A PERCEPÇÃO DA MELHORIA NA GESTÃO POR PARTE DOS EMPREENDEDORES EM FUNÇÃO DE TREINAMENTO EMPRESARIAL

Fernanda Helen Mansano[*]
Marcelo Farid Pereira[**]

RESUMO: A competição no mundo empresarial tem aumentado o que requer um conhecimento maior dos empreendedores para conseguirem lidar com o atual ambiente de mudanças. Para aumentar a competitividade das empresas, no Paraná, foi implantado um programa que tem como objetivo o treinamento em diversas áreas, como a comercial, a empresarial, a jurídica e a financeira, chamado Bom Negócio Paraná. Esse artigo tem como objetivo analisar se o treinamento empresarial está atendendo as perspectivas dos empreendedores que estão realizando o curso. Para que se chegasse ao objetivo proposto, foram aplicados questionários para as turmas que recebem o treinamento com duração de cinco semanas. Os questionários foram aplicados em nove cidades do noroeste do Estado do Paraná, para turmas desde setembro de 2012 a junho de 2014. Os principais quesitos avaliados foram sobre os módulos aplicados no dia-a-dia empresarial, a avaliação sobre o material de apoio, a avaliação dos consultores e o grau de satisfação dos empreendedores em relação ao treinamento. Os resultados obtidos foram que todos os módulos tiveram aplicação no dia-a-dia empresarial, o material de apoio foi classificado como bom pelos empreendedores e quanto a avaliação consultores, esses tiveram uma classificação muito boa em relação a quesitos depontualidade, disponibilidade para tirar dúvidas entre outros. Por fim, o grau de satisfação dos empreendedores que participaram do curso foi de 96%, sendo como esperado por eles.

Palavras-chaves: Treinamento Empresarial; Empreendedorismo; Projeto Bom Negócio Paraná.

1. INTRODUÇÃO

Para alcançar o desenvolvimento econômico é preciso criar sustentabilidade em vários segmentos como ambiental, econômico e social, no caso todos esses dependem de uma formação diferenciada e ampla. Estudos apontam que as micro e pequenas empresas (MPEs) tem um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social de umalocalidade, nesse sentido, o estudo tem como tema principal o fortalecimento das pequenas e médias empresas através de projetos de capacitação dos empreendedores. Segundo Chiavenato (1995, p.3) – "as pequenas empresas constituem o cerne da dinâmica da economia dos países, as impulsionadoras dos mercados, as geradoras de oportunidades, as proporcionadoras de empregos mesmo em situação de recessão".

Esse estudo foi realizado na região noroeste do Paraná, sendo a segunda maior do Estado, que em 2011 apresentou um PIB de 10 bilhões de reais, representando 4% do PIB do Estado e uma população de 681 mil, equivalentes a 6% da população paranaense. Essa região é formada por 61 municípios entre os mais representativos são o de Umuarama, Cianorte e Paranavaí. Esses municípios tem uma forte influência do município de Maringá, que em 2010 foi o terceiro maior município do Estado em termos de PIB e população, segundo dados do IPARDES (2014).

O curso de capacitação de empreendedores de pequenas e médias empresas é uma iniciativa do projeto Bom Negócio Paraná que tem como principal objetivo possibilitar que pequenos empresários e profissionais que estão estabelecendo seus empreendimentos das mais diversas áreas tenham o conhecimento básico da esfera comercial. O treinamento é realizado pelo núcleo de Maringá e totalizou 882 formados nas capacitações, além das diversas consultorias prestadas aos empreendedores quando solicitavam auxílio as suas empresas e até mesmo quem desejava abrir seu próprio negócio, incentivando o empreendedorismo nas cidades.

[*] Doutoranda/UEM.
[**] Prof. Associado/UEM.

Nesse sentido, o objetivo desse artigo é analisar se o curso realizado pelos empreendedores esta atendendo as perspectivas dos mesmos. Para se chegar ao objetivo, foi realizada uma coleta de dados com questionários pós-curso aplicados nas turmas das cidades que tiveram o treinamento, sendo Maringá, Mandaguari, Sarandi, Ivaiporã, Astorga, Umuarama, Paranavaí, Cianorte e Paiçandu, desde o início do programa em 2012 até junho de 2014. Foram levantados dados a respeito da aplicabilidade dos módulos no dia-a-dia empresarial, a avaliação sobre o material de apoio, a avaliação dos consultores e o grau de satisfação dos empreendedores em relação ao treinamento.

Dessa forma, o artigo foi dividido em uma breve introdução, um capítulo de revisão bibliográfica sobre a importância de empreendedorismo, treinamentos empresariaise o cenário atual das MPEs um capítulo sobre inovação nas empresas e outro destinado a caracterização da região atendida pelo curso, um capítulo da análise dos questionários e a finalização com a conclusão dos resultados.

2. EMPREENDEDORISMO NAS MPES

O empreendedorismo tem sido cada vez mais disseminado no Brasil, através de incentivos governamentais e maior acesso a internet, que são alguns dos fatores que ajudam os novos empreendedores. O termo geral de empreendedorismo se identifica com o indivíduo que dá início a um novo negócio, esse conceito foi estudado e popularizado por Schumpeterem 1950, que segundo o autor ser empreendedor é o indivíduo com criatividade capaz de fazer sucesso com inovações. Em 1967, os autores Peter e Drucker introduziram o conceito de risco, da qual os empreendedores precisam avaliar os riscos de um novo empreendimento. Assim, o termo empreendedorismo tem origem do verbo francês *entrepeneur* que significa aquele que assume riscos e que começa algo novo. (HIRICH, 1986 apud DORNELAS, 2005, p. 29).

Nesse sentido, o modelo de trabalho que tem se diferenciado constantemente requer que os empresários tenham conhecimentos em várias áreas, como na gestão de pessoas, de negócios, comercial, financeira, jurídica, ambiental e estratégica para que possam se tornar mais competitivos. Segundo o autor CHIAVENATO (2002) define o treinamento como sendo o processo educacional de curto prazo, aplicado de maneira sistemática e organizada. Para os autores MILKOVICH e BOUDREAU (2000), esses relatam que o desenvolvimento é como o processo de treinamento em longo prazo para aperfeiçoamento das habilidades e aptidões pessoais e profissionais. MILKOVICH e BOUDREAU (2000) destacam que um sistema eficaz e constante de planejamento e avaliação do treinamento é essencial para assegurar o retorno adequado do investimento realizado. Ou seja, para que uma pequena ou média empresa possa se tornar competitiva é preciso que os empreendedores estejam aptos para lidar com as constantes mudanças através da participação em cursos para adquirir novos conhecimentos e coloca-los em prática.

No cenário atual, as micro e pequenas empresas (MPEs) são fundamentais para promover o desenvolvimento econômico, pois geram emprego, renda, contribuem para a arrecadação municipal, além de promoverem a inclusão social. Segundo dados do IBGE e SEBRAE (2010), esse segmento empresarial representou 99% das empresas no Brasil, 20% do Produto Interno Bruto (PIB) e são responsáveis por 60% dos 94 milhões de empregos no país. No Paraná, segundo informações do IPARDES (2010), a composição do valor adicionado do comércio e serviços representou 64%, totalizando 120 bilhões. Esses dados representam a importância desse setor na economia do Estado.

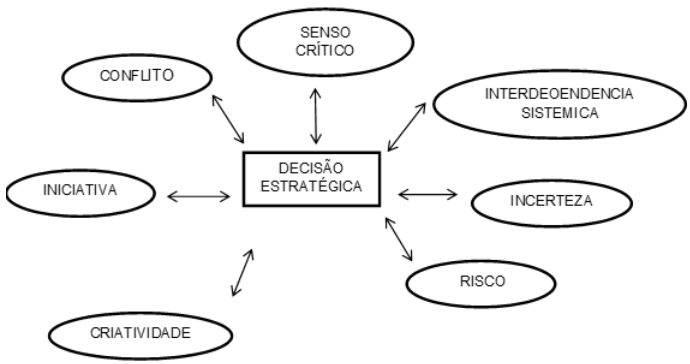
De acordo com o IBGE (2001), as MPE's são caracterizadas pela baixa intensidade de capital, altas taxas de natalidade e mortalidade, forte presença de proprietários e/ou sócios dos negócios, centralização de poder, estreito vínculo entre os proprietários e as empresas, não distinção entre pessoa física e jurídica, registros contábeis pouco adequados, contratação direta de mão de obra (qualificada ou semiqualificada), baixo investimento em inovação tecnológica, dificuldade de acesso ao financiamento de capital de giro e relação de complementaridade e subordinação com as empresas de grande porte. O

índice de mortalidade das empresas brasileiras é significativo. Embora estudos apontem uma diminuição ao passar dos anos, sabe-se que os primeiros anos de existência dos empreendimentos são os mais críticos. Nem todas as empresas conseguem chegar a sua etapa de maturidade. De acordo com os dados do Sebrae-SP, em 2010, 58% das empresas brasileiras de pequeno porte fecharam as portas antes de completar 5 anos.

Por outro lado, de acordo com SEBRAE (2009, p.33) na gestão de micro e pequenas empresas existe fatores que contribuem para a sua sobrevivência e sustentabilidade do empreendimento. Esses fatores podem ser abordados em três categorias: habilidades gerenciais, capacidade empreendedora e logística operacional. Nesse sentido, o conhecimento e a avaliação dos principais fatores avaliados pelo empreendedor podem gerar informações necessárias para formular melhores estratégias aumentando as chances de acerto no empreendimento.

A estratégia empresarial das MPEs tem por finalidade de decidir quais serão os caminhos, as ações e os cursos que devem ser seguidos para alcançar os objetivos da empresa. Alguns tipos de estratégias empresariais estão relacionadas quanto a amplitude da empresa, um exemplo é a estratégia funcional de atuação da empresa, que podem ser classificadas em estratégias de marketing, estratégias financeiras, estratégias de produção e estratégias de recursos humanos. Segundo o autor Oliveira (2001) as várias características que são parte integrante da decisão estratégica podem ser visualizadas na Figura 1.

Figura 1. Características da gestão estratégica.



Fonte: Oliveira (1991).

Para o autor Oliveira (1991), "estratégia empresarial é definida como um caminho, ou maneiras, ou ação estabelecida e adequada para alcançar os objetivos da empresa", nesse sentido pode-se dizer que a estratégia empresarial é o conjunto decisões, diretrizes e regras com o objetivo de determinar e orientar o posicionamento da empresa.

3. INOVAÇÃO E AS MPES

A inovação é também sinônimo de desenvolvimento, novos negócios gerados a partir de novas ideias, geração de vantagem competitiva. Os autores apontam a importância da gestão da inovação, que é preciso gerenciar o processo de inovação, que basicamente concentra-se em gerar novas ideias, selecionar as melhores e implementá-las, de maneira ativa, ou seja, garantindo que sejam bem sucedidas (BESSANT; TIDD, 2009). De acordo com o Manual de Oslo, até recentemente os processos de inovação não eram suficientemente compreendidos, o que detinham era baseado em evidências de que a inovação pode ser um fator dominante no crescimento econômico em um nível nacional e internacional,

e no que tange às empresas, a Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) é vista como o fator de maior capacidade de absorção e utilização de novos conhecimentos de todo o tipo, não somente o tecnológico (OCDE, 2005). Para Bell e Pavitt (apud CNI, 2010), a "Inovação é um processo de aprendizagem organizacional". Já para Drucker (1986), inovação é atribuir novas capacidades aos recursos existentes na empresa, gerando riqueza.

O processo de inovação, segundo a OCDE (2005), parte dos objetivos da empresa e será influenciado, de maneira positiva ou negativa por uma série de fatores. Os tipos de inovação que surgem desse processo podem ser descritos de diferentes formas, tais como: efeitos da inovação no desempenho da empresa, a difusão da inovação e outros temas correlatos como P&D, concessão de patentes e aquisição/difusão de tecnologia. Já os tipos de inovação não tecnológica tendem a ser inovações organizacionais e gerenciais, que, em geral, são excluídas das pesquisas sobre inovação tecnológica, salvo se fizerem parte de algum projeto de inovação tecnológica. Barbieri (1997) complementa que, dependendo da área de estudo, o termo inovação apresenta diferentes significados. No âmbito mercadológico, a inovação é considerada qualquer modificação que seja identificada pelo usuário, mesmo não ocorrendo alteração física do produto. No âmbito produtivo, a inovação é a introdução de novidades materializadas em produtos, processos e serviços, novos ou modificados. Outros enfoques relacionam a inovação a idéias de alto risco, proporcionando elevados benefícios à organização, que a desenvolve, ou processos que produzem fortes impactos econômicos à sociedade.

Drucker (1986) afirma que empreendedores bem sucedidos tentam criar valor e fazer uma contribuição, mas ainda assim, o autor discute que eles não se contentam em melhorar apenas o que já existe, eles procuram criar valores e satisfações novos e diferentes ou criar uma nova e mais produtiva configuração por meio da combinação de recursos existentes. Sendo assim, esclarece que a inovação sistemática consiste em buscar deliberadamente e de forma organizada, mudanças. O autor argumenta que a maior parte das inovações que deram certo são as que exploram as mudanças.

Muitos acadêmicos e academias já se dedicam a ação decididamente empreendedora, construindo empresas inovadoras com ideias e invenções próprias de seus laboratórios ou na forma de incubadoras, convidando empresas para dentro das universidades. Isso gera um ciclo de inovação e desenvolvimento. Dentro do setor produtivo, a inovação é importante, pois permite ao setor acessar novos mercados, aumentar suas receitas, realizar e melhorar parcerias, adquirir novos conhecimentos e agregar ainda mais valor as suas marcas. Ascendendo o nível de análise, a inovação possibilita o aumento do nível de emprego e renda, promovendo crescimento e desenvolvimento econômico.

Segundo Bessant e Tidd (2009), o assunto inovação ganhou espaço considerável e pode ser visto na manifestação das empresas em suas estratégias e missão empresarial. Os autores apontam que a inovação não é uma propaganda, ela é essencial, e parte-se do pressuposto de que é necessário mudar o que se oferece ao mercado e também a forma de criar e oferecer, para que isso não seja superado por alguém que o faça. É uma questão de sobrevivência. A inovação é também sinônimo de crescimento, novos negócios gerados a partir de novas ideias e geração de vantagem competitiva.

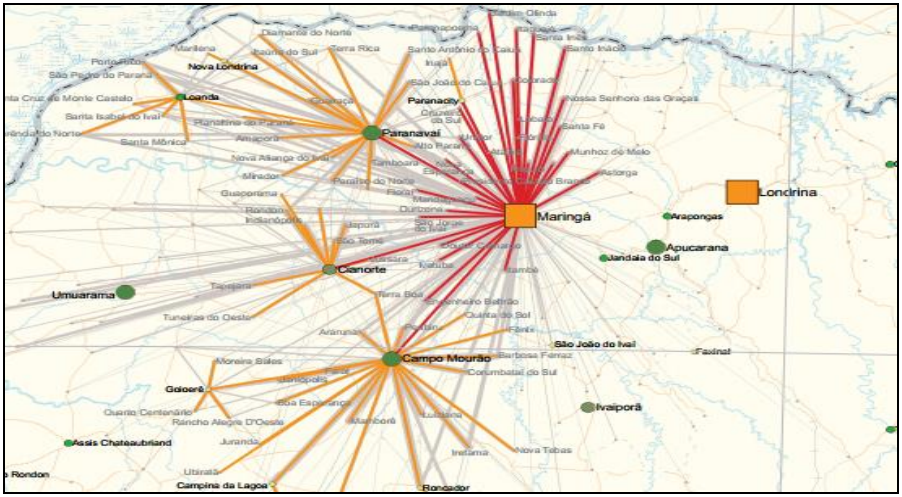
4. REGIÃO ESCOLHIDA PARA O CURSO DE CAPACITAÇÃO

A região metropolitana de Maringá gera forte influência sobre os municípios das regiões noroeste e centro ocidental do Estado (IBGE 2007 – Regiões de Influência das Cidades), além de ser um município importante para o desenvolvimento local e regional do interior Paranaense. Segundo informações do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES 2010) a região é composta por 25 municípios com uma população de mais de 700 mil habitantes e gerou um PIB de 11 bilhões de reais. Em 2011 o número de estabelecimentos – comércios e serviços - era de 25.381; no mesmo ano, segundo informações da Junta Comercial do Paraná, a região de Maringá liderou a abertura de empresas no interior do Paraná, com aumento no número de novas empresas em

8% no primeiro trimestre do mesmo ano. Facilidade de abrir empreendimentos e o perfil empreendedor, principalmente na área de prestação de serviços, contribuíram para o crescimento desse número.

A região de influência do município de Maringá é caracterizada por municípios das regiões Noroeste e Centro Ocidental, como se pode observar na Figura 3.1, sendo os principais municipios: Campo Mourão, Cianorte e Paranavaí. O municipio de Maringá também influencia o município de Umuarama e boa parte dos municípios da região a que pertence, a Norte Central.

Figura 3.1. Região de Influência de Maringá.



Fonte: IBGE/REGIC (2007).

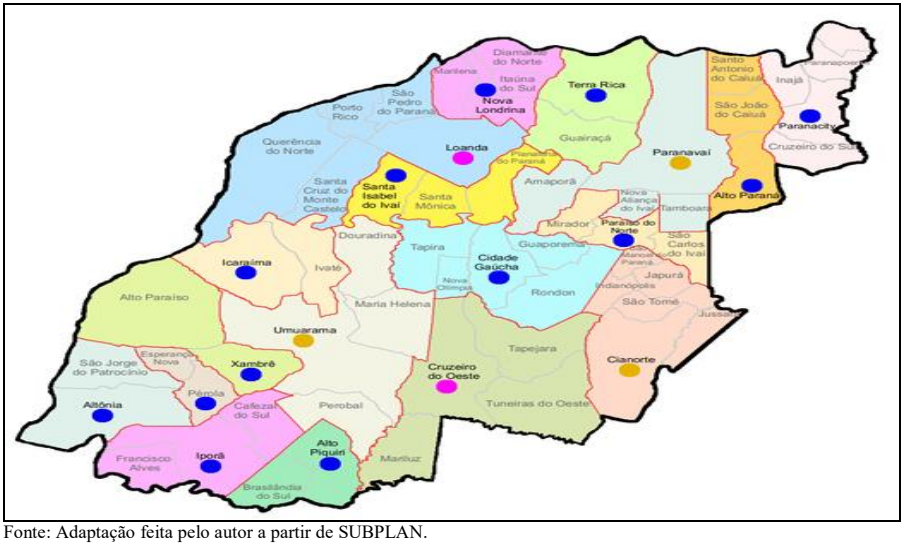
Em especial a região noroeste do Estado onde estão três municípios atendidos pelo núcleo de Maringá. Essa é a segunda maior região do norte do Estado, formada por 61 municípios como se pode verificar na Figura 3.2 Entre os mais representativos Umuarama, Cianorte e Paranavaí. Em 2011 obteve o PIB de 10 bilhões de reais representando 4% do PIB estadual e uma população de 681 mil, equivalentes a 6% da população do Paraná. O PIB *per capita* apresentou um crescimento de 9% em comparação ao ano anterior.

Essa região tem influência de municípios do norte central, sendo o principal o município de Maringá. Os principais municípios da região noroeste que são influenciados são os maiores já apresentados, Cianorte, Paranavaí e Umuarama. Isso significa que há uma forte ligação entre os municípios atendidos pelo núcleo do programa de Maringá com a cidade.

Além deste potencial econômico, a região noroeste e norte central paranaense também é referência com instituições de ensino superior que promove o desenvolvimento econômico de municípios e comunidades, sobretudo a Universidade Estadual de Maringá (UEM). Caracterizando a UEM em números, apenas para atentar ao potencial do município, temos que a universidade é considerada a 12ª universidade do Brasil e a 19ª da América Latina, segundo o ranking do Webometrics Ranking of World Universities. Sua estrutura conta com 69 cursos de graduação presencial e 7 cursos de graduação à distância, 80 cursos de especialização, 40 cursos de mestrado e 21 de doutorado, e um total de 1.200 pesquisadores, 379 grupos cadastrados no CNPq, 196 bolsistas produtividade do CNPq e Fundação Araucária, mais de 700 projetos de pesquisa em andamento. Além disso, entre pesquisa, ensino e extensão, conta com 1.335 projetos, 15 empresas juniores, um escritório de mobilidade internacional com convênio com cerca de 20 países. Há também 406 laboratórios na Universidade, 74

pedidos de patentes e 4 concessões de patentes de invenção. Ou seja, todo esse aporte ofertado pela universidade se integra para o bom funcionamento de programas sociais, como de capacitação de micro e pequenos empreendedores para gerir e administrar seu negócio.

Figura 3.2. Região Noroeste do Paraná.

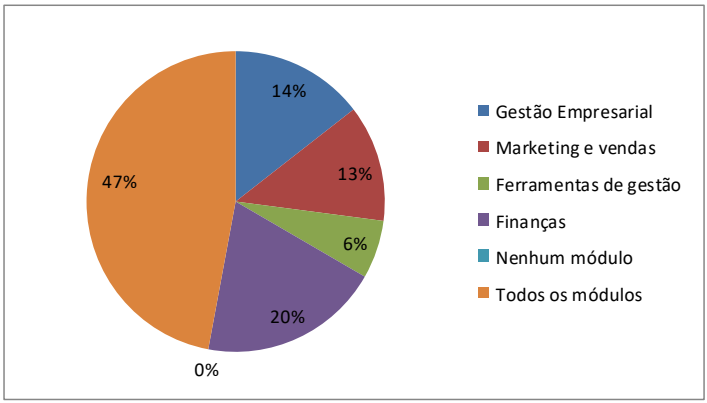


Fonte: Adaptação feita pelo autor a partir de SUBPLAN.

5. ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS APLICADOS

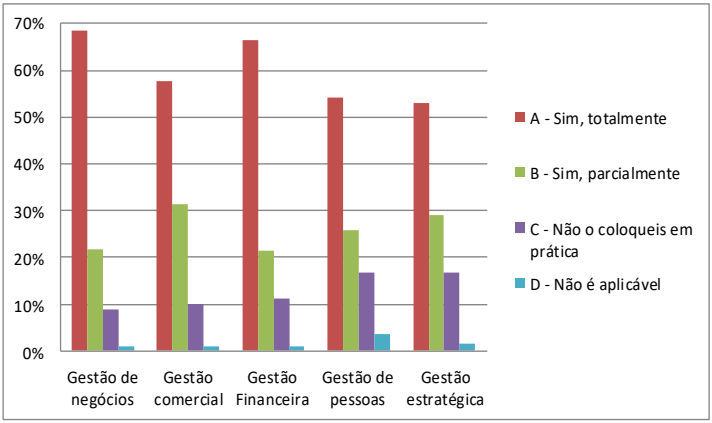
A avaliação do curso ocorreu por meio de aplicação de questionários no final de dos módulos, sendo o curso composto por cinco módulos, com duração de cinco semanas. As primeiras análises são em relação ao impacto nos negócios que tiveram os empreendedores que participaram do curso. Pode ser observada na Figura 3.1 qual foi o módulo que teve maior impacto no dia-a-dia do empreendedor, sendo avaliados o de gestão empresarial, marketing e vendas, ferramentas de gestão e finanças.

Figura 3.1. Módulo do curso que obteve maior aplicação no empreendimento.



Fonte: Elaboração própria.

Figura 3.2. Módulos que se tornaram aplicáveis no empreendimento.

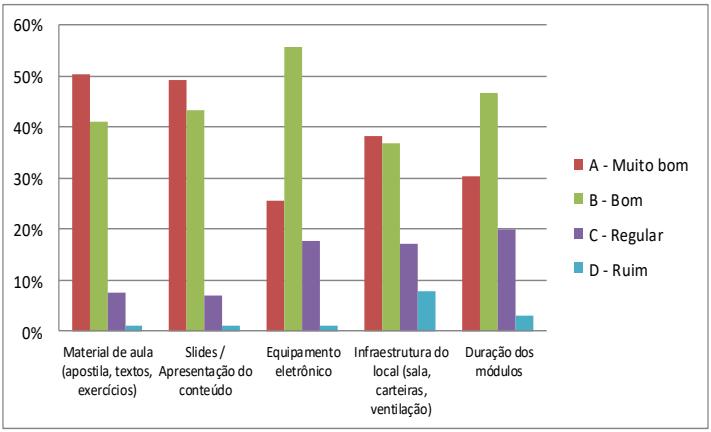


Fonte: Elaboração própria.

Na Figura 3.1 pode-se observar que quase 50% são módulos que tem aplicação no dia-a-dia do empreendedor, sendo o de maior importância o módulo de finanças com 20%. Já a Figura 3.2 pode-se analisar a respeito dos módulos que passaram a se tornar aplicáveis no empreendimento, sendo que praticamente todo o conhecimento passado através dos cursosfoi útil. Menos de 15% dos módulos não foram colocados em prática.

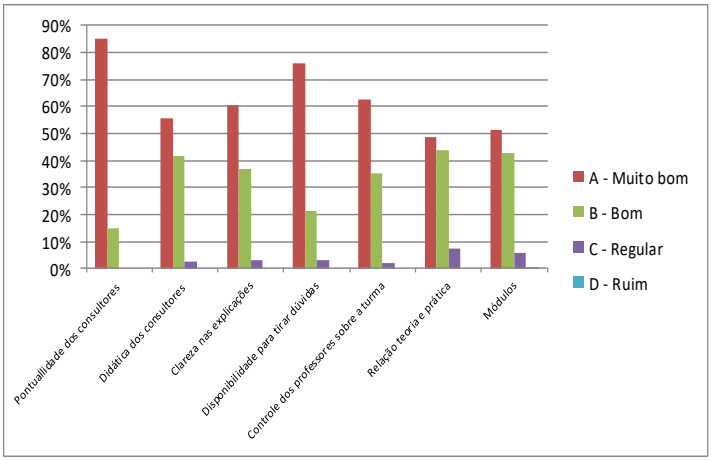
Nos gráficos 3.3 e 3.4 foram avaliados pelos empreendedores que participaram dos cursos, sendo parte da avaliação o material de apoio e os consultores que ministravam os treinamentos, obtendo a classificação satisfatória em ambos.

Figura 3.3. Avaliação dos materiais e apoio.



Fonte: Elaboração própria.

Figura 3.4. Avaliação dos consultores.

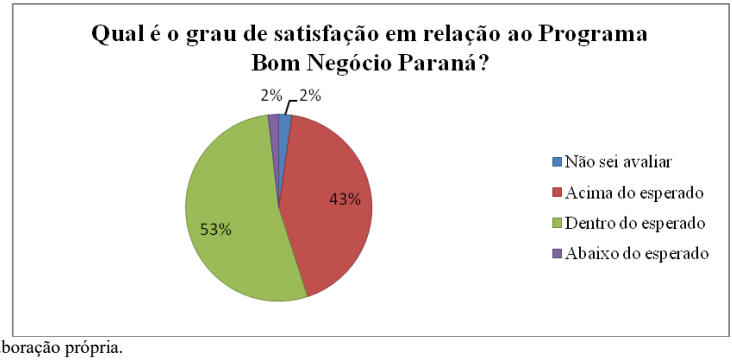


Fonte: Elaboração própria.

Na Figura 3.3 pode-se observar que a avaliação dos materiais foi feita pelos materiais de aula, sendo composto por apostilas, texto e exercícios, dos slides e apresentação do conteúdo, dos equipamentos eletrônicos, da infraestrutura local, sendo avaliada a sala, as carteiras e ventilação, e por último a duração dos módulos. Na Figura 3.4 foram avaliados quesitos como a pontualidade dos consultores, didática, clareza nas explicações, disponibilidade para tirar dúvidas, controle com a turma, relação teoria e prática e os módulos, sendo classificados como bom e muito bom.

Outra avaliação foi em relação ao grau de satisfação do treinamento, conforme pode ser visto na Figura 3.5. Observa-se que mais de 90% dos empreendedores ficaram satisfeitos com os cursos.

Figura 3.5. Grau de Satisfação do treinamento.

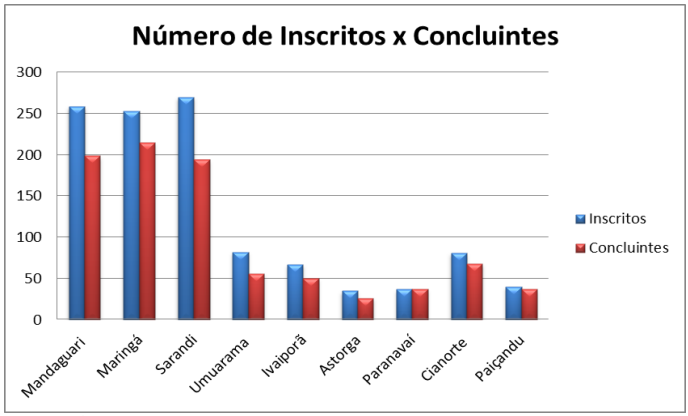


Fonte: Elaboração própria.

Projetos de capacitação empresarial voltados especialmente a pequenos e médios empreendedores facilitam a interação desses com o mercado atual. Nesse sentido, o Núcleo de Maringá de capacitação através do Programa Bom Negócio Paraná atingiu um número de 1124 inscritos, sendo que 882 alunos receberam o certificado de conclusão do curso, no entanto, a diferença desse resultado

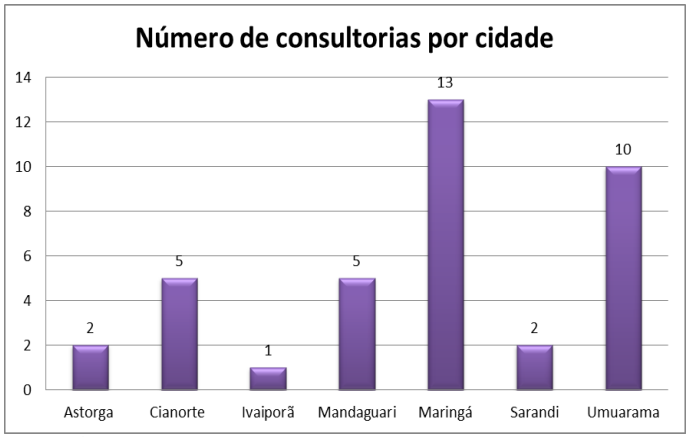
não significa que houve desistências, pois muitos fizeram somente alguns módulos e por isso não receberam o certificado.

Figura 3.6. Comparação entre o número de inscritos e concluintes por cidade.



Fonte: Elaboração própria.

Figura 3.7. Número de consultorias por cidade.



Fonte: Elaboração própria.

Outra análise foi em relação ao número de consultorias por cidade atendidas pelo núcleo de Maringá, conforme Figura 3.7 que desde 2012 totalizou 38 consultorias sendo a maioria nas cidades de Maringá e Umuarama.

6. CONCLUSÃO

Diante dos dados analisados nesse trabalho, pode-se concluir que o treinamento empresarial está atendendo as perspectivas dos empreendedores que estão realizando o curso. Os resultados apontam que em torno de 75% dos inscritos concluíram o curso que tem duração de cinco semanas sendo composto por cinco módulos.

A dimensão atingida pelos participantes através dos questionários obteve 96% de satisfação dos empreendedores participantes, considerando que 90% dos módulos se tornaram aplicáveis nos seus empreendimentos, sendo que houve 100% de aplicação dos módulos, no qual o módulo de gestão empresarial com 14%, marketing e vendas com 13%, ferramentas de gestão com 6% e sendo o principal o de finanças com 20% de aplicação.

A avaliação dos consultores por parte dos empreendedores resultou em 100% classificado como bom e muito bom no quesito de pontualidade e 90% entre bom e muito bom nos quesitos de didática, clareza nas explicações, disponibilidade de tirar dúvidas e controle sobre a aula. As consultorias apresentaram um número maior nas cidades de Maringá e Umuarama, totalizando 23 das 38 consultorias.

Após a análise dos dados, conclui-se que há uma percepção positiva na melhoria da gestão por parte dos empreendedores em função de treinamentos empresariais, os quais tiveram aplicabilidade nos seus empreendimentos, podendo gerar empresas sustentáveis e melhorar a economia da região.

ABSTRACT: The competition in the business world has increased which requires a greater knowledge of entrepreneurs to achieve cope with the current environment of change. To increase the competitiveness of companies in Paraná was implemented a program that aims at training in various fields such as trade, business, legal and financial, knows as Bom Negocio Parana. This article aims to examine whether this corporate training given the prospects of entrepreneurs who are participating in the course. To reaching the proposed goal, questionnaires for groups that receive training in five weeks were applied. The questionnaires were administered in nine cities in the northwest of the state of Paraná, for classes from September 2012 to June 2014. The main variables evaluated were the modules applied in the business day-to-day assessment of the collateral, the evaluation of the consultants and the degree of satisfaction of entrepreneurs in relation to training. The results were that all modules have application in the business day to day, the collateral was rated as good and about consultants, these reviewed had a very good rating in relation to questions of timeliness, availability to take among other questions. Finally, the degree of satisfaction of the entrepreneurs who participated in the course was 96%, and as expected by them.

Keywords: Business Training; Entrepreneurship; Bom Negócio Paraná Project.

REFERÊNCIAS

BARBIERI, José Carlos. A contribuição da área produtiva no processo de inovações tecnológicas. **RAE**. v.37, n.1, 1997.

BESSANT, J. & TIDD, J. **Inovação e Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CANONGIA, C.; SANTOS, D. M., SANTOS, M. M & ZACKIEWICZ, M. Foresight, Inteligência Competitiva e Gestão do Conhecimento: Instrumentos para a Gestão da Inovação. **Gestão & Produção**, v.11, n.2, p.231-238, mai.-ago., 2004.

CARAYANNIS, E. G.; WANG, V.The Role of the Firm in Innovation Networks and Knowledge Clusters. In: CARAYANNIS, E. G.; ASSIMAKOPOULOS, D.; KONDO, M. **Innovation networks and Knowledge clusters**. New York: Palgrave Macmillan, 2008.

CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos**. 7. ed, São Paulo Atlas, 2002.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro. Elsevier 2005.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**: práticas e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 1986.

DRUCKER, P. Rumo a sociedade do conhecimento. **The Economista Newspaper Limited**. Londres, 2001.

HISRICH, R. D. **Entrepreneurship, intrapreneurship, and venture capital**: the foundations of economic renaissance. Lexington: Lexington books, 1986.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Regiões de influência das cidades 2007. Rio de Janeiro, 2008.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Economia – Produto interno bruto. Disponível em:<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/pibmunicipios/2005_2009/ defaulttab_zip.shtm>. Acesso em: Fevereiro/2013.

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. Base de dados do Estado.

MILKOVICH, George T.; BOUDREAU, John W. Administração de Recursos Humanos. São Paulo: Atlas, 2000.

PIERRY, Luiz Ildebrando. **Inovação como diferencial competitivo no mercado globalizado**. Disponível em <http://www.enfato.com.br/artigos_det.php?titulo=10>. Acesso em: Junho 2014.

SEBRAE. Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas. Pesquisa: Confiança das Micro e Pequenas Empresas no Brasil aumenta. Dipsonível em:<http://www.sebraesp.com.br /index.php/76-noticias/multissetorial/7039-pesquisa-confianca-das-micro-e-pequenas-empresas-no-brasil-aumenta>. Acesso em: Junho /2014.

SEBRAE. Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas. Fatores Condicionantes e Taxas de Sobrevivência e Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas no Brasil, 2003-2005. Disponível em:<http://www.biblioteca.sebrae.com.br>. Acesso em junho 2014.

SECRETARIA DA INDUSTRIA, COMÉRCIO E ASSUNTOS DO MERCOSUL. Disponível em:<http://www.seim.pr.gov.br/modules/conteudo/ conteudo.php?conteudo=220>.Acesso em: Junho de 2014.

SLACK, Nigel et al. **Administração da produção**. São Paulo: Atlas,1997.

SUBPLAN. Subprocuradoria-Geral de Justiça para Assuntos de Planejamento Institucional. Mapas do Estado do Paraná com as divisões utilizadas pelo MPPR. Disponível em: <http://www.planejamento.mp.pr.gov.br//modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=2044>. Acesso em: Fevereiro/2013.