



EMPREENDEDORISMO E ABERTURA DE EMPRESAS NA REGIÃO NOROESTE

DO PARANÁ: Um estudo comparativo por micro-regiões

Área: ADMINISTRAÇÃO

HOMIAKI, Silvia

FERREIRA, Jorge Leandro Delconte

SANTI, Sandro Nasser de

RESUMO:

Empreender é atividade que não está relacionada exclusivamente à abertura de negócios. Todavia, é freqüente encontrar a correlação entre abertura de empresas e grau de empreendedorismo de uma localidade ou região. O presente estudo trata-se de uma pesquisa descritiva, realizada a partir de dados secundários, e ocupou-se de investigar a abertura de empresas nos últimos quatro anos (2007 a 2010) nas microrregiões de Campo Mourão, Goioerê, Umuarama, Paranavaí e Cianorte. Adicionalmente, buscou-se correlacionar a abertura de empreendimentos formais com o número de empresas já existentes, com o valor adicionado fiscal, com a população em idade ativa e com o volume de receita produzido com ISS nas microrregiões investigadas. A partir da análise dos dados obtidos, as principais conclusões do trabalho foram que: i – todas as regiões apresentaram índices crescentes de abertura de empresas; ii – a região de Umuarama, em termos absolutos e relativos, é a que apresenta o maior número de empresas criadas no período, embora apresente o menor valor adicionado fiscal *per capita*, o que indica que os empreendimentos instalados pertencem a categorias pouco dinâmicas de negócio; iii – a microrregião de Cianorte apresenta o maior valor adicionado fiscal *per capita*, o que pode ter relação direta com o fato de que aquela região abriga um pólo de atividades do vestuário; a microrregião de Goioerê apresenta a pior combinação, dentre as estudadas, entre população em idade ativa, número de empresas em atividade e geração de receitas com ISS. A partir da análise dos dados, verifica-se que há oportunidades claras de políticas públicas nas regiões de Umuarama e Goioerê. Sugere-se, por fim, o desdobramento desta pesquisa em outras, a fim de subsidiar adequadamente a criação de políticas de estímulo à implantação de novos negócios.

Palavras-Chave: Empreendedorismo, Abertura de Empresas, Microrregiões Geográficas.

1 INTRODUÇÃO

Embora seja tema de estudos relativamente recentes, o empreendedorismo faz parte da história de desenvolvimento do ser humano (FREIRE, 2002), quer seja pela inovação e pela



inventividade, quer seja pelo processo de alavancagem do crescimento de povos e de regiões. O ato de empreender faz parte do patrimônio cultural de um povo. Sem a cultura de empreender, um povo não cria condições de se desenvolver historicamente.

Uma das correlações mais comuns que se faz em relação ao empreendedorismo e à cultura empreendedora é a abertura de empreendimentos. Evidentemente que a montagem de negócios está relacionada à cultura empreendedora, mas os impactos da abertura de empresas e os fatores determinantes do maior ou menor dinamismo, em termos de abertura de negócios formais, varia de região para região.

Nesse sentido, o presente trabalho se ocupou em analisar, a partir de dados disponíveis em órgãos oficiais, a evolução da abertura de empresas nas mesorregiões geográficas do Noroeste do Paraná e do Centro Ocidental do Paraná, compreendendo as microrregiões de Campo Mourão, Goioerê, Paranavaí, Cianorte e Umuarama.

O problema de pesquisa alvo desta investigação foi o seguinte: De que formas se relacionam nas microrregiões geográficas do Noroeste e Centro Ocidente do Paraná os aspectos de abertura de empresas, total de empresas existentes, população economicamente ativa, valor fiscal adicionado, IDH-m e imposto sobre serviços gerado nessas regiões?

Como as microrregiões listadas se compõem de uma cidade pólo e pequenas cidades circunvizinhas, considera-se que o empreendedorismo de negócios é fundamental para que se reduza o esvaziamento dessas pequenas cidades. O estudo aqui apresentado trata-se de uma iniciativa para compreender melhor a realidade local, o que pode sinalizar possibilidades de políticas públicas para trabalhar o desenvolvimento regional pela via do empreendedorismo. Parte-se portanto do pressuposto de que a geração de novos negócios contribui no fortalecimento das economias dos municípios e reduz o êxodo nessas pequenas cidades.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Dornelas (2005) aponta que a mobilização, discussão e ação em torno do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. Foi com os programas



criados no âmbito do SEBRAE e SOFTEX em todo país, junto a incubadoras de empresas e a universidades/cursos de ciência da computação/informática, que o tema empreendedorismo começou a despertar na sociedade brasileira.

Para Dolabela (2008), a palavra empreendedorismo deriva da tradução da palavra *entrepreneurship*, que por si só abarca as idéias de iniciativa e inovação. É uma palavra que implica uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de se relacionar. Nota-se que nas diversas definições de empreendedorismo apresentadas por vários autores, se destacam a inovação, a busca de oportunidades, a mudança e a iniciativa. Dessa forma, empreendedorismo é o estudo voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à criação de um projeto (técnico, científico, empresarial). É essencial para a geração de riquezas dentro de um país, promovendo o crescimento econômico e melhorando as condições de vida da população. É também um fator importantíssimo na geração de empregos e renda (DORNELLAS, 2005).

Diversos pesquisadores têm buscado identificar a contribuição das características individuais para o comportamento empreendedor. Nesse sentido, Santos (2004) amplia a discussão, identificando fatores pessoais (intrínsecos e extrínsecos) como determinantes do comportamento empreendedor. Nesse segundo campo, dos fatores pessoais extrínsecos, é possível construir, no ambiente de convívio escolar, experiências que leguem ao indivíduo e a seu grupo social aspectos comportamentais que trazem em si a possibilidade de transformação social. Merecem destaque os temas relacionados a criatividade e a liderança, ressaltados por Dolabela (1999) e Gimenez e Inácio Junior (2002).

As primeiras investigações acerca do processo empreendedor apresentavam a conotação de classificar os indivíduos em empreendedores e não empreendedores, principalmente pelo seu comportamento como agentes econômicos (McCLELLAND, 1972; MCCARTHY, 2003). Mais tarde, autores como Longen (1997) trazem à tona aspectos mais afeitos às teorias da personalidade, correlacionando a conduta empreendedora com habilidades, valores, conhecimentos e necessidades.

Essa segunda abordagem permite a compreensão de que todos os indivíduos possuem características empreendedoras, as quais variam em grau de intensidade. Argyris (1980) compreende que as normas da cultura e da sociedade é que irão inibir ou limitar as experiências e a maturidade do indivíduo, vinculadas às práticas educacionais e familiares



indutoras de passividade ou autonomia, bem como ao grau de responsabilidade que o indivíduo assume durante seu desenvolvimento.

Baseado nesse pressuposto, Santos (2004) aponta que, no ensino do empreendedorismo, é mais importante o ser do que o saber em si. Essa ênfase nos aspectos comportamentais é o que assegura a qualidade do uso dos conhecimentos e das ferramentas técnicas que podem auxiliar o indivíduo no processo empreendedor. A partir desse aspecto, justifica-se a possibilidade de desenvolver a cultura empreendedora em alunos da rede pública de ensino. O estímulo ao empreendedorismo permite ao aluno ser mais atento ao seu entorno, sobre as possibilidades e atividades que podem ser desenvolvidas por meio da sua vontade. Isto é um retrato de um ser humano com maior autonomia, dono do destino de transformações e de inclusões.

2.1 O Empreendedor

Acredita-se que hoje o empreendedor, segundo Dolabela (2008), seja o “motor da economia”, um agente de mudanças. Muito se tem escrito a respeito, e os autores oferecem variadas definições para o termo. Como o fenômeno empreendedor nasceu na empresa, a literatura geralmente define o empreendedor em tal contexto. Entretanto, para entender os propósitos educacionais, Dolabela (2008), desenvolve um conceito que permite descrever o transbordamento do tema da empresa para todas as atividades humanas, e define o empreendedor como: um indivíduo que sonha e busca transformar seu sonho em realidade. É, dessa forma, a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, possui capacidade de identificar oportunidades. Assim, transforma idéias em realidade, para benefício próprio e da comunidade.

Hisrich (1986) faz uma extensa análise da evolução dos conceitos de empreendedor ao longo do tempo, o que pode ser visualizado no Quadro 1. Para Vésper (1980), o conceito de empreendedor está diretamente ligado à área de formação dos que procuram defini-lo. Assim, um economista tende a perceber o empreendedor como um indivíduo que combina com eficiência recursos, trabalho, materiais e ativos, com o propósito de ampliar o valor desses insumos. Já um psicólogo tende a visualizar o empreendedor como pessoa impulsionada por punções, ou forças, como a necessidade de obter algo, experimentar, realizar ou fazer-se independente da autoridade de terceiros.



Quadro 1 – Evolução do Conceito de Empreendedor

ÉPOCA	AUTOR E CONCEITOS RELACIONADOS AO EMPREENDEDOR
Idade Média	Participante e pessoa encarregada de projetos de produção em grande escala.
Século XVII	Pessoa que assumia riscos (lucro/prejuízo) em um contrato com o governo.
1725	Cartillon – pessoa que assume riscos, diferente da que oferece capital.
1803	Say – lucros do empreendedor separados dos lucros do capitalista.
1876	Walker – categoriza os que fornecem fundos e recebem juros e os que obtém lucro com habilidades administrativas.
1934	Schumpeter – o empreendedor é o inovador, que desenvolve tecnologia ainda não testada.
1961	McClelland – empreendedor é alguém dinâmico que assume riscos moderados.
1964	Drucker – empreendedor é quem maximiza oportunidades.
1975	Shapeco – empreendedor toma iniciativa, organiza mecanismos sociais e econômicos, aceita riscos de fracasso.
1980	Vésper – o empreendedor é visto de forma diferente por economistas, psicólogos, negociantes e políticos.
1983	Pinchot – o intra-empendedor é um empreendedor que age dentro de uma organização já estruturada.
1985	Hirisch – empreendedorismo é um processo de criação de algo novo e com valor, consumindo tempo e esforço, implicando riscos financeiros, psicológicos e sociais e resultando recompensas econômicas e pessoais.

Fonte: Hirisch (1986)

Posteriormente, Chiavenato (2008) descreve o empreendedor como a pessoa que demonstra imaginação e perseverança, pois possui criatividade e um alto nível de energia, aspectos que, combinados, o habilitam a transformar uma idéia simples e mal-estruturada em algo concreto e bem-sucedido. O autor destaca três características que identificam o espírito empreendedor: necessidade de realização, disposição para assumir riscos e autoconfiança. Sobre a primeira característica, afirma que há pessoas com pouca necessidade de realização e que se contentam com o *status* que alcançaram. Contudo, as pessoas com alta necessidade de realização gostam de competir com certo padrão e preferem ser pessoalmente responsáveis por tarefas e objetivos que atribuíram a si próprias. Sobre a segunda característica, disposição para assumir riscos, o empreendedor assume riscos variados ao iniciar seu empreendimento:



riscos financeiros decorrentes do investimento de recursos e do abandono de empregos seguros e de carreiras definidas, riscos familiares ao envolver a família no negócio, riscos psicológicos pela possibilidade de fracassar. As pessoas com alta necessidade de realização tendem a apresentar moderada propensão para assumir riscos. Isso significa que elas preferem situações arriscadas até o ponto em que podem exercer certo controle pessoal sobre o resultado. A terceira e última característica destacada por Chiavenato (2008) sobre o espírito empreendedor é a Autoconfiança, pois, segundo o autor, quem possui autoconfiança sente que pode enfrentar os desafios que existem ao seu redor e tem domínio sobre os problemas que enfrenta. Pessoas que sentem que seu sucesso depende de seus próprios esforços e habilidades têm foco interno de controle mais elevado que aquele que se verifica na população em geral.

Dornelas (2005) destaca que a aparente ênfase em empreendedorismo dos tempos atuais pode ser compreendida como uma conseqüência da evolução da teoria administrativa e do próprio contexto ambiental das organizações.

Quadro 2 – Movimentos Dominantes na Teoria Organizacional

1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980	1990	2000
Racionalização do trabalho: foco na gerência administrativa.										
Relações humanas: foco nos processos.										
Funcionalismo estrutural: foco na gerência por objetivos.										
Sistemas abertos: foco no planejamento estratégico										
Contingências ambientais: foco na competitividade										
Não há movimento dominante. Cresce foco no empreendedor como gerador de riqueza para a sociedade.										

Fonte: Dornelas, 2005.



A despeito dos diferentes esforços que buscam caracterizar o empreendedor, é importante destacar a percepção inicialmente lançada por McClelland (1972) que não se pode fazer em relação exclusiva entre empreendedorismo e abertura de negócios, dado que o comportamento empreendedor vai muito além de empresariar. Todavia, o próprio autor evidencia a necessidade de realização como fomentadora das demais características inerentes ao papel do empreendedor.

Portanto, mesmo não havendo consenso entre os vários conceitos acerca do empreendedor, são recorrentes dois aspectos: o primeiro é que o empreendedorismo não se trata de qualidade inata, podendo portanto ser desenvolvido e aperfeiçoado. O segundo aspecto diz respeito à idéia relativamente difusa de que o empreendedor é um indivíduo ao qual se pode atribuir um conjunto de características marcantes, mais evidenciadas que em um cidadão comum. O foco de investigação deste trabalho tratou de uma dessas características, que é a visão de futuro.

3 METODOLOGIA

Método pode ser entendido, em outras palavras, como o ordenamento dado para diferentes processos demandados para chegar a um fim esperado em uma atividade de pesquisa (RICHARDSON, 1999, p.70). Usar uma metodologia implica em dar as características necessárias a uma pesquisa para, de forma eficaz, buscar as respostas para as questões que motivaram a pesquisa investigada. Portanto, não se deve discutir se existe uma metodologia melhor ou pior; o certo é dizer que uma metodologia é adequada ou inadequada para os objetivos que se pretende atingir com uma pesquisa.

O presente trabalho caracteriza-se, quanto aos fins, como descritivo. Foi feita uma pesquisa, a partir de dados disponíveis em fontes públicas de consulta. Segundo Martins, (2008, p.49), a pesquisa descritiva pretende dar os elementos suficientes para compreender como determinada realidade se manifesta, em relação ao objeto investigado.

Os dados foram coletados a partir da consulta a fontes públicas, disponíveis nos endereços eletrônicos do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social - Iparde e na Junta Comercial do Paraná - Jucepar. Os dados coletados junto ao Iparde compreendem os anos de 2005 a 2008, e os dados obtidos com a Jucepar são relativos ao período de janeiro de 2007 a julho de 2010. A partir da obtenção dos dados, os mesmos foram



tratados a partir de técnicas de correlação de percentuais, aferição de médias e comparação entre microrregiões.

Ressaltamos que as conclusões aqui apresentadas são aplicáveis apenas a estas regiões e a este período, e não devem ser generalizadas para todas as regiões do Paraná. Destaca-se ainda que os dados do ano de 2010 são parciais, correspondendo apenas ao período de janeiro a julho; dessa forma, dependendo dos resultados verificados no restante do segundo semestre do ano em questão, pode-se alterar parte das conclusões aqui encontradas.

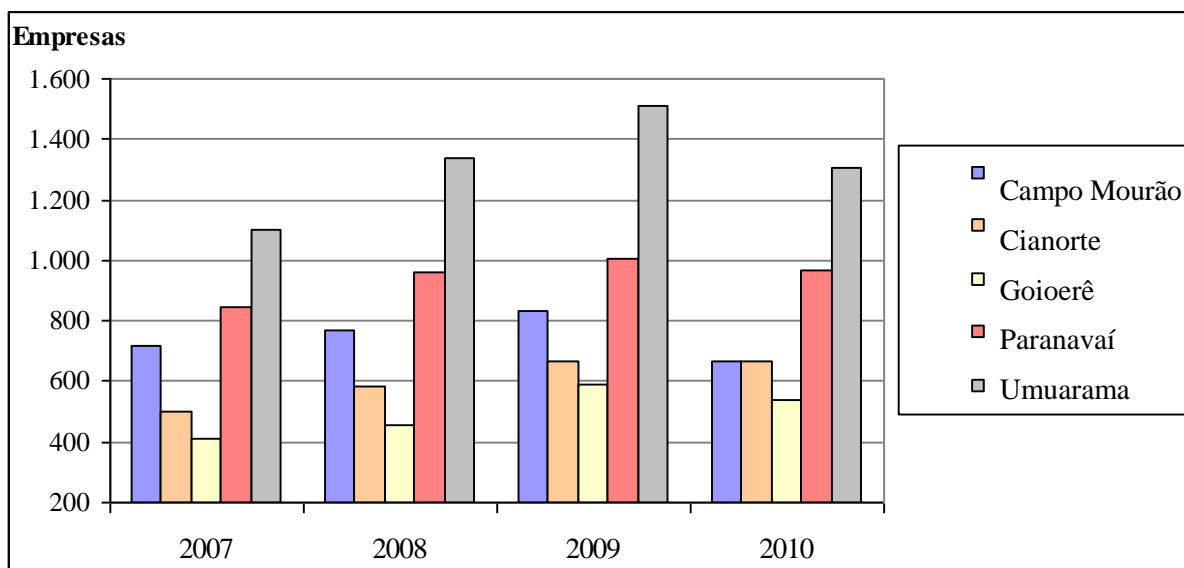
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A primeira análise desenvolvida no escopo deste trabalho está relacionada ao número absoluto de empresas abertas em cada uma das unidades da Junta Comercial no Paraná nas cidades pólo das microrregiões. Assim, o gráfico a seguir demonstra que, no período de janeiro de 2007 a dezembro de 2010, a microrregião de Umuarama foi responsável pelo maior volume de abertura de empresas, em relação às demais regiões. Por outro lado, a microrregião de Goioerê foi responsável, em todos os anos estudados, pelo menor volume nominal de abertura de empreendimentos nas meso-regiões estudadas. Já a microrregião de Cianorte, que apresentava no início do período números no mesmo nível que Goioerê, demonstrou no período uma tendência clara ao crescimento nominal do número de empreendimentos abertos. A MRG de Campo Mourão, por sua vez, demonstrou crescimento também no período, no entanto, no ano de 2010, Campo Mourão e Goioerê ficaram praticamente empatadas em número de estabelecimentos abertos.

Outro aspecto que merece destaque é que, ao longo dos anos estudados, todas as regiões apresentaram aumento no número de empresas constituídas, no período de 2007 a 2009. Já no ano de 2010, essa tendência se reverteu em todas as regiões estudadas.. Isso parece indicar que o volume de abertura de empresas foi relativamente crescente no período, mas que no ano de 2010, apresenta redução, que pode decorrer de gargalos produtivos, de capacitação de mão de obra, ou mesmo de planejamento empresarial.



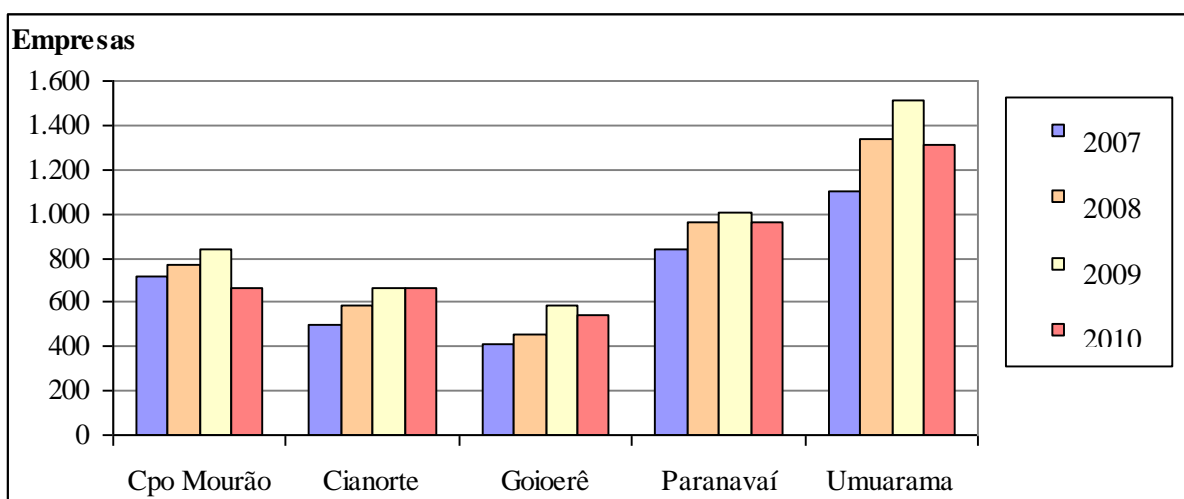
Gráfico 1 – Empresas Constituídas por Ano



Fonte: Adaptado de Jucepar, 2010.

O gráfico 2 abaixo evidencia o que já foi comentado anteriormente: todas as regiões apresentam número crescente de empresas abertas, no período de 2007 a 2009. Ao considerar-se o ano de 2010, verifica-se que a tendência de crescimento se reverteu.

Gráfico 2 – Empresas Constituídas por MRG



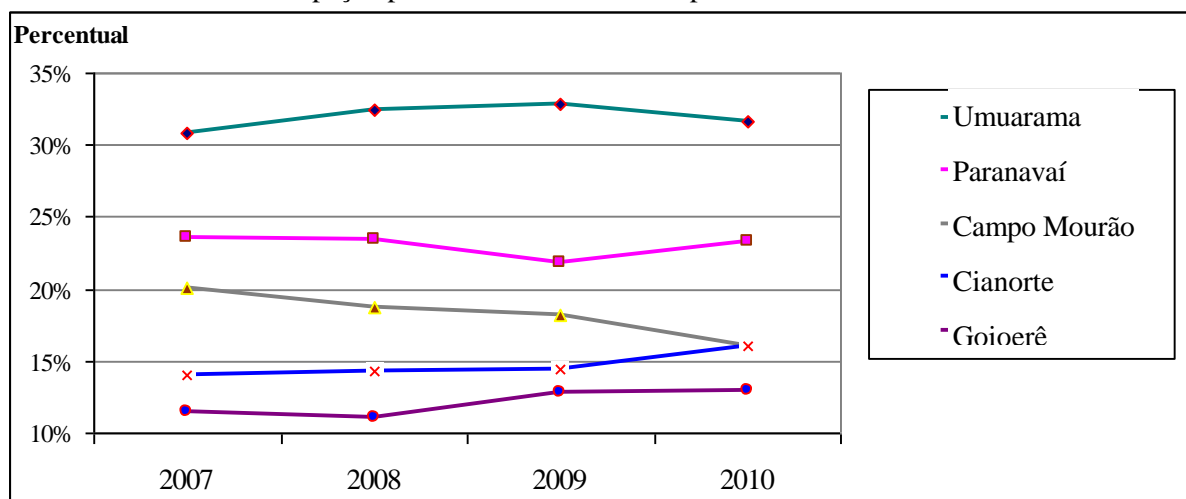
Fonte: Adaptado de Jucepar, 2010.



É também evidente, no gráfico analisado, que as microrregiões de Goioerê, Cianorte e de Umuarama apresentaram evolução significativamente acima da média no ano de 2009. Em Goioerê, 2009 teve 29% a mais de abertura de empresas que o ano anterior. Já no caso da MRG de Umuarama e de Cianorte, a evolução de 2009 em relação a 2008 foi de cerca de 13%. Em números absolutos, isso equivale a 133 empresas novas na MRG de Goioerê, a 81 empresas a mais em Cianorte e a 175 empresas abertas a mais na região de Umuarama em 2009, em relação ao ano anterior. Esta última região também apresentou patamar de evolução significativo no ano de 2008, em relação a 2007. Na ocasião, foram geradas 235 novas empresas, o que correspondeu a 21,4% de incremento em relação ao ano de 2007.

Também deve ser destacado o volume de abertura de empresas das regiões de Paranavaí e Umuarama, os quais são consideravelmente superiores aos das demais regiões. É possível visualizar claramente essa situação no gráfico seguinte, que demonstra a distribuição percentual de cada região em relação ao total de empresas abertas no período em todas as regiões analisadas. Umuarama sempre foi responsável por mais de 30% do total de empresas abertas. Goioerê, por outro lado, em nenhum dos períodos analisados logrou chegar sequer a 15% do total de empresas constituídas no período.

Gráfico 3 – Participação por MRG no Total de Empresas Constituídas



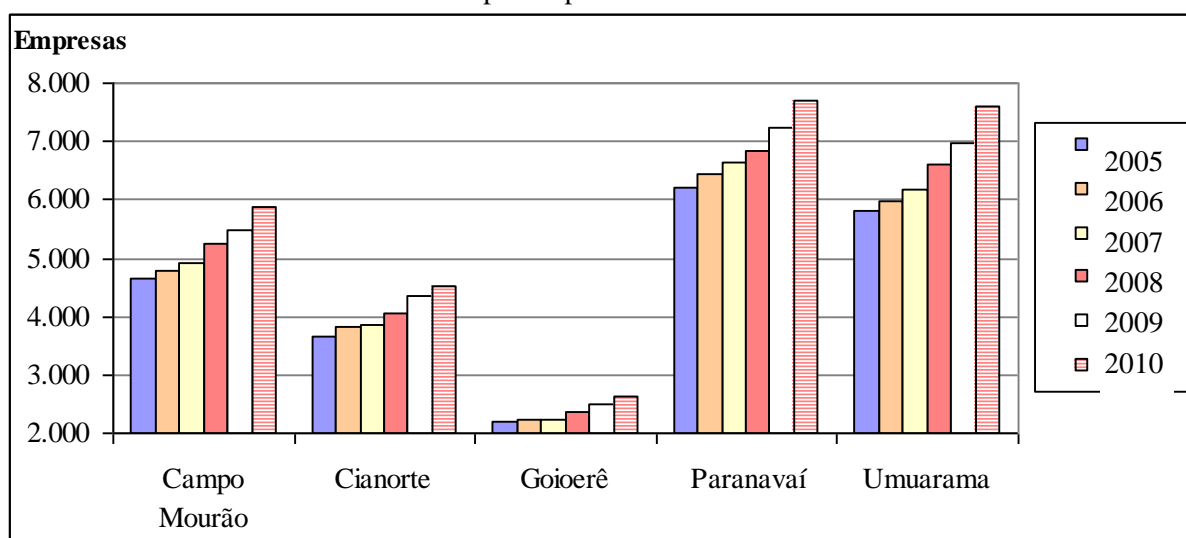
Fonte: Elaborado pelos autores, a partir de Jucepar (2011).

Outro aspecto a salientar é a tendência observada em Umuarama, que aponta para uma crescente participação no total de empresas abertas. Campo Mourão, por outro lado, apresenta a tendência oposta, de queda constante na participação em abertura de empresas. Tal situação



referente a Campo Mourão é ainda mais preocupante quando se observam os dados de IparDES (2011) em relação ao número total de empresas em atividade em cada uma das regiões. Campo Mourão apresenta um grande volume de empreendimentos, mas demonstra taxas decrescentes de participação no total de abertura de negócios nas mesorregiões estudadas. A manter-se essa tendência, a região de Campo Mourão deverá ser ultrapassada em número de empreendimentos por outras regiões. Em outras palavras, a combinação da análise de tais gráficos parece sugerir que a MRG de Campo Mourão apresenta um grau de dinamismo empresarial inferior às demais.

Gráfico 4 – Número Total de Empresas por MRG



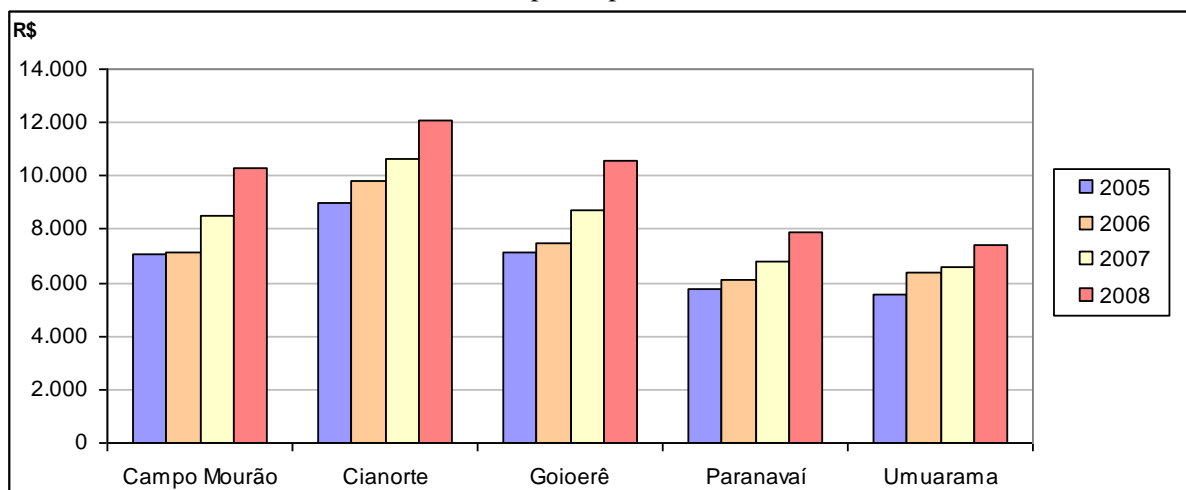
Fonte: IparDES (2011).

Por outro lado, quando se observa o valor adicionado fiscal *per capita*, o qual indica o volume de recursos gerados pelas empresas (relacionado aos bens e serviços envolvidos na atividade operacional da empresa), vê-se que Cianorte é a região que mais se destaca. Ora, Cianorte é reconhecidamente um pólo da atividade do vestuário, intensivo em mão de obra. Por outro lado, a região que menos gera valor adicionado fiscal *per capita* é a de Umuarama, que se destaca especialmente pela atividade pecuária. Assim, parece válido afirmar que importa às microrregiões não apenas a quantidade de novos negócios gerada, mas também a qualidade dos mesmos, ou seja, em que ramos é mais intensa a geração de negócios.



Um outro aspecto importante a ser investigado é a relação entre o número de empresas constituídas no período e a quantidade de empresas já existente na região. Considerando-se que os dados oferecidos por Iparde (2011) alcançam apenas até o ano de 2008, fez-se a comparação entre os dados de número total de empresas (IPARDES, 2011) e número de empresas constituídas (JUCEPAR, 2011) para os anos de 2007 e 2008.

Gráfico 5 – Valor Adicionado Fiscal per Capita



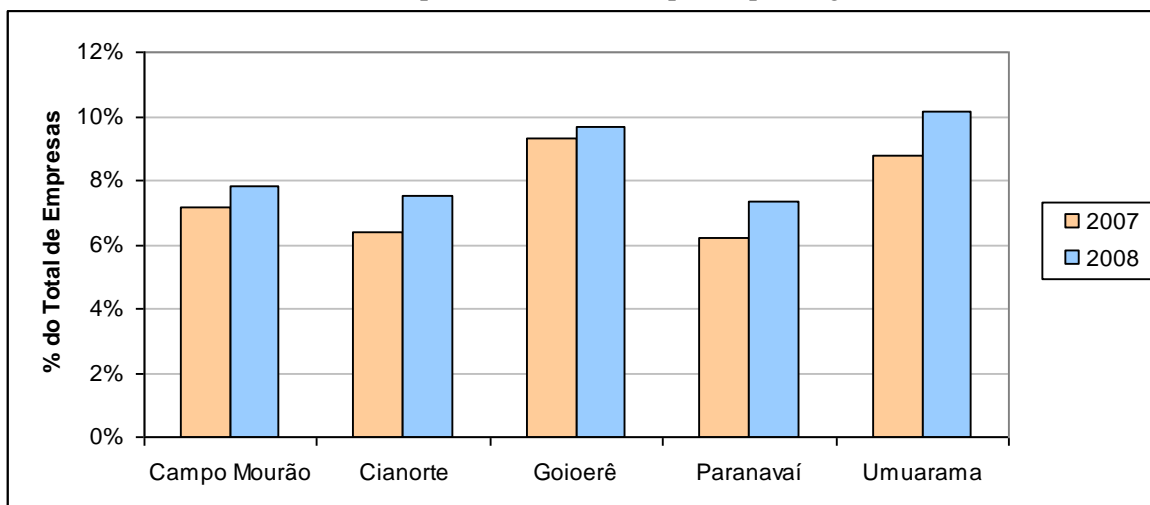
Fonte: Adaptado de Iparde, 2011.

A partir dessa justaposição, o que se verifica é que as MRGs mais dinâmicas, nesse sentido, são as de Goioerê e Umuarama. Ambas apresentaram nos anos estudados taxas de abertura de negócios superiores a 8% em relação ao total já existente. Em relação às outras regiões, não se verificou elevadas variações entre uma e outra região.

Uma última análise ocupa-se de correlacionar a População Economicamente Ativa (ou seja, população na faixa etária entre 15 e 59 anos) com dois outros indicadores: o número de empresas existentes em cada microrregião e o volume de receitas geradas a partir do Imposto Sobre Serviços – ISS (em R\$ mil), que constitui a principal receita própria dos municípios das regiões estudadas. Em relação a tais indicadores, o primeiro, PIA/Empresas, apresenta uma relação de quantas pessoas da população em idade ativa existem na MRG, para cada empresa em atividade. Logo, quanto menor esse índice, melhor, dado que o maior número de empresas em relação à PIA aponta maior dinamismo empresarial.



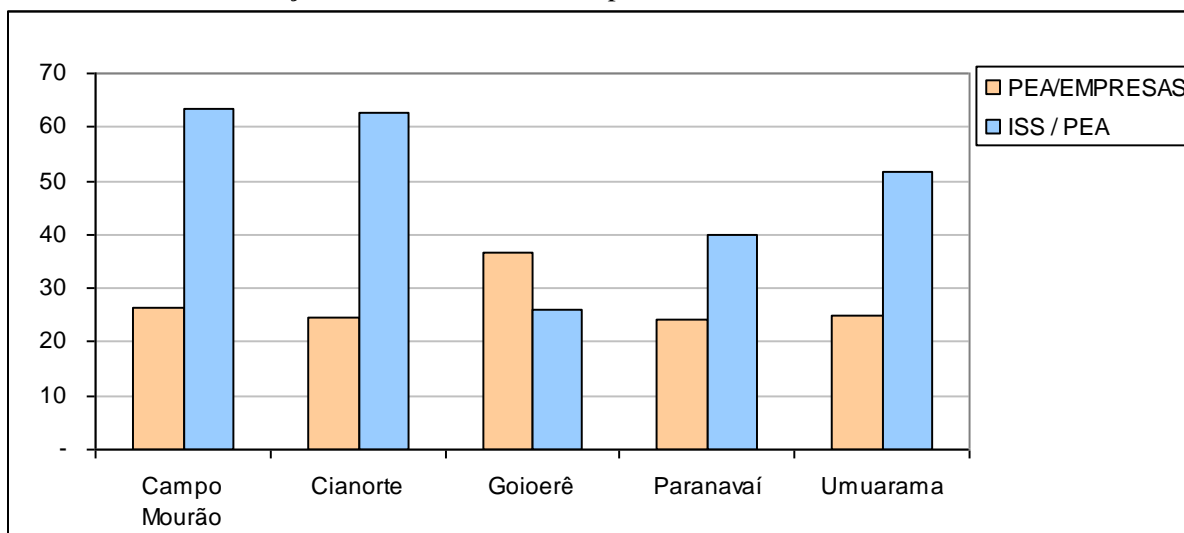
Gráfico 6 – Abertura de Empresas x Total de Empresas por Região



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir de Ipardes (2011) e Jucepar (2011).

Em relação ao indicador ISS/PIA, o raciocínio oposto é verdadeiro, ou seja, quanto maior o indicador, melhor. Isso porque o indicador aponta o volume de recursos de ISS gerados em média por cada empresa existente na região. Assim, quanto maior o indicador, maior o volume de negócios produzidos a partir das empresas da região.

Gráfico 7 – Relação entre PIA, Total de Empresas e Receitas com ISS - 2008



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir de Ipardes (2011) e Jucepar (2011).



Com base nos esclarecimentos anteriores, a relação entre PIA/Empresas destoa da média apenas na microrregião geográfica de Goioerê. Pode-se, portanto, dizer que, naquela MRG, o número de empresas ainda é pequeno, em relação à população. Isso pode ser também compreendido como um indicador de que ainda há muito espaço para o crescimento do número de empresas em atividade lá.

Sobre o segundo indicador, verifica-se na microrregião de Goioerê o menor volume de receitas fiscais municipais geradas, seguido de perto pela MRG de Paranavaí. Se analisados de forma combinada, os dois indicadores apontam que a pior situação é a de Goioerê e região, que, além de possuírem um número menor de empresas em relação à PIA, ainda percebem uma receita de ISS significativamente inferior.

5 CONCLUSÕES

O presente artigo tratou de investigar a constituição de empresas nas microrregiões pertencentes às meso-regiões geográficas do Noroeste do Paraná e do Centro Ocidental do Paraná, a saber: Campo Mourão, Goioerê, Paranavaí, Cianorte e Umuarama. Além do número de empresas instaladas nas MRG, buscou-se também correlacionar isso com o número de empresas pré-existentes, com o valor adicionado fiscal por microrregião, com a população em idade ativa e com a geração de receitas municipais pelo imposto sobre serviços – ISS.

A partir da análise dos dados disponíveis em Ipardes (2011) e Jucepar (2011), verificou-se diversos aspectos, dos quais importa destacar os seguintes:

- O número de empresas constituídas em cada uma das regiões estudadas foi crescente no período de 2007 a 2010;
- Em termos absolutos, a microrregião de Umuarama lidera o número de empresas constituídas, com taxas de participação não inferiores a 30% (e com o pico de 33% em 2009);
- As MRGs de Umuarama e Campo Mourão apresentam, respectivamente, tendência a aumentar e a diminuir a taxa de participação no total de empresas constituídas na região;
- Em relação ao total de empresas, a MRG de Paranavaí lidera, com o maior número absoluto de empresas instaladas;



- Quando se relaciona o número de empresas com a população, verifica-se, no entanto, que a MRG de Cianorte apresenta o maior valor adicionado fiscal per capita, e a MRG de Umuarama apresenta o menor índice. Convém destacar que a primeira região é conhecida por ser pólo da atividade do vestuário, enquanto a segunda apresenta predomínio da atividade pecuária;
- Por fim, a região que apresenta a pior combinação entre população em idade ativa, número de empresas e geração de receitas com ISS, é a região de Goioerê.

É importante destacar que este trabalho apresentou um estudo preliminar sobre o assunto. Dessa maneira, é possível ter uma primeira avaliação de que são necessárias políticas públicas para fomentar o desenvolvimento, especialmente na região de Goioerê, e que políticas de diversificação da atividade empresarial seriam oportunas na região de Umuarama.

Todavia, a realização de novos estudos poderia trazer mais luz às questões apontadas. Por isso, sugere-se que sejam feitas outras investigações avaliando de maneira mais detalhada o tipo de atividades existentes e novas nas regiões estudadas; além disso, tais dados podem ser comparados com outros indicadores demográficos e econômicos, como escolaridade, renda e gênero dos empresários e da população economicamente ativa, Pib per capita, IDH-m e outros.

6 REFERÊNCIAS

AIUB, G. W. **Inteligência Empreendedora**: uma proposta para a capacitação de multiplicadores da cultura empreendedora. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Florianópolis: UFSC, 2002.

ARGYRIS, C. **Integrating the Individual and the Organization**. New York: John Wiley & Sons, 1980.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

_____. **O Segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.



DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Transformando idéias em negócios. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FREIRE, L.C. **Empreendedorismo: uma nova área de pesquisa acadêmica?** In: Congresso da Coppead 9, 2002. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Coppead, 2002.

GIMENEZ, F.A.P.; INACIO JUNIOR, E. **Investigando o Potencial Empreendedor e a Liderança Criativa**. In: Encontro Nacional da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 26, 2002. Salvador: **Anais...** ENANPAD 2002.

HISRICH, R. D. **Entrepreneurship, Intrapreneurship and Venture Capital**. Lexington Books, Lexington, 1986.

IPARDES – Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Base de Dados do Estado**. Disponível em: www.ipardes.gov.br/imp/index.php. Acesso em: 01/08/2011.

_____. **Perfil dos Municípios**. Disponível em: www.ipardes.gov.br/perfil_municipal/MontaPerfil.php?Municipio=87250&btOk=ok. Acesso em: 28/07/2011.

JUCEPAR – Junta Comercial do Estado do Paraná. **Relatórios Estatísticos**: sede e agências regionais. Jan-Jul 2010. Disponível em www.juntacomercial.pr.gov.br/arquivos/File/relatoriosestatisticosagenciasdezembro2010.pdf. Acesso em: 03/08/2011.

LONGEN, M. T., **Um Modelo Comportamental para o Estudo do Perfil Empreendedor**. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Florianópolis: UFSC, 1997.

MARTINS, J.J. **Como Escrever Trabalhos de Conclusão de Curso**: instruções para planejar, desenvolver, redigir e apresentar trabalhos, monografias e artigos. Petrópolis: Vozes, 2008.

MCCARTHY, B. **The Impact of the Entrepreneur's Personality on the Strategy Formation and Planning Process in SME**. Irish Journal of Management, Cork, v. 24, n.1, p. 154-173, 2003.

MCCLELLAND, D. **A Sociedade Competitiva**: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

NONAKA, I.; H. TAKEUCHI. **Criação de Conhecimento na Empresa**: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

PAIVA, F. H. D. **Formação Empreendedora na Educação Profissional**.

RAMOS, S. C.; FERREIRA, J. M.; GIMENEZ, F. A. P. **O Estudo de Caso como Ferramenta para o Ensino de Empreendedorismo**. In: IV EGEPE, 2005, Curitiba. In: IV Egepe - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2005.

RAMOS, S. C.; FERREIRA, J. M.; GIMENEZ, F. A. P. **O Estudo de Caso como Ferramenta para o Ensino de Empreendedorismo**. In: IV EGEPE, 2005, Curitiba. In: IV Egepe - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2005.



VII ENPPEX

"UNIVERSIDADE E GESTÃO PÚBLICA: PERSPECTIVAS E POSSIBILIDADES"

II Seminário dos Cursos de Ciências Sociais Aplicadas da Fecilcam



RICHARDSON, R.J. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SÁ, Antonio Lopes de. **Ética Profissional**. São Paulo: Atlas, 2001

SANTOS, M. S. **Método para Investigação do Comportamento Empreendedor**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Florianópolis: UFSC, 2004.

VESPER, K. **New Venture Strategies**. Englewood Cliffs, New Jérsei, Prentice Hall, 1980.