

LUAN VINICIUS BERNARDELLI
(ORGANIZADOR)

ECONOMIA:

Mercado e relações de trabalho

2

LUAN VINICIUS BERNARDELLI
(ORGANIZADOR)

ECONOMIA:

Mercado e relações de trabalho

2



Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^o Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^o Dr^a Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^o Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^o Dr^a Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^o Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^o Dr^a Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^o Dr^a Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^o Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^o Dr^a Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^o Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^o Dr^a Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



Economia: mercado e relações de trabalho 2

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Mariane Aparecida Freitas
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizador: Luan Vinicius Bernadelli

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

E19 Economia: mercado e relações de trabalho 2 / Organizador
Luan Vinicius Bernadelli. – Ponta Grossa - PR: Atena,
2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0302-9

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.029220607>

1. Economia. I. Bernadelli, Luan Vinicius (Organizador).

II. Título.

CDD 330

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2022

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

A segunda coleção do livro “Organização Economia: Mercado e relações de trabalho 2” é composto de diversos capítulos, tendo como objetivo principal o debate científico. Após a primeira edição da coleção apresentar diversos artigos interessantes para o debate do mercado de trabalho, o segundo volume também abordará de forma categorizada e interdisciplinar trabalhos, pesquisas, relatos de casos revisões e ensaios empíricos que transitam nos vários caminhos das organizações e da economia.

O objetivo principal da obra é apresentar de forma categorizada e clara estudos desenvolvidos em diversas instituições de ensino e pesquisa do país. Em todos esses trabalhos, a linha geral foi o estudo de aspectos empresariais ligados ao debate do mercado de trabalho.

Vários temas importantes são, deste modo, debatidos nesta obra com a proposta de fundamentar o conhecimento, contribuindo a todos aqueles que de alguma forma se interessam pelo estudo do mercado de trabalho. São trabalhos que se empenham em mostrar o papel do Marketing no mercado de trabalho, assim como trabalhos que abordam a economia solidária, formação de redes e do associativismo. Há ainda uma discussão sobre o trabalho infantil. Todos trabalhos que enfatizam o mercado e as relações de trabalho.

Dessa forma, a organização deste livro não está pautada sob um tema único, dado a diversidade de tópicos e métodos que são apresentados. Neste livro, o leitor poderá contemplar 5 capítulos que debatem o mercado e as relações de trabalho.






A existência do segundo volume de uma obra que debata o comportamento do mercado de trabalho e o perfil empresarial das organizações é essencial no atual contexto econômico e financeiro, onde há uma intensa modificação no perfil tanto das empresas, quanto dos profissionais. Tratam-se de temas atuais e de interesse direto da sociedade.

Deste modo a obra “Organização Economia: Mercado e relações de trabalho 2” possui trabalhos fundamentados nos resultados práticos obtidos pelos diversos professores e acadêmicos que arduamente desenvolveram seus trabalhos que aqui serão apresentados de maneira concisa e didática.

Dado a importância da divulgação científica, a Atena Editora, em mais uma obra, auxilia na construção do conhecimento, auxiliando toda a comunidade científica na divulgação de seus resultados.

Luan Vinicius Bernardelli

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
ANÁLISE COMPARATIVA DAS ESTRATÉGIAS DE <i>MARKETING MIX</i> ADOTADAS EM TRÊS MERCADOS DE PROXIMIDADE AGROECOLÓGICOS	
Heliene Macedo de Araújo Marta Cristina Marjotta-Maistro	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0292206071	
CAPÍTULO 2	23
DINÂMICA DA POLÍTICA PÚBLICA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA NO BRASIL: OBSTÁCULOS DE IMPLEMENTAÇÃO DE UMA ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO BASEADA NO TRABALHO AUTOGESTIONÁRIO	
Naira Luan Sousa e Silva Maria do Rosário de Fátima e Silva	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0292206072	
CAPÍTULO 3	36
EL TRABAJO INFANTIL EN EL ESTADO DE HIDALGO, 2009 Y 2019	
Elías Gaona Rivera Jozelín María Soto Alarcón	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0292206073	
CAPÍTULO 4	52
LÍNEA EMPRENDIMIENTO E IMPULSO EN EL DESARROLLO DE NEGOCIOS: FACTORES DE ÉXITO DE LAS EMPRESAS FAMILIARES PANADERAS DE DOLORES HIDALGO, C.I.N., GTO	
Ma. Beatriz Rangel Terán Beatriz del Ángel Saldaña	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0292206074	
CAPÍTULO 5	59
REDES, ASSOCIATIVISMO, CULTURA EMPRESARIAL E COMPETITIVIDADE EM UMA SOCIEDADE GLOBALIZADA	
Amilcar Baiardi Ruthy Nadia Laniado	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0292206075	
SOBRE O ORGANIZADOR	75
ÍNDICE REMISSIVO	76

CAPÍTULO 5

REDES, ASSOCIATIVISMO, CULTURA EMPRESARIAL E COMPETITIVIDADE EM UMA SOCIEDADE GLOBALIZADA

Data de aceite: 04/07/2022

Amilcar Baiardi

Ruthy Nadia Laniado

RESUMO: Uma sociedade globalizada cria novos padrões de conduta social relativos à economia e à sociedade. Isto requer uma contínua fusão entre novos e tradicionais valores culturais. Lidando com as atividades econômicas, políticas e sociais os atores se vêm diante de contínuas renovações de percepções de valores e de modos de ação coletiva. Elas são necessárias para reestruturar amplamente as atividades sociais e econômicas. Na sociedade baiana houve um esforço significativo para entender a relevância das mudanças provocadas pela economia de globalizada que levaram os diferentes estratos sociais de empresários locais a reformarem sua estratégia associativa. Eles organizaram novas formas de redes voltadas para incrementar a participação de grupos de interesses, para elevar a capacidade de interferir na economia e para lidar localmente com as pressões concorrenciais do capital global. Este trabalho analisa os fatores dinâmicos que se tornaram fontes de mobilização para que os empresários formassem redes, tais como recursos materiais, mudanças em atitudes e co-operação. Também focaliza os resultados alcançados pela ação coletiva econômica apoiada por estas redes no lidar com custos, mercados, competição, riscos e mudanças em valores culturais. A análise está baseada em uma pesquisa realizada com empresários baianos.

PALAVRAS-CHAVE: Redes, sociedade globalizada, cultura regional, economia regional.

ABSTRACT: A globalized society creates new patterns of social conduct concerning the economy and society. It requires a continuous merging between new and traditional cultural values. In dealing with economic, political and social activities actors are faced with the continuous renewal of value perceptions and of modes of collective action. They are necessary in order to restructure social and economic activities at large. In the regional society of Bahia, Brazil, there has been a significant effort to understand the relevance of changes in a globalized economy, where the social strata of local entrepreneurs have reshaped its associative strategy. They organise new forms of networks related to group interests participation and to the capacity of interfering in the direction of the economy, in order to deal with the continuous pressures of the competition of global capital locally. This paper is concerned with the dynamic factors that become mobilisation resources for the entrepreneurs in the formation of networks, such as material resources, changes in attitudes or co-operation. It is also concerned with the results achieved through economic collective action supported by these networks, such as costs, markets, competition, risk and changes in cultural values. The analysis is based on research carried out with local businessmen.

KEYWORDS: Networks, globalized society, regional culture, regional economy.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tenta demonstrar que as mudanças ensejadas pelo processo de globalização da sociedade e da economia exerceram um efeito positivo sobre o empresariado regional no sentido de adaptá-lo aos novos desafios da competitividade e do crescente compromisso das empresas com as atividades definidas como de responsabilidade social. O esforço de adaptação se expressa mais nitidamente na elevação da propensão a se organizar e a cooperar. Malgrado seja uma formação social impregnada de valores tradicionais decorrentes da natureza patriarcal e patrimonial do modelo de colonização, o empresariado baiano veio demonstrando ao longo dos anos capacidade de entender o alcance das mudanças em curso na economia nacional e internacional e a elas ajustar-se.

A manifestação mais recente desse mimetismo para se colocar ao nível das necessidades de competir e contribuir com o Estado para a redução dos desequilíbrios sociais é a intensidade com que foram criadas no ambiente empresarial as redes. Com propósitos variados esse tipo de organização muda a fisionomia e a estratégia de atuação das empresas e suas associações, tornando-as mais ágeis, mais eficientes e capazes de combinar a cooperação e a competição no âmbito dos distritos e dos pólos industriais. Os elementos empíricos utilizados resultam de uma pesquisa mais ampla sobre o empresariado baiano realizada pelo Núcleo de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Bahia.

A GÊNESE DO EMPRESARIADO REGIONAL

O território que atualmente é o Estado da Bahia foi no Brasil o primeiro espaço a ser incorporado ao circuito internacional de comércio, inicialmente com a exploração extrativista da madeira de uma árvore chamada Pau Brasil (*Cesalpinia echinata*) e em seguida com a produção de açúcar, atividade que combinava a agricultura com o processamento industrial da cana, constituindo o denominado complexo açucareiro. Esta fase colonial da história nacional, na qual inicialmente se empregava como mão de obra escrava os índios e posteriormente populações africanas, é conceituada por alguns historiadores como não capitalista e por outros como capitalista. Definir a economia colonial agro-exportadora baiana como não capitalista ou como capitalista é uma questão complexa que supõe uma incursão conceitual sobre a estrutura social então vigente e envolve o entendimento do que seja casta, estamento ou classe social. Partindo-se dessas estruturas, verificando-se como se davam as relações de produção no âmbito do complexo açucareiro e debruçando-se sobre a índole da escravidão é que se pode avançar na gênese do empresariado baiano.

Quando se interpreta a escravidão como vontade política baseada no “tratado de guerra justa”, escrito por leigos e por prelados e que sancionava o direito a escravizar prisioneiros de guerra, o agente econômico regional, a depender do entendimento,

integraria uma casta ou um estamento e então não seria portador de valores minimamente capitalistas como a aceitação do risco e a independência dos favores do Estado, no caso a coroa de Portugal.

Ao contrário, quando se imagina que a principal determinação da escravidão foi econômica, que ela foi recriada no interesse da expansão mercantil por não ter sido possível povoar as colônias lusitanas e que o escravo era um ativo comparado a um bem de capital como sugere Furtado (1974), se poderia falar de classes, com todos os problemas de utilizar uma categoria que surge na Inglaterra no século XIX para pensar realidades dos séculos XVI, XVII e XVIII. Neste caso o agente econômico regional faria parte de uma classe social, a classe responsável pela implantação e exploração do complexo açucareiro, constituindo-se um agente associado da burguesia mercantil, tendo, por isso, valores dos empresários do período da expansão do mercantilismo, vide Hirano (1988) e Marquese (1999).

Esta diferença, de nada irrelevante, tem implicações no que tange à mentalidade. Pertencer à classe social do empresário do complexo açucareiro brasileiro como segmento do grande negócio açucareiro na Europa significa pensar economicamente o processo produtivo, exercitar relações de classe no circuito da produção. Significa ter uma mentalidade burguesa e encarnar o ideal de acumulação por meio da paixão pelo lucro, sendo este um instrumento de poder pessoal. Pertencer a um estamento ou casta significa desconhecer ou recusar o risco no processo produtivo e ver a propriedade dos meios de produção como um direito natural, estando o poder pessoal assentado em uma existência milenar, emanado da Igreja católica quando do início da ordenação feudal.

Independentemente de como possa se classificar o empresariado baiano como constituído a partir de uma classe ou de uma casta ou estamento, os relatos dos historiadores, vide Gorender (1986) e Pedrão (1996) é que os mesmos não detinham valores, padrões culturais, que correspondessem aos dos empresários da Inglaterra, Alemanha e Países Baixos, quando da expansão mercantil na Europa e início da constituição do capitalismo, conforme descrito por Moore (1999) e Landes (1994). Mesmo que na Europa de então ainda não vigesse um padrão comportamental tipicamente burguês da época do nascimento do capitalismo industrial – o qual se baseava na ética, num conjunto de valores que regiam a vida cotidiana e que levavam a um ascetismo mundano, uma vida na qual o tempo e a energia do sujeito eram exclusivamente dedicados a atividades meritórias, à diligência, à parcimônia e à austeridade – já havia condutas que aceitavam o risco e que cultivavam a parcimônia, o que não poderia levar senão à formação de capitais seminais. Estas condições do agente social, segundo os historiadores citados, não se faziam presentes na Bahia.

O que acontecia no Brasil e na Bahia era algo completamente diferente, a começar pelo entendimento do que deveria ser a relação capital-trabalho após a abolição da escravidão, o que exigiu do nascente operariado urbano uma longa batalha para obter

direitos que já haviam se generalizado na Europa. Demais, como salienta Pedrão (1996), o primeiro impulso genuinamente industrializante da Bahia, que transcorreu entre 1830 e 1895, baseado na produção têxtil, tinha como fonte de financiamento uma cadeia de negócios na qual entravam o tráfico de escravos e o contrabando.

Como a atividade comercial e o tráfico de escravos eram atividades muito afins, vide Caldeira (1995), este agrupamento social que era o empresariado baiano já presente nos séculos XVII, XVIII e XIX, somente adquire uma mentalidade essencialmente burguesa quando a Bahia começa a diversificar sua estrutura econômica a partir da segunda metade do século XX. Não obstante tenha havido casos isolados de empresários com valores modernos – são citados os exemplos da Valença Industrial, Empório Industrial etc., que na segunda metade do século XIX constituíam um parque industrial têxtil considerável, o maior do Brasil, e no qual se constatavam condutas empresariais mais próximas de uma burguesia emergente - isto não era a regra (GORENDER, 1986; PEDRÃO, 1996). De todos os modos, esses casos não eram suficientes para determinar valores modernos de modo mais generalizante, o que leva à pergunta, quando e como a Bahia engendrou uma classe empresarial moderna?

Como já mencionado, a formação da elite empresarial baiana não é tão recente como se poderia supor e herda, para o bem e para o mal, o legado da empresa agro-açucareira da economia colonial que, malgrado a utilização do trabalho compulsório, demonstrou viabilidade e capacidade de acumulação. Seu surgimento obedece à periodização que vai desde a consolidação de Salvador como grande entreposto comercial com enraizamento em todo o Recôncavo Baiano¹ e início da diversificação do setor secundário até a conformação atual, marcada pela complexificação industrial (PEDRÃO, 1998). Esta periodização pode ser representada pelos impulsos ou ciclos de expansão que são observados na história da economia baiana.

O mais provável é que se possa falar de transformações mais nítidas a partir de 1950 quando têm início, por força de intervenções públicas, as mudanças na infra-estrutura e na estrutura produtiva, as quais repercutiram na mentalidade do empresariado baiano. Destarte, é possível propor a hipótese que a semente de um padrão moderno já houvesse a partir dos casos referidos e que a metade do século XX é o ponto de inflexão para o início do predomínio de um outro padrão cultural que não se distingue, substancialmente, daquele de regiões mais industrializadas do Brasil.

Em benefício da clareza, conviria definir o que seriam os impulsos industrializantes. O primeiro impulso industrializante da Bahia transcorreu entre 1830 e 1895 e teve como principal causa a busca de alternativas de investimento diante da grande crise do complexo agro-açucareiro na primeira metade do século XIX, determinada duplamente pelos excedentes de produção no mercado mundial em decorrência da oferta concorrente de Cuba

¹ Por Recôncavo Baiano se entende todo o entorno territorial que circunda a Bahia de Todos os Santos, Bahia, Brasil, sendo, geomorfológicamente constituído por tabuleiros (terras mais altas), planícies e manguezais.

e Antilhas e pela introdução de inovações no processo produtivo industrial (OLIVEIRA, 1999). O mesmo baseou-se na produção têxtil, como verificado em outros estados do Nordeste. Ao longo da Primeira República seguiram-se indústrias alimentícias e metalúrgicas de pequeno porte. Este impulso dependia da atividade de base agro-exportadora e perde dinamismo com as crises da mesma. Uma feição industrial mais moderna só aparece com transformações mais nítidas a partir de 1950. Este seria o segundo impulso industrial e tem início com as políticas públicas que visavam o estabelecimento de novas relações intersetoriais criadas juntamente com o início das atividades de extração e refino de petróleo. A instalação da Petrobrás no estado repercutiu intensamente na composição e na mentalidade do empresariado baiano.

O terceiro impulso na história das empresas e do empresariado no estado tem início a partir dos anos sessenta, quando o modelo agrário mercantil e petrolífero começa a dividir com a indústria a dinâmica da acumulação, o que ocorre com a criação e expansão de um grande distrito industrial, o Centro Industrial de Aratú, um processo de industrialização induzida pelos mecanismos de incentivos fiscais da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste, SUDENE, o dispositivo 3418, depois convertido no Fundo de Incentivo à Industrialização do Nordeste, FINOR². A revisão deste modelo de industrialização e do uso destes mecanismos de incentivos fiscais caracterizou o quarto impulso industrializante no estado, cujo dinamismo se deu em torno da instalação e expansão do Centro Petroquímico de Camaçari, no início dos anos setenta. O mesmo surge baseado no modelo tripartite de organização empresarial. Este modelo predominou até os anos oitenta, ainda sob a égide da divisão da dinâmica da acumulação entre o velho modelo agrário mercantil e a indústria de ponta, com forte dependência da produção dos bens intermediários. Este período é também chamado como o da consolidação industrial (TEIXEIRA e GUERRA, 2000).

Mais recentemente, a partir de 2000, testemunha-se uma mudança da estrutura industrial acompanhada de uma expansão que poderia ser classificada como o último ou mais recente impulso industrializante. Trata-se da superação do modelo de crescimento baseado na indústria de bens intermediários, com forte dependência petroquímica, metalúrgica e na produção de celulose. Fundaram-se os alicerces de implementação de indústrias estruturantes, com forte poder de encadeamento e de estabelecimento de relações intersetoriais como as automobilísticas.

Este processo de intensas mudanças do último ciclo de expansão leva a que nos setores mais dinâmicos da economia baiana passe a se observar a presença de um tipo de gestão na qual desponta como dirigente empresarial o executivo sem ações, o trabalhador *white color*, o qual incorpora papéis e funções que antes corresponderiam ao empresário local. Esta presença se observa na unidade de produção, nas organizações de caráter corporativo e naquelas outras que nascem para atender as necessidades da

² Trata-se de mecanismos de incentivos fiscais criados pelo Governo Federal Brasileiro para estimular a implantação de indústrias na macro-região Nordeste.

gestão contemporânea participativa bem como para atender os apelos de uma atuação extra-muros na linha da 'responsabilidade social'. Embora este processo de esvaziamento da presença do empresariado genuinamente local possa vir a contribuir para a mudança de valores, ele por si só não explica o aumento da propensão a cooperar e a adoção de práticas de cunho modernizante no âmbito da elite empresarial.

A favor desta hipótese estariam as contribuições de Baiardi & Laniado (2000), as quais sugerem que o conjunto do empresariado baiano, tanto os setores com raízes no passado como os que nascem como decorrência da expansão da economia nacional e internacional, propendem, sem renunciar à normal competição observada em qualquer mercado aberto, para práticas modernas de coesão em atuações corporativistas e para construção de redes formais e informais.

AS REDES COMO EVIDÊNCIA DE UMA PROPENSÃO A COOPERAR E COMO INDICADOR DE UMA NOVA CULTURA EMPRESARIAL

O prestígio assumido pelo papel das instituições na economia levou, mais recentemente, a um conceito cardinal que é o de rede. A rede veio, dentro do amplo campo das instituições (convenções), permitir superar a divergência macro / micro, a dicotomia individualismo metodológico / holismo e a ultrapassar a dependência da racionalidade otimizadora. Permitiu também a afirmação da abordagem interativa sobre a abordagem mecanicista, na medida em que tornou claras as vantagens da presença de vários atores, da racionalidade interativa e da redução das incertezas por meio de uma dinâmica de rearranjos institucionais. A rede normalmente se constitui a partir do imperativo de complementaridades necessárias, identificadas ao longo de cadeias produtivas ou de estruturas horizontais, sugerindo um leque de objetivos comuns.

A rede estabelece uma área de maior governance entre as empresas e organizações e todo o ambiente institucional. Para Granovetter (1992) as redes não emergem automaticamente por pressões, são socialmente construídas. Por este motivo, as redes são determinantes não somente na ação coletiva, mas também exercem um feedback em relação às instituições ajudando a redefini-las. Para o autor, as redes são efetivas na difusão e internalização de certas normas, no uso de símbolos e na cristalização de valores culturais. Na taxonomia recente dos arranjos institucionais, as redes figuram como elementos de interface no plano horizontal e vertical entre os mercados, o Estado e a comunidade, assumindo hierarquias diversas, vide Hollingworth e Boyer (1997).

Para NORHIA (1992) o crescente interesse pela organização em rede se deve a que as novas tecnologias da informação tornaram possíveis formas mais flexíveis e descentralizadas de organização, redefinindo, ao mesmo tempo, os vínculos com outras organizações. Como outras organizações leiam-se consumidores, fornecedores, outras firmas fabricantes etc. A noção de rede tem sido utilizada sob perspectivas teóricas

diferentes e com delimitações pouco rígidas. O conceito mais aceito é o de que rede é um conjunto de pontos, ligados por um conjunto de relações. Callon (1995) propôs uma morfologia e uma taxonomia das redes de modo que no conceito se possa ir além das dimensões geográficas e unidirecionais, pensando-as como estruturas emergentes, quando a identidade dos atores não existe fora do conjunto, e como modalidade específica de coordenação, quando se identificam relações de cooperação que se estabelecem entre os agentes econômicos. Este entendimento levou aos autores deste trabalho a incorporar na análise dos objetivos das redes a idéia do seu grau de consolidação, sugerindo três estágios. O primeiro e o segundo, formal e informal, corresponderiam ao tipo emergentes de Callon (1995).

Os objetivos que levam à constituição das redes são praticamente os mesmos que fazem parte do elenco de propósitos de uma empresa ou corporação que busca sobreviver e expandir-se em um ambiente de grande competição. Pesquisa recente conduzida por Baiardi e Laniado (2001) tentou inventariar as razões pelas quais os empresários baianos constituíam redes e as respostas, independentemente do estágio de consolidação destas organizações sugeriam principalmente uma preocupação com a eficiência, em sobreviver, expandir e melhorar a imagem com vistas ao mercado, vide Tabela I.

Entre inúmeros fatores indicados para a formação de redes, vide dados da Tabela I, os mais relevantes enfatizam as estratégias que são estabelecidas para a manutenção e fortalecimento das empresas e do setor 13 % (37/269) e a percepção dos agentes sobre a importância dos recursos humanos para elevar competitividade e a concorrência, associada com os estudos sobre prospecção de mercados, 11% (32/269) nos dois casos. No que diz respeito à propensão associativa para organizar interesses para gerar e difundir inovações, este impulso aparece em terceira posição com 9% (26/269). As três maiores determinantes revelam o peso dado pelo empresário aos novos padrões de conduta na economia. São ainda lembradas como determinantes a realização de lobbies e a ação conjunta nas questões ambientais, aproximadamente 8 % cada uma.

A maior representatividade destas determinantes revela o quanto a propensão a se organizar em redes está associada com a idéia de busca de fatores de sucesso nas economias modernas (planejamento estratégico, prospecção de mercados, capacitação superior dos recursos humanos, inovação tecnológica, etc.) e que as redes além de reduzir os custos de aquisição dos fatores promovem uma espécie de regulamentação no território, fazendo com que a cooperação preceda a competição.

Objetivos das redes	Caracterização das redes conforme relações estabelecidas							
	Formal		Informal		Consolidada		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Aquisição de fatores de produção	9	50,0	5	27,8	4	22,2	18	100
Estudos de mercado/comercialização de produtos	16	50,0	9	28,1	7	21,9	32	100
Complementaridade do processo produtivo	6	50,0	2	16,7	4	33,3	12	100
Realização de lobbies	13	54,2	6	25,0	5	20,8	24	100
Montagem de consórcios, integrações horizontais e verticais	5	50,0	3	30,0	2	20,0	10	100
Estabelecimento de estratégias de expansão/sobrevivência	16	43,2	13	35,1	8	21,6	37	100
Obtenção de financiamentos	10	44,5	8	34,8	5	21,7	23	100
Atuação no terceiro setor	4	50,0	2	25,0	2	25,0	8	100
Formação do capital humano	15	46,9	10	31,2	7	21,9	32	100
Geração de inovações tecnológicas e gerenciais	13	50,0	7	26,9	6	23,1	26	100
Agilização/flexibilização de contratos de todo tipo	10	47,6	7	33,3	4	19,0	21	100
Gestão ambiental em parceria	11	47,8	7	30,4	5	21,7	23	100
Outros	1	33,3	2	66,7	-	-	3	100
Total	129	-	81	-	59	-	269	-

Tabela I - Objetivos de Constituição e Caracterização das Redes.

Fonte: Pesquisa de campo.

A caracterização do status da rede, relativo ao nível de formalidade ou informalidade e ao de consolidação, permite avaliar estas iniciativas enquanto ambiente social empresarial e enquanto nível de organização. Os dados levantados sugerem que a formalização das organizações é um valor por parte dos agentes, malgrado seja significativo o número de iniciativas não formalizadas. Ademais, o impulso de participação dos agentes econômicos nas redes, conforme o ambiente em que elas se desenvolvem e conforme o status, (formal, informal e consolidado com 129, 81 e 59 indicações, respectivamente), revela um aspecto significativo, qual seja a persistência dos objetivos em qualquer nível de status das redes.

Selecionando-se os quatro indicadores mais apontados que combinam objetivos e tipos de redes, verifica-se que, no conjunto, destacam-se: (i) estabelecimento de estratégias de expansão e sobrevivência (37), (ii) estudos de mercado e comercialização de produtos (32), (iii) formação de capital humano (32), e (iv) geração de inovações tecnológicas e gerenciais (26). A importância destas determinantes está não somente no fato de que são

as mesmas fatores de sucesso nas economias modernas, mas também pelo motivo de se distribuírem de forma relativamente equilibrada entre as três características das redes, significando que, a despeito das variações percentuais, são objetivos persistentes mesmo em situações diferenciadas de configuração de redes³. Por exemplo, observe-se o objetivo estabelecimento de estratégias de expansão e sobrevivência é lembrado em 43.2% para as redes formais, 35.1% para as informais e 21,6% para as consolidadas. O objetivo estudos de mercado e comercialização de produtos, por sua vez, que tem nexos com as condições de planejamento das atividades visando a concorrência, aparece com 50%, 28.1% e 21.9%, respectivamente.

Por outro lado, chama atenção que o objetivo geração de inovações tecnológicas e gerenciais apresenta, proporcionalmente, um alto índice de participação para redes informais, 26,9%. Poder-se-ia pensar que um objetivo desta natureza, com tantas implicações complexas em termos de iniciativa, mobilização de recursos, *know how* e parcerias, teria dificuldades de se estabelecer enquanto objetivo empresarial nesta modalidade de rede. No entanto, aparece com uma participação significativa mesmo em situações em que as redes não se apóiam em mecanismos burocráticos consolidados, o que permite inferir que a sua existência - em redes com características mais informais - se deve a um alto grau de iniciativa, confiança e capacidade de percepção de projeções futuras e concorrenciais das atividades econômicas envolvidas.

O mesmo se poderia dizer quanto ao objetivo formação de capital humano. Este aparece com 46.9%, 31.2% e 21.9% nos três tipos de rede, respectivamente. Para as informais responde com 31.2% de incidência, uma participação nada desprezível já que esta questão se expressa como um esforço de capacitação da força de trabalho como um investimento de retorno a médio e a longo prazo, o qual se complementa com aquisição de inovações tecnológicas e que também tem nexos com o planejamento estratégico e com a prospecção de mercados. Este entrelaçamento leva a se pensar que a cooperação em determinado objetivo, formal ou informalmente, leva à cooperação, formação de redes, em outros objetivos, sugerindo que os objetivos das redes se encadeiam e se firmam como ações persistentes e permanentes nas relações empresariais independentemente do caráter, no que tange ao grau de formalidade ou maturidade.

A análise da Tabela II, que apresenta os resultados obtidos pelo funcionamento das redes mostra uma certa convergência entre as intenções e os fatos. Isto quer dizer que os objetivos se identificam com os resultados. De outro modo, observa-se em ambas as tabelas, I e II, que as questões relacionadas com a sobrevivência e a expansão da firma e com estratégias comuns de busca de competitividade por meios de assimetrias e de expansão de mercados pela via do uso de inovações, são aquelas sobre as quais mais incidem respostas, o que sugere um nexos claro com os indicadores de objetivos / tipo de rede da Tabela I.

³ Vale lembrar que estes dados incluem as respostas que podem ter combinado formal e consolidada ao mesmo tempo.

Destarte, é possível afirmar, com base na Tabela II, que o impulso de criação de redes no meio empresarial baiano tem repercutido na performance das empresas e mais, que as redes têm uma importância tão grande que se pode atribuir às mesmas o pioneirismo na conquista de objetivos comuns a um grupo de empresas. O exemplo da conquista da qualidade integral na gestão ambiental é bastante eloqüente. Foi uma iniciativa em rede que permitiu no Pólo Petroquímico de Camaçari⁴ uma solução para os problemas dos efluentes líquidos de cada uma das empresas de per se. A construção de uma central de tratamento que oferece uma solução integrada e de qualidade em tecnologias limpas é um bom exemplo. A qualidade integral como atributo de um distrito industrial é diferente da qualidade total que é própria a uma firma isoladamente. Onde se estabelecem estas condições, redes operativas em distritos industriais, ocorre, segundo Amin (1993), o ideal de atmosfera industrial marshalliana, na qual elementos sócio-culturais concorrem para a redução de desperdícios, para a absorção de inovações tecnológicas, para o estabelecimento de novas relações com o consumidor, para a flexibilização, para a descentralização e para o fortalecimento / ressurgimento da economia local.

Estas evidências permitem que ao se proceder a análise do conceito de rede se vá além da análise isolada, freqüentemente utilizada quando se pretende avaliar o desempenho empresarial. Isto porque se ultrapassa o suposto reducionista de que a empresa se encontre situada em um sistema no qual os modelos analíticos aceitos estão baseados nos dois princípios cardinais da economia neoclássica, quais sejam o papel regulador de 'mão invisível' jogado pelo mercado e o modelo de concorrência. Neste suposto, a cooperação, ainda que possa estar presente, ela não é orgânica. Não se atribui à mesma nenhuma responsabilidade ou papel especial na obtenção de um outro nível de performance econômica.

Resultados	Freq. Simples	%
Redução dos custos fixos	12	7,2
Redução dos custos variáveis	14	8,4
Ampliação dos mercados	16	9,6
Sobrevivência/expansão da firma	20	12,2
Redução de desperdícios	18	10,8
Mais competitividade	19	11,4
Redução dos riscos	12	7,2
Fomento à iniciativa empresarial	16	9,6
Cooperação entre empresas em objetivos comuns	22	13,3
Visibilidade e legitimação	16	9,6
Outros	1	0,6

⁴ Município pertencente à região metropolitana de Salvador, Bahia, Brasil.

Total	166	100
-------	-----	-----

Tabela II - Resultados Obtidos pelo Funcionamento das Redes.

Fonte: Pesquisa de campo.

Quando se incorpora a análise conjunta, o conceito de rede adquire outro significado e evidencia-se a importância da empresa se organizar em um sistema reticular, no qual se trocam informações de modo horizontal, sem obstáculos nem filtros gerados por uma estrutura hierarquizada e convencional. Nesta nova estrutura, produto de uma também nova cultura gerencial, dá-se como fundamental que toda a empresa tenha a necessidade de estabelecer relações de colaboração sistemática com outras empresas, fundando uma rede com objetivos comuns. É neste caso que a competição embora presente perde espaço para a cooperação. A análise conjunta refere-se a uma situação ideal, na melhor das hipóteses virtual, para a qual os agentes, os empresários devem estar capacitados.

O primeiro princípio cardinal que influencia a análise isolada supõe que a eficiência do sistema econômico derive do confronto competitivo entre empresas. Seria o mercado promovendo a competição entre as operadoras, as empresas, cada uma delas movida pelo interesse pessoal, e impulsionadas a ter comportamentos considerados convenientes para toda a coletividade. A ‘mão invisível’, através do mercado, faria com que o mecanismo de competição transformasse o egoísmo individual no bem-estar coletivo. (BENASSI e BOARI et alii, apud BUFFA, 1994). O resultado da aceitação sem crítica desta proposta tem impedido que se teorize sobre uma relação colaborativa mais conveniente e eficiente, resultado da criação de redes.

Do mesmo modo, a aceitação acrítica do modelo de concorrência, que seria o segundo princípio cardinal, assume como hipótese de base que as operadoras, as empresas, tenham um livre acesso à informação, negando, em realidade, que haja um custo de troca de informações, embora aceitem que a informação seja importante. De outro modo, entendem que em um mercado sem imperfeições, plenamente concorrencial, as firmas estejam dotadas das informações necessárias para tomarem as decisões econômicas. O principal problema que a análise econômica tradicional acarreta é que se subestima a importância da informação, leia-se inovações de processo e de produto, porque se parte da premissa de que estejam livremente disponíveis no mercado, o que não acontece.

A raiz deste pensamento reside na aceitação e no sucesso que teve a economia neoclássica e a teoria do equilíbrio. Este sucesso foi tão grande que nem mesmos as contestações da Escola de Cambridge e o Keynesianismo foram suficientes para mudar este modo de pensar a economia. Até mesmo Schumpeter, que nada tinha de neoclássico, corroborou com esta simplificação ao estabelecer em seu esquema interpretativo a clara distinção entre invenção e inovação, sendo, a primeira, produto do mundo científico e a segunda resultado da ação do empresário inovador. Muito embora reconhecesse que sobre

a inovação ocorreria o interesse de manutenção do segredo, a primeira, a invenção, que possibilitaria o desenvolvimento da segunda, seriam de livre acesso.

A forma como se organiza a ciência neste fim de século, inclusive os arranjos que levam aos sistemas nacionais de inovação, mostram que a informação em P&D&E (pesquisa, desenvolvimento e engenharia) não estão disponíveis para o conjunto de empresas, mas tão somente para aquelas que buscam com investimento em pesquisa criar assimetrias e tornar imperfeitos os mercados. Com base nestes elementos, é possível afirmar que a abordagem da análise conjunta, aquela que inclui a noção de rede no desempenho de uma firma, de um setor ou mais amplamente do tecido produtivo, é a mais adequada. Contudo, convém que se esteja atento para as seguintes regras: 1) toda organização é uma rede e precisa ser analisada como tal; 2) o ambiente no qual a organização se insere também pode ser visto como uma rede formada por outras organizações; 3) as ações dos indivíduos nas organizações podem ser melhor compreendidas através da análise de sua posição na rede; 4) as redes determinam as ações e, ao mesmo tempo, são formadas a partir delas; 5) a análise comparativa das organizações deve considerar suas características enquanto redes (NORHIA, 1992).

Um dos exemplos mais bem sucedidos de cooperação entre firmas concorrentes por meio de redes é citado por Rosenfeld (1994). É o concebido pela Confederação Nacional de Artesãos na Emília Romana, Itália e funciona com a supervisão da agência de desenvolvimento regional. Por meio da rede são oferecidos serviços aos seus membros de acordo com as necessidades, tais como infra-estrutura, assessoria a negócios, P&D&E, treinamento, gerenciamentos de contatos com clientes, garantias a financiamento, etc.

A possibilidade estabelecida pelo approach de abordagem conjunta na convivência entre a competição e a cooperação no ambiente empresarial foi tratada na pesquisa empírica. As respostas dadas constam da Tabela III que apresenta os mecanismos através dos quais se definem as regras que permitem empresas concorrentes entre si cooperarem no que concerne aos objetivos comuns, extraindo desta cooperação um saldo sinérgico que vai além da soma das contribuições individuais.

O fato da maior freqüência de respostas referir-se a uma conciliação obtida por meio de um pacto ético é bastante promissor. Isto quer dizer que o movimento das empresas em direção à constituição de redes é por si só gerador de confiança recíproca o que leva ao pacto ético predominantemente tácito ser a modalidade mais freqüente da regência da cooperação. De outro modo, é possível afirmar que se dá um processo de incremento de capital social a partir do seu uso na formação de redes. Uma vez formadas as redes, o que revela uma certa dotação de capital social, passa-se para um estágio mais elevado de uso aceitando que um bem comum como a rede só deve ter suas normas de gestão baseadas na confiança, vide Putnam (1994) e Ostrom (1997).

Conciliação entre a cooperação e a competição na rede	Freq. Simples	%
Mediante regras explícitas e formalizadas	12	26,1
Mediante um pacto ético, normalmente tácito	15	32,6
Sem conciliação, tornando-se a competição predatória	8	17,4
Estabelecem-se as hierarquias	10	2,2
Outros	1	2,2
Total	46	100

Tabela III - Como se Conciliam Cooperação e Competição.

Fonte: Pesquisa de campo.

Como afirmado anteriormente, as redes permitem ações objetivas e na área empresarial se encontram em um ponto de intersecção entre o conceito amplo de rede e o de organização. Contudo, as redes nem sempre visam a interação das empresas entre si e com clientes, universidades, centros de P&D&E e outras entidades públicas e privadas visando em relação ao conjunto aumentar a competitividade, resolver problemas, entrar em novos mercados e desenvolver novos bens e serviços. No seu propósito está também atuar na linha da criação de novas organizações. Para entender melhor esta questão, procurou-se conhecer o impacto das redes na propagação de novas organizações; isto é, como a ação cooperativa permite frutificar interesses comuns através de novos grupos empresariais ou firmas. A Tabela IV apresenta um elenco dos escopos das novas organizações criadas a partir das redes. Estas podem estar diretamente vinculadas à própria rede ou podem autonomizar-se da mesma. A tendência a criar novas empresas a partir do sucesso de uma determinada rede significa capacidade empresarial de fazer circular interesses, afinidades e valores que são implementados através da ação econômica e são voltados para modificar o ambiente de sua atuação.

Finalidades	Freq. Simples	%
Terceirização da produção e da comercialização	3	14,3
Dinamização das relações setoriais	2	9,5
Desenvolvimento de estratégias comuns	3	14,3
Agilização de negociações entre produtores e empresas	1	4,8
Regulação do mercado de trabalho	3	14,3
Controle de qualidade	2	9,5
Central de compras e vendas	3	14,3
Associação/cooperação	4	19,0
Total	21	100

Tabela IV - Finalidades de Novas Organizações Criadas a Partir das Redes.

Fonte: Pesquisa de campo.

O surgimento de instituições e de organizações a partir das redes significa o desenvolvimento de novas capacidades e é um processo vinculado com a construção de um ambiente empresarial que tem grande importância na criação de uma cultura de cooperação que, por sua vez, repercute na criação de uma cultura tecnológica de inovação e competitividade e também em uma cultura de compromisso com a sociedade e complementação da ação do Estado na linha da responsabilidade social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Recentes avaliações da propensão a inovar por parte do empresariado baiano, malgrado um quadro tendencial de desindustrialização que restabelece uma relação do PIB industrial com o PIB do estado equivalente à primeira metade do século XX, mostram que as redes e o associativismo empresariais jogaram um papel em preservar empresas do Polo Industrial de Camaçari e da Região Metropolitana de Salvador.

Não obstante na presente conjuntura seja o setor primário, impulsionado pelo pujante agronegócio do Oeste Baiano, do Extremo Sul e do Polo de Irrigação Juazeiro Petrolina, a responder por maior percentual do PIB baiano, a exemplo de como operava modelo ‘agrário-exportador’ na primeira metade do século XX, não fora a institucionalização de novas formas de associação que combinam a cooperação com a competição, provavelmente um maior número de indústrias do setor manufatureiro teria encerrado suas atividades.

Espera-se que em um cenário pós-pandemia, sem o conflito bélico do Leste europeu, estes laços de associativismo e cooperação se reforcem e passem a contribuir com a

retomada do crescimento industrial, que já vem se observando no setor de petróleo e gás.

REFERÊNCIAS

AMIN, A. Distretti industriali in un contesto globale che cambia: Santa Croce sull'Arno. In: LEONARDI, R. e NANETTI, R. (org) *Lo sviluppo regionale nell'economia europea integrale*. Venezia: Marsilio Editori, 1993.

BAIARDI, A. & LANIADO, R. N. “A construção de categorias de análise no estudo da temática empresarial”. *Organizações e Sociedade*, Vol.6, nº 15, maio/ago. 1999.

_____. *Padrões culturais e desempenho na sociedade civil: perfil e atitudes do empresariado baiano*. Salvador: NPGA/UFBA, relatório final de pesquisa, encaminhado ao CNPq em setembro de 1999.

_____. “Entre a competição e a cooperação: valores e atitudes empresariais na perspectiva de uma atuação sistêmica”. *Organizações e Sociedade*, Vol.7, nº 19, set/dez. 2000.

BAIARDI, A. & LANIADO, R. N. *Conduta empresarial: ação individual e ação coletiva em uma economia em mudança*. Salvador: NPGA/UFBA, relatório final de pesquisa, encaminhado ao CNPq em abril de 2001.

BAIARDI, A. Cultura e propensão a inovar do empresariado baiano, uma análise histórica. In: BAIARDI, A *Propensão a inovar do empresariado baiano*. Salvador: Quarteto Editora /Academia de Ciências da Bahia, 2016, p. 203-233.

BUFFA, C. *Oltre l'operaio oltre il robot*. Turino: FIAT Comunicazione ed Immagine (2000 giorni al 2000), 1994.

CALDEIRA, J. *Mauá, empresário do Império*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

CALLON, M. “La doublé signification de la notion de reseau: forme emergente et modelité de coordination.” *École d'hiver de chercheurs*. Col-de-Porte, Grenoble, France, 1995.

FURTADO, C. *A formação econômica do Brasil*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1974.

GORENDER, J. *A burguesia brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

GRANOVETTER, M. “Problems of explanation in economic sociology”. In: NOHRIA, N. e ECCLES, R. (eds), *Networks and organizations*. Boston: Harvard Business School Press, 1992.

HOLLINGWORTH, J. e BOYER, R. “Coordination of economic actors and social system of production”. In: HOLLINGWORTH, J. e BOYER, R (eds.) *Contemporary capitalism: the embeddedness of institutions*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

HIRANO, S. *Pré-capitalismo e capitalismo*. São Paulo: HUCITEC, 1988.

LANDES, D.S. *O prometeu desacorrentado: transformação tecnológica e desenvolvimento industrial na Europa ocidental, desde 1750 até a nossa época*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.

LANIADO, R. N. e BAIARDI, A. Padrões culturais e desempenho empresarial numa economia em mudança: o caso da Região Metropolitana de Salvador, *Organizações e Sociedade*, V. 5, n.º 11, jan/abr. 1998.

MARQUESE, R.F. *Administração & escravidão: idéias sobre a gestão da agricultura escravista brasileira*. São Paulo: HUCITEC/FAPESP, 1999.

MOORE, B. *Aspectos morais do crescimento econômico*. Rio de Janeiro: Editora Record, 1999.

NOHRIA, N. "Is a network perspective a useful way of studying organizations?" In: NOHRIA, N. e ECCLES, R. (eds.), *Networks and organizations*. Boston: Harvard Business School Press, 1992.

OLIVEIRA, W. F. *A crise da economia açucareira do Recôncavo na segunda metade do século XIX*. Salvador: Centro de Estudos Baianos, 1999.

OSTROM, E. *Governing the commons: the evolution of institutions for collective action*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

PEDRÃO, F.C. Novos rumos e novos personagens. In: BRANDÃO, M. A. *Recôncavo da Bahia: sociedade e economia em transição*. Salvador: Fundação Casa de Jorge Amado, 1998.

PEDRÃO, F.C. O Recôncavo Baiano na origem da indústria de transformação no Brasil. In: SZMRECSÁNYI, T. et alii (orgs) *História econômica da independência e do Império*. São Paulo: Editora HUCITEC, 1996.

PUTNAM, R. *La tradizione civica nelle regione italiane*. Milano, Arnoldo Mondadori Editore, 1994.

ROSENFELD, S. A. Danish modern 1994: Designing Networks in North America. *CMA Magazine*, vol. 86, April 1994

TEIXEIRA, F. e GUERRA, O. Cinquenta anos de industrialização baiana: do enigma a uma dinâmica exógena e espasmódica. *Bahia Análise & Dados*, v. 10, nº 1, jun 2000.

SOBRE O ORGANIZADOR

LUAN VINICIUS BERNARDELLI - Professor da Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP) e da Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR). Graduado em Economia pela Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP). Mestre em Economia pela Universidade Estadual de Maringá. Doutor em Economia pela Universidade Estadual de Maringá. Foi Visiting Scholar na Southern Cross University (Austrália). Atua nas áreas de Economia monetária e financeira, Economia Regional, Economia da Religião e Economia da Saúde. Também atua como revisor ad hoc em diversos periódicos nacionais e internacionais. Possui publicações em diversas áreas da economia, com trabalhos aprovados em revistas como Nova Economia, Journal of Religion & Health, Sustainability, Public Administration Quarterly, Economic Analysis of Law Review, Local Government Studies, Review of Applied Economics, Review of Social Economy, Estudos Econômicos, entre outras.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Agricultura orgânica 1, 17, 18, 21
Agroecologia 1, 2, 3, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 20, 21

C

Capital humano 36, 37, 38, 39, 40, 66, 67
Cultura regional 59

D

Desemprego 31
Desenvolvimento sustentável 29

E

Economia 1, 5, 12, 13, 14, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 59, 60, 62, 63, 64, 65, 68, 69, 73, 74, 75
Economia regional 59, 75
Economia solidária 1, 5, 12, 13, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35
Educação 14, 29
Empresas familiares 52, 53, 54, 55, 56, 58
Empresas panaderas 52, 54
Eslavitud 41
Estratégias de marketing 1, 2, 3, 20, 21
Éxito 52, 53, 54, 55, 57, 58

F

Factores 52, 54, 55, 58
Feiras 1, 2, 10, 11, 12, 14, 18
Formas de trabajo 39, 41

H

Hidalgo 36, 37, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 50, 51, 52, 53, 54

I

Implementação 23, 27, 31, 63

M

Marketing 1, 2, 3, 6, 7, 12, 20, 21, 22

Mercado de trabalho 26, 31, 72

Mercados de proximidade 1, 2, 3

Mix de marketing 3

Modelo 28, 60, 63, 68, 69, 72

P

Pequenas empresas 53, 54

Pobreza 36, 37, 38, 41, 42, 44, 45, 47, 48, 49, 50

Política pública 23, 24

Políticas públicas 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 32, 34, 35, 41, 63

Pós-pandemia 72

R

Redes 2, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 29, 34, 59, 60, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72

S

Sociedade globalizada 59

T

Trabajo infantil 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 45, 46, 47, 48, 49, 50

Trabalho autogestionário 23

🌐 www.atenaeditora.com.br
✉ contato@atenaeditora.com.br
📷 @atenaeditora
📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

ECONOMIA:

Mercado e relações de trabalho

2



 www.atenaeditora.com.br
 contato@atenaeditora.com.br
 @atenaeditora
 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

ECONOMIA:

Mercado e relações de trabalho

2