

MARKETING EMPREENDEDOR DE EMPRESAS EM REDES: A INFLUÊNCIA DO EMPREENDEDORISMO EM SUAS DIMENSÕES FUNDAMENTAIS

Autora: Carla Marieli Delmiro

Orientador: Prof. Dr. Victor Silva Corrêa

O presente estudo busca identificar como o empreendedorismo *causal/effectual* influencia no marketing empreendedor (ME) e como o ME influencia no empreendedorismo de empresas em redes de micro, pequeno e médio porte. Para responder a essa questão, o estudo se pautará nas teorias de *causation/effectuation* e marketing empreendedor. A pesquisa é de natureza qualitativa descritiva, em que serão realizadas entrevistas em profundidade com empreendedores do interior do estado de São Paulo. O parâmetro para escolha das empresas será o tamanho (micro, pequeno e médio porte), de acordo com critérios estabelecidos pelo Sebrae. A partir da pesquisa, pretende-se demonstrar a importância do empreendedorismo *causal/effectual* nas estratégias de ME e vice-versa. Espera-se, diante dos resultados obtidos, conseguir contribuições significativas para as duas literaturas. Também espera-se contribuir para empreendedores, sociedade e governo que buscam compreender as oportunidades empreendedoras por meio da utilização do marketing empreendedor.