



COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

ESTRUTURA DE RELACIONAMENTOS INTERORGANIZACIONAIS: UM ESTUDO DE CASO NO BALNEÁRIO AÇORES – SANTA CATARINA

INTER-ORGANIZATIONAL RELATIONSHIPS STRUCTURE: A CASE STUDY
AT THE BALNEARY AÇORES - SANTA CATARINA

Alex Fabiano Wehrle
UNIVALI

Graduado em Administração com Habilitação em Comércio Exterior pela UNIVALI. Mestre em Administração pela UNIVALI. Coordenador de Pólos Presenciais e Professor da Unisul Virtual.

Flávio Ramos
UNIVALI

Graduado em Economia pela Universidade Cândido Mendes. Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Santa Catarina e doutor em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professor titular da Universidade do Vale do Itajaí.

Sabrina Oliveira de Souza Wehrle
UNIVALI

Graduada em Administração com Habilitação em Comércio Exterior pela UNIVALI. Especialista em Recursos Humanos pela Estácio de Sá. Mestranda em Administração pela UNIVALI. Gerente de Recursos Humanos da Empresa Equisul.

Data de submissão: 18 mar. 2010 . **Data de aprovação:** 05 jul. 2011 . **Sistema de avaliação:** Double blind review. .
Universidade FUMEC / FACE . Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho .
Prof. Dr. Luiz Cláudio Vieira de Oliveira . Prof. Dr. José Marcos Carvalho de Mesquita.

RESUMO

Os relacionamentos interorganizacionais têm sido tema de diversos estudos e hipóteses que demonstram sua importância para o desempenho das organizações. A pesquisa tem como objetivo analisar as relações interorganizacionais e como ocorrem no setor da construção civil do Balneário Açores, situado no Estado de Santa Catarina. Neste sentido, esta pesquisa analisa como ocorrem as relações interorganizacionais no setor imobiliário na Praia dos Açores em Florianópolis-SC e como ocorrem esses relacionamentos a partir da confiança, da troca de informação detalhada e da resolução conjunta de problemas nesse cenário. Para atingir tais objetivos, a pesquisa apresenta um estudo de caso descritivo com abordagem qualitativa, bem como a aplicação de entrevistas semiestruturadas com os proprietários das organizações do ramo da construção civil, que atuam no mercado

do Balneário Aço­res. A análise dos dados foi feita por meio da análise do conteúdo (categorial).

PALAVRAS-CHAVE

Organizações. Relações interorganizacionais. Imersão social. Sociologia econômica. Rede.

ABSTRACT

Inter-organizational relations have been the theme of various studies and hypotheses that demonstrate their importance for organizational performance. This research aims to analyze the inter-organizational relations, and how they occur in the construction industry of Balneário Aço­res, in the State of Santa Catarina. More specifically, it analyzes how inter-organizational relations occur in the real estate sector of Praia dos Aço­res in Florianópolis-SC, and how these relations occur based on trust, the exchange of detailed information, and the joint resolution of problems in this scenario. To achieve these objectives, a descriptive case study is presented, with a qualitative approach, together with the application of semi-structured interviews with the owners of organizations in the construction sector, operating in the Balneário Aço­res market. Analysis of the data was then carried out using content (category) analysis.

KEYWORDS

Organizations. Inter-organizational relations. Social immersion. Economic sociology network.

INTRODUÇÃO

Nos primeiros estudos organizacionais, o ambiente externo era desconsiderado nas análises de ações e decisões, restando somente os aspectos internos da organização. Com o passar do tempo, houve um grande aumento da competitividade nas relações de mercado entre empresas que apresentavam

estruturas semelhantes (MORGAN, 1996). As mudanças ocorridas, basicamente a partir da década de 1980, não estiveram dissociadas da crise dos paradigmas e da perda das referências que nortearam o mundo moderno nesses últimos dois séculos (BECK, 1996). Ao longo do século XX, as teorias organizacionais sofreram intensas transformações e, atualmente, encontramos o campo significativamente fragmentado (REED, 1998).

Assim, tornou-se necessário desenvolver estudos organizacionais considerando o ambiente externo como um fator influenciador, mas não determinante, das ações e das decisões organizacionais. O entendimento sobre como as organizações se comportam nas relações dentro do ambiente de mercado instigou vários pesquisadores a não somente analisarem a relação competitiva entre as organizações, mas também a considerarem como a organização interage com os vários membros das outras organizações (fornecedores, consumidores, concorrentes, governo, outros) pertencentes ao mesmo ambiente em que ela está inserida (SOUSA; SOUSA; PREDEBON, 2006).

Nestes últimos anos, na área de Sociologia Econômica, as pesquisas e os esforços são significativos na busca do entendimento das complexas relações entre as organizações que convivem no mesmo ambiente (PEREIRA; VENTURINI; VISENTINI, 2006). De acordo com Uzzi (1997), para se analisar as relações de efeito da organização e da estrutura da rede na ação econômica, é necessário identificar como a organização está ligada a sua rede interorganizacional. Compreender a rede como mediação social é, desta forma, o ponto central dessa construção teórica.

Por meio da área de Sociologia Econômica, significativas são as pesquisas e os esforços na busca do entendimento das complexas relações entre as organizações que convivem no mesmo ambiente (PEREIRA; VENTURINI; VISENTINI, 2006). Swedberg (2004) complementa, dizendo que a Sociologia Econômica descreve o modo pelo qual as ações econômicas são estruturadas

por meio de redes sociais. O termo 'imersão social' (*social embeddedness*), do autor Granovetter (1985), reivindica o papel da Sociologia Econômica na descrição do modo pelo qual as ações econômicas são estruturadas por meio de redes sociais. Ou seja, o tamanho dos grupos, os seus recursos e a existência de oportunidades para agir constituem o contexto para que atores possam negociar e buscar formas de participação coletiva. Para Granovetter (1985), as ações desenvolvidas pelos atores sociais são condicionadas pelas redes de relações interpessoais estabelecidas (RAUD-MATTEDI, 2005).

Uzzi (1997) afirma que, ao se analisar as relações de efeito da organização e da estrutura da rede na ação econômica, é necessário identificar como a organização está ligada a sua rede interorganizacional. Granovetter (1985) complementa, afirmando que, para se entender como as organizações estão no estado atual, é necessário um estudo analisador aprofundado da estrutura social. Steinner (2006) explica que é muito importante o entendimento sobre as relações de mercado, esclarecendo, assim, como as relações sociais contribuem de maneira determinante para a criação e para a evolução das instituições e das relações de mercado.

Ao contrário de Granovetter (1985), Fligstein (1996) ressalta o papel do Estado nas relações de mercado, pois as empresas capitalistas não teriam condições de operar e buscar esses arranjos institucionais sem que um conjunto de regras coletivas regulamente as interações no âmbito do mercado. Afinal, as estruturas de governança e as regras de troca, ainda segundo o autor,

são arenas nas quais os Estados definem e estabelecem normas para os diversos atores econômicos.

Esses estudos contribuem para a superação do que se pode compreender como absolutização do mercado, consequência do modelo utilitarista do século XIX monopolizado pelos economistas neoclássicos. Os mercados não são autônomos, mas construções sociais. Na mesma linha de reflexão, Zelizer (1989) ressalta a importância em criticar posturas teóricas não históricas que contemplam o mercado como uma esfera dissociada da sociedade.

Bourdieu (2005, p. 17) reforça tal argumento ao assinalar que “tudo que a ortodoxia econômica considera como um puro dado, a oferta, a demanda, o mercado, é o produto de uma construção social, é um tipo de artefato histórico, do qual somente a história pode dar conta”.

Em estudos mais recentes, Balestro *et al.* (2004) e Amato Neto (2000) registram que a cooperação interorganizacional é parte do cotidiano das empresas, sejam elas grandes ou pequenas, sendo adotadas entre empresas sob várias configurações, em inúmeros setores e em todas as escalas de produção. Ottoboni e Pamplona (2001) ressaltam que a estrutura organizacional e o modo de gerenciamento das micro e pequenas empresas as deixam muito vulneráveis às mudanças do ambiente. Diante dessa realidade, também elas sentem a necessidade de buscar abrigo em alianças que lhes oportunizem atingir níveis mais elevados de competitividade que, isoladas, não alcançariam. Nessa busca, uma das tipologias que mais se expandiu nos últimos anos são as redes de empresas formadas por pequenos empreendimentos, cujo mercado, por vezes, se restringe a um bairro.

A partir deste contexto, este artigo busca responder a seguinte pergunta de pesquisa: *Como ocorrem as relações interorganizacionais no setor imobiliário na Praia dos Açores em Florianópolis - SC?* Para isto, decidiu-se aplicar esta pesquisa nas empresas que compõem a rede interorganizacional do ramo da Construção Civil do Balneário Açores em Florianópolis - SC. No Brasil, nos últimos três anos, pudemos observar uma forte expansão desse setor, que obteve um impacto positivo na economia brasileira, servindo como base para o aumento do produto interno bruto (PIB) e para a criação de novos postos de trabalho (MEIRELLES, 2007). A escolha da região se deve, principalmente, pelo alto grau de desenvolvimento, nos últimos dez anos, do número de empresas nesse setor. O entendimento do mercado da construção civil do Balneário Açores ajuda a compreender as diferenças em relação a outros mercados. Para o mercado local, o entendimento dos relacionamentos pode auxiliar na proximidade e, ou, na interação dos atores, para um desenvolvimento mútuo da indústria. Outro fator se deve ao fato de ser, principalmente, um mercado “fechado”, isto é, as organizações do ramo da construção civil que estão situadas nesse espaço geográfico atuam quase que exclusivamente nesse mercado, o que possibilita uma melhor definição e análise das organizações atuantes nessa área, além de facilitar a acessibilidade de informações.

Sendo assim, o presente trabalho tem como objetivo geral analisar as relações interorganizacionais do setor imobiliário na Praia dos Açores em Florianópolis - SC. Para isto, procurará: (i) Identificar as organizações participantes do setor

imobiliário da Praia dos Açores em Florianópolis - SC; (ii) Identificar com quem cada uma das organizações mantém relacionamento interorganizacional; (iii) Descrever os relacionamentos interorganizacionais a partir da confiança, da troca de informação detalhada e da resolução conjunta de problemas.

Sua estrutura está composta da seguinte forma: (i) introdução; (ii) referencial teórico – no qual serão abordados os temas redes interorganizacionais e imersão social; (iii) metodologia proposta – será um estudo de caso de caráter descritivo e qualitativo; (iv) considerações finais – nas quais estarão expostas as considerações finais inferidas com esta pesquisa.

REDES INTERORGANIZACIONAIS E IMERSÃO SOCIAL

O conceito de redes advém de diversas áreas de conhecimento, principalmente da Antropologia e das Ciências Sociais (CANDIDO; ABREU, 2000). O conceito de rede que será articulado na referente pesquisa é de redes interorganizacionais, que são aquelas que participam de organizações de um mesmo setor. Na literatura especializada sobre redes sociais, coloca-se que mecanismos ligados à estrutura de relacionamentos interferem no processo de institucionalização das ações sociais, o que ocasiona a interferência das redes sociais nos resultados econômicos das instituições nas quais os atores estão inseridos (MACHADO DA SILVA; ROSSONI, 2007).

A união dos aspectos sociais e econômicos teve seus primeiros estudos na Sociologia Econômica, com os autores Weber, Durkheim, Marx e Simmel (MARTES *et al.*, 2007). Na visão de Durkheim,

por meio da Sociologia Econômica, desenvolvem-se estudos com os fatos econômicos, considerando-os como fatos sociais, além de sugerir uma aproximação das teorias econômicas e sociais para melhor explicar os aspectos econômicos (STEINNER, 2006).

Em meados de 1985, surgiu a “nova sociologia econômica”, termo que foi cunhado por Mark Granovetter numa conferência pronunciada na Associação Norte-Americana de Sociologia, em Washington, D.C. O autor também produziu o artigo “Economic action and social structure” e nele atribuiu o termo “imersão social” (*social embeddedness*) ao autor Karl Polanyi e reivindicou que o papel da Sociologia Econômica seria descrever o modo pelo qual as ações econômicas são estruturadas por meio de redes sociais (relacionamento), papel este sustentado por ele desde então (SWEDBERG, 2004).

Para Granovetter (1985), o indivíduo não é um átomo. O entendimento das relações de mercado, nas quais estão inseridas as relações organizacionais, é constituído por atores e estes estão imersos socialmente. Então, essa relação é vital para o entendimento do mercado (STEINNER, 2006). Granovetter compreende, no entanto, que as atividades da esfera econômica, por sua vez, não estão enraizadas apenas nas redes pessoais, pois estas formam, inevitavelmente, redes de empresas. O mercado, neste caso, não é constituído de unidades econômicas isoladas, como nos modelos de concorrência perfeita, mas de aglomerados de empresas. Embora a existência de grupos econômicos não seja novidade nas economias capitalistas, a contribuição de Granovetter reside

no fato de que o que distingue os grupos econômicos dos aglomerados de empresas é a solidariedade social entre as empresas que compõem determinada rede de empresas (RAUD-MATTEDI, 2005).

Balestro *et al.* (2004) complementam a reflexão, ressaltando que as relações de mercado envolvem diversas organizações, que possuem dependência direta ou indireta e que se modificam através das estruturas das redes nas quais estão inseridas. Dessa forma, de acordo com esses autores, essas estruturas são vitais para se entender o comportamento das organizações.

A pesquisa sobre imersão social é uma área importante na Sociologia e na Economia, pois ajudou a revigorar os debates sobre os efeitos positivos e negativos das relações sociais no comportamento econômico. Isto porque a imersão entre as organizações proporciona oportunidades econômicas que não podem ser reproduzidas por relações de mercado, contratuais ou de integração vertical (UZZI, 1997).

Os relacionamentos estão classificados em imersos e de mercado, e seus efeitos sobre o processo econômico são determinantes por sua característica socialmente construída. Ainda de acordo com o autor, as relações socialmente imersas são menos frequentes, enquanto as relações de mercado são mais frequentes. Relacionamentos de mercado são aqueles que o interesse motiva à ação, a busca do lucro prevalece, evitando situações de barganha, porque as informações limitam-se à questão preço. Já os relacionamentos socialmente imersos são aqueles que se caracterizam

pela confiança e por vínculos pessoais, defendem o sucesso empresarial das redes de negócios e criam oportunidades econômicas difíceis de produzir via mercados, contratos ou interação vertical (UZZI, 1997).

Para Uzzi (1997), existem três características dos relacionamentos socialmente imersos, as quais se desenvolvem a partir de redes de referência de terceiros e relações pessoais anteriores. Esse desenvolvimento possui um intermediário que transfere as expectativas e as oportunidades de uma estrutura social incorporada, fornecendo confiança no primeiro momento. Depois de estabelecida a confiança, surgem as primeiras trocas recíprocas de informações detalhadas e, por fim, se estabelece a resolução de problemas conjuntos. O estudo desenvolvido por Uzzi (1997) aponta ainda que o desenvolvimento da imersão social nas relações organizacionais afeta os resultados organizacionais e econômicos, utilizando assim uma lógica de troca, em que as organizações promovem economia de tempo, acordos de integração, melhorias de Pareto em eficiência de distribuição e adaptação complexa.

Granovetter (1985), Polanyi (1944) e Uzzi (1997) afirmam que os fatores econômicos e tecnológicos estão imersos em relações sociais, sendo moldados por essas mesmas relações. Ou seja, o desempenho de uma organização pode ser afetado pelas relações sociais em que ela se encontra imersa. Contudo, Hakanson (1989) ressalta que, mesmo existindo relações de cooperação, não se eliminam os conflitos e a competição, ou seja, a prática da competição existente.

METODOLOGIA APLICADA

Nesta seção, mostraremos a aplicação do modelo de apoio à decisão na avaliação de empresas do ramo da construção civil, através de uma aplicação prática realizada com as empresas que formam a rede do ramo da construção civil do Balneário Aço, localizado no Sul da Ilha de Florianópolis - SC. Esta rede é composta por oito empresas, sendo cinco construtoras, duas imobiliárias e uma de engenharia.

Nesse momento, relembremos o problema da pesquisa, o qual mostra uma questão que necessita ser discutida, investigada, decidida ou solucionada (KERLINGER, 1980). A situação problema é a seguinte: como ocorrem as relações interorganizacionais do setor imobiliário na Praia dos Aço em Florianópolis?

Esta pesquisa foi caracterizada como "descritiva", pois a finalidade foi a descrição das características de determinada população ou fenômeno estudado. Tratou-se de um estudo descritivo, porque é apresentado um relato detalhado de um fenômeno social que envolve, por exemplo, sua configuração, estrutura, atividades, mudanças no tempo e relacionamento com outros fenômenos (GODOY, 2006).

De acordo com o objetivo a ser estudado, optamos por um estudo de caso centrado no mercado da construção civil do Balneário Aço. Esse estudo é uma forma de pesquisa que busca investigar um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos (YIN, 2005).

O estudo de caso, como estratégia de pesquisa, compreende a lógica de

planejamento, as técnicas de coletas de dados e de abordagens específicas dos mesmos (YIN, 2005). Um dos pontos negativos em relação à estratégia de estudo de caso é que os pesquisadores, anteriormente, não utilizaram procedimentos sistemáticos e aceitaram evidências equivocadas, proporcionando visões distorcidas e, erroneamente, conclusões sem cunho científico. Outro problema a ser apresentado é que um estudo de caso demanda muito tempo (YIN, 2005), já que é destinado à pesquisa acadêmica de forma justa e rigorosa dos dados empíricos e não necessita de um controle sobre eventos comportamentais, mas focaliza acontecimentos contemporâneos.

A técnica de coleta de dados utilizada foi a "entrevista", que se apresenta como uma técnica de investigação social por excelência. De acordo com Lakatos (2001), a técnica de coleta de dados, nesse caso realizada por meio de entrevista, é uma conversa efetuada face a face, entre entrevistador e entrevistado, de maneira ordenada, proporcionando ao entrevistador, verbalmente, a informação necessária para o embasamento da pesquisa. Nesta fase, o tipo de entrevista empregado foi o semiestruturado.

A organização da pesquisa foi estruturada como segue:

QUADRO 1 - Estrutura da pesquisa

Método de Pesquisa	Estudo de caso
Coleta de Dados	Entrevista semiestruturada com os proprietários das organizações do ramo da construção civil que atuam no mercado do Balneário Açoers.
Análise/Interpretação	Análise do conteúdo (categorial).

Fonte: Elaborado pelos autores.

Foram definidas as Categorias para análise e interpretação:

Confiança

Definição Constitutiva: é um processo social emergente da estrutura social, a qual se baseia na crença de que o parceiro de troca não agiria de acordo com o seu interesse próprio à custa do outro (UZZI, 1997).

Definição Operacional: foi operacionalizada a partir dos dados obtidos por meio das entrevistas com roteiro semiestruturado. Foram considerados como confiança: (1) o relacionamento duradouro; (2) o relacionamento sem quebras de contratos; (3) o relacionamento em que os atores acreditam na palavra do outro.

Troca detalhada de informação

Definição Constitutiva: é a troca de informações referentes à estratégia, às margens de lucro e, também, à informação tácita adquirida por aprender fazendo (UZZI, 1997).

Definição Operacional: foi operacionalizada a partir dos dados obtidos por meio das entrevistas com roteiro semiestruturado. Consideraram-se como troca detalhada de informações todos os assuntos referentes à atividade profissional, como: processo de construção, preço do material, situação do mercado consumidor, clientes potenciais, concorrentes oportunistas, lucro, rendimento da mão de obra desde início do processo, qualidade da matéria-prima, preço de venda e fornecedores.

Resolução conjunta de problemas

Definição Constitutiva: resolução conjunta de problemas é o esforço conjunto de parceiros para a solução de um problema comum ou individual, sem esperar um ganho financeiro pela ajuda (UZZI, 1997).

Definição Operacional: foi operacionalizada a partir dos dados obtidos por meio das entrevistas com roteiro semiestruturado. Consideraram-se como resolução conjunta de problemas todos aqueles relacionamentos em que:

(1) o parceiro ajuda no desenvolvimento de processos internos; (2) o parceiro ajuda e aconselha sem esperar um retorno financeiro; (3) os parceiros já efetuaram ações conjuntas para solucionar problemas de ordens internas da organização; (4) o parceiro ajuda financeiramente, sem obtenção de rendimentos (juros).

O nível de análise foi a rede de organizações e a unidade de análise foi o relacionamento entre as organizações.

A escolha das organizações respeitou o critério geográfico, ou seja, o de que todas as organizações possuíssem sede ou atuassem diretamente no mercado do Balneário Aço.

As entrevistas foram efetuadas com

os proprietários das organizações ou seus respectivos gerentes. O critério estabelecido se deve, principalmente, a que o proprietário seja o ator que detém os relacionamentos interorganizacionais e que mais conhece o mercado de atuação da organização.

Aquela organização que não possui imóveis (produtos) à venda ou não presta nenhum serviço foi eliminada da pesquisa. Essa decisão se deve ao fato de que a organização que está no mercado é aquela que oferece produtos e serviços disponíveis para os clientes.

A seguir, apresenta-se o QUADRO 2, com as organizações do ramo da construção, satisfazendo assim o primeiro objetivo específico da pesquisa.

QUADRO 2 - Relação dos entrevistados

ORGANIZAÇÃO	RAMO DE ATIVIDADE	CARGO
CONSTRUTORA 01	CONSTRUÇÃO CIVIL	Proprietário
CONSTRUTORA 02	CONSTRUÇÃO CIVIL	Proprietário
CONSTRUTORA 03	CONSTRUÇÃO CIVIL	Proprietário
CONSTRUTORA 04	CONSTRUÇÃO CIVIL	Sócio
CONSTRUTORA 05	CONSTRUÇÃO CIVIL	Proprietário
CONSTRUTORA 06	CONSTRUÇÃO CIVIL	Proprietário
CONSTRUTORA 07	CONSTRUÇÃO CIVIL	Sócio
IMOBILIÁRIA 01	PRESTAÇÃO DE SERVIÇO	Proprietário
IMOBILIÁRIA 02	PRESTAÇÃO DE SERVIÇO	Corretor de Imóveis
IMOBILIÁRIA 03	PRESTAÇÃO DE SERVIÇO	Proprietário
ENGENHARIA 01	PRESTAÇÃO DE SERVIÇO	Engenheiro/Sócio

Fonte: Dados primários.

A seguir, estão as organizações que foram retiradas da pesquisa e a respectiva

justificativa.

- A Imobiliária 3 foi fechada pelo proprietário, pois o mesmo atua como arquiteto em outras localidades. Com o aumento de demanda nas atividades de arquitetura, o proprietário fechou a imobiliária, para diminuir os gastos desnecessários. Por esse motivo, ele está fora do mercado, pois não oferece serviços de venda e de locação imobiliária.

- A Construtora 5 construiu quatro edificações no Balneário Açores, sendo três prédios geminados e uma casa, não possuindo nenhuma edificação à venda e nenhum lançamento até o momento, pois deixou de participar do mercado em novembro de 2007.

- A Construtora 6 possui um edifício em construção (somente estrutura) e declarou que está vendendo a estrutura, porque não consegue captar recursos para o término da obra.

A entrevista semiestruturada foi aplicada aos proprietários das organizações em estudo e, quando esses não estavam presentes no momento, foram entrevistados o gerente ou o responsável pela organização.

As entrevistas foram aplicadas a todos os proprietários/gerentes das empresas definidas na amostra, no período de novembro de 2007 a março de 2008. Todas as entrevistas aplicadas pelo pesquisador foram gravadas.

Os dados coletados foram avaliados a partir da análise do conteúdo das entrevistas dos proprietários/gerentes das organizações que atuam no Balneário Açores.

Foi realizada uma classificação das relações interorganizacionais baseada em três categorias de elementos: 1

– Confiança; 2 - Troca de informação detalhada; 3 - Resolução conjunta de problemas. Esses elementos fazem parte de categorias dos relacionamentos interorganizacionais. A técnica, em resumo, consiste simplesmente em classificar os diferentes elementos do discurso nas diversas gavetas, segundo critérios que permitam criar “certa ordem na confusão geral” (BARDIN, 2007).

A classificação em diversas categorias é delineada pelo conteúdo dos discursos dos proprietários. Cada discurso será separado e colocado com a sua representação, isto é, aqueles contendo aspectos de confiança serão colocados junto a outros discursos que representam os mesmos aspectos (BARDIN, 2007).

A partir do conteúdo das entrevistas aplicadas aos proprietários sobre os relacionamentos interorganizacionais, foram desenvolvidas categorias para compreender como o relacionamento está imerso socialmente a partir da confiança, da troca de informação detalhada e da resolução conjunta de problemas. Segundo Bardin (2007), é possível compreender, a partir da análise de conteúdo, o sentido do convívio, seu conteúdo evidente ou subentendido, e suas significações explícitas ou implícitas. Para identificar os vínculos de confiança nas entrevistas, buscamos interpretar a fala do entrevistado, relacionando os atores e o conteúdo. Para identificar confiança nos relacionamentos, foi interpretado como: amizade de negócios, vínculo de amizade, amigo dele, conhecer como “gente”, a ausência de contratos, sendo que a palavra basta e lado pessoal é importante. Para identificar a troca de informações detalhadas nos relacionamentos, foi interpretado como:

não se omitir informações, principais informações sobre o giro do mercado, colher informações, trocar informações é um bem comum. Para identificar a resolução conjunta de problemas nos relacionamentos, a interpretação foi feita através das palavras: ajudar o parceiro, entrar em um consenso e ceder.

Em seguida, os dados coletados foram submetidos à análise de conteúdo, baseada na análise categorial. Bardin (2007) ressalta que a análise categorial é a mais antiga e também a mais utilizada dentro do método da análise do conteúdo. Bardin (2007) destaca, ainda, que a análise categorial funciona como divisões dos textos em unidades, em categorias, segundo reagrupamento analógico.

Como enfatiza Bardin (2007), a importância da análise de conteúdo é buscar algo que está no segundo plano, isto é, nas entrelinhas, o "detalhe" em relação ao fenômeno, esta abordagem não está relacionada com a frequência de aparição de cada "palavra-chave".

As categorias utilizadas foram às seguintes:

- Confiança.
- Troca de informação detalhada.
- Resolução conjunta de problemas.

Por fim, foi efetuada a análise gráfica da rede de relacionamentos das organizações do ramo da construção civil. Nesta pesquisa, não foi necessário fazer uso de outros tipos de análise de redes, devido ao pequeno número de organizações situadas no mercado.

RESULTADOS

Após a aplicação da metodologia para a identificação dos relacionamentos das empresas da rede interorganizacional do ramo da construção civil do Balneário Aço, cabe partir para a análise fim deste estudo, ou seja, verificar se as empresas possuem relacionamentos imersos e de mercado e descrevê-los.

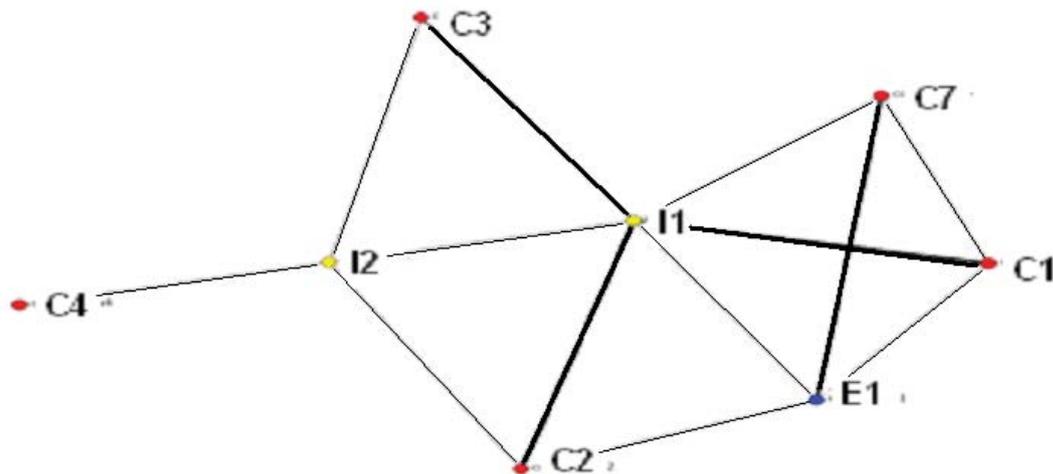


FIGURA 1 - Rede de Relacionamentos do

Balneário Aço

Fonte: Dados primários.

Na FIG. 1, os traços mais fortes caracterizam um relacionamento imerso; os laços mais fracos identificam um relacionamento de mercado e a não existência de traço indica o não relacionamento.

No mercado do Balneário Açores, foram identificados os dois tipos de relacionamento: o de mercado e o imerso (UZZI, 1997). Entre as organizações do ramo de construção civil que não são construtoras, as Imobiliárias 1 e 2 e a Engenharia 1 se destacam por terem o maior número de contatos, seis, quatro e quatro, respectivamente. Esse fato se justifica porque as Imobiliárias e a Engenharia são prestadoras de serviços em um mercado que possui cinco construtoras. Os serviços prestados diferem e são específicos de cada atividade profissional. As evidências encontradas nesta pesquisa concordam com os autores Miles e Snow (1986), que afirmam que os corretores ou os agenciadores são aqueles atores que funcionariam como elemento de conexão de uma dinâmica de redes de relacionamentos.

Entre as construtoras, as que se destacam são a Construtora 1, a Construtora 2 e a Construtora 7, que mais possuem relacionamentos, ao todo três cada uma. A Construtora 3 possui dois relacionamentos e a Construtora 4 é a mais isolada dentro do mercado do Balneário Açores, possuindo apenas um contato. O número reduzido de contato se deve, principalmente, ao pouco tempo de mercado e ao pouco convívio com os indivíduos situados nas organizações do ramo da construção civil. Como afirma Steinner (2006), a criação de um laço depende das interações que o ator tem com os outros membros da rede.

As organizações que possuem relacionamento imerso apenas com evidências de confiança: o único relacionamento que apresenta essa característica é entre a Imobiliária 1 e a Construtora 3. O único aspecto imerso destacado é a confiança. Nesse caso, ainda não houve troca de informações nem resolução conjunta de problemas.

As organizações que possuem relacionamento imerso apenas com evidências de confiança e troca de informações detalhadas: os relacionamentos que apresentam essas características são: a Imobiliária 1 e a Construtora 3 e entre a Engenharia e a Construtora 7. Nesse relacionamento, não houve evidências de resolução conjunta de problemas, talvez porque nenhum ator dentro do relacionamento possa ter tido um problema ou, ainda, o parceiro não tinha a competência e os recursos para poder ajudar a resolver o problema. Para Dimaggio e Louch (1998), se há troca de informações, pode-se resolver problemas em conjunto. Os recursos e a capacidade do ator podem influenciar na resolução conjunta de problemas.

A organização que mais apresentou os relacionamentos de mercado foi a Imobiliária 2, com quatro relacionamentos. As Imobiliárias 1 e Engenharia apresentam três relacionamentos de mercado. As construtoras 1, 2 e 7 apresentam dois relacionamentos de mercado. As construtoras 3 e 4 apresentaram somente um relacionamento de mercado. A Imobiliária 2 se mantém no mercado devido aos relacionamentos de mercado e à exclusividade na prestação para a Construtora 4, com a qual a Imobiliária 1 não tem contato. Esses relacionamentos são aqueles que o interesse motiva

a ação, a busca do lucro prevalece e evitam-se situações de barganha, porque as informações limitam-se à questão preço (UZZI, 1997).

Um dos Relacionamentos de mercado identificados, que chamou a atenção, foi o existente entre a Construtora 2 e a Imobiliária 2. A Imobiliária 2 era prestadora de serviço da Construtora 2. Existiu um rompimento na relação entre os dois atores: o prestador de serviço (corretor proprietário da Imobiliária 2) iniciou a atividade de corretagem em seu próprio ponto comercial. Nos relatos de ambos, foi identificado esse rompimento: *“Quando iniciei a profissão de corretor, trabalhei para a Construtora 2, mas depois abri a minha própria imobiliária, não deu certo... É mais vantajoso trabalhar sozinho”* (Imobiliária 2). *“Eu confio na Imobiliária 2, ele já trabalhou para mim, mas depois não deu certo, hoje somos parceiros”*. (Construtora 2). Pode ter existido confiança, mas parece que houve um rompimento. Esse relacionamento foi classificado como de mercado. Como os atores trabalharam juntos durante anos, é possível que na época tivessem um relacionamento imerso, mas com o rompimento deve ter ficado algum desentendimento. Os autores, a seguir, caracterizam que os relacionamentos imersos podem se transformar em relacionamentos de mercado. Para Uzzi (1997), a confiança pode ser quebrada através de repetidos abusos ao longo do tempo, podendo até romper a relação. Para Bertolin *et al.* (2008), a desconfiança está relacionada diretamente com a assimetria de informações referentes ao planejamento e à prestação de contas. A falta de informações transparentes é passível de perda da confiança.

Nos resultados da análise, está identificado que há imersão em quatro relacionamentos. Considerando que existiam 28 possibilidades de relacionamentos, sendo encontrados 9 relacionamentos de mercado e apenas 4 imersos, é possível destacar que o ramo da construção civil do Balneário Açores tende a não possuir contato entre as organizações, principalmente aquelas que são concorrentes. O resultado da pesquisa contrapõe o argumento de Uzzi (1997), que destaca que os relacionamentos dentro do ramo da construção civil são muito próximos. É importante destacar que foram identificadas poucas características de imersão. Mesmo sendo um mercado fechado, no qual as organizações atuam, em sua maioria, principalmente na região, o número de contatos foi pequeno. A região é pequena, considerando o número de organizações e o número de habitantes; o convívio é limitado às mesmas pessoas mas, mesmo assim, foram identificados poucos relacionamentos imersos. Como seis dos oito atores frequentam a sede da associação, esse fato poderia ter auxiliado na aproximação dos laços entre os atores.

Dentro do ambiente das organizações da construção civil do Balneário Açores, é possível afirmar que a imersão social está presente nas empresas e que os atores não cultivam laços de cooperação de longo prazo. As três características de imersão de Uzzi (1997) foram identificadas, mas em apenas quatro relacionamentos. Dentro dos quatro relacionamentos imersos, um aspecto é considerado sobre as três características. É que existe uma ordem, um grau de imersão, iniciando com confiança e, logo em seguida, a troca de informações e, por último, resolução

conjunta de problemas. Esse resultado também é identificado por Uzzi (1997), que afirma que, em uma estrutura social incorporada, no primeiro momento, surge a confiança, depois de estabelecida a confiança, surgem as primeiras trocas recíprocas de informações detalhadas e, por fim, se estabelece a resolução de problemas conjuntos.

Diante dos resultados desta pesquisa, há evidências de que o relacionamento imerso se desenvolve com o passar dos anos, existindo assim um processo ao longo do tempo e que pode haver a quebra de contrato. É finalizado o tópico análise gráfica dos relacionamentos e, a seguir, são apresentadas as conclusões encontradas nesta pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O primeiro aspecto encontrado na pesquisa refere-se a como os intermediários possuem mais contatos do que as outras organizações situadas na rede. No caso desta pesquisa, as Imobiliárias e a Engenharia possuíam mais contatos do que as construtoras, isto devido à atividade profissional voltada para a prestação de serviços. Os resultados dessa pesquisa concordam com Miles e Snow (1986), os quais afirmam que os corretores ou os agenciadores são aqueles atores que funcionariam como elemento de conexão de uma dinâmica de redes de relacionamentos. Então, com relação a este assunto, é possível concluir ainda que os relacionamentos de mercado dependem do ramo de atividade da organização na qual o ator está inserido. Existem dois casos de relacionamentos de mercado entre concorrentes diretos e é possível dividi-los de acordo com as justificativas. No caso das imobiliárias,

os relacionamentos são comuns e frequentes, tanto que possuem uma legislação regulamentando as transações. No caso das construtoras, as atividades profissionais são independentes, não necessitando de um relacionamento de longo prazo para desenvolver as suas atividades profissionais, salvo os casos de fusões entre construtoras. No caso da Construtora 1 e a Construtora 7, o contato foi curto, mostrando que existe independência nas atividades profissionais.

Outro aspecto encontrado nesta pesquisa é com relação ao número de contatos entre os atores, uma vez que, para o surgimento da imersão social, é necessário que o ator tenha contatos frequentes e de longo prazo. No caso desta pesquisa, a Construtora 4 foi identificada como a mais isolada dentro do mercado do Balneário Açores, possuindo apenas um contato. Este fato se deve principalmente ao pouco tempo de mercado e ao número de contatos com os indivíduos situados nas organizações do ramo da construção civil. A Construtora 4 está em um estágio inicial de contatos, pelo pouco tempo de interação social. Nenhum aspecto de imersão foi identificado, pois ainda não houve a criação de um laço de confiança. Este estágio inicial foi verificado por Steinner (2006), para o qual a criação de um laço depende das interações que o ator tem com os outros membros da rede. Já Lopes e Baldi (2005) concordam, afirmando que a idéia de confiança interorganizacional é construída pela interação (contato) repetida das organizações.

A imersão social faz parte dos relacionamentos entre as organizações do ramo da construção civil situadas

no Balneário Aço­res. Nesta pesquisa, foram identificadas as organizações que fazem parte do Balneário Aço­res e seus respectivos relacionamentos. Uma das contribuições deste estudo, além de identificar e classificar as redes de relacionamento, com base na imersão social, foi identificar alguns aspectos que envolvem os concorrentes. A limitação de relações entre concorrentes foi evidenciada. No caso das construtoras, houve apenas um relacionamento de mercado dos dezesseis possíveis; já no caso dos prestadores de serviço (Engenharia e Imobiliária), houve dois relacionamentos de mercado dos três possíveis. A atividade profissional é determinante, como argumentado anteriormente. Nos dois casos de relacionamentos de mercado entre concorrentes diretos, encontrados nessa pesquisa, é possível dividi-los de acordo com as suas atividades profissionais.

A exclusividade de atuação no mercado não interfere no relacionamento imerso. Esse fator foi identificado na pesquisa através das seis organizações que possuem relacionamento imerso, sendo que três atuam exclusivamente no Balneário Aço­res e três atuam em vários mercados. As organizações que não atuam com exclusividade no mercado só possuem relacionamentos de mercado. Isso significa que a atuação exclusiva no mercado auxilia no surgimento de relacionamentos imersos.

Um dos aspectos encontrados na pesquisa foi a criação de um processo de desenvolvimento dos relacionamentos, que, inicialmente, possui apenas relacionamentos de mercado. Após algum tempo, surge a confiança; em seguida, a troca de informações detalhadas e, por

fim, a resolução conjunta de problemas. Durante as etapas desse processo, o ator fica sujeito à quebra de contratos, podendo então retornar à etapa inicial.

Nessa pesquisa, não foi considerado o consumidor final. Para complementá-la, fica como sugestão, para as novas pesquisas, a análise dos relacionamentos entre as organizações e os consumidores dentro do setor da construção civil. Todas as pessoas que estão dentro das organizações e, também, as que não fazem parte delas ficam próximas devido ao convívio social. O processo se inicia com a indústria (construtora), passa pelas imobiliárias e vai até o consumidor final. Fica como sugestão de pesquisa futura analisar a rede de relacionamentos interorganizacionais, juntamente com a rede de consumidores, pois os consumidores fazem parte do processo social e, também, dos relacionamentos.

A imersão social de Granovetter (1985) foi identificada no setor da construção civil do Balneário Aço­res, mas com pouca frequência de casos. Nesse setor, ocorre a imersão em quatro relacionamentos. Considerando que existiam 28 possibilidades de relacionamentos, dos quais 9 foram encontrados e apenas 4 imersos, é possível destacar que o ramo da construção civil tende a não possuir relacionamentos imersos entre as organizações, principalmente aquelas que são concorrentes. O resultado da pesquisa contrapõe o argumento de Uzzi (1997), que destaca que os relacionamentos dentro do ramo da construção civil são muito próximos. O mercado do Balneário Aço­res contou com apenas 13 contatos entre os atores, mesmo sendo um mercado com poucas organizações, e

fechado, pois a maioria das organizações tem seu foco concentrado nesta região. A associação de moradores poderia ter sido um local de aproximação entre os atores, mesmo porque seis dos oito atores frequentam a sede.

O estudo apresentou algumas limitações de pesquisa, dentre as quais o acesso aos proprietários das organizações estudadas, devido, principalmente, à escassez de tempo dos mesmos, o que prejudicou o cumprimento dos prazos pré-estabelecidos.

Uma segunda limitação é referente às outras fontes de dados, como: documentos, acesso desta pesquisa a documentos referentes a eventos e, sobretudo, as organizações. Essa técnica poderia ter ajudado ainda mais no fortalecimento dos argumentos de imersão social. Em um segundo momento, poderia ter sido desenvolvida uma segunda etapa de entrevistas com outros funcionários das organizações, mas, devido à escassez de tempo, não foi possível.

Outra limitação foi referente à aplicação das entrevistas. Como um dos pesquisadores é membro de uma organização situada no Balneário Açores, a sua imagem está relacionada às atividades da organização. Esse fator pode ter inibido os concorrentes diretos no desenvolvimento da coleta de dados.

Ainda falando das limitações, as referências bibliográficas na área de construção civil são muito pesquisadas, principalmente em revistas norte-americanas, mas limitam os seus estudos à área financeira, tendo como principais temas o custo da produção, a *performance* da indústria, a influência política no setor e a crise no setor imobiliário americano. Fica como sugestão, para trabalhos futuros, desenvolver uma pesquisa na área de avaliação de desempenho na indústria de construção civil envolvendo a imersão social, podendo ainda ser localizada no Balneário Açores, onde esta pesquisa identificou os relacionamentos imersos. ➤

REFERÊNCIAS

AMATO NETO, J. **Redes de cooperação produtiva e clusters regionais: oportunidades para as pequenas e médias empresas.** São Paulo: Atlas, 2000.

BALESTRO, M. V.; VALLE JÚNIOR, J. A.; LOPES, M. C.; PELLEGRIN, I. A. Experiência da Rede PETRO-RS: uma Estratégia para o Desenvolvimento das Capacidades Dinâmicas. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 8, 2004. Edição especial.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 2007.

BECK, U. A reinvenção da política: rumo a uma teoria da modernização reflexiva. In: GIDDENS, Anthony; BECK, Ulrich; LASH, Scott. **Modernização reflexiva.** Política, tradição e estética na ordem social moderna. São Paulo: Unesp, 1996. p. 11-71.

BERTOLIN, R. V.; BRAGA, M. J.; LIMA, J. B.; SANTOS, A. C. Assimetria de Informação e Confiança em Interações

Cooperativas. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, v.12, n.1, p. 59-81, jan./mar. 2008.

BOURDIEU, P. O campo econômico. **Política & Sociedade: Revista de Sociologia Política**, Florianópolis, v. 1, n. 6, 2005. p. 15-57.

CÂNDIDO, G.; ABREU, A. Os Conceitos de Redes e as Relações Interorganizacionais: Um Conceito Exploratório. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-

- GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 24., 2000, Florianópolis. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2000.
- FLIGSTEIN, N. Markets as politics: a political cultural approach to markets. **American Sociological Review**, [S. l.], v. 61, p. 656-673, 1996.
- GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, [S. l.], v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.
- GODOY, A. S. Estudo de caso qualitativo. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. **Pesquisa Qualitativa em estudos organizacionais: paradigma, estratégia e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 115-146.
- KERLINGER, F. N. **Metodologia da Pesquisa em Ciências Sociais: um tratamento conceitual**. Tradução de Helena Mendes Rotundo. São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 1980.
- LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- MACHADO-DA-SILVA, C. L.; ROSSONI, L. Persistência e mudança de temas na estruturação do campo científico da estratégia em organizações no Brasil. **Rev. adm. contemp.**, [S. l.], v. 11, n. 4, p. 33-58, 2007.
- MARTES, A. C. B.; LOREIRO, M. R.; ABRAMOVAY, R.; SERVA, M.; SERAFIM, M. S. FÓRUM – SOCIOLOGIA ECONÔMICA, **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 47, n. 2, jul./dez. 2007.
- MEIRELLES, H. O papel do crédito imobiliário no Brasil. **Revista Conjuntura da Construção**, ano 4, dez. 2007.
- MORGAN, G. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.
- OTTOBONI, C.; PAMPLONA, E. de O. Proposta de Pesquisa para Avaliar a Necessidade de se Medir o Desempenho Financeiro das Micro e Pequenas Empresas. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 21., 2001, Salvador. **Anais...** Salvador: [S. n.], 2001.
- PEREIRA, B. A. D.; PEDROZO, E. A. Modelo de análise do comportamento das redes interorganizacionais sob o prisma organizacional. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003, São Paulo. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2003.
- PEREIRA, B. A. D.; VENTURINI, J. C.; VISENTINI, M. S. Estruturação de Relacionamentos Horizontais em Rede. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.
- POLANYI, K. **The Great transformation: the political and economic origins of our time**. New York: Farrar & Rinehart, 1944.
- RAUD-MATTEDI, C. Análise crítica da Sociologia Econômica de Mark Granovetter: os limites de uma leitura do mercado em termos de redes e imbricação. **Política & Sociedade: Revista de Sociologia Política**, Florianópolis, v. 1, n. 6, p. 59-82, 2005.
- REED, M. Teorização organizacional: um campo historicamente contestado. In: CLEGG, S. R.; HARDY, C.; NORD, W. R. **Handbook de estudos organizacionais: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1998. p. 61-98.
- SOUSA, P. D. B., SOUSA, M. A. B.; PREDEBON, E. A. O posicionamento estratégico de uma rede de relacionamentos organizacionais: o caso das organizações industriais de Três Lagoas. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.
- STEINNER, P. **A Sociologia Econômica**. São Paulo: Atlas, 2006.
- SWEDBERG, R. Sociologia Econômica: Hoje e Amanhã. **Tempo Social: Revista de Sociologia da USP**, São Paulo, v. 16, n. 02, nov. 2004.
- UZZI, B. Social structure and competition in interfirm networks. **Administrative Science Quarterly**, [S. l.], v. 42, n. 1, 1997.
- WEBER, M. **Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Martin Claret, 2001.
- YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- ZELIZER, V. The social meaning of Money: Special monies. **American Journal of Sociology**, [S. l.], n. 95, p. 342-377, 1989.