

# **REDES SOCIAIS, CAPITAL SOCIAL E EMPREENDEDORISMO: O CASO DOS EXPORTADORES BRASILEIROS DE FRANGOS *HALAL***

**Autora:** Andréia de Cássia Kostik

**Orientador:** Prof. Dr. Flávio Romero Macau

A literatura mostra que as redes sociais podem afetar o processo de empreendedorismo, ou seja, o contexto social em que o empreendedor está imerso direciona suas ações. Isso fica ainda mais pronunciado num contexto de imersão religiosa associado ao processo de empreendedorismo, o que proporciona um campo fértil de investigação. Por exemplo, a religião é um dos principais pilares do empreendedorismo islâmico, em que as tomadas de decisões são realizadas dentro dos preceitos do Alcorão. Religião e negócios, nesse caso, são indissociáveis e podem propiciar vantagens competitivas no mercado. Esta dissertação tem como objetivo compreender de que maneira o capital social influencia a atuação do empreendedor pela óptica da rede brasileira exportadora de frango. A escolha é relevante devido à expressiva participação da carne de frango nas exportações brasileiras, em que há importante participação dos empreendedores na rede *Halal*. Os temas estudados – redes sociais, capital social e empreendedorismo – foram tratados sob a óptica do paradigma social, considerando que as relações sociais são um pano de fundo para os negócios. Trata-se de um estudo de caso, baseado na abordagem qualitativa, com tipologia de pesquisa descritiva, com fontes de evidências primárias (entrevistas semiestruturadas) e secundárias (documentos institucionais da rede e de órgãos governamentais). Para a interpretação dos dados, utilizou-se a análise de conteúdo. Entre os principais resultados deste trabalho observou-se que o capital social, a partir do compartilhamento de valores e regras religiosas, influencia a atuação dos empreendedores, existindo um trabalho conjunto entre todos os nós da rede em torno da orientação religiosa que regula o mercado de produtos *Halal*.

**Apoio PROSUP-CAPES**