



CORRELAÇÃO ENTRE ELEMENTOS DO CAPITAL SOCIAL E ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA: um estudo exploratório

1- Rosana da Rosa Portella Tondolo*

Doutoranda em Administração pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (PPGA/UNISINOS), Brasil.
Professora dos Cursos de Graduação em Administração e Ciências Contábeis da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Brasil.
rosanatondolo@gmail.com
<http://lattes.cnpq.br/6462987344863578>

2- Vilmar Antonio Gonçalves Tondolo

Doutor em Administração pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, Brasil.
Professor do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade de Caxias do Sul (PPGA/UCS), Brasil, e do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade FEEVALE, Brasil.
vtondolo@gmail.com
<http://lattes.cnpq.br/8949425307961537>

3- Claudia Cristina Bitencourt

Doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Brasil.
Professora do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (PPGA/UNISINOS), Brasil.
claucbitencourt@gmail.com
<http://lattes.cnpq.br/7715385604038814>

Diego Maganhotto Coraiola – Editor Geral

Editor responsável pela submissão:

André Luiz Maranhão de Souza Leão.

Artigo analisado via processo de revisão duplo cego (*Double-blind*).

Recebido em: 05/09/2012

Aprovado em: 16/03/2013

Última Alteração: 16/03/2013

* Contato Principal: Rua Bento Alves, 1501 apt 302. Rio Branco, São Leopoldo - RS, CEP: 93032-060.

CORRELAÇÃO ENTRE ELEMENTOS DO CAPITAL SOCIAL E ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO

RESUMO

No campo dos estudos organizacionais, o capital social se destaca, principalmente, nas relações com aspectos de comportamento organizacional, processos gerenciais e industriais, e processos estratégicos. Tanto o empreendedorismo quanto a orientação empreendedora são temas relacionados ao capital social, pois fomentam o trabalho, a renda e a inclusão social de uma comunidade. Este estudo objetiva verificar o nível de correlação entre a dotação de capital social dos alunos e a orientação empreendedora das organizações onde esses alunos atuam. Para isso, foi investigada uma amostra de 185 acadêmicos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis de uma Instituição de Ensino Superior (IES), no Sul do Brasil. Esta pesquisa apresenta escopo exploratório e abordagem quantitativa. Como principais resultados, apresentam-se a correlação existente entre os construtos de capital social e orientação empreendedora sendo enquadrada como fraca e, em alguns casos, a existência de correlações negativas. Além disso, também foi identificado que o menor índice de correlação apresenta-se entre as dimensões de proatividade no contexto local (CCS) e proatividade (COE), sendo que nesta relação esperava-se encontrar uma forte associação. Ao final, apresentam-se as limitações deste estudo e as sugestões de estudos futuros.

Palavras-chave

Capital Social; Orientação Empreendedora; Visão dos Estudantes de Graduação.

THE CORRELATION AMONG ELEMENTS OF SOCIAL CAPITAL AND ENTREPRENEURIAL ORIENTATION: AN EXPLORATORY STUDY

ABSTRACT

On the organizational studies field, social capital stands out especially in relationships with aspects of organizational behavior, industrial processes and management, and strategic processes. Both entrepreneurship and the entrepreneurial orientation are issues connected to social capital, because they foster employment, income and social inclusion of a community. The objective of this study is to assess the level of correlation between the allocation of social capital and entrepreneurial orientation of students of organizations where these students work for. We investigated a sample of 185 students of Business Administration and Accounting courses of a College of the Southern Brazil. This research presents exploratory study and quantitative approach. The main results are presented as follow: the correlation between constructs of social capital and entrepreneurial orientation are classified as weak, and in some cases there are negative correlations. In addition, it was identified that the lowest correlation is presented between the dimensions of proactivity in the local context (CCS) and proactivity (COE), however, that relationship was expected to show a strong relationship. At the end, we present limitations of this study and suggestions for future studies.

Keywords

Social Capital; Entrepreneurial Orientation; Graduate Students Vision.

1 Introdução¹

O capital social, diferentemente do capital humano, representa o valor dos recursos envolvidos na avaliação de uma rede de relações (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Nesse sentido, estudos relacionam a motivação pessoal, o processo de elaboração da estratégia e o capital social, ou ainda investigam como o capital social impacta a efetividade dos diferentes modelos de estratégia (Dess & Lumpkin, 2005a).

Em muitas comunidades, populações menos afortunadas buscam a inclusão social por meio da geração de emprego e renda. No entanto, com o mercado acirrado e competitivo, pessoas despreparadas acabam sendo rapidamente descartadas do mercado de trabalho. Dessa forma, a solução encontrada por essas pessoas e suas comunidades é empreender, ou seja, criar seu próprio negócio com o objetivo de ter renda. Neste contexto, destaca-se a orientação empreendedora e a dotação de capital social das comunidades. Para que o empreendedorismo aflore em uma região, gerando desenvolvimento local, é necessário que haja um ambiente propício ao empreendedorismo, com a incidência de processos interativos e cooperativos de aprendizado e inovação. Diante desta perspectiva, promover a capacitação local torna-se fundamental, uma vez que fará com que a comunidade tenha maior estoque de capital social (Albagli & Maciel, 2002).

O capital social surge como um forte aliado na promoção de ações empreendedoras, visto que ele se dá através da interação entre atores de uma comunidade, tornando, assim, o ambiente mais propício às ações empreendedoras e ao desenvolvimento local. Gonçalves, Gosling e Lanna (2007) afirmam que atores públicos têm acreditado que o empreendedorismo pode ser considerado tanto uma forma de reaquecimento da economia como uma forma de desenvolvimento local.

Entretanto, a ação de empreender não é de exclusividade das pessoas físicas, uma vez que as empresas também necessitam se adequar ao mercado em que estão inseridas. A fim de realizar esta adequação, as companhias buscam “movimentos inovadores”, com o objetivo de competir e se diferenciar dos demais concorrentes estabelecidos nesse mercado. Dessa forma, a inovatividade surge como um dos critérios para avaliar a orientação empreendedora de uma região.

Considerando este panorama, é crescente o interesse no emprego do empreendedorismo corporativo como medida de “sucesso organizacional”, tendo em vista a criação de novas oportunidades para a empresa (Ferreira, 2001). A importância do empreendedorismo para a economia tem se refletido no crescente interesse da literatura de negócios sobre o tema (Lyon, Lumpkin, & Dess, 2000). Como destacam Ireland e Webb (2007), aumentam, a cada ano, a publicação de artigos sob o tema empreendedorismo nos principais periódicos, em especial a partir do ano de 2001.

Tendo em vista o contexto acima, esta pesquisa foi realizada em uma Instituição de Ensino Superior (IES) do Sul do Brasil a fim de correlacionar a dotação de capital social dos alunos e a orientação empreendedora das organizações onde esses alunos atuam. Este estudo norteia-se pelo questionamento referente à correlação entre orientação empreendedora e capital social, e visa contribuir para as discussões sobre o papel deste último no desenvolvimento local.

2 Capital Social

Nesta seção serão apresentadas as origens do capital social, bem como a sua evolução no campo dos estudos organizacionais e sua interação com a orientação empreendedora.

2.1 Origens do Capital Social

O capital social apresenta três origens distintas (Baron, Field, & Schuller, 2000). A primeira refere-se aos autores das ciências sociais, os quais criaram e difundiram o termo, como James Coleman (1988), Pierre Bourdieu (1980) e Robert Putnam (1995). A segunda destaca os elementos-chave que compõem o capital social, tais como confiança, coesão social, redes, normas e instituições. A terceira, por sua vez, inclui atores que remontam elementos do capital social em suas obras, destacando-se Émile Durkheim e Max Weber (Baron, Field, & Schuller, 2000).

O tema Capital Social por possuir essa diversificação de origens, é atualmente explorado em diferentes enfoques e por diversas áreas de pesquisa (Portes, 1998, 2000). O termo capital social foi

introduzido no início da década de 1980, quando Pierre Bourdieu se referia às vantagens e oportunidades de pertencer a certas comunidades (Albagli & Maciel, 2002).

Desde então diversos estudos tem sido realizados enfocando o capital social, em diferentes áreas, deixando de ser um tema específico do âmbito da sociologia e penetrando nos mais diversos campos de estudo (Portes, 1998, 2000). Esta disseminação de estudos originou diversas associações do capital social, gerando, assim, a diversidade de conceituações, bem como de níveis de análise (Nahapiet, 2008). Alguns dos principais conceitos presentes na literatura são apresentados na Figura 1.

Conceitos	Autores
Capital Social é o agregado do recurso atual ou potencial que são reunidos para posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de mútuo conhecimento ou identificação.	Bourdieu (1986)
Capital Social é uma variedade de entidades com dois elementos em comum, os quais consistem de algum aspecto de estruturas sociais, e facilitam evidentes ações de atores (pessoas ou corporações) com a estrutura.	Coleman (1988)
Capital Social é como amigos, colegas e de forma mais geral contatos diretos de quem você recebe oportunidades para usar seu capital humano e financeiro.	Burt (1992)
Capital Social são traços da vida social – redes de contatos, normas e confiança - que possibilitam aos participantes agirem juntos mais efetivamente para perseguirem objetivos em comum.	Putnam (1995)
Capital Social é a soma dos recursos reais e potenciais envolvidos, disponíveis e derivados da rede de relacionamentos tidas pelo indivíduo ou unidade social.	Nahapiet & Ghoshal (1998)
Capital Social é o compartilhamento de normas e valores que promovem cooperação social, instanciado nas reais relações sociais.	Fukuyama (2002)

Figura 1: Conceitos de Capital Social

Na visão de Bourdieu (1980), o capital social provém para cada membro o suporte do capital de propriedade coletiva. No entanto, Coleman (1988) defende que o capital social é definido como uma função, caracterizada por não ser uma entidade única e sim uma variedade de entidades, possuindo dois elementos em comum que consistem em alguns aspectos da estrutura social e facilitam as ações dos atores, sendo estes pessoas ou corporações que podem estar atrelados à essa estrutura (Coleman, 1988).

Assim, o capital social pode ser entendido como sendo semelhante ao capital humano e físico, pois não é completamente fungível, podendo ser específico para certas atividades. Desta maneira, como uma dada forma de capital social pode ser valiosa e facilitar certas ações, também pode ser desnecessária e compensar prejuízos de outras (Coleman, 1988).

Diferentemente, Bourdieu (2003) defende que o capital social é díspar das outras formas de capital, pois aumenta com o uso. A manutenção e o crescimento deste capital ocorrem devido à interação existente entre os atores que compõem essa rede. Desta forma, o capital social raramente pode ser adquirido sem o investimento de algum recurso material e a posse de algum conhecimento cultural que capacita o indivíduo a estabelecer relações com os outros indivíduos (Portes & Landolt, 2000).

O capital social reside nas relações, não sendo propriedade exclusiva de indivíduos (Sarate & Macke, 2007). Por esse motivo, o seu desenvolvimento é afetado por fatores que estruturam a evolução das relações sociais, e que estando presentes de diversas formas - como confiança, normas e cadeias de relações, são estimulados e aumentam com o uso (Sarate & Macke, 2007).

Assim, o capital social em organizações recebe destaque por apresentar como característica a difícil imitação, uma vez que é visto como um complexo fenômeno social, desenvolvido pelo histórico de interações entre os atores envolvidos e pelo caráter idiossincrático dessas relações (Bernardes, 2010). Portanto, o capital social é considerado fonte inesgotável, desde que seja utilizado, mas pode diminuir e se tornar escasso se não for utilizado (Sarate & Macke, 2007).

Putnam surge com um estudo sucessor à Coleman, visto que ambos apresentam uma visão conceitual muito próxima (Walker, 2008). No entanto, Putnam (2004) adverte que o capital social não é apenas positivo ou consequentemente pró-social, e sim que existem muitas de suas formas, cada qual com suas consequências. E que alguns autores que se utilizam do conceito de capital social tem convergido inequivocadamente para uma definição central que foca em redes sociais e associações de normas de reciprocidade.

Da mesma maneira, tem aumentado a visão de que o capital social é como o capital humano e o físico, não possuindo uma única dimensão (Putnam, 2004). Nesse sentido, o autor defende o capital social como relações de confiança, as quais estão embricadas nas redes sociais.

Consoante a isso é possível verificar a existência de pelo menos três formas de capital social: estrutural, cognitivo e relacional (Nahapiet & Ghoshal, 1998; Nahapiet, 2008). A dimensão estrutural está relacionada ao sistema de relações e aos *links* existentes entre pessoas ou unidades, enquanto que a dimensão cognitiva se refere aos recursos que são providos por representações, interpretações e sistemas de significado, os quais são associados às partes, e, por fim, a dimensão relacional descreve a espécie de relações pessoais desenvolvidas entre os indivíduos (Nahapiet & Ghoshal, 1998; Nahapiet, 2008).

A dimensão relacional do capital social, que mede confiança, normas, obrigações e identificação social, cresce nas redes em várias direções, com a presença de elos fortes e recíprocos (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Nesse sentido, Putnam (1995) corrobora na medida em que afirma que as relações sociais e a presença de confiança e de cooperação ocasionam mútuos benefícios.

Albagli e Maciel (2002, p.08), com base no conceito de capital social utilizado por Putnam, que o define como sendo “traços da vida social – redes, normas e confiança – que facilitam a ação e a cooperação na busca de objetivos comuns”, defendem que dois desses pressupostos são implícitos em sua conceituação, pois redes e normas estão empiricamente associadas e têm efeitos econômicos significativos para a comunidade, surgindo uma função instrumental para o capital social. Já a confiança é alcançada quando há conhecimento mútuo entre os membros de uma comunidade e uma forte tradição de ação comunitária.

No caso particular da sociologia, os autores abordam o capital social de forma tripartida, assim como as implicações desses conceitos: como uma fonte de controle social, como uma fonte de benefícios mediados pela família, e como uma fonte de recursos mediados por relações não familiares (Portes & Landolt, 2000).

Considerando o contexto brasileiro, Bandeira (2003) realizou um estudo no Rio Grande do Sul a fim de investigar se as trajetórias históricas das várias regiões do estado resultaram em estoques de capital social diferenciados que pudessem afetar seu desenvolvimento econômico e institucional, assim como no estudo realizado por Putnam na Itália. Para que esse estudo fosse realizado, Bandeira (2003) segmentou o estado em três macrorregiões: a região Sul, que abrange a região abaixo da linha leste-oeste formada pelos vales dos rios Jacuí e Ibicuí; a região Norte, que compreende as áreas do Planalto e do Alto Uruguai; e a região Nordeste, constituída pelo eixo Porto Alegre-Caxias do Sul e áreas situadas no entorno, sendo esta última fragmentada, ainda, em Nordeste I, para a região metropolitana de Porto Alegre, e Nordeste II, abrangendo a região da Serra e Litoral.

Nesse estudo, Bandeira (2003) constatou que as regiões gaúchas apresentam diferenças significativas no que se refere aos indicadores de capital social, e que essas diferenças apresentam padrões consistentes que se repetem na maior parte das variáveis estudadas. As regiões Nordeste I e Nordeste II apresentam características contrastantes, e a região Nordeste II apresenta indicadores semelhantes à região Norte. Para o autor, essa semelhança provavelmente possa estar associada às raízes culturais que remontam à imigração e à colonização européia. Já a região Sul e Nordeste I são as que apresentam menores dotações de capital social. Na região Nordeste I possivelmente seja pela redução do tempo disponível, em função do tempo gasto em deslocamentos por causa das grandes distâncias, fazendo com que as pessoas tenham menos participações em associações, enquanto que na região Sul possa ter sido acarretado pela colonização com o predomínio de grandes propriedades rurais e a convivência com a escravidão.

2.2 O Capital Social e os Estudos Organizacionais

Por mais que o termo “capital social” tenha sido originado na sociologia, a partir dos estudos de Bourdieu e Coleman, atualmente o seu conceito aplicado aos estudos organizacionais está ganhando volume (Adler & Kwon, 2002). Adler e Kwon (2002) apresentam uma relação de estudos anteriores na área organizacional que envolveram de uma forma ou outra o tema “capital social”. Algumas das relações exploradas pelos autores permeiam o capital social: no sucesso profissional; como auxiliar na busca por emprego; como facilitador na troca entre unidades e na inovação de produtos; na criação de capital intelectual; na efetividade dos grupos multifuncionais; como redutor de índices de *turnover*; como

facilitador de empreendedorismo; na formação de empresas; como fortalecedor nas relações da cadeia; nas redes regionais de produção; na aprendizagem interempresas.

Já o estudo realizado por Luo (2003) analisou a forma como as condições industriais influenciam as relações gerenciais do nível de executivos com outras entidades, como compradores, fornecedores, concorrentes, distribuidores e reguladores, em um mercado emergente. Os resultados da pesquisa validam o maior argumento sustentado pelo estudo, de que as relações gerenciais são formadas pelas condições industriais, e confirma a contingência e dependência da visão da rede. Dessa forma, o nível de laços utilizando ligações sociais ou pessoais está contingenciado às características setoriais que englobam diferentes oportunidades ou ameaças e à visão do executivo de como os seus negócios são dependentes das oportunidades ou vulneráveis às ameaças.

Blyler e Coff (2003) entendem o capital social como um aspecto chave para entender tanto a geração quanto a apropriação de renda. Os autores estabeleceram uma ligação explícita entre capital social e capacidades dinâmicas. Posteriormente, exploraram como o capital social influencia quem se beneficia dos ganhos, e como ele potencializa a capacidade dinâmica na geração e apropriação de renda. Para os autores, esses achados são importantes porque conduzem à predição de que a renda se origina de uma capacidade passível de ser registrada em muitas medidas de performance tradicionais.

O estudo realizado por Galdámez, Carpinetti e Gerolamo (2009) apresenta uma relação do capital social ao desenvolvimento de uma vantagem competitiva, uma vez que o contexto analisado pelos autores são os arranjos produtivos locais (APLs). Para eles é possível identificar a relação tanto teórica como empírica entre o capital social e a vantagem competitiva.

O capital social existente nas APLs influencia diretamente o nível de cooperação e a confiança entre os membros desses arranjos. O nível de cooperação influencia no intercâmbio de informações, que podem ser produtivas, tecnológicas ou de mercado. Além disso, possibilita a integração de competências. Dessa forma, quanto maior o nível de capital social em uma APL, maior serão os níveis de cooperação e maiores serão as trocas de informações e integração de competências (Galdámez, Carpinetti, & Gerolamo, 2009).

Para Galdámez, Carpinetti e Gerolamo (2009) o capital social também influencia o nível de confiança entre os membros de uma APL, uma vez que quanto maior for o convívio (estabelecido através dos laços desses membros), maior será o nível de capital social e maior será a confiança entre eles. A relação de confiança entre os membros facilita o fluxo de informações, desenvolvendo uma capacidade tecnológica e de produção na região.

Dessa forma, os autores acima citados conseguiram identificar uma relação entre o nível de capital social e a vantagem competitiva dos APLs, visto que os processos de competência em inovação e melhoria dentro de um arranjo estão baseados em um conhecimento não decifrável, confiança e estrutura institucional difícil de replicar (Galdámez, Carpinetti, & Gerolamo, 2009).

O estudo realizado por Acquaah (2007) teve como objetivo replicar e estender a pesquisa de Peng e Luo (2000), que foi realizada na China, a uma região emergente do sub-Sahara Africano. Para isso, os autores buscaram verificar em uma região diferente três questões: O capital social ajuda a melhorar o desempenho da empresa? Será que os efeitos do capital social observados no desempenho das empresas Asiáticas (especialmente na China) são verdadeiros no sub-Sahara Africano? Como a orientação estratégica de uma empresa afeta o relacionamento entre capital social e desempenho organizacional? Os resultados do estudo indicam que o capital social é desenvolvido por cada uma das dimensões, distintamente pelos gestores, com diferentes efeitos sobre o desempenho organizacional, e dependente da orientação estratégica.

Os resultados apresentados por Acquaah (2007) são coerentes com os resultados de Peng e Luo (2000), pois ambos defendem que o capital social desenvolvido de forma positiva entre os gestores de diferentes empresas melhora o desempenho organizacional. O capital social com funcionários do governo também tem um impacto positivo no desempenho organizacional. Assim, os resultados de ambos os estudos, China e Gana, indicam claramente que o capital social das relações em rede com os principais executivos de outras empresas e funcionários do governo é benéfico para as empresas em economias emergentes.

No entanto, ao contrário de Peng e Luo (2000), os resultados encontrados por Acquaah (2007) indicam que o capital social dos principais executivos com outras empresas de Gana é mais importante do que com os funcionários do governo. Dessa forma, Acquaah (2007) conclui que o capital social dos líderes

é uma importante fonte de recursos, informação e aprendizagem, utilizados para melhorar o desempenho, e que o impacto do capital social no desempenho organizacional está contingenciado à orientação estratégica competitiva da empresa.

Assim, considerando o contexto organizacional, o capital social possibilita a conexão entre as organizações, estimulando o processo de troca de conhecimento e incentivando o empreendedorismo por meio da criação de novos negócios ou ainda por meio do incremento nos resultados (Zahra, 2010).

2.2.1 Capital social e empreendedorismo

O empreendedorismo pode ser visto como uma temática relacionada ao capital social, uma vez que é a criação e o desenvolvimento de novos negócios, os quais são tipicamente dirigidos por seus proprietários. São procurados como uma forma alternativa de inclusão social, através da geração de trabalho e renda, ou seja, no combate ao desemprego e à pobreza (Albagli & Maciel, 2002). Nesse sentido, o empreendedorismo abarca questões políticas, econômicas e sociais (Kuckertz & Wagner, 2010).

A capacidade empreendedora nasce da visão que determinado grupo constrói para o mundo, e por esse motivo não é considerado um fenômeno individual, mas coletivo. Nesse sentido, algumas condições são indispensáveis para que se tenha espírito empreendedor e para o afloramento do potencial local. São elas: a democracia, a cooperação e a estrutura de poder sob a forma de rede, distribuindo o poder e não verticalizando intensamente. Sem esses requisitos, formadores de capital social, há pouco espaço para o surgimento do espírito empreendedor (Dolabela, 2008).

Nesse sentido, as relações de confiança local são vetores na condução à cooperação, assumindo um papel crítico para o empreendedorismo. As relações intrínsecas à complexidade no contexto social são vistas com a forma mais básica das manifestações de aprendizado e inovação (Albagli & Maciel, 2002). Diante disso, o capital social pode ser considerado uma fonte de recursos para as atividades empreendedoras (Schenkel & Garrison, 2009; Bojica, Arroyo, & Fuentes, 2012).

Também é possível reconhecer que os ambientes mais propícios ao empreendedorismo são aqueles em que ocorrem processos de aprendizado e de inovação, oriundos de processos interativos e cooperativos. Esse seria um dos motivos de se promover, de forma coletiva e sistêmica, a capacitação local em inovação e aprendizado, passando pelo desenvolvimento de capital social (Albagli & Maciel, 2002).

Já a pesquisa desenvolvida por Moran (2005) apresentou como objetivo examinar o impacto do capital social dos gestores no desempenho gerencial. Para isso, foram comparadas duas dimensões do capital social, a dimensão estrutural e a dimensão relacional. Para Moran (2005), a dimensão relacional oferece vantagens consideráveis para o desempenho gerencial, mesmo quando comparada aos benefícios da estrutura da rede. Analisando comparativamente os benefícios oriundos das dimensões estruturais e relacionais, o embricamento da dimensão relacional é um fator especialmente importante para o comportamento empreendedor.

Dess e Lumpkin (2005a) destacam que a lógica de empreendedorismo na formulação da estratégia preconizada por Mintzberg foi central para o desenvolvimento do construto da Orientação Empreendedora (COE). Para os autores, o COE é multidimensional e envolve elementos do processo da estratégia, tais como determinação, busca de oportunidades, assumir riscos, adaptação, barganha e planejamento. A relação entre COE e o desempenho é sugerida tanto pelo campo do empreendedorismo como pelo campo da estratégia (Wiklund & Sheperd, 2005).

A Orientação Empreendedora (OE) é pontuada como o principal construto nos últimos anos na literatura do campo do empreendedorismo e da estratégia. As pesquisas em COE têm focado principalmente os seguintes temas: fatores que predizem o COE; efeitos do COE sobre o desempenho da firma; elementos que moderam a relação entre o COE e o desempenho da firma; e acumulação do conhecimento (Covin, Green, & Slevin, 2006). O COE representa tanto o empreendedorismo organizacional como o comportamento empreendedor individual (Silva, Gomes, & Correia, 2009).

Lumpkin e Dess (1996) propõem que as dimensões do COE variam em função do contexto organizacional. O COE representa o processo do empreendedorismo, abrangendo suas dimensões e atributos (Dess, Lumpkin, & Mckee, 1999). Três abordagens podem ser utilizadas para operacionalizar a orientação estratégica da empresa: a percepção gerencial, o comportamento da firma e a alocação de recursos (Lyon, Lumpkin, & Dess, 2000), e cada qual possui vantagens e desvantagens que devem ser ponderadas pelo

pesquisador. O COE fornece a possibilidade de avaliar o comportamento empreendedor da organização (Lumpkin & Dess, 1996).

Nesse sentido, Lyon, Lumpkin e Dess (2000) sugerem uma abordagem contingencial, em que percepções gerenciais, comportamento da organização e alocação de recursos estão relacionadas ao desempenho, sendo impactadas por fatores ambientais e organizacionais. Dess e Lumpkin (2005b) destacam que a empresa que deseja engajar em um empreendedorismo corporativo com sucesso deve ter a OE. Nessa lógica, para os autores, as dimensões do COE podem ser desenvolvidas na prática pelo empreendedorismo corporativo.

Miller (1983) originalmente propôs que a OE seja formada por três aspectos organizacionais - inovatividade, aceitação ao risco e proatividade. Estes três pontos visam capturar e essência empreendedora das organizações (Clercq, Dimov, & Thongpapanl, 2010; Taatila & Down, 2012). A inovatividade se refere à busca pela empresa em inovar, por meio de novas ideias, processos, produtos e serviços (Lumpkin & Dess, 1996; Freitas, Martens, Boissin, & Behr, 2012). Em outras palavras, a inovatividade representa a atitude inovadora das empresas (Altinay et al., 2012). A aceitação ao risco tende a ser inerente ao modelo capitalista. No entanto, as empresas podem variar quanto ao nível de aceitação ao risco que elas estão dispostas a enfrentar (Lumpkin & Dess, 1996). Nesse sentido, ela representa o quanto uma empresa está inclinada a arriscar por meio de investimentos a fim de obter os resultados esperados (Freitas *et al.*, 2012; Altinay *et al.*, 2012). Já a proatividade se refere ao quanto essa empresa busca ser líder ao invés de ser seguidora, descobrindo e explorando novas oportunidades (Lumpkin & Dess, 1996), identificando e antecipando tendências (Freitas et al., 2012).

Tendo em vista a teoria abordada acima, esta pesquisa trabalha com duas hipóteses, sendo elas: H1) as dimensões da orientação empreendedora e do capital social devem apresentar uma forte correlação; e H2) a correlação existente deverá ser positiva.

3 Procedimentos Metodológicos

Este estudo foi realizado em uma Instituição de Ensino Superior localizada na Serra Gaúcha. A pesquisa foi aplicada a 185 alunos dos Cursos de Ciências Contábeis e Administração, e tem como objetivo correlacionar a dotação de capital social dos alunos e a orientação empreendedora das organizações onde esses alunos atuam. Cabe destacar que estudos anteriores, como por exemplo Schenkel e Garrison (2009), Kuckertz e Wagner (2010), Altinay et al. (2012) e Taatila e Down (2012), também utilizaram amostra formada por estudantes universitários.

A amostra é considerada não probabilística, tendo sido escolhida por conveniência. Este estudo se caracteriza por ser exploratório com abordagem quantitativa. A pesquisa foi inspirada no método *survey*, utilizando o questionário como técnica de coleta de dados.

A fim de medir a orientação empreendedora, foi utilizada neste estudo uma escala desenvolvida nos Estados Unidos (Miller, 1983; Naman & Slevin, 1993) e validada no Brasil por Fernandes e Santos (2008). A estrutura formada representa três dimensões da orientação empreendedora: inovatividade, proatividade e aceitação de risco. Já para medir o capital social foi utilizada a escala desenvolvida por Onyx e Bullen (2000), cuja tradução e aplicação no Brasil foi feita por Sarate e Macke (2007) em um estudo realizado na Serra Gaúcha. O presente estudo se utilizará do questionário já aplicado no Brasil por estes autores. O construto de capital social é composto por oito dimensões, que são: participação na comunidade local, proatividade no contexto social, sentimentos de confiança e segurança, vínculos de vizinhança, vínculos de família e amizade, tolerância à adversidade, valor da vida e vínculos com o trabalho (Onyx & Bullen, 2000; Sarate & Macke, 2007).

Os dados foram coletados em sala de aula, por meio de questionário autoadministrado. No entanto, o preenchimento foi acompanhado, assegurando que eventuais dúvidas pudessem ser sanadas. Após, os dados foram tabulados em uma planilha eletrônica. Foi realizada uma amostragem dos dados tabulados a fim de verificar junto aos questionários algum possível erro de digitação. Para analisar a confiabilidade dos dados foi realizado o teste do *alpha* de Conbrach (Hair, Babin, Money, & Samouel, 2005). Os dados referentes ao construto capital social apresentaram um valor de *alpha* 0,83, considerado "muito bom" (Hair et al., 2005), e os dados referentes ao construto orientação empreendedora apresentaram um valor de *alpha* de 0,746, considerado "bom" (Hair et al., 2005).

Para análise dos dados utilizou-se o software SPSS (*Statistical Package of Social Science*), versão 15.0. O método realizado foi a análise de correlação. Em geral, a correlação visa explorar se há relação entre as variáveis, identificando sua magnitude e direção (Ho, 2006). Como os dados foram medidos em escala ordinal, bem como não apresentavam distribuição normal, optou-se pela correlação de Spearman (Green, Salking, & Akey, 1997; Hair et al., 2005). A análise de correlação de Spearman busca mensurar a associação linear existente entre duas variáveis não métricas (Hair et al., 2005; Ho, 2006). Os coeficientes de correlação podem variar de -1,0 à 1,0, sendo que quanto maior o coeficiente mais forte será o nível de associação. Esses coeficientes podem ser positivos ou negativos, o que irá depender da direção da relação entre as variáveis, se direta ou inversamente proporcional (Hair et al., 2005; Ho, 2006).

4 Apresentação e Análise dos Dados

Esta pesquisa foi realizada com 185 acadêmicos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis. Foi aplicado um questionário composto de algumas perguntas informativas quanto ao perfil da amostra e outras direcionadas aos dois construtos analisados, dotação de capital social e orientação empreendedora.

Foram identificadas as seguintes características, com relação à amostra: i) 63,2% são naturais da cidade analisada, enquanto que 36,8% são naturais de outras cidades; ii) 60% da amostra é do sexo feminino, enquanto que 40% é do sexo masculino; iii) 66,5% da amostra estão na faixa etária entre 21 e 30 anos, 18,9% apresentam mais de 30 anos e 14,6% apresentam menos de 20 anos.

Dentre os 185 respondentes verificou-se que 6 residem em outra cidade, ou seja, 3,2% da amostra. Os respondentes que residem na cidade pertencem a 45 bairros diferentes. Quando questionados em relação ao tempo que residem nesses bairros, obtiveram-se os seguintes dados: 57,3% residem há mais de 10 anos, seguidos por 21,1% que residem no mesmo bairro no período de 1 a 5 anos, enquanto que 13,5% residem em seus bairros de 6 a 10 anos e apenas 8,1% residem há menos de 1 ano.

Quando questionados sobre a participação em atividade política, verificou-se que 96,2% não participam de nenhum tipo de atividade política. Também pode ser verificado que 95,1% dos respondentes trabalham, e que 84,9% da amostra não têm filhos. Constatou-se que 75,7% dos respondentes estão cursando entre o 4º e 7º semestres, sendo que os cursos analisados possuem 8 semestres.

Quando se analisou a correlação existente entre os elementos dos dois construtos utilizados, verificou-se a existência de coeficientes de correlação positiva e negativa. O Apêndice I apresenta um resumo com as correlações observadas entre os elementos dos dois construtos. Constatou-se que todas elas apresentam força associativa fraca, com coeficientes máximos em torno de 0,30. A maior correlação encontrada é apresentada entre uma das questões da dimensão “vínculos com o trabalho”, no construto de capital social (CCS) e um elemento da dimensão “proatividade”, no construto de orientação empreendedora (COE). Essa correlação mede o sentimento do respondente em pertencer a uma equipe de trabalho e a adoção cuidadosa de mudanças graduais na empresa, apresentando coeficiente 0,329.

Outra correlação de maior força constatada na pesquisa é a existente entre a dimensão “vínculos de família e amizade” (CCS) e um dos elementos da dimensão “proatividade” (COE). Essa análise envolveu questões que mediam se os respondentes conversavam com muitas pessoas diariamente, considerando seu contexto social. E, considerando o contexto empresarial (empresa em que atuam), se acreditavam serem necessárias diversas ações para o alcance de seus objetivos. Esta correlação apresentou grau 0,283, e segundo Hair et al. (2005) pode ser caracterizada como correlação de pequena força de associação.

Na dimensão “vínculos com o trabalho”, a questão que mede o sentimento do respondente em pertencer a uma equipe de trabalho apresenta correlações significativas com sete das oito questões do construto de orientação empreendedora. Os coeficientes dessas correlações variaram de 0,148 a 0,329, sendo que quatro apresentaram coeficientes de até 0,20, e por isso são denominadas, conforme Hair et al. (2005, p. 312), como correlações de força “leve, quase imperceptível”, enquanto que nas outras quatro correlações os coeficientes variaram de 0,21 à 0,40, podendo ser considerados como correlações de pequena força de associação (Hair et al., 2005).

Conforme já mencionado, verificou-se a existência de correlações negativas, as quais se deram entre as dimensões “vínculos de vizinhança” (CCS) e “aceitação de risco” (COE). Uma correlação negativa observada envolve as questões que medem se o respondente visitou algum vizinho na última semana e se a empresa onde ele atua prefere projetos de alto risco, apresentando coeficiente igual a -0,169. A outra correlação negativa constatada no estudo envolve as questões que investigam se o respondente, no

momento de fazer compras em seu bairro, se sente entre amigos e se a empresa em que trabalha é ousada em seus esforços para maximizar as oportunidades.

Quando verificadas as correlações significativas existentes com menor força associativa, observou-se a inexistência de correlação inferior a 0,14. Outras relações correlativas fracas foram constatadas, apresentando coeficientes entre 0,15 e 0,28. Dessa forma, a maioria das correlações observadas enquadrar-se na variação de 0,0 a 0,20, e podem ser classificadas como correlações fracas, possuindo força leve, quase imperceptível. Também foi observado que a maior concentração de correlações encontradas se deu entre o construto de orientação empreendedora e a dimensão vínculos com o trabalho.

Tendo em vista os resultados observados e as hipóteses sugeridas neste estudo, constatou-se que as dimensões dos construtos de capital social e orientação empreendedora apresentam uma fraca correlação, assim rejeitando a primeira hipótese. Também foi constatada a existência de correlações positivas e negativas, fazendo com que a hipótese 2 seja aceita em parte, visto que previa somente a correlação positiva.

5 Conclusões e Recomendações

Foi constatado, por meio da visão dos alunos de uma IES na no Sul do Brasil, que os construtos de capital social e orientação empreendedora possuem correlação, mas que essa, por sua vez, se apresenta através de coeficientes baixos, fazendo com que as correlações existentes sejam classificadas de acordo com a escala de coeficientes de Hair et al., (2005) como fracas. Também foi constatada a existência de correlações negativas.

Essas constatações vão parcialmente ao encontro das hipóteses apresentadas pelo estudo, que almejam correlações de forte intensidade entre os construtos e a existência somente de correlações positivas. Outra característica intrigante pode ser verificada na correlação reduzida entre as dimensões de proatividade no contexto local (CCS) e proatividade (COE). Visto que ambas as dimensões tratam de proatividade, esperava-se constatar resultados de uma correlação de forte intensidade. Essa divergência pode ser fruto dos diferentes significados atribuídos à “proatividade” nas duas áreas em questão.

Não foi identificado, na literatura estudada, outro estudo correlacionando os dois construtos CCS e COE utilizando as mesmas escalas. Por exemplo, Bojica, Arroyo e Fuentes (2012) conduziram um estudo visando analisar o papel do capital social de segunda ordem na aquisição de conhecimento e seu efeito na orientação empreendedora. Mesmo com enfoques e medidas diferentes, é possível destacar que os referidos autores observaram um coeficiente de correlação entre as variáveis dos construtos “orientação empreendedora” e “capital social” de média 0,388. O que não pode ser considerado um valor elevado.

Ao analisar os construtos de forma isolada foi possível identificar que os resultados seguem um padrão observado em estudos anteriores. Considerando que o CCS foi medido em uma escala variando de 1 a 4 e o COE foi medido em uma escala variando de 1 a 5, foi empregado o método da centralização das variáveis (Aiken, West, 1991), na qual é subtraída a média amostral das variáveis. Nesse sentido, a média da amostra do CCS foi de 2,56 e do COE foi de 3,55. Por exemplo, Genari, Make e Faccin (2012) verificaram a média geral do CCS de 2,0. No que tange o COE, Clercq, Dimov e Thongpapanl (2010) verificaram a média de 3,11. Ao correlacionar as médias dos dois construtos foi identificado o coeficiente de 0,259. Desta forma, também não apresentando um valor elevado de correlação, como observado no estudo de Bojica, Arroyo e Fuentes (2012).

Como implicações gerenciais, cabe destacar que os elementos da dimensão “conexões no trabalho” no CCS apresentaram a maior incidência de correlações positivas e significativas com os elementos do COE. Isso sugere que as organizações devem atentar para a importância do ambiente interno e das relações sociais e interpessoais que emergem no trabalho. Tal elemento do capital social pode ser central para a orientação empreendedora das organizações. Em geral, a literatura tem prestado mais ênfase na relação da orientação empreendedora com os aspectos do ambiente externo, no entanto, tal observação destaca também a importância dos aspectos organizacionais internos.

Tendo em vista os achados deste estudo, bem como com a literatura anterior, é possível destacar sugestões de estudos futuros. Um ponto intrigante foram os baixos coeficientes de correlação observados. Nesse sentido, entende-se que o capital social possa ter um efeito indireto sobre a orientação empreendedora. Dessa forma, seria interessante analisar o efeito do capital social como moderador da

relação orientação empreendedora x desempenho. Ademais, a literatura de gestão tem sugerido o capital social como fonte de acesso a recursos, assim, estudos futuros poderiam analisar o efeito do capital social no acesso aos recursos para atividades empreendedoras, bem como novos negócios. Destaca-se também a possibilidade de pesquisar aspectos organizacionais internos, como motivadores da orientação empreendedora. Sugere-se, ainda, a realização de estudos complementares que contribuam com a relação entre o capital social e a orientação empreendedora, demonstrando sua importância no contexto de desenvolvimento local, bem como uma análise mais aprofundada, observando diretamente as empresas da região da Serra Gaúcha e a dotação de capital social neste ambiente. E, finalizando, estudos abrangentes que enfoquem esses dois construtos na realização de comparações entre regiões, setores, cadeias ou até mesmo percepções entre diversos atores inseridos nesse contexto.

Por fim, destacam-se as limitações deste estudo no que se refere à sua capacidade de generalização, visto que foi explorada apenas a percepção de 185 acadêmicos a respeito dos dois construtos analisados. Além disso, o tamanho da amostra também pode ter limitado a possibilidade de uso de outras técnicas de análise, como a regressão e a modelagem de equações estruturais.

Notas

- 1- Os autores agradecem as sugestões e recomendações realizadas pelos avaliadores, as quais foram centrais para qualificação deste estudo.
- 2- Os autores agradecem o apoio recebido do CNPQ.

Referências

- Acquaah, M. (2007). Managerial social capital, strategic orientation, and organizational performance in an emerging economy. *Strategic Management Journal*, 28, 1235-1255.
- Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2002). Social capital: prospect for a new concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- Aiken, L.S., & West, S.G. (1991). *Multiple Regression: Testing and Interpreting Interactions*. Sage, Newbury Park, CA.
- Albagli, S., & Maciel, M. L. (2002). Capital Social e empreendedorismo local. Rio de Janeiro:UFRJ. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/redesist/NTF2/NT%20SaritaMLucia.PDF>>. Acesso em 1 fev. 2007.
- Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., & Lashley, C. (2012) The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention, *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 489-499.
- Bandeira, P. S. (2003). Algumas hipóteses sobre as causas das diferenças regionais quanto ao capital social no Rio Grande do Sul. In: Corrêa, M. S (org). *Capital Social e Desenvolvimento Regional*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 15-59.
- Baron, S., Field, J., & Schuller, T. (2000). *Social capital*. Oxford: Oxford University Press.
- Bernardes, E. S. (2010). The Effect of Supply Management on Aspects of Social Capital and the Impact on Performance: A Social Network Perspective. *Journal of Supply Chain Management*, 46(1), 45-56.
- Blyler, M., & Coff, R. W. (2003). Dynamic capabilities, social capital, and rent appropriation: ties that split pies. *Strategic Management Journal*, 24, 677-689.
- Bojica, A. M., Arroyo, M. R., & Fuentes, M. M. F. (2012) La adquisición de conocimiento a través de relaciones interorganizativas y la orientación empreendedora: el papel mediador del capital social de segundo orden, *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 15(3), 141-153.
- Bourdieu, P. (1980). Le capital social, notes provisoires. In: *Actes de la recherche en sciences sociales*, 31, p. 2-3.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In: RICHARDSON, J. (edit). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood, 241-258.
- Bourdieu, P. (2003). *Razões Práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Papirus.
- Burt, R. (1992). *Structural Holes: The social structure of competition*. Cambridge: Harvard University Press.

- Clercq, Dimov, D., & Thongpapanl, N. (2010) The moderating impact of internal social exchange processes on the entrepreneurial orientation–performance relationship, *Journal of Business Venturing*, 25 (1), 87-103.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *The American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Covin, J. G.; Green, K. M., & Slevin, D. P. (2006). Strategic process effects on the entrepreneurial orientation–sales growth rate relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 57-81.
- Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. (2005a). Emerging issues in strategy process research. In: Hitt, M., Freeman, R. E., & Harrison, J. S. (Edit). *The blackwell handbook of strategic management*, 384-408.
- Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. (2005b). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management Executive*. 19(1), 147-156.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & McKee, J. E. (1999). Linking corporate entrepreneurship to strategy, structure, and process: suggested future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 85-102.
- Dolabela, F. (2008). *Capital social e empreendedorismo*. Disponível em: http://www.inova.ufmg.br/portal/uploads/capital_social.pdf. Acesso em junho/2008.
- Fernandes, D. V. H., & Santos, C. P. (2008). Orientação empreendedora: um estudo sobre as conseqüências do empreendedorismo nas organizações. *Revista de Administração de Empresas – eletrônica*, 7(1), 0-0.
- Ferreira, J. (2001). Corporate entrepreneurship: a strategic and structural perspective. *New England Journal of Entrepreneurship*, 4(2), 59-71.
- Freitas, H., Martens, C. D. P., Boissin, J., & Behr, A. (2012) Elementos para guiar ações visando à orientação empreendedora em organizações de software. *Revista de Administração*, 47(2), 163-179.
- Fukuyama, F. (2002). Social Capital and Development: The coming agenda. *SAIS Review*, 22(1), 23-37.
- Galdámez, E. V. C., Carpinetti, L. C. R., & Gerolamo, M. C. (2009). Proposta de um sistema de avaliação do desempenho para arranjos produtivos locais. *Gestão e Produção*, 16(1), 133-151.
- Genari, D., Faccin, K., & Macke, J. (2012). Mensuração do Capital Social Organizacional em Redes de Indústrias Vitivinícolas Brasileiras. *Base (UNISINOS)*, 9(1), 53-67.
- Gonçalves, C. A., Gosling, M., & Lanna, M. A. M. F. (2007). A influência da qualidade das Incubadoras e da formulação estratégica dos empreendimentos incubados no desempenho empresarial. In: ENANPAD, XXXI, *Anais*.
- Green. S.B., Salkind. N. J., & Akey. T.M. (1997). Using SPSS for Windows Analyzing and Understanding Data. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Hair, J. F., Babin, B., Money, A. H., & Samouel, P. (2005). Fundamentos de métodos de pesquisa em administração. Porto Alegre: Bookman.
- Ho, R. (2006). Handbook of Univariate and Multivariate Data Analysis and Interpretation with SPSS. Boca Raton, FL: Chapman & Hall/CRC.
- Ireland, R. R., & Webb, J. W. (2007). A cross-disciplinary exploration of entrepreneurship research. *Journal of Management*, 33(6), 891-927.
- Kuckertz, A., & Wagner, M. (2010) The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions — Investigating the role of business experience, *Journal of Business Venturing*, 25, 524-539.
- Luo, Y. (2003). Industrial Dynamics and Managerial Networking in an emerging market: The case of China. *Strategic Management Journal*, 24, 1315-1327.
- Lumpkin, G.T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and the linking it to performance. *Academy of Management Review*. 21(1), 135-172.
- Lyon, D., Lumpkin, G., & Dess, G. (2000). Enhancing Entrepreneurial Orientation Research: Operationalizing and Measuring a Key Strategic Decision Making Process, *Journal of Management*, 26(5), 1055-1085.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, (29)7, 770-791.

- Moran, P. (2005). Structural vs. Relational embeddedness: social capital and managerial performance. *Strategic Management Journal*, 26, 1129-1151.
- Nahapiet, J. (2008). The Role of Social Capital in Inter-organizational Relationships. In: Cropper, S., Ebers, M., Huxham, C., & Smithring, P. (edit). *The Oxford handbook of inter-organizational relations*. Oxford, UK: Oxford University Press, 580-606.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Naman, J., & Slevin, D. (1993). Entrepreneurship and the concept of fit: a model and empirical tests. *Strategic Management Journal*, 14(2), 137-154.
- Onyx, J., & Bullen, P. (2000). Measuring social capital in five communities. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36(1), 23-42.
- Peng, M. W., & Luo Y. (2000). Managerial ties and firm performance in a transition economy: the nature of a micro-macro link. *Academy of Management Journal*, 43(3), 486-501.
- Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24.
- Portes, A. (2000). The two meanings of social capital. *Sociological Forum*, 15(1), 1-12.
- Portes, A., & Landolt, P. (2000). Social capital: Promise and pitfalls of its role in development. *Journal of Latina American Studies*, 32, 29-47.
- Putnam, R. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- Putnam, R. (2004). Using social capital to help integrate planning theory, research, and practice. *Journal of the American Planning Association*, 70(2), 142-192.
- Sarate, J. A. R., & Macke, J. (2007). Fatores explicativos do capital social em uma cidade da serra gaúcha: a percepção dos estudantes de administração. In: ENANPAD, XXXI, Rio de Janeiro. *Anais*.
- Schenkel, M. T., & Garrison, G. (2009). Exploring the roles of social capital and team-efficacy in virtual entrepreneurial team performance. *Management Research News*, 32(6), 525 - 538.
- Silva, M. A. O. M., Gomes, L. F., & Correia, M. F. (2009) Cultura e orientação empreendedora: uma pesquisa comparativa entre empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(1), 57-71.
- Taatila, V., & Down, S. (2012). Measuring entrepreneurial orientation of university students. *Education + Training*, 54(8), 744 - 760.
- Walker, E. (2008). Contingent pathways from joiner to activist: the indirect effect of participation in voluntary associations on civic engagement. *Sociological Forum*, 23(1), 116-144.
- Wiklund, J., & Sheperd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*, v. 20, 71-91.
- Zahra, S. A. (2010). Harvesting Family Firm's Organizational Social Capital: A Relational Perspective. *Journal of Management Studies*, 47(2), 345-366.

Apêndice I – Correlação entre os elementos dos construtos

	Pró-atividade1	Pró-atividade2	Risco1	Risco2	Risco3	Inovatividade1	Inovatividade2	Inovatividade3
Participação1	,168(*)	0,015	0,085	-0,047	0,016	0,006	-0,046	0,019
Participação2	0,031	-0,047	0,078	0,024	-0,016	-0,042	-0,038	0,001
Participação3	0,001	-0,067	,192(**)	-0,025	0,066	0,034	-0,078	-0,044
Participação4	0,050	-0,084	,177(*)	-0,025	0,118	0,059	-0,103	0,026
Participação5	,155(*)	0,028	,157(*)	0,004	0,102	0,010	-0,043	-0,017
Participação6	0,117	0,045	,184(*)	0,082	0,142	0,141	0,018	0,073
Participação7	0,058	-0,054	0,144	-0,083	0,040	0,090	0,004	0,008
Agência Social1	,185(*)	0,083	,151(*)	0,053	0,074	0,115	0,016	0,039
Agência Social2	0,099	0,129	-0,022	0,132	0,035	0,050	0,115	0,062
Agência Social3	,250(**)	0,143	0,032	0,070	,179(*)	,151(*)	0,028	0,137
Agência Social4	0,142	0,135	0,014	0,134	0,021	0,029	0,008	,162(*)
Agência Social5	,161(*)	0,107	-0,111	0,064	0,048	0,120	0,104	0,127
Agência Social6	0,027	0,026	0,015	,149(*)	0,106	0,085	0,121	0,128
Agência Social7	0,128	0,022	0,031	,151(*)	0,062	0,141	0,051	0,020
Sentimento de Confiança e Segurança1	0,059	0,045	0,118	0,044	0,082	0,029	0,101	0,041
Sentimento de Confiança e Segurança2	0,128	0,116	0,061	-0,094	0,010	0,039	-0,056	0,073
Sentimento de Confiança e Segurança3	0,101	0,130	-0,011	0,009	-0,019	0,094	0,088	0,092
Sentimento de Confiança e Segurança4	,171(*)	0,136	0,133	,150(*)	,161(*)	0,107	,176(*)	,184(*)
Sentimento de Confiança e Segurança5	0,059	0,085	,194(**)	0,143	0,083	0,109	,202(**)	0,080
Vizinhança1	,153(*)	0,115	0,051	,171(*)	0,120	0,090	,170(*)	,196(**)
Vizinhança2	0,086	0,076	-0,106	0,118	0,143	0,130	0,063	,297(**)
Vizinhança3	0,064	0,107	-0,119	-0,100	0,039	-0,004	-0,023	0,142
Vizinhança4	0,003	-0,113	-0,055	-0,169(*)	0,044	-0,061	-0,010	0,136
Vizinhança5	0,028	-0,053	-0,048	-0,004	0,009	0,025	-0,033	,218(**)
Família e Amigos1	-0,013	-0,025	-0,063	-0,020	-0,109	0,032	0,121	0,112
Família e Amigos2	,283(**)	0,107	0,009	0,039	,242(**)	0,121	0,062	0,111
Família e Amigos3	0,139	-0,054	0,081	0,065	0,127	0,085	,212(**)	0,138
Diversidade1	,154(*)	-0,016	0,053	0,009	0,074	0,031	0,144	0,096
Diversidade2	,186(*)	0,140	0,000	-0,012	0,129	-0,004	0,058	0,067
Valor da Vida1	0,121	0,051	0,003	0,055	0,002	0,075	0,124	0,116
Valor da Vida2	0,030	0,055	-0,012	0,020	-0,007	0,109	0,086	,161(*)
Conexões de Trabalho1	,152(*)	0,014	0,107	0,029	-0,002	0,055	0,083	,149(*)
Conexões de Trabalho2	0,080	0,058	,172(*)	,145(*)	0,005	0,128	0,034	,159(*)
Conexões de Trabalho3	,236(**)	,148(*)	,195(**)	,291(**)	,199(**)	,196(**)	0,139	,329(**)
E-mails1	0,103	0,040	0,001	0,077	0,041	0,057	,205(**)	0,066

Correlação de Spearman

**. Correlação significativa ao nível de 0.01.

*. Correlação significativa ao nível de 0.05.