

EMPREENDEDORISMO FEMININO E REDES: A INFLUÊNCIA DA IMERSÃO SOCIAL À TRAJETÓRIA DE EMPREENDEDORAS BEM-SUCEDIDAS

Autora: Rosileine Mendonça de Lima

Orientador: Prof. Dr. Victor Silva Corrêa

O índice de mulheres que criam empresas é semelhante aos dos homens. Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor*, cerca de 16,1 milhões de mulheres possuem empreendimentos com até 3,5 anos de existência, mesmo número que o dos homens no país. A realidade se modifica, contudo, quando se compara o número de empreendimentos com mais de 3,5 anos de existência. Há quase três milhões de homens a mais que mulheres com empreendimentos neste estágio, no Brasil. Isto sugere que as empreendedoras enfrentam maiores desafios na condução de empreendimentos longevos. Este projeto de pesquisa se insere neste contexto. Procura investigar empreendedoras bem-sucedidas, cujas empresas possuem mais de 3,5 anos, compreendendo os desafios e como as mulheres os superaram durante os estágios inicial e estabelecido. Faz isto a partir da literatura sobre imersão relacional tal como abordado por Granovetter (1985), ainda hoje pouco explorada por pesquisadores no Brasil e no mundo. Propõe-se, como objetivo geral, investigar como a imersão em redes sociais influencia a superação de desafios das empreendedoras e de seus empreendimentos do estágio inicial ao estabelecido. A pesquisa será qualitativa, com emprego do método do estudo de caso múltiplo. Espera-se empregar dois instrumentos de coleta de evidências: a entrevista semiestruturada em profundidade e a documentação, triangulando-os. Almeja-se como contribuição teórica, ampliar a compreensão sobre os desafios das empreendedoras nos estágios inicial e estabelecido e sobre a influência dos relacionamentos à superação dos diferentes obstáculos. Empírica, investigar o empreendedorismo feminino, ainda hoje pouco explorado em contextos emergentes, tal como o Brasil.