

Análise das relações sociais entre os comerciantes do Camelô de Pontes e Lacerda

Miguel Eugenio Vilanova

Instituto Federal de Mato Grosso - Pontes e Lacerda, Mato Grosso, Brasil.
miguel.vilanova@plc.ifmt.edu.br

Simone Braga e Silva Chaves

Instituto Federal de Mato Grosso - Pontes e Lacerda, Mato Grosso, Brasil.

Adélia Maria de Souza Lima

Universidade Estadual do Mato Grosso - Pontes e Lacerda, Mato Grosso, Brasil.

Ben Hur Cardoso

Instituto Federal de Mato Grosso - Pontes e Lacerda, Mato Grosso, Brasil.

Resumo

O objetivo deste artigo é analisar as relações sociais de cooperação e confiança entre os lojistas que possuem banca de camelô na cidade de Pontes e Lacerda – MT. Levando em considerações que a relação social está associada a um conceito complexo e a um conjunto de interações individuais ou grupo social, essas interações podem acontecer em qualquer ambiente onde possam ocorrer espaços sociais, acontecendo de maneira natural ou por interesses individuais. Por isso, é necessária uma análise sobre as relações sociais, o funcionamento e as possibilidades da atividade de camelô e relação social. As relações sociais entre os camelôs são marcadas, ou se definem, por integração social interpessoal, onde pode ter relações amparadas em parentesco, amizade, vizinhança ou qualquer vínculo que traga alguma aproximação que configure uma relação social. O trabalho teve como abordagem a pesquisa de natureza quantitativa com objetivo principal transmitir informações quantificadas, pois, busca compreender o contexto do problema e preocupar-se com aspectos da realidade que não podem ser quantificados centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais, dados que precisarão ser analisados indutivamente na interpretação. A relação social se estabelece pela dupla dimensão do trabalho e suas relações direta ou indiretamente, as influências interpessoais têm muito a contribuir o bom desenvolvimento e motivação do pessoal.

Palavras-chave: Relações sociais; Camelô; Grupo social; Interpessoal.

ANALYSIS OF SOCIAL RELATIONS BETWEEN THE TRADERS OF CAMELÔ DE PONTES E LACERDA

Abstract

The aim of this article was to analyze the social relations of cooperation and trust between shopkeepers who have street vendors in the city of Pontes e Lacerda – MT. Taking into consideration that the social relations are linked to a complex concept that is linked to a set of individual interactions or social group, these interactions may occur in any

environment where social spaces can occur, taking place naturally or for individual interests. Therefore, it is necessary to analyze social relations and the functioning and possibilities of street vendors and social relations. Social relations among street vendors are marked or defined by social, interpersonal integration, in which relations can be broken down into kinship, friendship, neighborhood, any bond that brings some approximation that configures a social relation. The work had as an approach to research of a quantitative nature with the main objective of providing quantified information, as it seeks to understand the context of the problem and is concerned with aspects of reality that cannot be quantified, focusing on understanding and explaining the dynamics of social relations data that will need to be analyzed inductively through interpretation. The social relations are established by the double dimension of work and its relations directly or indirectly, interpersonal influences have a lot to contribute to the good development and motivation of staff.

Key words: Social relations; Street vendors; Social group; Interpersonal.

Introdução

A economia informal é comum em países subdesenvolvidos e emergentes, e surgem como uma consequência de fatores como o desemprego, tributações e dificuldades para o estabelecimento de comércios regularizados, a exemplo o do Rio de Janeiro, na década de 80, quando o comércio ambulante cresceu substancialmente. (MOREIRA, 2008).

O crescimento do comércio ambulante no Rio provocou diversos conflitos entre o comércio formal e o Estado. E como maneira de humanizar e regularizar os comerciantes ambulantes o governo do estado do Rio de Janeiro criou os Mercados Populares. Tendo como finalidade organizar o comércio ambulante, gerar empregos e apaziguar os conflitos entre comerciantes formalmente estabelecidos e os agora conhecidos como camelôs (MOREIRA, 2008).

O Governo do Estado de Mato Grosso adotou estratégia semelhante à do Rio de Janeiro e promoveu espaços para a criação dos mercados populares. Na capital cuiabana a organização do Mercado Popular foi um caso de sucesso, e além de contribuir significativamente para o desenvolvimento local e regional, também foi responsável pela criação da Cooperativa de Compras do Comércio Popular de Mato Grosso (Coocomp/MT), primeira cooperativa de camelôs do país.

Não demorou para que a Coocomp/MT ocupasse espaço significativo na defesa dos movimentos sociais em escala nacional, como o que resultou na criação da Lei federal 11.898, a Lei dos Sacoleiros, que regulamentou a importação de mercadorias via terrestre (COOCOMP/MT, 2019). A organização e cooperação entre os camelôs contribuíram diretamente para a conquista dessa e outras garantias e direitos.

Em Pontes e Lacerda, por sua vez, essa cooperação consolidou um centro comercial que se tornou referência para comercialização de diversos utensílios como brinquedos, bijuterias, eletrônicos e outros importados. Contudo, existem outras questões sobre os camelôs em Pontes e Lacerda que formam um caso de estudo, em especial no que se refere às suas relações sociais.

Assim, este artigo tem como objetivo geral identificar se existem relações sociais de cooperação e confiança entre os lojistas que possuem banca de camelô na cidade de Pontes e Lacerda – MT. Além disso, verificar se os membros do Camelô trabalham de maneira individual ou coletiva, descrevendo que tipo de relação social se faz presente entre os membros do Camelô. Busca-se também identificar se existe algum tipo de colaboração entre a comunidade dos Camelôs e o Estado.

A pesquisa se justifica pela importância econômica que os mercados populares possuem, não sendo diferente em Pontes e Lacerda – MT. Dessa forma, identificar se os comerciantes trabalham de forma coletiva e se há relações sociais de cooperação é confiança entre eles é importante, pois dependendo do que for encontrado na pesquisa trará benefícios aos comerciantes.

Outro fator que merece destaque é o de verificar se os comerciantes possuem alguma relação ou apoio do governo para o desenvolvimento de suas atividades.

MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia de maneira geral são as ferramentas utilizadas construir algo, segundo Marconi e Lakatos (2003, p.221) “é a que abrange maior número de itens, pois responder, a um só tempo, as questões como? Com que? Onde? Quanto?”

O trabalho teve como abordagem a pesquisa de natureza qualitativa que segundo Richardson (2012, p. 79) “A abordagem qualitativa de um problema, além de ser uma opção do investigador, justifica-se, sobretudo, por ser uma forma adequada para atender a natureza de um fenômeno social”.

Tem como objetivo principal transmitir informações que não podem ser quantificadas, dados que precisarão ser analisados indutivamente na interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados para eles, concordando assim que, “... o pesquisador qualitativo destaca e torna vívido o que era obscuro”. (VIEIRA; ZOUAIN. 2005. p. 123).

A pesquisa tem como objetivo o conhecimento científico que para se efetivar é necessária uma metodologia de acordo, analisando as propostas do trabalho.

É preciso esclarecer, antes de mais nada, que as chamadas metodologias qualitativas privilegiam, de modo geral, da análise de micro processos, através do estudo das ações sociais individuais e grupais. Realizando um exame intensivo dos dados, tanto em amplitude quanto em profundidade, os métodos qualitativos tratam as unidades sociais investigadas como totalidades que desafiam o pesquisador (GIL, 2010, p.28).

A pesquisa tem aspectos qualitativos, pois, busca compreender o contexto do problema e preocupa-se com aspectos da realidade que não podem ser quantificados centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais.

De acordo com Gil (2010, p.28), a abordagem explicativa “aprofunda o conhecimento da realidade porque explica a razão, o porquê das coisas”. Visa identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos”. (PRODANOV; FREITAS 2013, p 33.)

Ocorreram pesquisas bibliográficas em revistas, jornais, livros, artigos e trabalhos científicos, eletrônicos e observação prática para que os resultados do projeto tenham qualidade e legitimidade ao apresentar de forma clara e real as políticas implantadas aos jovens beneficiados pelo programa.

A utilização da pesquisa bibliográfica é defendida por diferentes autores, por exemplo, Vergara p.48 (2007) a define como sendo: “estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral”.

Já a pesquisa eletrônica, comumente importante, são pesquisas realizadas se utilizando meios eletrônicos e digitais, como computadores, celulares, tablets ou qualquer outro dispositivo eletrônico com acesso à Internet (SILVA, 2004).

A observação é uma técnica de levantamento de dados aparentemente bastante simples, mas, como veremos, não é de fácil aplicação. É próprio do ser humano fazer observações é o seu método básico para colher informações, como explica ALVAREZ (1991 p. 560). Todos observam, sempre.

Técnicas de coleta de dados e tratamento de dados

Para coleta de dados foi aplicado 01 (um) questionários com 10 (dez) perguntas abertas, com questões para analisar as relações entre os comerciantes do camelô da cidade de Pontes e Lacerda.

Segundo Marconi; Lakatos (2003, p.201) “questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”. As questões foram aplicadas junto aos proprietários e pessoas que trabalham nas lojas no Camelô.

A pesquisa tem aspectos qualitativos, pois, busca compreender o contexto do problema e preocupa-se com aspectos da realidade que não podem se quantificados centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais.

ECONOMIA INFORMAL

A economia informal é toda atividade em que se realiza a comercialização de um produto sem pagamento de impostos ao Governo. Para algumas pessoas é uma única alternativa de trabalho, pois a economia formal exige muito com suas obrigações legais e fiscais. Pontes e Lacerda, segundo dados da Associação Comercial e Empresarial - ACEPL cresceu muito com a economia informal, o que vem gerando crescimento econômico e emprego.

É um setor caracterizado como produção de bens ou serviços com objetivo de gerar emprego e renda para população. Em Pontes e Lacerda tem os comerciantes de camelos que vem crescendo muito, eles oferecem produtos e serviços, muitos deles não possuem carteira assinada, buscam somente uma renda e acabam aceitando trabalhar no mercado informal. Muitos deles compram sua mercadoria dentro do estado de Mato Grosso, outros importam dos países vizinhos.

Segundo Osmar Sanches (2009, p. 14), justamente devido a estas dificuldades teóricas que envolvem o conceito, esta pesquisa faz uso de uma análise baseada no conceito de economia informal desenvolvido pela OIT (Organização Internacional do Trabalho). Esta opção se deu devido ao fato de a OIT ser um dos principais centros de debate a respeito dos conceitos da economia informal desde seu surgimento até os dias de hoje.

Além disso, a OIT conseguiu estabelecer alguns padrões estatísticos internacionais, por meio de suas ICLS (*International Conference of Labor Statisticians*), principalmente a 15^a e a 17^a, nas quais ficaram estabelecidas regras claras para a conceituação da economia informal, ao menos no que diz respeito a seu aspecto prático. A definição da economia informal se dá por três eixos distintos: mercado de trabalho, aspectos demográficos e crescimento econômico.

De acordo com Osmar Sanches (2009, p.15) o primeiro eixo, mercado de trabalho, tem como objetivo avaliar quais são as relações entre os principais indicadores do mercado de trabalho e a economia informal; o segundo, trata dos aspectos demográficos, e tem como objetivo verificar como os fluxos migratórios e o crescimento da PEA (População Economicamente Ativa) impactam na economia informal; e o terceiro trata do crescimento econômico e seus possíveis impactos sobre a economia informal. Esta análise desmembrada foi

estabelecida devido à heterogeneidade da economia informal e sua multiplicidade de determinantes.

Redes de Cooperação

Redes de Cooperação tem como pressuposto a união de pessoas que juntas trabalham com colaboração de interesses convergentes. As redes de cooperação segundo Balestrin e Vargas (2004) possuem algumas características, principalmente quando se trata de cooperação entre Pequenas e Médias Empresas (PMEs). As principais características dessas redes são: a) formada por um grupo de PMEs que estão geograficamente próximas; b) são formadas por um grupo de empresas que atuam em um segmento específico de mercado; c) as relações entre elas são horizontais, prevalecendo a confiança e a cooperação mútua.

Nesse mesmo sentido, Balestrin e Verschoore (2008), apontam que as redes de cooperação são formadas por grupos de empresas que estão relacionadas entre si, sem período de existência pré-determinado, com objetivos comuns, mantendo a individualidade e dividindo ganhos alcançados coletivamente.

No entanto, diversos são os empasses que surgem e que acabam evitando o surgimento dos vínculos, como cooperação e confiança. A maior parte dessas barreiras decorre da dificuldade em encontrar equilíbrio nos interesses entre os membros destas redes. Surgem as questões de como as vantagens se refletirão para cada membro, como repartir de forma justa o valor criado, estabelecer preços, dividir tarefas, avaliar corretamente a contribuição de cada componente e assegurar voz e poder na medida certa a cada membro.

Cooperação

A cooperação é uma ação conjunta que tem a mesma finalidade numa organização, o seu objetivo está mais voltado para a colaboração de um com outro em busca de maior competitividade da organização seja uma rede de negócio, em que o objetivo principal é a parceria e a dependência de um com outro de produtos e negócios que são acordados no mercado de trabalho e até mesmo dentro de uma melhor realidade social (VILANOVA *et. al.*, 2019).

Para Cullen, Johnson e Sakano (2000) a cooperação é uma característica das organizações que atuam em redes. Para os autores, a cooperação consiste em um esforço para cada ator agir além das obrigações contratuais, buscando o crescimento do grupo.

Confiança

Confiança é ato de confiar em algo que possa dar certo, é conviver com outros trabalhadores informais, acreditar na sinceridade do próximo. Anderson e Weitz (1992) também estabelecem uma visão social do comprometimento na qual se extrai a seguinte afirmativa: estou nesta rede pois quero relações estáveis com meus parceiros, na qual possa confiar neles, mesmo que para isso eu tenha que fazer esforços extras para manter essa relação. Nas relações conjuntas, confiando que o outro irá cumprir sua parte.

O conceito de comprometimento de Meyer e Allen (1991) foi utilizado por se tratar de relacionamento, mesmo que essas relações não sejam entre atores de uma rede. No entanto, como os indicadores utilizados mostraram-se operacionais e confiáveis, pode-se concluir sobre sua generalidade de uso. Este estudo também possibilita uma análise das categorias Confiança e Comprometimento dentro das relações sociais existentes na rede trazendo estudos, como o de Morgan e Hunt (1994) como algo a ser analisado, visto que a confiança pode ser uma categoria do comprometimento social, ou seja, a confiança pode dar origem ao comprometimento, contrariando os conceitos do trabalho de Morgan e Hunt (1994).

De acordo com Lourenzani, Silva e Azevedo (2006, p. 5):

A confiança (trust) é apontada como fator indispensável para a cooperação entre os relacionamentos interorganizacionais. É considerada uma condição para o estabelecimento do compromisso (commitment) entre os agentes que se relacionam. A confiança pode ser entendida como um conjunto de expectativas que os indivíduos têm sobre o comportamento futuro dos seus parceiros de negócios.

Conforme pode ser percebido, os autores salientam a importância da confiança e do comprometimento na formação, desenvolvimento e resultados das redes.

A relação entre a confiança e o comprometimento também foi objeto de estudo de Vilanova *et al* (2019). Os autores investigaram a proposição de que as categorias sociais confiança e comprometimento são as bases para o desenvolvimento das redes, quando se consideram os processos no grupo e os resultados comerciais. Os resultados sustentaram a proposição de que existe correspondência entre confiança, comprometimento e desenvolvimento das redes tanto nos sinais de processos no grupo quanto nos resultados comerciais.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

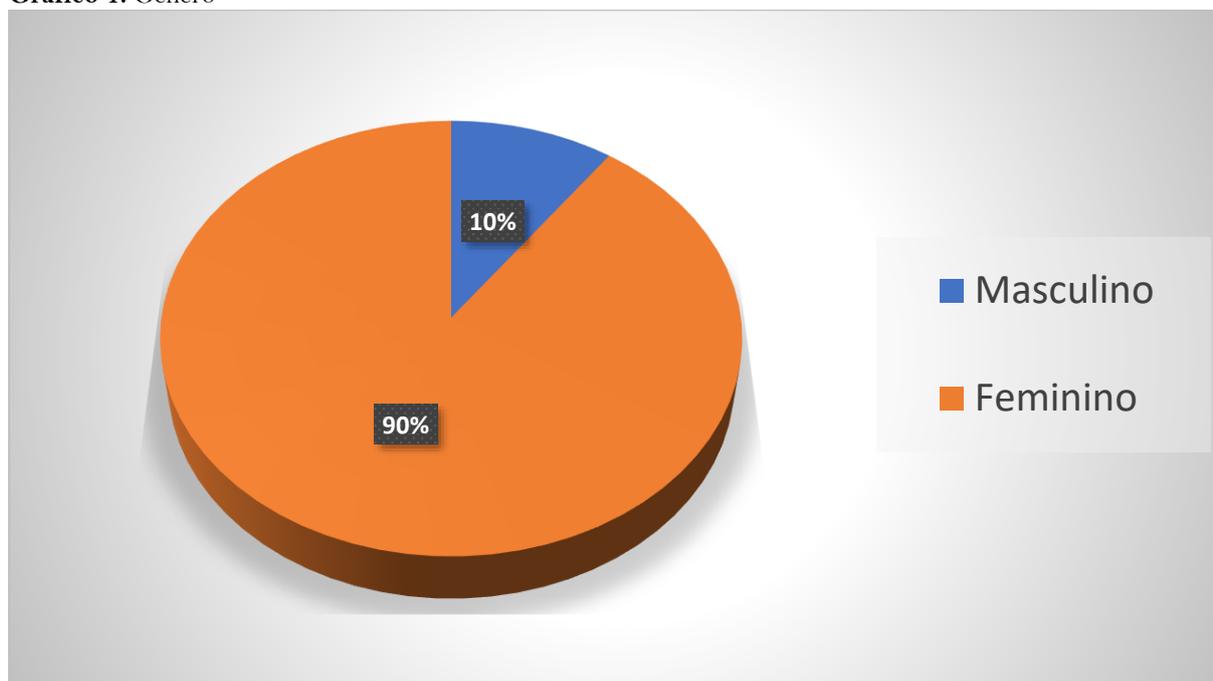
O grupo pesquisado, os comerciantes do camelo de Pontes e Lacerda, foram selecionados para responder o objetivo da pesquisa, que é identificar se há relações sociais de cooperação e confiança entre os lojistas que possuem banca de camelo. Para isso, foi aplicado 9 (nove) questionários. Esse é o quantitativo de lojas que o camelo possui atualmente.

Nesse contexto vale salientar que as relações sociais podem ser marcadas ou se definem por integração social, interpessoal, onde pode ter relações aparadas em parentesco, amizade, vizinhança, qualquer vínculo que traga alguma aproximação que configure uma relação social.

O comércio do camelo tem uma grande influência na economia da cidade de Pontes e Lacerda, através das vendas de diversos utensílios como brinquedos, bijuterias, eletrônicos e outros importados.

Na busca de identificar o perfil dos entrevistados, se fez perguntas como gênero e idade dos lojistas. O gráfico 1 demonstra a idade dos participantes.

Gráfico 1: Gênero



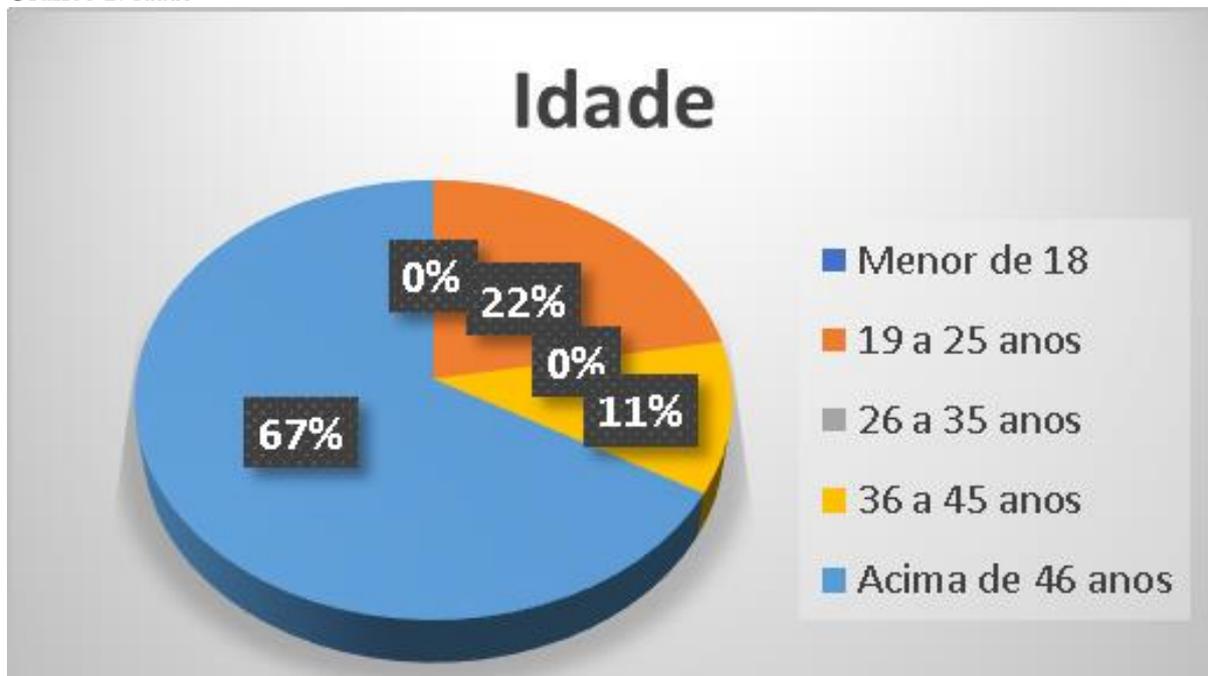
Fonte: Elaborado pelos autores, 2020.

O gráfico demonstra um grande número de mulheres à frente dos negócios, chegando a ser 90% das entrevistadas sendo mulheres entre 25 e mais de 46 anos, conforme pode ser visualizado no gráfico 2.

O modelo comercial dos camelôs parece favorecer a participação feminina, já que, segundo os depoimentos e observações em campo, a proximidade da residência, flexibilidade de horário e sendo um trabalho onde prevaleça à questão estética do ambiente, assim facilita a prevalência das mulheres nesse ramo de trabalho.

Outro ponto importante no comércio do camelô, que várias lojas estão ligadas ao mesmo núcleo familiar, primos, tias e irmãos, sempre comandados por mulheres.

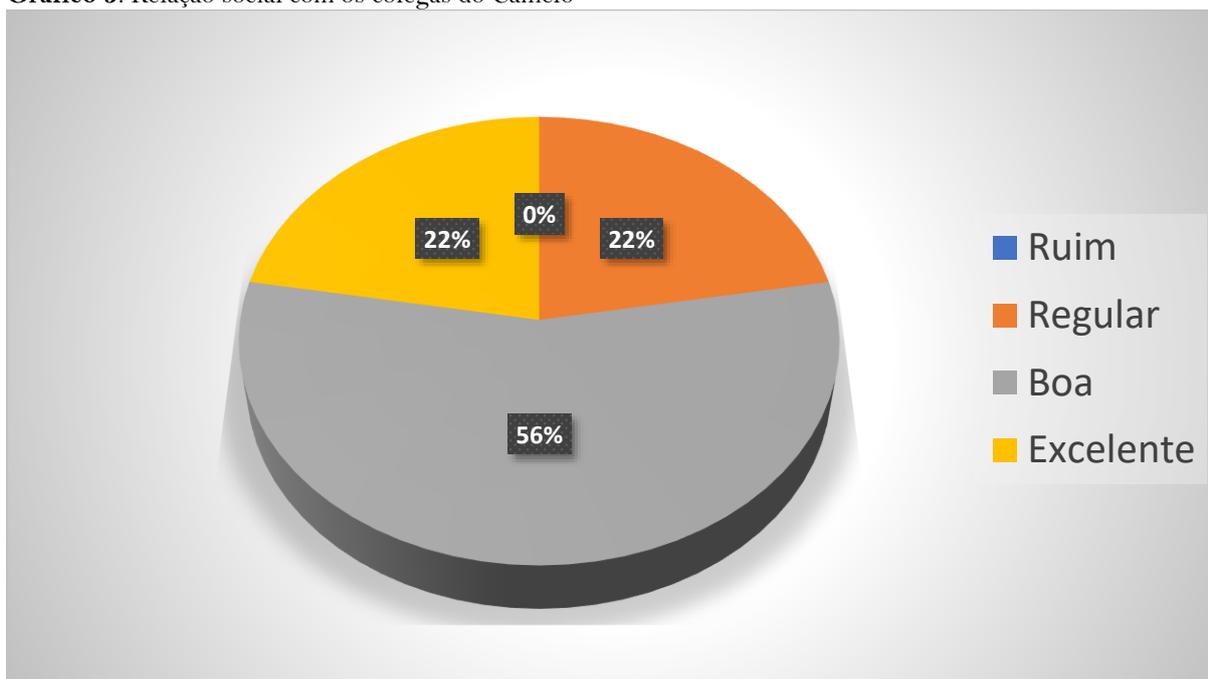
Gráfico 2: Idade



Fonte: Elaborado pelos autores, 2020.

Quando questionados sobre como é a relação social com colegas de camelô, a maioria dos entrevistados responderam que tem uma relação boa ou excelente, conforme demonstrado no gráfico 3, sendo um ponto muito importante para o desenvolvimento econômico.

Gráfico 3: Relação social com os colegas do Camelô

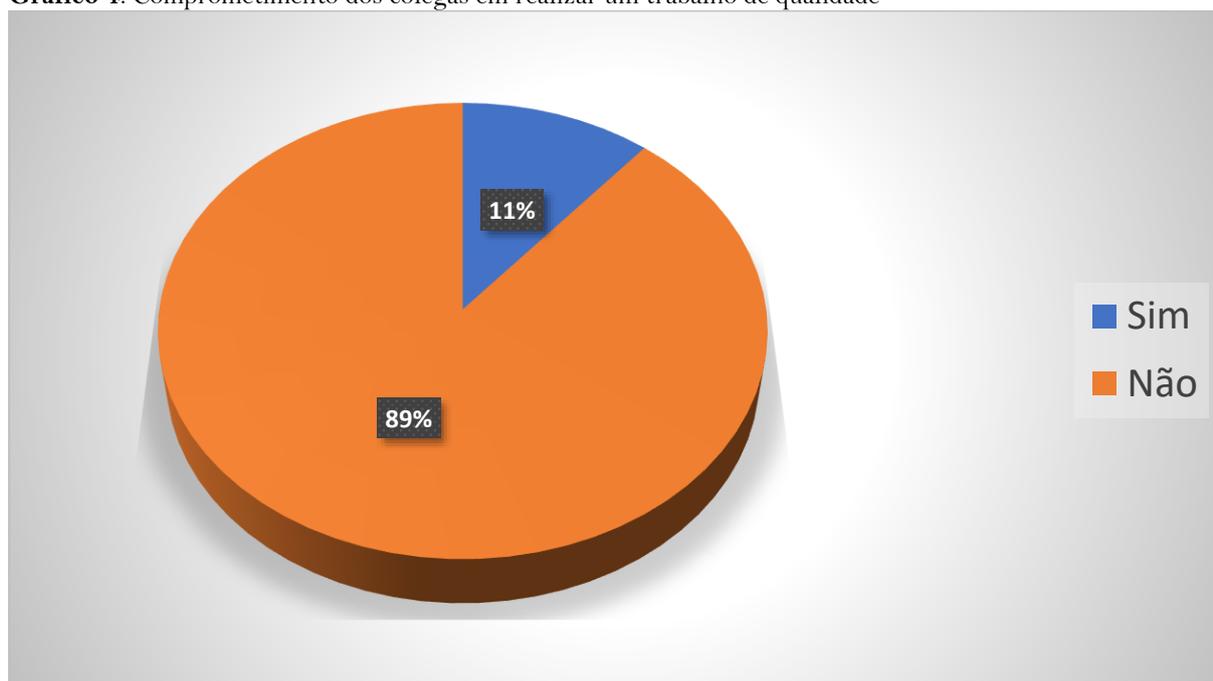


Fonte: Elaborado pelos autores, 2020.

As relações sociais formalizam a base teórica para o trabalho, assim como sua aplicabilidade na relação mercado e comportamento do consumidor, os autores acima citados ainda afirmam que a boa relação social colabora com as “trocas e recompensas/ custo” entre as pessoas, ou seja, todos têm a ganhar de alguma forma.

Perguntou-se também a percepção dos entrevistados em relação ao comprometimento dos colegas em realizar um trabalho de qualidade. A resposta está demonstrada no gráfico 4.

Gráfico 4: Comprometimento dos colegas em realizar um trabalho de qualidade

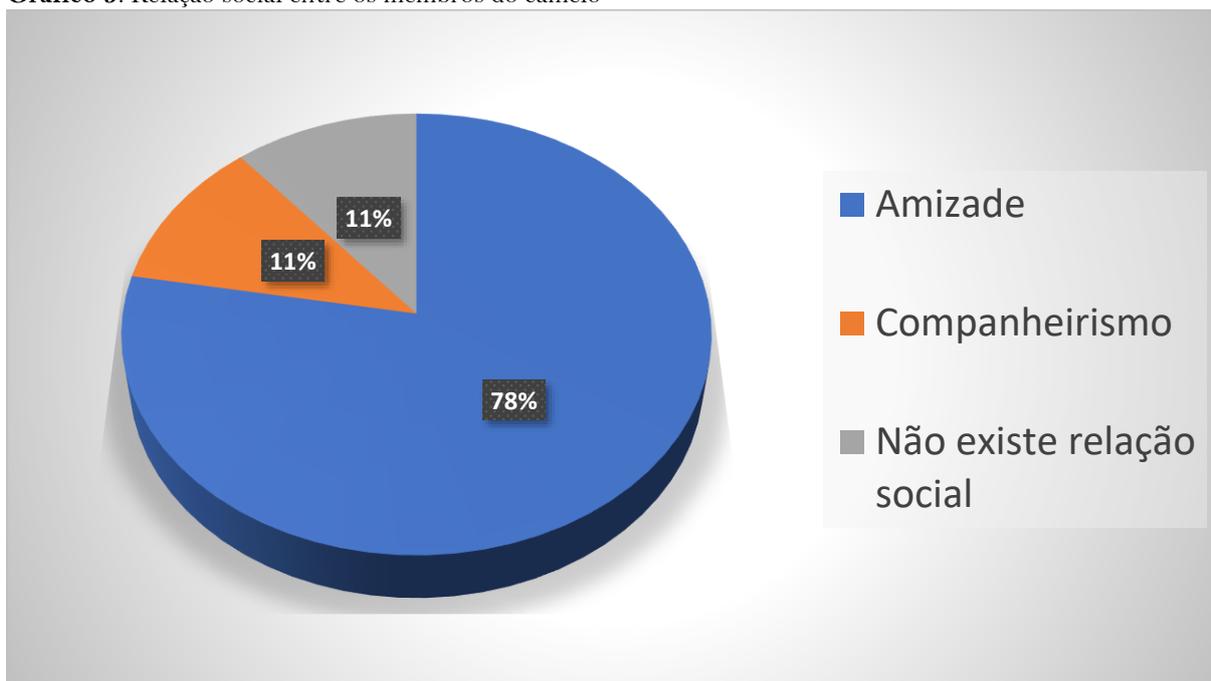


Fonte: Elaborado pelos autores, 2020.

Percebeu-se pela resposta que os membros do camelô estão comprometidos com sua atividade. A existência do comprometimento está vinculada com a redução na disposição de desistir das relações sociais no trabalho e conseqüentemente no aumento do consentimento e à crescente cooperação, conforme defendido por Braga, Mattos e Souza (2008).

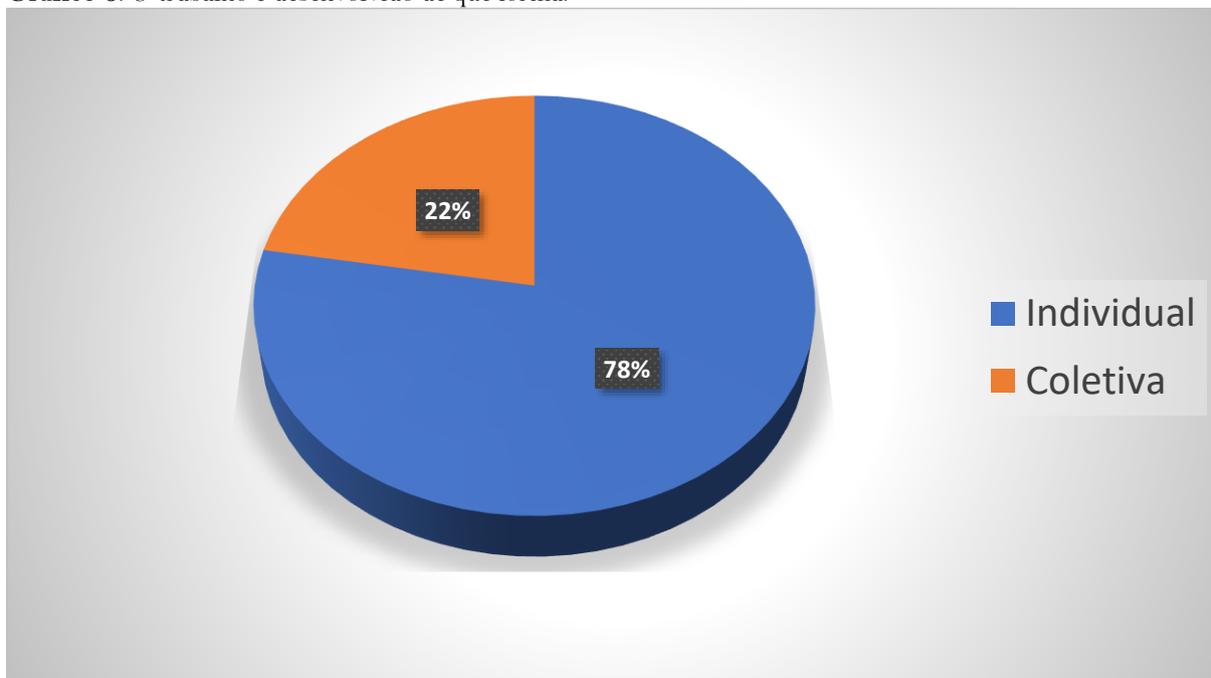
Com relação a variável social que existe entre os membros do camelô, o gráfico 5 vai demonstrar quais relações são mais presentes.

A maioria dos respondentes afirmou que a amizade é a relação social presente entre os membros. No entanto, 11% (1 pesquisado) respondeu que não existe relação social. Foi questionado junto a ele o motivo de não existir, mas acabou não informando. Porém, somando amizade e companheirismo tem-se 89% dos entrevistados que consideram que existe uma forte relação social entre os membros. Vilanova (2017) afirma que as relações sociais de confiança e comprometimento são as bases para o desenvolvimento e manutenção das redes de negócios, como o identificado em nossa pesquisa.

Gráfico 5: Relação social entre os membros do camelô

Fonte: Elaborado pelos autores, 2020.

Como as bancas são localizadas próximas umas das outras, tendo apenas uma parede que as dividem, foi perguntado se o trabalho é desenvolvido de forma individual ou coletiva (gráfico 6).

Gráfico 6: O trabalho é desenvolvido de que forma?

Fonte: Elaborado pelos autores, 2020.

A resposta demonstra que a maioria trabalha de forma individual, mesmo havendo proximidade entre as bancas. A hipótese para essa resposta pode ser por cada banca se especializar em determinado tipo de produto.

A última pergunta que foi feita diz respeito a qual época do ano eles possuem maior lucratividade. Foram identificadas duas datas, sendo o Natal, com 56%, e o Dia das Crianças, com 44%, dos entrevistados. Entendemos que essa pergunta não possui relação direta com as relações sociais que estamos investigando, mas acreditamos ser pertinente, pois a partir das respostas, os membros podem traçar estratégias de marketing para alavancar ainda mais as vendas nesses períodos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As relações sociais no ambiente de trabalho têm grande influência na satisfação do cliente e convívio social e quando agrega qualidade torna-se uma peça essencial para cativa e principalmente fidelizar, assim o trabalho buscou como uma tentativa de compreensão das relações sociais que permeiam essa forma de trabalho.

A relação social está ligada a um conceito complexo que está ligada a um conjunto de interações individuais ou grupo social, assim essas interações podem acontecer em qualquer ambiente onde possam ocorrer espaços sociais, acontecendo de maneira natural ou por interesses individuais.

Nesse contexto vale salientar que as relações sociais entre os camelôs são marcadas ou se define por integração social, interpessoal, onde pode ter relações aparadas em parentesco, amizade, vizinhança, qualquer vínculo que traga alguma aproximação que configure uma relação social.

As relações sociais entre os membros do camelô de Pontes e Lacerda são importantes para que o haja uma boa interação e um clima de trabalho agradável, pois no comércio do camelô de Pontes e Lacerda, são ligadas pelo mesmo núcleo familiar, primos, tias e irmãos, sempre comandados por mulheres.

As relações interpessoais próximas são bastante importantes no contexto solidário, pois essas organizações têm por base práticas fundadas em relações de colaboração solidária, inspiradas por valores culturais que colocam o ser humano como sujeito.

Percebe-se, assim, a importância da boa relação social, não apenas do grupo familiar em questão, mas também do grupo social como um todo, já que existe um grupo grande de camelos.

A comunicação dentro das relações sociais é fundamental para a organização sobreviver e ter um bom relacionamento entre os colegas de trabalho e com diferentes públicos, para que a comunicação tenha o efeito esperado, ela precisa ser clara. Se comunicar não é apenas passar uma informação para a frente, mas sim conseguir falar e ser entendido.

Quanto à organização e utilização do espaço, bem como às relações que aí se estabelecem, a relação social é bastante cordial, com clima de respeito e educação. Pode-se inferir que para o sucesso das relações se deve ter uma relação amistosa e de confiança com os colegas de trabalho, já que precisam constantemente contar uns com os outros, para que cuidem de sua banca, possibilitando, por exemplo, que ele vá almoçar, vá ao banheiro ou faça um telefonema. Há, dessa maneira, uma troca entre todos, que se ajudam mutuamente no cotidiano profissional.

Em relação às atividades formais e atividades nas ruas, muitos deixam claro que a escolha é feita por cada um, alegando que a flexibilidade do trabalho com serviço doméstico, tem pontos positivos que nem sempre as alternativas de empregos registrados compensaram a saída das ruas.

Concluimos que a relação social se estabelece pela dupla dimensão do trabalho e suas relações direta ou indiretamente, estão ligadas às forças produtivas de trabalho. Enfim as influências interpessoais têm muito a contribuir com o bem-estar dos trabalhadores, pois se sentem mais motivados e felizes, já que estas podem impactar no funcionamento do grupo assim como na vida pessoal de seus integrantes e conseqüentemente com a qualidade do trabalho, ainda mais em um ambiente de proximidade mútua, e com raízes familiares.

Referências

ANTUNES, Ricardo & ALVES, Giovani. As mutações no mundo do trabalho na era da mundialização do capital. **Revista Educ. Soc.**, vol. 24, n.º. 87, p. 335-351, maio/ago, 2004.

ANDERSON, E.; WEITZ, B. The use of pledges to build and sustain commitment in distribution channels. **Journal of Marketing Research**, v. 29, n. 1, p. 18-34, 1992.

BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J. R. **Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

BALESTRIN, A.; VARGAS, L. M. A dimensão estratégica das redes horizontais de PMEs: teorizações e evidências. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, Edição Especial, p. 203-227. 2004.

BRAGA, L.; MATTOS, P. L. C. L. de; SOUZA, B. C. de. Formação de redes de consultoria organizacional: o lugar especial dos fatores relacionais. **Cadernos Ebape. BR.** v. 6, n. 4, 2008.

CULLEN, J.; JOHNSON, J.; SAKANO, T. Success through commitment and trust: the soft side of strategic alliance management. **Journal of World Business**. v. 35, n. 3, p. 223-240, 2000.

GONÇALVES, A. C., **Caracterização de Liderança em Empreendimentos Autogestionários: O Caso de uma Cooperativa de Limpeza (2005)**.

LOURENZANI, A.; SILVA, A.; AZEVEDO, P. O Papel da Confiança na Construção de Ações Coletivas: um estudo em Redes de suprimentos de alimentos. **Anais do 30º Encontro da Anpad**. Salvador, 2006.

MEYER, J.; ALLEN, N. A three-component conceptualization of organizational commitment. **Human Resources Management Review**. v. 1, n. 1, p. 61-89, 1991.

MORGAN, R.; HUNT, S. The commitment-trust theory of relationship marketing. **Journal of Marketing**, v.58, p. 20-38, jul. 1994.

VILANOVA, M, E, M. **A confiança e comprometimento como bases para o desenvolvimento de redes**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Paulista. São Paulo, 2017.

VILANOVA, M, E, M; AGIA, J.; SILVA, Z.; GIGLIO, E. M. Confiança e Comprometimento como Bases para o Desenvolvimento de Redes. **Revista Gestão & Conexões**, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 59-83, 2019.

Recebido para publicação em maio de 2021

Aceito para publicação em dezembro de 2021