OS REFLEXOS DA TEORIA DO CAPITAL SOCIAL NAS ATIVIDADES DOS EMPREENDEDORES: O ESTUDO DE CASO EM UMA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL NO MUNICÍPIO DE CASTANHAL-PA

Antônio Vagner Almeida Olavo[1]
Paulo Roberto Moura da Silva[2]
Herbert Cristhiano Pinheiro de Andrade[3]
Antônio Henrique Queiroz Conceição[4]

RESUMO
Com a globalização o empreendedorismo, alterou-se o contexto das relações sociais, econômicas e políticas. Este artigo visa identificar a interferências da teoria do capital social nas atividades dos empreendedores de uma associação comercial no município de Castanhal–PA(Brasil). O método de pesquisa utilizado foi o estudo de caso sendo descritiva e exploratória, com análise de conteúdo e amostra de 31% dos presidentes. Como resultado, o estudo identificou que alguns elementos da teoria do capital social contribuem com as atividades empreendedoras, tais como: trocas de experiências, conhecimento, informações e cooperação, além de apresentar a importância da rede de relacionamento para o empreendedor.
Palavras - Chave: Empreendedorismo. Rede de relacionamento. Trocas de experiências.

1 INTRODUÇÃO

Com a globalização, alterou-se o contexto das relações sociais, econômicas e políticas. Nessa nova conjuntura, a partir da década de 1990, houve a ampliação das atividades empreendedoras por todo o mundo, que teve sua ascensão nos anos 2000, onde foram realizadas algumas ações, como: Programas de Incubação por meio das Instituições de Ensino Superior - IES; Parques tecnológicos; Programas de Incentivos Governamentais voltadas para os empreendedores; Criação de Agências de Suporte ao Empreendedorismo; Incentivos a Educação Empreendedora, entre outras.

No Brasil, a ampliação das atividades empreendedoras surgiu por meio da criação do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE), em 1990, e pela Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex), em 1996. Recentemente, o Governo Federal busca incentivar as atividades empreendedoras

[1] Universidade Federal do Amazonas –UFAM. adm.antoniovagner@hotmail.com
[2] Faculdade de Castanhal –FCAT. paulomoura@kmtec.com.br
[3] Universidade Federal Rural da Amazônia – UFRA. admherbert@yahoo.com.br
[4] Universidade Federal do Amazonas –UFAM. henrique_mao@hotmail.com

por meio da criação de regulamentos que tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento das atividades empreendedoras, como consequência, a geração de emprego e renda, como a lei complementar n° 278/13, a qual regulamenta que o microempreendedor pode ter o estabelecimento comercial em sua própria residência e com a criação da Secretaria de Micro e Pequena Empresa – SMPE em nível federal. As atividades empreendedoras contam também com a colaboração de algumas organizações governamentais e não governamentais, entre elas: Associação Comercial Empresarial do Brasil (ACEB) e Confederação Nacional da Indústria (CNI).

Para o desenvolvimento das atividades, os empreendedores buscam criar e desenvolver redes de relacionamentos com a finalidade de alcançarem seus objetivos, estas podem ser traduzidos pela obtenção de outros tipos de capitais, seja intelectual, político, cultural, econômico, entre outros. O capital social promove ao empreendedor acesso às informações e ideias com potencial de serem transformadas em oportunidades de negócios. (BORGES,2011), porém o uso inapropriado do capital social pode acarretar em barreiras para o desenvolvimento do empreendedor e consequentemente para suas atividades (DUCCI e TEIXEIRA, 2010).

Atualmente os estudos da teoria do capital social implementada nas atividades empreendedoras, compreendem-se como trocas de aprendizagem por meio das redes de relacionamento (GOIS e MACHADO, 2012), promovendo maior facilidade de compartilhamento de informações privilegiadas. (SERAFIN e ANDION,2010).

O estado do Pará, por ter um potencial empreendedor, sobretudo pelo seu acesso por meios diversos tanto rodoviários, hidroviários e aéreo, facilitando a logística e a criação de novos negócios, muitos empreendedores estabelecem seus negócios e constituem redes de relacionamento que muitas vezes estão contidas em associações comerciais. Existem várias associações comerciais por todo o estado formando uma rede de empreendedores, estas compreendem, tais como: Associação Comercial e Industrial de Castanhal –ACIC; Associação Comercial de Belém; Associação Comercial de Paragominas; Associação Comercial de Mãe do Rio; entre outras.

Este artigo surge por meio da seguinte indagação: Como os reflexos do capital social subsidiam as atividades dos empreendedores? Por meio desta questão surge o objetivo desta pesquisa que é identificar a interferência da teoria do capital social nas atividades dos empreendedores do município em uma associação comercial no Castanhal –PA. Esta pesquisa busca atender uma lacuna da teoria identificando o capital social como um mediador das ações empreendedoras e como um produto de associações comerciais. O principal fator de diferenciação desta pesquisa relacionadas a outras é o fato de que esta verifica como o capital social interfere nas atividades dos empreendedores e no processo de tomada de decisão.

2. METODOLOGIA

Para uma compreensão de como foi realizada a pesquisa, descreveremos o processo. O método utilizado na pesquisa foi estudo de caso sendo descritivo e exploratório.

O estudo de caso permite conhecer experiências de um grupo de indivíduos que são transmitidas através de pesquisas científicas. Segundo Gil (2010), o estudo de caso deve explorar a vida real, preservando o caráter unitário, descrevendo contextos que está sendo feita a investigação, formulando hipótese ou desenvolvendo teorias, explicando situações complexas que não possibilitam a utilização de levantamentos e experimentos. (GIL,2010)

A pesquisa é avaliada como descritiva quando através dos problemas apresentados na pesquisa, mostra alguma solução através das observações, análises e descrições objetivas, que é analisada através de pesquisa padronizada. Para Vergara (2009), este tipo de pesquisa expõe caraterísticas de uma população ou fenômeno, podendo estabelecer correlações entre variáveis e definir natureza. (VERGARA,2009)

O estudo exploratório auxilia o pesquisador no entendimento do tema pesquisado, através da simplificação e do desenvolvimento de conceitos por meio de estudo bibliográfico, entrevistas e do planejamento da pesquisa como afirma os autores Cooper e Schindler (2003) “Através da exploração, os pesquisadores desenvolvem conceitos de forma mais clara, estabelecem prioridades, desenvolvem definições operacionais e melhoram o planejamento final da pesquisa.” (COOPER; SCHINDLER, 2003).

A natureza da pesquisa qualitativa e quantitativa. Segundo Kauark, Manhães e Medeiros (2010), a pesquisa qualitativa é aquela que há um vínculo entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzida em números, ou seja, é aquela pesquisa onde iremos relatar a visão do sujeito da pesquisa, onde está não pode ser traduzida em números. (KAURK; MALHÃES; MEDEIROS,2010). Conforme os autores anteriores, a pesquisa quantitativa significa traduzir em números as opiniões e informações para classificar e analisar, para isso, é necessário obter de técnicas estatísticas. Foi realizado a análise de conteúdo que segundo Bardin (1979), é uma técnica de investigação que busca a descrição objetiva, sistêmica do teor apresentado. (BARDIN, 1979)

A população estudada foi de 32 empreendedores que estão ou foram presidentes de uma associação comercial no município de Castanhal-PA, incluindo o atual presidente, tendo como amostra 10 empreendedores de diferentes idades, gêneros e atuam em diferentes setores e com diferentes perspectivas.

Como instrumento de pesquisa, utilizamos questionários e entrevista com perguntas abertas e fechadas, para melhor análise da pesquisa. Em relação ao tratamento de dados foi utilizado o Microsoft Excel 2013.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Associação Comercial no Município de Castanhal -PA

O município de Castanhal fica localizado no estado do Pará, pertencente a região metropolitana de Belém, possui uma estimativa de 192.571 mil habitantes segundo o IBGE(2017). A associação comercial local surgiu em 20 de março de 1952, sendo uma entidade jurídica com direitos privados, sem fins lucrativos voltada para o desenvolvimento econômico e social da indústria, comércio e serviço. Com o objetivo de criar um centro ativo de investigação e coordenação dos problemas econômicos e de defesa e amparo dos direitos, deveres e conveniências, criando e mantendo serviços de utilidade pública, tanto para os seus associados quanto para o público externo, visando a cooperação e a representação de classe perante os poderes públicos e demais órgãos.

Os empreendedores membros desta associação fazem parte da história do município e auxiliam no processo de desenvolvimento econômico e social local,

através da geração de emprego e renda, projetos sociais, discussões sobre o desenvolvimento da cidade, entre outras ações.

Atualmente a associação possui 167 membros associados e é uma regional que atende 47 municípios, construindo uma rede de relacionamento empreendedor regional. Tendo como missão a defesa dos interesses das classes empresariais que representa, buscando o melhor para a coletividade, em detrimento de benefícios de grupos, partidos e interesses pessoais, visando aos resultados econômicos que são geradores do desenvolvimento, assim como à melhoria da qualidade de vida da comunidade.

No auxílio desta rede de empreendedores, a associação comercial do município de Castanhal-PA conta com o apoio de diversas parcerias, tais quais: Prefeitura Municipal de Castanhal; Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE); Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC); Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI); Federação das Indústria do Pará; Instituto Evaldo Lodi (IEL); Sindicato do Comércio Varejista de Castanhal, de Dirigentes Lojistas de Castanhal, etc.

Durante 65 anos de história, a associação comercial do município de Castanhal-PA buscou realizar ações que promovesse a relação entre os empreendedores, com o foco na sustentabilidade dos seus negócios. Para esse objetivo são realizadas diversas ações, entre elas estão:

- **Ação Social**: Voltada a algumas ações que beneficiam a comunidade do município de Castanhal-PA e região, como, por exemplo, o Natalzão Premiado, que ocorre no mês de dezembro e tem como objetivo a distribuição de alimentos em comunidades carentes.
- **Aperfeiçoamento Empresarial:** A realização de cursos, palestras e seminários, que visam auxiliar o desenvolvimento empresarial e dos colaboradores das organizações filiadas.
- **Encontro Empresarial**: Visa a interação entre os empreendedores que já estão a mais tempo associados com os novatos, onde ocorrem debates, trocas de experiências e informações entre os membros.
- **Prêmio Destaque Empresarial**: Esta é uma premiação aos empreendedores que tiveram destaque durante o ano. As premiações se dividem em categorias a saber: empresário do ano, jovem empresário, mulher empresária,

empresa do ano, mérito industrial, clínica do ano, construtora do ano, boutique do ano, autosserviço, materiais de construção, ótica, agronegócio, loja de eletrodoméstico, posto de combustível e escola de treinamento profissional, entre outras.

- **Rodada de Negócios**: Nesta ação o empreendedor tem a oportunidade de apresentar e realizar ideias de produtos ou serviços e realizar negócios com empreendedores associados por meio de palestras, discussão, seminários e outros meios, sobre diferentes temáticas do mundo dos negócios.

Pode-se considerar que a associação comercial no município de Castanhal-PA é uma rede de relacionamento prático de empreendedores, pois todas as ações levam os membros ao alcance dos objetivos coletivos e individuais.

3.2 Resultados obtidos da interação entre capital social e as atividades empreendedoras

A importância da rede de relacionamento considerada pelos empreendedores da associação comercial do município de Castanhal-PA, de acordo com as informações obtidas pelos sujeitos entrevistados são**:** troca de experiências, conhecimento e informações; cooperação para o desenvolvimento das atividades; Auxílio na tomada de decisões e; possibilidade de realização de negócios.

A troca de experiência, conhecimentos e informações foram apresentados pelos entrevistados como elementos de importância gerados pela rede de relacionamento empreendedor, auxiliando no processo de tomada de decisão, conforme os relatos dos entrevistados:

> “[...] quando o mercado mostra alguma dificuldade como no cenário econômico, a maioria vive e passa pela mesma situação de dificuldade, a experiência de uma e a tomada de decisão ajuda a outros a superar tais dificuldades, serve como exemplos aos outros, vice e versa.” (Entrevistado 01)
>
> “[...] O conhecimento não aprendemos só na escola, aprendemos também ouvindo e usando o que os outros empresários fazem nas suas empresas.” (Entrevistado 02)
>
> “Com 40 anos de experiência no mercado regional, aprendi novas experiências, pois tive a oportunidade de conviver com

> os mais diferentes seguimentos e ramos de negócios, assim aprimorei meus conhecimentos e aplicações nas novas tecnologias no ramo de atividade comercial.” (Entrevistado 04)

Podemos identificar que existe trocas de experiências, conhecimento e informações nessa rede de relacionamento empreendedor. Para Julien (2010), a obtenção de informações, através da participação em redes promove a participação de empreendedores em um ambiente favorável às trocas de informações (JULIEN, 2010)

Em entrevista, foi possível identificar que 80% dos empreendedores têm ensino superior completo e distribuídos nas áreas de Administração 50%, Direito 25%, Engenharia Civil 13% e arquitetura em 12%. Essa diversidade de áreas de conhecimento, contribui para diferentes conteúdos e informações que auxilia diretamente nas trocas e compartilhamento de conhecimentos empírico-científicos. As trocas de experiências, conhecimentos e informações na rede de relacionamento empreendedor tendem a serem, segundo Gois e Machado (2012) “frequentes e confiáveis, diferenciando o potencial de identificação e desenvolvimento da aprendizagem e, dessa forma, a exploração vantajosa de oportunidades.” (GOIS e MACHADO, 2012, p.44). Esse potencial de conhecimento presente na rede de relacionamento é decisivo para a percepção e desenvolvimento de negócios já existentes e novos, além de auxiliar no processo de tomada de decisões em situações adversas que ocorre no dia a dia do empreendedor.

A relações entre os atores dentro da estrutura social de diversos seguimentos de mercado, por meio das experiências individuais, auxiliam no processo de tomadas de decisões empresariais. Para Faccin, Gerari e Macke (2014) “[...] as reuniões do grupo e ainda as trocas virtuais, promovem a troca de experiências, o compartilhamento de informações e a integração maior do grupo, fazendo aumentar o estoque de capital social estrutural.” (FACCIN; GENARI; MACKE, 2014 p.119). Este mesmo autor ainda afirma que como consequências destas interações são as informações sobre produção, resolução de conflitos, problemas de gestão e além de acessos mais rápidos.

Outra importância da rede de relacionamento citada pelos entrevistados foi a cooperação dos membros da rede em suas atividades, auxiliando no processo de tomada de decisão. Segundo o relato dos entrevistados:

> "[...] uma ferramenta importante, pois irá identificar dentro das mais diferentes questões, quais serão as estratégias desenvolvidas coletivamente que irá beneficiar a todas as classes empresariais e sociais." (Entrevistado 04)
>
> "A rede de relacionamento visa o cooperativismo para buscar solução dentro da visão de negócio." (Entrevistado 05)
>
> "Qualquer tipo de cooperação e troca de informação assim como a interação nos relacionamentos e importante e fundamental para manter nos em atividade social e ou comercial." (Entrevistado 07)

A cooperação gera entre os membros da rede de relacionamento soluções dentro da visão de negócios para problemas eventuais que possam acontecer, além da interação e construção de estratégias coletivas a fim de beneficiar não apenas a classe empresarial, mas também toda a sociedade. Essas construções levam à cooperação e à construção de parceria empresarial, para Andrade e Candido (2013), "uma vez que influenciam diretamente na formação e indução de práticas coletivas, em oposição a princípios individualistas por parte dos agentes envolvidos." (ANDRADE E CANDIDO, 2013, p.4), oportunizando o fortalecimento da rede empreendedora e a construção ou a reformulação de negócios.

Outro elemento importante na rede de relacionamento são discursões de assuntos os elementos que levam a tomada de decisões importantes relacionados ao dia a dia da organização. Segundo os entrevistados. Segundo os entrevistados:

> "Em todo negócio, existe risco nas tomadas de decisões. Nesse caso a nossa administração e a diretoria da Associação, foram partes fundamentais." (Entrevistado 06)
>
> "A associação não desenvolve negócios, você aprende a discutir e a melhorar as alternativas de suas decisões." (Entrevistado 08)

Os entrevistados acreditam que as discussões sobre os negócios e o dia a dia da organização e os seus desafios, dão insumos no processo de tomada de decisões, segundo Junior, Silva e Carrieri (2014) "uma ampla rede de contatos tende a melhorar a qualidade das decisões tomadas, a detecção de oportunidades e ameaças" (JUNIOR; SILVA; CARRIERI, 2014, p.111)

O outro fator apresentado pelos entrevistados foi a possibilidade de realização de negócios que a rede de relacionamento pode proporcionar aos seus membros. Conforme o relato do entrevistado:

> "Hoje temos empresários de vários seguimentos de mercado e com isso há uma troca não somente de contatos, mas de negócios, pois fazemos entre nós." (Entrevistado 01)

Os empreendedores entrevistados acreditam que a possibilidade de realização de negócios entre os membros de uma rede de relacionamento é mais ampla do que o empreendedor estar sozinho na busca de fornecedores ou clientes para seus produtos e serviços, estas possibilidades segundo Sousa, Junior e Filho (2015), "resultantes parcerias e alianças têm manifestado a emergência de oportunidades de negócios" (SOUSA; JUNIOR; FILHO,2015, p.51)

Os empreendedores ainda afirmam que essa rede de empreendedores que é formada por meio de uma associação comercial presta alguns serviços que beneficiam tanto a população quanto os empreendedores associados. Para o entrevistado:

> "Nova oportunidade de conhecimento, suporte técnico mediante a tradição da entidade, como prestadora de serviço em nossa cidade." (Entrevistado 06)

Entende-se que a importância da rede de relacionamento para o empreendedor fundamenta-se na troca de experiências, conhecimentos, informações, cooperação para o desenvolvimento de negócios e influenciam nas tomadas de decisões e possibilita a realização de negócios em rede. Construindo uma base em valores como confiança, reciprocidade entre outras, objetivando a construção de estratégias coletivas, para solucionar problemas eventuais, além da interação no relacionamento entre os membros da rede, oportunizando conhecimento, suporte técnico e prestação de serviço para os membros e a sociedade.

3.3 A importância da rede de relacionamento para os empreendedores

Analisando as respostas dos empreendedores entrevistados é possível identificar a associação comercial como uma rede de relacionamento empreendedor

que influencia positivamente nas atividades empreendedoras. Dentro dos diversos relatos, o presidente atual afirma que:

> "A associação ajuda muito a ampliar minha visão empreendedora, pois uma trajetória empresarial me serviu como exemplo." (Empreendedor 01)

Destaca aqui o reconhecimento do entrevistado de que a rede de relacionamento empreendedor é importante para a ampliação da visão empreendedora e consequentemente para o desenvolvimento do negócio, que reflete na sociedade.

A associação comercial realiza diversas ações como ação social, aperfeiçoamento empresarial, encontro empresarial, prêmio destaque empresarial e rodadas de negócios, oportunizando a interação entre os membros associados além de proporcionar resultados a toda sociedade. Permitindo a interação entre os membros associados (TODOLO, TODOLO & BITTENCURT, 2012), De acordo com o entrevistado:

> "A busca por parte da diretoria, para atingirem resultados satisfatórios, sejam eles econômicos ou sociais a todos os empreendimentos." (Entrevistado 06)

Além de ações geradas para o desenvolvimento empresarial e social, a associação ainda produz pesquisas encomendadas no mercado que determinam indicadores. Por meio de indicadores é possível compartilhar conhecimentos e criam informações (GOIS & MACHADO, 2012) Conforme o relato do entrevistado:

> "[...] permitiu indicadores de vários fatores de mercado proporcionando uma visão mais ampla." (Entrevistado05)

Esses indicadores auxiliam os empreendedores na geração de novos produtos e serviços o que reflete muitas vezes na geração de emprego e renda.

As redes de relacionamento formado por meio de associações comerciais são importantes para o empreendedor, pois permite a interação entre os membros associados (TODOLO, TODOLO & BITTENCURT, 2012), que compartilham conhecimentos e criam informações (GOIS & MACHADO, 2012), gerado por meio de valores como o de confiança (SILVA & SOUZA,2013).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou identificar a interferência da teoria do capital social nas atividades dos empreendedores do município de Castanhal –PA**.** A associação comercial destacou-se como um espaço de relação entre empreendedores locais e regionais, onde discutem a defesa dos interesses da classe, buscando o interesse da coletividade e individuais e visando os resultados econômicos, tendo como consequência a melhoria da qualidade de vida da comunidade. O artigo apresenta duas perspectivas de conclusão. A primeira, em termos teóricos, trata-se da teoria do capital social, que é uma rede de relacionamento onde os membros trocam outros tipos de capitais e o fenômeno do empreendedorismo, que é o estudo do empreendedor e suas ações.

O segundo, trata-se do empírico, onde a rede de relacionamento é vista dentro de uma associação comercial, onde os empreendedores membros buscam interagir para o alcance dos objetivos, para isso, realizam ações com objetivos coletivos e individuais.

Podemos perceber que houve avanço nos estudos da teoria e do fenômeno e que este trabalho contribui diretamente não apenas para os acadêmicos, mas também para os empreendedores que desejam desenvolver seus negócios e ainda abre uma reflexão sobre a importância da rede de relacionamento empreendedor por meio de associação comercial.

As ações realizadas pela associação comercial do município de Castanhal-PA busca interação dos membros da rede de relacionamento entre eles e a sociedade, propiciando a criação de produtos ou serviços, discussão visando a soluções de problemas, realização de negócios entre os membros e a interação com a sociedade em geral.

Os resultados encontrados nas entrevistas realizadas apresentam que a influência do capital social nas atividades empreendedoras é realizada por meio das trocas de experiências, conhecimento, informações, cooperação para o desenvolvimento das atividades, auxílio no processo de tomadas de decisões e a realização de negócios entre os membros. Além de ampliar a visão dos empreendedores, por meio da interação entre os atores da sociedade em geral e criação de indicadores que contribui com o desenvolvimento local.

Nesse sentindo, o capital social por intermédio da rede de relacionamento empreendedor, influencia os empreendedores nas suas atividades, por meio de outros tipos de capitais como, por exemplo, o intelectual, baseado nos valores de cooperação e reciprocidade. Entende-se também que o principal produto usado para o alcance dos objetivos dos empreendedores em uma associação comercial é o capital social.

AGRADECIMENTOS

Queremos agradecer primeiramente a Deus, os envolvidos nesta pesquisa e a Associação Comercial do Município de Castanhal-PA –ACIC.

REFERÊNCIAS

ANDRADE,E.de O; CÂNDIDO, G.A. Capital social no contexto de arranjo produtivo locais e sua contribuição para o desenvolvimento local: Um estudo de caso no setor coureiro-calçadista de Campina Grande –PB. **Qualit@s Revista Eletrônica.**Vol.14, 2013

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.

BORGES, C. O Papel do Capital Social do Empreendedor na Criação de Empresa Tecnológicas. **Revista de Administração e Inovação**, v.8, n. 3. p. 162-181, jul.-set, 2011

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração.** Trad. Luciana de Oliveira da Rocha**.** 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DUCCI, N.C; TEIXEIRA, R.M. Articulação de redes sociais por empreendedores na formação do capital social: Um estudo de caso de uma empresa do setor de turismo no interior do Paraná. **Turismo em Análise,** v 2, n.1. p 165-189, Abril, 2010.

FACCIN, K; GENARI, D; MACKE, J. Capital Social e Competitividade: Um Estudo Comparativo Entre Duas Redes Vitivinícolas Brasileiras. **Revista Global Manager**. V.14.n2,2014

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisas**. 5. ed. São Paulo: Atlas,2010.

GOIS, P.H de; MACHADO, H.P.V. Uma abordagem sobre o papel das redes para pequenas empresas e sobre os efeitos nos aprendizados de empreendedores. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas- REGEPE**. v1,n1, 32-52, Jan/Abril, 2012.

IBGE. Pará- Castanhal. Disponível em http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=150240. Acesso em 07/09/2017.

JULIEN, P. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.

JÚNIOR, E.A.Q; SILVA, E.R; CARRIERI,A.de P. A. As alianças estratégicas no picadeiro da arte/negócio circense. **Rev. Adm. Mackenzie**, edição especial, p 101-131. Maio-Jun. 2014

KAUARK, F.; MANHÃES, F. C.; MEDEIROS, C. H. 2010. **Metodologia da pesquisa: guia prático**. Itabuna: Via Litterarum, 2010.

SERAFIM.M.C; ANDION, C. Capital espiritual e as relações econômicas: Empreendedorismo em organizações religiosas. **CADERNOS EBAPE. BR**, v. 8, nº 3, Rio de Janeiro, p. 564-579, Set. 2010

SILVA, F. A. G; SOUZA, W. J. Empreendedorismo social desenvolvedor de capital social: estudo do projeto OASIS de intervivência universitária. **Revista Estudos do CEPE, Santa Cruz do Sul**, n. 37, p. 172-189. jan./jun. 2013.

SOUSA, J.L; JÚNIOR,F.G.de P; FILHO, J.L.J.X. A Emergência do Empreendedorismo Educativo-Cultural: O Programa de Formação do Jovem Artesão. **Administração Pública e Gestão Social**. p. 45-52.jan-mar 2015

TONDOLO, R. R. P; TONDOLO, V. A. G; BITENCOURT, C. C. Correlação entre elementos do Capital Social e Orientação Empreendedora: um estudo exploratório. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa- RECADM**, Campo Largo, v. 12, n. 1, p. 96-109, jan.-abr. 2013

VERGARA, S. C. **Métodos de coleta de dados.** São Paulo: Atlas, 2009