organizational commitment, human resource practices, and organizational characteristics. **Journal of Managerial Issues**. v. XIX, n. 2, p. 186-207, 2007.

FENSTERSEIFER, Jaime. E. The Emerging Brazilian Wine Industry. **International Journal of Wine Business Research**, Emerald Group, v. 19, n. 3, 2007.

FIALHO, Francisco Antonio Pereira. **Empreendedorismo na era do conhecimento**. Florianópolis: Visual Books, 2006.

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

_____. **A grande ruptura: a natureza humana e a reconstituição da ordem social**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

GAAG, Martin Van Der, SNIJDERS, Tom A. B. **A comparison of measures for individual social capital**. Groningen: University of Groningen, 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de serviço social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GONÇALVES, Marcos Fabrício Welge. **Propriedade intelectual e a proteção dos nomes geográficos**. Curitiba: Juruá, 2007.

GRANOVETTER, Mark. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.

GROOTAERT, Christiaan; NARAYAN, Deepa; JONES, Veronica Nyhan; WOOLCOCK, Michael. **Mensuring social capital: an integrated questionnaire**. World Bank Working Paper, n. 18, 2004.

HAIR, Joseph R. Jr.; ANDERSON, Rolph E.; TATHAM, Ronald L.; BLACK, William C. **Análise multivariada de dados**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

HARPHAM, Trudy; GRANT, Emma; THOMAS, Elizabeth. Measuring social capital within health surveys: key issues. **Oxford University Press**. v. 17, p. 106-111, 2002.

HELAL, Diogo Henrique; NEVES, Jorge Alexandre; FERNANDES, Danielle Cireno. Empregabilidade gerencial no Brasil. **RAC Eletrônica**, v. 1, n. 2, p. 1-19, maio-agosto, 2007.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KUABARA, Paula Suemi Souza; SACHUK, Maria Iolanda. Compreendendo os enfoques do comprometimento organizacional. In: **Encontro Internacional de Produção Científica Cesumar**, VI EPCC, Maringá, 2009.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2008.

LEANA, Carrier R., BUREN, Harry J. Van. Organizational social capital and employment practices. **Academy of Management Review**, v. 24, n. 3, p. 538-555, 1999.

LEITE, Carlos Fernando Faria. O comprometimento organizacional na gestão pública: um estudo de caso em uma universidade estadual. In: **EnANPAD**, XXXI, 2007, Rio de Janeiro.

LEONE, Nilda Maria de Clodoaldo Pinto Guerra. **Sucessão na empresa familiar: preparando as mudanças para garantir sobrevivência no mercado globalizado**. São Paulo: Atlas, 2005.

LIMA, Juvêncio Braga de.; ANDRADE, Daniela Meireles.; GRZYBOVSKI, Denize. Práticas de sucessão em empresas familiares empreendedoras. In: **Empreendedorismo além do plano de negócio**. Eda Castro Lucas de Souza e Tomás de Aquino Guimarães (organizadores). São Paulo: Atlas, 2006.

LIMA, Francisca Dantas; GIESBRECHT, Hulda Oliveira; LIMA, Solange Ulgade de. **Indicação Geográfica: agregação de valor aos produtos amazônicos**. Ano 5, n. 11, Amazonas: T&C Amazônia, 2007.

LIN, Nan. Building a network theory of social capital. In: LIN, Nan; COOK, Caren; BURT, Ronald S. **Social capital: theory and research**, New York: Aldine de Gruyter, 2001, p. 3-30.

MAÇADA, Debora Laurino; TIJIBOY, Ana Vilma. Aprendizagem cooperativa em ambientes telemáticos. In: **IV Congresso RIBIE**, 1998, Brasília.

MACÊDO, Ivanildo Izaias de; RODRIGUES, Denize Ferreira; JOHANN, Maria Elizabeth Pupe; CUNHA, Neisa Maria Martins da. **Aspectos comportamentais da gestão de pessoas**. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

MACKE, Janaina. **Capital social como dimensão do desenvolvimento local: uma proposta de construção de indicadores e avaliação de experiências**, 2007. Projeto de pesquisa – Programa de pós-graduação em Turismo, UCS, Caxias do Sul.

_____.; SARATE, João Alberto Rubim; VALLEJOS, Rolando Vargas. Collective Competence and Social Capital Analysis in Collaborative Networks. **Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics**, v. 8, p. 18-23, 2010.

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

MARTI, José Maria Viedma. Social capital benchmarking system: profiting from social capital when building network organizations. **Journal of Intellectual Capital**, v. 5, n. 3, p. 426-442, 2004.

MARTINS, Ana Maria Santana. Programas de qualidade de vida, satisfação no trabalho e comprometimento organizacional. In: **EnANPAD**, XXVII, 2003, Atibaia.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. 2. ed. Vol. 2. São Paulo: Atlas, 1998.

_____. **Pesquisa de marketing: edição compacta**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

McDANIEL, Carl; GATES, Roger. **Fundamentos da pesquisa de marketing**. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

MEDEIROS, Carlos Alberto Freire; ENDERS, Wayne Thomas. Comprometimento organizacional e características pessoais: como são os comprometidos e os descomprometidos com as organizações. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 8, n. 5, setembro-outubro, 2002.

_____.; ALBUQUERQUE, Lindolfo Galvão de; MARQUES, Glenda Michelle; SIQUEIRA, Michella. Comprometimento organizacional: o estado da arte da pesquisa no Brasil. **RAC eletrônica**, v. 7, n. 4, p. 187-209, outubro-dezembro, 2003.

MENDONZA, Roberto; MADEIRO, Viviane; COSTA, Joseli Bastos da. Comprometimento organizacional, fatores estressantes do trabalho e identidade social: um estudo exploratório. **Revista de Ciências Humanas e Artes**, v. 13, n. 1, p. 92-100, janeiro-julho, 2007.

MEYER, John P.; ALLEN, Natalie J. A three-component conceptualization of organizational commitment. **Human Resources Management Review**. v. 1, n. 1, p. 61-89, 1991.

_____. **Commitment in the work place: theory, research and application**. Londres: Sage Publications, 1997.

MILANI, Carlos. **Teorias do Capital Social e Desenvolvimento Local: lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil)**. IV Conferência Regional ISTR-LAC. San José, 2003.

MISHRA, Aneil K. Organizational responses to crisis: the centrality of trust. In: KRAMER, Roderick M.; TYLER, Thomas: **Trust In Organizations**. Newbury Park, CA: Sage, 1996, p. 261-287.

MONASTERIO, Leandro Monteiro. Medindo capital social: uma análise das regiões do Rio Grande do Sul. In: CORREA, Silvio Marcus de Souza. **Capital social e desenvolvimento regional**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003, p. 61-84.

MOWDAY, Richard T.; PORTER, Lyman W.; STEERS, Richard M. **Employee-organizational linkages: the psychology of commitment, absenteeism, and turnover**. New York: Academic Press, 1986.

NAHAPIET, Janine; GHOSHAL, Sumantra. Social capital, intellectual capital and the creation of value in firms. **Academy of Management Proceedings**, n. 22, p. 35-39, 1997.

_____. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. **Academy of Management Review**, v. 23, n. 2, p. 242-266, 1998.

NAVES, Évora Mandim Ribeiro; DELA COLETA, Marília Ferreira. Cultura e comprometimento organizacional em empresas hoteleiras. **RAC eletrônica**, edição especial, p. 205-222, 2003.

NEUMANN, Lycia Tramujas Vasconcellos; NEUMANN, Rogerio Arns. **Desenvolvimento comunitário baseado em talentos e recursos locais – ABCD**. São Paulo: Instituto para o Desenvolvimento de Investimento Social, 2004.

NOOTEBOOM, Bart. Social Capital, Institutions and Trust. **Review of Social Economy**, v. LXV, n. 1, p. 29-53, março, 2007.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Empresa familiar**: como fortalecer o empreendimento e otimizar o processo sucessório. São Paulo: Atlas, 1999.

ONYX, Jenny; BULLEN, Paul. Measuring Social Capital in Five Communities. **Journal of Applied Behavioral Science**, v. 36, n. 1, p. 23-42, março, 2000.

PADULA, Antonio Domingos. A empresa familiar: fases de crescimento e de desenvolvimento gerencial. In: **Empresa familiar**: tendências e racionalidades em conflito. Denize Grzybovski e João Carlos Tedesco (organizadores). Passo Fundo: UPF, 2000.

PESTANA, Maria Helena; GAGEIRO, João Nunes. **Análise de dados para ciências sociais**: a complementariedade do SPSS. 4. ed. Lisboa: Sílabo, 2005.

PORTER, Michael E. **Vantagem competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

PORTES, Alejandro. Social capital: its origins and applications in modern sociology. **Annual Review of Sociology**, n. 24, p. 1-24, 1998.

PUTNAM, Robert D. **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália moderna. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

REGO, Arménio; SOUTO, Solange. Comprometimento organizacional em organizações autênticas: um estudo luso-brasileiro. **Revista de Administração de Empresas**, v. 44 n. 3, art. 12, julho-setembro, 2004a.

_____.; SOUTO, Solange. A percepção de justiça como antecedente do comprometimento organizacional: um estudo luso-brasileiro. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 8 n. 1, janeiro-março, 2004b.

_____.; CUNHA, Miguel Pinha; SOUTO, Solange. Espiritualidade nas organizações e comprometimento organizacional. **RAE eletrônica**, v. 6, n. 2, art. 12, julho-dezembro, 2007.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guias para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SABATINI, Fábio. Social capital as social networks: a new framework for measurement and an empirical analysis of its determinants and consequences. **The Journal of Socio-Economics**. Faculty of Political Science and Department of Economics, Siena, 2008.

SANABIO, Marcos Tanure. Redes organizacionais: paradigmas e capital social. **XXVI ENEGEP**, outubro, 2006.

SAPELLI, Denise Maria. **Indicadores de capital social numa organização de terceiro setor**, 2006. Dissertação (Mestrado em Administração) – Curso de Mestrado Acadêmico em Administração da Universidade do Vale do Itajaí, UNIVALI, Biguaçu.

SARATE, João Alberto Rubim; MACKE, Janaina. Fatores explicativos do capital social em uma cidade da Serra Gaúcha: a percepção dos estudantes de administração. In: **EnANPAD**, XXXI, 2007, Rio de Janeiro.

SCHMIDT, João Pedro. Os jovens e a construção do capital social no Brasil. In: KEIL, Ivete Manetzeder; BAQUERO, Marcello. **Democracia, juventude e capital social no Brasil**. Porto Alegre: UFRGS, 2004, p. 147-179.

SEBRAE. **No Brasil, 90% das empresas são familiares**. Folha de Londrina (2005). Disponível em <http://www.sebrae-sc.com.br/newart/default.asp?materia=10410>. Acesso em 22 ago. 2008.

SEQUEIRA, Jennifer M.; RASHEED, Abdul A. Start-up and growth of immigrant small businesses: the impact of social and human capital. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, v. 11, n. 3, p. 357-375, 2006.

SERAGELDIN, Ismail; GROOTAERT, Christiaan. Defining social capital: an integrating view. In: DASGUPTA, Partha; SERAGELDIN, Ismail. **Social Capital: A Multifaceted Approach**, Washington: The World Bank, 1999, p. 203-217.

SILVA, Marcos Fernandes Gonçalves da. Cooperation, social capital and economic performance. **Brazilian Journal of Political Economy**, v. 26, n. 3, p. 345-363, julho-setembro, 2006.

SILVA, Vanessa Aparecida da. **Comprometimento organizacional de gestores herdeiros de empresas familiares**, 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Psicologia) – Curso de Graduação em Psicologia da Universidade do Sul de Santa Catarina, UNISUL, Palhoça.

SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias. Proposição e análise de um modelo para comportamentos de cidadania organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 7, Curitiba, 2003.

SOLDI, Roberto de Mattos; ZANELLI, José Carlos. Comprometimento organizacional de trabalhadores terceirizados e efetivos: um estudo comparativo em uma empresa de telefonia. In: **EnANPAD**, XXX, 2006, Salvador.

SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. **Empreendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo: Atlas, 2006.

TAMAYO, Álvaro. Valores organizacionais: sua relação com satisfação no trabalho, cidadania organizacional e comprometimento afetivo. **Revista de Administração**, v. 33, n. 3, p. 56-63, julho-setembro, 1998.

TOLFO, Suzana da Rosa; PICCININI, Valmíria. Sentidos e significados do trabalho: explorando conceitos, variáveis e estudos empíricos brasileiros. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, Porto Alegre, 2007.

VALLEJOS, Rolando Vargas; MACKE, Janaina; OLEA, Pelayo Munhoz; TOSS, Eduardo. Collaborative Networks and Social Capital: a theoretical and practical convergence. **IFIP(Boston)**, v. 283, p. 43-52, 2008.

VERSCOORE, Jorge Renato; BALESTRIN, Alsones. Fatores relevantes para o estabelecimento de redes de cooperação entre empresas do Rio Grande do Sul. **Revista de Administração Contemporânea**. v. 12, n. 4, Curitiba, outubro-novembro, 2008.

WATSON, George W.; PAPAMARCOS, Steven. Social capital and organizational commitment. **Journal of Business and Psychology**, v. 16, n. 4, p. 537-552, 2002.

WEISZ, Natalia; VASSOLO, Roberto S. O capital social das equipes empreendedoras nascentes. **RAC eletrônica**, v. 44, n. 2, p. 26-37, abril-junho, 2004.

WOOLCOCK, Michael. The place of social capital in understanding social and economic outcomes. In: International Symposium on the Contribution of Human and Social Capital to Sustained Economic Growth and Well-Being, 2000, Quebec.

YILMAZ, Ercan. Organizational commitment and loneliness and life satisfaction levels of school principals. **Social Behavior and Personality**, v. 36, n. 8, p. 1085-1096, 2008.

ANEXO A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

INSTRUMENTO PARA AVALIAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL E COMPROMETIMENTO NO AMBIENTE INTERNO DE ORGANIZAÇÕES EM REDES

Estamos realizando uma pesquisa integrante de um projeto do Mestrado em Administração da Universidade de Caxias do Sul (UCS). O objetivo deste questionário é avaliar o capital social e o comprometimento dentro da sua empresa. Para isso, sua opinião e participação são fundamentais. Por favor, pense na sua comunidade e empresa e responda as questões a seguir. Não existem respostas certas ou erradas. As respostas individuais serão mantidas em sigilo. Utilize as escalas indicadas e assinale com um "X" a sua resposta para cada questão.

Pesquisadora: Denise Genari

Não, nunca	Raramente	Frequentemente	Sim, sempre
1	2	3	4

BLOCO A – CAPITAL SOCIAL

1.	Você se sente valorizado pela sociedade?	1	2	3	4
2.	Se você morresse amanhã, você estaria satisfeito com o significado que sua vida teve?	1	2	3	4
3.	Você já recolheu o lixo de outras pessoas em lugares públicos?	1	2	3	4
4.	Algumas pessoas dizem que, ao ajudar os outros, você ajuda a si próprio. Você concorda?	1	2	3	4
5.	Você ajuda algum grupo local como voluntário?	1	2	3	4
6.	Você se sente seguro caminhando pela sua rua à noite?	1	2	3	4
7.	Você concorda que se pode confiar na maioria das pessoas?	1	2	3	4
8.	Se o carro de alguém quebra perto da sua casa, você convida essa pessoa para entrar em sua casa para usar o telefone?	1	2	3	4
9.	Se você precisar, seus amigos lhe ajudariam?	1	2	3	4
10.	O seu bairro tem reputação de ser uma área segura?	1	2	3	4
11.	Se você estivesse cuidando de uma criança e precisasse sair por um tempo, você pediria ajuda a um vizinho?	1	2	3	4
12.	Você visitou algum vizinho na semana passada?	1	2	3	4
13.	Você freqüentou algum evento da comunidade local nos últimos seis meses (ex. festa de igreja, eventos de escola, exposição de arte)?	1	2	3	4
14.	Você é um membro ativo de alguma organização local ou clube (ex. esporte, arte ou clube social)?	1	2	3	4
15.	Você se sente em casa em sua comunidade local?	1	2	3	4
16.	Na última semana, quantas conversas telefônicas você teve com seus amigos? Nenhuma conversa: marque 1 De 3 a 4 conversas: marque 3 Até 2 conversas: marque 2 Mais de 5 conversas: marque 4	1	2	3	4
17.	Com quantas pessoas você conversou ontem? Nenhuma conversa: marque 1 De 5 a 9 conversas: marque 3 Até 4 conversas: marque 2 Mais de 10 conversas: marque 4	1	2	3	4
18.	No final de semana, você almoça ou janta com pessoas que não sejam da sua casa?	1	2	3	4
19.	Você sai da sua comunidade local para visitar sua família?	1	2	3	4
20.	Quando você vai às compras nas redondezas, é comum você encontrar amigos ou conhecidos?	1	2	3	4
21.	Se você precisar de informação para tomar uma decisão, você sabe onde encontrá-la?	1	2	3	4

22.	Nos últimos seis meses você fez algum favor para um vizinho doente?	1	2	3	4
23.	Você faz parte da administração ou organização de algum grupo local ou organização?	1	2	3	4
24.	Nos últimos três anos, você participou de alguma ação comunitária local para lidar com uma emergência?	1	2	3	4
25.	Nos últimos três anos, você participou em algum projeto ou mutirão comunitário?	1	2	3	4
26.	Você já participou da organização de algum serviço em sua comunidade (ex. clube de jovens, escoteiros, creche, recreação para deficientes)?	1	2	3	4
27.	Se você discorda de todo mundo, se sentiria à vontade para expor seu ponto de vista?	1	2	3	4
28.	Se você tem uma briga com seus vizinhos (ex. sobre cercas ou cachorros), você estaria disposto a procurar uma solução boa para ambos?	1	2	3	4
29.	Você acha que a mistura de culturas torna a vida melhor em seu bairro?	1	2	3	4
30.	Você gosta de viver entre pessoas com diferentes estilos de vida?	1	2	3	4
31.	Se um estranho, alguém diferente, muda-se para sua rua, ele será aceito pela vizinhança?	1	2	3	4
32.	Você se sente parte da comunidade local onde você trabalha?	1	2	3	4
33.	Os seus colegas de trabalho são também seus amigos?	1	2	3	4
34.	Você se sente parte de uma equipe no trabalho?	1	2	3	4
35.	No seu trabalho, você toma iniciativa para fazer o que é preciso mesmo que ninguém lhe peça?	1	2	3	4
36.	Na última semana no trabalho, você ajudou algum colega mesmo não sendo sua tarefa?	1	2	3	4

BLOCO B – COMPROMETIMENTO

A afirmação não se aplica rigorosamente a mim 1	2	3	4	5	6	A afirmação aplica-se completamente 7
--	----------	----------	----------	----------	----------	---

37.	Tenho orgulho em dizer a outras pessoas que faço parte desta organização.	1	2	3	4	5	6	7
38.	Tenho uma forte ligação de simpatia por esta organização.	1	2	3	4	5	6	7
39.	Sinto-me "parte da família" da minha organização.	1	2	3	4	5	6	7
40.	Mesmo que isso me trouxesse vantagens, sinto que não deveria abandonar a minha organização agora.	1	2	3	4	5	6	7
41.	Não deixaria a minha organização agora porque sinto obrigações para com as pessoas que aqui trabalham.	1	2	3	4	5	6	7
42.	Sinto que, se recebesse uma oferta de melhor emprego, não seria correto deixar a minha organização.	1	2	3	4	5	6	7
43.	Mantenho-me nesta organização porque sinto que não conseguiria facilmente entrar noutra organização.	1	2	3	4	5	6	7
44.	Continuo nesta organização porque, se sáísse, teria que fazer grandes sacrifícios pessoais.	1	2	3	4	5	6	7
45.	Sinto que tenho poucas alternativas de emprego se deixar esta organização.	1	2	3	4	5	6	7
46.	Mantenho-me nesta organização porque sinto que tenho poucas oportunidades noutras organizações.	1	2	3	4	5	6	7
47.	Não abandono esta organização devido às perdas que me prejudicariam.	1	2	3	4	5	6	7

BLOCO C – ASPECTOS GERAIS

Nas seguintes questões, marque a resposta mais apropriada ou preencha a resposta correta nos pontilhados.

48. Qual é o seu sexo?

- Masculino
 Feminino

49. Qual é a sua idade em anos?

..... anos

50. Qual é o seu grau de instrução?

- Ensino fundamental (primeiro grau) incompleto
 Ensino fundamental (primeiro grau) completo
 Ensino médio (segundo grau) incompleto
 Ensino médio (segundo grau) completo
 Graduação incompleta
 Graduação completa
 Pós-graduação

51. Qual é a sua cidade?

.....

52. Qual é o seu bairro?

.....

53. Há quanto tempo você mora em seu bairro?

..... ano(s)

54. Você está morando em:

- Local próprio
 Local compartilhado
 Outro

55. Você aluga sua moradia?

- Sim
 Não

56. Com quem você vive?

- Sozinho
 Apenas parceiro (a)
 Apenas crianças
 Parceiro (a) e crianças
 Com outras famílias
 Amigos
 Outro

57. Você tem filhos menores de 18 anos?

- Sim
 Não

Se sim, quantos até 14 anos ?

Se sim, quantos entre 14 e 18 anos ?

58. Qual é a principal fonte de renda da sua família?

- Salário
 Aposentadoria ou benefício
 Outro

59. Qual é a sua renda atual?

- Até R\$ 500,00
 De R\$ 501,00 a R\$ 999,00
 De R\$ 1.000,00 a R\$ 1.499,00
 De R\$ 1.500,00 a R\$ 1.999,00
 De R\$ 2.000,00 a R\$ 2.999,00
 Acima de R\$ 3.000,00

60. Há quanto tempo você trabalha nesta empresa?

..... ano(s) e mês(es)

61. Você é membro da família que fundou esta empresa?

- Sim
 Não

62. Em qual área você atua?

- Administração
 Produção