

HIERARQUIZAÇÃO DE ATRIBUTOS AO EMPREENDEDORISMO EM MUNICÍPIO DE MÉDIO PORTE NA REGIÃO CENTRO-OESTE DO BRASIL

HIERARCHIZATION OF ATTRIBUTES TO ENTREPRENEURSHIP IN A MEDIUM-SIZED MUNICIPALITY IN THE MIDWEST REGION OF BRAZIL

SILVIO PAULA RIBEIRO

Docente na (UFMS) Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

ERNANI OTT

Possui graduação em Ciências Econômicas pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (1967), graduação em Ciências Contábeis pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (1980) e doutorado em C Econ y Empresariales Convalid Usp C Contábeis - Universidad de Deusto (1997). Atualmente é professor-Emérito da Escola de Gestão e Negócios da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS. Membro da Academia Brasileira de Ciências Contábeis e da Academia de Ciências Contábeis do Rio Grande do Sul. Tem experiência na área contábil, com ênfase em Teoria da Contabilidade, nos temas: responsabilidade social, evidenciação contábil e capital intelectual.

RESUMO

Esta pesquisa tem o objetivo geral de estabelecer a hierarquização de atributos para orientar os empreendedores considerando a perspectiva da localidade. Em relação à metodologia, elegemos a pesquisa quali-quantitativa, utilizamos o método de análise de conteúdo para identificar os atributos locais e o *Analytic Hierarchy Process* (AHP), para estabelecer as inter-relações entre os atributos ou a sua mensuração na perspectiva local. Pode-se afirmar que, embora alguns estudos que apresentam os recursos para o empreendedorismo contribuam com a perspectiva nacional e local, o estabelecimento de inter-relações entre os atributos ou a sua mensuração na perspectiva local pode concorrer para o sucesso da atividade e ao hierarquizar os atributos do empreendedorismo local, metodologicamente, aborda de forma inédita a temática. Resultados apontam para a supremacia dos atributos materiais em relação aos sociais e aos culturais, como prioritários ao estabelecimento de novos empreendimentos no locus pesquisado.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Teoria Institucional; Atributos.

ABSTRACT



This research has the general objective of establishing a hierarchy of attributes to guide entrepreneurs considering the perspective of the location. Regarding the methodology, we chose the qualitative and quantitative research, we used the content analysis method to identify the local attributes and the Analytic Hierarchy Process (AHP), to establish the interrelations between the attributes or their measurement in the local perspective. It can be said that, although some studies that present resources for entrepreneurship contribute to the national and local perspective, the establishment of interrelations between the attributes or their measurement in the local perspective can contribute to the success of the activity and to hierarchize the attributes of local entrepreneurship, methodologically, addresses the theme in an unprecedented way. Results point to the supremacy of material attributes in relation to social and cultural ones, as a priority for the establishment of new ventures in the researched locus.

Keywords: Entrepreneurship; Institutional Theory; Attributes.

1 INTRODUÇÃO

A contribuição do empreendedorismo para o estabelecimento de empregos, geração de inovações e, para o desenvolvimento econômico e social é um dos motivos que justificam o crescente interesse de instituições, acadêmicos e empresários, entre outros, por temas relacionados à criação de empresas (URBANO; TOLEDANO, 2008). Veciana e Urbano (2008, p. 373), por exemplo, argumentam que “a preocupação deve ser a forma como o contexto afeta - promove ou inibe - o surgimento de empreendedores, a taxa de criação de novas empresas, o crescimento e desenvolvimento de novas empresas”. Em estudo recente, Voelcker (2018) aponta que as empresas se originam de comportamentos empreendedores. Assim, o comportamento dos indivíduos pode ser determinante para proporcionar atributos ao empreendedorismo da localidade.

Pesquisas sobre os atributos do empreendedorismo têm sido desenvolvidas para explicar o crescimento econômico de determinadas regiões (KENNEY; PATTON, 2005; SPIGEL, 2017b; URBANO; ÁLVAREZ, 2014), no entanto, muitas tendem a ignorar os atributos locais, as inter-relações entre os recursos (formais e informais) e, também, as melhores práticas do empreendedorismo (HARRISON; LEITCH, 2010; SPIGEL, 2017b).

Segundo Spigel (2017b), os atributos locais que contribuem com o empreendedorismo são: o **cultural**, que se subdivide em: serviço de suporte e histórias de negócios de sucesso; o **social**, que se subdivide em: trabalhadores qualificados, capital de investimento, redes de relações, modelos e mentores de



sucesso; e o **material**, que se subdivide em: política/governo, universidade, serviços de suporte, infraestrutura física e abertura de mercado. Segundo o autor, este modelo é ilustrado com estudos de caso aplicados no Canadá, em Waterloo, Ontário, Calgary e Alberta, os quais apresentaram uma variedade de diferentes configurações que podem contribuir com o empreendedorismo.

Infere-se, no entanto, que entre os atributos culturais apresentados por Spigel (2017b) não consta o “valor cultural” definido por Stephan e Pathak (2016), como um meio de reduzir as incertezas. Assim, o contexto institucional é relevante para o empreendedorismo (APONTE, 2002; FUENTELESAZ; MAÍCAS; MATA, 2017; INÁCIO *et al.*, 2016; URBANO; ÁLVAREZ, 2014; URBANO; URBANO *et al.*, 2017), levando-se a considerar que a teoria institucional se apresenta como adequada para apoiar o estudo desse fenômeno. As afirmações ratificam a premissa de que os recursos existentes no local interagem entre si.

Diante desses apontamentos, esta pesquisa tem o objetivo geral de estabelecer a hierarquização de atributos para orientar os empreendedores considerando a perspectiva da localidade. Especificamente, interessa-nos identificar e descrever as categorias e subcategorias de atributos ao empreendedorismo; verificar o êxito dos atributos do empreendedorismo na perspectiva da localidade em estudo e mensurar os atributos prioritários ao empreendedorismo na localidade em estudo.

Em relação à metodologia, elegemos a (AHP), um método que trabalha com critérios e seus pesos extraídos das preferências dos decisores. Resultados preliminares apontam para a supremacia dos atributos materiais em relação aos sociais e aos culturais, como prioritários ao estabelecimento de novos empreendimentos no *lócus* pesquisado. Infere-se em relação aos atributos que os materiais correspondem ao melhor caminho para empreendedor se orientar em relação à criação da sua empresa.

Neste contexto, exploram-se, os atributos prioritários para o empreendedorismo, o que leva à formulação da seguinte questão de pesquisa: Quais são os atributos (culturais, sociais e materiais) prioritários para orientar os empreendedores, considerando a perspectiva “localidade”?

Vale ressaltar que, ao se agregarem os elementos em um único estudo, espera-se contribuir teoricamente à compreensão do tema. Estudos recentes (KANTIS; FEDERICO, 2020; PURBASARI *et al.*, 2019; SPIGEL, 2017a; SPIGEL; VINODRAI, 2020; STAM, 2015; STEPHAN; PATHAK, 2016) têm apontado a necessidade de



novas investigações, que levem em consideração os detalhes da localidade.

Os resultados delineados neste estudo poderão proporcionar aos profissionais de suporte, condições de melhorar o processo de orientação ao empreendedor no momento de constituição da empresa.

2 INSTITUIÇÕES E ATRIBUTOS DO EMPREENDEDORISMO

Diante do apontamentos de North (1990), pode-se dizer que as instituições formais (leis, normas e regulamentos) e informais (cultura, costumes e crenças) são as regras do jogo de uma sociedade e constituem o denominado marco institucional. Seu principal papel é reduzir a incerteza, estabelecendo uma estrutura estável de interação humana.

Conforme Veciana e Urbano (2008, p. 366), “em sentido amplo, as instituições são grupos de crenças morais que configuram o poder”. Esse conceito vem ao encontro das reflexões de Ayres (1952, p. 43) de que “as instituições comumente compartilham o atributo de designar autoridade, geralmente em uma ordem de classificação ou sistema hierárquico” e “esta autoridade é respaldada, por costume ou conjunto de costumes”.

O empreendedorismo tem uma relação direta com os atributos existentes na região e estes proporcionam as condições para a atividade, de modo que o valor dos atributos, quando elevado, contribui fortemente com o local e, conseqüentemente, com o empreendedorismo. Conforme Spigel (2017b) reuniu estes atributos do empreendedorismo em três grandes grupos: cultural, social e material. E o sucesso destes ecossistemas econômicos/empresariais é definido pela interação entre esses atributos, situação criadora de uma rede de apoio regional fomentadora da competitividade e de novos empreendimentos”.

Para Fuentelsaz *et al.*, (2017, p. 29), “os empreendimentos compartilham características e necessidades comuns”, porém, baseada na perspectiva do empreendedorismo local, a sociedade deve procurar captar recurso externo, especialmente os relacionados a talentos, e investir na transformação dos recursos locais para potencializar o empreendedorismo local.

Purbasari *et al.* (2019) confirmaram que o empreendedorismo ocorre pela interação entre diferentes atores (governo, infraestrutura, política, acesso a financiamento, estudantes, programas de pesquisa, mercado entre outros). E a



colaboração entre todos esses atores, normalmente, aprimora o empreendedorismo.

Um dado relevante é que a retenção de talentos, incentivos e infraestrutura, entre outros recursos, podem influenciar o empreendedorismo, porém essa ação deve cuidar para não seguir o ciclo de determinada atividade e possibilitar a estagnação. Para evitar a cristalização de lugares empreendedores, deve-se cuidar de aspectos culturais relacionados à atividade (SORENSEN, 2017), para a qual a “cultura regional de empreendedorismo é um atributo importante” (FRITSCH; WYRWICH, 2017, p. 157). A interação entre a dinâmica e as condições da estrutura são determinantes para o resultado do empreendedorismo local (KANTIS; FEDERICO, 2020).

Diante desse contexto, mecanismos de descrição, análise e avaliação para compreender os aspectos dos atributos empreendedorismo podem ser relevantes para a atividade.

2.1 ATRIBUTO CULTURAL

Autores como Aoyama (2009), Fritsch e Wyrwich (2017) e Vaillant e Lafuente (2007) têm evidenciado em suas pesquisas que os atributos culturais locais influenciam o empreendedorismo. Nesse sentido, Spigel (2017b, p. 52) afirma que os atributos culturais correspondem às “crenças e perspectivas inerentes ao empreendedorismo da região e que existem dois principais atributos culturais do empreendedorismo: atitudes e histórias de empreendedorismo”.

As atitudes culturais devem basear-se na premissa de que abrir uma empresa ou investir no local é um bom negócio. Essas atitudes são tomadas por indivíduos da localidade com grande capital social. A esse respeito Inácio *et al.*, (2016, p. 30) relata que “a dimensão das atitudes empreendedoras é a principal força do ecossistema empreendedor brasileiro”.

Para Spigel (2017b, p. 52-53), “exemplos de empreendedores de sucesso do local possibilitam a discussão dos benefícios e as possibilidades de demonstrar o empreendedorismo como uma alternativa de carreira, por exemplo, para alunos do ensino médio”.

Entretanto, o valor cultural Stephan e Pathak (2016) é um atributo difícil de especificar, uma vez que, corresponde ao compartilhamento de ideais promovidos pelos líderes da sociedade local que ajudam ao estabelecimento do empreendedorismo local. Isso leva-nos a ponderar que o empreendedorismo



sustentável deve responder às demandas das forças do mercado global, no entanto, simultaneamente, os empresários também devem responder aos contextos sociais locais, moldados pelas condições econômicas históricas e regionais, pois a cultura local cria naturalmente um caminho de práticas e normas legais para a atividade empreendedora (AOYAMA, 2009).

Fritsch e Wyrwich (2017, p. 178) por sua vez, afirmam que a “institucionalização de uma cultura empreendedora pode superar diversas crises e, inclusive, mudanças brutas nas leis”. E Purbasari, Wijaya e Rahayu (2019) ratificaram esta consideração em estudo de caso realizado na Indonésia. Dessa forma, a sociedade deve utilizar-se dos recursos culturais em prol da atividade.

2.2 ATRIBUTO SOCIAL

Inácio *et al.*, (2016, p. 38) afirma que, no Brasil, “as diferenças entre a qualidade do desempenho do quadro institucional e dos fatores sociais promovem o empreendedorismo de baixo impacto socioeconômico”. Essa asserção ratifica a necessidade de análises mais aprofundadas sobre os atributos do empreendedorismo local e sobre a utilidade de mecanismos de mensuração dos referidos atributos.

As “redes próprias” de desenvolvimento do empreendedorismo são fundamentais para o fortalecimento dos empreendimentos. Essa afirmação parece estar consolidada no meio acadêmico, graças as pesquisas que a validaram (APONTE, 2002; HOANG; ANTONCIC, 2003; SPIGEL, 2017b; SPIGEL; HARRISON, 2018).

Pesquisas realizadas em Edinburg e Glasgow, na Escócia, apresentaram as redes próprias de cooperação como o principal elemento do empreendedorismo local, demonstrando que os empresários dependiam fortemente de suas redes pessoais para acessar o conhecimento e compartilhavam conselhos, uns com os outros (SPIGEL, 2017b).

Outro, atributo refere-se ao “capital de investimento”, evidenciado em estudos que apontaram que os investimentos, normalmente, são catalisados pelas redes próprias locais de empreendimento, sendo os recursos provenientes de familiares, investidores anjos e amigos (APONTE, 2002; FRITSCH; SCHILDER, 2008; SPIGEL, 2017b; SPIGEL; HARRISON, 2018).

Sob este prisma, Stam (2015, p. 3) afirma uma “comunidade forte, densa e



solidária de capital de risco, anjos, investidores em projetos e outras formas de financiamento devem estar disponíveis, visíveis e acessíveis em todos os setores da sociedade". Aponte (2002), Maícas *et al.*, (2015), Spigel (2017b) e Spigel e Harrison (2018) ratificam essa afirmação, ao mencionarem que lugares empreendedores apresentam capital financeiro elevado. No entanto, não há consenso sobre este tema. Fritsch e Schilder (2008), por exemplo, afirmaram que a prosperidade regional não é um fator dominante nas parcerias de capital de risco. Souza *et al.*, (2015) advogam que o empreendedorismo brasileiro deve passar por políticas públicas que estimulem o capital financeiro para a atividade.

Autores como Roundy *et al.*, (2018), Spigel (2017b), Spigel e Harrison (2018) e Stam (2015) asseveram que existe a necessidade dos "mentores e negociadores" para encorajar os empreendedores e, estes são profissionais que vivem no local e disponibilizam seu capital social para contribuir com novos empreendimentos, colaborando, com a criação da conexão entre novos empreendedores e a comunidade local. A existência desses profissionais facilita a possibilidade de ampliação do empreendedorismo na região.

Na concepção de Spigel (2017b), pessoas de negócios bem-sucedidas na construção do empreendedorismo sustentável concorrem para desenvolver novas habilidades de negócios e para construir seu capital social. Dessa forma, as relações proporcionadas pelo capital social otimizam o valor do empreendimento para a sociedade local, ou seja, as interações sociais proporcionam uma classificação, uma ordem de valor da empresa para a sociedade, e isso pode contribuir para uma vida mais longa ao empreendimento.

Em contrapartida, Isenberg (2011) diz que as grandes mudanças no empreendedorismo, normalmente, são os resultados de "interações de alta ordem", isto é, muitas variáveis trabalhando juntas. De fato, um conjunto de indivíduos, às vezes um ou dois, podem ser o catalisador, sem o qual a mudança de passo não poderia se dar, parceria é fundamental. Assim, é útil avaliar o empreendedorismo regional para detalhar caminhos específicos no tempo, já que determinar caminhos genéricos é menos útil.

No que concerne aos profissionais, aqui chamados de "trabalhadores talentosos", atuantes em locais empreendedores, estes devem possuir mais do que habilidades técnicas. Da mesma forma os empreendedores, devem possuir uma tolerância ao risco, a fim de prosperar no ambiente caótico de um empreendimento



inicial (SPIGEL, 2017b). O que se aponta é a necessidade de empregados talentosos, assim como de empreendedores para atuar em ambientes incertos, como o início de uma empresa. Empregados qualificados acostumados às exigências específicas da pequena empresa e a altos níveis de capital humano são componentes-chave para novos empreendimentos (AUDRETSCH *et al.*, 2011; SPIGEL; HARRISON, 2018; STAM, 2015). Segundo Spigel e Vinodrai (2020) os trabalhadores talentosos foram responsáveis pela estabilidade do empreendedorismo de Waterloo, Ontário, diante de uma crise proporcionada pelo declínio do Blackberry. Conforme mencionado, os recursos sociais são determinantes para o empreendedorismo local.

2.3 ATRIBUTO MATERIAL

Estudos de diversos pesquisadores da área têm constatado que os atributos materiais locais influenciam o empreendedorismo (DIACONU; DUȚU, 2015; ISENBERG, 2011; MAÍCAS *et al.*, 2015; SOUZA *et al.*, 2015; SPIGEL, 2017B; STAM, 2015; URBANO *et al.*, 2017). Spigel (2017b) considera as políticas de governos, universidades, serviços de apoio, infraestrutura física e abertura de mercado, como os atributos materiais.

Souza *et al.*, (2015) destaca que o apoio do governo é essencial para o empreendedorismo. Aponte (2002), Inácio *et al.* (2016) e Stam (2015), especifica esse apoio, apontando a relevância das políticas públicas e programas de apoio à atividade empreendedora, enquanto Álvarez e Urbano (2012) entendem que as políticas do governo devem considerar as peculiaridades locais.

Lugares de alto empreendedorismo se tornam (relativamente) autossustentáveis, de modo que há um ponto de inflexão em que o envolvimento do governo pode e deve ser significativamente reduzido; não eliminado, mas reduzido (ISENBERG, 2011). Desta forma, Maícas *et al.*, (2015), ao abordar os aspectos da política fiscal, diz que a liberdade fiscal afeta negativamente o empreendedorismo de oportunidade. A liberdade fiscal aumentaria a taxa de iniciativas de risco, isso gera o lançamento de pequenas empresas com o único propósito de garantir a subsistência de seus parceiros.

Contudo, a qualificação, em especial, a proporcionada por universidades, pode contribuir com a atividade empreendedora. Para Stam (2015, p. 3), “as universidades são um excelente recurso para o desenvolvimento de tecnologias, talentos e devem



estar bem conectadas à comunidade”. Nessa perspectiva, Diaconu e Duțu (2015) entendem que a orientação da universidade possibilita parcerias sólidas entre educação, pesquisa e inovação, as chamadas “alianças de conhecimento”, isso melhora o desempenho dos sistemas educacionais e, conseqüentemente, a inserção dos graduados no mercado de trabalho ou empreendedor.

Deste modo, o empreendedorismo de qualidade deve ser orientado pela inovação e, conseqüentemente, a universidade, enquanto instituição de ensino e apoiadora de práticas promissoras, pode contribuir com esse aspecto (MAÍCAS *et al.*, 2015; STAM, 2015). Nessa perspectiva, a educação proporcionada pelas universidades é a variável mais relevante para explicar a procura pelo empreendedorismo (URBANO *et al.*, 2017).

Também merece menção a existência de políticas de apoio e à revitalização das empresas existentes no local. Trata-se de uma premissa essencial ao empreendedorismo, uma vez que ao se desenvolver o que já há no local, abre-se caminho ao fortalecimento dessas práticas e a ampliação de outras atividades empreendedoras (SOUZA *et al.*, 2015; URBANO; ÁLVAREZ, 2014). Para Stam (2015, p. 3), os “serviços de apoio” de “profissionais especializados”, isto é, os profissionais do campo jurídico, contábil, imobiliário, de seguro e consultoria devem funcionar integrados, acessíveis, eficazes e com preço adequado para que os empreendedores possam deles se valer, não importam o seu nicho de mercado e amplitude de atuação. Nessa linha de raciocínio, o local com redes de apoio e empresários experientes que disponibilizam seu capital social para fomentar o empreendedorismo, pode ter mais êxito diante de suas atividades.

Em relação à “abertura de mercado”, Maícas *et al.*, (2015) afirma que a liberdade de negócios para o empreendedorismo afeta positivamente a qualidade do empreendedorismo no local.

Na tabela 1 evidencia-se as categorias e subcategorias de atributos:

Tabela 1 - Categorias e subcategorias dos atributos no empreendedorismo

CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS
Cultural	Valores culturais
	Atitudes
	Histórias de empreendedores
Social	As próprias redes
	Capital de investimento
	Mentores e negociadores

Material	Trabalhadores talentosos
	Políticas e governança
	Universidades
	Serviços de apoio
	Infraestrutura física
	Abertura de mercado

Fonte: Adaptado de Spiegel (2017b).

Diante desta configuração de atributos, pode-se dizer que o empreendedorismo na perspectiva local ocorre pela combinação ou pela inter-relação das categorias e, suas respectivas subcategorias. Assim, o empreendedorismo é o resultado do conjunto destes atributos, quanto melhor a qualidade dos atributos, melhor tende a ser o empreendedorismo local.

Na sequência os procedimentos metodológicos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Essa pesquisa corresponde, a uma estratégia exploratória sequencial que envolve uma primeira fase de coleta e análise de dados qualitativos, seguida de uma segunda fase de coleta e análise de dados quantitativos. A opção pelos sujeitos de pesquisa (Discentes concluintes do curso de graduação em Contábeis e Administração e Engenharia de Produção) se deve ao fato dos discentes cursarem disciplinas como: gestão de pequenos negócios, empreendedorismo, pequenas e médias empresas. Estes sujeitos são vistos como potenciais empreendedores em decorrência do conteúdo destas disciplinas abordarem as possibilidades e vantagens da criação da própria empresa.

A etapa qualitativa foi utilizada para confirmar os atributos do empreendedorismo no local e ocorreu por meio de entrevista semiestruturada aplicada a especialistas (professores, pesquisadores e profissionais de organizações de fomento ao setor) e analisada por meio da técnica de análise de conteúdo. Com base nos resultados da pesquisa qualitativa foi elaborado um instrumento de pesquisa quantitativo com o propósito de obter o julgamento dos atributos do recurso ao empreendedorismo do local estudado. Esse instrumento de pesquisa (questionário) foi aplicado a estudantes (sétimo e oitavo semestre) dos cursos de graduação em Administração, Ciências Contábeis e Engenharia de Produção da Universidade



Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e Faculdade Integradas de Três Lagoas (AEMS), situadas no município.

Os procedimentos adotados na primeira fase da pesquisa foram reunidos no Tabela 2.

Tabela 2 - Procedimentos da primeira fase da pesquisa

PROCEDIMENTOS	DESCRIÇÃO
Elaboração do questionário (roteiro)	Baseado na revisão de literatura.
Primeiro teste de validação	O roteiro de entrevista foi submetido a dois doutores, que apontaram a possibilidade de existirem dificuldades quanto ao entendimento das questões.
Segundo teste de validação	Foi solicitado, também a outros dois doutores a validação da nova versão do roteiro.
População	Realizou-se visitas às principais organizações locais (Sebrae, Associação Comercial e Industrial, Secretaria de Desenvolvimento Municipal, UFMS, IFMS e AEMS) de fomento ao empreendedorismo, com o propósito de identificar os possíveis entrevistados.
Natureza da amostra	Seleção intencional dos participantes (especialistas).
As entrevistas	Depois de validado, o roteiro foi aplicado aos especialistas, conforme agendamento realizado por e-mail e/ou telefone.
Os dados	As entrevistas foram gravadas, enumeradas, transcritas e organizadas, conforme sequência de realização.
Análise qualitativa	Realizada por meio da técnica análise de conteúdo.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Em relação à confiabilidade, como uma primeira etapa, foram adotados os procedimentos de exame de estabilidade e consistência das respostas sugeridos por Creswell (2010). Para tanto, foi feita a transcrição das entrevistas e a sua conferência, com o propósito de verificar a consistência das respostas e classificá-las.

Para a validação dos dados obtidos, adotou-se o que Creswell (2010, p. 226) define como verificação dos membros, isto é, “para determinar a precisão dos resultados qualitativos, retornando o relatório final ou as descrições ou os temas específicos aos participantes e solicitando se esses participantes os consideram corretos”. Desta forma, os dados qualitativos da pesquisa foram validados.

Em um segundo momento, houve à aplicação dos procedimentos adotados na pesquisa quantitativa que, segundo Creswell (2010), apresenta os seguintes

componentes: população, amostra, instrumento, teste de confiabilidade e validade. Esses procedimentos foram adotados para mensurar a hierarquia dos atributos com base na avaliação de alunos concluintes da graduação. É preciso salientar que a natureza mista proporciona mais *insights*, pois o uso combinado de dados qualitativos e quantitativos contribuem para uma maior compreensão do problema investigado.

Os dados quantitativos provenientes das respostas dos sujeitos foram utilizados para a hierarquização e mensuração dos atributos locais do empreendedorismo, mediante uso de planilhas *Excel*. Os dados quantitativos obtidos foram analisados por meio da metodologia (AHP); um método que, a partir da determinação de critérios e seus pesos extraídos das preferências dos decisores, concorre para ou justifica uma escolha ou decisão (GOMES; GGONZALES-ARAYA; CARIGNANO, 2004; SAATY, 2008).

Depois, o pesquisador entrou em contato com as coordenações dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Engenharia de Produção da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e Associação Educacional de Mato Grosso do Sul (AEMS) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), com o propósito de definir a população e a amostra de pesquisa.

Tabela 3 - Componentes da pesquisa quantitativa

CARACTERÍSTICAS	DESCRIÇÃO
População	Alunos (215) do sétimo e oitavo semestres dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Engenharia de Produção de IES instalados no município de Três Lagoas.
Amostra	76,7% (setenta e seis por cento) da população.
Validação	Teste de validação do instrumento junto a alunos matriculados nos primeiros semestres dos respectivos cursos e teste de consistência das matrizes, conforme sugerido por Saaty (2008).
Instrumento de pesquisa	Questionário validado.
Confiabilidade	Carta de aceite para participar da pesquisa e instrumento de coleta de dados validado.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Os dados quantitativos provenientes das respostas dos discentes, foram de suma importância para a hierarquização e mensuração dos atributos locais.

4 CONTEXTUALIZAÇÃO DO LOCUS DE PESQUISA

Apresenta-se, neste item, a caracterização do município onde foi desenvolvido o estudo. De acordo com Rizzo, Gasparini e Silva (2013), o município de Três Lagoas, com extensão territorial de 10.206 km² está localizado no setor leste do estado de Mato Grosso do Sul (MS), às margens do Rio Paraná, distante 324 km da capital do estado, Campo Grande. Para Oliveira (2006, p. 39), “a sua localização é bastante privilegiada em relação a dois importantes empreendimentos, a Hidrovia Tietê-Paraná e o Gasoduto Brasil-Bolívia”. Assim, pode-se ter uma noção geográfica da localização estratégica do território em questão.

Conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2017), o município de Três Lagoas apresentou, nos últimos dez anos, um crescimento de aproximadamente 35% no número de empresas atuantes. Ainda, quanto ao desenvolvimento do município de Três Lagoas, observa-se que ocorreu por ciclos, como sumarizado no Tabela 4.

Tabela 4 - Histórico de desenvolvimento do Município

PERÍODO	OCORRÊNCIAS
1900 a 1915	Povoamento da região e criação do município por meio da chegada de trabalhadores na região de Três Lagoas para a construção dos trilhos da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil.
1960	A atração populacional se deu com a construção da Usina Hidrelétrica de Jupiá, atual “Engenheiro Souza Dias”
Início na década de 1980 até o momento atual.	Iniciou-se em 1980 e se aprofundou na década de 1990 o processo de implantação/implementação de indústrias nos Distritos Industriais I e II.

Fonte: Costa (2007).

O processo industrial, em especial a atividade de produção de papel e celulose, tem contribuído para o desenvolvimento local. Essa produção realizada por grandes empresas amplia o mercado e cria oportunidades para outras (pequenas) se instalarem na região.

No município de Três Lagoas foram instaladas a Fibria, a International Paper e a Eldorado Brasil. Assim, o estado de Mato Grosso do Sul, de tradicional mercado agropecuário, tornou-se um dos maiores produtores de papel e celulose do mundo, atraindo investidores de diversos países (Associação Comercial e Industrial de Três Lagoas, 2018). Estas não são as únicas grandes empresas instaladas no município



nos últimos anos. Segundo informações do *site* da Prefeitura Municipal (2018), Três Lagoas possui quase 3 mil empresas instaladas e 54 indústrias de grande e médio porte.

A cidade também é conhecida industrialmente pela sua potencialidade logística, possuindo três modais (hidrovia, ferrovia e rodovia). Outras importantes indústrias estão localizadas na cidade, como a Cargill, Metalfrio, Indústria de Fertilizantes da Petrobras, SITREL – Siderúrgica, Mabel, entre outras. Importa mencionar também a existência de um aeroporto (Plínio Alarcon) e da Usina Hidrelétrica Jupia.

Conforme a Junta Comercial do Estado de Mato Grosso do Sul (JUCEMS) (2017), a taxa de sobrevivência de empresas no município de Três Lagoas é a menor, quando comparada com os principais municípios do estado de Mato Grosso do Sul. Apesar da possibilidade de questionamentos sobre a metodologia utilizada para gerar os dados, vale ressaltar que para o Sebrae (2014, p. 36), “a metade das empresas encerradas não deu baixa na Junta Comercial”, o que leva a considerar que o número de empresas extintas pode ser maior do que o apresentado.

A atividade empreendedora em Três Lagoas foi incentivada nos últimos anos por influência da Lei Complementar nº 93 (2001), que instituiu o Programa Estadual de Fomento à Industrialização, ao Trabalho, ao Emprego e à Renda (MS-EMPREENDEDOR). O município já havia normalizado essa prática por meio da Lei nº 1.429 (1997), que dispõe sobre a concessão e incentivos para instalação de indústrias no município de Três Lagoas e dá outras providências.

A instituição das referidas leis permitiu que várias indústrias se instalassem no município. Conforme Oliveira (2006), várias empresas então se instalaram no município.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Na análise dos dados qualitativos foram selecionadas algumas palavras, unidades de conteúdo, como meio de definir se os recursos têm contribuído com a atividade no local. Inicialmente, foi realizada a categorização, subcategorização e codificação dos atributos, o que permitiu sua classificação em baixo, médio ou elevado, indicando o nível de relevância de cada um.

Desta forma, as palavras que proporcionaram sentido as respostas foram



definidas como “códigos”. O Tabela 5 apresenta os códigos eleitos.

Tabela 5 - Códigos e classificações dos atributos

CÓDIGOS	CLASSIFICAÇÃO
Não; não vejo; algumas; esforçam; desconheço; superficial; recentemente; pouco.	BAIXO
Sim; com certeza; mais evidente.	MÉDIO
Existe; grande; muito; forte; fácil; favorável.	ELEVADO

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

As unidades de conteúdo associadas ao nível “baixo” são recorrentes, manifestando-se em falas de diferentes entrevistados. Embora se possa identificar certa gradação entre elas, todas confluem para uma avaliação negativa pelo entrevistado acerca da presença do recurso no local pesquisado.

Pode se explicar a “gradação”, por exemplo, quando o entrevistado diz “não”, é categórico, como se apontasse a total ausência do recurso, porém esse efeito é relativamente suavizado em “não vejo” e “desconheço” (formulações que parecem representar um parecer pessoal). As unidades de conteúdo “esforçam”, “superficial” e “recentemente”, por sua vez, sugerem o sentido de incipiência, próprio ao nível baixo, enquanto “algumas” e “pouco” indicam, de modo mais objetivo, o nível em questão.

No que concerne às unidades representativas do nível médio, “sim”, “com certeza” e “mais evidente”, pode-se conjecturar, nos respectivos contextos, que o atributo tem contribuído moderadamente para a atividade. No caso de “sim”, considera-se a ocorrência da palavra isolada, sem intensificadores, o que sugere uma afirmação objetiva, mas de baixo valor argumentativo e de média expressividade, representando simples contraposição a “não”; em “com certeza”, tem-se uma expressão estereotipada, porém desprovida de grande convicção; em “mais evidente”, o efeito é de algo ainda em processo de constituição, apontando para o grau médio.

As unidades “existe”, “grande”, “muito”, “forte”, “fácil”, “favorável”, expressam posicionamentos positivos quanto à presença do(s) atributo(s), indicando que o atributo abordado tem contribuído de forma elevada para o empreendedorismo no local estudado.

Observe o Tabela 6, seu propósito é ilustrar as relações dos atributos do empreendedorismo no local pesquisado.

Tabela 6 - Categorização para a análise de conteúdo



CATEGORIAS/ATRIBUTOS	SUBCATEGORIAS/ATRIBUTOS	CLASSIFICAÇÃO
Culturais	Atitudes	baixo
	Histórias de Empreendedores	baixo ou médio
	Valor cultural	médio ou baixo
	Costumes	baixo
Sociais	Próprias redes	médio
	Capital de investimento	baixo
	Mentores/negociadores	baixo
	Trabalhadores talentosos	baixo
Materiais	Política/governo	médio ou elevado
	Instituições de Ensino Superior	baixo
	Serviços de apoio	médio ou elevado
	Infraestrutura física	médio ou elevado
	Abertura de mercado	médio ou elevado

Fonte: elaborado pelos autores (2024).

Vale ressaltar que a atividade empreendedora ocorre por meio das relações entre os atributos disponíveis no local para a atividade. Na visão de Spigel (2017b), por exemplo, os atributos de um ecossistema são sustentados e reproduzidos através de suas relações com outros atributos. A reprodução das relações densas entre os atributos ocorre pela interação entre uma cultura empreendedora solidária, redes de empresários, trabalhadores, investidores, programas e organizações públicas eficazes.

Ainda segundo Spigel (2017b), as relações dos atributos do empreendedorismo podem ser ilustradas por meio de uma pirâmide, cuja base é formada pelo atributo cultural (suporte de apoio e histórias de empreendedores), o meio, pelo atributo social (redes de contato, trabalhadores talentosos, mentores/negociadores e capital de investimento) e o topo pelo atributo material (políticas, universidades, infraestrutura, abertura de mercado e serviços de apoio).

Considerando os resultados até então obtidos nesse estudo, não se identificou no município de Três Lagoas a existência de tal estrutura, conforme Spigel (2017b). Assim, no local cabe aos atributos materiais compor a base da pirâmide, o meio é composto pelos atributos sociais e o pico pelos atributos culturais, segundo os resultados obtidos junto aos especialistas do local.

Conforme mencionado, os atributos culturais do empreendedorismo foram:



atitudes, histórias de empreendedores e valor cultural (AOYAMA, 2009; KRUEGER, LIÑÁ; NABI, 2013; SPIGEL, 2017b; STEPHAN; PATHAK, 2016; VAILLANT; LAFUENTE, 2007).

Conforme mencionado, as atitudes são atributos do empreendedorismo local (INÁCIO *et al.*, 2016; SPIGEL; HARRISON, 2018), e o local pesquisado ainda carece desse tipo de atributo, já que para a maioria dos entrevistados essa prática não existe por parte dos cidadãos.

Os atributos sociais do empreendedorismo considerados e submetidos à avaliação dos entrevistados foram: as próprias redes (HOANG; ANTONCIC, 2003; KENNEY; PATTON, 2005; SPIGEL, 2017b; STAM, 2015); o capital de investimento; trabalhadores talentosos e mentores e negociadores. No entanto, estes recursos precisam de melhorias na perspectiva da localidade. Vale ressaltar que (SPIGEL; VINODRAI, 2020) concluíram que a qualidade das instituições de Waterloo, Ontário foram determinantes para direcionar os trabalhadores qualificados diante de uma crise proporcionada pelo declínio do fabricante de *smartphones* *Blackberry*.

Vale mencionar que os locais podem apresentar diferentes configurações de atributos. O local estudado apresenta o que Spigel (2017b) considera como recursos esparsos: um atributo impulsiona a produção dos outros, como um grande mercado local que cria múltiplas oportunidades para os empreendedores explorarem, crescerem e obterem lucro.

Nessa pesquisa, o recurso material pode ser considerado como o principal atributo do empreendedorismo local, com destaque aos incentivos fiscais às grandes empresas que, atraem as médias e pequenas. O recurso social, por sua vez, apresenta as redes próprias como o principal elemento do local, sinalizando que apesar de incipientes, organizações como o Sebrae e a Associação de Jovens Empreendedores (AJE) procuram captar novos investimentos ou novas empresas para o município. O recurso cultural tem como principal aspecto o valor cultural: algumas empresas ou indivíduos procuram compartilhar de ideais em prol do empreendedorismo.

Conforme pressuposto defendido por North (1990), as regras são estabelecidas para promover a interação humana e o estabelecimento dessas regras deveria, depois de vários anos, proporcionar a interação humana, e essa interação deveria ser notada por especialistas na atividade e por potenciais empreendedores. Neste estudo, constatou-se, no entanto, que as políticas de incentivo ao empreendedorismo foram



estabelecidas há pelo menos 20 anos, e até o momento a interação dos envolvidos nessa atividade é baixa, no município de Três Lagoas. Dessa forma, considera-se que a regra estabelecida não contribuiu significativamente para a interação humana em prol do empreendedorismo, conforme os especialistas que atuam na localidade. Neste caso, confirma-se que não basta o estabelecimento de instituições em prol do empreendedorismo, o que se apresenta é a necessidade de qualidade destas regras para sustentação das empresas.

Nesta parte da pesquisa, foram mensurados os atributos do empreendedorismo do local, identificados durante a revisão da literatura e confirmados nas entrevistas semiestruturadas. Para cada uma das categorias (cultural, social e material) foi elaborado um construto, do qual se originou a sua própria matriz, derivando-se os subitens (subcategorias) de acordo com o resultado das matrizes. Os dados foram obtidos por meio de questionário junto a concluintes dos cursos de graduação, os quais atribuíram pesos de 1 a 9, ao fazerem a comparação par a par dos atributos.

Utilizou-se o conhecimento dos concluintes dos cursos de graduação para obter o julgamento das categorias do construto de pesquisa, sendo a matriz preenchida com a média geométrica das comparações realizadas pelos mesmos, par a par das categorias. Assim, obteve-se o vetor, a sua normalização, o índice de consistência (IC) e a razão de consistência (RC).

As matrizes atendem aos critérios de consistência, conforme estabelecido por Saaty (2008), pelo fato de apresentarem, respectivamente, como índice de consistência os coeficientes: 0,1169; 0,09247; 0,117716247 e 0,075946, ou seja: 11,69%; 9,25%, 11,77% e 7,59%.

Como neste estudo o propósito foi determinar a prioridade entre categorias e subcategorias de atributos que favorecem o empreendedorismo, calculou-se a consistência junto ao conjunto de categorias e subcategorias de atributos do empreendedorismo, conforme Tabela 7.

Tabela 7 - Prioridades entre categorias e subcategorias dos atributos

Construto/ Categorias	Prioridades %	Dimensões (Subcategorias)	Prioridades Parciais %	Prioridades Finais %	Ordem de Importância
Cultural	10	Valores culturais	20,96	2,10	9º
		Atitudes	60,50	6,05	5º



Social	20	Histórias de empreendedores	10,45	1,04	11º
		Costumes	8,09	0,81	13º
		As próprias redes	70,40	14,08	3º
		Mentores/negociadores	17,46	3,49	8º
		Capital de investimento	4,81	0,96	12º
		Trabalhadores talentosos	7,33	1,47	9º
Material	70	Políticas/governo	36,02	25,21	2º
		Abertura de mercado	39,89	27,92	1º
		Serviços de apoio	12,82	8,97	4º
		Infraestrutura	6,30	4,41	6º
		Universidades	4,98	3,49	7º
		TOTAL		100	----

Fonte: Elaborada pelos autores (2024).

A Tabela 7 agrupa os itens analisados em conjunto com o (IC) e a (RC) e traz uma avaliação do indicador calculado a partir da importância do indicador da categoria em relação ao construto, ou seja, a subcategoria. Essa medida aponta a representatividade do item em relação ao seu construto.

Considerando todas as subcategorias avaliadas, observou-se que, na perspectiva de potenciais empreendedores do município de Três Lagoas, a dimensão Abertura de Mercado é a que mais atrai valor. Entre as demais subcategorias, a Política/Governo é a segunda, seguida de Próprias Redes e Serviços de Apoio. Essas constituem as quatro principais subcategorias dos atributos do empreendedorismo, segundo os alunos. O atributo considerado mais relevante é o Material (70%), seguido do Social (20%) e do Cultural (10%), esta consideração, confirma o resultado qualitativo desta pesquisa.

Por outro lado, a subcategoria de menor peso para o empreendedorismo local é a definida como costumes, seguida por capital de investimentos e histórias de empreendedores de sucesso, ou seja, essas três subcategorias são aquelas que os graduandos consideraram como de menor relevância para o empreendedorismo local.

Em relação ao aporte teórico, North (1990) infere-se que as regras formais representadas por incentivos fiscais fomentam o empreendedorismo na perspectiva da localidade. Vale ressaltar que os atributos culturais carecem de melhorias, conforme apontado nos resultados da pesquisa.

Os atributos materiais são a base de sustentação da atividade no local.

Portanto, pode-se inferir que o potencial empreendedor do local é fortalecido pelo posicionamento geográfico, facilitando o acesso rodoviário, ferroviário, aéreo a outras regiões do país. Além, da localidade contar com universidades que contribuem com a formação dos empresários e com a qualificação da mão de obra, necessária as pequenas e médias empresas do local.

Estudos de Garcia *et al.*, (2018), Saxenian (1995), Spigel (2017b) e Subrahmanya (2017) destacaram a importância de atributos culturais como motivadores da atividade empreendedora local. Desta forma, pode-se considerar como preocupante, o fato, dos atributos materiais ser a base do empreendedorismo local, já que regiões as quais apresentam uma cultura empreendedora tende a se mobilizarem diante de situações adversas. Fato este, que pode proporcionar dificuldades para o local diante da situação econômica e política que o Brasil atravessa.

Em relação a abertura de mercado, Isenberg (2011) e Spigel (2017b) destacaram a importância deste atributo ao empreendedorismo local. E como este atributo foi o principal resultado desta pesquisa, considera-se que existe abertura de mercado e facilidade de acesso a outras importantes regiões do país. Assim, este atributo é o precursor da atividade empreendedora local.

Políticas públicas de incentivos a atividade empreendedora correspondem a um dos importantes atributos potencializadores da atividade em determinada localidade. Esta afirmação é sustentada em estudos realizados por Isenberg (2011), Maicas *et al.* (2015), Spigel (2016) e Subrahmanya (2017). Um dos dilemas da atividade empreendedora no local refere-se ao potencial de resistência da atividade com a minimização dos atributos denominados incentivos oferecidos pelo governo ao local. Contudo, diante das dificuldades econômicas encontradas pelo estado brasileiro, fica a incerteza da resistência do potencial empreendedor do local.

Desta forma, a inter-relação dos atributos é potencializada pela abertura do mercado, motivada pelos incentivos públicos, canalizadas pelas próprias redes e pelos serviços de apoio oferecidos ao empreendedorismo local. Assim, apresentamos como ocorre a inter-relação dos atributos locais e os mensuramos, como forma de contribuição a temática investigada neste estudo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS



O tema “atributos do empreendedorismo” tem sido estudado para explicar o crescimento econômico de determinadas regiões, o que justifica a relevância desta pesquisa, cujo objetivo geral foi estabelecer a hierarquização de atributos para orientar os empreendedores no município de Três Lagoas – MS.

A parte empírica da pesquisa foi realizada em duas etapas. Na primeira, foram realizadas entrevistas semiestruturadas junto a especialistas que atuam no município pesquisado, com o propósito de identificar os atributos do empreendedorismo (culturais, sociais e materiais). A segunda etapa compreendeu a aplicação de um questionário entre graduandos em Administração, Ciências Contábeis e Engenharia de Produção, com o propósito de mensurar os atributos e, assim, estabelecer uma hierarquia entre eles.

O resultado da primeira etapa da pesquisa de campo mostrou o recurso material como o principal atributo do empreendedorismo local na percepção dos especialistas, com destaque aos incentivos fiscais às grandes empresas, que atraem as médias e pequenas. O recurso social, por seu turno, correspondeu ao segundo em ordem de importância para os sujeitos entrevistados, que apresentaram as redes próprias como o principal elemento do local.

Para eles, apesar de ainda incipiente, há iniciativas de organizações como o Sebrae e a AJE, que procuram captar novos investimentos ou novas empresas ao município. Em último lugar, foi apontado o recurso cultural, que tem como principal aspecto o valor cultural, entendendo os entrevistados que algumas empresas ou indivíduos procuram compartilhar de ideais em prol do empreendedorismo. Em relação ao pressuposto teórico (North, 1990) afirma-se que, apesar de políticas de incentivos ao empreendedorismo terem sido definidas há muitos anos, a qualidade das instituições estabelecidas na localidade em prol do empreendedorismo carece de melhorias.

No que diz respeito à segunda etapa da pesquisa de campo, aplicada a potenciais empreendedores, considerando todas as subcategorias dos recursos do empreendedorismo local avaliadas, o item abertura de mercado é o que mais atrai valor. Entre as demais subcategorias, a política/governo é a segunda, seguida por serviços de apoio (terceira) e as próprias redes (quarta). Vale ressaltar que, assim como ocorreu com a primeira classe de sujeitos, a categoria mais relevante, segundo os respondentes, é a material, seguida da social, sendo a cultural considerada a de



menor valor para o empreendedorismo local.

Dessa forma, na percepção dos alunos concluintes de cursos de graduação, a ordem de prioridade das categorias de atributos para novas empresas é a seguinte: 70% material, 20% social e 10% cultural. Portanto, os potenciais empresários consideram os valores materiais como os mais relevantes para o estabelecimento de novas empresas no município.

Os achados permitem considerar que os potenciais empresários têm os recursos formais como os de maior valor para o empreendedorismo local. Já em relação às subcategorias, as prioridades finais foram por ordem de importância: abertura de mercado; políticas/governo; próprias redes; serviços de apoio; atitudes; infraestrutura física; universidades; mentores/negociadores; valores culturais; trabalhadores talentosos; histórias de empreendedores; capital de investimento e costumes. Isso possibilita refletir, que a inter-relação entre os atributos do empreendedorismo local é motivada pela abertura de mercado e pelos incentivos oferecidos pelos governos aos empreendedores do local.

As limitações desta pesquisa estão relacionadas à amostra, formada por respondentes de apenas um único município. Sendo assim, os dados não podem ser generalizados. No entanto, a partir desses resultados proporcionados pelo processo analítico hierárquico, a contribuição social deste estudo vincula-se ao fato de os gestores públicos poderem dela se valer para direcionar seus esforços para os itens de maior representatividade, dentro dos construtos considerados como atributos do empreendedorismo local. A partir desta pesquisa, os potenciais empreendedores poderão levar em consideração os atributos com maior potencial de colaborar com a atividade empreendedora no município estudado. Para futuros estudos, recomenda-se investigar se locais com altas taxas de empreendedores contribuem para o aumento da taxa de sobrevivência das empresas.

REFERÊNCIAS

ÁLVAREZ, C.; URBANO, D. Environmental factors and new firm creation: an institutional approach. **Revista Venezolana de Gerencia**, 17(57), 9-38, 2012.

AOYAMA, Y. Entrepreneurship and regional culture: the case of Hamamtsu and Kyoto, Japan. **Regional Studies**, 43(3), 495-512, 2009.



APONTE, M. **Factores condicionantes de la creación de empresas um Puerto Rico: un enfoque institucional** (Tesis Doctoral). Departament D'economia de L'empresa, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, Madri, 2002.

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE TRÊS LAGOAS. **Notícias**. Recuperado de <http://www.acitreslagoas.com.br/tags:acitl>, 2018.

AUDRETSCH, D. B.; FALCK, O.; FELDMAN, M. P.; HEBLICH, S. Local entrepreneurship in context. **Regional Studies**, 46(3), 379-389, 2011.

AYRES, C. E. **The industrial economy**. Boston: Houghton Mifflin, 1952.

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

DIACONU, M.; DUȚU, A. The role of the modern university in supporting the entrepreneurial ecosystem. **European Journal of Interdisciplinary Studies**, 7(1), 11-24, 2015.

FRITSCH, M.; SCHILDER, D. Does venture capital investment really require spatial proximity? An empirical investigation. **Environment and Planning A**, 40, 2114-2131, 2008.

FRITSCH, M.; WYRWICH, M. The effect of entrepreneurship on economic development an empirical analysis using regional entrepreneurship culture. **Journal of Economic Geography**, 17, 157-189, 2017.

FUENTELESAS, L.; MAÍCAS, J. P.; MATA, P. Institutional dynamism in entrepreneurial ecosystems. In A. O'Connor, E. Stam, F. Sussan, & D. B. Audretsch (Eds.), **Entrepreneurial ecosystems: place-based transformations and transitions** (Vol. 7, pp. 45-65). Berlim: Springer, 2017.

GOMES, L. F. A. M.; GONZALES-ARAYA, M. C.; CARIGNANO, C. **Tomada de decisões em cenários complexos**. Rio de Janeiro: Pioneira Thomson Learning, 2004.

HARRISON, R. T.; LEITCH, C. Voodoo institution or entrepreneurial university? Spin-off companies, the entrepreneurial system and regional development in the UK. **Regional Studies**, 44(9), 1241-1262, 2010.

HOANG, H.; ANTONCIC, B. Network-based research in entrepreneurship: a critical review. **Journal of Business Venturing**, 18, 165-187, 2003.

INÁCIO, E., JR.; 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.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades - Panorama**. Brasília: IBGE. 2017. Recuperado de <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/tres-lagoas/panorama>.



ISENBERG, D. J. **Introducing the entrepreneurship ecosystem: four defining characteristics** [Forbes]. 2011. Recuperado de <http://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics>

JUCEMS. Junta Comercial do Estado de Mato Grosso do Sul. **Informações e estatísticas**. Campo Grande: JUCEMS. 2017. Recuperado de <http://www.jucems.ms.gov.br/informacoes/estatisticas>

KANTIS, H.; FEDERICO, J. A dynamic model of entrepreneurial ecosystems evolution. **Journal of Evolutionary Studies in Business**, 5(1), 182-220, 2020.

KENNEY, M.; PATTON, D. Entrepreneurial geographies: support networks in three hightechnology industries. **Economic Geography**, 81(2), 201-228, 2005.

KRUEGER, N.; LIÑÁN, F.; NABI, G. Cultural values and entrepreneurship. **Entrep. Reg. Development**, 25(9-10), 703-707, 2013.

LEI COMPLEMENTAR. nº. 93, de 05 de novembro de 2001. Institui o Programa Estadual de Fomento à Industrialização, ao Trabalho, ao Emprego e à Renda (MS-EMPREENDEDOR) e dá outras providências. Recuperado de http://www.legiscenter.com.br/minha_conta/bj_plus/direito_tributario/atos_legais_estaduais/mato_grosso_do_sul/leis_complementares/2001/lei_complementar_93_de_06-11-01.htm

LEI nº. 1.429, de 23 de dezembro de 1997. Dispõe sobre a concessão e incentivos para instalação de indústrias no município de Três Lagoas e dá outras providências. Recuperado de <http://xsic.com.br/treslagoas/gestor/modulos/arquivos/legislacao/4273.pdf>

MAÍCAS, J. P.; FUENTELES, L.; GONZÁLEZ, C.; MONTERO, J. How different formal institutions affect opportunity and necessity entrepreneurship. **BRQ Business Research Quarterly**, 18, 246-258, 2015.

NORTH, D. C. **Institutions, institutional change and economic performance**. Cambridge (UK): Cambridge University Press, 1990.

OLIVEIRA, P., DE. **As relações entre as indústrias de Três Lagoas-MS no contexto de territorialidade: um estudo com perspectivas de desenvolvimento local** (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local, Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, Brasil, 2006.

PMTL. Prefeitura Municipal de três lagoas. **Notícias**. 2018. Recuperado de <http://www.treslagoas.ms.gov.br/noticias>.

PURBASARI, R.; WIJAYA, C.; RAHAYU, N. Entrepreneurial Ecosystem and Regional Competitive Advantage: A Case Study on the Creative Economy of Indonesia. **Advances in Social Sciences Research Journal**, 6(6), 92-110, 2019.



RIZZO, M. R.; GASPARINI, S. T.; SILVA, N. F. Óleos saturados: um estudo do descarte em estabelecimentos de Três Lagoas e Andradina. **Revista Científica ANAP**, 6(7), 85-104, 2013.

ROUNDY, P. T.; BRADSHAW, M.; BROCKMAN, B. K. The emergence of entrepreneurial ecosystems: a complex adaptive systems approach. **Journal of Business Research**, 86, 1-10, 2018.

ROUNDY, P. T.; BROCKMAN, B. K.; BRADSHAW, M. The resilience of entrepreneurial ecosystems. **Journal of Business Venturing Insights**, 8(11), 99-104, 2017.

SAATY, T. L. Decision making with the analytic hierarchy process. **International Journal of Services Sciences**, 1(1), 83-98, 2008.

SEBRAESP. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Causa mortis: o sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida**. São Paulo: Sebrae. 2014. Recuperado de http://www.Sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/mortalidade/causa_mortis_2014.pdf

SORENSEN, O. Regional ecologies of entrepreneurship. **Journal of Economic Geography**, 17, 959-974, 2017.

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**, 20(4), 30-43, 2015.

SPIGEL, B. Entrepreneurial ecosystems as practices and resources: resource acquisition and coproduction in Edinburgh and Glasgow. **Proceedings of the Academy of Management Conference**, Atlanta, United States. 2017a. Recuperado de https://www.research.ed.ac.uk/portal/files/41462014/Ben_Spigel_AOM_paper.pdf

SPIGEL, B. The Relational organization of entrepreneurial ecosystems. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 41(1), 49-72, 2017b.

SPIGEL, B.; HARRISON, R. Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. **Strategic Entrepreneurship Journal**, 12, 151-168, 2018.

SPIGEL, B.; VINODRAI, T. Meeting its Waterloo? Recycling in entrepreneurial ecosystems after anchor firm collapse. **Entrepreneurship & Regional Development**, 1-22, 2020.

STAM, E. Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. **Research Institute Discussion Paper series**, 15-07, 1-9, 2015.

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



SUBRAHMANYA, M. B. How did Bangalore emerge as a global hub of tech startups in Índia? entrepreneurial ecosystem — evolution, structure and role. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, 22(1), 2017.

URBANO, D.; ÁLVAREZ, C. Institutional dimensions and entrepreneurial activity: an international study. **Small Business Economics**, 42(4), 703-716, 2014.

URBANO, D.; APARICIO, S.; GUERRERO, M.; NOGUERA, M.; TORRENT-SELLENS, J. Institutional determinants of student employer entrepreneurs at Catalan universities. **Technological forecasting and social change**, 123, 271-282, 2017.

URBANO, D.; TOLEDANO, N. Aspectos dinámicos de la formación en creación de empresas: un estudio empírico. **Información Comercial Española**, 841, 69-83, 2008.

VAILLANT, Y.; LAFUENTE, E. Do different institutional frameworks condition the influence of local fear of failure and entrepreneurial examples over entrepreneurial activity? **Entrepreneurship and Regional Development**, 19, 313-337, 2007.

VECIANA, J. M.; URBANO, D. The institutional approach to entrepreneurship research. **International Entrepreneurship and Management Journal**, 4(4), 365-379, 2008.

VOECKLER, G. M. **Uma análise da tomada de risco em firmas familiares**. Dissertação de Mestrado, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2018.

