

CIÊNCIAS SOCIALMENTE APLICÁVEIS:

INTEGRANDO SABERES E
ABRINDO CAMINHOS

JORGE JOSÉ MARTINS RODRIGUES
MARIA AMÉLIA MARQUES

(Organizadores)

VOL III



EDITORA
ARTEMIS

2022

CIÊNCIAS SOCIALMENTE APLICÁVEIS:

INTEGRANDO SABERES E
ABRINDO CAMINHOS

JORGE JOSÉ MARTINS RODRIGUES
MARIA AMÉLIA MARQUES

(Organizadores)

VOL III



EDITORA
ARTEMIS

2022



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição-Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

| | |
|--------------------------|--|
| Editora Chefe | Prof. ^a Dr. ^a Antonella Carvalho de Oliveira |
| Editora Executiva | M. ^a Viviane Carvalho Mocellin |
| Direção de Arte | M. ^a Bruna Bejarano |
| Diagramação | Elisangela Abreu |
| Organizadoras | Prof. Dr. Jorge José Martins Rodrigues Prof. ^a Dr. ^a Maria Amélia Marques |
| Imagem da Capa | ciempies |
| Bibliotecário | Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422 |

Conselho Editorial

Prof.^a Dr.^a Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”, Cuba*
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, *Universidade Federal de Uberlândia*
Prof.^a Dr.^a Amanda Ramalho de Freitas Brito, *Universidade Federal da Paraíba*
Prof.^a Dr.^a Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*
Prof.^a Dr.^a Ana Júlia Viamonte, *Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal*
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano, Peru*
Prof.^a Dr.^a Angela Ester Mallmann Centenaro, *Universidade do Estado de Mato Grosso*
Prof.^a Dr.^a Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla, Espanha*
Prof.^a Dr.^a Carmen Pimentel, *Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro*
Prof.^a Dr.^a Catarina Castro, *Universidade Nova de Lisboa, Portugal*
Prof.^a Dr.^a Cirila Cervera Delgado, *Universidad de Guanajuato, México*
Prof.^a Dr.^a Cláudia Padovesi Fonseca, *Universidade de Brasília-DF*
Prof.^a Dr.^a Cláudia Neves, *Universidade Aberta de Portugal*
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, *Universidade Federal da Grande Dourados*
Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Espanha*
Prof.^a Dr.^a Deuzimar Costa Serra, *Universidade Estadual do Maranhão*
Prof.^a Dr.^a Dina Maria Martins Ferreira, *Universidade Estadual do Ceará*
Prof.^a Dr.^a Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, *Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal*



Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, Universidade de São Paulo
Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima
Prof.ª Dr.ª Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, México
Prof.ª Dr.ª Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste/ Universidad Tecnológica Nacional*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca*, Espanha
Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República*, Uruguay
Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara*, México
Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Gabriela Gonçalves, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal
Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, Universidade Federal do Triângulo Mineiro
Prof.ª Dr.ª Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal
Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Iara Lúcia Tescarollo Dias, Universidade São Francisco
Prof.ª Dr.ª Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura*, Peru
Prof.ª Dr.ª Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof. Dr. Ivan Amaro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío*, Chile
Prof.ª Dr.ª Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas
Prof. Me. Javier Antonio Alborno, *University of Miami and Miami Dade College*, USA
Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla – La Mancha*, Espanha
Prof. Dr. João Manuel Pereira Ramalho Serrano, Universidade de Évora, Portugal
Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES – Centro Universitário de Mineiros
Prof. Dr. José Cortez Godinez, Universidad Autónoma de Baja California, México
Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid*, Espanha
Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín*, Colômbia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Dr.ª Lúvia do Carmo, Universidade Federal de Goiás
Prof.ª Dr.ª Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo
Prof. Dr. Luis Fernando González Beltrán, Universidad Nacional Autónoma de México, México
Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha
Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodríguez, *Universidad Santiago de Compostela*, Espanha
Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, Universidade Federal de Sergipe
Prof.ª Dr.ª Mar Garrido Román, *Universidad de Granada*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Margarida Márcia Fernandes Lima, Universidade Federal de Ouro Preto
Prof.ª Dr.ª Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia
Prof.ª Dr.ª Maria Carmen Pastor, *Universitat Jaume I*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Maria do Céu Caetano, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Dr.ª Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal

Prof.ª Dr.ª Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana "José Antonio Echeverría"*, Cuba
Prof.ª Dr.ª Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras
Prof.ª Dr.ª Odara Horta Boscolo, Universidade Federal Fluminense
Prof.ª Dr.ª Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras
Prof.ª Dr.ª Paula Arcoverde Cavalcanti, Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Sérgio Bitencourt Araújo Barros, Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia
Prof.ª Dr.ª Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal
Prof.ª Dr.ª Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal
Prof. Dr. Turpo Gebera Osbaldo Washington, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*, Peru
Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa
Prof.ª Dr.ª Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande
Prof.ª Dr.ª Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca*, Colômbia

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C569 Ciências socialmente aplicáveis [livro eletrônico] : integrando saberes e abrindo caminhos: vol. III / Organizadores Jorge José Martins Rodrigues, Maria Amélia Marques. – Curitiba, PR: Artemis, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

Edição bilíngue

ISBN 978-65-87396-58-3

DOI 10.37572/EdArt_290522583

1. Ciências sociais aplicadas – Pesquisa – Brasil. I. Rodrigues, Jorge José Martins. II. Marques, Maria Amélia.

CDD 300

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

APRESENTAÇÃO

O livro que ora se encontra nas vossas mãos, no seu terceiro volume, é por tradição um livro de temática interdisciplinar e transdisciplinar no campo das ciências sociais aplicadas. É interdisciplinar porque cruza várias disciplinas do saber. A sua transdisciplinaridade fica a dever-se aos múltiplos campos do conhecimento abrangidos, com os trabalhos apresentados a inserirem-se em temáticas emergentes nos vários campos científicos.

A metodologia seguida na organização deste volume, podendo ser discutível, privilegiou os conteúdos dos artigos, o que originou o chapéu Educação-Organização-Informação, decomposto nos eixos temáticos: Educação e formação profissional, Organizações, trabalho e responsabilidade social, Informação, transparência e decisão. Na construção da estrutura de cada um destes eixos procurou-se seguir uma lógica em que cada artigo possa contribuir para uma melhor compreensão do artigo seguinte, gerando-se um fluxo de conhecimento acumulado que se pretende fluido e em espiral crescente.

Assim, o eixo Educação e formação profissional abarca um conjunto de dez artigos que se preocupam com a redução de desigualdades. Para tal advogam o recurso a metodologias de ensino e aprendizagem com recurso a mediadores que orientem metodologicamente estes processos, no sentido de implementar e respeitar valores éticos, de cidadania e direitos humanos. Pode também recorrer-se à formação contínua em contexto de trabalho, com recurso a comunidades virtuais de aprendizagem e orientação para determinadas áreas funcionais, recorrendo a processos educativos de formação e inovação educativa, através de metodologias de colaboração e cooperação. Tais processos não dispensam uma reflexão crítica do formando no processo de avaliação e consolidação dos conteúdos objeto de aprendizagem, como forma de o mesmo contribuir para um maior conhecimento a favor da comunidade.

O eixo Organizações, trabalho e responsabilidade social agrega um conjunto de nove artigos que se preocupam com o bem-estar da sociedade. Vivemos numa sociedade de organizações, em que a célula mais pequena e influente é a família. Esta socorre-se das suas redes de relações significativas – redes de negócios – para conseguir obter os seus objetivos através do trabalho em cooperação. Esta capacidade intrínseca da família constitui um ativo intangível potenciador de vantagem competitiva, a qual poderá ser preservada e ampliada através de ações de responsabilidade socialmente aceites. Esta praxis parece estar a modificar paulatinamente algumas organizações económicas e movimentos sociais, procurando a conciliação entre o trabalho e a família,

independentemente do setor económico, sociedade civil ou do estágio de vida em que o indivíduo se encontre, contribuindo para um envelhecimento saudável ativo.

Por sua vez, o eixo Informação, transparência e decisão é constituído por quatro artigos que demonstram preocupações com a qualidade da informação, seja ela voluntária ou obrigatória. Aquela deve ser transparente e tempestiva, e contribuir para um relato que siga padrões de referência socialmente aceites. Estas características são necessárias devido à transversalidade e utilidade da informação para a tomada de decisão, quer a nível público quer a nível privado.

Com a disponibilização deste livro e seus artigos esperamos que os mesmos gerem inquietude intelectual e curiosidade científica, procurando a satisfação de novas necessidades e descobertas, motor de todas as fontes de inovação.

Jorge Rodrigues, ISCAL/IPL, Portugal

Maria Amélia Marques, ESCE/IPS, Portugal

SUMÁRIO

EDUCAÇÃO - ORGANIZAÇÕES - INFORMAÇÃO

EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL

CAPÍTULO 1.....1

DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL DO PROFESSOR PRIMÁRIO EM MOÇAMBIQUE

Maura Juçá Manoel

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225831

CAPÍTULO 2..... 15

IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN LOS ESTUDIANTES DEL ÁREA DE LA SALUD

Alida Bella Vallejo-López

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225832

CAPÍTULO 3.....24

PROYECTO WEB DIGITAL PARA POTENCIAR EL APRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS, BASADO EN UNA COMUNIDAD VIRTUAL DE APRENDIZAJE (CVA)

Moisés Ramón Villa Fajardo

Agustina Ortiz Soriano

Karla Fabiola Barajas Pérez

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225833

CAPÍTULO 4.....32

CARACTERIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA DE LOS JÓVENES BACHILLERES DEL CANTÓN ESMERALDAS

Jenny Cristina Cervantes Intriago

Joyce Oriana Arboleda Orejuela

Verónica Elizabeth Aguilar Quiñónez

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225834

CAPÍTULO 5.....42

IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO BIOÉTICA NO ENSINO DAS COMUNIDADES ANGOLANAS

Benvinda Bibiana de Fátima Pembelindjele Caita

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225835

CAPÍTULO 6.....52

IMPACTO DE LA RÚBRICA COMO GUÍA DEL DISPOSITIVO DE EVALUACIÓN EN LA ENSEÑANZA DEL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE

Jorge Ezequiel Moyano

Emilio Izarra

Matías Moncho

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225836

CAPÍTULO 767

IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER DE MINDFULNESS PARA REDUCIR EL ESTRÉS EN ALUMNOS EN SU PRUEBA DE APTITUD ACADÉMICA PARA INGRESO AL INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY EN TOLUCA

Carlos Fernando Leal Gómez

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225837

CAPÍTULO 8..... 86

DETECCIÓN DE ERRORES ORTOGRÁFICOS PARA LA VALIDACIÓN DE LA CALIDAD EN DATOS ABIERTOS GUBERNAMENTALES PARA LA MÉTRICA DEL FACTOR SYNTACTIC CORRECTNESS

Roxana Martínez

Christian Parkinson

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225838

CAPÍTULO 9.....97

ÁREA DE FOMENTO Y PROMOCIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN EL OBSERVATORIO DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD DE OTAVALO

Edwin Santiago Núñez Naranjo

Jesús Francisco González Alonso

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2905225839

CAPÍTULO 10..... 110

RELIGIOUS EDUCATIONAL REFORMS AND THE SHAPING OF MOROCCAN IDENTITY: ISLAMIC EDUCATION TEXTBOOKS AS A CASE STUDY

Somaya Zine-Dine
Moulay Sadik Maliki

 https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258310

ORGANIZAÇÕES, TRABALHO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

CAPÍTULO 11.....126

CARTOGRAFIA DA FAMÍLIA EMPRESÁRIA: PERCURSORES, CONCEITOS E EMERGÊNCIA DE MODELOS TEÓRICOS

Jorge José Martins Rodrigues
Maria Amélia André Marques

 https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258311

CAPÍTULO 12..... 144

SERÁ QUE A UNIÃO FAZ A FORÇA INDEPENDENTEMENTE DA DIMENSÃO DOS INTERVENIENTES? UM ESTUDO SOBRE AS RAZÕES DE INTEGRAÇÃO EM REDE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS PORTUGUESAS

Lara Sofia Mendes Bacalhau
Guilhermina Maria de Silva Freitas

 https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258312

CAPÍTULO 13.....159

PODERÁ A RBV CONSIDERAR OS RECURSOS TANGÍVEIS COMO ESTRATÉGICOS? UMA CONTRIBUIÇÃO PARA A ANÁLISE DE RECURSOS VRIO – VISÃO HISTÓRICA

Lara Sofia Mendes Bacalhau
Guilhermina Maria de Silva Freitas

 https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258313

CAPÍTULO 14.....174

“CUSTOMER ORIENTATION AND MANAGEMENT CONTROL IN THE PUBLIC SECTOR: A GARBAGE CAN ANALYSIS”. *UMA ANÁLISE EPISTEMOLÓGICA E ONTOLÓGICA*

Guilhermina Maria de Silva Freitas
Lara Sofia Mendes Bacalhau

 https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258314

CAPÍTULO 15 184

DISCURSOS PERCEPCIONES Y AGENDA DE REFORMA LABORAL-FLEXIBILIDAD ARGENTINOS. PROCESO INTERPRETATIVO Y CULTURA ORGANIZACIONAL 2018-2022

Liliana Edith Ferrari

Andrea Karina Batista Teliz

Esteban Córdoba

Lautaro Cirami

 https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258315

CAPÍTULO 16 196

INCORPORAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA TOMADA DE DECISÃO ESTRATÉGICA NUMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR

Maria Dulce da Costa Matos e Coelho

 https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258316

CAPÍTULO 17 210

A CONCILIAÇÃO ENTRE A VIDA PROFISSIONAL, FAMILIAR E PESSOAL NA COMUNICAÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL – UMA ANÁLISE DAS ORGANIZAÇÕES CERTIFICADAS COMO FAMILIARMENTE RESPONSÁVEIS

Elisabete Correia

 https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258317

CAPÍTULO 18 229

ASSOCIAÇÕES QUE PROMOVEM O ENVELHECIMENTO ATIVO; UMA FERRAMENTA NO FUTURO DO DESENVOLVIMENTO LOCAL

Maria da Graça Moreira

 https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258318

CAPÍTULO 19 237

PROTEÇÃO À MULHER NO HORIZONTE DA PACIFICAÇÃO SOCIAL

Marzely Gorges Farias

Zelindro Ismael Farias

Cleia Demétrio Pereira

Martha Inés Moreno Mendel

 https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258319

INFORMAÇÃO, TRANSPARÊNCIA E DECISÃO

CAPÍTULO 20251

A ANÁLISE DISCRIMINANTE, O *GOING CONCERN* E O *SCORING* – UM *OVERVIEW*

Cândido Jorge Peres Moreira
Mário Alexandre Guerreiro Antão
Domingos Custódio Cristóvão
Hélio Miguel Gomes Marques
Pedro Miguel Baptista Pinheiro
Catarina Carvalho Terrinca

 https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258320

CAPÍTULO 21263

DETERMINANTES DA OPINIÃO MODIFICADA DA AUDITORIA NOS MUNICÍPIOS PORTUGUESES DE MÉDIA DIMENSÃO (2016-2018)

Paula Gomes dos Santos
Carla Martinho
Raquel Lopes

 https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258321

CAPÍTULO 22 277

ANÁLISIS DEL MERCADO DE CAPITALES DEL ECUADOR

Carolina Uzcátegui Sánchez
Karen Michel Serrano Orellana

 https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258322

CAPÍTULO 23289

CONTABILIDADE PÚBLICA E IPSAS EM PORTUGAL: O SISTEMA DE NORMALIZAÇÃO CONTABILÍSTICA PARA AS ADMINISTRAÇÕES PÚBLICAS

Maria da Conceição da Costa Marques

 https://doi.org/10.37572/EdArt_29052258323

SOBRE OS ORGANIZADORES307

ÍNDICE REMISSIVO 308

CAPÍTULO 12

SERÁ QUE A UNIÃO FAZ A FORÇA INDEPENDENTEMENTE DA DIMENSÃO DOS INTERVENIENTES? UM ESTUDO SOBRE AS RAZÕES DE INTEGRAÇÃO EM REDE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS PORTUGUESAS

Data de submissão: 10/03/2022

Data de aceite: 28/03/2022

Lara Sofia Mendes Bacalhau¹

Polytechnic of Coimbra
Coimbra Business School Research Centre
ISCAC, Coimbra Portugal
Coimbra – Portugal
<https://orcid.org/0000-0001-9674-4167>

Guilhermina Maria de Silva Freitas

Polytechnic of Coimbra
Coimbra Business School Research Centre
ISCAC, Coimbra Portugal
Coimbra – Portugal
<https://orcid.org/0000-0002-4929-7074>

RESUMO: Seguindo alguns provérbios populares portugueses “a união faz a força”, “se todos remarem no mesmo sentido é mais fácil fazer deslizar o barco”, ideias que podem ser aplicadas a um leque muito alargado de ações em que o trabalho em cooperação se apresenta como benéfico para todos os que o integram. Aplicando estas observações à vida das empresas, num ambiente crescente de necessidades de recursos, não é de estranhar que as alianças entre empresas sejam cada vez mais comuns independentemente do enfoque

¹ Autor Correspondente: lmendes@iscac.pt

em que estas alianças são constituídas. Este estudo segue uma perspetiva económica centrada em especial na abordagem efetuada pela Resource Based View (RBV) e pela teoria das redes para a compreensão das razões da cooperação entre um conjunto de micro e pequenas-empresas localizadas na região Centro de Portugal comercializando produtos alimentares tradicionais.

PALAVRAS-CHAVE: Micro e Pequenas empresas. Cooperação. Redes de negócio. Criação de valor.

DOES UNION MAKE STRENGTH REGARDLESS OF THE SIZE OF THE ACTORS? A STUDY ON THE REASONS FOR INTEGRATING PORTUGUESE MICRO AND SMALL COMPANIES INTO A NETWORK

ABSTRACT: Following the popular Portuguese proverbs, unity is strength”, “if everyone rows in the easiest way to make the boat slide”, “if everyone can be applied to a very wide range of actions in which the same sense of work is cooperation if presents as beneficial to all who are part of it. Applying these observations, in an environment of increasing life needs of companies, it is not surprising that alliances between companies are increasingly independent of the focus in which these common alliances are constituted. This study follows an economic perspective focused in particular on the approach implemented by the Resource-Based Vision (RBV) and by network

theory to understand small and cooperative practices between a set of small companies located in Central Portugal selling traditional food products.

KEYWORDS: Micro and Small companies. Cooperation. Business networks. Value creation.

1 INTRODUÇÃO

O ambiente de negócios em que as empresas operam está sempre sujeito a alterações, nos nossos dias podemos apontar com principais fatores a globalização das economias, a maior competição resultante da introdução de novas formas de estar no mercado reduzindo a dimensão relativa de cada empresa no mercado, facto tanto mais relevante quanto menor a sua dimensão.

Por forma a dotar as organizações de uma maior intervenção no mercado as alianças surgem como uma possibilidade de redução das desvantagens destas empresas face às suas principais características, pelo que podem ter por objetivo diferentes níveis da organização dado que cada uma delas integra diferentes sistemas relacionais, pelo que é difícil isolar a interdisciplinaridade que leva a que as empresas recorram a alguma forma de se conectarem entre si, facto que segundo CHIA-HUI (2006) tem acontecido muito frequentemente, nas últimas décadas, quer em número quer em diversidade.

Sem esquecer esta interdisciplinaridade, DI GUARDO e HARRIGAN (2012) apontam cinco principais possibilidades de abordagem das razões para a existência de interconexão empresarial, neste trabalho será seguida a sua abordagem económica, sugerindo que a cooperação/competição como base primeira para a formação das alianças entre empresas, na procura do desempenho económico das empresas integrantes. As motivações económicas são, aqui, a base e centram-se na importância e no papel das alianças para aumentar valor nas alternativas estratégicas para o desenvolvimento de vantagens competitivas.

2 BASES TEÓRICAS

Com a complexificação do ambiente em que as empresas atuam nos últimos de 40 anos a esta parte, estas perceberam que não poderiam continuar a ser “ilhas de coordenação planeada num oceano de transações de mercado” (RICHARDSON, 1972) onde estavam bem presentes as suas características atomísticas, e a grande hostilidade a que estavam sujeitas por parte do mercado, percebendo-se que a sua autossuficiência não lhes permitia atingir os objetivos.

Com o decorrer dos tempos os mercados passaram a ser vistos, pelo menos por uma corrente de pensamento, como espaços onde se poderiam abranger redes de

cooperação, considerando que não existem empresas a operar no mercado completamente isoladas como se pode perceber perante um cenário cada vez mais competitivo. Neste identificam-se estruturas de relações de negócios (consórcios, alianças, *joint ventures*, etc) em que as empresas estão profundamente enraizadas.

Se as interdependências para relacionamentos de negócios podem oferecer inúmeras oportunidades para as empresas, é certo que também lhes impõem algumas restrições pelo que se as relações comerciais podem ser gratificantes também se apresentam como muito exigentes (HÅKANSSON; SNEHOTA, 1989).

Da análise das diferentes formas de estruturas de relações de negócio pode-se encontrar uma variedade de razões das quais se podem referir, o acesso a canais de distribuição, a redução de custos, a partilha de riscos, e o acesso ao mercado (BARRINGER; HARRISON, 2000). Alguns dos motivos principais para a formação destas estruturas de negócio e seus consequentes benefícios económicos obtidos por empresas que estão envolvidas em relações comerciais podem ser considerados em diversos pontos, dos quais, pela sua ligação mais direta à vertente desempenho económico, salientamos:

1. Coordenação das diferentes atividades complementares (RICHARDSON, 1972);
2. Acesso e exploração de recursos externos, muitas vezes, complementares e capacidades (BARRINGER; HARRISON, 2000);
3. Desenvolvimento conjunto de novos recursos e capacidades (HÅKANSSON; SNEHOTA, 1989);

A teoria das redes faz, muitas vezes, analogia com as relações pessoais, por isso considera que as relações de negócios são fortes e estáveis, a longo prazo devendo evoluir continuamente ao longo do tempo, atravessando várias fases em que «adaptações» mútuas deverão ser feitas, tendo por base o compromisso percebido é aumentado e, conseqüentemente, reduzindo a “distância” entre as partes, isto é, cada vez mais parceiros terão que confiar uns nos outros (TURNBULL; FORD; CUNNINGHAM, 1996), o que vai acontecendo à medida que cada relação de negócios tem uma história própria defendendo assim a singularidade das relações de negócios (HÅKANSSON; SNEHOTA, 1989). Uma “estratégia de relacionamento” é aconselhado para a empresa (TURNBULL; FORD; CUNNINGHAM, 1996) se as relações comerciais tiverem importância relativa, na medida em que a obtenção de recursos seja mais fácil de conseguir desta forma.

Pelo exposto a teoria das redes vem-nos dizer que, num mercado cada vez mais globalizado e competitivo, as relações de negócio são a forma que as empresas devem recorrer para poderem estar mais fortes neste confronto. Contudo é certo que tal opção vai fazer com que as empresas não se apresentem no mercado apenas por si, mas em conjunto com os seus parceiros da estrutura de negócios.

Proposição 1: As empresas integrantes da rede consideram que podem conseguir novos mercados com mais facilidade do que operando sozinhas.

Proposição 2: As empresas integrantes da rede consideram que podem conseguir mais valor acrescentado para os seus produtos que operando sozinhas.

Por seu lado outras formas de ver a relação empresa mercado parecem contrariar a visão anteriormente descrita, sem dúvida que as teorias baseadas nas diferenças de cada empresa no mercado, designadamente a visão PORTER (1980) com a sua análise competitiva da indústria e da RBV proposta por PENROSE em 1959.

Com o surgimento formal da RBV, em meados da década de 1980 a explicação dos diferenciais de desempenho que, até então estavam relacionados com condições estruturais das indústrias, passou a centrar-se nos recursos internos das empresas. A RBV adota a noção, que traça PENROSE (1959), que a empresa deve ser vista como englobando um “pacote de recursos”. A Origem histórica da RBV está indiscutivelmente relacionada com a teoria de PENROSE (1959) relativamente ao seu crescimento. Contudo, outras contribuições foram primordiais, das quais se salientam os estudos de SELZNICK e CARLSTON (1957) e ANDREWS (1971), estando a heterogeneidade da empresa considerada como o trampolim fundamental para a teorização baseada nos recursos. Nesta abordagem as empresas devem ser vistas como entidades heterogêneas possuindo dotação de recursos distintos como referenciou PENROSE, sendo corroborada nos estudos de AMIT e SCHOEMAKER (1993).

Desta forma esta teoria considera que as empresas estão dotadas de recursos diferentes, devendo implementar diferentes estratégias para mobilizar os seus recursos originais, e, conseqüentemente, vão diferir no desempenho por si alcançado. Além desta heterogeneidade entre as empresas, consideram-se também como pilares desta teoria, mecanismos de isolamento e limites ex post à concorrência, e incerteza ambiental (PETERAF, 1993; WERNERFELT, 1984; 1995).

O principal objetivo da RBV pode ser brevemente resumido pela procura da criação, manutenção e renovação de vantagem competitiva através dos recursos das empresas, tendo como ponto primordial o estudo da relação entre os recursos internos de uma empresa e o seu desempenho (BARNEY, 2000) aparecendo a lógica subjacente à RBV da seguinte forma:

1. Exploração das imperfeições dos fatores no mercado (BARNEY, 1986);
2. Aplicação de recursos idiossincráticos (BARNEY, 2000; DIERICKX; COOL, 1989);
3. Decisão sobre o desenvolvimento e implementação de recursos (AMIT; SCHOEMAKER, 1993),
4. Possibilidade de obtenção de vantagens competitivas (AMIT; SCHOEMAKER, 1993; CONNER, 2016; PETERAF, 1993).

Proposição 3: As empresas integrantes da rede consideram que têm vantagens competitivas face aos seus concorrentes fora da rede.

Proposição 4: As empresas integrantes da rede consideram que desta forma os riscos de investimento estão mais controlados.

Da exposição efetuada relativamente a estas duas teorias parece que elas se apresentam antagónicas, tomando como comparação as principais determinações de cada teoria, numa análise superficial parece que esta conclusão é indiscutível:

Quadro 1 - Comparação das perspetivas de análise entre Teoria das Redes e RBV.

| Pontos de análise | Teoria das Redes | RBV |
|--------------------|--|--|
| Unidade de análise | A rede | os recursos da empresa |
| Envolvente | Influência partilhada | Atomística |
| A empresa | Apresenta-se no mercado em rede | Apresenta-se no mercado isolada |
| | Orientada para o mercado | Orientada para a produção |
| | Limites pouco definidos | Direitos de propriedade |
| Estratégia | Exploração interna e externa dos recursos | Desenvolvimento dos recursos internos |
| | Construção de posições fortes na rede | Exploração da imperfeição dos fatores de produção |
| | Estratégia relacional | Estratégia competitiva |
| Recursos | Definidos pelos critérios da rede | Definidos pelo controlo |
| | Mutáveis | Imutáveis |
| | Heterogeneidade proveniente das operações internas e dos processos de troca com a rede | Heterogeneidade definida pelos recursos da empresa |
| | Recursos estratégicos para além das barreiras da empresa | Recursos estratégicos apenas os da empresa |
| | Complementaridade de recursos na rede | Complementaridade de recursos na empresa |

Para o raciocínio da RBV, a noção de recursos estratégicos está fortemente relacionada com o conceito de vantagem competitiva (vista aqui como a capacidade de criar, sustentar e renovar a rentabilidade da empresa, seja ela interpretada na visão ricardiana, de Pareto ou schumpeteriana). Este conceito não é estranho à teoria das redes, pelo contrário e, em última análise, apresenta-se como central na estratégia de relacionamento procurando igualmente, criar, manter e renovar, a rentabilidade da empresa no presente e no futuro. As noções de vantagem competitiva e posição da rede

não se apresentam antagónicas, será mesmo muito útil uma análise teórica cruzada entre estas duas perspetivas podendo a sua importância ir para além da simples conveniência sendo conceitualmente proveitosa para ambas as áreas de estudo.

A RBV pode superar algumas lacunas importantes, ou seja, seu ponto de vista realista de empresas isoladas, e limitações que se seguiu em abordar o desempenho da empresa em rede como GULATI; NOHRIA e ZAHEER (2000) considera que o desempenho das empresas pode ser compreendido de forma mais efetiva através da análise da rede de relações em que são incorporados, dado que as empresas ao adotarem uma postura relacional em vez de atomista podem ajudar a aprofundar a compreensão das fontes de diferenças entre estas duas condutas relativamente à rentabilidade. A teoria das redes, por seu lado, pode ajudar na compreensão da relação de negócio relativamente à sua natureza estratégica e relevância.

As teorias explanadas são associadas às hipóteses em estudo por forma a se poder compreender como os elementos da rede valorizam a sua integração perante o mercado e a forma de atingir mais valor para a empresa, bem como perceber se os elementos da rede percebem vantagens competitivas e conseqüentemente, a redução dos riscos operacionais.

Quadro 2 – Relação das teorias apresentadas com as proposições em estudo.

| | | |
|---------------------------------|---|--|
| N E T W O R K | <p>Proposição 1: As empresas integrantes da rede consideram que podem conseguir novos mercados com mais facilidade do que operando sozinhas.</p> <p>Proposição 2: As empresas integrantes da rede consideram que podem conseguir mais valor acrescentado para os seus produtos que operando sozinhas.</p> | <p>Mercado</p> <p>Geração valor</p> |
| | <p>Proposição 3: As empresas integrantes da rede consideram que têm vantagens competitivas face aos seus concorrentes fora da rede.</p> <p>Proposição 4: As empresas integrantes da rede consideram que desta forma os riscos de investimento estão mais controlados.</p> | <p>Posição Negocial</p> <p>Risco de Investimento</p> |
| R B V | | |

A ponte entre estas duas perspetivas pode ajudar a aperfeiçoar as ideias de PENROSE (1959) que foram complementadas por RICHARDSON (1972), afinando, desta forma, a racionalidade de recursos e sistemas baseados em rede entendendo a empresa como um conjunto de recursos (diretos e indiretos), incorporados numa rede mais ampla e não limitados apenas aos recursos diretos que detém.

3 ESTUDO EMPÍRICO

3.1 METODOLOGIA

O presente estudo pretende compreender as razões que levaram estas empresas a constituir-se em rede para tal foi elaborado, especificamente para este estudo, um questionário fechado, tendo por finalidade a recolha da opinião dos inquiridos. Este questionário foi estruturado em 4 grupos de 5 afirmações e pretende medir o grau de concordância dos respondentes perante as afirmações expressas, tendo sido utilizada uma escala de likert de cinco pontos. Como o tratamento dos dados será apenas qualitativo, centrado na medida de localização central designada por moda e nas percentagens da escolha de cada opção, não se impôs a necessidade de atribuição de correspondência numérica aos diferentes níveis da escala escolhida, nem numa lógica ordinal nem de intervalo.

A estrutura do questionário pretende dar corpo à compreensão das razões que levaram as empresas a integrar a rede avaliando 4 dimensões do seu quotidiano:

1. O mercado
2. A geração de valor
3. A posição negocial da empresa face aos concorrentes diretos
4. Os riscos de Investimento

As afirmações foram expressas de forma clara por forma a se adequarem ao grau de literacia de gestão dos respondentes.

3.2 O CASO E A INFORMAÇÃO RECOLHIDA

As empresas aqui em estudo estão integradas em rede informal procurando contrariar as naturais dificuldades de acesso ao mercado que a sua dimensão diminuta encerra, sendo constituída por 10 empresas produtoras e uma que se dedica à promoção e venda daqueles produtos. Esta separação de competências tem por base a especialização de cada um dos componentes da rede por forma a potenciar as competências de cada um junto do mercado, assim enquanto as entidades produtoras se centram nas competências do saber fazer, a entidade promotora detém o conhecimento do mercado, designadamente dos principais concorrentes potenciando a diferenciação da oferta e dos principais clientes, potenciando a satisfação das suas necessidades sendo caracterizados por lojas gourmet, lojas *delicatessen*, mercearias finas, mercado turístico e mercado tradicional.

Os produtos comercializados apresentam uma característica comum, a sua qualidade e genuinidade sendo provenientes de produções que apresentam como

principal preocupação o respeito pelos métodos de produção artesanais no respeito da tradição no seu processo produtivo. A variedade dos produtos apresentados tem por base a complementaridade da oferta da região da beira serra.

Quadro 3 - Os produtores e seus produtos integrantes da rede.

| | | | |
|--|--|--------------------------------------|--------------------------------------|
| P R O D U T O R E S | Ana Maria Brito - Produção de Doces e Licores, Ld ^a | Doces, licores aguardentes, mel | P R O D U T O S |
| | Salsicharia Soares & Damião; Ld ^a | Enchidos tradicionais de Arganil | |
| | Quinta do Ribeiro - Sociedade Agro-Turística, Ld ^a | Queijos de Cabra e Ovelha | |
| | Queijaria Quinta do Cruzeiro do Seixo, Ld ^a | Queijo Serra da Estrela | |
| | Panificadora Princesa do Alva, Ld ^a | Broa de batata e biscoitos regionais | |
| | Pão Quente - Centro gastronómico, Ld ^a . | Broa de milho e bolos conventuais | |
| | Alva Rio - Atividades hoteleiras, Unipessoal Ld ^a | Bucho recheado de Arganil | |
| | Sociedade Agrícola do Margarido | Vinho monocasta Touriga Nacional | |
| | Ventura e Castanheira, Ld ^a | Mel e pólen da Lousã | |
| | Verdes Verdades, Unipessoal, Ld ^a | Sal tradicional da Figueira da Foz | |

A entidade integradora destes produtores e que procede à comercialização dos produtos designa-se de “Saber Intemporal”, é uma microempresa resultante da ação empreendedora de quem, após um período de inatividade forçada, sentiu a necessidade de dinamizar os recursos da sua região, na procura de resposta que fizesse contrariar a exiguidade de soluções de ocupação ativa, pelo que esta rede se insere na integração vertical expressa por CHIA-HUI (2006).

A rede está em funcionamento com todos os elementos apresentados desde 2011, contudo, detinham atividade à data da integração na rede apenas 5 empresas, tendo-se verificado um aumento do volume de negócios para quatro empresas, algumas duplicaram esta variável contabilística, apenas para uma das empresas esta variável apresentou uma variação negativa.

Tabela 1 – variação do volume de vendas das empresas com atividade anterior à entrada na rede.

| Designação Fiscal | Designação comercial | 2012 | 2010 | % Var. |
|--|----------------------|-------|-------|--------|
| Salsicharia Soares & Damião; Ld ^a | Fumeiro de Arganil | 2 788 | 2 759 | 1% |
| Panificadora Princesa do Alva, Ld ^a | Boutique da Tuxa | 279 | 295 | -5% |
| Ana Maria Brito - Produção de Doces e Licores, Ld ^a | Donanna | 119 | 54 | 120% |
| Ventura e Castanheira, Ld ^a | Apimel | 158 | 108 | 46% |
| Quinta do Ribeiro - Sociedade Agro-Turística, Ld ^a | Quinta do Ribeiro | 34 | 9 | 265% |

Em face da proliferação de critérios existentes em Portugal para a definição da dimensão das empresas, neste trabalho, e em consistência com a origem dos dados financeiros, a classificação das dimensão das empresas tem por base os valores do seu volume de negócios e do número médio de pessoas que teve ao seu serviços como funcionários, durante o ano de 2013, dados recolhidos na base de dados designada por Sistema de Análise de Balanços Ibéricos – SABI e os critérios definidos legalmente para a definição das normas contabilísticas e de relato financeiro a aplicar, designadamente os critérios constantes da lei 20/2010 relativamente às pequenas entidades, e na lei 35/2010 para as micro entidades.

Em consequência desta classificação 90% das empresas integrantes desta rede são microempresas, mas importa realçar que a única empresa classificada como Média, apenas excede um dos limites que compõem esta classificação em setenta euros, pelo que, na sua essência, ela é, também, uma microempresa.

Tabela 2 – Valores apresentados pela empresa para os critérios de classificação da sua dimensão.

| DESIGNAÇÃO DA EMPRESA | 2013 | | |
|--|------------|-------------|-------------------|
| | VOLUME DE | MÉDIA ANUAL | DIMENSÃO(1) |
| | RENDIMENTO | EMPREGADOS | |
| Ana Maria Brito - Produção de Doces e Licores, Ld ^a | 130 | 2 | Micro |
| Salsicharia Soares & Damião; Ld ^a | 2.480 | 35 | Pequena |
| Quinta do Ribeiro - Sociedade Agro-Turística, Ld ^a | 41 | 1 | Micro |
| Queijaria Quinta do Cruzeiro do Seixo, Ld ^a | 84 | 1 | Micro |
| Panificadora Princesa do Alva, Ld ^a | 174 | 9 | Micro |
| Pão Quente - Centro gastronómico, Ld ^a . | n.d | n.d | n.d |
| Alva Rio - Atividades hoteleiras, Unipessoal Ld ^a | 34 | 2 | Micro |
| Sociedade Agrícola do Margarido | 127 | 4 | Micro |
| Ventura e Castanheira, Ld ^a | 124 | 3 | Micro |
| Verdes Verdades | 16 | 1 | Micro |
| | | | Unidade: Milhares |
| (1) - De acordo com a normalização contabilística | | | |

4 RESULTADOS

Da análise dos inquéritos recolhidos, a sua totalidade, verifica-se que nas afirmações relacionadas com o mercado, os inquiridos, quase na sua totalidade,

responderam que – concordo - ou - concordo totalmente - com as afirmações apresentadas, sendo a Moda sempre representativa de mais de 50% das respostas, verificando-se pouca dispersão nas suas opções de escolha.

Tabela 3 – Moda e % das respostas obtidas para a avaliação da importância do fator mercado na adesão à rede.

| Descrição | Moda | % |
|---|---------------------|-----|
| A decisão de adesão à rede teve por base o aumento das vendas para os clientes habituais | Concordo | 60% |
| A decisão de adesão à rede teve por base o aumento das vendas para clientes menos habituais | Concordo totalmente | 60% |
| A decisão de adesão à rede prendeu-se com a possibilidade de encontrar novos clientes | Concordo totalmente | 60% |
| A decisão de adesão à rede prendeu-se com a certeza de encontrar novos clientes | Concordo totalmente | 50% |
| A decisão de adesão à rede foi tomada por ser a única forma de conseguir novos clientes | Concordo | 60% |

Questionados sobre a importância da geração de valor como motivação para a adesão à rede, as empresas não incidiram as suas escolhas nas opções – concordo - ou - concordo totalmente -, relativamente à moda esta amostra apresenta-se, à semelhança da anterior como unimodal. Da análise das afirmações em estudo assinaladas verifica-se uma não escolha, quase integral, das opções indicadas.

Tabela 4 - Moda e % das respostas obtidas para a avaliação da importância do fator geração de valor na adesão à rede.

| Descrição | Moda | % |
|---|---------------------------|------|
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir a venda dos produtos a um preço mais elevado | Concordo totalmente | 40% |
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir a redução de aquisição de recursos produtivos | Discordo totalmente | 100% |
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir uma maior ocupação dos recursos existentes | Nem concordo nem discordo | 60% |
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir uma maior ocupação dos recursos humanos existentes | Nem concordo nem discordo | 60% |
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir uma maior ocupação dos recursos físicos existentes | Nem concordo nem discordo | 60% |

A análise ao fator posição negocial da empresa face aos concorrentes diretos, aparece bem diferente e inversa face á anterior estando as opções de resposta centradas na opção - concordo totalmente - atingindo para a quase totalidade das afirmações em estudo valores superiores a 70%.

Tabela 5 - Moda e % das respostas obtidas para a avaliação da importância do fator posição negocial da empresa.

| Descrição | Moda | % |
|---|---------------------|-----|
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir o acesso aos clientes de forma mais fácil que os concorrentes | Concordo totalmente | 70% |
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir maior volume de negócios que os concorrentes | Concordo | 60% |
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir que os produtos cheguem aos clientes de forma mais rápida | Concordo totalmente | 80% |
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir que os produtos cheguem aos clientes em condições de transporte mais adequadas | Concordo totalmente | 70% |
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir que os produtos cheguem aos clientes em embalagens mais adequadas | Concordo totalmente | 80% |

O último fator em análise, o risco de investimento não recolhe muitas opções para as afirmações expressas, não apresentando para a maior parte das afirmações em estudo a concordância total. Ainda que as opções – concordo - tenham apresentado as percentagens mais elevadas elas estão muito próximo da opção - nem concordo nem discordo -.

Tabela 6 - Moda e % das respostas obtidas para a avaliação da importância do fator Risco de Investimento.

| Descrição | Moda | % |
|--|---------------------------|-----|
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir uma maior certeza no escoamento do aumento de produção | Concordo totalmente | 70% |
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir que os investimentos efetuados se recuperem mais rapidamente | Nem concordo nem discordo | 50% |
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir um melhor conhecimento da capacidade de absorção dos mercados | Concordo | 60% |
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir uma melhor rentabilização dos investimentos efetuados | Concordo | 60% |
| A decisão de adesão à rede foi tomada por permitir menor risco de operação no mercado | Concordo | 60% |

5 CONCLUSÕES, PROPOSTAS DE ESTUDO E LIMITAÇÕES

Dos resultados apresentados os fatores em estudo que se revelam de maior importância para a adesão em rede são os fatores de mercado e de posição negocial face aos concorrentes, não se mostrando muito relevante os fatores de geração de valor, em especial pela via de aproveitamento de sinergias na obtenção de recursos, nem os fatores inerentes à gestão do risco de investimento.

Estas verificações não se apresentam de forma não explicável, já que os produtos comercializados são muito variados, sendo a base da existência desta rede que se baseia na sua complementaridade sendo as fontes de recursos também elas muito diversificadas- Por outro lado os recursos necessários para cada uma das produções não se apresentam como escassos ou de difícil acesso e colocação na produção.

A pouca importância do fator risco de investimento pode ser justificada atendendo a diversos fatores:

1. A dimensão reduzida das entidades em cooperação,
2. O ambiente económico nacional pouco propício a investimentos,
3. A existência de capacidade ociosa por parte dos recursos das empresas, permitindo o aumento de produção sem proceder ao aumento da estrutura existente,
4. A pouca sensibilidade para a rentabilização de recursos que, na maior parte das vezes integram o património próprio, não sendo opção a sua alienação,
5. A dificuldade de afetação dos recursos existentes a outros fins,
6. A baixa literacia financeira e financista dos detentores da microempresas.

Dos resultados evidenciados podemos concluir que as proposições 1 e 3 apresentam resultados que permitem que sejam claramente suportadas, enquanto a proposição 4 não apresenta consenso nas opções escolhidas para se poder emitir esta opinião, contudo também não permite a consideração do seu não suporte. A proposição 2 apresenta-se sem condições para poder ser suportada.

Tabela 7 – Resumo dos resultados das proposições.

| Proposição | | Resultado |
|------------|--|----------------------|
| P1 | As empresas integrantes da rede consideram que podem conseguir novos mercados com mais facilidade do que operando sozinhas | Claramente suportada |
| P2 | As empresas integrantes da rede consideram que podem conseguir mais valor acrescentado para os seus produtos que operando sozinhas | Não suportada |
| P3 | As empresas integrantes da rede consideram que têm vantagens competitivas face aos seus concorrentes fora da rede | Claramente suportada |
| P4 | As empresas integrantes da rede consideram que desta forma os riscos de investimento estão mais controlados | Suportada |

Pelas conclusões apresentadas pode-se perceber que esta rede se enquadra na perspetiva económica de DI GUARDO e HARRIGAN (2012) e na perspetiva de geração de valor acrescentado apresentada por CHIA-HUI (2006) na convergência das alterações da estrutura e estatura que o serviço ao consumidor tem sofrido, tornando-se um ingrediente essencial para a diferenciação e vantagem competitiva de acordo com BROHMAN; PICCOLI; MARTIN; ZULKERNINE *et al.* (2009).

Da leitura do quadro de resultados podemos verificar que, no contexto das micro e pequenas empresas as teorias apresentadas fazem sentido, considerando as empresas que conseguem vantagens competitivas (base natural da RBV) de maior dimensão

quando não operam sozinhas no mercado (asserção intrínseca à teoria das redes). Ainda que pelo contexto específico e justificado face à dimensão da empresa e do contexto atual de mercado as restantes hipóteses não indiciem uma opção tão clara quanto ao seu suporte, estas teorias de forma alguma se apresentam como antagónicas no contexto deste estudo.

Escolher uma designação para esta rede apresenta-se tarefa não muito fácil, é necessário ter em presença a multiplicidade de linhas de reflexão para a definição de conceito de aliança e de relação em rede como é evidenciado pelo estudo de FRANCO e HAASE (2015), contudo parece-nos emergente o interesse económico, em especial no acesso aos mercados que estas empresas dão ao facto de se apresentarem em conjunto.

A resposta à questão de partida deste trabalho, se a união faz a força mesmo quando as partes são muito diminutas, podemos concluir que, pelo menos da perspetiva estudada os elementos integrantes da rede percecionam a sua importância quer na forma como têm acesso ao mercado, quer na vantagem competitiva assim conseguida. A melhor resposta está a ser dada por outras microempresas produtoras de produtos complementares aos já comercializados, mas integrando os mesmos requisitos de tradição e qualidade que querem fazer parte deste projeto.

Esta é a proposta de evolução deste trabalho, sem abandonar perspetiva económica de análise utilizada propõe-se o acompanhamento da rede uma vez que a partir do segundo semestre de 2015 os cooperantes vão quase duplicar passando de 10 para 19.

A principal limitação deste estudo centra-se na utilização de um questionário especificamente para este fim que, pela sua necessária extensão, congregada com o reduzido número de respondentes, não permitiu a sua validação estatística, contudo as perguntas foram desenhadas para poderem ser entendidas por todos, e ao longo do acompanhamento do preenchimento do inquérito não foi necessária a especificação do sentido das afirmações ou de expressões nelas contidas, o que poderá indiciar a adequada compreensão das questões para que a sua escolha seja consciente e deliberada.

6 AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho só foi possível pelo simpático acolhimento, abertura e compreensão das empresas envolvidas, denotando um interesse na realização do estudo e no conhecimento dos resultados obtidos, a concretização do desejado percurso assertivo tendo por companhia os agentes económicos que atuam no mercado e os académicos na sua missão de procura de mais conhecimento.

REFERÊNCIAS

- AMIT, R.; SCHOEMAKER, P. J. H. Strategic assets and organizational rent. **Strategic Management Journal**, 14, n. 1, p. 33-46, Jan 1993.
- ANDREWS, K. R. New Horizons in Corporate Strategy. **Mckinsey Quarterly**, 7, n. 3, p. 34-43, 1971.
- BARNEY, J. B. Strategic factor markets: expectations, luck, and business strategy. **Management Science**, 32, n. 10, p. 1230-1241, Oct 1986.
- BARNEY, J. B. Firm resources and sustained competitive advantage (reprinted from JAI Press/Ablex, vol 17, pg 99, 1991). **Advances in Strategic Management, Vol 17, 2000**, 17, p. 203-227, 2000. Reprint.
- BARRINGER, B. R.; HARRISON, J. S. Walking a tightrope: Creating value through interorganizational relationships. **Journal of Management**, 26, n. 3, p. 367-403, 2000.
- BROHMAN, M. K.; PICCOLI, G.; MARTIN, P.; ZULKERNINE, F. *et al.* A Design Theory Approach to Building Strategic Network-Based Customer Service Systems*. **Decision Sciences**, 40, n. 3, p. 403-430, Aug 2009.
- CHIA-HUI, H. Exchange-based Value Creation System for network Relationships Management". **The Journal of American Academy of Business**, 9, n. 1, p. 202-209, 2006.
- CONNER, K. R. A Historical Comparison of Resource-Based Theory and Five Schools of Thought Within Industrial Organization Economics: Do We Have a New Theory of the Firm? **Journal of Management**, 17, n. 1, p. 121-154, 2016.
- DI GUARDO, M. C.; HARRIGAN, K. R. Mapping research on strategic alliances and innovation: a co-citation analysis. **Journal of Technology Transfer**, 37, n. 6, p. 789-811, Dec 2012.
- DIERICKX, I.; COOL, K. Asset Stock Accumulation and the Sustainability of Competitive Advantage: Reply. **Management Science**, 35, n. 12, p. 1514-1514, Dec 1989. Letter.
- FRANCO, M.; HAASE, H. Interfirm Alliances: A Taxonomy for SMEs. **Long Range Planning**, 48, n. 3, p. 168-181, 2015/06/01/ 2015.
- GULATI, R.; NOHRIA, N.; ZAHEER, A. Strategic networks. **Strategic Management Journal**, 21, n. 3, p. 203-215, 2000.
- HÅKANSSON, H.; SNEHOTA, I. No business is an island: The network concept of business strategy. **Scandinavian Journal of Management**, 5, n. 3, p. 187-200, 1989/01/01/ 1989.
- PENROSE, E. **The Theory of the Growth of the Firm**. New York: John Wiley, 1959.
- PETERAF, M. A. The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. **Strategic Management Journal**, 14, n. 3, p. 179-191, Mar 1993. Article.
- PORTER, M. E. **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. Free Press, 1980. 9780029253601.
- RICHARDSON, G. B. The Organisation of Industry. **Economic Journal**, 82, n. 327, p. 883-896, 1972.
- SELZNICK, P.; CARLSTON, K. S. Law and the Structures of Social Action. **Administrative Science Quarterly**, 2, n. 2, 1957.

TURNBULL, P.; FORD, D.; CUNNINGHAM, M. Interaction, relationships and networks in business markets: an evolving perspective. **Journal of Business & Industrial Marketing**, 11, n. 3/4, p. 44-62, 1996.

WERNERFELT, B. A resource-based view of the firm. **Strategic Management Journal**, 5, n. 2, p. 171-180, 1984.

WERNERFELT, B. The resource-based view of the firm: Ten years after. **Strategic Management Journal**, 16, n. 3, p. 171-174, 1995.

SOBRE OS ORGANIZADORES

Jorge José Martins Rodrigues é economista. Licenciado, mestre e doutor em Gestão (ISCTE-IUL). Mestre e pós doutorado em Sociologia – ramo sociologia económica das organizações (FCSH NOVA). Professor coordenador no ISCAL – *Lisbon Accounting and Business School* / Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal. Exerceu funções de direção em gestão (planeamento, marketing, comercial, finanças) no setor privado, público e cooperativo. É investigador integrado no Instituto Jurídico Portucalense. Ensina e publica nas áreas de empresa familiar e família empresária, estratégia e finanças empresariais, gestão global, governabilidade organizacional, marketing, planeamento e controlo de gestão, responsabilidade social e ética das organizações.

Maria Amélia Marques, Doutora em Sociologia Económica das Organizações (ISEG/ULisboa), Mestre em Sistemas sócio-organizacionais da atividade económica - Sociologia da Empresa (ISEG/ULisboa), Licenciada (FPCE/UCoimbra), Professora Coordenadora no Departamento de Comportamento Organizacional e Gestão de Recursos Humanos (DCOGRH) da Escola Superior de Ciências Empresariais, do Instituto Politécnico de Setúbal (ESCE/IPS), Portugal. Membro efetivo do CICE/IPS – Centro Interdisciplinar em Ciências Empresariais da ESCE/IPS. Membro e Chairman (desde 2019 da ISO-TC260 HRM Portugal. Tem várias publicações sobre a problemática da gestão de recursos humanos, a conciliação da vida pessoal, familiar e profissional, os novos modelos de organização do trabalho, as motivações e expectativas dos estudantes Erasmus e a configuração e dinâmica das empresas familiares. Pertence a vários grupos de trabalho nas suas áreas de interesses.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Accountability 227, 263, 264, 265, 266, 274, 275, 276
Administrações públicas 289, 290, 294, 295, 299, 301, 303, 304, 306
Análise discriminante 251, 252, 260
Análise “Lata de lixo” 174
Anteriores opiniões modificadas 263, 266, 267, 268, 274
Aprendizaje Colaborativo 24
Área de promoção y fomento 97, 107
Ativos tangíveis 159, 167, 168, 301
Auditoria 100, 106, 260, 263, 264, 265, 266, 267, 274, 275, 276, 287, 293

B

Bioética 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51

C

Calidad de Datos Abiertos 87, 88, 95
Certificação 210, 211, 218, 221, 222, 223, 224, 274
Clasificación 97, 103, 104, 106, 108, 280
Comunidad Virtual de Aprendizaje 24, 26
Conciliação entre a vida profissional 210, 211, 212, 226, 227
Conocimientos financieros 32, 33, 35, 38, 39, 41
Contabilidade pública 274, 289, 290, 292, 295, 298, 303, 304, 305, 306
Continuidade 139, 252, 258, 260
Cooperação 144, 145, 146, 155, 196, 204
Criação de valor 144

D

Desenvolvimento profissional 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14
Direitos humanos das mulheres 237, 239, 240, 241, 242
Discurso 4, 10, 12, 110, 184, 185, 186, 190, 191, 195
Docente 1, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 12, 13, 15, 17, 19, 21, 51, 52, 54, 55, 57, 58, 60, 62, 63, 97, 184, 192, 247

E

Educação 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 10, 14, 42, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 202, 208, 214, 216, 227, 238, 239, 243, 246, 247, 248, 249, 264

Educación 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 27, 29, 32, 33, 34, 35, 38, 39, 40, 41, 50, 51, 68, 84, 85, 95, 98, 99, 105, 110, 111, 281, 288

Educación financiera 32, 33, 34, 35, 38, 39, 40, 41, 99

Educación Superior 15, 17, 19, 22, 25, 68, 105

Envelhecimento activo 229, 230, 231

Esmeraldas 32, 33, 34, 38, 39, 40

Estratégia 8, 11, 126, 146, 148, 164, 167, 170, 171, 186, 196, 197, 198, 199, 206, 208, 216, 301

Estrés 54, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85

Estudiante 15, 17, 19, 20, 52, 55, 56, 57, 58, 73

Evaluación formativa 52, 55, 56, 57, 59

Exámenes 67, 68, 70, 73, 75, 78, 82, 83

F

Falência 251, 252, 253, 254, 255, 256, 260, 261, 262

Família consanguínea 126, 132, 133, 134

Familiar e pessoal 210, 211, 212, 214, 215, 227

Feminicídio 237, 238, 239, 246, 247, 248, 249

Formação contínua 1, 2, 7, 12, 13, 14

G

Gens 126, 127, 134, 135, 136

Gobierno Abierto 87, 88, 95

H

Herramienta de validación 87, 92, 94

I

Identity 110, 112, 113, 119, 120, 122, 123

Ingeniería de Software 52, 54, 57

Instituições de Ensino Superior 196, 197, 200, 209

Investigação interpretativa 174, 177, 178, 179

Investigación 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 32, 34, 38, 39, 40, 41, 55, 65, 77, 84, 92, 95, 98, 99, 100, 104, 105, 106, 107, 184, 189, 191, 192

Islamic education 110, 112, 113, 114, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124

J

Jornadas Pedagógicas 1, 2, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13

Jóvenes bachilleres 32, 35, 36, 38, 39

L

Lei Maria da Penha 237, 239, 244, 247, 248, 249

M

Marketing 109, 143, 158, 174, 196, 197, 201, 204, 207

Mercado bursátil 277, 279, 281, 282, 283, 286, 287

Mercado de capitales 277, 279, 280, 281, 284, 285, 287, 288

Mercados financieros 277, 278, 279, 280, 287, 288

Micro e pequenas empresas 144, 155

Mindfulness 67, 68, 71, 72, 83, 84, 85

Monogâmica 126, 132, 136, 137

Moral 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 115, 116, 281

Municípios 231, 232, 233, 234, 236, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 273, 274, 275, 276

O

Observatorio de Ciencias Empresariales 97, 99, 100, 103, 104, 105, 106, 107, 108

Organizações familiarmente responsáveis 210, 213, 222

Orientação para o mercado 174

Ortografía en datos abiertos 87

P

Políticas públicas 26, 40, 108, 179, 237, 239, 243

Previsão 46, 245, 251, 252, 255, 256, 259, 261, 262

Psicología del trabajo 184, 185

Punaluana 126, 127, 132, 133, 134, 135

R

RBV Theory 159, 160

Recursos estratégicos 148, 159

Redes de negócio 144
Reforma 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 195, 289, 290, 302, 304, 305
Reforma laboral 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190
Reforms 110, 111, 112, 113, 116, 117, 119, 120, 121, 122, 123, 185
Regiões de baixa densidade 229
Relato de sustentabilidade responsabilidade social corporativa 210
Rendimiento académico 67, 84
Responsabilidade social 4, 44, 196, 197, 198, 200, 201, 202, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 215, 216, 217, 218, 220, 221, 222, 224, 225, 226
Rúbricas 52, 56, 57, 62, 65, 66, 257

S

Scoring 251, 252, 259, 260, 262
Setor Público 174, 180, 264, 265, 266, 267, 273, 275, 289, 291, 292, 293, 294, 295, 301, 304, 305
Sindiásmica 126, 127, 132, 135, 136, 137
Sistema de evaluación 52
SNC-AP 289, 290, 294, 295, 296, 301, 302, 303, 304, 305

T

Teoria institucional 174, 178, 183
Textbooks 28, 110, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 122, 123
Trabajadores 184, 185, 186, 190, 191, 192, 193, 194, 195

U

Universidade Sénior 229, 231, 235

V

Values 42, 43, 110, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 119, 120, 121, 122, 123, 192
Vantagens competitivas 145, 147, 148, 149, 155, 159, 165, 166, 167, 170
Violências de gênero 237, 242