

## REDES DE APOIO E DESEMPENHO: UMA PESQUISA EM CABANHAS DE OVINOS DO BRASIL

**FELIPE KOPP LEITE<sup>1</sup>; BRUNO RIBAS SILVEIRA<sup>2</sup>; MICHELE RAASCH<sup>3</sup>; ELVIS SILVEIRA-MARTINS**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas - UFPel – felipe-kopp@hotmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC – brunooribas@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas - UFPel – micheleraasch@hotmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas - UFPel – elvis.professor@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

As redes de relacionamento criadas pelas empresas tornam-nas mais competitivas (JENSSEN; NYBAKK, 2009). Estas parcerias, acordos de cooperação são consideradas como algumas práticas essenciais pra a formação de redes de apoio, que é um elemento fundamental para que as organizações alcancem seus objetivos (LAZZAROTTI, 2015). As redes de negócios são consideradas por Mello e Leão (2005) como uma das dimensões da orientação empreendedora, pois a relação entre o empreendedor e seus parceiros ajuda a tornar viável o empreendimento. No Brasil existem ações que favorecem a criação e a ampliação das redes de relacionamento como, associativismo, cooperativismo, capacitação empresarial (LOPES; SOUZA, 2005). O Quadro 1 descreve algumas das definições de redes de apoio.

**Quadro 1 – Definições sobre redes de apoio**

Definição	Autoria
Desenvolvimento de uma visão empresarial através dos relacionamentos do empreendedor.	Filion (1991)
Molda visão e competências dos empreendedores.	Zoschke e Lima (2006)
Participação de empreendedores em reuniões e eventos sociais para terem acesso a financiamentos.	Sheng (2008)
Participação da empresa em cursos e conferências.	Jenssen e Nybakk (2009)
Celebração de acordos de cooperação, trabalho colaborativo na forma de parcerias, estabelecimento de alianças estratégicas e a atuação em rede são alguns dos mecanismos utilizados pelas empresas para o desenvolvimento de inovações.	Oberg e Grundström (2009)
Fornece equilíbrio entre as relações com clientes, concorrentes e fornecedores. Além de auxiliar o ingresso em novos mercados e a sustentação das organizações.	Miller (2011); Covin e Miller (2014)

Fonte: SILVEIRA; SILVEIRA-MARTINS (2016)

A ovinocultura é considerada um setor importante para a economia brasileira, pois é uma opção econômica para as pequenas propriedades, muitas vezes da agricultura familiar (SILVEIRA, 2017). Segundo o IBGE (2015) o número de ovinos no Brasil era de aproximadamente 18,41 milhões de cabeças, a maior parte no estado do Rio Grande do Sul, cerca de 21,5% do total. A pesar da importância, a produção de ovinos no Brasil não supri a necessidade interna do produto no país, com isso, a carne de ovinos é importada do Uruguai, Argentina, Chile e, Nova Zelândia (SILVEIRA, 2017).

A criação de redes de relacionamento geram confiança, capacidade de gerar novos negócios e parcerias, fortalecendo assim as organizações e, com isso, gerando vantagem competitiva (PAVA JR.; FERNANDES; ALMEIDA, 2010). Desta maneira, o objetivo de pesquisa é: verificar se existe associação entre as redes de apoios e o desempenho de cabanhas de ovinos do Brasil.

## 2. METODOLOGIA

O desenvolvimento da pesquisa amparou-se no tipo quantitativo e na técnica de coleta de dados *survey*. A amostra, por conveniência, foi constituída por 102 cabanhas de ovinos do Brasil.

A coleta de dados foi realizada *in loco* com os proprietários e/ou principal gestor utilizando-se de questionário. Este instrumento, para a coleta de dados sobre rede de apoio, foi elaborado com base no estudo de MILLER (1983), LUMPKIN; DESS (2001); LUMPKIN; COGLISER; SCHNEIDER (2009); OBERG; GRUNDSTRÖM (2009); MILLER (2011); COVIN; MILLER (2014); LAZZAROTTI (2015) ajustado a objeto de pesquisa. Neste sentido foi apresentado aos tomadores de decisões, a seguinte afirmação ‘Realizamos acordos de cooperação, trabalho colaborativo na forma de parcerias, estabelecimento de alianças estratégicas e a atuação em rede’. Os mesmos deveriam apontar em uma escala de 1 a 6 o quanto esta afirmação correspondia a sua realidade, sendo 1 pouca proximidade e 6 o oposto.

Já para a coleta de dados referente ao desempenho, utilizou-se parte do instrumento validado por GUPTA; GOVIDARAJAN (1984). Assim, questionou-se os gestores sobre o quanto estavam satisfeitos com o Avanço de mercado/novos mercados (exportação/novas regiões). Para tanto os mesmos deveriam indicar em uma escala de 1 a 6, onde 1 representava pouca satisfação e 6 muita, qual o indicador que representava o seu cenário.

Após a coleta, os dados foram tabulados no software Excel®, versão 2007. Para tratamento dos dados optou-se pelo pacote estatístico *PASW Statistics*, versão 18. Primeiramente foi analisada a normalidade dos dados através da equação de Kolmogorov-Smirnov, com a correção de significância de Lilliefors, conforme recomendação de FÁVERO et al. (2009).

Posteriormente optou-se pela realização da correlação de Spearman ( $\rho$ ) para verificar a associação entre as variáveis redes de apoio e desempenho das cabanhas de ovinos.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após a análise dos resultados verificou-se o coeficiente de  $\rho=0,398$ , significante a 0,05 ( $p\text{-value}=0,000$ ). Assim é possível afirmar que existe associação positiva entre as redes de apoio e o desempenho das cabanhas de ovinos do Brasil. Tais informações podem ser melhor visualizadas no Quadro 2.

**Quadro 2 – Correlação de Spearman entre variáveis**

Variáveis	Coeficiente	P-value	N
Redes de Apoio	0,398	0,000	102
Desempenho			

Fonte: Autores

Resultado que corrobora com o exposto por Filion (1991), o qual destaca que as relações do empreendedor estão ligadas com o crescimento da empresa.

O desempenho está associado com as redes de relacionamento organizacional, uma vez que tais redes auxiliam a melhorar a comunicação com fornecedores, parceiros, na conquista por novos clientes (GALLON; ENSSLIN; SILVEIRA, 2009).

Os autores ZENG et al. (2010) também encontraram relação positiva entre a cooperação nas redes de pequenas e médias empresas, e o desempenho. Assim como HUANG, LAI, LO (2012), além disso, entre os achados dos autores está a influencia dos laços do empresário, e do capital humano com o desempenho organizacional por meio da rede de negócios.

O desempenho organizacional relaciona-se com a maneira como a empresa atua, se individual ou em rede, possibilitando a satisfação de seus clientes, satisfação dos funcionários (WEGNER et al., 2016; GOMES; CALLADO, 2017). Isso ocorre, pois as organizações que atuam em redes estão expostas a colaboração, confiabilidade, parceria com as demais organizações.

O estudo de CENTENARO; LAIMER (2017) esclarece que as redes nem sempre possuem associação com desempenhos, os autores não encontraram vantagem, em sua amostra, em relação aos seus concorrentes e nem com instituições locais que poderiam formar parcerias. Encontrou relação positiva apenas entre o desempenho e a relação com os fornecedores, organizações inseridas em redes possuem vantagem competitiva superior às que atuam individualmente. Ou seja, o desempenho organizacional não se relaciona como a forma de atuação da empresa, apenas a vantagem competitiva é distinta.

#### 4. CONCLUSÕES

Conclui-se que para a amostra considerada neste estudo as redes de apoio em que as cabanhas estão inseridas influenciam no desempenho das mesmas. As parcerias criadas com clientes e fornecedores, a troca de conhecimento entre as cabanas está diretamente ligada ao resultado.

O estudo limitou-se a investigar apenas cabanas do Brasil. Como sugestão de pesquisa futura aconselha-se realizar um estudo comparativo entre a relação redes de apoio e desempenho de cabanas brasileiras e de cabanas do exterior. Para averiguar possíveis divergências entre os países.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CENTENARO, A.; LAIMER, C. G. Relações de cooperação e a competitividade no setor supermercadista. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios-RBGN**, v. 19, n. 63, p. 65-81, 2017.
- COVIN, J. G.; MILLER, D. International entrepreneurial orientation: conceptual considerations, research themes, measurement issues, and future research directions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 38, n. 1, p. 11-44, 2014.
- FÁVERO, L. P.; BELFIORE, P.; SILVA, F. L.; CHAN, B. L. **Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- GALLON, A. V.; ENSSLIN, S. R.; SILVEIRA, A. Rede de relacionamentos em pequenas empresas de base tecnológica (EBTS) incubadas: um estudo da sua importância para o desempenho organizacional na percepção dos empreendedores. **JISTEM-Journal of Information Systems and Technology Management**, v. 6, n. 3, p. 551-572, 2009.
- GOMES, A. K. L. J.; CALLADO, A. L. C. Desempenho Organizacional das MPES: Estudo Comparativo entre Empresas Cooperadas e Não Cooperadas. **Revista Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 20, n. 3, p. 347-369, 2017.

- GUPTA, A. K.; GOVIDARAJAN, V. Business unit strategy, managerial characteristics, and business unit effectiveness at strategy implementation. **Academy of Management Journal**, v. 27, n. 1, p. 25-41, 1984.
- HUANG, H-C.; LAI, M-C.; LO, K-W. Do founders' own resources matter? The influence of business networks on start-up innovation and performance. **Technovation**, v. 32, n. 5, p. 316-327, 2012.
- JENSSEN, J. I.; NYBAKK, E. Inter-organizational innovation promoters in small, knowledge-intensive firms. **International Journal of Innovation Management**, v.13, n.3, p. 441-466, 2009.
- LAZZAROTTI, F.; TASCA DA SILVEIRA, A. L.; CARVALHO, C. E.; ROSSETTO, C. R.; CORREIA SYCHOSKI, J. Orientação Empreendedora: Um estudo das dimensões e sua relação com desempenho em empresas graduadas. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v.19, n.6, 2015.
- LOPES, G. S.; SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. **REAd. Revista Eletrônica de Administração**, v.11, n.6, p. 1-21, 2005.
- LUMPKIN, G. T.; DESS, G. G. Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: the moderating role of environment and industry life cycle. **Journal of Business Venturing, Georgia**, v. 16, n. 5, p. 429-451, 2001.
- LUMPKIN, G. T.; COGLISER, C. C.; SCHNEIDER, D. R. Understanding and measuring autonomy: An entrepreneurial orientation perspective. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 1, p. 47–69, 2009.
- MILLER, D. The correlates of entrepreneurship in three types of firms. **Management Science**, v. 29, n. 7, p. 770-791, 1983.
- MILLER, D. Miller (1983) revisited: a reflection on EO research and some suggestions for the future. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 35, n. 5, p. 873-894, 2011.
- MELLO, S. C. B.; LEÃO, A. L. M. S. Compreendendo a orientação empreendedora de empresas de alta tecnologia. In E. C. L. Souza & T. A. Guimarães (Orgs.), **Empreendedorismo além do plano de negócios**, p. 162-178. São Paulo: Atlas, 2005.
- OBERG, C.; GRUNDSTRÖM, C. Challenges and opportunities in innovative firms' network development. **International Journal of Innovation Management**, v. 13, n. 4, p. 593-613, 2009.
- PAIVA JR, F.G.; FERNANDES, N. C. M.; ALMEIDA, L. F. L. A competência de relacionamento contribuindo para o desenvolvimento de capital social da empresa de base tecnológica. **Revista de Negócios**, v. 15, n. 1, p. 11-28, 2010.
- SILVEIRA, B. R. **Orientação empreendedora, capacidades, ambiente e desempenho em cabanhas de ovinos do Brasil**. 2017. 133f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais), curso de Pós Graduação em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais, Universidade Federal de Pelotas.
- SILVEIRA, B. R.; SILVEIRA-MARTINS, E. Orientação empreendedora: uma análise bibliométrica em periódicos nacionais e internacionais. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 15, n. 4, 2016.
- WEGNER, D.; AGNES, J. I.; CALLADO, A. L. C.; CALLADO, A. A. C. Cooperar vale a pena? Uma análise comparativa do desempenho de empresas em rede, participantes de franquias e empresas individuais. **Revista de Administração**, v.14, n.1, p. 80-113, 2016.
- Zeng, S.X.;Xie,X.M.;Tam,C.M. Relationship between cooperation networks and innovation performance of SMEs. **Technovation**, v.30, n.3, p.181–194, 2010.