

## **ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA IDENTIDADE SOCIAL SOBRE A ESCOLHA DO MECANISMO DE GOVERNANÇA**

**CAROLINE FOSCACHES DE OLIVEIRA QUEVEDO**

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO -  
FEA

carolinefoscaches@hotmail.com

**MARIA SYLVIA MACCHIONE SAES**

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO -  
FEA

ssaes@usp.br

## **Introdução**

Apesar de diversos estudos testarem a efetividade da Ect (RUESTER, 2010), esta enfrenta algumas críticas. Dentre as críticas, destaca-se aqui a referente à forma na qual a teoria trata dos aspectos sociais (GRANOVETTER, 1985; VAN DE VEN; LIFSCHITZ, 2013). Diante de tais críticas, alguns autores do campo da estratégia têm buscado incorporar em suas análises aspectos relacionados à questão social. Um conceito que tem ganhado a atenção de autores é o de identidade social.

## **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Esses estudos, no entanto, ainda são incipientes. Além disso, não foi possível encontrar trabalhos que relacionam a identidade social ao mecanismo de governança. Dessa forma, este trabalho busca responder a seguinte questão: qual a influência da identificação social sobre o mecanismo de governança? Seu objetivo geral é analisar a influência da identidade social sobre a escolha da forma organizacional.

## **Fundamentação Teórica**

Apesar dos pressupostos comportamentais abordados pela Ect (WILLIAMSON, 1996), o aspecto social é tratado com pouca frequência nessa abordagem. Um conceito que tem ganhado destaque é o de identidade social. Esse conceito surgiu no campo da psicologia social, com Tajfel (1972). A identidade social se refere ao conhecimento de pertencimento a um determinado grupo por parte do indivíduo. Esse pertencimento possui valor emocional para o mesmo.

## **Metodologia**

É uma pesquisa quantitativa, bibliográfica e de campo, com lógica dedutiva. A identificação social foi mensurada por meio de uma escala multidimensional baseada em estudos anteriores. Para a coleta de dados, foram aplicados questionários semiestruturados junto a produtores de um assentamento no interior de São Paulo. Foram aplicados 125 questionários, sendo 109 válidos (95% de confiabilidade e 8% de erro). Para a análise dos resultados, foi realizada a técnica de regressão logística.

## **Análise dos Resultados**

Tipo do produto vendido, aceitação dos demais dada a venda para a cooperativa, facilidade para vender para outro sem ter prejuízo, produto sempre terá comprador influenciam no uso da forma cooperativa. Além disso, verificou-se uma relação positiva e significativa entre a identificação social e o mecanismo de governança cooperativa, levando, portanto, à aceitação de H1.

## **Conclusão**

Foi possível observar uma relação positiva e significativa entre a identidade social e o mecanismo de governança cooperativo. Este trabalho traz como contribuição teórica um estudo empírico que mostra a importância dos fatores sociais para decisões que acontecem no nível da firma, especificamente em relação à identificação social do agente e mecanismo de governança. Como limitação, destaca-se o fato de amostra não estar balanceada.

## **Referências Bibliográficas**

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.

WILLIAMSON, O. E. *The mechanisms of governance*. Nova York: Oxford University Press, 1996.

TAJFEL, H. La catégorisation sociale. In : MOSCOVICI, S. *Introduction à la psychologie sociale*. Paris: Librairie Larousse, 1972.

# ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA IDENTIDADE SOCIAL SOBRE A ESCOLHA DO MECANISMO DE GOVERNANÇA

## 1. Introdução

A Economia dos Custos de Transação, cujo principal autor é Oliver Williamson, é a abordagem dominante no que se refere ao estudo dos limites da firma. Essa discussão, no entanto, começou ainda antes, com Ronald Coase. Coase (1937) estava interessado em entender o papel das firmas no mundo real. Para ele, a firma existe devido ao fato de haver custos ao transacionar via mecanismo de preço, os chamados custos de transação. O autor, no entanto, não deixou claro como tais custos poderiam ser mensurados. Dessa forma, Williamson propôs uma operacionalização para o insight de Coase.

Assim, Williamson (1979) estabeleceu dois pressupostos comportamentais, os quais são o ponto de partida para os custos de transação, são eles: a racionalidade limitada e o oportunismo. Além disso, segundo o autor, as transações são compostas por três características: frequência, incerteza e especificidade de ativos. Tais características são determinantes para a escolha da estrutura de governança ideal, ou seja, aquela que permite reduzir os custos de transação. As estruturas de governança identificadas por Williamson são: mercado, formas híbridas e hierarquia. Admite-se, portanto, que, para a ECT, existe uma hipótese de alinhamento ótimo entre as características transacionais e a estrutura de governança.

Apesar de diversos estudos testarem a efetividade dessa teoria (RUESTER, 2010), a ECT enfrenta algumas críticas. Dentre as críticas, destaca-se aqui a referente à forma na qual a teoria trata dos aspectos sociais. De acordo com Van de Ven e Lifschitz (2013), a ECT trata as relações sociais de forma exógena. Anteriormente a esses autores, Granovetter (1985) já havia evidenciado a importância dos aspectos sociais na determinação das relações econômicas. O autor critica a visão subsocializada que o indivíduo tem para a economia, o que fica evidenciado pela Nova Economia Institucional, uma vez que se faz necessário criar mecanismos que substituiriam o papel da confiança, a qual seria gerada a partir das relações sociais.

Diante de tais críticas, alguns autores do campo da estratégia têm buscado incorporar em suas análises aspectos relacionados à questão social. Um conceito que tem ganhado a atenção de autores em suas análises é o conceito de identidade social, proposto por Tajfel (1972), na área da psicologia social. A identidade social é entendida como o conhecimento de pertencimento a determinado grupo social, por parte do indivíduo. Além de se perceber como membro, esse pertencimento possui uma carga emocional para o mesmo (TAJFEL, 1972).

No campo da identidade aplicada à economia, destacam-se Akerlof e Kranton (2005). O interesse dos autores levou-os a criar o conceito de economia da identidade. Esse conceito é composto por três aspectos, são eles: a categorial social a qual o indivíduo se vê como pertencente, a norma social, isto é, o comportamento esperado dado o pertencimento e, por fim, a utilidade da identidade, a qual é maximizada se o indivíduo age de acordo com o que esperado.

Alguns autores têm buscado incluir o conceito de identidade social à Economia dos Custos de Transação, como Morita e Servátka (2013), Wang (2007) e Kogut e Zander (1996). Apesar disso, não foi possível encontrar trabalhos ligando diretamente a identidade social à escolha do mecanismo de governança. Esse trabalho, portanto, busca responder a seguinte questão: qual a influência da identificação social sobre o mecanismo de governança. Seu objetivo geral é analisar a influência da identidade social sobre a escolha da forma organizacional. Especificamente, busca-se: a) identificar o mecanismo de governança

utilizados; b) Verificar o nível de identidade social dos entrevistados; c) Avaliar a relação entre identidade social e mecanismo de governança.

## **2. Economia dos custos de transação e suas críticas**

Oliver Williamson, principal autor responsável pela criação e desenvolvimento da Economia dos Custos de Transação, possibilitou operacionalizar o conceito que Coase (1937) propôs sobre custos de transação. Nessa lógica, Williamson definiu os custos de transação como os custos necessários para elaborar, negociar e salvaguardar um acordo, além dos custos de adaptação que surgem dado um desalinhamento no cumprimento do contrato (WILLIAMSON, 1993). Deve-se destacar que a Ect é uma das abordagens da Nova Economia Institucional (NEI).

O autor estabeleceu os pressupostos comportamentais da teoria – a racionalidade limitada e o oportunismo – os quais seriam o ponto de partida dos custos de transação, uma vez, dada a racionalidade limitada, os contratos tornam-se, inevitavelmente, incompletos, o que dá espaço para ações oportunistas (WILLIAMSON, 1985; WILLIAMSON, 1993).

Conforme a Ect, as transações são compostas por três características: frequência, incerteza e especificidade de ativos. O primeiro atributo se refere à frequência em que certa transação acontece. O segundo conceito está relacionado ao grau de incerteza que envolve uma transação. O terceiro, por sua vez, se refere ao nível de especificidade de ativos que existe em uma determinada transação; quanto mais específico for o ativo, maior será a sua perda de valor quando esse for empregado em um segundo melhor uso alternativo (WILLIAMSON, 1979).

Segundo a teoria, existe um mecanismo de governança ótimo, o qual permite reduzir os custos de transação dadas essas características, sendo que a especificidade de ativos é o principal atributo para determiná-lo (WILLIAMSON, 1996). O autor identificou três mecanismos de governança, são eles: mercado, formas híbridas e hierarquia, os quais partem da forma menos complexa para a mais complexa. O mecanismo de mercado é recomendado para transações com baixo nível de especificidade de ativos, e que, portanto, vendedor e comprador não desenvolvem relação. As formas híbridas permitem reduzir custos de transação para situações com médio nível de especificidade. Essas formas, possuem características tanto de mercado quanto de hierarquia; um exemplo são as formas contratuais. Segundo Ménard (2004), existe uma diversidade de formas híbridas, podendo variar de formas mais próximas ao mercado, como transações baseadas na confiança e em contratos relacionais, como formas mais próximas a hierarquia. A organização em cooperativas se enquadra dentro das formas híbridas. Já para transações com elevado grau de especificidade, o mecanismo que reduz os custos de transação é a integração vertical, ou hierarquia (WILLIAMSON, 1991).

Apesar de diversos estudos terem testado a validade dessa teoria (RUESTER, 2010), algumas críticas são feitas à mesma. Destaca-se aqui as críticas que se referem à forma como a teoria trata dos aspectos sociais. Williamson (1985) mesmo afirma que é preciso se atentar para aspectos que se encontram em um contexto mais amplo, como o contexto social no qual a transação está enraizada, para entender a Economia dos Custos de Transação, uma vez que o ambiente institucional pode afetar as transações. Apesar disso, o fator social não é tratado com frequência pela literatura relacionada à Ect.

Um dos principais autores que criticam esse aspecto é Granovetter (1985). Segundo ele, a NEI reforça a visão subsocializada que a economia tem acerca dos indivíduos, além da mesma considerar o indivíduo atomizado, isto é, fora de um contexto social. Para Van de Ven e Lifschitz (2013), é preciso incorporar à Ect o conceito de comportamento razoável, ao invés de considerar apenas o comportamento racional. O comportamento razoável é resultante da norma social estabelecida. Foss (2004) critica a Ect dentro desse quadro geral, no qual a teoria não admite que questões sociais ajam de forma diferenciada entre os indivíduos. Williamson (2000) destaca a necessidade de dar maior atenção ao nível que ele chamou de enraizamento social,

dada a sua importância e seu baixo nível de desenvolvimento na NEI. Dessa forma, dá-se maior atenção ao que alguns autores denominam de microfundamentos, os quais se referem aos aspectos relacionados aos indivíduos e suas interações, e na forma como influenciam fenômenos que acontecem no nível macro (BARNEY; FELIN, 2013; FOSS, 2011). Um conceito que tem ganhado maior atenção não apenas no campo social, mas também na economia e na estratégia, e o de identidade social, levando alguns autores a incorporarem esse conceito às suas análises (AKERLOF; KRANTON, 2000; BOULU-RESHEF, 2013; MORITA; SERVÁTKA; 2013).

### 3. Teoria da identidade social

O conceito de identidade social surgiu no campo da psicologia social na década de 1970. Foi inicialmente desenvolvido por Tajfel (1972), o qual buscava entender o comportamento de grupos (HOGG; WILLIAMS, 2000). De acordo com Tajfel (1972) a identidade social de um indivíduo se refere ao seu conhecimento de pertencimento a determinado grupo social, além disso, esse pertencimento possui significado emocional para o mesmo. Tajfel e Turner (1986) afirmam que a identidade social é constituída pelos aspectos da autoimagem do indivíduo, os quais são derivados da categoria social da qual ele se percebe como pertencente.

O conceito de grupo é definido pelos autores como: “um conjunto de indivíduos que se percebem como membros de uma mesma categoria social, compartilham algum envolvimento emocional nessa definição comum e alcançam um certo grau de consenso social sobre a avaliação do grupo e de seus membros” (TAJFEL; TURNER, 1986, p. 15). Por categoria social, os autores entendem ser uma ferramenta cognitiva que classifica o ambiente social e direciona a ação social, fornecendo ao indivíduo, portanto, o seu local na sociedade, ou seja, fornece ao indivíduo sua auto referência.

O interesse pela temática da identidade, especialmente em relação a seu aspecto econômico, levou Akerlof e Kranton (2000) a criarem o conceito de economia da identidade. Segundo os autores, para compreender esse conceito, é preciso levar em conta outros três, os quais: normas, categorias sociais e utilidade da identidade (AKERLOF; KRANTON, 2005). As normas se referem à forma como os indivíduos devem agir, as quais variam de acordo com a categoria social do indivíduo, a qual se refere à própria categoria na qual o mesmo se enquadra. O terceiro conceito, utilidade da identidade, se refere às perdas decorrentes do comportamento. Assim, se o agente se comporta da forma como é esperado para a categoria na qual está, este irá maximizar a sua utilidade da identidade. Portanto, a utilidade é maximizada quando o comportamento corresponde à identidade (AKERLOF; KRANTON, 2005).

Embora a identidade social seja um campo fértil de estudo (MACHADO, 2003), o conceito tem sido pouco explorado pela literatura de economia das organizações e, particularmente, pela Ect, tendo sido encontrados poucos estudos que relacionam as duas temáticas (BOULU-RESHEF, 2013; MORITA; SERVÁTKA, 2013; KOGUT; ZANDER, 1996; WANG, 2007). Apesar desses estudos mencionados, não foram encontrados estudos que relacionem a identificação social à escolha da forma organizacional. Wang (2007) afirma que incluir a identidade ao contexto da ECT permite analisar a importância do contexto social para os resultados econômicos, uma vez que, para o autor, o custo de transação pode ser reduzido devido às relações sociais.

Espera-se, portanto, que em contextos onde os aspectos sociais e os relacionados ao grupo exerçam grande influência sobre o indivíduo, a identificação social irá afetar a escolha pela decisão de governança. Tem-se, com isso, a hipótese dessa pesquisa, a qual é apresentada a seguir.

**H1:** Quanto maior a identificação social, maior a probabilidade de transacionar via mecanismo de governança incentivado pelo grupo.

#### 4. Método

Essa pesquisa é caracterizada como um estudo quantitativo com lógica dedutiva, uma vez que se partiu da teoria para explicar o aspecto abordado por esse trabalho (COLLIS; HUSSEY, 2005). Além disso, se caracteriza como um estudo bibliográfico e de campo; os dados foram coletados no local em que o fenômeno acontece (VERGARA, 2003).

As variáveis foram escolhidas com base na revisão de literatura. A identidade social é avaliada de acordo com a definição de Tajfel (1972), para o qual a identidade social é entendida como o conhecimento do indivíduo de pertencimento a um determinado grupo. Além disso, esse pertencimento tem um aspecto emocional par ao mesmo. De acordo com Leach et al. (2008), não existe um consenso sobre como medir identificação; sabe-se, no entanto, que medidas unidimensionais não são apropriadas. Dessa forma, muitos autores defendem o uso de uma escala multidimensional (CAMERON, 2004; LUHTANEN; CROCKER, 1992; WACHELKE, 2012). Para essa pesquisa, utilizou-se de variáveis baseadas nos trabalhos de Luhtanen e Crocker (1992), Cameron (2004) e Leach et al. (2008). A escala de identificação social é apresentada no Quadro 1.

Quadro 1: Escala de identificação social

<b>Escala de identificação social</b>
Eu me vejo como um membro do grupo
Eu geralmente sinto que sou um membro útil para o grupo
Tenho muito em comum com os membros desse grupo (tenho muitas características parecidas)
No geral, o grupo é considerado bom pelas pessoas de fora
As pessoas do grupo têm muito em comum umas com as outras
Sinto que tenho uma ligação com o grupo
Me sinto comprometido com o grupo
Sou feliz por participar desse grupo
As pessoas desse grupo tem muito do que se orgulhar
Me sinto bem por participar desse grupo
O fato de ser membro desse grupo é parte importante de quem eu sou
Penso com frequência sobre o grupo
Eu sinto os problemas do grupo como se fossem meus

O objeto de estudo dessa pesquisa é composto por produtores de um assentamento localizado no interior de São Paulo. Segundo dados do Fundação Instituto de Terras do Estado de São Paulo (ITESP), de 2011, existem 410 lotes/ famílias nesse assentamento. O fator que despertou interesse pelo assentamento foi a diversidade de arranjos utilizados pelos produtores para a venda da sua produção, além de pressupor que a identificação social, especialmente com o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), exerce uma importante influência sobre os agentes. Nesse contexto, cabe destacar que o MST incentiva as formas cooperativas dentro dos assentamentos, tanto para organizar a produção quanto para comercializá-la (MST, 2014). Dessa forma, busca-se avaliar o nível de identificação social ao MST, bem como analisar de que forma a identificação influencia o uso e o favorecimento das cooperativas para a comercialização.

Para a coleta dos dados, foram aplicados questionários semiestruturados. Esses questionários foram aplicados entre os dias 12 e 15 de abril de 2016. Foram aplicados 125 questionários com produtores do assentamento. Desses 125, foram obtidos 109 questionários válidos, o que garantiu 95% de confiabilidade e erro de 8% à pesquisa. Para a análise dos

resultados, utilizou-se a técnica de regressão logística. Os dados foram analisados por meio do software IBM SPSS Statistics.

O quadro seguinte (Quadro 2) apresenta a descrição das variáveis que foram utilizadas nas regressões, mostrando o que cada uma significa, bem como a forma em que foi mensurada. A escala de identificação social, que era composta por 13 itens ( $\alpha = 0,942$ ), foi substituída pela média aritmética.

Quadro 2: Variáveis utilizadas para a análise.

<b>Variáveis utilizadas para a análise</b>		
<b>Identificação</b>	<b>Significado</b>	<b>Forma de apresentação</b>
mec_gov	Mecanismo de governança utilizado	0 – vende para terceiros 1 – vende para cooperativa
agrovila	Agrovila a qual o entrevistado pertence	1 a 6
tempo_assentamento	Tempo que está no assentamento Pirituba II	1 – 0 a 10 anos 2 – 11 a 20 anos 3 – 21 a 30 anos 4 – mais de 31 anos
part_ocupação	Participação da ocupação do assentamento	1 – sim 2 – não
escolaridade	Nível de escolaridade	1 – Nunca estudou 2- Ensino fundamental incompleto 3 – Ensino fundamental completo 4 – Ensino médio incompleto 5 – Ensino médio completo 6 – Ensino superior incompleto 7 – Ensino superior completo 8 – Pós-graduação incompleto 9 – Pós-graduação completo
tipo_produto	Tipo do produto vendido	0 – grãos 1 - outros
favorece_coop	Se deixaria de vender para outro para vender para a cooperativa	0 – não 1 – sim
coop_aceitação	Companheiros irão aceitar mais o assentado se este vender para a cooperativa	Likert de cinco pontos
dif_produto (esp)	Diferenciação do produto	1 – não possui 2 – possui qualidade diferenciada 3 – orgânico certificado 4 – orgânico sem certificação
frequência	Frequência da venda	1 – diariamente 2 – semanalmente 3 – quinzenalmente 4 – mensalmente 5 – uma vez por semestre 6 – uma vez por ano
facilidade_vender_outro (esp)	Facilidade de vender para outro comprador sem ter prejuízo	Likert de cinco pontos
sempre_comprador (incerteza)	Produto sempre terá comprador	Likert de cinco pontos

planta_colhe (incerteza)	Planta e sabe que irá colher	Likert de cinco pontos
membro_mst	Se vê como membro do MST	0 – não 1 - sim
média_id_mst	Média da escala de identificação social em relação ao MST	0 a 10

Fonte: Elaborado pela autora.

## 5. Resultados e discussão

Essa seção apresenta os resultados encontrados nessa pesquisa. Inicialmente, será apresentado o perfil dos produtores, no que diz respeito ao principal produto vendido pelos mesmos, uma vez que a análise se baseia no principal produto de venda. Na segunda parte serão apresentados os aspectos relacionados à identidade social dos assentados, em relação ao MST, bem como a relação entre a identidade social e o mecanismo de governança.

### 5.1. Caracterização da produção e governança

A maior parte dos produtores do assentamento (70,6%) tem como principal produto de venda a soja. Além da soja, outras culturas tidas como principal também foram encontradas, como feijão, quiabo, milho, mandioca, pinus, trigo e verduras. Em relação às características transacionais, ao que se refere à frequência, a maior parte dos produtores afirmaram vender a sua produção uma vez por ano. Dado que se trata de produtos agrícolas, os quais, em sua maioria, funcionam de acordo com a safra, entende-se que essa frequência é elevada. Quanto à incerteza que envolve a transação, para a maioria, essa é considerada baixa, independente para o tipo de produto vendido. Em relação ao terceiro aspecto, especificidade de ativos, esse é considerado baixo. Para cerca de 94% dos entrevistados, o seu principal produto de venda não apresenta nenhuma diferenciação em relação aos demais. Além disso, para a maior parte dos entrevistados, se um comprador desistir de comprar, é fácil vender para um terceiro sem arcar com prejuízos. Isso acontece devido ao fato de a maioria dos produtos serem considerados *commodities*.

Para analisar os mecanismos de governança utilizados, foi adotada a seguinte classificação: mercado, formas híbridas (contrato relacional) e formas híbridas (cooperativa). Além desses mecanismos, foram encontrados dois casos de formas plurais; um utilizando mercado e cooperativa, simultaneamente, e outro utilizando contrato relacional e cooperativa. Os mecanismos utilizados são apresentados na Figura 1.

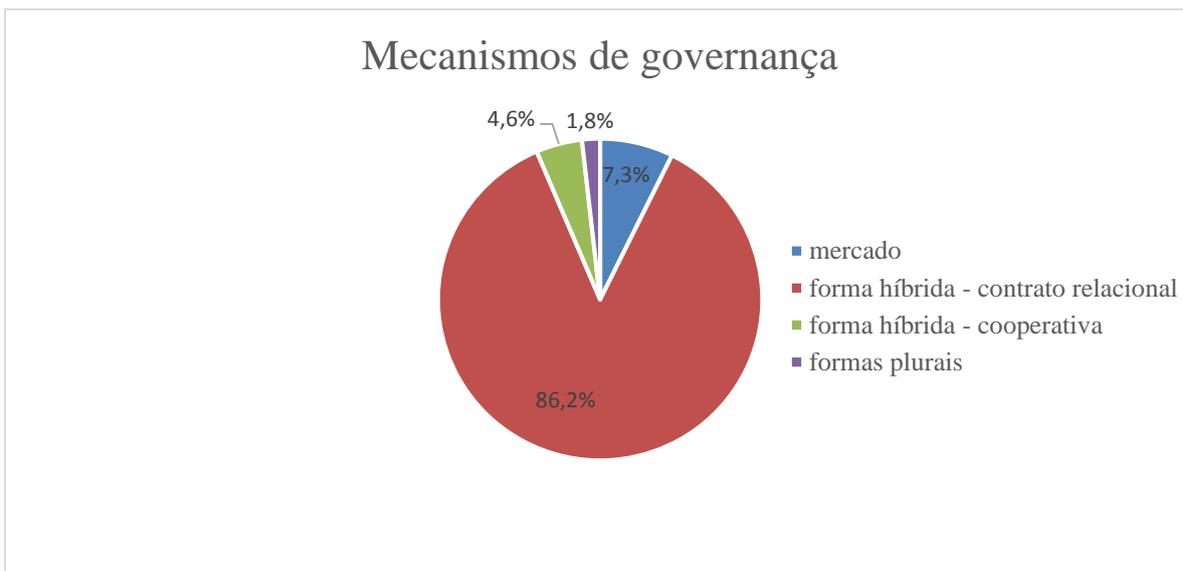


Figura 1: Mecanismos de governança.  
 Fonte: Elaborado pela autora.

Como pode ser visto, as formas híbridas são as principais estruturas de governança utilizadas, dando destaque para os contratos relacionais, os quais prevalecem. Entre os motivos relatados pelos entrevistados para essa escolha são: segurança, confiança e garantia de que irão receber. Atualmente, a venda para a principal cooperativa do assentamento está restringida apenas aos programas governamentais, como PAA (Programa de Aquisição de Alimentos) e o PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar), sendo que apenas feijão e FLV's (frutas, verduras e legumes) são entregues nessas modalidades. Isso faz com que os produtores de grãos como soja e milho tenham que buscar outra alternativa para vender a produção.

## 5.2. Identidade social e decisão de governança

Como descrito anteriormente, a identidade social em relação ao MST foi mensurada por meio de uma escala multidimensional, composta por treze itens; dessa escala, obteve-se a média de identificação social, a qual ficou em 6,8 no assentamento estudado. Essa baixa identificação pode ser decorrente do fato de os produtores já estarem assentados há um tempo. Cerca de 61% deles estão no assentamento entre 21 e 30 anos, o que faz com que os mesmos se distanciem do processo de luta pela terra.

A fim de analisar a influência da identificação social sobre a decisão de governança, bem como sobre o favorecimento de uma forma de governança, apresenta-se, inicialmente, a matriz de correlação entre as variáveis utilizadas nesse estudo. Pelo fato de existirem tanto variáveis de caráter contínuo quanto discreto, serão apresentadas as correlações de Pearson e de Spearman (HAIR JR. et al., 2005). A correlação de Pearson é apresentada na parte inferior da matriz; a de Spearman, na parte superior. A matriz é apresentada na Tabela 1.

Tabela 1: Matriz de correlação

	mec_gov	agrovila	tempo_ assentamento	part_ ocupação	escolaridade	tipo_ produto	favorece_ coop	coop_ aceitação	dif_ produto (esp)	frequência	fa ve
mec_gov	1	-0,120	0,200**	0,023	-0,042	0,250***	-0,015	0,141	0,081	-0,149	
agrovila	-0,105	1	-0,373***	0,038	0,066	-0,236**	0,099	-0,084	-0,130	0,192**	
tempo_assentamento	0,191**	-0,358***	1	-0,345***	-0,191**	0,080	0,014	0,153	-0,093	-0,094	
part_ocupação	0,023	0,037	-0,371***	1	0,093	0,182*	-0,157	-0,070	0,020	0,006	
escolaridade	-0,006	0,129	-0,179*	0,065	1	-0,114	0,095	-0,196**	0,0340	0,110	
tipo_produto	0,250***	-0,229**	0,078	0,182*	-0,125	1	-0,003	0,056	0,017	-0,229**	
favorece_coop	-0,015	0,085	0,027	-0,157	0,135	-0,003	1	0,335***	0,072	0,181*	
coop_aceitação	0,128	-0,078	0,152	-0,076	-0,178*	0,040	0,348***	1	0,166*	-0,026	
dif_produto (esp)	0,023	-0,190**	-0,120	-0,033	-0,033	-0,019	0,151	0,205**	1	-0,082	
frequência	-0,188*	0,167*	-0,091	0,021	0,130	-0,390***	0,134	-0,012	0,032	1	
facilidade_vender_outro (esp)	-0,228**	-0,153	-0,021	-0,021	-0,050	-0,024	-0,077	-0,112	-0,014	0,070	
sempre_comprador (incerteza)	-0,193**	0,038	-0,065	-0,133	-0,002	0,037	0,070	0,002	-0,052	0,027	
planta_colhe (incerteza)	-0,024	-0,014	0,014	-0,003	-0,034	0,073	-0,015	-0,060	0,030	0,069	
membro_mst	-0,054	0,283***	-0,149	-0,101	0,085	0,005	0,234**	-0,030	0,006	0,088	
média_id_mst	0,172*	0,295***	-0,078	-0,070	-0,051	-0,005	0,191**	0,076	-0,075	0,035	

\* p-valor < 0,1    \*\* p-valor < 0,05    \*\*\* p-valor < 0,01. Na parte superior da matriz é apresentada a correlação de Spearman e na parte inferior a correlação de Pearson.

É possível identificar, por meio da matriz, uma relação positiva e significativa entre o mecanismo de governança e tempo no assentamento, tipo do produto e média de identificação. Além dessas, pode-se identificar também uma relação negativa e significativa entre o mecanismo de governança e facilidade de vender para outro comprador. Outra relação importante que foi encontrada na matriz é a relação positiva e significativa ( $p$ -valor  $< 0,05$ ) entre a média de identificação social e o favorecimento à forma cooperativa.

Para analisar a relação entre a identidade social e a escolha da estrutura de governança, especificamente sobre o uso das formas cooperativas, será realizada uma regressão logística, cuja variável dependente foi classificada como 0 (transaciona com terceiros, podendo ser via mercado ou contrato) e 1 (transaciona via cooperativa). Os casos identificados como formas plurais se enquadram na categoria 1, uma vez que a venda também é realizada para a cooperativa.

As variáveis de controle inseridas no modelo foram: agrovila, tempo no assentamento, participação no processo de ocupação, nível de escolaridade, tipo do produto vendido e aceitação dos demais assentados dada a venda via cooperativa. As variáveis independentes foram: diferenciação do produto, frequência da transação, facilidade de vender para outro comprador em caso de quebra de acordo, certeza de plantar e colher, certeza de que sempre haverá comprador e média de identificação com o MST. Dentre as duas variáveis relacionadas à identificação social, optou-se por incluir no modelo apenas a média da escala de identificação, por se entender que a escala aborda exatamente o conceito de identificação, por tratar tanto da percepção de pertencimento quanto do aspecto emocional desse pertencimento.

O método adotado na regressão logística foi o backward wald. Nesse método, inicialmente todas as variáveis são inseridas ao modelo, as quais são retiradas em cada etapa dada a sua contribuição para o modelo. De acordo com Field (2009), esse método é preferível quando se utiliza a forma passo-a-passo, pois minimiza a ocorrência do erro tipo II, que ocorre quando uma variável que tem poder explicativo é retirado do modelo.

O modelo se mostrou adequado, sendo que o teste de Omnibus rejeitou a hipótese nula<sup>1</sup> ( $p < 0,01$ ) e o teste de Hosmer and Lemeshow aceitou a hipótese nula<sup>2</sup>. Cerca de 46% da variância da variável dependente é explicada pelo modelo. O modelo obtido em cada passo é apresentado na Tabela 2.

---

<sup>1</sup> A hipótese nula é de que todos os coeficientes são iguais a zero.

<sup>2</sup> A hipótese nula é de que não existe diferença significativa entre o resultado predito pelo modelo e o observado.

Tabela 2: Modelo da regressão

Variáveis independentes	Step 1	Step 2	Step 3	Step 4	Step 5	Step 6
nº agrovila (1)	12,417	-6,020	-83,898			
nº agrovila (2)	-11,959	-24,233	-103,049			
nº agrovila (3)	21,399	-11,602	-34,416			
nº agrovila (4)	-21,429	-55,323	-119,355			
nº agrovila (5)	-27,911	-64,526	-137,508			
tempo_assentamento (0 a 10 anos)	43,582	53,139	74,993	-17,577	-17,492	-17,017
tempo_assentamento (11 a 20 anos)	-54,549	-53,676	-138,309	-20,715	-20,228	-20,784
tempo_assentamento (21 a 30 anos)	-8,775	-29,382	-72,723	-2,245	-2,245	-2,283
part_ocupação (sim)	-12,895	-13,647	-47,893	-1,925	-1,842	-1,880
escolaridade (nunca estudou)	-9,294					
escolaridade (ens. fund. incomp.)	-25,398					
escolaridade (ens. fund. comp.)	-70,035					
escolaridade (ens. médio incomp.)	-28,594					
escolaridade (ens. médio comp.)	-19,427					
tipo_produto (grãos)	-71,275	-77,049	-99,576	-2,937**	-2,911**	-3,250**
coop_aceitação	3,803	6,767	10,441	0,758	0,753	0,871
dif_produto (não possui)	-58,329	-43,797	-183,778	-1,817		
dif_produto (qualidade diferenciada)	-123,978	-102,120	-215,442	-0,781		
dif_produto (orgânico certificado)	-27,755	-1,441	-67,856	-14,77		
frequência (diariamente)	89,625	86,719				
frequência (semanalmente)	61,380	81,719				
frequência (mensalmente)	108,382	164,756				
frequência (uma vez por semestre)	81,503	60,268				
frequência (uma vez por ano)	100,435	118,584				
facilidade_vender_outro	-15,529	-16,767	-26,925	-0,928*	-0,956*	-0,945*

sempre_comprador	-20,388	-33,878	-0,685	-0,839	-1,005	-0,781
planta_colhe	12,955	23,277	4,431	0,659	0,783	
média_id_mst	2,673	1869,303	6,978	0,603	0,578	0,530
Constante	101,531	65,496	348,664	0,637	-0,721	2,109
<b>Pseudo R<sup>2</sup></b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100%</b>	<b>55,70%</b>	<b>55,50%</b>	<b>54,60%</b>
p-valor < 0,1	** p-valor < 0,05	*** p-valor < 0,01				

Como pode ser visto na Tabela 2, com base no modelo final (step 8), as variáveis que mostraram significância estatística para o uso de formas cooperativas no assentamento são: tipo do produto vendido (p-valor = 0,016), aceitação dos demais dada a venda para a cooperativa (p-valor = 0,078), facilidade para vender para outro sem ter prejuízo (p-valor = 0,076), produto sempre terá comprador (p-valor = 0,074) e média de identificação com o MST (p-valor = 0,068). Entre essas variáveis, foi verificado que entre as variáveis relacionadas às características da transação (tipo do produto, facilidade para vender para outro comprador e produto sempre terá comprador) obtiveram sinais negativos.

Dessa forma, produtos do tipo grão reduzem a probabilidade de usar formas cooperativas. Destaca-se que os grãos produzidos possuem características de commodities. Ainda em relação a esse aspecto, deve-se ressaltar que a principal cooperativa do assentamento atualmente atende apenas programas governamentais como PAA e PNAE, como mencionado. Os principais produtos dessas modalidades são FLV's e feijão. Deve ser considerado que, de acordo com os respondentes, dentro desses programas existe uma quota anual para cada família, ou seja, durante o ano o produtor pode entregar sua produção para esses programas até alcançar um determinado valor. Quando esse valor é alcançado, ele fica impossibilitado de vender para esses programas, tendo, portanto, que procurar outras alternativas.

No entanto, muitos produtores que produzem os produtos que se enquadram nessa categoria preferem vender para o atravessador. Uma das principais razões que levam a essa escolha, de acordo com os respondentes, é a questão do pagamento, o qual geralmente acontece no momento da compra. Ademais, muitos afirmam conseguir um pagamento melhor, além de confiar no comprador que, segundo eles, paga direito e é confiável. O atravessador também atua como fornecedor de insumos para os produtores. Dessa forma, alguns produtores vendem para ele como forma de saldar suas dívidas com a compra de insumos.

Além do tipo do produto, a facilidade de vender para outro comprador sem obter prejuízo também reduz a probabilidade de transacionar via cooperativa, ou seja, a facilidade de vender para outro comprador, dado que o primeiro desistiu da compra (baixa especificidade de ativo), reduz a probabilidade de vender para a cooperativa. Além disso, verificou-se que quanto maior a certeza de que sempre haverá comprador para o produto (baixa incerteza), menor a probabilidade de transacionar via cooperativa. Esses achados corroboram a teoria dos custos de transação, uma vez que o baixo nível de especificidade de ativos e a baixa incerteza estão relacionadas ao uso de formas de governança de mercado ou próximas a ele, como o contrato relacional ((MÉNARD, 2004; WILLIAMSON, 1993).

Outro aspecto importante é o papel da aceitação dos demais assentados. Foi possível observar que quanto maior a crença de que os outros irão aceitar mais o produtor se esse vender para a cooperativa, maior a probabilidade de transacionar via esse mecanismo, o que mostra que o grupo exerce influência sobre a decisão do agente.

Por fim, foi verificado que existe uma relação positiva e significativa entre a identificação social com o MST e o uso de formas cooperativas, levando, portanto, à aceitação de H1, uma vez que, como descrito anteriormente, o MST incentiva o uso de formas cooperativas. Dessa forma, quanto maior a identificação social com o MST, maior a probabilidade de vender a produção para a cooperativa. Esse achado indica, portanto, que em ambientes nos quais os grupos representam um aspecto importante para as decisões do indivíduo, a identificação social passa a ter um papel importante.

## **6. Conclusões**

Apesar da teoria dos custos de transação ter demonstrado sua aplicabilidade, muitos autores apresentam algumas críticas em relação a forma na qual a teoria trata do aspecto social, uma vez que essa questão não é incluída com frequência nas análises. Um aspecto que tem

atraído a atenção de autores inclusive na área de economia das organizações se refere ao que é chamado de identidade social, um conceito que originou no campo da psicologia social. Mais recentemente, alguns autores começaram a incorporar essa questão em suas análises como forma de responder às essas críticas, abordando questões mesmo dentro da teoria da firma, como investimento em ativo específico e *hold-up*.

No entanto, esse esforço ainda é incipiente e não foi possível encontrar estudos que relacionam diretamente a identidade social com a escolha de governança. Essa relação se mostra relevante uma vez que possibilita reduzir custos de transação. Esse estudo, portanto, busca preencher essa lacuna, tendo sido encontrada uma relação positiva e significativa entre essas duas variáveis.

Este trabalho traz como contribuição teórica um estudo empírico que mostra a importância dos fatores sociais para decisões que acontecem no nível da firma, especificamente em relação à identificação social do agente e mecanismo de governança. Como contribuição gerencial, essa pesquisa pode ajudar o objeto de estudo dessa pesquisa a traçar estratégias para enquadrar a cooperativa no mercado tradicional, tendo como foco práticas referentes à identificação dos indivíduos. Como limitação, destaca-se o fato de amostra não ser balanceada, tendo poucos casos de uso de formas cooperativas frente às demais.

## Referências

- AKERLOF, G. A.; KRANTON, R. E. Identity and economics of organization. **Journal of Economics Perspectives**, v. 19, n. 1, p. 9-32, 2005.
- \_\_\_\_\_. **A economia da identidade: como a nossa personalidade influencia nosso trabalho, salário, bem-estar e a economia global.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- BARNEY, J.; FELIN, T. What are microfoundations? **Academy of Management Perspectives**, v. 27, n. 2, p. 138-155, 2013.
- BOULU-RESHHEF, B. Economics of identity and economics of the firm: why and how their three central questions overlap. **Journal of Institutional Economics**, v. 9, n. 3, p. 363-379, 2013.
- CAMERON, J. E. A three-factor model of social identity. **Psychology Press**, v. 3, p. 239-262, 2004.
- COASE, R. The nature of the firm. **Economica**, v. 4, n. 16, p. 386-405, nov. 1937.
- COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- FIELD, A. **Descobrendo a estatística usando o SPSS.** 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FOSS, N. J. Cognition and motivation in the theory of the firm: interaction or “never the twain shall meet”? **Journal des Économistes et des Études Humaines**, v. 14, n. 1, 2004.
- \_\_\_\_\_. Why micro-foundations for Resource Based Theory are needed and what they may look like. **Journal of Management**, v. 37, n. 5, p. 1413-1428, 2011.
- GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.
- HAIR JR., J. F.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração.** Porto Alegre: Bookman, 2005.
- HOGG, M. A.; WILLIAMS, K. D. From I to We: social identity and collective self. **Group Dynamics: Theory, Research, and Practice**, v. 4, n. 1, p. 81-97, 2000.
- KOGUT, B.; ZANDER, U. What firms do? Coordination, identity, and learning. **Organization Science**, v. 7, n. 5, p. 502-518, 1996.
- LEACH, C. W. et al. Group-level self-definition and self-investment: a hierarchical (multicomponent) model of in-group identification. **Journal of personality and social psychology**, v. 95, n. 1, p. 144-165, 2008.
- LUHTANEN, R.; CROCKER, J. A collective self-esteem scale: self-evaluation of one's social identity. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 18, p. 302-318, 1992.
- MACHADO, H. V. A identidade e o contexto organizacional: perspectivas de análise. **Revista de Administração Contemporânea**, n. Edição Especial, p. 51-73, 2003.
- MÉNARD, C. The economics of hybrid organizations. **Journal of Institutional and Theoretical Economics**, v. 160, n. 3, p. 345-376, 2004.
- MORITA, H.; SERVÁTKA, M. Group identity and relation-specific investment: an experimental investigation. **European Economic Review**, v. 58, p. 95-109, 2013.
- MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA – MST. Disponível em: <<http://www.mst.org.br/nossa-producao/>>. Acesso em: 19 abr. 2016.

- PIMENTEL, A. E. B.; EID, F. As cooperativas de Reforma Agrária como alternativa para a geração de trabalho e renda. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 7., 2000. Bauru. **Anais...** Bauru, 2000.
- RUESTER, S. Recent Developments in Transaction Cost Economics. **SSRN Working Paper Series**, n. January, 2010.
- TAJFEL, H. La catégorisation sociale. In : MOSCOVICI, S. **Introduction à la psychologie sociale**. Paris: Librairie Larousse, 1972.
- TAJFEL, H.; TURNER, J. C. The social identity theory of intergroup behavior. In: WORCHEL, S.; AUSTIN, G. **Psychology of intergroup relations**. Chicago: Nelson-Hall, 1986.
- VAN DE VEN, A. H.; LUFSCITZ, A. Rational and reasonable microfoundations of markets and institutions. **The Academy of Management Perspectives**, v. 27, n. 2, p. 156-172, 2013.
- VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- WACHELKE, J. F. R. Identificação com o grupo: adaptação e validação de uma medida geral para o contexto brasileiro. **Psicologia e Saber Social**, v. 1, n. 2, p. 187-200, 2012.
- WANG, N. Measuring transaction costs: diverging approaches, contending practices. **Division of Labour & Transaction Costs**, v. 2, n. 2, p. 111-146, 2007.
- WILLIAMSON, O. E. Transaction-cost economics: the governance of contractual relations. **Journal of Law and Economics**, v. 22, n. 2, p. 233-261, out. 1979.
- \_\_\_\_\_. **The economic institutions of capitalism: firms, markets, relational contracting**. The free press. 1985.
- \_\_\_\_\_. Comparative economic organization: the analysis of discrete structural alternatives. **Administrative Science Quarterly**, S.L., v. 36, n. 2, p. 269-296, jun., 1991.
- \_\_\_\_\_. Transaction Cost Economics and Organization Theory. **Journal of Industrial and Corporate Change**, p. 107-156, 1993.
- \_\_\_\_\_. **The mechanisms of governance**. Nova York: Oxford University Press, 1996.
- \_\_\_\_\_. The new institutional economics: taking stock, looking ahead. **Journal of Economic Literature**, v. XXXVIII, p. 595-613, set. 2000.