

## CONFIANÇA EM REDES DE NEGÓCIOS: ABORDAGENS, DETERMINANTES E FORMAS DE MENSURAÇÃO

TRUST IN BUSINESS NETWORKS: APPROACHES, DETERMINING AND MEASUREMENT SHAPES

Ana Cláudia Azevedo<sup>1</sup>

Kelly Cristiny Chinelato Sacramento<sup>2</sup>

João Maurício Gama Boaventura<sup>3</sup>

Adalberto Américo Fischmann<sup>4</sup>

### RESUMO

A literatura atual não dispõe de uma explicação única para apresentar uma visão precisa da confiança em redes de negócios. Diante desse *gap*, o objetivo deste estudo foi identificar como os aspectos sociológicos e econômicos da confiança são abordados nos diferentes paradigmas da literatura de redes de negócios. A revisão teórica envolveu as matérias de redes e confiança, procurando evidenciar as perspectivas mais influentes sob as quais ambas se desenvolveram. A partir das bases *ISI Web of Science* e *SPELL*, realizou-se a análise de conteúdo de 63 artigos, dividida em descritiva (ano, aspectos metodológicos e paradigma teórico) e qualitativa (definições, determinantes e operacionalização da confiança). Como resultados, verificou-se que poucas definições de confiança se destacam e, na maioria, aparentam-se incompletas; identificou-se a recorrência de 15 determinantes distintos, destacando-se relacionamentos interpessoais e reputação. Entre conceitos e determinantes, observou-se que não há alinhamento entre a escola-base de confiança e o paradigma teórico de redes sob o qual eles são avaliados. As métricas para verificação da confiança centram-se na percepção dos atores sobre alguns determinantes, especialmente relacionamento interpessoal, reputação e histórico de transações. Concluiu-se que a confiança, para ser efetiva, deve ser analisada por meio da combinação de fatores sociológicos e econômicos. A contribuição deste estudo consiste em ampliar a compreensão acerca da confiança em redes de negócios em sua perspectiva multidimensional, oferecendo definições e formas de mensuração que integrem simultaneamente aspectos econômicos e sociológicos.

**Palavras-chave:** Redes de Negócio. Confiança. Paradigma Sociológico. Paradigma Econômico.

### ABSTRACT

The current literature does not have a single explanation to present an accurate picture of trust in business networks. Given this gap the objective of this study was to identify how the sociological and economic aspects of trust are addressed in different paradigms of business networking literature. The literature review involved matters of networks and trust, seeking to highlight the most influential perspectives under which both developed. From bases *ISI Web of Science* and *SPELL* held content analysis of 63 articles, divided into descriptive (year, methodological aspects and theoretical paradigm) and qualitative (definitions, determinants and op-

<sup>1</sup> Doutoranda em Administração pelo Programa de Pós-graduação em Administração da FEA-USP, SP. Mestre em Administração pela Fundação Mineira de Educação e Cultura - FUMEC, MG. [anaazevedons@gmail.com](mailto:anaazevedons@gmail.com)

<sup>2</sup> Mestre em Administração pelo Programa de Pós-graduação em Administração da FEA-USP, SP. [kellysacramento@gmail.com](mailto:kellysacramento@gmail.com)

<sup>3</sup> Mestre e Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo. Pós-Doutor em Administração na EAESP-FGV e Livre-Docente pela FEA-USP. Professor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA-USP). [j.boaventura@usp.br](mailto:j.boaventura@usp.br)

<sup>4</sup> Possui graduação em Administração pela Universidade de São Paulo; doutorado em Administração pela Universidade de São Paulo (1972); e pós-doutorado na Manchester Business School - UK. Professor Titular da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA-USP). [aafischm@usp.br](mailto:aafischm@usp.br)

erationalization of trust). As a result it was found that few trust settings stand and most appear to be incomplete; It identified the recurrence of 15 different determinants, emphasizing interpersonal relationships and reputation. Among concepts and determinants observed that there is alignment between the trust-based school and the theoretical paradigm networks in which they are evaluated. The metrics to verify the trust focus on the perception of the actors on some determinants of the same, especially interpersonal relationships, reputation and transaction history. It was concluded that the trust to be effective must be analyzed by combining sociological and economic factors. The contribution of this study is to improve the understanding of trust in business networks in a multidimensional perspective, offering definitions and ways of measuring simultaneously integrate economic and sociological aspects.

**Keywords:** Business networks. Trust. Sociological paradigm. Economic Paradigm.

## 1 INTRODUÇÃO

As redes de negócio mostram-se uma importante forma de organização das atividades econômicas atuais (SROKA; HITTMÁR, 2013) e são consideradas uma resposta às complexas e mutantes condições competitivas do mercado (ÁLVAREZ; MARIN; FONFRIA, 2009; BESSER; MILLER, 2011). O reconhecimento do fenômeno das redes despertou o interesse de pesquisadores de diversas áreas, destacando-se, entre elas, a sociologia e a economia. Assim, pode-se dividir a abordagem de redes em dois grandes paradigmas teóricos: o paradigma racional econômico e o paradigma social (GIGLIO; HERNANDES, 2012).

Não obstante o paradigma teórico escolhido, observa-se que, em nível geral, os estudos envolvendo redes de negócios têm se expandido consideravelmente nos últimos anos (GIGLIO; PUGLIESE; SILVA, 2012), buscando investigar mecanismos que expliquem a ação das organizações e seus resultados (ZAHEER; GÖZÜBÜYÜK; MILANOV, 2010).

Nesse aspecto, um elemento que tem se mostrado central para compreensão de como as empresas atuam, relacionam-se e cooperam entre si, apesar de suas diferenças e assimetrias, é a confiança (BESSER; MILLER, 2011; SANKOWSKA, 2015). A confiança entre os participantes de uma rede é característica fundamental e impulsionadora da competitividade e da própria sobrevivência da rede e de seus membros (GULATI; SYTCH, 2008).

Ao revisitar a literatura, verifica-se que ela é precisa no reconhecimento da influência da confiança nos relacionamentos interempresariais e no desenvolvimento da capacidade competitiva das redes de negócios. Exemplos dessa realidade são reconhecidos nos estudos de Zaheer, McEvily e Peronne (1998), Dyer e Chu (2003), Gulati e Nickerson (2008), Gulati e Sytch (2008), Besser e Miller, (2011), Masquietto, Sacomano Neto e Giuliani (2011), Maciel, Reinert e Camargo (2011) e Afuah (2013).

Contudo, assim como na literatura de redes tem-se a evolução dos estudos a partir de diferentes paradigmas, uma lógica relativamente semelhante parece se aplicar à literatura de confiança. De maneira geral, os estudos envolvendo esse construto diferenciam-se sob duas lentes teóricas. De um lado, têm-se pesquisadores, na maioria economistas, apontando o cálculo como base da confiança e, do outro, tem-se um grupo formado por pesquisadores da sociologia que defendem uma orientação de valores compartilhados entre os sujeitos como fonte de confiança (LANE; BACHMANN, 1998).

Mesmo diante do volume de estudos desenvolvidos nessa temática, de acordo com Sankowska (2015, p.4), “nenhuma explicação única está disponível atualmente para apresentar uma visão geral e precisa da confiança em redes”. Assim, considerando os diferentes paradigmas e as abordagens provenientes de ambas as literaturas - redes e confiança -, esse estudo propôs-se a responder à seguinte questão: qual a relação entre os aspectos sociológicos e econômicos da confiança e os paradigmas teóricos encontrados na literatura de redes de negócios? Teve-se como objetivo identificar como os aspectos sociológicos e econômicos da confiança são abordados nos diferentes paradigmas da literatura de redes de negócios.

Para o alcance desse objetivo, foram estabelecidos objetivos secundários, quais sejam: (I) identificar o delineamento de confiança em cada paradigma teórico de rede; (II) identificar os principais determinantes da confiança destacados na literatura de redes de negócio; e (III) descrever e analisar como a confiança é mensurada na literatura de redes de negócio. No intuito de fornecer uma análise mais aprofundada do estado atual da literatura de confiança em redes de negócio, esta revisão se concentrou nos artigos presentes nas bases *ISI Web of Science* e *SPELL Scientific Periodicals Electronic Library*, ambas escolhidas por constituírem-se em um relevante repositório da produção científica nacional e internacional.

Acredita-se que, apesar de sua natureza complexa (ROUSSEAU et al., 1998), a confiança é um elemento importante para o estabelecimento e a manutenção dos relacionamentos entre as empresas e, conseqüentemente, para a competitividade das redes (BESSER; MILLER, 2011). Portanto, estabelecer uma proposta de alinhamento, analisando e consolidando convergências e divergências presentes na literatura, e apontar ferramental para operacionalizar sua verificação pode favorecer uma melhor compreensão desse elemento complexo e intrinsecamente vinculado à dinâmica das redes de negócios. Assim, espera-se contribuir para o desenvolvimento de pesquisas futuras que se proponham a analisar a confiança em redes de negócio.

Este estudo está organizado da seguinte forma: primeiramente, apresenta-se uma revisão da literatura em matéria de redes de negócios e confiança, procurando, a partir de diferentes referenciais, evidenciar as perspectivas teóricas mais influentes sobre as quais ambas se desenvolveram, apresentando um resumo para análise dessas diferentes abordagens e paradigmas. Na sequência, faz-se uma exposição do método e dos critérios estabelecidos para realização da revisão. Apresenta-se então a discussão dos resultados, analisando-se as definições de confiança encontradas, os determinantes da confiança presentes nos artigos e como a confiança tem sido operacionalizada pela lente das diferentes abordagens e paradigmas. Por fim, encerra-se com uma discussão de algumas questões remanescentes na pesquisa atual de confiança em redes de negócios e propõe-se direcionamentos para o desenvolvimento de pesquisas futuras.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1 REDES DE NEGÓCIO

Os elevados níveis de competição em âmbito mundial aumentaram significativamente a pressão por flexibilidade nas operações das empresas, esgotando o modelo burocrático tradicional e favorecendo o desenvolvimento de modelos organizacionais mais flexíveis. Nesse aspecto, a organização em rede é descrita como a forma organizacional que caracteriza esse novo ambiente competitivo (ÁLVAREZ; MARIN; FONFRIA, 2009; BESSER; MILLER, 2011). As redes mostram-se uma importante forma de organização das atividades econômicas atuais (SROKA; HITTMÁR, 2013) e, em nenhum outro momento, receberam tanto interesse quanto agora (BALESTRIN; VERSCHOORE; REYES JR, 2010).

No âmbito organizacional, as redes são constituídas por relacionamentos verticais e horizontais entre a empresa e outros parceiros, tais como fornecedores, consumidores, competidores e outras entidades que apresentem significância estratégica para as firmas em questão (ZAHEER; GULATI; NOHRIA, 2000). O termo *redes de negócios* envolve muitos conceitos e classificações (BALESTRIN; VERSCHOORE; REYES JR, 2010), dificultando a determinação de uma definição única. Contudo, para fins de desenvolvimento deste estudo, adota-se a definição de Todeva (2006), que caracteriza as redes de negócios como:

Conjunto de transações repetitivas, baseadas em formações estruturais e relacionais com limites dinâmicos, incluindo elementos de interconexão (atores, recursos e atividades). Redes podem acomodar objetivos contraditórios e complementares de seus membros, facilitando o desenvolvimento de atividades conjuntas e intercâmbios repetitivos que têm direção específica e fluxo de informações, mercadorias, recursos heterogêneos, afeto individual, compromisso e confiança entre os membros (TODEVA, 2006, p.15).

Por suas características, esses arranjos podem prover para as empresas participantes acesso à informação, a recursos, mercados e tecnologia, com a vantagem de economizar no aprendizado, na escala e no escopo e permitir à empresa atingir objetivos estratégicos, como a divisão de riscos e a terceirização de estágios da cadeia de valor da empresa (ZAHEER; GULATI; NOHRIA, 2000).

O reconhecimento do fenômeno das redes despertou paralelamente o interesse dos pesquisadores, ocasionando uma expansão fragmentada dos estudos envolvendo essa temática (ZAHEER; GÖZÜBÜYÜK; MILANOV, 2010), o que é justificável segundo Morgan, Bergamini e Coda (1996), ao afirmarem que, dentro do campo organizacional, um fenômeno específico pode ser estudado à luz de diferentes paradigmas.

Antes de dar prosseguimento a esta discussão, para melhor compreensão do posicionamento dos paradigmas sob os quais se desenvolvem as ciências sociais e, conseqüentemente, a literatura de redes, cabe resgatar algumas reflexões oriundas dos estudos de Burrell e Morgan (1979). Os autores propuseram uma distinção epistemológica para classificação dos estudos organizacionais em duas amplas perspectivas: a abordagem positivista e a abordagem antipositivista. A primeira de cunho mais racional, voltada a explicar relações de causa e efeito na busca de leis gerais para as organizações sociais, e a segunda mais subjetiva, baseada na interpretação da realidade.

Nessa perspectiva, observa-se que, na literatura de redes, esses dois posicionamentos, direta e indiretamente, parecem ter sido amplamente explorados, condicionando diferentes leituras para a realidade estudada. Assim, de um lado, percebe-se uma corrente de estudos mais determinística, voltada para a ênfase em aspectos econômicos, de outro, uma corrente mais subjetiva suportada pela análise das relações sociais.

Pesquisadores, a exemplo de Tichy, Tushmam e Fombrum (1979), Oliver e Ebers (1998) e Giglio e Kwasnicka (2005), dedicaram-se a explorar o amplo leque de conceitos e teorias existentes na literatura, inferindo sistematizações quanto às grandes categorias que guiavam as pesquisas de redes. De acordo com Giglio e Hernandez (2012), as convergências dos estudos revelam-se acobertadas sob dois grandes paradigmas: o paradigma racional econômico e o paradigma social, diretamente alusivos à proposição epistemológica de Burrell e Morgan (1979).

No paradigma racional econômico, as redes são respostas competitivas das empresas, buscando melhores posições no mercado. O objeto de estudo mais frequente nesse paradigma são as variações econômicas e de recursos, custos, resultados de mercado, conhecimento adquirido e governança da rede. Nessa abordagem, a decisão em participar ou não da rede envolve análise dos custos e dos recursos envolvidos e as possíveis vantagens a serem obtidas (GIGLIO; HERNANDES, 2012).

O paradigma social, por sua vez, envolve aspectos da sociedade em rede e das relações sociais em si, determinando os processos e os controles das relações técnicas da rede. Nesse paradigma, as empresas estão imersas e comprometidas em relações sociais e econômicas, imbricadas e igualmente valorizadas. Na perspectiva da sociedade em rede, todos os atores estão conectados, e o foco está no fluxo entre esses atores. Temas como poder, controle, confiança, centralidade, comprometimento, conteúdo dos fluxos e fatores de desenvolvimento das redes são frequentes nas pesquisas desenvolvidas sob esse paradigma (GIGLIO; HERNANDES, 2012).

Embora não haja um consenso acerca de qual das abordagens paradigmáticas tem subsidiado a pesquisa de redes, reconhece-se um tema comum entre os distintos paradigmas: em nível geral, ambos compreendem as redes como uma formação estrutural que facilita as interações entre atores e trocas de algum tipo (TODEVA, 2006).

Neste íterim, a confiança tem se mostrado um elemento central para a compreensão de como as empresas atuam, relacionam-se e cooperam em redes, apesar de suas diferenças e assimetrias (BESSER; MILLER, 2011; SANKOWSKA, 2015). A confiança entre participantes de uma rede é característica fundamental e impulsionadora da competitividade e da própria sobrevivência da rede e de seus membros (GULATI; SYTCH, 2008). Dada a importância desse construto no contexto das redes e para o desenvolvimento deste estudo, ele será explorado com maior propriedade nos tópicos a seguir.

## 2.2 CONFIANÇA

### 2.2.1 Confiança em redes de negócio

Ao revisitar a literatura, verifica-se que ela é precisa no reconhecimento da influência da confiança nos relacionamentos interempresariais e no desenvolvimento da capacidade competitiva das redes de negócios. Exemplos dessa realidade são reconhecidos nos estudos de Zaheer, McEvily e Perro-

ne (1998), Dyer e Chu (2003), Gulati e Nickerson (2008), Gulati e Sytch (2008), Besser e Miller, (2011), Masquietto; Sacomano Neto; Giuliani (2011), Maciel, Reinert e Camargo (2011) e Afuah (2013).

A confiança nos relacionamentos interorganizacionais é uma fonte de vantagem competitiva, pois reduz o comportamento oportunista, conduz a uma estrutura de governança mais eficaz e reduz os conflitos entre as organizações que pertencem a determinada rede (ZAHEER; MCEVILY; PERRONE, 1998).

Em complemento, Sroka e Hittmár (2013) pontuam que a confiança melhora a flexibilidade de compreensão entre as partes, encurtando processos de gestão da cooperação e melhorando sua qualidade. Para os autores, a confiança permite o desenvolvimento de mecanismos de transferência rentáveis, fomentando a criação e a disseminação de conhecimento.

A confiança facilita o intercâmbio econômico e social entre as empresas e, portanto, deve ser considerada um fator crítico na relação de troca (FULMER; GELFAND, 2012). Para Besser e Miller (2011), empresas que não promovem relações baseadas em confiança e cooperação são menos eficazes do que aquelas que o fazem. Nesse sentido, é mais provável que redes baseadas em cooperação e confiança sobrevivam no mercado e sejam mais competitivas (SROKA; HITTMÁR, 2013).

### 2.2.2 Confiança e suas múltiplas abordagens

Décadas de estudos têm destacado o papel central da confiança nas organizações (FULMER; GELFAND, 2012). O início da pesquisa sistemática sobre esse construto no âmbito organizacional remonta aos anos 1950, e a literatura atual oferece várias definições e aplicações para ele (SROKA; HITTMÁR, 2013). O construto confiança desenvolveu-se a partir de disciplinas com diferentes tradições, como a economia, a sociologia e a psicologia, e, em função dessa polissemia, ainda não apresenta uma definição universalmente aceita (ROSSEAU et al. 1998).

Ao concluírem que não há uma conceito comum subjacente à confiança em meio aos pesquisadores, Rousseau *et al.* (1998) apresentaram uma definição básica e generalizável para o construto. Segundo os autores, a confiança é um estado psicológico composto das experiências psicológicas de indivíduos, duplas e empresas, que compreende, portanto, “a intenção de aceitar a vulnerabilidade baseada em expectativas positivas acerca das intenções de outra pessoa” (ROUSSEAU et al., 1998, p.35).

Outra definição amplamente difundida na literatura é proposta por Mayer, Davis e Schoorman (1995). Os autores explicam a confiança como a disposição de um agente estar vulnerável às ações de outro, baseada nas expectativas de que a outra parte tomará cursos de ação particulares, importantes para aquele que confia, independentemente da habilidade desse último de monitorar ou exercer controle sobre as ações da primeira parte.

Em ambas as definições, percebe-se que a confiança envolve expectativas positivas e propensão a se colocar em situações de vulnerabilidade ao comportamento do outro. Nesse aspecto também parece haver consenso sobre duas condições básicas para que a confiança se desenvolva: o risco e a interdependência (ROUSSEAU et al., 1998).



O risco representa a probabilidade de perda, quando interpretada por uma das partes decisoras. A propensão de se colocar em situação de vulnerabilidade, de incerteza, implica que o agente esteja disposto a assumir riscos (MAYER; DAVIS; SCHOORMAN, 1995). Já a interdependência entre pessoas ou empresas é também intrínseca ao estabelecimento de confiança, pois a confiança é buscada quando os interesses ou os objetivos de uma parte não conseguem se realizar sem a participação da outra parte (ROUSSEAU et al., 1998).

Rousseau *et al.* (1998) identificaram os pontos em comum e as principais divergências na forma como a confiança é considerada em diferentes campos de estudo. Em consonância com a proposta dos autores, é possível observar a existência dos elementos de confiança a partir de diferentes perspectivas, uma vez que existem diferentes tipologias explorando concomitantemente aspectos distintos da confiança. Uma revisão da literatura permite sintetizar algumas dessas tipologias, fornecendo uma visão mais ampla dos meandros pelos quais se desenvolve esse construto.

#### 2.2.2.1 *Confiança na perspectiva das escolas sociológica e econômica*

Assim como na literatura de redes tem-se a evolução dos estudos a partir de diferentes paradigmas, uma lógica relativamente semelhante parece se aplicar à literatura de confiança. De maneira geral, os estudos envolvendo esse construto diferenciam-se sob duas lentes teóricas. De um lado, têm-se pesquisadores, na maioria economistas, apontando o cálculo como base da confiança, do outro, tem-se um grupo formado por pesquisadores da sociologia que defendem uma orientação de valores compartilhados entre os sujeitos como fonte de confiança (LANE; BACHMANN, 1998).

Duas perspectivas dominantes são identificadas no desenvolvimento da literatura sobre confiança: uma referente à confiança construída em bases racionais e calculativas com aspecto econômico, e a outra constituída em uma base relacional com aspecto social (LARSON, 1992; LANE; BACHMANN, 1998; LOCKE, 2001; KRAMER, 2006). Fulmer e Gelfand (2012) são mais específicos nessa divisão ao afirmarem que as investigações acerca da confiança interorganizacional se diferenciam pela perspectiva da Teoria dos Custos de Transação e pela Teoria da Troca Relacional.

Nas perspectivas mencionadas, de um lado, encontram-se pesquisadores vinculados à economia, que definem o cálculo de custos e benefícios dos agentes como base para a confiança. Nessa abordagem, a confiança é percebida como um processo de escolha racional na busca por maximizar ganhos esperados e minimizar perdas potenciais a cada transação, em que os agentes calculam as vantagens que poderão obter com a decisão de confiar ou não uns nos outros (LANE; BACHMANN, 1998).

De outro lado, têm-se pesquisadores da sociologia e de organizações, que analisam a estrutura social e as propriedades nas quais os relacionamentos de confiança estão inseridos (ROUSSEAU et al. 1998), defendendo uma orientação voltada para valores compartilhados como base para a emergência de confiança, atribuindo mais peso à envolvente social e relacional da situação em que esta deverá existir entre os agentes (LANE; BACHMANN, 1998).

Iwai e Azevedo (2012) reforçam que as diferentes tipologias e determinantes bases da confiança podem ser classificadas sob dois grandes guarda-chuvas: o da abordagem sociológica (relacional) e o da abordagem econômica (calculativa). Essa classificação aparece de diferentes formas na literatura,

inclusive diversos autores denominam tipologias de confiança seguindo essa divisão. São exemplos claros para observação dessa visão dual: Williamson (1993), que define confiança pessoal e confiança calculativa; McAllister (1995), com a confiança afetiva e a confiança cognitiva; Lane e Bachmann (1998), com confiança em intenções e confiança em competências; Rousseau *et al.* (1998), ao tratar a confiança relacional e a confiança calculativa; Dyer e Chu (2000), com confiança baseada em relacionamentos e baseada em processos e em salvaguardas, e Chua, Ingram e Morris (2008) com confiança afetiva e confiança cognitiva.

No intuito de fornecer uma melhor compreensão dessas abordagens, o Quadro 1 apresenta uma proposta de sistematização das fronteiras de entendimento da confiança na perspectiva da escola sociológica e da escola econômica.

Escola Base	SOCIOLÓGICA	ECONÔMICA
<b>Tipo</b>	Confiança Relacional	Confiança Calculativa
<b>Perspectiva</b>	Índole do outro	Capacidade técnica
<b>Premissas</b>	A confiança é analisada a partir da estrutura social e das propriedades nas quais os relacionamentos estão inseridos; é relativa a valores e normas sociais compartilhados entre os agentes.	A confiança é analisada de forma calculista e racional, geralmente regida por mecanismos formais que buscam assegurar ganhos e minimizar perdas nas transações entre os agentes.
<b>Palavras-chave</b>	Relacionamento; valores morais; cooperação; colaboração; honestidade; integridade; interpessoal.	Controle; salvaguardas; monitoramento; normas; vulnerabilidade; instituições; formalização; contratos; risco.

Quadro 1 - Referencial analítico de Confiança nas perspectivas sociológica e econômica  
 Fonte: Elaborado pelos autores

Conforme abordado, a confiança embasada na escola sociológica apresenta um aspecto mais relacional e, portanto, é analisada a partir dos relacionamentos e da estrutura social partilhada pelos agentes. A perspectiva dessa abordagem, como requisito para se confiar, está mais direcionada para análise da índole do outro, ou seja, envolve valores pessoais e a noção de caráter. Palavras recorrentes nessa abordagem são: relacionamento, valores, cooperação, honestidade, integridade, expectativa, entre outras.

Já a confiança baseada na escola econômica é analisada de forma racional e calculista, pautada em mecanismos formais, visando a auferir mais ganhos e minimizar ou extinguir perdas nas transações entre as partes. Nessa abordagem, o foco da confiança não é mais um aspecto pessoal, e sim a comprovação da capacidade técnica de que aquele agente é capaz de cumprir com o acordado. Termos como controle, formalização, contratos, monitoramento e riscos são bastante comuns no entorno dessas definições.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Conforme apresentado na introdução, o objetivo deste estudo é identificar como os aspectos sociológicos e econômicos da confiança são abordados nos diferentes paradigmas da literatura de redes de negócios. Para tanto, empreendeu-se uma pesquisa qualitativa, de caráter bibliográfico e descritivo, a fim de analisar determinadas características acerca da produção científica sobre confiança em redes de negócios.



### 3.1 ANÁLISE DOS DADOS

Os dados foram analisados utilizando-se a técnica de análise categorial, uma das dimensões de análise de conteúdo proposta por Bardin (1977). Realizada a etapa de compilação dos artigos para categorizar a amostra, o processo de análise foi dividido em mais duas etapas: análise descritiva e análise da confiança. A Figura 1 elucida as etapas da pesquisa, contemplando cada estágio.

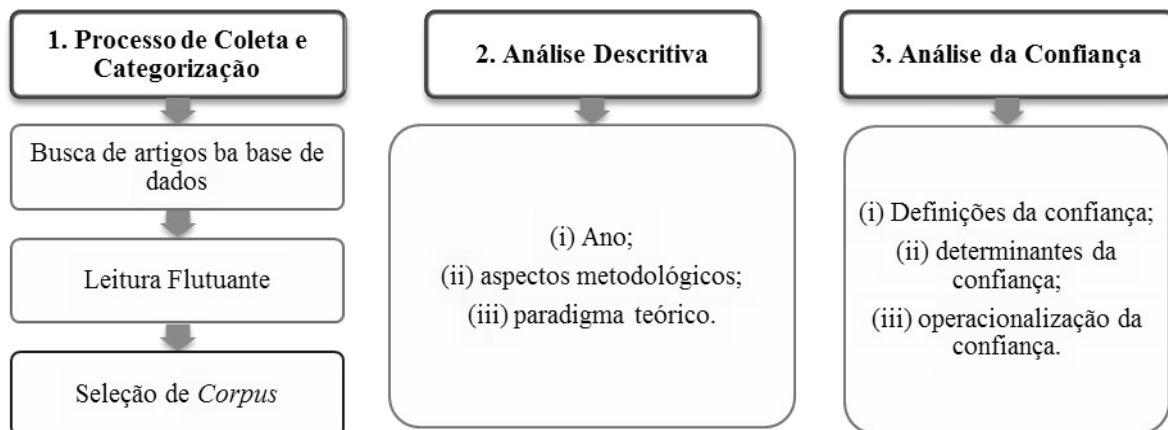


Figura 1 - Plano de análise de dados  
 Fonte: Elaborado pelos autores

#### 3.1.1 Processo de coleta e categorização

Os artigos foram coletados em duas bases distintas, sendo uma nacional e outra internacional. A base internacional refere-se à *ISI Web of Science* e à base *SPELL Scientific Periodicals Electronic Library*, ambas escolhidas por se constituírem em um amplo e relevante repositório da produção científica nacional e internacional.

Definidas as bases, para determinação da amostra, estabeleceram-se como critérios de busca os termos “redes” e a variação em inglês “network\*” no título dos artigos, combinados com o termo “confiança” e a variação “trust\*” e com o termo “negócios” e a variação “business” nos tópicos (título, resumo e palavras-chave), limitados aos artigos publicados entre os anos 2000 e 2015.

Realizada a seleção inicial através dos filtros citados, foram excluídos os artigos em duplicidade ou que, por meio do resumo e da introdução, não apresentaram relevância à pesquisa. Nessa leitura flutuante, adotaram-se os seguintes critérios de exclusão: estudos que mencionavam confiança sem discuti-la, pesquisas acerca de redes com outros objetivos que não negócios, ou ainda artigos nos quais as redes de negócios se limitavam ao contexto e não compunham o objeto de estudo, bem como editoriais de edições especiais. A seleção final, então, compôs o *corpus* de artigos a serem analisados com profundidade.

### 3.1.2 Análise descritiva

Na análise descritiva, os artigos foram classificados por: (I) ano, (II) aspectos metodológicos e (III) paradigma teórico. Para levantamento do ano de publicação, foi empregada a análise de frequência simples. A categoria aspecto metodológico subdivide-se em:

a) abordagem metodológica considerando-se as subcategorias propostas por Machado-da-Silva, Amboni e Cunha (1989), quais sejam: empírica, teórico-empírica e teórica;

b) técnicas de coleta de dados, baseada em Prodanov e Freitas (2013), divididas entre: observação, entrevistas, questionários, pesquisa documental e pesquisa bibliográfica.

c) técnicas de análise de dados, também conforme as proposições de Prodanov e Freitas (2013), que são: métodos estatísticos, análise de conteúdo e análise do discurso.

d) após a identificação dos aspectos metodológicos, eles também foram classificadas mediante frequência simples, ocasionando percentuais para inferências.

Por fim, para a verificação do paradigma teórico, foi adotada a proposta de Giglio e Hernandes (2012), que afirmam que os estudos em redes de negócios convergem para dois paradigmas: “o paradigma racional econômico, com teorias sobre os custos de transação e estratégias de redes, e o paradigma social, com teorias sobre a sociedade em rede e as relações sociais determinando os processos e controles das relações técnicas da rede” (GIGLIO; HERNANDES, 2012, p. 78).

### 3.1.3 Análise da confiança

As categorias de análise também foram estabelecidas em consonância com os objetivos do estudo. A partir da leitura transversal dos artigos, eles foram analisados em três dimensões: (I) definições da confiança; (II) determinantes da confiança e (III) operacionalização da confiança, respeitando o paradigma teórico de redes (racional econômico ou social) e a escola-base da confiança (econômica ou sociológica), sob o qual ele se desenvolveu.

a) Definições da confiança: analisa os principais conceitos de confiança encontrados nos estudos, segmentando-os pelo paradigma teórico de redes e identificando palavras-chave das escolas-base da confiança em sua composição.

b) Determinantes da confiança: verifica fatores apontados nos estudos como determinantes para emergência da confiança, classificando-os quanto ao paradigma teórico de redes e quanto à escola-base de confiança.

c) Operacionalização da confiança: analisa como a confiança é mensurada nas redes a partir de seus paradigmas teóricos e da escola-base de confiança.

## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

### 4.1 ANÁLISE DESCRITIVA

#### 4.1.1 Artigos por ano e aspectos metodológicos

O crescente interesse pela questão da confiança em redes de negócios pode ser constatado pelo aumento do número de artigos que abordam o tema a cada ano, conforme demonstrado na Figura 2. Dos 63 artigos analisados, 71% deles foram publicados entre 2008 e 2014, reforçando a contemporaneidade do assunto.

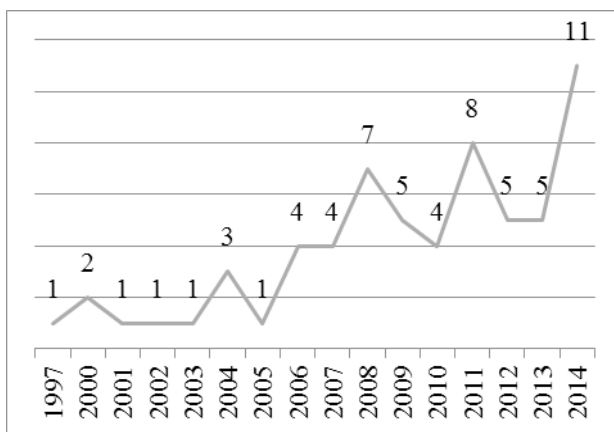


Figura 2 - Nº artigos publicados por ano  
 Fonte: Elaborado pelos autores

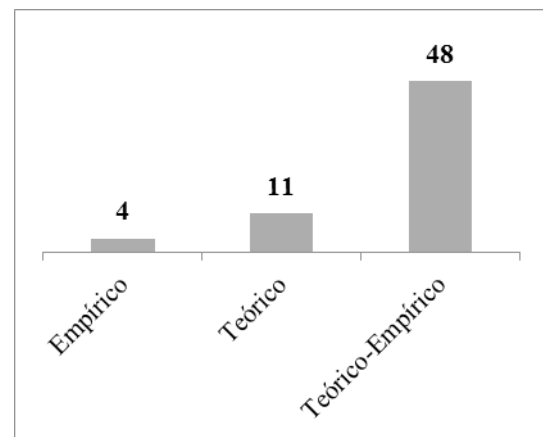


Figura 3 - Nº artigos p/ abordagem metodológica  
 Fonte: Elaborado pelos autores

Na Figura 3, a análise da abordagem metodológica dos artigos revela que 76% desses (48 artigos) são teórico-empíricos, o que demonstra não só que a teoria ainda não está consolidada, como também aponta que os pesquisadores ainda buscam evidências empíricas que possam ser, posteriormente, generalizadas para composição da teoria.

Entre os artigos teórico-empíricos e empíricos analisados, percebe-se que 71% desses se apoiam em estudos de caso. A predominância do método está alinhada à natureza do propósito de estudos de redes de negócios, uma vez que visam ao entendimento de relações complexas, sobre as quais o pesquisador tem pouco controle (YIN, 1984).

Vale ressaltar ainda que a grande maioria dos artigos trabalha com fontes de dados primárias, sendo as principais técnicas de coleta “Entrevistas” (73%) e “Survey” (47%), por vezes combinadas entre si. Já as principais técnicas de análise de dados utilizadas são “Análise de conteúdo” (57%) e “Análise documental” (22%).

#### 4.1.2 Artigos por paradigma teórico

Ao analisar o paradigma teórico de redes de negócios sob o qual cada um dos 63 artigos foi desenvolvido, foram encontrados 12 artigos que não puderam ser classificados entre os paradigmas propostos por Giglio e Hernandez (2012), quais sejam: racional-econômico ou social.

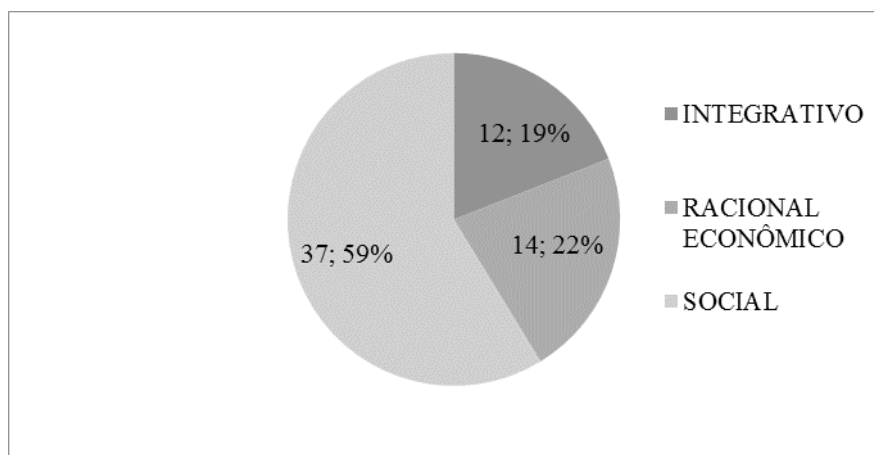


Figura 4 - Análise de artigos por paradigma teórico  
 Fonte: Elaborada pelos autores

Esses 12 artigos se propuseram a endereçar os dois paradigmas teóricos concomitantemente, sem que nenhum fosse favorecido em detrimento do outro. Para efeitos de análise, e por ser um grupo representativo (19% do *corpus*), convencionou-se pela adoção de uma terceira categoria que abarcasse esses artigos, denominada pelos pesquisadores como “Integrativo”. Conforme Figura 4, percebe-se que 59% dos artigos da base analisada (37 artigos) foram desenvolvidos sob o paradigma social, o que permite notar que a questão da confiança é mais discutida em artigos que se amparam nesse paradigma.

#### 4.2 ANÁLISE DA CONFIANÇA

##### 4.2.1 Definição de confiança

Apenas 39,7% dos artigos analisados trazem definições teóricas ou operacionais de confiança. Esse número é mais expressivo no paradigma racional-econômico (64,3%) e menos expressivo no paradigma social (29,7%), conforme mostra a Tabela 1.

Tabela 1 - Incidência de definição de confiança por paradigma teórico

Definição de Confiança	INTEGRATIVO	RACIONAL ECONÔMICO	SOCIAL	Total Geral
Não (%)	58,3%	35,7%	70,3%	60,3%
Sim (%)	41,7%	64,3%	29,7%	39,7%

Fonte: Elaborada pelos autores

Ao todo, foram encontradas 20 diferentes definições para confiança, e apenas quatro autores são citados por mais de um artigo (Quadro 02). Entre eles, destaca-se a definição de Mayer, Davis e Schoorman (1995), utilizada por cinco artigos e presente em todos os paradigmas teóricos. A multiplicidade de conceitos e de autores reitera os resultados encontrados por Rousseau *et al.* (1998) e Sroka e Hittmár (2013).

Autores	Definição de Confiança	Integrativo	Racional/Econ.	Social	TOTAL
Mayer, Davis e Schoorman (1995)	Confiança é a disposição de uma parte de ser <b>vulnerável</b> às ações de outra parte, baseada na expectativa de que a outra parte tomará uma ação de particular importância ao confiado, independente da habilidade de <b>monitorar</b> ou <b>controlar</b> essa outra parte.	1	2	2	5
Reed (2001)	Confiança é o mecanismo de coordenação baseado em <u>valores morais</u> e <u>normas compartilhadas</u> , que dão suporte a <u>cooperação</u> coletiva e <u>colaboração</u> dentro de ambientes incertos.	0	0	2	2
Lu <i>et al.</i> (2008)	Confiança é a crença de que a outra parte é <u>honesto</u> e sincera e em nenhuma circunstância fará algo deliberado que prejudique o <u>relacionamento</u> .	1	1	0	2
Barney e Hansen (1994)	Confiança é a convicção de que um parceiro não explorará as <b>vulnerabilidades</b> do outro.	0	1	1	2

Quadro 2 - Definições de confiança encontradas nos artigos  
 Fonte: Elaborado pelos autores

Através de uma análise cruzada entre as definições de confiança encontradas nos artigos (Quadro 2) e as palavras-chave das escolas-base da confiança (Quadro 1), percebe-se que apenas uma dessas definições (REED, 2001) agrega elementos tanto da escola social (palavras sublinhadas no Quadro 2) quanto da escola econômica da confiança (palavras destacadas em negrito na Quadro 2).

Vale ressaltar que, embora o paradigma teórico social e a escola-base sociológica da confiança tenham a mesma disciplina como raiz, não se percebe esse alinhamento ao analisar as definições encontradas. O mesmo ocorre com o paradigma racional-econômico e a escola-base econômica. Por exemplo, artigos desenvolvidos sob o paradigma social utilizam definições ancoradas na escola econômica da confiança (BARNEY; HANSEN, 1994; MAYER; DAVIS; SCHOORMAN, 1995), enquanto artigos do paradigma racional-econômico utilizam definições apoiadas na escola sociológica (LU *et al.*, 2008).

No entanto, conforme sintetizado no Quadro 1 da revisão de literatura, a confiança contém aspectos tanto econômicos quanto sociológicos que são complementares, e não incompatíveis. A confiança não existe de forma abrangente em situações nas quais seja possível crer que alguém de boa índole não será capaz de desempenhar determinadas tarefas, bem como em situações nas quais seja possível acreditar na capacidade técnica de outrem, questionando-lhe a índole. Dessa forma, é necessário que o construto da confiança reflita essa dualidade complementar.

A partir da análise e com o intuito de integrar tanto os aspectos sociais quanto os econômicos necessários ao desenvolvimento da confiança, propõe-se a seguinte definição para o construto no âmbito das redes de negócios: *confiança em redes de negócios é a expectativa positiva sobre a in-*

*tegridade moral e a capacidade técnica da outra parte em relação à convicção de que o outro não agirá de forma oportunista, preservando o relacionamento e os objetivos interdependentes, mesmo na ausência de controles ou salvaguardas.*

#### 4.2.2 Determinantes de confiança

A análise dos artigos permitiu identificar e compilar os fatores determinantes para a emergência de confiança no âmbito das redes de negócios. Apesar de algumas variações na nomenclatura, esses determinantes puderam ser sintetizados e classificados conforme apresentado no Quadro 3. A definição apresentada para cada item foi elaborada pelos autores deste estudo em consonância com as definições encontradas no *corpus* de artigos revisados e a revisão de literatura realizada.

	Determinantes	Definição/Interpretação	Incidência por paradigma			
			R/E	S	I	Total
Escola sociológica	Relacionamentos Interpessoais	Relações sociais, extraprofissionais, antecedentes ou não à transação, que podem favorecer o desenvolvimento de relações confiáveis.	2	15	5	22
	Frequência de interação	Representa o número de vezes que os agentes se relacionam/relacionaram a partir do primeiro contato; quanto maior o número de interações positivas, maior o nível de confiança entre eles.	2	8	3	13
	Tempo de relacionamento	Intervalo de tempo em que os atores se relacionam de maneira estável; quanto maior o tempo de relacionamento, maior a probabilidade de a confiança emergir.	2	9	2	13
	Compartilhamento de informações	Trocas de informações privilegiadas pertinentes à realidade dos agentes; quanto maior a quantidade de informações relevantes partilhadas, maior a chance de se desenvolver confiança.	3	6	1	10
	Cooperação	Postura colaborativa adotada entre as partes em prol de objetivos comuns; quanto maior o nível de cooperação, maior a propensão ao desenvolvimento da confiança.	2	5	3	10
	Comunicação	Transmissão e recepção de mensagens/conteúdos relevantes e pertinentes à realidade dos negócios; a fluidez nos processos de comunicação tende a favorecer a emergência da confiança.	2	6	1	9
	Sentimento de justiça	Convicção de que as relações serão desenvolvidas com integridade e equivalência entre as partes; quanto maior o sentimento de justiça, maior a propensão a se confiar.	3	3	3	9
	Valores comuns	Compartilhamento de posicionamentos e visões de mundo aproximando a realidade dos agentes; maior incidência de valores comuns tende a favorecer a aproximação e o desenvolvimento da confiança.	1	5	1	7
Escola econômica	Comportamento oportunista	Comportamento em que uma parte se aproveita da vulnerabilidade da outra em favor de benefícios próprios; a incidência de comportamento oportunista diminui e pode até extinguir a confiança.	6	9	4	19
	Regras institucionalizadas	Padrões formalmente definidos para assegurar os comportamentos nas transações entre os agentes; a institucionalização tende a dar mais segurança aos agentes e, conseqüentemente, favorecer os níveis de confiança.	2	13	3	18
	Reputação	Conceito relativo a uma agente formulado através da opinião pública em decorrência da integridade de suas ações pregressas. A reputação positiva favorece o desenvolvimento da confiança, enquanto a reputação negativa pode obstruí-la.	1	8	3	12
	Comprometimento	Atitude de assumir compromissos e empenhar-se em um propósito comum; maiores níveis de comprometimento podem favorecer o desenvolvimento de confiança.	3	5	2	10
	Mecanismos de controle	Padrões formalmente definidos para assegurar os comportamentos nas transações entre os agentes; os mecanismos de controle tendem a garantir a conduta do agente, podendo complementar ou substituir a confiança.	2	7	0	9
	Interesses comuns	Compartilhamento de objetivos/propósitos semelhantes; os interesses em comum podem favorecer a aproximação e a emergência da confiança.	2	5	1	8
	Histórico de transações	Antecedentes relacionais envolvendo ações tomadas no passado quando em um relacionamento com outras partes; histórico positivo tende a favorecer a emergência de confiança; histórico negativo pode dificultar esse processo.	3	3	1	7

Quadro 3 - Determinantes de confiança encontrados nos artigos  
 Fonte: Elaborada pelos autores



Os determinantes, como explicado anteriormente, referem-se a fatores que podem favorecer ou desfavorecer a emergência de confiança nas redes de negócios. Por meio da revisão dos estudos, identificou-se a recorrência de 15 determinantes distintos. De acordo com as definições apontadas na literatura, esses determinantes foram classificados conforme as abordagens de confiança, totalizando oito determinantes da escola sociológica e sete da escola econômica.

Como era objetivo deste estudo, esses determinantes também foram classificados de acordo com o paradigma teórico de redes (racional econômico, social e integrativo), demonstrando que, em diferentes níveis de incidência, quase a totalidade dos determinantes tem representatividade nos três paradigmas. Ou seja, encontram-se determinantes sociológicos no paradigma racional econômico e determinantes econômicos no paradigma social.

A importância dos relacionamentos interpessoais para a criação e a manutenção da confiança em redes e a confiança como salvaguarda em ambientes que possibilitem comportamento oportunista são os principais determinantes sociológico e econômico, respectivamente, seguidos de frequência de interação e tempo de relacionamento, na abordagem sociológica, e regras institucionalizadas e reputação na abordagem econômica.

#### 4.2.3 Operacionalização da confiança

Por ter seu conceito pouco delimitado na literatura, a mensuração da confiança apresenta alguns desafios adicionais. Apenas 20 artigos propõem formas de mensuração da confiança em redes de negócios, o que representa 38,5% do total de artigos empíricos ou teórico-empíricos analisados, conforme demonstrado na Tabela 2.

Tabela 2 - Incidência de propostas de mensuração de confiança por paradigma teórico

	INTEGRATIVO	RACIONAL ECONÔMICO	SOCIAL	Total Geral
N. artigos E ou TE	9	11	32	52
Propõe Métricas	2	5	13	20
Propõe Métricas (%)	22,2%	45,5%	40,6%	38,5%

Fonte: Elaborada pelos autores

Entre os poucos artigos que se propõem a mensurar a confiança, as métricas concentram-se na *percepção* dos atores sobre alguns dos determinantes da confiança. Essa percepção é medida através de escalas de percepção (*Likert*), indicadores de frequência e análise de conteúdo de discurso. A mensuração da confiança através da percepção dos atores da rede está alinhada com a proposição de Rousseau *et al.* (1998) de que a confiança é um estado psicológico e, portanto, sujeita à interpretação de cada um dos envolvidos.

O determinante sociológico “Relacionamento Interpessoal” é o que mais se tentou mensurar (12 artigos), enquanto os determinantes econômicos cujas mensurações mais se repetiram foram “Reputação” (seis artigos) e “Histórico de transações” (cinco artigos).

Assim como percebido na análise das definições de confiança, não há um alinhamento entre o paradigma teórico e a escola-base cuja disciplina-base (economia ou sociologia) lhe seja comum. Ao con-

trário, nota-se que ambos os paradigmas se propõem a mensurar determinantes de ambas as escolas-base em busca da análise da confiança em redes de negócios. Vale ressaltar também que, embora o paradigma integrativo tenha sua base teórica apoiada tanto em bases econômicas quanto em bases sociológicas, os artigos desse paradigma se propõem a mensurar apenas determinantes econômicos.

No entanto, a escolha dos determinantes da confiança a serem mensurados em cada estudo ocorre de maneira indiscriminada e, na maioria dos casos, opta-se por mensurar apenas um ou dois elementos de uma única escola-base. Essa restrição representa uma limitação na compreensão e na análise da confiança na rede de negócios, uma vez que ela deve ser analisada através da combinação de fatores sociológicos e econômicos para ser efetiva, como já apontado anteriormente neste estudo. Assim, não existirá confiança plena na rede de negócios se os atores não demonstrarem confiar tanto na índole (aspecto sociológico) quanto na capacidade técnica (aspecto econômico) dos demais.

Dessa forma, a partir da análise realizada e com o intuito de auxiliar futuros pesquisadores a integrar tanto os aspectos sociais quanto os econômicos necessários à mensuração da confiança em redes de negócios, propõem-se algumas questões de percepção, que podem ser avaliadas por escala *Likert* e que permitirão uma compreensão mais ampla da dinâmica da confiança nas redes de negócio (Quadro 4).

Vale ressaltar ainda que a mensuração dos aspectos sociológicos e econômicos da confiança são complementares e devem ser considerados, analisados e avaliados pelos pesquisadores de redes de negócios de forma conjunta, independentemente do paradigma teórico sob o qual o estudo se desenvolva. No caso da confiança, ainda que respeitadas as fronteiras delimitadas pela lente teórica de cada paradigma, as abordagens e os determinantes devem ser utilizados de forma complementar, pois não existe relação livre de cálculo e também não se pode assumir a inexistência do papel que as normas sociais desempenham nas decisões dos agentes (LANE; BACHMANN, 1998).

	Determinante a ser mensurado	Questões para avaliação
Determinantes SOCIOLÓGICOS	Relacionamento interpessoal	Eu convivo socialmente com os demais atores da rede, pois esses fazem parte do meu círculo de convívio social (família e amigos).
	Integridade	Eu acredito que os demais atores da rede jamais faltariam com sua palavra e/ou tomariam alguma decisão/ação que me prejudicasse.
	Frequência de interações	Eu estou sempre em contato com os demais atores da rede, realizando transações frequentemente ou mesmo trocando percepções e informações.
Determinantes ECONÔMICOS	Reputação	Os demais atores da rede são conhecidos no mercado por sempre honrarem seus contratos com a qualidade esperada e no prazo acordado.
	Competência	Eu acredito que os demais atores da rede são competentes tecnicamente para realizar as atividades que são de sua responsabilidade na rede de negócios.
	Comportamento oportunista	Eu acredito que os demais atores da rede seguirão as regras definidas em contrato e não agirão de forma oportunista.

Quadro 4 - Modelo de questões para mensuração da confiança em redes de negócios.  
 Fonte: Elaborada pelos autores

Por fim, há de se fazer um comentário sobre as alternativas à confiança adotadas pelos atores das redes e relatadas nos estudos acadêmicos analisados. Quando há apenas confiança calculati-

va, isto é, um ator confia apenas na capacidade técnica do outro, tenta-se resolver a ausência da confiança na índole através de contratos e salvaguardas. Entretanto, quando o ator possui apenas confiança na índole do outro e não em sua competência, contratos parecem ser de pouca valia para suprir a confiança calculativa. Nesse ponto, a literatura de redes de negócios parece explorar pouco o que as redes fazem nesse caso ou o que poderia ser feito, o que pode ser um caminho promissor para estudos futuros.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como principal objetivo investigar qual a relação entre os aspectos sociológicos e econômicos da confiança e os paradigmas teóricos encontrados na literatura de redes de negócios, propondo os seguintes objetivos específicos: identificar o delineamento de confiança em cada paradigma teórico de rede; identificar os principais determinantes da confiança destacados na literatura de redes de negócio; descrever e analisar como a confiança é mensurada na literatura de redes de negócio.

Quanto ao primeiro objetivo específico – identificar o delineamento de confiança em cada paradigma teórico de rede –, identificou-se que *confiança* é um termo muito utilizado na literatura de redes, mas com contornos pouco delimitados. Apenas 39,7% dos artigos analisados trazem definições teóricas ou operacionais de confiança, apoiados em uma multiplicidade de conceitos e autores. Poucas definições se destacam e em sua maioria não contemplam aspectos sociais e econômicos da confiança, sendo, portanto, limitadas.

Apesar da visão restrita da confiança, as definições encontradas não alinham o paradigma teórico e a escola-base que tenham a mesma disciplina como raiz. Por exemplo, artigos desenvolvidos sob o paradigma social utilizam definições ancoradas na escola econômica da confiança (BARNEY; HANSEN, 1994; MAYER; DAVIS; SCHOORMAN, 1995), enquanto artigos do paradigma racional-econômico utilizam definições apoiadas na escola sociológica (LU et al., 2008).

No entanto, a confiança em uma rede de negócios, para ser plena e efetiva, deve integrar aspectos tanto econômicos quanto sociológicos, que são complementares, e não incompatíveis. Assim, propôs-se uma definição de confiança que reflita essa dualidade complementar.

Quanto ao segundo objetivo específico – identificar os principais determinantes da confiança destacados na literatura de redes de negócio –, identificou-se a recorrência de 15 determinantes distintos nos artigos analisados, sendo oito determinantes da escola sociológica e sete da escola econômica. A importância dos relacionamentos interpessoais para a criação e a manutenção da confiança em redes e a confiança como salvaguarda em ambientes que possibilitem comportamento oportunista são os principais determinantes sociológico e econômico, respectivamente, seguidos de frequência de interação e tempo de relacionamento, na abordagem sociológica, e regras institucionalizadas e reputação na abordagem econômica.

Percebe-se uma vez mais que não há alinhamento entre a escola-base de confiança dos determinantes e o paradigma teórico de redes sob o qual são avaliados. Ou seja, encontram-se determinantes sociológicos no paradigma racional-econômico e determinantes econômicos no paradigma social.

Quanto ao terceiro objetivo específico – descrever e analisar como a confiança é mensurada na literatura de redes de negócio –, a partir da análise, percebe-se que, por ter seu conceito pouco delimitado na literatura, a mensuração da confiança apresenta alguns desafios adicionais. Poucos artigos (38,5% do total de artigos empíricos ou teórico-empíricos analisados) se propõem à sua mensuração. Nesses, as métricas concentram-se na percepção dos atores sobre alguns dos determinantes da confiança. O determinante sociológico “Relacionamento Interpessoal” é o que mais se tentou mensurar, enquanto os determinantes econômicos cujas mensurações mais se repetiram foram “Reputação” e “Histórico de transações”.

Assim como percebido na análise das definições de confiança, não há um alinhamento entre o paradigma teórico e a escola-base cuja disciplina-base (economia ou sociologia) lhe seja comum. Entretanto, a escolha dos determinantes da confiança a serem mensurados em cada estudo ocorre de maneira indiscriminada e, na maioria dos casos, opta-se por mensurar apenas um ou dois elementos de uma única escola-base. Propuseram-se, então, algumas questões de percepção, integrando os principais determinantes de cada escola-base, que podem ser avaliados pela escala *Likert* e que permitirão uma compreensão mais ampla da dinâmica da confiança nas redes de negócio.

Analisando-se os resultados, observa-se que a visão parcial do construto *confiança* representa uma limitação na compreensão e na análise da confiança na rede de negócios, independentemente do paradigma teórico sob o qual se elabore o estudo. Uma vez que não existirá confiança plena na rede de negócios se os atores não demonstrarem confiar tanto na índole (aspecto sociológico) quanto na capacidade técnica (aspecto econômico) dos demais, a confiança deve ser analisada e mensurada através da combinação de fatores sociológicos e econômicos para ser efetiva.

Por fim, há de se fazer um comentário sobre as alternativas à confiança adotadas pelos atores das redes e relatadas nos estudos analisados. Quando há apenas confiança calculativa, isto é, um ator confia apenas na capacidade técnica do outro, tem-se tentado resolver a ausência da confiança na índole através de contratos e salvaguardas. Entretanto, quando o ator possui apenas confiança na índole do outro e não em sua competência, contratos parecem ser de pouca valia para suprir a confiança calculativa. Nesse ponto, a literatura de redes de negócios parece explorar pouco o que os agentes fazem nesse caso ou o que poderia ser feito, indicando boas perspectivas para estudos futuros.

Cumprir mencionar algumas limitações desta pesquisa que dizem respeito à delimitação das bases de dados utilizadas, restringindo-se a *ISI* e *SPELL*, e ao corte de artigos pela consideração apenas dos idiomas inglês e português.

A contribuição da pesquisa consiste em ampliar a compreensão acerca da confiança em redes de negócios, propondo um quadro-síntese que pode auxiliar pesquisadores em análises de conteúdo sobre o tema, bem como oferecer definições e formas de mensuração que integrem simultaneamente seus aspectos econômicos e sociológicos. O tipo de análise realizado pode contribuir ainda para o desenvolvimento de pesquisas futuras, uma vez que os pesquisadores ainda buscam evidências empíricas para a composição da teoria, utilizando-se principalmente de estudos de caso e de fontes primárias de dados. Sugere-se, então, a realização de uma meta-análise a partir dos estudos de caso existentes para o contínuo desenvolvimento da área.

## REFERÊNCIAS

- AFUAH, A. Are network effects really all about size? The role of structure and conduct. **Strategic Management Journal**, v. 34, n. 3, p. 257-273, 2013.
- ÁLVAREZ, I; MARIN, R; FONFRÍA, A. The role of networking in the competitiveness of firms. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 76, n. 3, p. 410-421, 2009.
- BALESTRIN, A; VERSCHOORE, J. R; REYES JR, E. O campo de estudo sobre redes de cooperação interorganizacional no Brasil. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v.14, n. 3, p. 458-477, 2010.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.
- BARNEY, J. B.; HANSEN, M. H. Trustworthiness as a source of competitive advantage. **Strategic management journal**, v. 15, n. S1, p. 175-190, 1994.
- BESSER, T. L.; MILLER, N. The structural, social, and strategic factors associated with successful business networks. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 23, n. 3-4, p. 113-133, 2011.
- BURRELL, G.; MORGAN, G. **Sociological paradigms and organizational analysis**. London: Heinemann Educational Books, 1979.
- CHUA, R. Y. J; INGRAM, P; MORRIS, M. W. From the head and the heart: Locating cognition-and affect-based trust in managers' professional networks. **Academy of Management journal**, v. 51, n. 3, p. 436-452, 2008.
- DYER, J. H.; CHU, W. The role of trustworthiness in reducing transaction costs and improving performance: Empirical evidence from the United States, Japan, and Korea. **Organization science**, v. 14, n. 1, p. 57-68, 2003.
- DYER, J. H.; CHU, W. The determinants of trust in supplier-automaker relationships in the US, Japan and Korea. **Journal of International Business Studies**, v. 31, n. 2, p. 259-285, 2000.
- FULMER, C. A; GELFAND, M. J. At what level (and in whom) we trust trust across multiple organizational levels. **Journal of Management**, v. 38, n. 4, p. 1167-1230, 2012.
- GIGLIO, E. M; KWASNICKA, E. O lugar do consumidor nos textos sobre rede. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, ENANPAD, n. 29, 2005, Brasília. **Anais...** Brasília, 2005.
- GIGLIO, E. M; HERNANDES, J.L. G. Discussões sobre a Metodologia de Pesquisa sobre Redes de Negócios Presentes numa Amostra de Produção Científica Brasileira e Proposta de um Modelo Orientador. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 14, n. 42, p. 78, 2012.
- GIGLIO, E. M; PUGLIESE, R. L; SILVA, R. M. Análise dos conceitos de poder nos artigos brasileiros sobre redes. **Revista de Administração da Unimep**, v. 10, n. 3, p. 51-69, 2012.
- GULATI, R; NICKERSON, J. A. Interorganizational trust, governance choice, and exchange performance. **Organization Science**, v. 19, n. 5, p. 688-708, 2008.
- GULATI, R; SYTCH, M. Does familiarity breed trust? Revisiting the antecedents of trust. **Managerial and Decision Economics**, v. 29, n. 2-3, p. 165-190, 2008.
- IWAI, T.; AZEVEDO, P. F. Tipos de Relacionamento e a Reação Cognitiva dos Agentes a Violações de Confiança. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, ENANPAD, n. 36, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2012.
- KRAMER, R. M. **Organizational trust: A reader**. Oxford University Press on Demand, 2006.
- LANE, C; BACHMANN, R. **Trust within and between organizations: Conceptual issues and empirical applications**. Oxford University Press, 1998.
- LARSON, A. Network dyads in entrepreneurial settings: A study of the governance of exchange relationships. **Administrative science quarterly**, p. 76-104, 1992.

- LOCKE, R. M. Building trust. In: ANNUAL MEETINGS OF THE AMERICAN POLITICAL SCIENCE ASSOCIATION, Hilton Towers, San Francisco, California. 2001.
- LU, H.; FENG, S; TRIENEKENS, J. H. Performance in vegetable supply chains: the role of Guanxi networks and buyer–seller relationships. **Agribusiness**, v. 24, n. 2, p. 253-274, 2008.
- MACHADO-DA-SILVA, C. L.; AMBONI, N.; CUNHA, V. C. Produção acadêmica em administração pública: período 1983-88. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, ENANPAD, n. 13, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte, 1989.
- MACIEL, C. O; REINERT, M; CAMARGO, C. Confiança e possibilidade de conflitos em redes estratégicas hierárquicas. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 12, n. 4, p. 182, 2011.
- MASQUIETTO, C. D; SACOMANO NETO, M; GIULIANI, A. C. Centralidade e Densidade em Redes de Empresas: um estudo no arranjo produtivo local do álcool. **RAI: revista de administração e inovação**, v. 8, n. 1, p. 122-147, 2011.
- MAYER, R. C.; DAVIS, J. H.; SCHOORMAN, F. D. An integrative model of organizational trust. **Academy of management review**, v. 20, n. 3, p. 709-734, 1995.
- MCALLISTER, D. J. Affect-and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. **Academy of management journal**, v. 38, n. 1, p. 24-59, 1995.
- MORGAN, G; BERGAMINI, C. W; CODA, R. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.
- OLIVER, A. L.; EBERS, M. Networking network studies: an analysis of conceptual configurations in the study of inter-organizational relationships. **Organization studies**, v. 19, n. 4, p. 549-583, 1998.
- PRODANOV, C. C; DE FREITAS, E. C. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Editora Feevale, 2013.
- REED, M. I. Organization, trust and control: a realist analysis. **Organization studies**, v. 22, n. 2, p. 201-228, 2001.
- RIMOLI, C. A., GIGLIO, E. Variáveis organizacionais que influenciam o nascimento e o crescimento de redes de pequenas empresas. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, ENANPAD, n. 32, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2008.
- ROUSSEAU, D. M; SITKIN, S. B; BURT, R. S; CAMERER, C. Not so different after all: A cross-discipline view of trust. **Academy of management review**, v. 23, n. 3, p. 393-404, 1998.
- SROKA, W; HITTMÁR, Š. **Management of alliance networks: Formation, functionality, and post operational strategies**. Springer Science & Business Media, 2013.
- TICHY, N. M.; TUSHMAN, M. L.; FOMBRUN, C. Social network analysis for organizations. **Academy of management review**, v. 4, n. 4, p. 507-519, 1979.
- TODEVA, Emanuela. **Business networks: strategy and structure**. Routledge, 2006.
- WILLIAMSON, O. E. Calculativeness, trust, and economic organization. **The Journal of Law & Economics**, v. 36, n. 1, p. 453-486, 1993.
- YIN, R. K. **Case study research: Design and methods**. Sage publications, 1984.
- ZAHEER, A; GÖZÜBÜYÜK, R; MILANOV, H. It's the connections: The network perspective in interorganizational research. **The Academy of Management Perspectives**, v. 24, n. 1, p. 62-77, 2010.
- ZAHEER, A; GULATI, R; NOHRIA, N. Strategic networks. **Strategic management journal**, v. 21, n. 3, p. 203, 2000.
- ZAHEER, A; MCEVILY, B; PERRONE, V. Does trust matter? Exploring the effects of interorganizational and interpersonal trust on performance. **Organization science**, v. 9, n. 2, p. 141-159, 1998.