

**SEGMENTAÇÃO DE MERCADO: ANÁLISE DO PERFIL SÓCIO-
ECONÔMICO DOS MUNICÍPIOS DO PARANÁ**

***SEGMENTATION OF MARKET: ANALYSIS OF THE SOCIO-ECONOMIC
PROFILES ON TOWNS OF PARANÁ.***

SANDRA MARIA DA SILVA

Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Administração da PUCPR.

Curitiba – PR.

E-mail: sms.amaral@uol.com.br

Fone: (41) 3271-1476, fax: (41) 3271-1836.

WESLEY VIEIRA DA SILVA

Professor do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Administração da PUCPR.

Mestrado e Doutorado em Administração Estratégica da PUCPR. Curitiba – PR.

E-mail: wesley.vieira@pucpr.br

Fone: (41) 3271-1476, fax: (41) 3271-1836.

JANSEN MAIA DEL CORSO

Professor do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Administração da PUCPR.

Mestrado e Doutorado em Administração Estratégica da PUCPR. Curitiba – PR.

E-mail: del.corso@pucpr.br

Fone: (41) 3271-1476, fax: (41) 3271-1836.

LUIZ CARLOS DUCLÓS

Professor do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Administração da PUCPR.

Mestrado e Doutorado em Administração Estratégica da PUCPR. Curitiba – PR.

E-mail: luiz.duclos@pucpr.br

Fone: (41) 3271-1476, fax: (41) 3271-1836.

RESUMO

O objetivo deste estudo é determinar perfis sócio-econômicos entre os municípios do Estado do Paraná que segmentem as cidades sob duas linhas de análise: a geração de riqueza no Estado, analisada principalmente pela variável PIB – Produto Interno Bruto, e os indicadores sociais considerando variáveis como IDH – Índice de Desenvolvimento Humano. Para isto, foi aplicado como método de análise, a técnica de segmentação de mercado de análise de agrupamentos ou *clusters*. O estudo advém da necessidade de se conhecer melhor o comportamento dos municípios, dado a importância que o Paraná vem adquirindo na economia nacional, atraindo diversos investimentos, bem como, o processo de expansão de sua ocupação territorial que teve seu número de municípios aumentado cerca de 40% após a década de 80. Os resultados auferidos mostram que existem no Estado do Paraná municípios que se diferenciam dos demais, devido à alta participação na geração de riquezas mas, sem apresentarem contudo, um comportamento tão diferenciado quando considerado os indicadores de natureza social.

PALAVRAS-CHAVE

Agrupamento; Segmentação; Perfil Sócio-Econômico

ABSTRACT

The process of territorial expansion of the Paraná State increased the number of cities in about forty percent. After the 80's decade the State of Paraná is acquiring an importance in the national economy attracting many investments. The objective this work is to determine the socio-economics profiles of the cities of the Paraná State. This study it was carried through two lines of analysis: the generation de wealth the state represented for the Gross Domestic Product (GDP) and indicators as the Human Development Index (HDI). The applied method of analysis was the technique of segmentation market knew as clusters analysis. The results obtained showed that in the Paraná cities exist that are different of the others because of the high participation in the generation of wealth, but they so don't present a differentiated profile when considered the social aspects.

KEY-WORDS

Clusters; Segmentation; Socio-economics Profile

JEL: R 11

1 INTRODUÇÃO

As primeiras movimentações de colonizadores na região onde hoje é o Estado do Paraná ocorreram no século XVI, quando então foram realizadas as primeiras expedições estrangeiras em terras paranaenses. Apesar disto, foi só a partir século seguinte, com a descoberta de ouro, que esta região despertou interesse nos colonizadores. Época em que muitos portugueses e paulistas passaram a ocupar as terras do Estado, tornando a região do litoral a mais procurada por estes colonizadores atraídos pela exploração do ouro.

A capitania de Paranaguá, criada em 1660 pelo governo do Rio de Janeiro, e Curitiba foram as primeiras vilas fundadas na região. O declínio da exploração de ouro na região do litoral e do 1º planalto, com a descoberta de novas regiões em outros Estados com explorações mais rentáveis, fez com que o movimento de colonização se expandisse para outras regiões. A

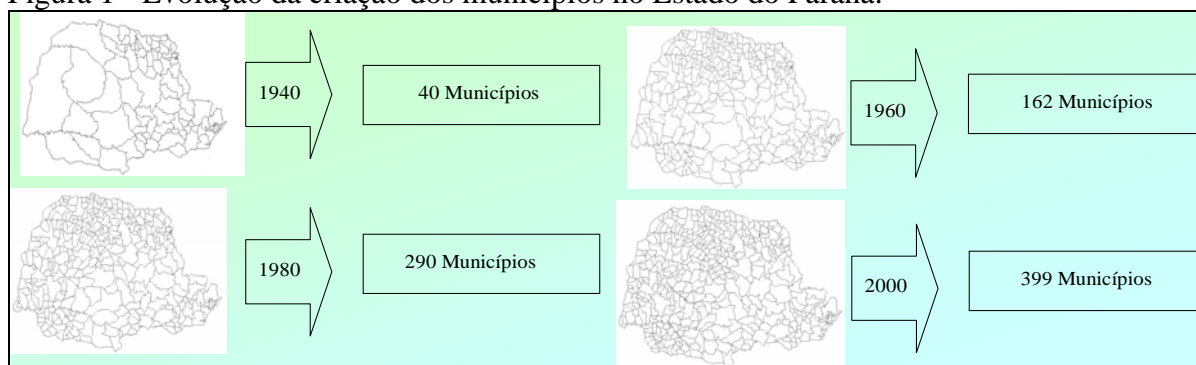
procura passou a ser por campos de pastagens para criação de gado, e o Paraná passou a fazer parte do chamado comércio tropeiro.

O Estado do Paraná surgiu oficialmente em 1853 por meio de um desdobramento do que era à época o distrito de São Paulo. O Estado, denominado então de Província do Paraná, era dividido em três comarcas: Curitiba, Paranaguá e Castro. O período de província durou até 1989.

A base da economia paranaense era o cultivo de erva-mate e, mais tarde, iniciaram as atividades de extração e exportação de pinho. As primeiras fábricas do Estado produziam fósforo, sabão e velas, massas alimentícias e cerâmicas, localizadas na capital ou em regiões próximas a ela.

Até os anos 20 a colonização do Estado compreendia cerca de 30% de todo o seu território e, em 1940, era formado por cerca de 40 municípios. As áreas compreendidas pelas mesoregiões Noroeste, Oeste, Sudoeste, Centro Ocidental e Centro Sul eram compostas por grandes municípios que, ao longo do tempo, foram divididos dando origem a novas cidades. A evolução da criação dos municípios no Estado do Paraná pode ser visualizada na Figura 1.

Figura 1 - Evolução da criação dos municípios no Estado do Paraná.



Fonte: Adaptado de IPARDES - Mapas Temáticos 2003

O Paraná, localizado na região Sul do país ocupando uma área geográfica correspondente a 2,3% da superfície do Brasil, passou a ser considerado um Estado territorialmente ocupado a partir da década de 60, sendo constituído hoje por 399 Municípios distribuídos em 199.554 km².

Com aproximadamente 10 milhões de habitantes, o Paraná respondeu por cerca de 6% do Produto Interno Bruto - PIB do país em 2002. De acordo com o estudo “PIB dos Municípios – 1999 a 2002”, elaborado pelo IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o PIB do Estado correspondeu em 2002, a cerca de 81 bilhões de reais, valor este 32% maior do que o observado em 1999. Com forte participação na produção agrícola, o Estado vem de destacando nos últimos anos também na produção industrial do país.

Quanto ao desempenho social, quando considerado o Índice de Desenvolvimento Humano - IDH, o Paraná ocupa em 2000, o 6º lugar entre todos os Estados. Seu IDH nesse mesmo ano foi 11% maior do que o calculado em 1991. Atualmente o governo do Estado retomou os programas de apelo social para empresas estatais que trabalham com o fornecimento de energia elétrica e água.

Programas como “Luz Fraterna” que isenta de pagamento famílias cadastradas em programas sociais com consumo de até 100 kWh mês de energia, “Tarifa Social” que estabelece um consumo gratuito de até 10 m³ de água por mês, Programa de Empreendedorismo e Geração de Empregos que visa o desenvolvimento sustentável dos municípios, e o Programa de Isenção do Pagamento do ICMS foram alguns dos instalados

pelo governo para contribuir com o desenvolvimento social dos municípios e de sua população.

Dentro desse contexto, o Paraná vem aumentando nos últimos anos sua atratividade por investimentos, sendo reconhecido por sua infra-estrutura e por sua localização geográfica estratégica. Dessa forma, conhecer melhor o potencial dos municípios do Estado passou a ser fator de interesse para muitas empresas aqui já instaladas e outras que pretendem se instalar.

Assim, considerando ser o objetivo do trabalho determinar o perfil dos municípios paranaenses em relação à geração de riquezas além do desempenho de indicadores sociais, são analisadas as informações a respeito do desempenho dos municípios que compõem o Estado do Paraná a partir das técnicas de segmentação de mercado.

Além desta primeira seção que procurou trazer um retrato do estado do Paraná, desde sua criação, o trabalho aqui realizado encontra-se estruturado em mais quatro seções que podem ser resumidamente descritas como segue: a segunda traz uma breve revisão da literatura sobre a segmentação de mercado; a terceira enfoca os aspectos metodológicos, destacando-se a coleta e tratamento dos dados, a caracterização da pesquisa e o método de análise; a quarta enfoca a apresentação e discussão dos resultados e a quinta trata das considerações finais e recomendações.

2 CONSIDERAÇÕES SOBRE SEGMENTAÇÃO DE MERCADO

Dividir o mercado em segmentos é o principal objetivo quando se pretende aplicar, em estudos de Marketing, por exemplo, a técnica de segmentação de mercado. Para Kotler (2000) “um segmento de mercado consiste em um grande grupo que é identificado a partir de suas preferências, poder de compra, localização geográfica, atitudes de compra e hábitos de compra similares”.

De uma maneira mais simples, Berrigan (1994) coloca que a “segmentação de mercado é a divisão de clientes em grupos”. Da mesma forma, ele estabelece que a segmentação deva responder as questões-chaves normalmente estabelecidas pelos profissionais da área de Marketing.

Nas palavras de Buell (1984, p. 66), segmentação de mercado pode ser visto como a divisão de um mercado em subgrupos ou segmentos que possuem necessidades e preferências especiais, os quais representam fatias de demanda e justificam a elaboração de estratégias específicas.

Seguindo a definição de segmentação de mercado, pode-se dizer que esta é uma das mais eficazes maneiras de se trabalhar dentro do conceito de orientação para o mercado ou marketing direcionado. Dentro do marketing estratégico, a segmentação de mercado é um dos seus pilares de sustentação juntamente com a seleção do mercado e o posicionamento do valor. Weinstein (1995) cita que a segmentação “surgiu como uma importante ferramenta de planejamento de marketing e como um dos fundamentos para a efetiva formulação de estratégias em muitas empresas norte-americanas e também de outros países”.

A segmentação pode ser realizada a partir de diversas formas, desde as formas diretas por meio de análises de variáveis geográficas, demográficas ou comportamentais, até formas mais elaboradas, utilizando para isto a interação entre diversas variáveis pautando-se em técnicas avançadas de análises estatísticas.

Nesse sentido, a segmentação de mercado pode ser entendida como a subdivisão do mercado em subconjuntos homogêneos de clientes, em que qualquer subconjunto pode ser selecionado como meta de mercado a ser atingido, mediante um composto de marketing

distinto. Portanto, com o recurso da segmentação são detectadas as necessidades diferenciadas dos consumidores, os quais são agregados em função de suas similaridades.

Kotler (2000) enfatiza que segmentos de mercado podem ser identificados analisando-se diferenças demográficas, psicográficas e comportamentais existentes em compradores. A empresa decide então que segmentos apresentam as maiores oportunidades.

Berrigan (1994) discute as formas tradicionais de segmentação, dividindo-as em quatro classes objetivas: a segmentação filmográfica, a segmentação das características com base na unidade de tomada de decisão, a segmentação baseada na utilização e a segmentação baseada no produto.

Wind (1978), em um trabalho sobre o estado da arte em pesquisas sobre segmentação, constata uma surpreendente ausência de pesquisas que permitam generalizações a respeito dos efeitos das possíveis variáveis de segmentação e/ou estratificação, quando aplicadas sob determinadas condições. Para o mesmo autor esse frustrante aspecto decorre de quatro fatores:

- Ausência de um esforço sistemático na constituição de um corpo acumulativo de resultados concretos a respeito do comportamento do consumidor;
- Ausência de modelos específicos que relacionem o comportamento com classes de variáveis podendo assim prever as classes de variáveis que poderiam ser utilizadas no processo de segmentação;
- A natureza não representativa da maioria dos estudos de natureza acadêmica com respeito ao projeto da amostra, tipo de respondentes e de temas não relacionados com marketing. Até mesmo estudos de segmentação, no mundo real, baseados em amostras relativamente pequenas e não representativas;
- Ausência de definições conceituais e operacionais entre os diversos estudos. Conseqüentemente, pode-se concluir que devido a tais limitações, tudo o que pode ser esperado das ciências do comportamento e das teorias sobre a organização de compra do consumidor, é um conjunto inicial de hipóteses sobre o relacionamento entre conceitos de consumidores e alguma resposta específica de marketing.

Toledo, Gouvêa e Rodrigues Filho (1998) mostram que todo processo de segmentação e de posicionamento de mercado acaba convergindo para a busca de uma condição competitiva superior a partir de uma visão do ambiente, onde se destacam dois elementos cruciais: o binômio produto-mercado e a concorrência.

Assim, independente da técnica adotada, há de se ter em mente que a segmentação traz como principal objetivo, a identificação de grupos que apresentem características, necessidades ou, até mesmo, expectativas semelhantes.

Conforme coloca Stanton (1980), a segmentação consiste em “considerar os mercados globais, heterogêneos de um produto e dividi-lo em diversos submercados ou segmentos, sendo que um destes tende a ser homogêneo nos seus aspectos fundamentais”. A identificação desses grupos de mercados possibilita a empresa trabalhar com esforços direcionados, reduzindo custos, desenvolvendo produtos ou serviços específicos e, até mesmo, atacando apenas os mercados mais atrativos para seu negócio.

Na visão de Lambin (2000, p. 236), o objetivo da segmentação de mercado é a identificação de grupos de compradores-alvo por meio da decomposição do mercado de referência em subconjuntos homogêneos do ponto de vista das expectativas e do comportamento de compra. A segmentação é de extrema importância estratégica para as

empresas em geral, dado que conduz à definição de seus domínios de atividade e à identificação de fatores-chave para se conquistar o sucesso nesses mercados alvo.

Notadamente, existe uma ampla teoria que aborda a respeito dos métodos de segmentação de mercado. Contudo, eles podem ser sumarizados em três partes, a saber: coleta dos dados, análise e segmentação. Um modelo que é considerado bastante útil na realização da segmentação de mercado foi proposto por Czinkota, Kotabe e Mercer (1997, p. 216), e pode ser dividido tal como segue:

- **Investigação:** estágio onde é possível descobrir quais segmentos possui maior probabilidade de ser mais lucrativo, formular e testar hipóteses;
- **Pesquisa Qualitativa:** levantamento das características consideradas vitais para o comprador e que devem ser descritas em termos de importância;
- **Pesquisa Quantitativa:** Tratamento quantitativo de informações sobre os segmentos que serve de base para a revelação das atitudes diante da marca e de concorrentes;
- **Análise:** utilização de *softwares* para processar técnicas estatísticas onde é possível encontrar segmentos na população pesquisada que sejam internamente homogêneos;
- **Segmentação:** identificação do(s) segmento(s) alvo(s) e decisão sobre os produtos que devem ser reposicionados para se ter uma vantagem competitiva.

Lopes, Reis e Abukawa (1996) reforçam a retórica, retratada em parágrafos anteriores, de que o mundo empresarial mostra-se cada vez mais consciente que o mercado constitui-se de subgrupos de consumidores. Esses subgrupos devem ser considerados com todas as suas particularidades, definidas de acordo com suas necessidades e desejos. Nesse sentido, a segmentação torna-se estratégica uma vez que auxilia as empresas a concentrarem seus esforços de marketing em determinados alvos.

Considerando a segmentação de mercado como uma ferramenta de análise e uma forma de se obter vantagens competitivas que pode ser aplicada tanto em mercado de consumo quanto em mercado empresarial, pode-se estender o seu uso visando estudar o perfil dos municípios do Paraná, coadunando assim, com o objetivo do trabalho que é dividir os municípios do Estado em grupos que apresentem comportamentos semelhantes em relação à geração de riquezas e dos indicadores de cunho social.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 Os Dados: Coleta e Tratamento

O universo analisado é formado pelos 399 municípios que compõem o Estado do Paraná. Os dados foram coletados a partir das fontes IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IPARDES – Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social e IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. As variáveis foram divididas em dois grupos, a saber: o primeiro referente às que compõem os indicadores sócio-econômicos e o segundo referentes à geração de riquezas do Estado. No segundo grupo, além das variáveis referentes à geração de riqueza, foi considerada também a participação de cada município em relação à população do Estado. As variáveis e suas principais características são definidas a seguir:

Grupo A: Indicadores Sociais – As variáveis que compõem o grupo de indicadores sociais podem ser visualizadas a seguir:

- **IDHE – Índice de Desenvolvimento Humano Relativo à Educação:** obtido a partir da taxa de alfabetização e da taxa bruta de frequência à escola convertidas em índices por: $(\text{valor observado} - \text{limite inferior}) / (\text{limite superior} - \text{limite inferior})$, com limites inferior e superior de 0% e 100%. O IDH-Educação é a média desses dois índices, com peso 2 para a taxa de alfabetização e peso 1 para a taxa bruta de frequência. Resultado relativo ao ano de 2000 (IPEADATA);
- **IDHL – Índice de Desenvolvimento Humano Relativo à Longevidade:** obtido a partir do indicador “*esperança de vida ao nascer*”, pautando-se na fórmula: $(\text{valor observado do indicador} - \text{limite inferior}) / (\text{limite superior} - \text{limite inferior})$, onde os limites, inferior e superior, são equivalentes a 25 e 85 anos respectivamente. Resultado relativo ao ano de 2000 (IPEADATA);
- **IDHR – Índice de Desenvolvimento Humano Relativo à Renda:** obtido a partir do indicador “*renda familiar per capita média*”, pautando-se na fórmula: $[\ln(\text{valor observado do indicador}) - \ln(\text{limite inferior})] / [\ln(\text{limite superior}) - \ln(\text{limite inferior})]$, onde os limites, inferior e superior, são equivalentes a R\$ 3,85 e R\$ 1.540,25, respectivamente. Resultado relativo ao ano de 2000 (IPEADATA);
- **Fornecimento de Energia:** percentual de pessoas que vivem em domicílios com iluminação elétrica proveniente ou não de uma rede geral, com ou sem medidor. Resultado relativo ao ano de 2000 (IPEADATA);
- **Rede de Saneamento:** percentual de pessoas que vivem em domicílios com água encanada em pelo menos um de seus cômodos e com banheiro, definido como cômodo que dispõe de chuveiro ou banheira e aparelho sanitário. Resultado relativo ao ano de 2000. Fonte: IPEADATA;
- **População Assalariada** – percentual de pessoal ocupado assalariado de acordo com a classificação de atividades (CNAE), presente no Cadastro Central de Empresas. Resultado relativo ao ano de 2002. Fonte: IBGE;
- **PEA – População Economicamente Ativa:** população com mais de 10 anos de idade que estava ocupada ou procurou trabalho na semana de referência. O universo de municípios da tabela, é definido pelo IBGE no levantamento censitário e não necessariamente coincide com o oficialmente existente ou instalado na data de referência. Resultado relativo ao ano de 2000 (IPEADATA);
- **Índice de GINI:** mede o grau de desigualdade existente na distribuição de indivíduos segundo a renda domiciliar *per capita*. Seu valor varia de 0, quando não há desigualdade (a renda de todos os indivíduos tem o mesmo valor), a 1, quando a desigualdade é máxima (apenas um indivíduo detém toda a renda da sociedade e a renda de todos os outros indivíduos é nula). Resultado relativo ao ano de 2000 (IPEADATA);
- **Médicos Per Capita:** razão entre o total de médicos residentes no município e o total de habitantes do mesmo, vezes mil. Incluem-se os acadêmicos de hospital (médicos residentes). Resultado relativo ao ano de 2000 (IPEADATA).

Grupo B: Geração de Riquezas – As variáveis que compõem o grupo de geração de riquezas podem ser visualizadas a seguir:

- **PIB:** Produto Interno Bruto dos municípios paranaenses em 2002 (IBGE);

- **PIB Per Capita:** Produto Interno Bruto dos municípios paranaenses em 2002, dividido pela população de cada município (IBGE);
- **População:** população em 2002 dos municípios que compõem o Estado (IBGE);
- **ICMS:** arrecadação do imposto sobre a circulação de mercadorias e serviços dos municípios do Estado em 2003 (IPARDES);
- **Agências Bancárias:** número de agências bancárias presentes em cada município no ano de 2000 (IPEADATA);
- **Empresas:** número de empresas presentes no “Cadastro Nacional de Empresas do IBGE” com 20 ou mais funcionários em 2002 (IBGE).

Os dados foram analisados valendo-se das técnicas Análise Descritiva e Análise de Agrupamento de Dados. Foi utilizado, para análise das informações coletadas, o *software XLSTAT-Pro Versão 7.5*, que é um adicionado ao Excel[®] além do pacote estatístico SPSS versão 13.0.

3.2 Caracterização da Pesquisa

Este trabalho é caracterizado como uma pesquisa aplicada de natureza exploratória. Esse tipo de pesquisa é fundamentalmente motivado pela necessidade de resolver problemas concretos. A pesquisa exploratória visa prover o pesquisador de maior conhecimento sobre o tema ou problema de pesquisa em perspectiva. Por isto, é apropriada para os primeiros estágios da investigação quando a familiaridade, o conhecimento e a compreensão do fenômeno por parte do pesquisador são, geralmente, poucos ou inexistentes. Dos métodos da pesquisa exploratória foi utilizado o levantamento de fontes secundárias, mais especificamente, levantamento bibliográfico.

O método de pesquisa utilizado foi o hipotético-dedutivo, buscando-se similaridades e dissimilaridades entre elementos da população, bem como permitindo ainda utilizar-se de categorias numéricas, revelando a fotografia em um determinado período de tempo (VERGARA, 2000).

3.3 Método de Análise

Além das análises tradicionais de segmentação, discutidas por autores como Berrigan (1994) e Weinstein (1995), existem também outras técnicas de análises estatísticas de dados que são utilizadas para a formação de grupos ou de segmentos de mercado. Essas técnicas estatísticas são denominadas análise de agrupamento de dados e são estudadas dentro das técnicas multivariadas de análise de informações.

A análise de agrupamentos de dados, também denominada de análise de conglomerados ou análise de classificação, faz parte do grupo de análises estatísticas que estudam um conjunto de relações interdependentes entre variáveis. As técnicas de dependência e interdependência se diferenciam pela presença ou não de uma ou mais variáveis dependentes, também chamadas de variáveis respostas.

Em análises de relações de dependência, como a análise de regressão, há o estabelecimento de um grupo de variáveis independentes que possam explicar ou prever o comportamento de uma variável dependente. Já nas relações de interdependência se busca estudar a relação de interdependência entre um conjunto de variáveis. Malhotra (2001) coloca

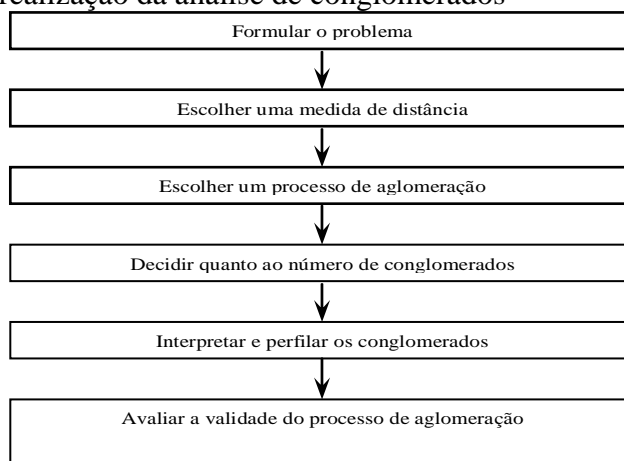
que a “análise de conglomerados não faz distinção entre variáveis dependentes e independentes”.

Sobre a análise de agrupamentos Hair *et al.* (2005) expressam que esta “é uma técnica analítica para desenvolver subgrupos significativos de indivíduos ou objetos”. Eles expuseram ainda que a “análise de agrupamentos envolve pelo menos três passos”, que fazem referência primeiramente à adoção de alguma medida de similaridade ou associação, em segundo lugar vem o processo de agrupamento das informações ou variáveis e, por último, o estabelecimento do perfil por meio dos agrupamentos definidos.

Para Haddad (1989), o método usado em trabalhos dessa natureza é empregado para juntar ou agrupar cidades ou regiões pautando-se na similaridade de seus perfis, isto é, agrupar variáveis para posteriormente delinear os padrões de variações das características pesquisadas. Esses agrupamentos definirão conjuntos de municípios que permitem identificar o estágio de desenvolvimento econômico, social, urbano e outros tipos de desenvolvimento de determinado local ou região.

Já Malhotra (2001), estabelece os passos descritos na Figura 2 de como deve ser feita a análise de conglomerados:

Figura 2: Passos para realização da análise de conglomerados



Fonte: Malhotra (2001)

A medida de distância tem como principal objetivo mensurar a distância entre dois objetos ou quantificar o quanto estes objetos são parecidos ou diferentes e é dividida em duas categorias básicas: as medidas de similaridade e as medidas de dissimilaridades. Um exemplo de medidas de similaridade, ou de quanto os objetos são parecidos, é o coeficiente de correlação, já a distância euclidiana é classificada como uma medida de dissimilaridade. A *distância euclidiana* é a medida de distância mais usada em análise de agrupamentos, esta medida se divide em outras como a distância euclidiana padronizada e a distância euclidiana ponderada.

As técnicas de agrupamento ou processos de aglomeração se dividem em 3 grupos de análises: as técnicas hierárquicas, as técnicas de partição (não-hierárquicas) e as técnicas de coberturas. Procura-se abordar as duas técnicas mais usuais: as hierárquicas e não hierárquicas.

As técnicas hierárquicas se dividem em dois tipos: o aglomerativo e o decisivo. O método aglomerativo ocorre a partir de fusões sucessivas de objetos, ou seja, cada objeto começa como um conglomerado separado que vai se unindo em conglomerados cada vez maiores. No método decisivo, os objetos partem em um único grupo que vai se dividindo até

que cada objeto esteja em um conglomerado separado. Entre as técnicas hierárquicas se destacam: método centróide (MC); método das médias das distâncias (MMD), também denominado método do encadeamento médio; método da ligação simples ou do vizinho mais próximo (MLS), chamado também de método do encadeamento único; método da ligação completa ou do vizinho mais longe (MLC), também denominado método do encadeamento completo; e o método de variância.

A análise por meio das técnicas de partição, também denominada de métodos não-hierárquicos de aglomeração, procura estabelecer de forma direta a partição de um grupo de objetos, ou seja, é pressuposto neste método que o pesquisador já tenha o conhecimento de quantos grupos deseja formar. Entre as técnicas de partição, a que mais se destaca é o método *k-médias*. Para Malhotra (2001) o método *k-médias* é usado também como denominação da análise de conglomerados não-hierárquicos, técnica que está subdividida em três métodos: o limiar seqüencial, o limiar paralelo e o particionismo otimizador. Hair et al. (2005) e Malhotra (2001) realizam uma discussão mais aprofundada sobre estas técnicas, bem como as vantagens e desvantagens de cada método.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A análise descritiva dos dados foi dividida nas duas tabelas subseqüentes, a primeira contém os resultados referentes aos indicadores sociais e a segunda apresenta os dados de geração de riquezas no Estado do Paraná. As tabelas com os resultados encontram-se expostas a seguir:

Tabela 1 – Análise descritiva dos indicadores sociais

Análise Descritiva	Índice de Desenvolvimento Humano			Fornecimento de Energia e Saneamento		Médicos <i>per capita</i>	População Assalariada	PEA	Índice de GINI
	Renda	Long.	Educ.	Energia	Sanea.				
Média	0,652	0,736	0,832	0,955	0,823	0,316	0,101	0,468	0,552
Desvio padrão	0,047	0,050	0,044	0,078	0,149	0,499	0,062	0,053	0,047
CV⁽¹⁾	0,072	0,068	0,053	0,082	0,181	1,580	0,615	0,114	0,086
Mínimo	0,516	0,594	0,687	0,434	0,308	0,000	0,020	0,302	0,432
1º quartil	0,621	0,704	0,806	0,956	0,755	0,000	0,061	0,433	0,522
Mediana	0,650	0,736	0,831	0,985	0,872	0,000	0,082	0,469	0,548
3º quartil	0,683	0,766	0,861	0,995	0,936	0,600	0,127	0,506	0,582
Máximo	0,846	0,878	0,946	1,000	0,995	3,000	0,520	0,613	0,723

Nota: Coeficiente de variação CV¹

Fonte: Dados da Pesquisa

Os resultados da análise descritiva, mostram que os dados referentes ao grupo geração de riquezas apresentam uma grande variabilidade, isto pode ser observado por meio do índice CV – coeficiente de variação, que é resultado do quociente entre as estatísticas de desvio padrão e média. Observa-se, na mesma tabela, que somente na variável médicos *per capita* encontrou-se um coeficiente de variação que ficou acima da unidade, ou seja, o desvio padrão foi maior do que a média aritmética.

Vê-se, ainda, na Tabela 1, que na composição do IDH dos municípios do Estado do Paraná a variável Renda foi a que mais pesou desfavoravelmente nos resultados auferidos. Tal

variável retrata os rendimentos obtidos pelas famílias paranaenses, indicando com isso, a presença de uma fragilidade da economia do Paraná no que tange à qualidade do emprego e renda gerada.

Os indicadores sociais evidenciados anteriormente são importantes para dar prioridade efetiva às metas sociais no desenho das políticas públicas. Assim, os agentes econômicos devem estreitar as políticas econômicas e sociais, construindo uma institucionalidade social moderna e eficiente, formar recursos humanos qualificados no social e fortalecer a capacidade de gestão pública.

Nesse contexto, percebe-se que predomina ainda no Estado do Paraná uma expressiva concentração da pobreza, principalmente nas áreas rurais, onde se encontram parcelas significativas da população dos grupos mais vulneráveis, que são as crianças e os idosos.

Tabela 2 – Análise descritiva referentes à geração de riqueza

Análise Descritiva	PIB2002	PIBPerCapita	População	ICMS	N. Bancos	N. Empresas
Média	R\$ 204.133.615	R\$ 7.195	24.770,2055	R\$ 15.902.789	3	32
Desvio padrão	R\$ 845.655.234	R\$ 3.936	92.803,3185	R\$ 154.038.206	16	184
CV⁽¹⁾	4,14	0,55	3,75	9,69	4,90	5,76
Mínimo	R\$ 8.963.390	R\$ 2.925	1.376,00	R\$ 841	0	1
1º quartil	R\$ 32.690.087	R\$ 5.075	5.048,00	R\$ 94.277	1	2
Mediana	R\$ 55.479.340	R\$ 6.206	9.016,00	R\$ 399.182	1	5
3º quartil	R\$ 111.169.561	R\$ 8.296	17.115,50	R\$ 1.727.462	3	14
Máximo	R\$ 14.002.816.996	R\$ 44.477	1.665.436,00	R\$ 2.530.631.330	301	3.404

Nota: Coeficiente de Variação CV¹

Fonte: Dados da Pesquisa

Percebe-se na Tabela 2 que todas as variáveis, com exceção da PIB *per capita*, apresentam o comportamento referenciado anteriormente. A distância entre os valores máximos e os valores do 3º quartil – que representa 75% dos municípios analisados, pode ser um indício de que uma pequena parcela de municípios apresenta índices referentes à geração de riqueza bem acima das demais cidades que compõem o universo de interesse. Após a análise descritiva, o próximo passo consiste na aplicação de técnicas de agrupamento de dados.

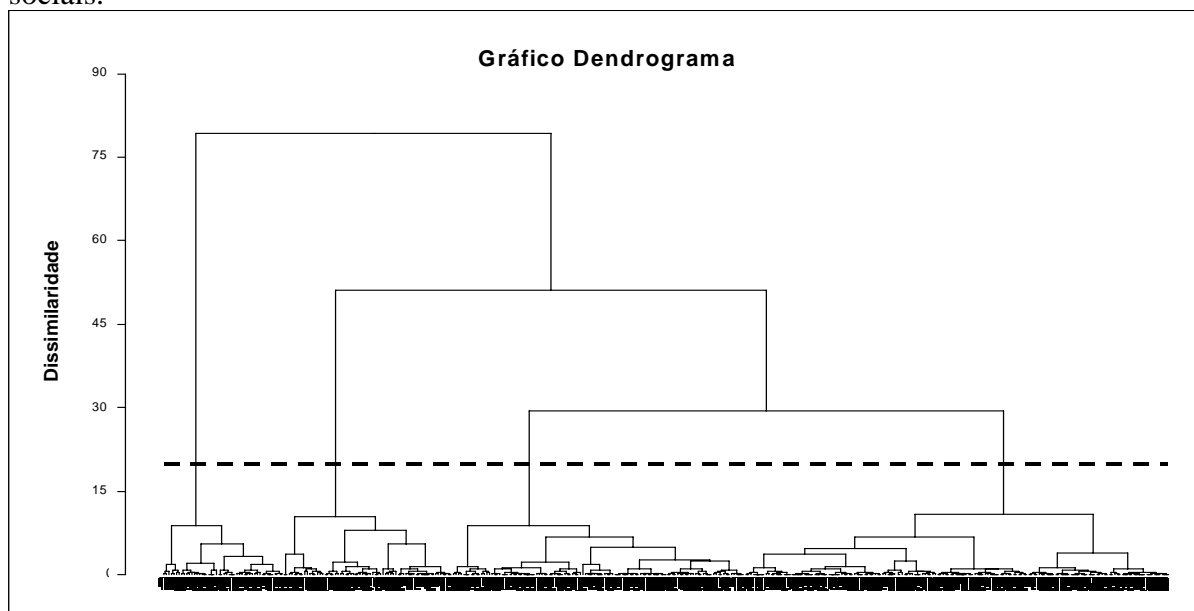
A análise de agrupamento de dados foi aplicada nos dois grupos de análise: indicadores sociais e de geração de riqueza, de forma independente. A técnica aplicada foi a Análise Hierárquica, sendo utilizada como medida de distância a “distância euclidiana” e como método de aglomeração o *ward's method*, também denominado método da variância. Conforme determina Hair *et al.* (2005) a análise de agrupamentos:

Não é uma técnica de inferência estatística na qual os parâmetros de uma amostra são avaliados como possivelmente representativos de uma população. É uma metodologia objetiva para quantificar as características estruturais de um conjunto de observações. Como tal, ela tem fortes propriedades matemáticas, mas sem fundamentos estatísticos. As exigências de normalidade, linearidade e homoscedasticidade que eram tão importantes em outras técnicas realmente têm pouco peso na análise de agrupamentos.

Mesmo assim, Hair *et al.* (2005) coloca que apesar da não exigência de diversos pressupostos o pesquisador deve se concentrar em duas outras características, denominadas por ele como a representatividade da amostra e a multicolinearidade. Como o universo de interesse são os municípios que compõem o Estado do Paraná, a representatividade não apresenta problemas, uma vez que se está trabalhando com o total do universo de interesse. Já para a multicolinearidade, na análise preliminar dos dados foram descartadas algumas variáveis, como Receita Corrente e outras referentes à educação, por considerar que estas já estavam de alguma forma, contempladas em variáveis como PIB e o IDHE.

Os resultados da análise de agrupamentos são discutidos nos itens a seguir. Aplicando-se a técnica de Análise Hierárquica entre as variáveis pertencentes ao grupo de indicadores sociais, observa-se a partir do gráfico dendrograma exposto na Figura 3, a formação de quatro grupos.

Figura 3 – Dendrograma formado a partir da análise hierárquica referente aos indicadores sociais.



Hair *et al.* (2005, p. 382) colocam que o dendrograma é uma “representação gráfica dos resultados de um procedimento hierárquico no qual cada objeto é colocado em um eixo e o outro eixo representa os passos no procedimento hierárquico”. Na Figura 3 é possível visualizar a formação primeiramente de dois grupos, onde o primeiro se mantém e o segundo se subdivide em 3 novos grupos de municípios.

O agrupamento realizado mostrou a existência de quatro grupos que se diferenciam por oferecer as melhores e as piores condições sociais aos seus moradores. A Tabela 3 apresenta o quanto cada um dos grupos formados representa em relação ao total de municípios do Estado do Paraná. Por meio desta tabela, é possível visualizar que o *Cluster 4*, composto pelas cidades que ocupam a 2ª posição em relação às condições sociais, é aquele *cluster* com maior participação em termos de condições sociais, respondendo por cerca de 2 em cada 5 municípios do Estado.

Tabela 3 – Distribuição dos grupos formados por meio da análise hierárquica

Grupo	Descrição	Municípios	Participação
Cluster 2	Municípios com as melhores condições sociais	67	17%
Cluster 4	Municípios que ocupam a 2ª posição em relação às condições sociais	168	42%
Cluster 3	Municípios que ocupam a 3ª posição em relação às condições sociais	116	29%
Cluster 1	Municípios com as piores condições sociais	48	12%
Total		399	100%

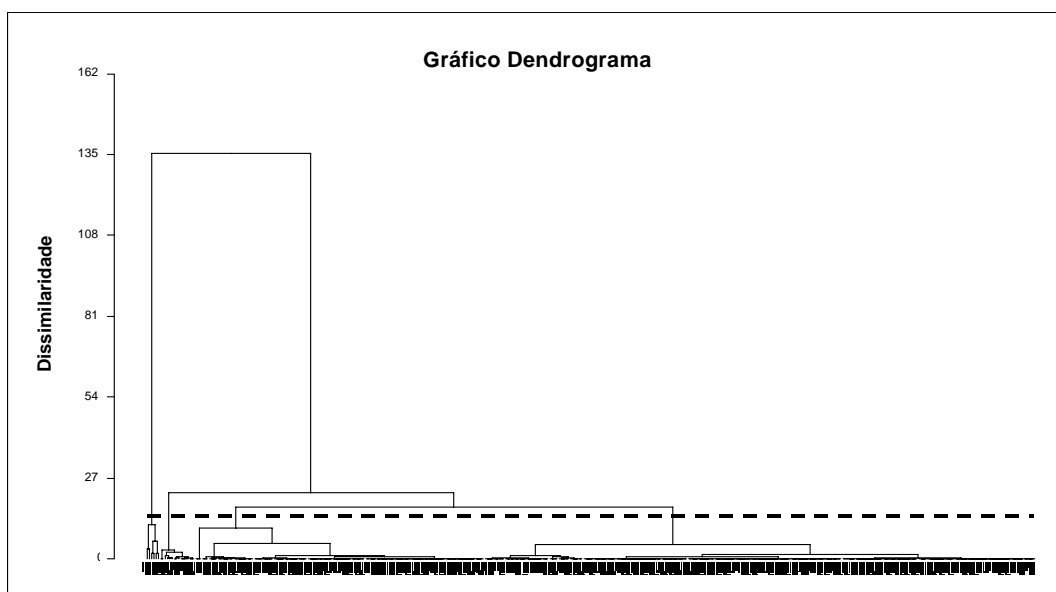
Fonte: Dados da Pesquisa

Aplicando-se a técnica de Análise Hierárquica entre as variáveis pertencentes ao grupo de geração de riquezas, observou-se que dois municípios se destacaram de forma significativa no universo analisado: as cidades de Curitiba e Araucária. Ambas apresentaram um desempenho bem atípico em relação aos demais municípios estudados, pois estas cidades, juntas, respondem por 23% do PIB gerado pelo Estado em 2002 e por cerca de 66% do ICMS em 2003. Curitiba a capital do Paraná e Araucária, cidade sede para as indústrias refinadoras de petróleo, foram retiradas da análise devido a este comportamento discrepante.

Percebe-se ainda, pautando-se na Tabela 3, que os municípios agrupados nos *Clusters* 1 e 3, respectivamente, correspondem aqueles que possuem uma população abaixo de 50 mil habitantes. Nesse sentido, as aglomerações urbanas que possuem até essa quantidade de habitantes, que corresponde aos dois clusters citados anteriormente, poderiam englobar uma ou várias associações municipais, onde serão caracterizadas como estabelecimentos públicos de cooperação intercomunal com fiscalidade própria.

A análise de agrupamentos foi aplicada aos demais municípios que compõem o Estado do Paraná. O resultado da aplicação da Análise Hierárquica pode ser visualizado na Figura 4.

Figura 4: Dendrograma formado a partir da análise hierárquica referente à geração de riquezas



O gráfico exposto na Figura 4 mostra novamente a formação inicial de dois grupos, onde o segundo grupo se subdivide, formando 3 novos grupos. Observa-se ainda que um

grande número de municípios se mantém no mesmo grupo, denominado *cluster 4*. O *cluster 4* é responsável por aproximadamente 3 em cada 5 municípios do Estado e é formado pelas cidades com as menores participações na geração de riquezas do Paraná. Por outro lado, o *cluster 2*, formado pelas cidades que respondem pela maior geração de rendas do Estado, é formado apenas por 6 municípios. A distribuição de todos os *clusters* está na Tabela 4 e explicitados no Apêndice 1.

Tabela 4 – Principais características dos grupos formados do agrupamento de dados

Grupos	Descrição	Municípios	Participação
<i>Cluster 1</i>	Municípios com as maiores participações na geração de riquezas do Estado	6	2%
<i>Cluster 2</i>	Municípios que ocupam a 2ª posição em relação à geração de riqueza do Estado	16	4%
<i>Cluster 3</i>	Municípios que ocupam a 3ª posição em relação à geração de riqueza do Estado	129	32%
<i>Cluster 4</i>	Municípios com as menores participações na geração de riquezas do Estado	248	62%
Total		397	100%

Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme já fora observado nas avaliações reportadas anteriormente, uma pequena parcela dos municípios se destaca quando considerado as variáveis de geração de riquezas do Estado. Comparando os resultados obtidos a partir das duas análises de agrupamentos, observa-se que os municípios responsáveis pela maior participação na geração de riquezas do Paraná são classificados, juntamente com outros, no grupo de cidades com as “melhores condições sociais” do Estado. Os resultados do cruzamento entre as duas análises, expressos na Tabela 5, mostram que o *cluster* “melhores condições sociais” é composto por municípios classificados em todas as categorias quanto à geração de riqueza.

Na Tabela 5 é possível observar ainda que os municípios que apresentam as piores condições sociais estão também classificados como as cidades com as menores participações na geração de riqueza, estes respondem por aproximadamente 12% de todos os municípios que compõem o Estado.

Tabela 5 – Cruzamento dos *clusters* formados por indicadores sociais e de geração de riqueza

Melhores condições sociais →

Indicadores Sociais	Geração de Riqueza	Piores condições sociais	3º posição em condições sociais	2º posição em condições sociais	Melhores condições sociais	Total ⁱ	
		(D)	(C)	(B)	(A)		
Maior participação na geração de riqueza ↑	Cidades destaque – participação extrema na geração de riqueza	(1)	-	-	-	02 (01%)	2
	2ª maior participação na geração de riquezas	(2)	-	-	-	06 (02%)	6
	3ª posição na participação na geração de riquezas	(3)	-	02 (01%)	01 (00%)	13 (03%)	16
	4ª posição na participação na geração de riquezas	(4)	09 (02%)	32 (08%)	58 (15%)	30 (08%)	129
	Menor participação na geração de riquezas	(5)	39 (10%)	82 (21%)	109 (27%)	16 (04%)	246
Total			48	116	168	67	399

Fonte: Dados da Pesquisa

Além disso, é interessante observar com base na tabela anterior que o *cluster* de municípios com a menor participação na geração de riqueza e, ao mesmo tempo, com as piores condições sociais do Estado, poderia participar de arranjos que visem à preparação comum aos municípios por meio de cooperação intermunicipal, ao fornecer um serviço para um outro município paranaense, contribuindo assim com a redução das disparidades intermunicipais ou intra-regionais, bem como, reduzindo os custos provenientes da oferta de maiores e melhores serviços.

Por exemplo, os 164 municípios segmentados nas piores condições sociais e com baixa participação na geração de riquezas, poderiam participar de arranjos para a preparação comum de estações de tratamento de água, planos de melhora da qualidade do ar, fornecimento de gás, coleta de lixo urbano, desenvolvimento, etc., com vistas a atender as crescentes demandas das sociedades.

Faz-se necessário, então, que sejam construídas estratégias que envolvam um processo caracterizado como delicado no que se refere ao aprendizado conflituoso entre os municípios, e que irão requerer o resgate de ações planejadas, participativas e politizadas por parte de todos.

As ações de natureza política devem ser ágeis, potentes, sistemáticas e empreendidas simultaneamente em diferentes direções. O poder público deve ser a mola propulsora desse processo, devendo ainda estar bem capacitado, com os recursos materiais e humanos que visam o incentivo à discussão democrática, garantindo transparência, acompanhamento, fiscalização e o monitoramento permanente das ações ao fazer impor o cumprimento de sanções e benefícios fruto dessa política de desenvolvimento local.

Cabe destacar que as estratégias de atuação conjunta dos municípios, segmentados entre as piores condições sociais e baixa participação na geração de riquezas, são fundamentais no enfrentamento de problemas de natureza comuns. É necessário, contudo,

pactuar com a definição e registro em contratos claros, a contribuição financeira e o acesso a possíveis fundos, onde explicita também a contribuição das partes envolvidas em termos de capacidade gerencial, participação da comunidade, compartilhamento de equipamentos, etc., objetivando compatibilizar o binômio: eficiência e equidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

Este trabalho teve como objetivo determinar, entre os municípios do Estado do Paraná, os perfis sócio-econômicos das cidades paranaenses sob dois enfoques: a geração de riquezas e os indicadores sociais.

As análises iniciais mostraram que, apesar dos municípios apresentarem um comportamento homogêneo sem grandes destaques quando considerado as variáveis que formam os indicadores sociais, o mesmo não ocorreu na análise das variáveis referentes à geração de riquezas. Há no Estado do Paraná, municípios que se diferenciam dos demais devido à alta participação na geração de riquezas, mas sem com isto apresentarem um comportamento tão diferenciado quando considerado os indicadores sociais.

Da mesma forma, o Estado possui um grande número de municípios que não se destacam quanto à geração de riqueza, mas que se mantém em 2º lugar quanto aos indicadores sociais. Talvez esta seja uma consequência da alta participação de algumas cidades nas riquezas geradas pelo Paraná e do processo de colonização do mesmo, com a grande formação de novos municípios nas últimas décadas.

Em situação crítica, pode-se classificar cerca de 12% dos municípios que ocupam as últimas posições com relação aos indicadores sociais e quanto à participação na geração de riqueza no Estado.

Assim, pode-se dizer que indicadores sociais e geração de riquezas não possuem uma forte correlação entre si. Apenas para efeito de cálculo, a estatística de correlação entre estas duas variáveis é igual a 0,15 em uma escala onde o valor máximo 1 se refere a uma correlação perfeita e o valor 0 se refere à ausência de correlação entre os dados.

Espera-se que os resultados obtidos possam encorajar os governos a executar políticas públicas ancoradas em um planejamento com profundo conhecimento dos diversos processos que compõem as dinâmicas econômica, social e ambiental do Estado do Paraná.

Destaca-se que as ações planejadas por parte do poder público não devam ser apenas um mero sinalizador ou facilitador do espaço privado, servindo tão somente à promoção de um ambiente salutar para pequenas iniciativas, mas deve costurar, em diversas lógicas e escalas, macro decisões estratégicas de forma que articulem e dêem coerência ao processo duradouro de desenvolvimento.

Os resultados auferidos neste estudo visaram, também, fornecer subsídios para a formulação de estratégias de políticas públicas via alocação de recursos direcionados àqueles grupos de municípios caracterizados como mais carentes, bem como, estratégias de mercados, na adoção de estratégias comerciais diferenciadas para cada região do Estado que pode ser tomada de acordo com o processo de segmentação.

O presente trabalho apresenta uma metodologia para classificar os municípios do Estado sob duas perspectivas. Como sugestão para próximos estudos, pode-se buscar entender melhor o perfil dos municípios dentro de cada um dos grupos formados, buscando uma relação com sua criação, suas fontes de riqueza e seu processo de colonização. Da mesma forma, pode-se também, utilizar os novos programas desenvolvidos pelo atual governo do Estado para identificar seus possíveis impactos na área social e econômica de todos os municípios que compõem o Estado.

Por fim, deve-se partir do pressuposto de que a capacidade de inovação desses municípios encontra-se vinculada, efetivamente, à natureza criativa de seus habitantes no que tange à sua capacidade de transformar seus recursos, sejam eles humanos, ambientais, culturais ou artísticos, em produtos ou serviços de atração e de comercialização nos mercados interno ou externo, visando à melhoria da qualidade de vida de seus habitantes.

REFERÊNCIAS

- BERRIGAN, John. **Marketing de Segmentação**. 1ª Edição. São Paulo. Makron Books, 1994.
- BRASIL EM FOCO 2003. Target Marketing. <http://www.targetmark.com.br>.
- BUELL, V. **Marketing Management: A Strategic Planning Approach**. New York: McGraw-Hill, 1984.
- CZINKOTA, M.; KOTABE, M.; MERCER, D. **Marketing Management: Text and Cases**. Oxford: Blackwell, 1997.
- HADDAD, P. R. **Economia regional, teorias e métodos de análise**. Fortaleza: BNB ETENE, 1989.
- HAIR, Joseph. **Análise Multivariada de Dados**. 5ª Edição. Porto Alegre. Bookman, 2005.
- KOTLER. Philip. **Administração de Marketing**. 10ª Edição. São Paulo. Prentice Hall, 2000.
- LAMBIN, J. **Marketing Estratégico**. 4ª ed., Lisboa: McGraw-Hill, 2000.
- LOPES, A. B.; REIS, A. C. F. ABUKAWA, A. O. Aplicação dos 4 P's na Indústria Papeleira: O Caso Brasileiro. **Cadernos de Pesquisa em Administração da USP**. São Paulo, v.1, nº. 2, p. 13-24, 1º sem., 1996.
- MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada**. 3ª Edição. Porto Alegre. Bookman, 2001.
- STANTON, William J. **Fundamentos de Marketing**. São Paulo: Pioneira, 1980.
- TOLEDO, G. L.; GOUVÊA, M. A.; RODRIGUES FILHO, L. N. Segmentação de Mercado: Procedimentos e Técnicas: O Caso de uma Empresa de Serviços. São Paulo: **III Seminário de Administração da USP**, outubro de 1998.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2000. 3ª ed.
- WEINSTEIN, Art. **Segmentação de Mercado**. 1ª Edição. São Paulo. Atlas, 1995.
- WIND, Yoran. Issucs and Advances in Segmentation Research. **Journal of Marketing Research**, 15, August 1978, 317-337.

Apêndice 1: Municípios classificados de acordo com a formação dos clusters

Grupos	Municípios (Região do Estado)
IS => melhor condição social GR => cidade destaque	Araucária (RMC), Curitiba (RMC)
IS => melhor condição social GR => 2ª maior participação	Cascavel (OEP), Foz do Iguaçu (OEP), Londrina (NCP), Maringá (NCP), Ponta Grossa (COR), São José dos Pinhais (RMC)
IS => melhor condição social GR => 3ª maior participação	Apucarana (NCP), Arapongas (NCP), Cambé (NCP), Campo Largo (RMC), Campo Mourão (COC), Cianorte (NOP), Paranaguá (RMC), Paranavaí (NOP), Pato Branco (SUP), Pinhais (RMC), Rio Negro (RMC), Toledo (OEP), Umuarama (NOP)
IS => melhor condição social GR => 4ª maior participação	Cafelândia (OEP), Capanema (SUP), Carambei (COR), Céu Azul (OEP), Colorado (NCP), Dois Vizinhos (SUP), Enéas Marques (SUP), Entre Rios do Oeste (OEP), Ivaté (NOP), Lobato (NCP), Marechal Cândido Rondon (OEP), Mariópolis (SUP), Maripá (OEP), Matelândia (OE), Mauá da Serra (NCP), Medianeira (OEP), Mercedes (OEP), Nova Santa Rosa (OEP), Palotina (OEP), Pato Bragado (OEP), Porto Amazonas (RMC), Pranchita (SUP), Quatro Barras (RMC), Quatro Pontes (OEP), São Carlos do Ivai (NOP), São João (SUP), São Jorge do Ivai (NCP), São Pedro do Ivai (NCP), São Tomé (NOP), Serranópolis do Iguaçu (OEP)
IS => melhor condição social GR => menor participação	Ampére (SUP), Astorga (NCP), Bandeirantes (NPP), Cornélio Procópio (NPP), Francisco Beltrão (SUP), Jacarezinho (NPP), Jandaia do Sul (NCP), Mandaguari (NCP), Paranaity (NOP), Porecatu (NCP), Rolândia (NCP), Santa Fé (NCP), Santa Helena (OEP), Tapejara (NOP), Telêmaco Borba (COR), União da Vitória (SEP)
IS => 2ª posição GR => 3ª maior participação	Colombo (RMC)
IS => 2ª posição GR => 4ª maior participação	Anahy (OEP), Balsa Nova (RMC), Barra do Jacaré (NPP), Boa Esperança do Iguaçu (SUP), Bom Sucesso do Sul (SUP), Cidade Gaucha (NOP), Corbélia (OEP), Cruzeiro do Iguaçu (SUP), Cruzeiro do Sul (NOP), Cruzmaltina (NCP), Douradina (NOP), Fênix (COC), Florai (NCP), Floresta (NCP), Formosa do Oeste (OEP), Guaporema (NOP), Iguaçu (NCP), Indianópolis (NOP), Iracema do Oeste (OEP), Itaipulândia (OEP), Itambé (NCP), Itapejara d'Oeste (SUP), Ivatuba (NCP), Jaguapitã (NCP), Jesuitas (OEP), Juranda (COC), Jussara (NOP), Kaloré (NCP), Miraselva (NCP), Missal (OEP), Nova Aliança do Ivai (NOP), Nova América da Colina (NPP), Nova Aurora (OEP), Nova Prata do Iguaçu (SUP), Novo Itacolomi (NCP), Ourizona (NCP), Ouro Verde do Oeste (OEP), Pitangueiras (NCP), Prado Ferreira (NCP), Primeiro de Maio (NCP), Quarto Centenário (COC), Rancho Alegre D'Oeste (COC), Renascença (SUP), Rondon (NOP), Sabáudia (NCP), Santo Inácio (NCP), São Jorge do Patrocínio (NOP), São Manoel do Paraná (NOP), São Pedro do Iguaçu (OEP), Saudade do Iguaçu (SUP), Sertaneja (NPP), Sertanópolis (NCP), Sulina (SUP), Tamboara (NOP), Terra Roxa (OEP), Tupãssi (OEP), Verê (SUP), Vitorino (SUP)

SEGMENTAÇÃO DE MERCADO: ANÁLISE DO PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS MUNICÍPIOS DO PARANÁ

Sandra Maria da Silva - Wesley Vieira da Silva - Jansen Maia Del Corso - Luiz Carlos Duclós

<p>IS => 2ª posição GR => menor participação</p>	<p>Abatia (NPP), Almirante Tamandaré (RMC), Alto Paraná (NOP), Altonia (NOP), Alvorada do Sul (NCP), Andirá (NPP), Ângulo (NCP), Arapuã (NCP), Araruna (COC), Assai (NPP), Atalaia (NCP), Barracão (SUP), Bela Vista do Paraíso (NCP), Bom Sucesso (NCP), Borrazópolis (NCP), Cafeara (NCP), Califórnia (NCP), Cambará (NPP), Cambira (NCP), Campina Grande do Sul (RMC), Campo Magro (RMC), Centenário do Sul (NCP), Chopinzinho (SUP), Congonhinhas (NPP), Contenda (RMC), Coronel Vivida (SUP), Cruzeiro do Oeste (NOP), Doutor Camargo (NCP), Esperança Nova (NOP), Fazenda Rio Grande (RMC), Florestópolis (NCP), Flórida (NCP), Francisco Alves (NOP), Goioerê (COC), Guaira (OEP), Guairacá (NOP), Guapirama (NPP), Guaraci (NCP), Iporã (NCP), Inajá (NOP), Iporã (NOP), Itauna do Sul (NOP), Janiópolis (COC), Japurá (NOP), Jataizinho (NPP), Joaquim Távora (NPP), Lidianópolis (NCP), Lindoeste (OEP), Loanda (NOP), Lunardelli (NCP), Mandaguacu (NCP), Maria Helena (NOP), Marialva (NCP), Marilena (NOP), Marmeleiro (SUP), Marumbi (NCP), Matinhos (RMC), Mirador (NOP), Munhoz de Melo (NCP), Nossa Senhora das Graças (NCP), Nova Esperança (NCP), Nova Olímpia (NOP), Paicandu (NCP), Paraíso do Norte (NOP), Paranapoema (NOP), Peabiru (COC), Perobal (NOP), Pérola (NOP), Pérola d'Oeste (SUP), Piraquara (RMC), Planaltina do Paraná (NOP), Planalto (SUP), Pontal do Paraná (RMC), Porto Rico (NOP), Presidente Castelo Branco (NCP), Quatiguá (NPP), Rancho Alegre (NPP), Realeza (SUP), Ribeirão Claro (NPP), Rio Bom (NCP), Salgado Filho (SUP), Salto do Lontra (SUP), Santa Cecília do Pavão (NPP), Santa Cruz de Monte Castelo (NOP), Santa Inês (NCP), Santa Isabel do Ivaí (NOP), Santa Izabel do Oeste (SUP), Santa Mariana (NPP), Santa Tereza do Oeste (OEP), Santa Terezinha de Itaipu (OEP), Santo Antonio da Platina (NPP), Santo Antonio do Caiuá (NOP), São João do Caiuá (NOP), São João do Ivaí (NCP), São Jorge d'Oeste (SUP), São José das Palmeiras (OEP), São Pedro do Paraná (NOP), São Sebastião da Amoreira (NPP), Sarandi (NCP), Siqueira Campos (NPP), Tapira (NOP), Terra Boa (COC), Terra Rica (NOP), Tuneiras do Oeste (NOP), Uniflor (NCP), Uraí (NPP), Vila Alta (NOP), Virmond (CSP), Xambrê (NOP).</p>
<p>IS => 3ª posição GR => 3ª maior participação</p>	<p>Guarapuava (CSP), Rio Branco do Sul (RMC)</p>

Grupos	Municípios (Região do Estado)
IS => 3ª posição GR => 4ª maior participação	Arapoti (COR), Assis Chateaubriand (OEP), Boa Esperança (COC), Braganey (OEP), Brasilândia do Sul (NOP), Campo Bonito (OEP), Campo do Tenente (RMC), Capitão Leonidas Marques (OEP), Engenheiro Beltrão (COC), Farol (COC), Guaraniacu (OEP), Iguatu (OEP), Jaguariaiva (COR), Japira (NPP), Lapa (RMC), Leópolis (NPP), Luiziana (COC), Mamborê (COC), Mandirituba (RMC), Mangueirinha (CSP), Marilândia do Sul (NCP), Nova Cantu (COC), Paula Freitas (SEP), Piên (RMC), Pirai do Sul (COR), Quinta do Sol (COC), Santa Lucia (OEP), Santo Antonio do Paraíso (NPP), São Miguel do Iguacu (OEP), Tibagi (COR), Ubitatã (COC), Ventania (COR)
IS => 3ª posição GR => menor participação	Agudos do Sul (RMC), Alto Piquiri (NOP), Amaporã (NOP), Antonina (RMC), Ariranha do Ivaí (NCP), Barbosa Ferraz (COC), Bituruna (SEP), Boa Vista da Aparecida (OEP), Bocaiuva do Sul (RMC), Cafezal do Sul (NOP), Campina da Lagoa (COC), Carlópolis (NPP), Castro (COR), Catanduvas (OEP), Clevelândia (CSP), Conselheiro Mairinck (NPP), Corumbatai do Sul (COC), Curiuva (NPP), Diamante do Norte (NOP), Diamante D'Oeste (OEP), Faxinal (NCP), Figueira (NPP), Foz do Jordão (CSP), General Carneiro (SEP), Grandes Rios (NCP), Guaratuba (RMC), Ibaiti (NPP), Ibema (OEP), Icaraima (NOP), Imbau (COR), Imbituva (SEP), Ipiranga (SEP), Irati (SEP), Iretama (COC), Itaguajé (NCP), Itambaracá (NPP), Itaperucu (RMC), Ivaiporã (NCP), Jaboti (NPP), Jardim Alegre (NCP), Jardim Olinda (NOP), Jundiá do Sul (NPP), Laranjeiras do Sul (CSP), Lupionópolis (NCP), Mallet (SEP), Manoel Ribas (NCP), Mariluz (NOP), Moreira Sales (COC), Morretes (RMC), Nova Esperança do Sudoeste (SUP), Nova Fátima (NPP), Nova Londrina (NOP), Nova Santa Bárbara (NPP), Palmas (CSP), Palmeira (COR), Paulo Frontin (SEP), Pinhalão (NPP), Pitanga (CSP), Porto Vitória (SEP), Quedas do Iguacu (CSP), Querência do Norte (NOP), Quitandinha (RMC), Ramilândia (OEP), Ribeirão do Pinhal (NPP), Roncador (COC), Rosário do Ivaí (NCP), Salto do Itararé (NPP), Santa Amélia (NPP), Santa Monica (NOP), Santana do Itararé (NPP), Santo Antonio do Sudoeste (SUP), São Jerônimo da Serra (NPP), São José da Boa Vista (NPP), São Mateus do Sul (SEP), Sapopema (NPP), Sengés (COR), Tamarana (NCP), Tijucas do Sul (RMC), Tomazina (NPP), Três Barras do Paraná (OEP), Vera Cruz do Oeste (OEP), Wenceslau Braz (NPP)
IS => Pior condição social GR => 4ª maior participação	Antonio Olinto (SEP), Boa Ventura de São Roque (CSP), Candói (CSP), Fernandes Pinheiro (SEP), Flor da Serra do Sul (SUP), Honório Serpa (CSP), Pinhão (CSP), Reserva do Iguacu (CSP), Teixeira Soares (SEP)
IS => Pior condição social GR => menor participação	Adrianópolis (RMC), Altamira do Paraná (COC), Bela Vista da Caroba (SUP), Bom Jesus do Sul (SUP), Campina do Simão (CSP), Cândido de Abreu (NCP), Cantagalo (CSP), Cerro Azul (RMC), Coronel Domingos Soares (CSP), Cruz Machado (SEP), Diamante do Sul (OEP), Doutor Ulysses (RMC), Espigão Alto do Iguacu (CSP), Godoy Moreira (NCP), Goioxim (CSP), Guamiranga (SEP), Guaraquecaba (RMC), Inácio Martins (CSP), Ivaí (SEP), Laranjal (CSP), Manfrinópolis (SUP), Marquinho (CSP), Mato Rico (CSP), Nova Laranjeiras (CSP), Nova Tebas (NCP), Ortigueira (COR), Palmital (CSP), Pinhal de São Bento (SUP), Porto Barreiro (CSP), Prudentópolis (SEP), Prudentópolis (SEP), Rebouças (SEP), Reserva (COR), Rio Azul (SEP), Rio Bonito do Iguacu (CSP), Rio Branco do Ivaí (NCP), São João do Triunfo (SEP), Santa Maria do Oeste (CSP), Tunas do Paraná (RMC), Turvo (CSP)

Notas: Grupos – IS= Indicadores Sociais e GR= Geração de Riquezas. **Regiões do Estado** – RMC= Região Metropolitana de Curitiba; COC= Centro Ocidental Paranaense; COR – Centro Oriental Paranaense; CSP= Centro Sul Paranaense; NOP= Noroeste Paranaense; NCP= Norte Central Paranaense; NPP= Norte Pioneiro Paranaense; OEP= Oeste Paranaense; SEP= Sudeste Paranaense e SUP= Sudoeste Paranaense.

Fonte: Os Autores.

ⁱ Nota: O número absoluto refere-se à quantidade de municípios. Entre parênteses encontram-se os percentuais em relação ao total de municípios do Estado.