

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS:

Desafios metodológicos e resultados empíricos

Luciana Pavowski Franco Silvestre
(Organizadora)



Atena
Editora
Ano 2021

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS:

Desafios metodológicos e resultados empíricos

Luciana Pavowski Franco Silvestre
(Organizadora)



Atena
Editora

Ano 2021

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Gabriel Motomu Teshima
Revisão: Os autores
Organizadora: Luciana Pavowski Franco Silvestre

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C569 Ciências sociais aplicadas: desafios metodológicos e resultados empíricos 2 / Organizadora Luciana Pavowski Franco Silvestre. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-534-8

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.348211410>

1. Ciências sociais. I. Silvestre, Luciana Pavowski Franco (Organizadora). II. Título.

CDD 301

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, desta forma não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de e-commerce, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

APRESENTAÇÃO

A Atena Editora apresenta o e-book “Ciências Sociais Aplicadas: Desafios metodológicos e resultados empíricos 2”, de forma articulada ao volume 1 publicado em junho de 2021, a atual publicação congrega ao todo onze artigos com temáticas relevantes em relação a área de Ciências Sociais, organizados em três principais áreas temáticas.

A primeira área temática se refere a definição de políticas econômicas, desempenho econômico e financeiro e estratégias empreendedoras vinculadas ao planejamento estratégico. Os aspectos mencionados são analisados de forma a estabelecer relações com determinados contextos temporais e geográficos em que se identificam as especificidades e peculiaridades presentes.

A importância das pesquisas na área educacional estão presentes em dois artigos, através dos quais se dá a visibilidade para determinações históricas nos processos de construção do conhecimento, bem como, aspectos que acabam por interferir nas possibilidades de permanência ou não nos sistemas educacionais.

Por fim, são dispostas pesquisas que abordam as possibilidades de comunicação e interação, relação com as redes sociais e impactos nas relações de poder, sendo tratados os conceitos de poder simbólico a partir de Bourdieu.

As pesquisas apresentadas mostram-se relevantes e contemporâneas, contribuem para o desvelamento e aproximações diante das relações sociais estabelecidas e podem vir a contribuir com novos questionamentos e pesquisas em andamento.

Boa leitura a todos e a todas.


Luciana Pavowski Franco Silvestre

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

UTILIZANDO A TÉCNICA DE PROTOCOLO VERBAL PARA DELIMITAÇÃO DE CONHECIMENTO NA ÁREA DO DESIGN DE BRINQUEDOS

Roseane Santos da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3482114101>

CAPÍTULO 2..... 14


PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO COMO ALICERCE PARA O CRESCIMENTO NO RAMO DOS RESTAURANTES: UM ESTUDO DE CASO NA CASA DO TAMBAQUI

Bruna Lívia Timbó de Araújo Balthazar

Jackson Balthazar de Arruda Camara

Gleimiria Batista da Costa Matos

Pedro Luiz de Oliveira Neto


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3482114102>

CAPÍTULO 3..... 31

ATRIBUTOS DETERMINANTES DO EMPREENDEDORISMO LOCAL NO MUNICÍPIO DE TRÊS LAGOAS

Tainí Rodrigues Dias

Silvio Paula Ribeiro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3482114103>

CAPÍTULO 4..... 41

ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA PARA ABERTURA DE UM PET SHOP NO MUNICÍPIO DE ANAPURUS - MA

Maria de Nazaré dos Anjos Barros

Matheus Sousa Garreto


Tatiana Alves de Paula

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3482114104>

CAPÍTULO 5..... 58

UMA ABORDAGEM SUSTENTÁVEL DE SISTEMA PRODUTO-SERVIÇO: UMA ANÁLISE EM SERVIÇOS PÚBLICOS


Marlom Barcelos dos Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3482114105>

CAPÍTULO 6..... 62

ANÁLISE DO DESEMPENHO ECONÔMICO E FINANCEIRO DO MUNICÍPIO DE PARNAÍBA- PIAUÍ NO PERÍODO DE 2015 A 2018


Vanessa Silva Pereira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3482114106>

CAPÍTULO 7..... 74

O DINHEIRO E A FALTA DE ESCLARECIMENTO: O DESENCAIXE NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Ralph José Neves dos Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3482114107>

CAPÍTULO 8..... 84


A IMPORTÂNCIA DA PESQUISA EM EDUCAÇÃO

Roseane Mendes Bernartt

Camila Capucho Cury Mendes

Jane Silva Bühner Taques

Wanessa Margotti Ramos Storti

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3482114108>

CAPÍTULO 9..... 93


IDENTIFICAÇÃO DE POSSÍVEIS FATORES QUE INFLUENCIAM NA EVASÃO DE ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR NO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

Mariana Dórea Figueiredo Pinto

Joenison Batista da Silva

Moisés Maciel Santos

Thiago de Jesus dos Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3482114109>

CAPÍTULO 10..... 113

O PODER EM PIERRE BOURDIEU: REFLEXÃO SOBRE O PODER SIMBÓLICO NAS OBRAS BOURDIEUSIANAS

Derllânio Telecio da Silva

Rafael dos Santos Balbino

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.34821141010>

CAPÍTULO 11..... 118

BRANDING Y POSICIONAMIENTO DE UNA AGRUPACIÓN MUSICAL DE CUMBIA SUREÑA, DEL PERÚ, 2020


Leopoldo Wenceslao Condori Cari

Edy Larico Mamani

Demetrio Flavio Machaca Huancollo

Percy Gonzalo Puma Puma

Enoc Elías Molina Chambi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.34821141011>


CAPÍTULO 12..... 134

O TEMPO DO VIRTUAL: UMA ANÁLISE DA NARRATIVA JORNALÍSTICA NA REDE SOCIAL FACEBOOK DO “JABUTIGÃO” DA AMAZÔNIA

Nice Hellen Mateus Oliveira Miranda

Helenice Mateus Oliveira

Analaura Corradi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.34821141012>

SOBRE A ORGANIZADORA.....	146
ÍNDICE REMISSIVO.....	147

CAPÍTULO 3

ATRIBUTOS DETERMINANTES DO EMPREENDEDORISMO LOCAL NO MUNICÍPIO DE TRÊS LAGOAS

Data de aceite: 01/10/2021

Data de submissão: 18/07/2021

Tainí Rodrigues Dias

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul –
UFMS
Três Lagoas - MS
<http://lattes.cnpq.br/5668288210063265>

Silvio Paula Ribeiro

Doutorado em Ciências Contábeis pela
(UNISINOS) Universidade do Vale do Rio dos
Sinos (2019)
Professor na Universidade Federal de Mato
Grosso do Sul – UFMS
Três Lagoas – MS
<http://lattes.cnpq.br/8666480609633926>

RESUMO: O objetivo geral do estudo foi determinar os atributos do empreendedorismo, com o propósito de orientar os empreendedores, considerando a perspectiva da localidade. Para tanto, utilizou-se de questionário devidamente estruturado para obtenção dos dados, destinado aos respondentes que foram os estudantes de graduação na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus II, do próprio município de Três Lagoas MS, que estão matriculados nos cursos de Ciências Contábeis e Administração, em virtude, dos mesmos cursarem conteúdos como: empreendedorismo, gestão de negócios, pequenas e médias empresas. Assim, este estudo enquadra-se como survey, pois busca informações quantitativas, junto a 76

respondentes. Desta forma, conclui-se que o município carece de melhorias, porém, os fatores que mais contribuem com a criação de novas empresas, na sequência são: as universidades, serviços de apoio, histórias de sucesso, trabalhadores talentosos, capital de investimento, abertura de mercado, mentores e negociadores, as próprias redes, políticas de incentivos, costumes, ações individuais, a infraestrutura e o compartilhamento de ideais. Portanto, observa-se que a criação de empresas ocorre no local pesquisado por oportunidades oferecidas pelo ecossistema empreendedor.

PALAVRAS - CHAVE: ecossistema; atributos; recursos; criação de empresas.

DETERMINING ATTRIBUTES OF LOCAL ENTREPRENEURSHIP IN THE MUNICIPALITY OF TRÊS LAGOAS

ABSTRACT: This article aims to analyze the resources and attributes present in the city of Três Lagoas for opening new businesses. As for the method and procedures, this research fits into a survey, in a quantitative way. For this, we used a questionnaire applied to students of accounting and administration sciences, at the Federal University of Mato Grosso do Sul, campus II, which is located in the city of Três Lagoas. The sample consisted of 76 students. The main results achieved showed that the resources are present in three major ways, cultural, social and material, and were subdivided into affirmative sentences that totaled 15 questions. What worried us was the presence of fundamental resources for the creation and maintenance of the company, and on the positive side, the presence of universities

in the city is already a great advance in terms of resources expected for the planning and opening of a new enterprise.

KEYWORDS: Business creation, cultural resources, social resources, resources materials, ecosystem.

1 | INTRODUÇÃO

O empreendedorismo vem ganhando seu lugar de destaque cada vez mais, segundo o SEBRAE (2019) “empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade”.

Desta forma, cresce a vontade de investidores abrirem seu próprio negócio ou até mesmo aqueles que estão desempregados buscam investir o pouco que tem em algo que seja promissor e renda lucros, mas com isso vem a dúvida, a incerteza de qual empreendimento seguir, qual área escolher, e se o local tem recursos apropriados para tal empreendimento. Por esse motivo, o presente trabalho busca determinar os atributos do empreendedorismo, com o propósito de orientar os empreendedores, considerando a perspectiva da localidade.

Os atributos locais do empreendedorismo são classificados, conforme Spigel (2017) em culturais, sociais e materiais e, estes, se subdivide em: atitudes, histórias de empreendedores de sucesso, compartilhamento de ideais, costumes locais, próprias redes, capital de investimento, mentores/negociadores, trabalhadores talentosos, políticas de incentivos, as universidades, serviços de apoio, infraestrutura e abertura de mercado.

Contudo, estes são os atributos locais capazes de fomentar a atividade empreendedora e assim, (RIBEIRO, 2019; SOUZA *et al*, 2015; SPIGEL, 2017; SPIGEL; HARRISON, 2017, STAM 2015) afirmam que a compreensão da interação dos referidos atributos em determinada localidade pode fomentar o empreendedorismo e, conseqüentemente, a economia local. Portanto, pesquisas as quais abordam os atributos na perspectiva local são relevantes para a sociedade.

2 | DESENVOLVIMENTO TEÓRICO

O ecossistema empreendedor é basicamente a interação de três conjunto de fatores, que são sociais, culturais e materiais (Spigel, 2017). Assim, o conjunto de atributos locais disponíveis ao empreendedor fomenta o empreendedorismo na perspectiva local.

A presença de universidades na região também se torna um importante pilar na análise do ecossistema, pois atrai talentos para o negócio (GARCÍA *et al*, 2018). Os recursos presentes na sociedade são de extrema importância, pois pode definir se será sempre um pequeno negócio, ou poderá se tornar algo maior, de grande escala. Assim, a análise do ecossistema onde se pretende inserir a empresa, deve ser analisado previamente, com o

propósito de verificar a capacidade de fomento do empreendedorismo local.

Diante da relevância do tema especialistas (RIBEIRO, 2019; STEPHAN; PATHAK, 2016; SOUZA *et al*, 2015; SPIGEL, 2017; SPIGEL; HARRISON, 2017, STAM 2015; INÁCIO JÚNIOR *et al*. 2016) têm procurado pesquisar os atributos do empreendedorismo na perspectiva local.

Desta forma, o estudo dos atributos locais tem provocado inquietação entre os pesquisadores e assim, (STEPHAN; PATHAK, 2016) abordou o atributo definido como, valor cultural, este refere-se ao compartilhamento de ideais em prol do empreendedorismo local. Para (SPIGEL; HARRISON, 2017), o empreendedorismo carece de recursos, como o conhecimento de como expandir a empresa e lidar com o capital inicial, além de empreendedores mentores e funcionários para atuar em ambientes de alta tecnologia.

Contudo, Stam (2015, p. 4) afirma que “o denominador comum parece ser o fato de que os empreendedores criam novos valores, organizados por uma ampla variedade de modos de governo, habilitados e confinados dentro de um contexto institucional específico”. Conforme Souza *et al*. (2015, p. 42) os empreendedores brasileiros, “possuem forte influência de controle externo e, em geral, mostram grande importância para o acesso à informação e ao conhecimento”.

Nesta perspectiva Ribeiro (2019) incluiu os costumes locais como a organização de feiras de negócios como fomento ao empreendedorismo local. E Inácio Júnior *et al*. (2016, p. 37), afirmaram que “o empreendedorismo brasileiro apresenta baixa internacionalização de empresas, inovação em produtos e processos, formação de capital humano e empresas de alto crescimento”.

E Spigel (2017) os classificou como:

ATRIBUTOS	DEFINIÇÕES
Cultural	São exemplos de resultados positivos destacados pela comunidade, no processo de criação de empresas, e que motivam novas propostas de empresas.
Social	Correspondem às avaliações promovidas pelos trabalhadores acostumados com os desafios da atividade, aspecto-chave na promoção de novos projetos.
Material	Estes elementos são entendidos como os que proporcionam suporte ao processo e que consequentemente ajudam a criar um ambiente favorável ao desenvolvimento da atividade empreendedora.

Quadro 1 – Definição das categorias dos atributos do empreendedorismo local

Fonte: Elaborado com base em Spigel (2017).

Contudo, os atributos do empreendedorismo, na perspectiva local, abordados nesta pesquisa foram reunidos na Quadro 2.

ATRIBUTOS	
CATEGORIAS (constructos)	SUBCATEGORIAS
CULTURAIS	Valores culturais
	Atitudes
	Histórias de empreendedores
	Costumes
SOCIAIS	As próprias redes
	Capital de investimento
	Mentores e negociadores
	Trabalhadores talentosos
MATERIAIS	Políticas e governança
	Universidades
	Serviços de apoio
	Infraestrutura física
	Abertura de mercado

Quadro 2 - Categoria (ou constructos) e subcategoria dos atributos do empreendedorismo

Fonte: Elaborada com base em Spigel (2017) e Ribeiro (2019)

Reunidos os atributos do empreendedorismo na perspectiva local, no próximo item apresentam-se os procedimentos adotados nesta pesquisa.

3 I PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo se enquadra como *survey*, que é para obter informações quantitativas de um determinado grupo social, que no caso são alunos do curso de Ciências Contábeis e Administração. Assim, conforme Creswell (2010), esta pesquisa caracteriza-se como *Survey* e parte de uma abordagem quantitativa.

O constructo da pesquisa, conforme apresentando no Quadro 2 foram transformados em frases, conforme Ribeiro (2019), onde os respondentes poderiam avaliar em uma escala *likert* de mínimo (1) a máximo (5), a participação de cada atributo no processo de criação de novas empresas no local pesquisado.

Para a análise, foram coletados dados presenciais, com uma população de 622 acadêmicos, na instituição de ensino superior Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS. A amostra foi constituída por 76 (setenta e seis) estudantes do curso de Ciências Contábeis e Administração que responderam a um questionário de pesquisa, e o perfil dos entrevistados está disposto na tabela abaixo.

Características	Detalhes	Frequências	%s
Gênero	Masculino	36	47
	Feminino	38	50
	Não identificados	2	3
Idade	Até 20 anos	33	43,40
	De 21 a 30 anos	37	48,70
	De 31 a 40 anos	5	6,60
	De 41 a 50 anos	0	0
	De 51 a 60 anos	1	1,30
Titulação Máxima	Ensino médio	32	42,11
	Técnica	22	28,95
	Graduação	17	22,37
	Especialização	5	6,57
Residência	Três Lagoas	54	71,05
	Município no estado de Mato Grosso do Sul que não é Três Lagoas	2	2,63
	Município situado no estado de São Paulo	20	26,32
	Município situado em outro estado brasileiro, exceto, Mato Grosso do Sul e São Paulo	0	0

Tabela 01 Perfil da amostra
Fonte: dados da pesquisa (2021)

Por meio da tabela é possível dizer que a amostra foi composta por 36 (trinta e seis) alunos do gênero masculino, que representou 47% do total de respondentes, por 38 (trinta e oito) do gênero feminino, que representou 50% do total de respondentes, e 2 (dois) que não se identificaram, o que representou 3% da população total.

A idade também é outra variante que foi apresentada, até 20 anos, 33 (trinta e três) dos respondentes, que representa 43,40%, de 21 a 30 anos, 37 (trinta e sete), que representa 48,70%, de 31 a 40 anos, 5 (cinco), que representou 6,60%, de 41 a 50 anos, 0 (zero), de 51 a 60 anos, 1 (um), que representa 1,30%.

Quanto a titulação máxima, os que responderam ensino médio, 32 (trinta e dois), que representa 42,11%, ensino técnico, 22 (vinte e dois), que representa 28,95%, graduação 17 (dezesete), que representa 22,37%, especialização 5 (cinco), que representa 6,57%, mestre, doutor e pós doutor 0 (zero).

4 | ANÁLISE DOS DADOS

A coleta dos dados foi feita no segundo semestre de 2019, buscou-se aplicar o questionário semanas específicas, conforme agendamento do professor responsável pela aula no dia definido para a coleta de dados. Após a coleta dos dados, organizou-se uma planilha para melhor evidenciar e tratar todas as informações coletadas.

A análise dos dados foi feita por meio da estatística descritiva e depois fez-se algumas discussões.

A tabela abaixo apresenta as questões descritivas.

QUESTÃO	DESCRIÇÕES DOS RECURSOS CULTURAIS, SOCIAIS E MATERIAIS	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
Q1	Têm ocorrido ações realizadas por indivíduos da localidade, com o propósito de incentivar a abertura de novas empresas em Três Lagoas.	2,9067	1,16449
Q2	As histórias de empresários que conseguiram êxitos no local são utilizadas como fator motivador para a criação de novas empresas em Três Lagoas.	3,4267	1,01573
Q3	O compartilhamento de ideais promovidos pelos líderes da sociedade local tem ajudado no empreendedorismo local.	2,8800	1,24075
Q4	Costumes locais tem sido utilizados para atrair novas empresas para Três Lagoas	3,0541	1,18080
Q5	As próprias redes são formadas por profissionais que tentam captar recursos para o empreendedorismo local. E estas redes tem colaborado com o processo de atrair novas empresas para Três Lagoas.	3,0676	1,02478
Q6	O capital de investimento corresponde aos recursos financeiros para a instalação de novas empresas no local. Existe disponibilidade de recursos financeiros e, estes tem atraído novas empresas em Três Lagoas.	3,3784	1,13116
Q7	Os mentores e negociadores correspondem às pessoas do local que possuem capital social (contatos) relevante e disponibilizam este recurso para captar novos investimentos para o município. Estas pessoas existem no município e tem atraído novas empresas para Três Lagoas.	3,1081	1,06716
Q8	Os trabalhadores talentosos representam os empregados ou profissionais qualificados, acostumados a atuar em ambiente de alto risco, como os de uma pequena empresa no início de suas atividades. Existe disponibilidade de profissionais qualificados em Três Lagoas para colaborar com novas empresas.	3,4189	1,19367
Q9	Três Lagoas oferece muitas oportunidades para novas empresas.	3,6622	1,12599
Q10	Observa-se em Três Lagoas a abertura de novas empresas por necessidades dos empresários.	3,2297	1,06690

Q11	A política e o governo local correspondem aos incentivos do governo (local, estadual ou federal) para a criação de empresas. Estes recursos existem no local e tem colaborado com a criação de empresas no município de Três Lagoas.	3,0135	1,15264
Q12	As universidades contribuem com o empreendedorismo ao oferecer cursos relacionados as atividades empreendedoras. As universidades de Três Lagoas têm colaborado com a criação de empresas em Três Lagoas.	3,9054	1,04906
Q13	Os serviços de apoio representam atividades oferecidas por profissionais (contadores, administradores, economistas, engenheiros, entre outros) para contribuir com o empreendedorismo local. Estes serviços tem contribuído com a criação de empresas em Três Lagoas.	3,4865	0,99648
Q14	A infraestrutura física são as condições físicas (imóveis, ruas, rodovias, aeroportos, hidrovias, gasoduto entre outras) que favorecem a atividade empreendedora. Estes recursos contribuem com o empreendedorismo em Três Lagoas.	2,8514	1,17837
Q15	A abertura de mercado se refere as condições de mercado que facilitam a entrada de novos investidores. É fácil a entrada de outros investidores ou a abertura de novas empresas em Três Lagoas.	3,3378	1,12599

Tabela 2 – Questões descritivas

Fonte: dados da pesquisa (2021)

Dos 76 questionários aplicados, 75 foram validados, pois um deles não pode ser considerado e foi excluído por falta de preenchimento de todas as informações. Na tabela 2, em maior destaque pela média, observa-se quanto a participação dos recursos culturais, sendo os mais presentes: As histórias de empresários que conseguiram êxitos no local são utilizadas como fator motivador para a criação de novas empresas em Três Lagoas (Q2); Quanto aos recursos sociais destaca-se: Três Lagoas oferece muitas oportunidades para novas empresas (Q9); por fim os recursos materiais que mais estão presentes, segundo os respondentes: As universidades contribuem com o empreendedorismo ao oferecer cursos relacionados as atividades empreendedoras. As universidades de Três Lagoas têm colaborado com a criação de empresas em Três Lagoas (Q12).

As afirmativas de acordo com cada recurso que apresentaram maior desvio padrão são: culturais - O compartilhamento de ideais promovidos pelos líderes da sociedade local tem ajudado no empreendedorismo local (Q3); sociais - Três Lagoas oferece muitas oportunidades para novas empresas (Q9); materiais - As universidades contribuem com o empreendedorismo ao oferecer cursos relacionados as atividades empreendedoras. As universidades de Três Lagoas têm colaborado com a criação de empresas em Três Lagoas (Q12).

5 | RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os três recursos culturais mais presentes para abertura de novas empresas no município de Três Lagoas MS sob a ótica dos estudantes são respectivamente: As histórias de empresários que conseguiram êxitos no local são utilizadas como fator motivador para a criação de novas empresas em Três Lagoas (Q2); Costumes locais tem sido utilizados para atrair novas empresas para Três Lagoas (Q4); Têm ocorrido ações realizadas por indivíduos da localidade, com o propósito de incentivar a abertura de novas empresas em Três Lagoas (Q1).

Quando tratamos de recursos sociais, os três mais presentes são: Três Lagoas oferece muitas oportunidades para novas empresas (Q9); Os trabalhadores talentosos representam os empregados ou profissionais qualificados, acostumados a atuar em ambiente de alto risco, como os de uma pequena empresa no início de suas atividades. Existe disponibilidade de profissionais qualificados em Três Lagoas para colaborar com novas empresas (Q8); O capital de investimento corresponde aos recursos financeiros para a instalação de novas empresas no local. Existe disponibilidade de recursos financeiros e, estes tem atraído novas empresas em Três Lagoas (Q6).

Já quando o assunto é recursos materiais, os três mais presentes são: As universidades contribuem com o empreendedorismo ao oferecer cursos relacionados as atividades empreendedoras. As universidades de Três Lagoas têm colaborado com a criação de empresas em Três Lagoas (Q12); Os serviços de apoio representam atividades oferecidas por profissionais (contadores, administradores, economistas, engenheiros, entre outros) para contribuir com o empreendedorismo local. Estes serviços têm contribuído com a criação de empresas em Três Lagoas (13); A abertura de mercado se refere as condições de mercado que facilitam a entrada de novos investidores. É fácil a entrada de outros investidores ou a abertura de novas empresas em Três Lagoas (Q15).

Desta forma, o resultado desta pesquisa ao apresentar os atributos mais relevantes sob a ótica de graduandos em Ciências Contábeis e Administração contribui com a afirmação de Spigel (2017), para o autor o ecossistema empreendedor é basicamente a interação entre três fatores: sociais, culturais e materiais.

Também colabora com as pesquisas de (RIBEIRO, 2019; SOUZA et al., 2015; SPIGEL, 2019; SPIGEL; HARRISON, 2019; STAM, 2015), ao sequenciar em grau de maior importância os atributos do local que mais contribuem para o empreendedorismo na perspectiva local.

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como objetivo principal analisar os recursos para criação de novas empresas na perspectiva local (Três Lagoas, MS), sob a ótica dos estudantes de Contabilidade e Administração de uma instituição de ensino superior, que está inserida

na própria cidade de Três Lagoas MS. Utilizou-se um questionário para coleta de dados, onde se obteve uma amostra de 76 respondentes. Vale ressaltar que um dos questionários respondidos foi excluído por não apresentar todos os dados preenchidos.

Os resultados obtidos mostram que os fatores de maior relevância para criação de empresas são respectivamente: presença de universidades no local pesquisado (Três Lagoas MS); os serviços de apoio oferecidos por profissionais como contadores, administradores, engenheiros e afins; as histórias de empresários que conseguiram êxitos no local são utilizadas como fator motivador para a criação de novas empresas em Três Lagoas. Estes são os fatores mais relevantes na perspectiva dos referidos discentes.

Os fatores que apresentaram menor relevância sob a ótica dos respondentes são: têm ocorrido ações realizadas por indivíduos da localidade, com o propósito de incentivar a abertura de novas empresas em Três Lagoas; o compartilhamento de ideais promovidos pelos líderes da sociedade local tem ajudado no empreendedorismo local; a infraestrutura física são as condições físicas (imóveis, ruas, rodovias, aeroportos, hidrovias, gasoduto entre outras) que favorecem a atividade empreendedora. Estes recursos, entre os analisados são os que menos contribuem com o empreendedorismo em Três Lagoas.

Uma preocupação que chamou a atenção é que a infraestrutura física que são as condições físicas (imóveis, ruas, rodovias, aeroportos, hidrovias, gasoduto entre outras) que favorecem a atividade empreendedora, não situar entre os que mais contribuem com o empreendedorismo local em Três Lagoas MS, na perspectiva dos respondentes. E a presença de universidades, os serviços de apoio oferecidos profissionais qualificados e as histórias de empresários que conseguiram se sobressair, de alguma forma, “suprem” a falta de infraestrutura na cidade. E motivam novos investimentos no local.

As limitações é quanto a amostra, que foi composta por 76 respondentes, em uma pesquisa futura, deve-se ampliar esse público para demais regiões, universidades, outros cursos de graduação e profissionais de outras áreas do conhecimento. Com o aumento da amostra os resultados alcançados poderão ser comparados com os dessa pesquisa, e contribuir com o desenvolvimento da temática eleita, atributos locais do empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

CRESWELL, J. W. *O projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre: Artmed, 2010.

GARCÍA, S. I; FEDERICO, J; ORTÍZ, M; KANTIS, H. ¿El ecosistema o los ecosistemas? Primeras evidencias de un ejercicio de tipologías sobre ciudades de la Provincia de Santa Fe (Argentina). *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 7(3), 215-237. 2018. Disponível em: <http://www.regepe.org.br/regepe/article/view/1243>. Acesso em: 28 set. de 2019.

INÁCIO JÚNIOR, E; AUTIO, E; MORINI, C; GIMENEZ, F. A. P; DIONISIO, E. A. Analysis of the brazilian entrepreneurial ecosystem. *Desenvolvimento em Questão*, 14(37), 5-36, 2016.

RIBEIRO, S. P. **Hierarquização de atributos ao empreendedorismo em Três Lagoas – MS**. Tese apresentada no Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, Porto Alegre, 2019.

SEBRAE. **Os empreendedores de pequenos negócios no Brasil**: empresários, potenciais empresários e produtores rurais. 2019. 40p. Disponível em: [http://bis.Sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/a3814cbbc48b8707c6fd65d6fa76401d/\\$File/4587.pdf](http://bis.Sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/a3814cbbc48b8707c6fd65d6fa76401d/$File/4587.pdf). Acesso em: 16 set. 2019.

SOUZA, L. L. F.; GERHARD, F.; ROVERE, R. L.; CÂMARA, S. F. Empreendedorismo e criação de novos negócios: fatores-chave do ecossistema empreendedor brasileiro. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 20, n. 4, p. 30-43, out. 2015.

SPIGEL, B. The Relational organization of entrepreneurial ecosystems. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, [S. l.], v. 41, n. 1, p. 49-72, 2017. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2892813>. Acesso em: 23 dez. 2019.

SPIGEL, B.; HARRISON, R. Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. **Strategic Entrepreneurship Journal**, [S. l.], v. 12, p. 151-168, 2017.

STAM, E. Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. **Research Institute Discussion Paper**, Utrecht, series 15:07, 2015.

STEPHAN, U; PATHAK, S. Beyond cultural values? Cultural leadership ideals and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31, 505-523. 2016.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Análise de balanços 72

Atributos 10, 31, 32, 33, 34, 38, 39, 40, 65, 98, 121, 122, 124

B

Bourdieu 9, 11, 113, 114, 115, 116, 117

Brandig 119

C

Casa do tabaqui 10, 14

Ciências Contábeis 11, 31, 34, 38, 40, 65, 72, 93, 95, 99, 100, 101, 103, 104, 108, 109, 110, 111, 112

Contabilidade Pública 62, 63, 72

Criação de empresas 31, 33, 37, 38, 39

D

Demonstrações Contábeis 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 71

Design de brinquedos 10, 1, 2

E

Ecossistema 31, 32, 38, 40

Empreendedorismo 10, 14, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 56, 57

Ensino Superior 11, 2, 34, 38, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 109, 110, 111

Evasão 11, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 106, 108, 109, 110, 111, 112

F

Facebook 11, 50, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144

Finanças Municipais 62

G

Gestão 2, 12, 13, 18, 20, 21, 30, 31, 39, 41, 42, 44, 52, 57, 60, 61, 63, 64, 65, 66, 72, 93, 111, 119, 146

I

Identidade Sonora 119

Identidade Verbal 119

Identidade Visual 119

J

“Jabutigão” 11, 134, 136, 140, 142, 143

N

Narrativas *on-line* 134, 135, 138, 139, 143

Negócio 15, 16, 17, 18, 26, 27, 29, 32, 41, 42, 43, 44, 50, 52, 55, 56

P

Planejamento Estratégico 9, 10, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 25, 26, 27, 29, 30

Poder Simbólico 9, 11, 113, 114, 115, 116

Posicionamiento 11, 118, 119, 121, 122, 124, 125, 126, 128, 129, 130, 131, 132, 133

Prática Profissional 1

Protocolos Verbais 1, 2, 5, 6, 7, 8, 9, 11

R

Recursos 18, 21, 23, 31, 32, 33, 36, 37, 38, 39, 44, 45, 52, 53, 59, 60, 61, 63, 64, 65, 69, 70, 71, 95, 96, 115, 143

Rede Social 11, 8, 46, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143

Restaurante 14, 15, 16, 17, 25, 26, 27, 28, 29

S

Serviços Públicos 10, 58, 59, 60, 63

Sistemas Simbólicos 113, 114, 115

Sustentabilidade 58, 59, 60

V

Viabilidade 10, 41, 42, 44, 54, 56, 57, 104

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS:

Desafios metodológicos e resultados empíricos

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 




Atena
Editora

Ano 2021

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS:

Desafios metodológicos e resultados empíricos

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 



 **Atena**
Editora

Ano 2021