



Sistema Federação das Indústrias
do Estado do Paraná
Departamento Econômico



IV Sondagem Industrial

A visão de Líderes
Industriais Paranaenses
1999-2000

Brasil 500 anos



SERVIÇO DE APOIO À PEQUENA
EMPRESA NO PARANÁ

José Carlos Gomes Carvalho

Presidente do Sistema FIEP

Luiz Malucelli Neto

*Diretor Superintendente do
Sistema FIEP*

José Carlos Gomes Carvalho

*Presidente do Conselho Deliberativo do
SEBRAE-PR*

Hélio Cadore

*Diretor Superintendente do
SEBRAE-PR*

Equipe Técnica:

FIEP-DEC

*Federação das Indústrias do Estado do Paraná
Departamento Econômico da FIEP*

Chefe do Departamento:

Maurílio Leopoldo Schmitt - Economista

Técnicos:

Roberto Peredo Zürcher - Economista

Fabio Requião Portugal - Administrador de Empresas

Daniel Maurício Fedato - Economista

Apresentação

A indústria paranaense experimentou, nesta década de noventa que agora se finda, inúmeras transformações estruturais nem sempre visíveis a "olho nu". Foram mudanças silenciosas, abaixo da superfície da terra, acontecidas em um cenário no qual progressivamente se substituiu o Estado pela economia do setor privado como fonte indutora e designadora sobre onde e em que realizar investimentos produtivos.

A Federação das Indústrias do Estado do Paraná, que mensalmente capta indicadores de desempenho conjuntural das unidades fabris aqui instaladas, tem um posto de observação privilegiado para perceber a reestruturação de produção e de mercado do setor secundário. Os novos paradigmas de uma economia crescentemente globalizada impuseram-lhe a busca incessante de aumentos de produtividade, do aprimoramento contínuo dos modelos de gestão dos recursos transformáveis em riqueza e de atualização das técnicas de produção em linha com o estado geral das artes disponíveis mundialmente.

Inobstante as atividades industriais ligadas à agregação de valor das matérias-primas agrícolas produzidas em nosso Estado ainda deterem expressiva significação e sem detrimento de sua potencial expansão, verificou-se neste período dos anos noventa alteração substantiva no perfil do parque industrial paranaense, a ele se incorporando ramos mais densos em capital e aportadores de amplo conteúdo tecnológico e de empregos de boa qualidade.

Se, em retrospectiva, é possível olhar o ambiente econômico-industrial do Paraná com as luzes dos sinais qualitativos e quantitativos sistematicamente assim coligidos pelo Sistema FIEP, é necessário também vislumbrar o horizonte próximo, com todo o seu contorno delineado pela expressão dos sentimentos em relação ao futuro manifestados pelos empresários industriais. Daí a realização de mais uma rodada de pesquisa, cujo resultado vem descrito sumariamente em mais esta "*Sondagem Industrial IV - A Visão dos Líderes Industriais Paranaenses, 1999-2000*".

Faz-se novamente o alerta de que a sondagem é apenas indiciadora das opiniões dos empresários entrevistados, colecionadas a partir de blocos de temas com respostas diretas e objetivas. Exatamente a esses empresários se manifestam agradecimentos pela solicitude com que se dignaram a preencher e a fazer retornado o questionário da pesquisa.

Também e outra vez se assinala estarem os dados da sondagem meramente tabulados e, como nas versões pretéritas, dela são abstraídas quaisquer considerações ou juízos de valor, à exceção de comparações que são processadas com aqueles obtidos na pesquisa imediatamente anterior, quando relevantes. Apenas um registro necessário: continuam a prevalecer, dentre os óbices para competir, quer no mercado doméstico e (ou) no internacional, a elevada carga tributária e os excessivos encargos sociais.

Como sempre, é de se esperar que os resultados da sondagem, por refletirem a média do pensamento dos industriais paranaenses sobre as questões suscitadas, possam servir de baliza - desde que mantidas as condições objetivas presentes quanto à operação da economia - a todos aqueles que, na seara pública e (ou) privada, têm o desafio de decidir sobre como encaminhar, com adequação, as tarefas promotoras de nosso desenvolvimento social e econômico.

Releva-se, por derradeiro, que este trabalho é fruto de convênio celebrado pelo Sistema FIEP com o SEBRAE (PR) - Serviço de Apoio à Pequena Empresa no Paraná.

METODOLOGIA

Esta Sondagem Industrial 1999/2000 contou com a participação de 201 empresas industriais paranaenses de todas as regiões do Estado e de todos os tamanhos. Foram enviados aproximadamente 2.500 formulários para empresas selecionadas aleatoriamente dentre os constantes do Cadastro Industrial/FIEP. Destes, 57 retornaram por elas não existirem mais no endereço indicado e 201 retornaram completamente preenchidos. O retorno efetivo fornece, sob a ótica estatística, uma representatividade da amostra de 100% de confiabilidade à sondagem para uma margem de erro pré estipulado de 10%. O número de funcionários englobado por estas 201 empresas é de aproximadamente 57.000, ou seja, quase um sexto do total do número de empregados na indústria paranaense.

O questionário englobou cinco áreas de interesse: Assuntos Internacionais; Produtividade; Competitividade; Estratégias de Venda e de Compra; Qualidade e Infra-estrutura; sendo a maior parte das 32 questões formuladas em perguntas fechadas.

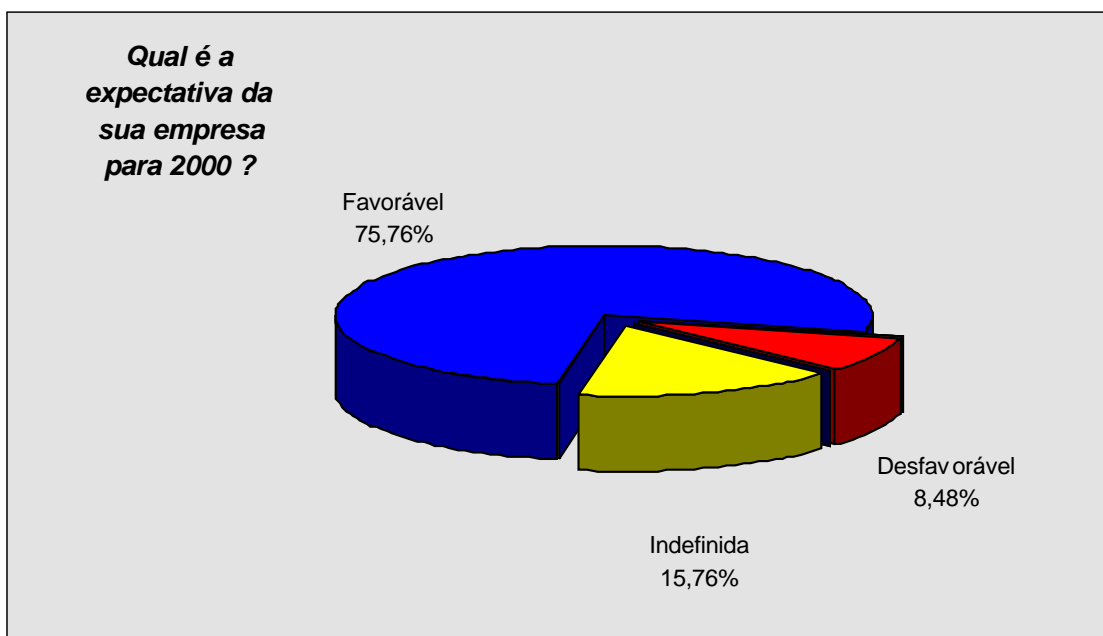
Vários quesitos permitiam mais de uma alternativa como resposta. Nestas situações a soma dos percentuais das respostas ultrapassa a 100% em alguns casos.

SUMÁRIO

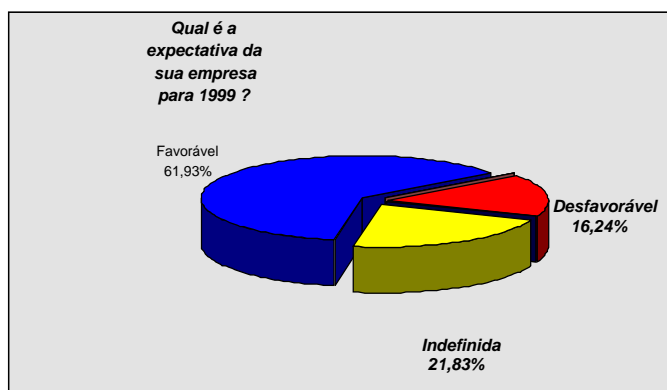
Apresentação	ii
Metodologia	iii
Sumário	iv
Expectativas para 2000	1
Entre os otimistas	2
Entre os pessimistas	3
Para onde irão os investimentos?	4
Origem dos recursos para investimentos em 2000	5
Produtividade	6
Modernização tecnológica	7
Técnicas gerenciais utilizadas nas empresas paranaenses.....	8
A situação em relação a qualidade	9
Certificados de qualidade	10
Competitividade	11
Concorrência interna	12
Divulgação das informações dentro da empresa.....	13
Competitividade internacional e "custo brasil"	14
Comércio internacional.....	15
Utilização de internet.....	16
Infra-estrutura.....	17
Localização	18
Vantagens do paraná em relação aos outros estados do país.....	19
Desvantagens do paraná em relação aos outros estados do país	20
Estratégias das empresas em relação aos seus fornecedores.....	21
Estratégias das empresas em relação a compras	22
Estratégias de vendas das empresas	23
O estágio tecnológico das empresas paranaenses em nível nacional.....	24
Políticas tecnológicas das empresas paranaenses.....	25
Formação de pessoal nas empresas paranaenses	26
Horas de treinamento médio por funcionário/ano das empresas paranaenses	27
Formas de treinamento utilizadas pelas empresas paranaenses.....	28
Política de disseminação de conhecimento.....	29
Classes preponderantes de consumidores dos produtos paranaenses.....	30
Estratégias das empresas em relação  concorrência nacional e internacional	31
Política de pessoal das empresas paranaenses nos momentos de baixa produção.....	32

EXPECTATIVAS PARA 2000

O Empresariado Industrial Paranaense opinou positivamente sobre o ano de 2000. 75,76% deles estão otimistas, 15,76% estão indefinidos e 8,48% pessimistas.



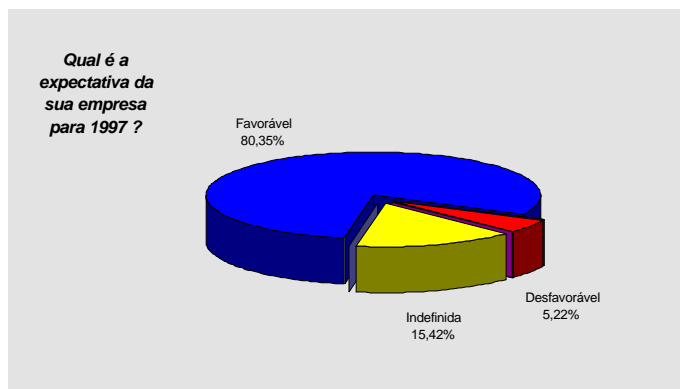
"Em 1999 eram 61,93%."



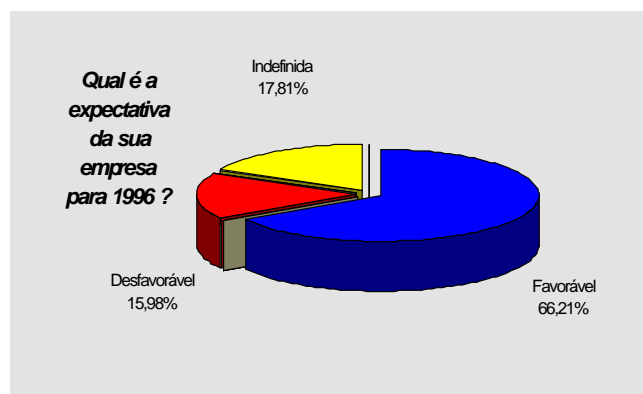
"75,76% dos empresários têm expectativas favoráveis para o ano 2000."

Os números são menos favoráveis do que os registrados em 1997 e mais otimistas do que 1996 e em 1999.

"Em 1997 eram 80,35%."



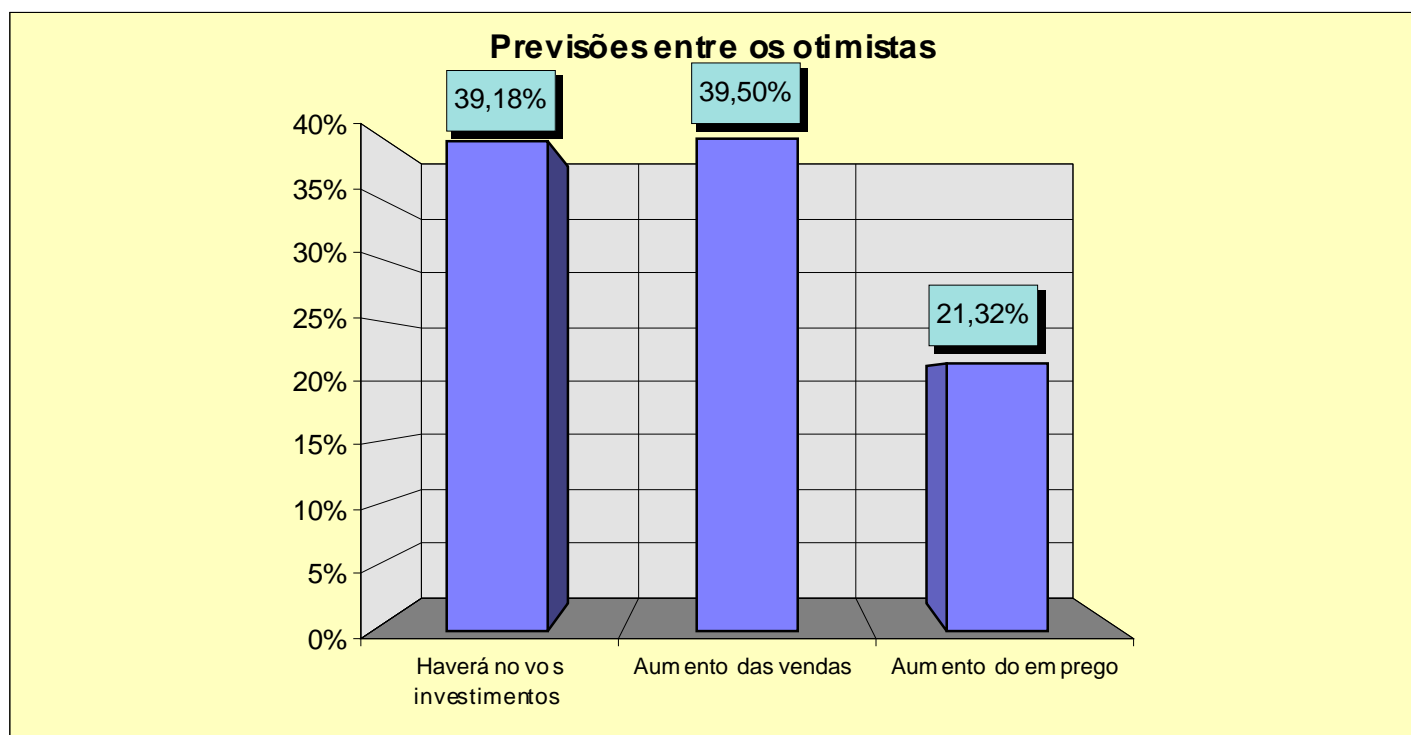
"Em 1996 eram 66,21%."



ENTRE OS OTIMISTAS

Aqueles que têm expectativa favorável para 2000 indicam que ocorrerão novos investimentos (39,18%), aumento das vendas (39,50%) e aumento do emprego (21,32%).

Quanto ao nível de emprego, os empresários demonstram-se mais céticos. Como podemos notar no gráfico, o item aumento do emprego corresponde à metade dos outros itens. Estes resultados levam a crer na continuidade do processo de transformação estrutural da indústria, inserindo-se em novos padrões tecnológicos e em uma cultura de competitividade crescente.

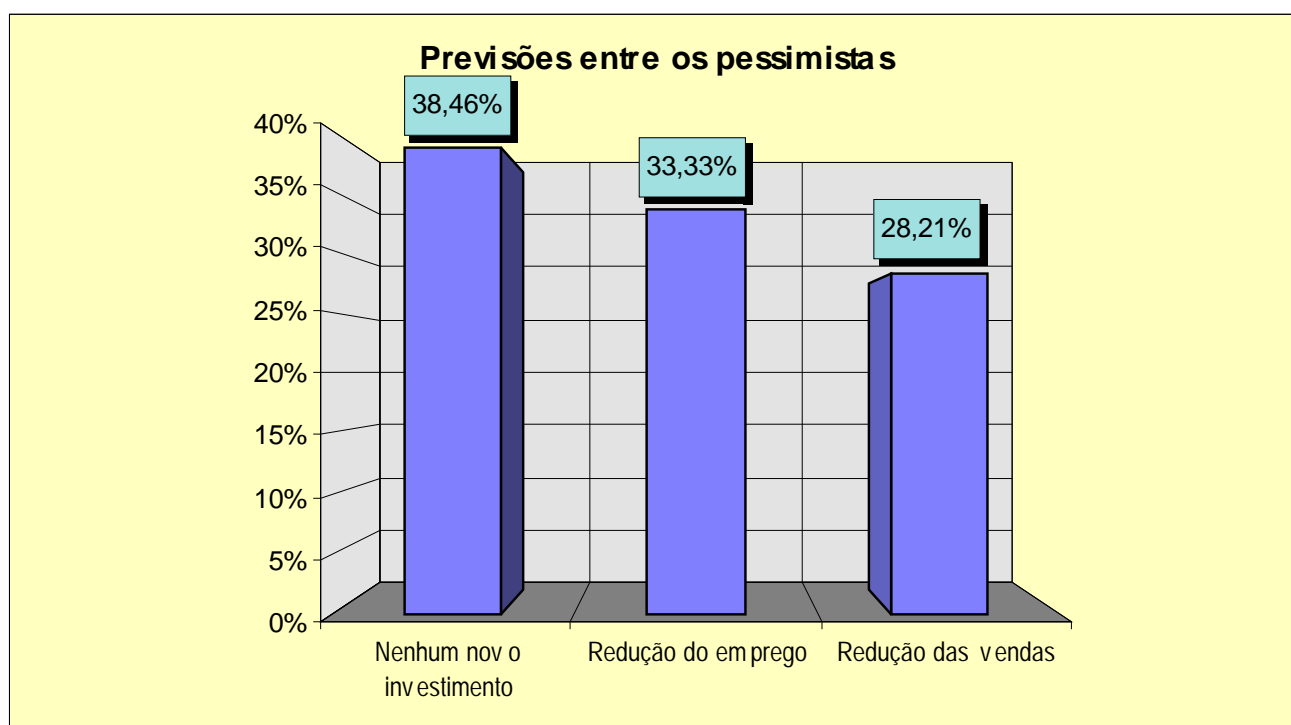


"39,18% dos empresários farão novos investimentos em 2000."

"Apenas 21,32% crêem em aumento do nível de emprego."

ENTRE OS PESSIMISTAS

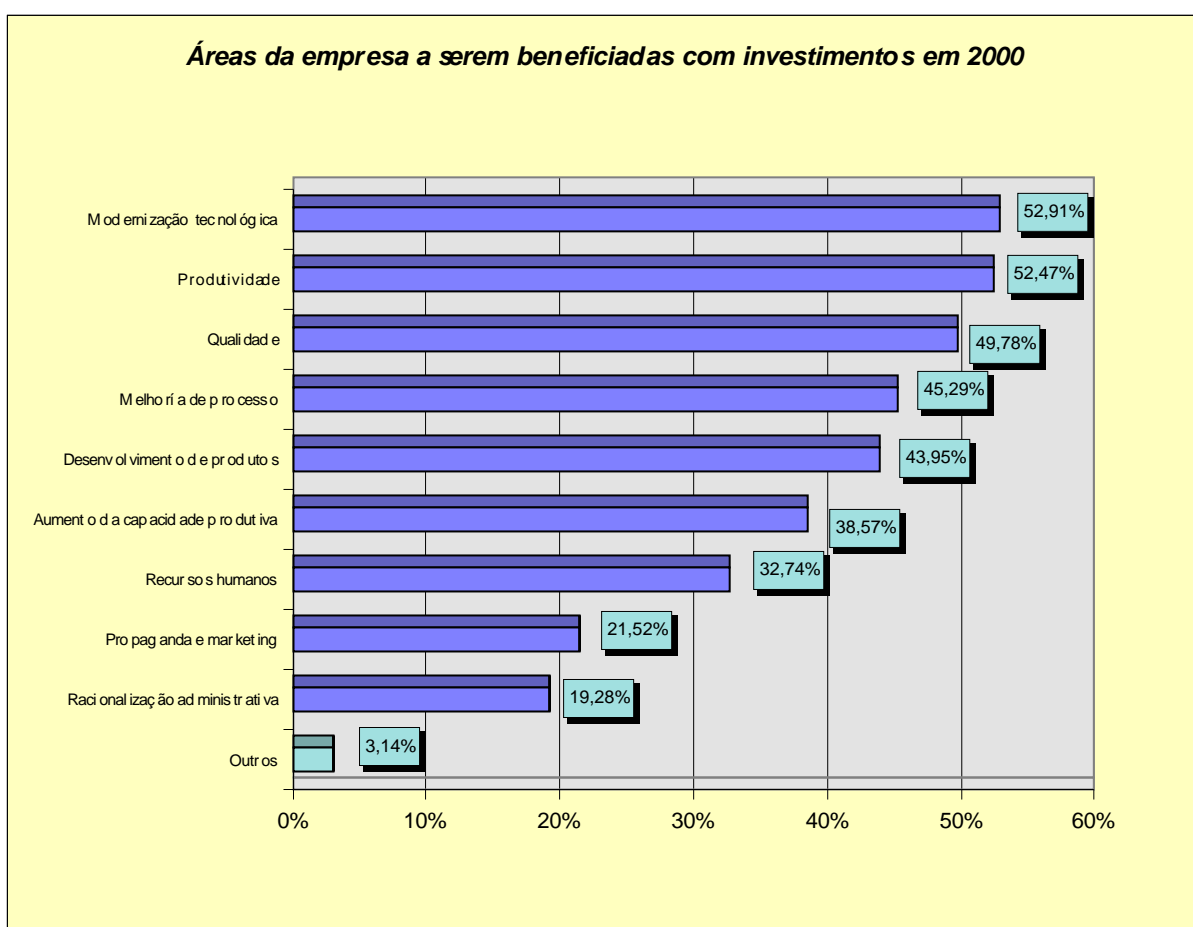
Naqueles que apontaram uma expectativa desfavorável para o ano 2000, têm-se respostas sem grandes surpresas. Indicam principalmente a ausência de novos investimentos (38,46%), redução do emprego (33,33%) e das vendas (28,21%).



"Entre os empresários pessimistas (que são 8,48%), 38,46% não farão nenhum novo investimento em 2000."

PARA ONDE IRÃO OS INVESTIMENTOS ?

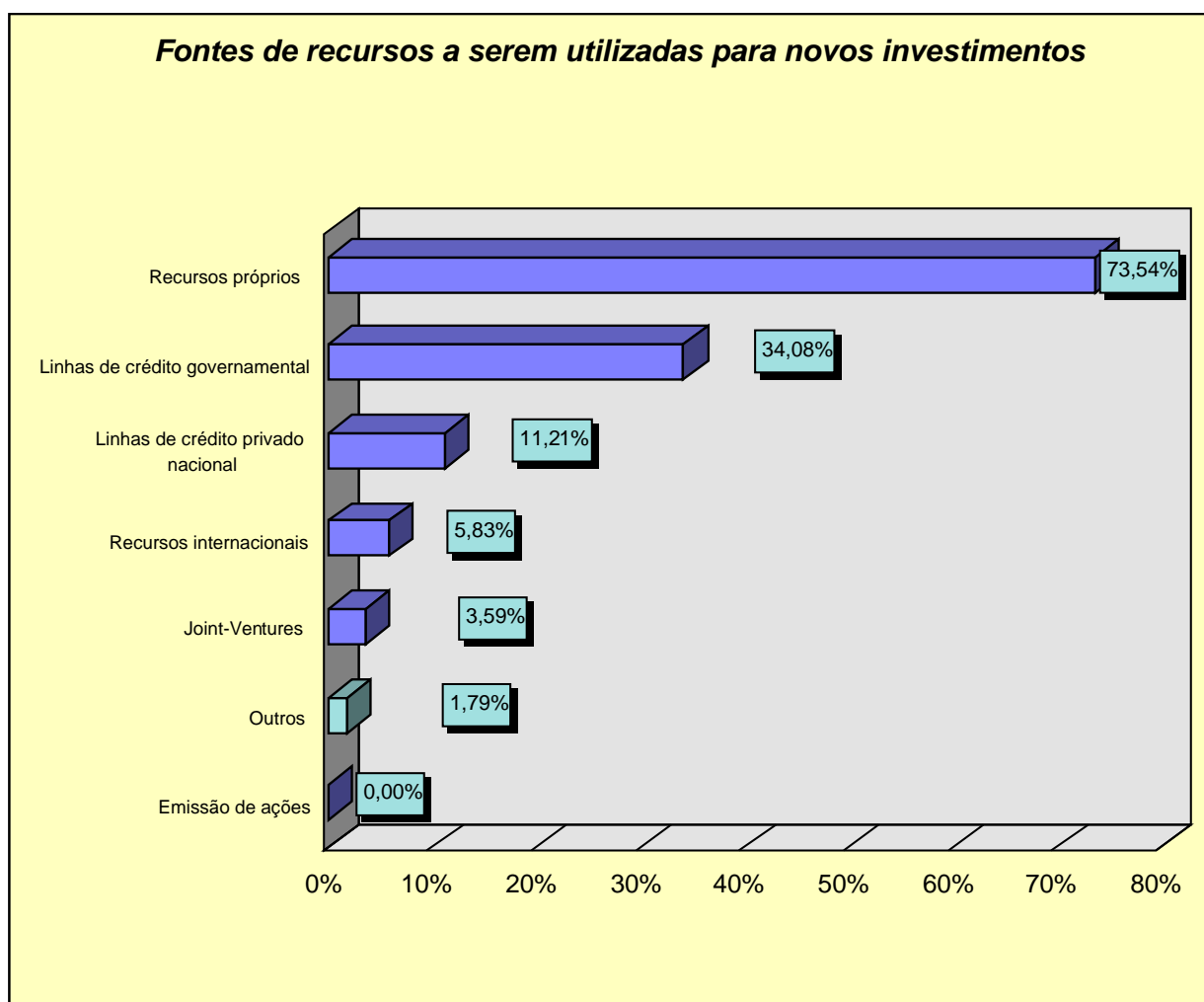
Os investimentos a serem realizados pelas empresas paranaenses se destinam a várias áreas. Os investimentos serão destinados à 'Modernização Tecnológica' (52,91%); 'Produtividade' (52,47%); 'Qualidade' (49,78%), 'Melhoria de Processo' (45,29%); 'Desenvolvimento de Produtos' (43,95%); 'Aumento da Capacidade Produtiva' (38,57%); 'Recursos Humanos' (32,74%); 'Propaganda e Marketing' (21,52%) e 'Racionalização Administrativa' (19,28%).



"52,91% dos empresários investirão em modernização tecnológica e produtividade."

ORIGEM DOS RECURSOS PARA INVESTIMENTOS EM 2000

As fontes dos novos investimentos, em termos de número de respostas dos empresários, se concentram principalmente em: Recursos Próprios (73,54%), Linhas de Crédito Governamental (34,08%), Linhas de Crédito Privado Nacional (11,21%), Recursos Internacionais (5,83%) e Joint-Ventures (3,59%).

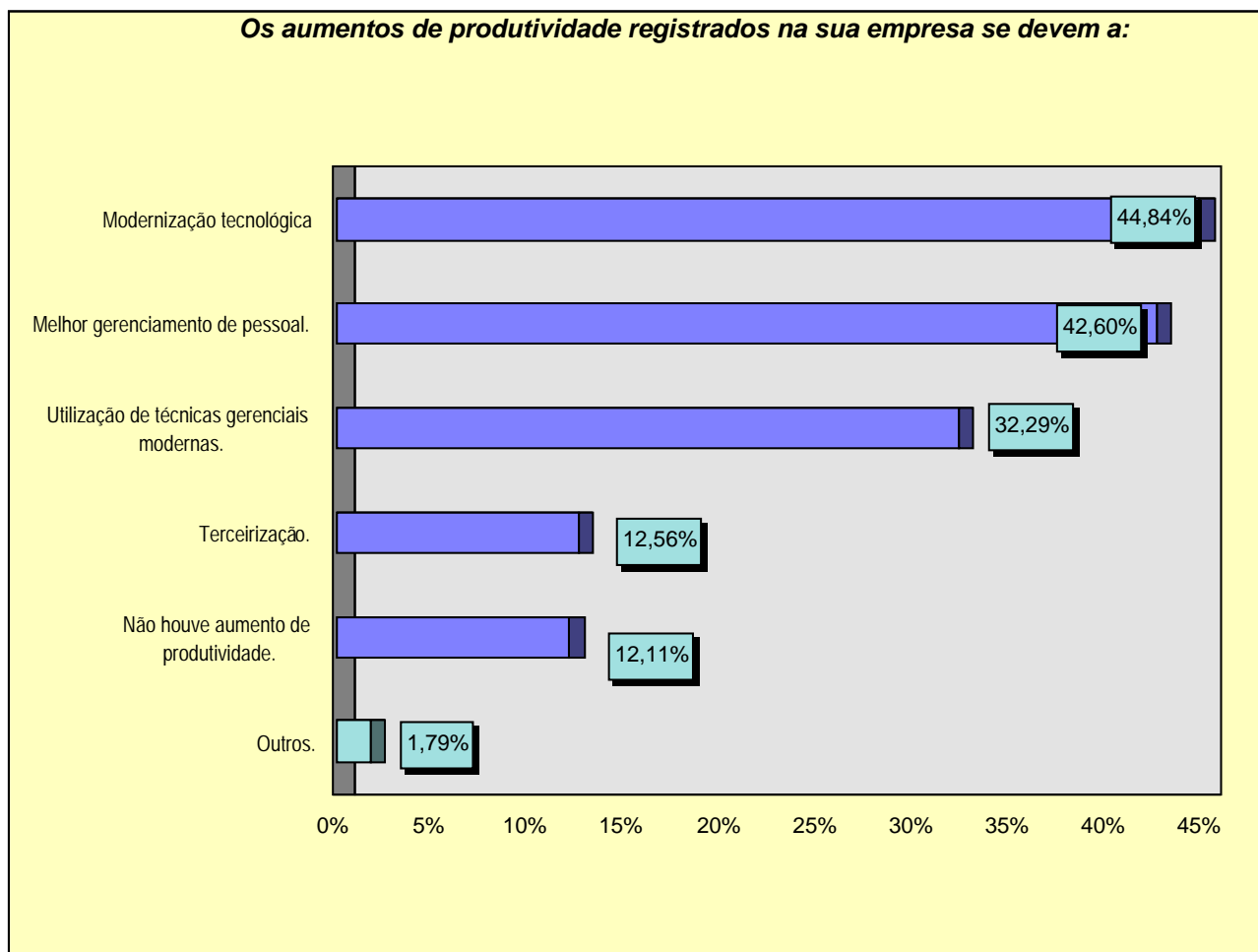


"73,54% dos empresários paranaenses investirão com recursos próprios em 2000."

PRODUTIVIDADE

Apenas 12,11% dos empresários paranaenses não registraram aumentos de produtividade em 1999. Em 1998 foram 11,66%, em 1996, foram 13,83% e em 1995 este número foi de 23,49%..

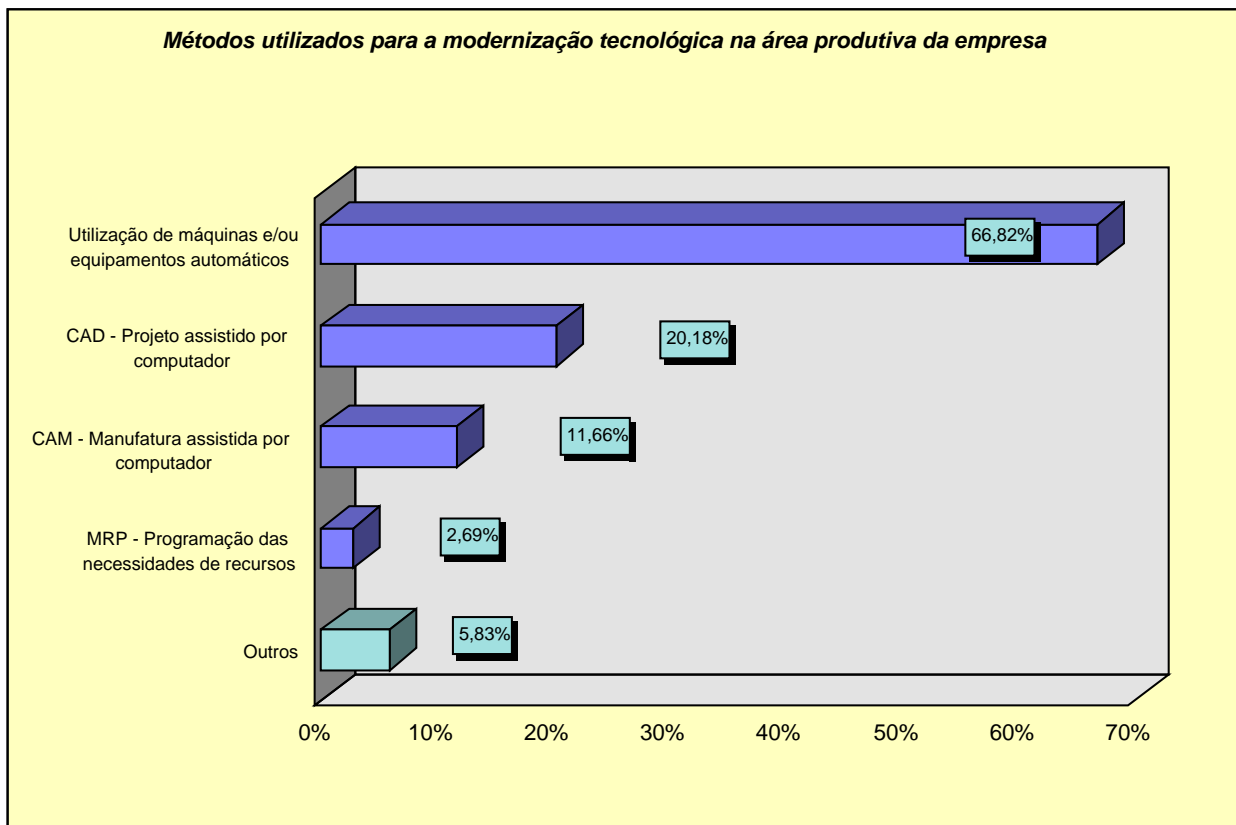
Já os que tiveram aumentos de produtividade apontaram que ela deriva de: Modernização Tecnológica (44,84%); Melhor Gerenciamento de Pessoal (42,60%), Utilização de Técnicas Gerenciais Modernas (32,29%); Terceirização (12,56%); e outros fatores (1,79%).



"A modernização tecnológica (44,84%) e o melhor gerenciamento de pessoal (42,60%) foram os principais responsáveis pelos aumentos de produtividade ."

MODERNIZAÇÃO TECNOLÓGICA

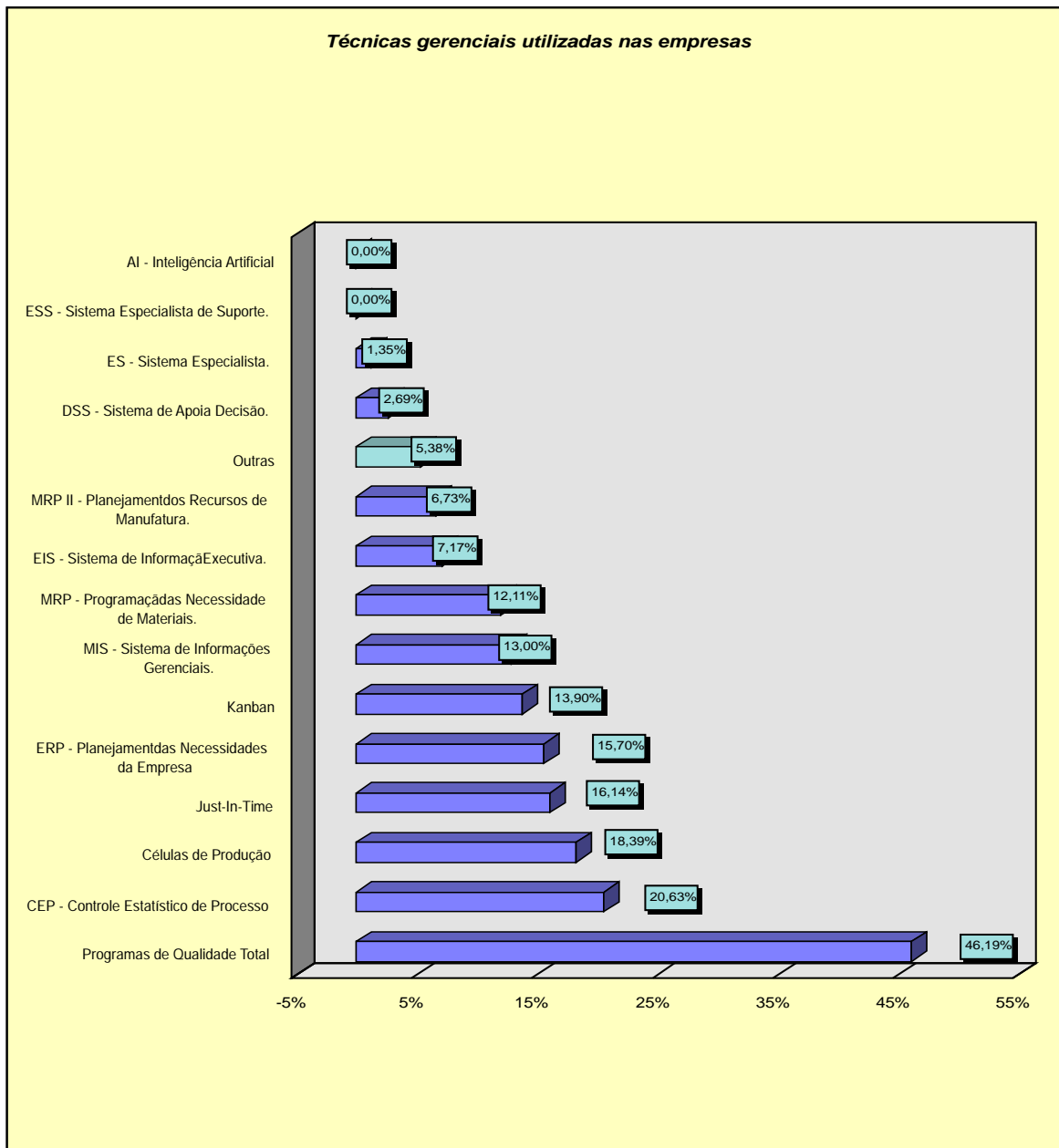
66,82% dos empresários parananenses utilizaram máquinas e(ou) equipamentos automáticos na modernização tecnológica da empresa; 20,18%, CAD (projeto assistido por computador); 11,66%, CAM (manufatura assistida por computador); 2,69% utilizaram o MRP (programação das necessidades de recursos); e 5,83% utilizaram outros métodos.



"A utilização de máquinas e(ou) equipamentos automáticos para a modernização tecnológica foram citados por 66,82% dos entrevistados."

TÉCNICAS GERENCIAIS UTILIZADAS NAS EMPRESAS PARANAENSES

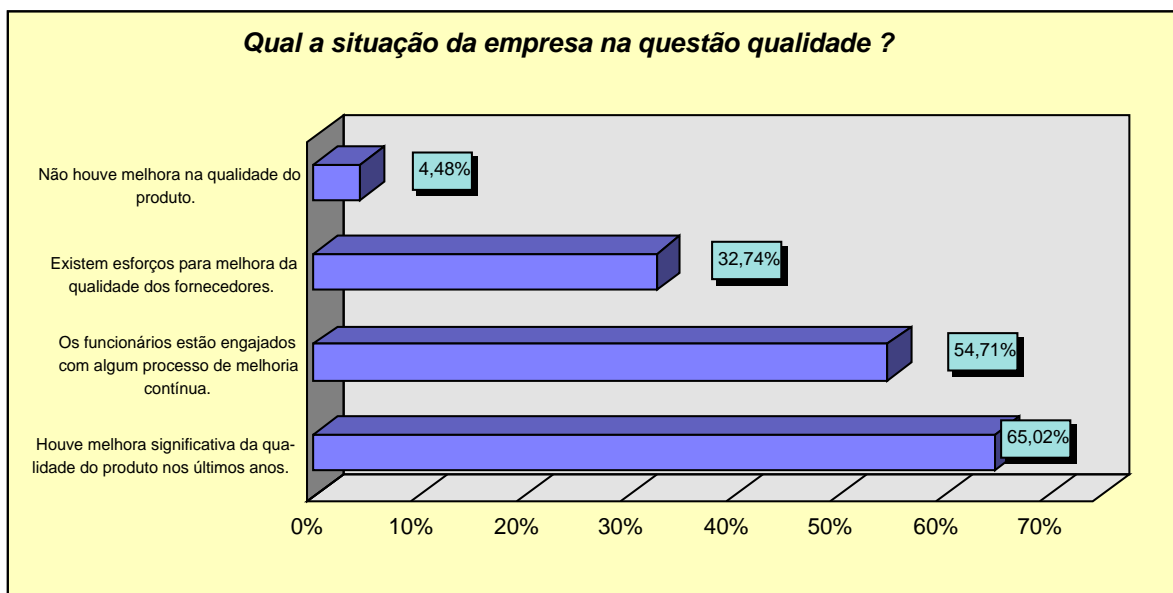
Entre as mais citadas técnicas gerenciais utilizadas nas empresas industriais paranaenses em 1999: 46,19% apontaram os programas de qualidade; 20,63%, o CEP (Controle Estatístico de Processo); 18,39%, as células de produção; 16,14%, Just-In-Time; 15,70%, ERP (Planejamento das Necessidades da Empresa); e 13,90%, Kanban.



"46,19% apontaram os Programas de Qualidade Total como principal técnica gerencial utilizada."

A SITUAÇÃO EM RELAÇÃO À QUALIDADE

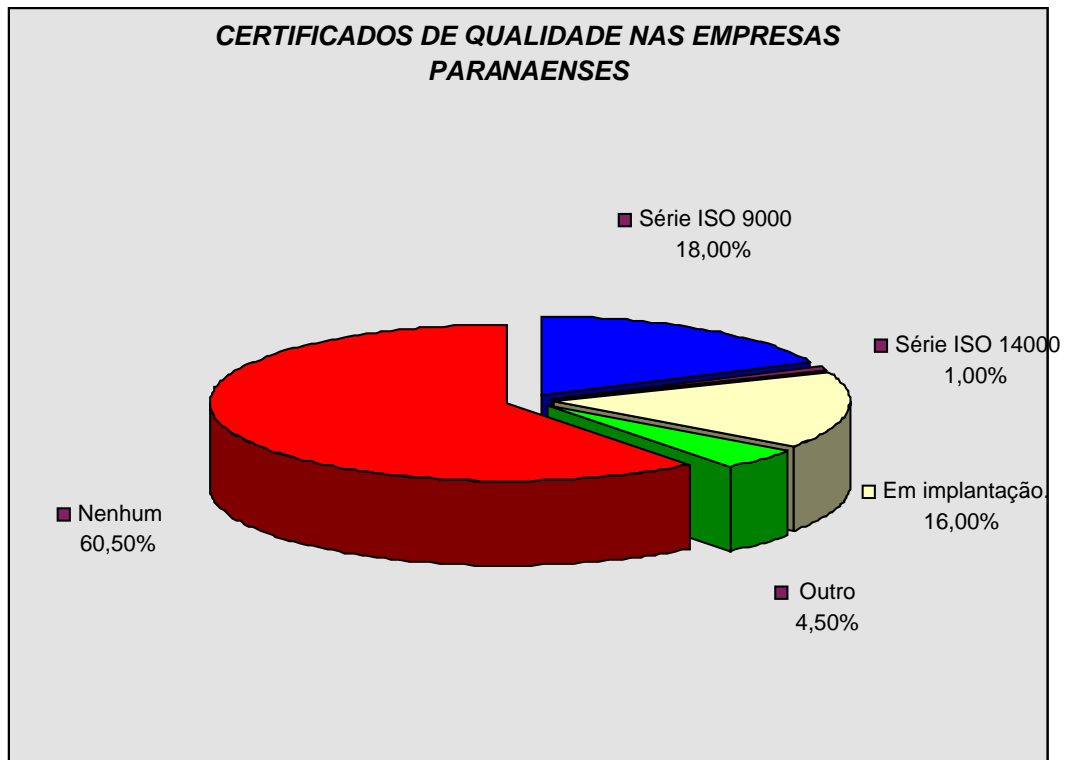
Sendo o Programa de Qualidade Total a principal técnica gerencial utilizada, 65,02% dos empresários apontaram melhoria significativa da qualidade do produto; 54,71% informaram que os funcionários estão engajados com algum processo de melhoria; 32,74% dizem que existem esforços para melhorar a qualidade dos fornecedores; e apenas 4,48% afirmam não ter tido melhoria na qualidade do produto.



"65,02% apontaram melhorias significativas na qualidade dos produtos."

CERTIFICADOS DE QUALIDADE

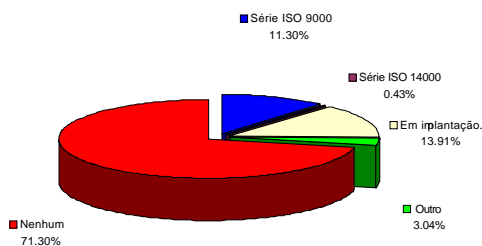
60,50% dos entrevistados ainda não possuem nenhum certificado de qualidade; 16,00% estão em implantação; apenas 18,00% (em 1998 eram 11,30%, em 1996 eram 8,09% e em 1995 eram 5%) têm ISO 9000; 1,00% têm ISO 14000 e 4,50% têm outros certificados.



"60,50% dos entrevistados não possuem nenhum certificado de qualidade."

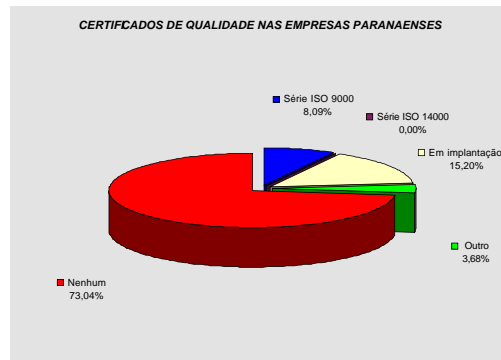
A situação em 1998.

CERTIFICADOS DE QUALIDADE NAS EMPRESAS PARANAENSES



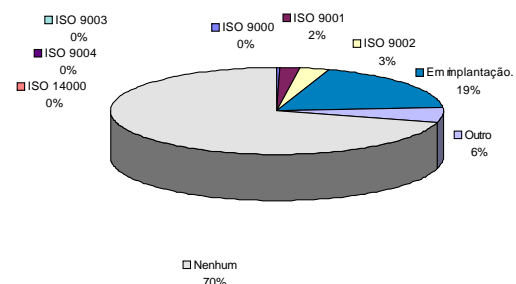
A situação em 1996.

CERTIFICADOS DE QUALIDADE NAS EMPRESAS PARANAENSES



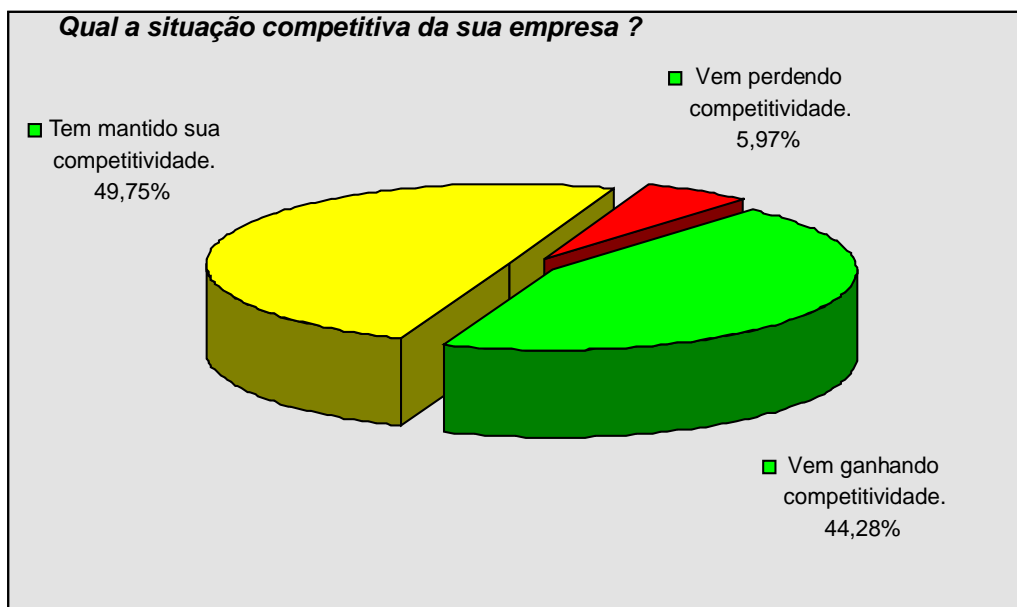
A situação em 1995.

CERTIFICADOS DE QUALIDADE NAS EMPRESAS PARANAENSES

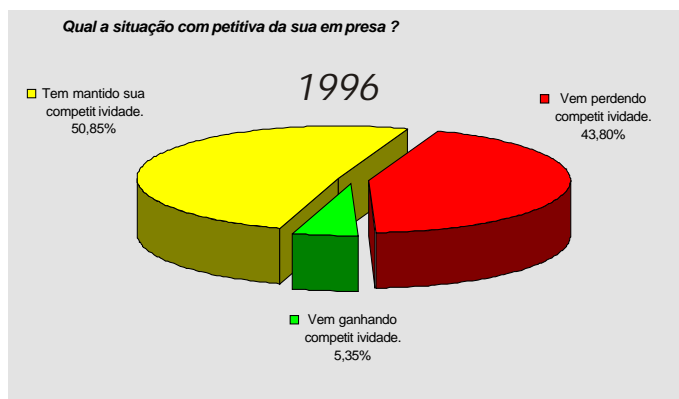
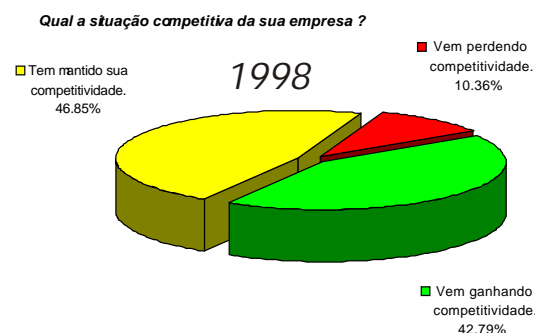


COMPETITIVIDADE

49,75% dos entrevistados afirmam que mantiveram a sua competitividade; 44,28% ganharam competitividade e 5,97% perderam competitividade em 1999. Em relação a 1996, os números inverteram-se: apenas 5,35% ganharam competitividade e 43,80 perderam competitividade.

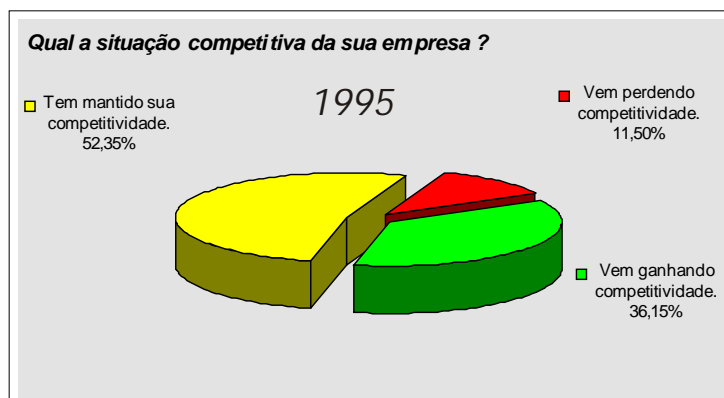


"A metade (46,85%) dos empresários afirma ter mantido a competitividade em 1998 ."



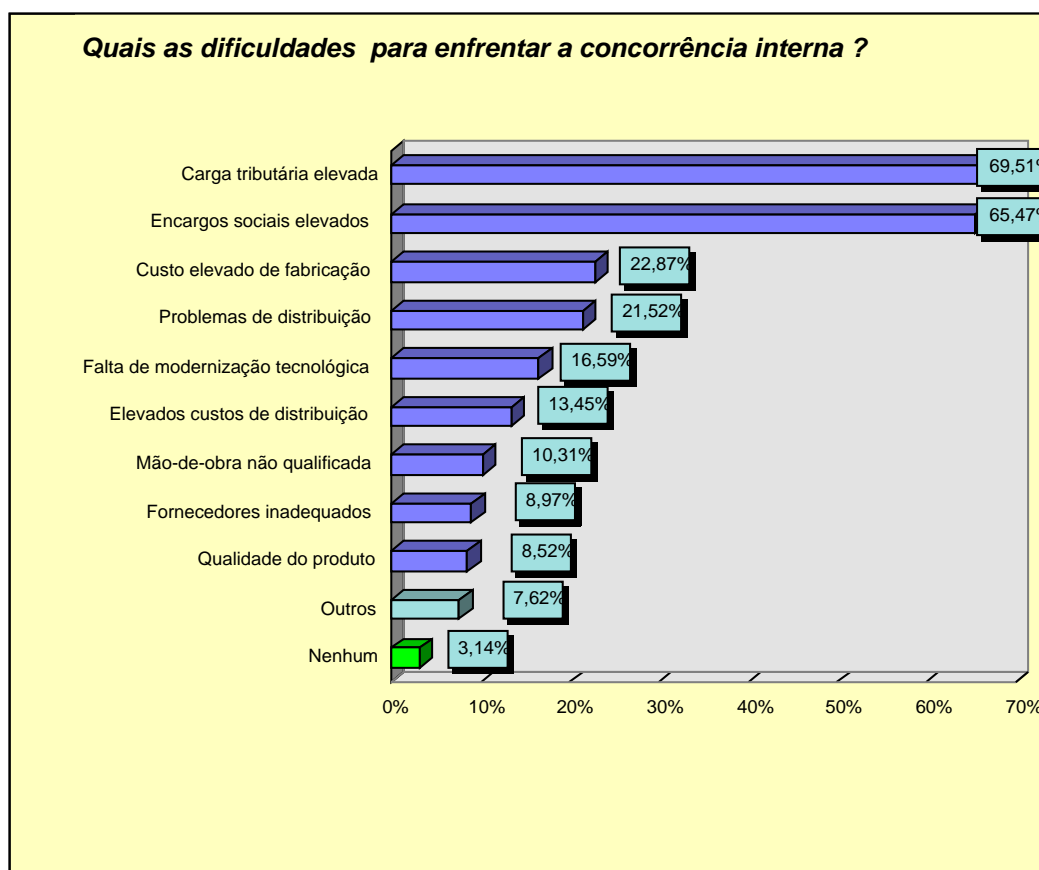
"Em 1996, a situação era um pouco diferente"

"Em 1995, a situação era mais parecida com a atual"



CONCORRÊNCIA INTERNA

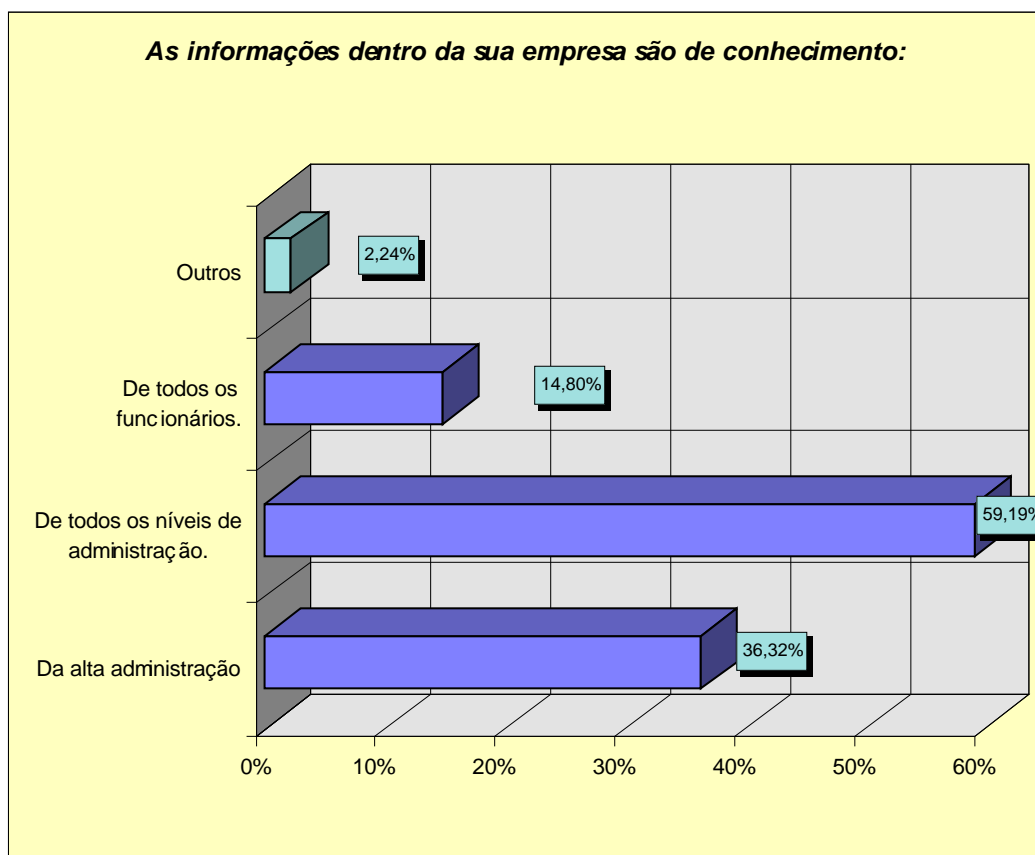
Apesar dos ganhos de produtividade que vêm obtendo, o empresariado paranaense aponta vários empecilhos para enfrentar a concorrência interna. Entre as possibilidades de resposta existem dois grandes grupos, os externos e os internos em relação à empresa. Entre os externos à empresa (que são também os maiores), temos a 'Carga Tributária Elevada' com 69,51% e os 'Encargos Sociais Elevados' com 66,47%. Entre os internos à empresa, os mais citados são: 'custo elevado de fabricação' (22,87%); 'problemas de distribuição' (21,52%); 'falta de modernização tecnológica' (16,59%); elevados custos de distribuição (13,45%); 'mão-de-obra não qualificada' (10,31%); 'fornecedores inadequados' (8,97%); e 'qualidade do produto' (8,52%).



"Itens do custo Brasil, como Carga Tributária Elevada (69,51%) e Encargos Sociais Elevados (65,47%) são apontados como os vilões para enfrentar a concorrência ."

DIVULGAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DENTRO DA EMPRESA

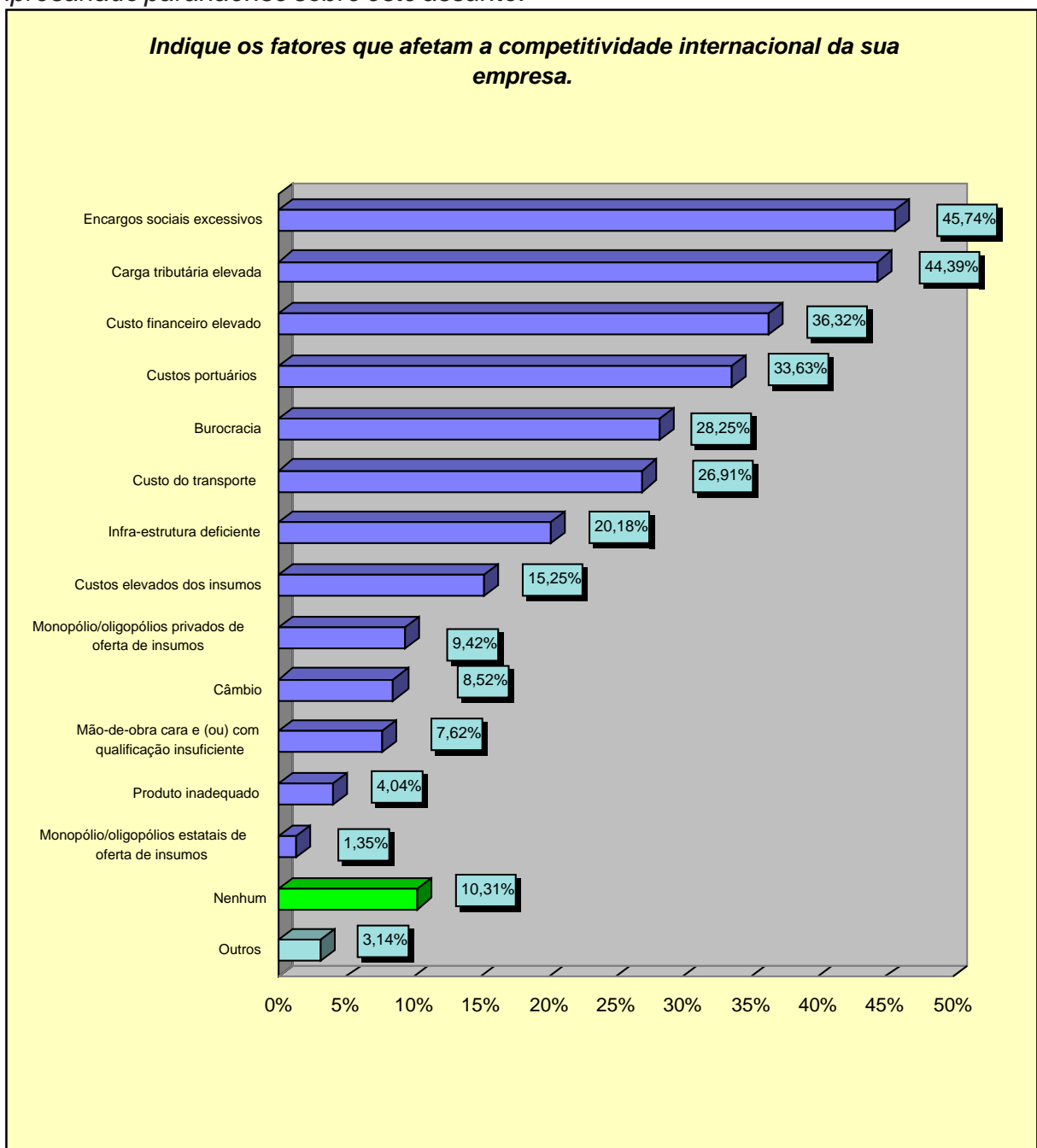
Das empresas participantes, 36,32% disponibilizam as informações para a 'alta administração', 59,19% para 'todos os níveis administrativos', e, 14,80% para 'todos os funcionários'.



"59,19% das empresas disseminam informações para 'todos os níveis administrativos'."

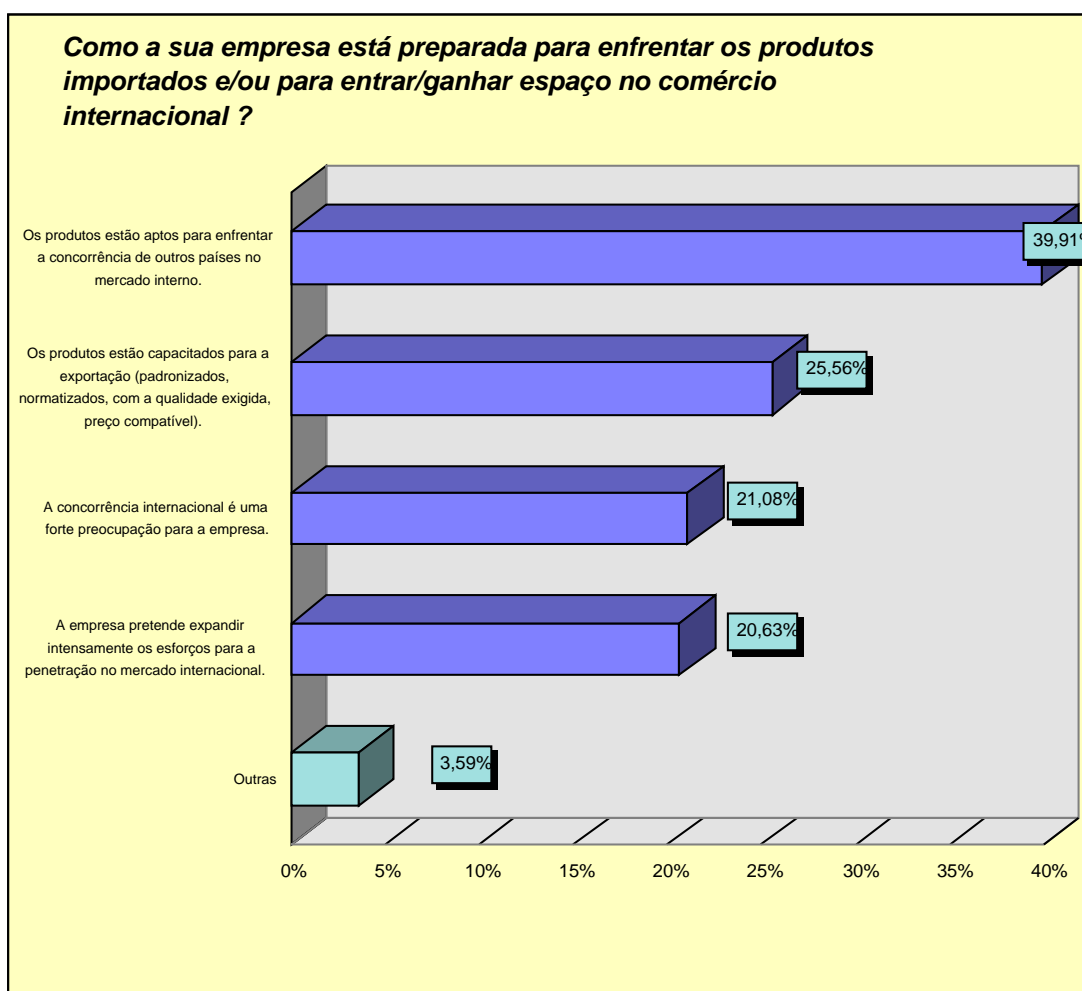
COMPETITIVIDADE INTERNACIONAL E 'CUSTO BRASIL'

O empresariado paranaense opinou de forma muito clara sobre os itens que afetam negativamente a competitividade internacional das suas empresas. Apenas 10,31% (em 1998 eram 9,87%, em 1996 eram 15,29% e em 1995 eram 10,93%) afirmaram não ter nenhuma dificuldade externa à empresa neste sentido. A grande maioria opinou e ressaltou que os encargos sociais e a carga tributária elevada reduzem a competitividade das empresas. Por outro lado, foram indicados problemas estruturais da economia brasileira como responsáveis pela dificuldade de concorrência internacional. O gráfico abaixo mostra especificamente a opinião do empresariado paranaense sobre este assunto.



COMÉRCIO INTERNACIONAL

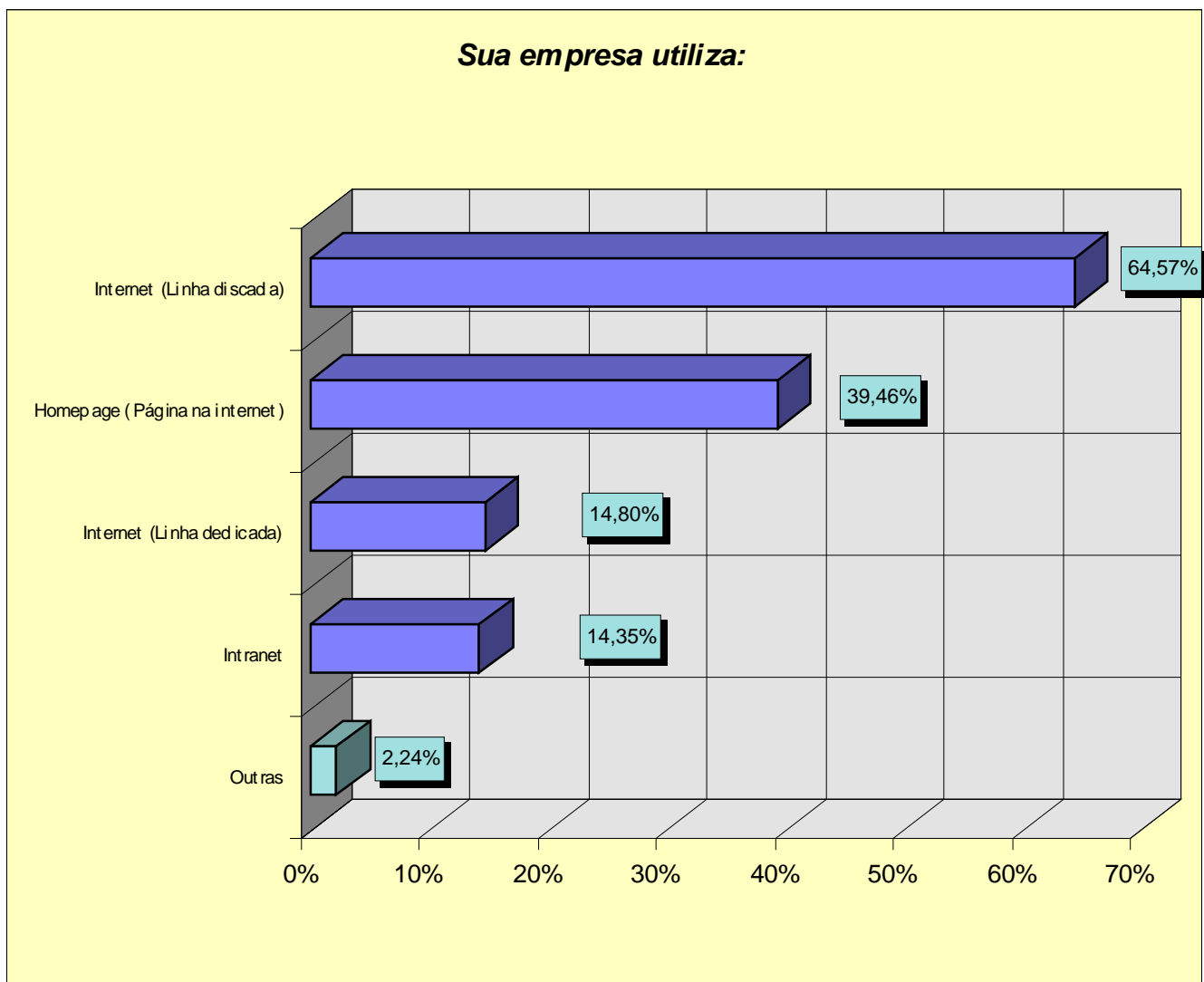
39,91% das empresas têm produtos aptos para concorrer internamente com produtos importados e 25,56% estão capacitados para oferecer produtos consumíveis no exterior. Dizem também as empresas paranaenses estarem fortemente preocupadas com o mercado internacional (21,08%) e 20,63% pretendem expandir intensamente os esforços para a penetração no mercado internacional.



"39,91% das empresas têm produtos aptos para concorrer internamente com produtos importados"

UTILIZAÇÃO DE INTERNET

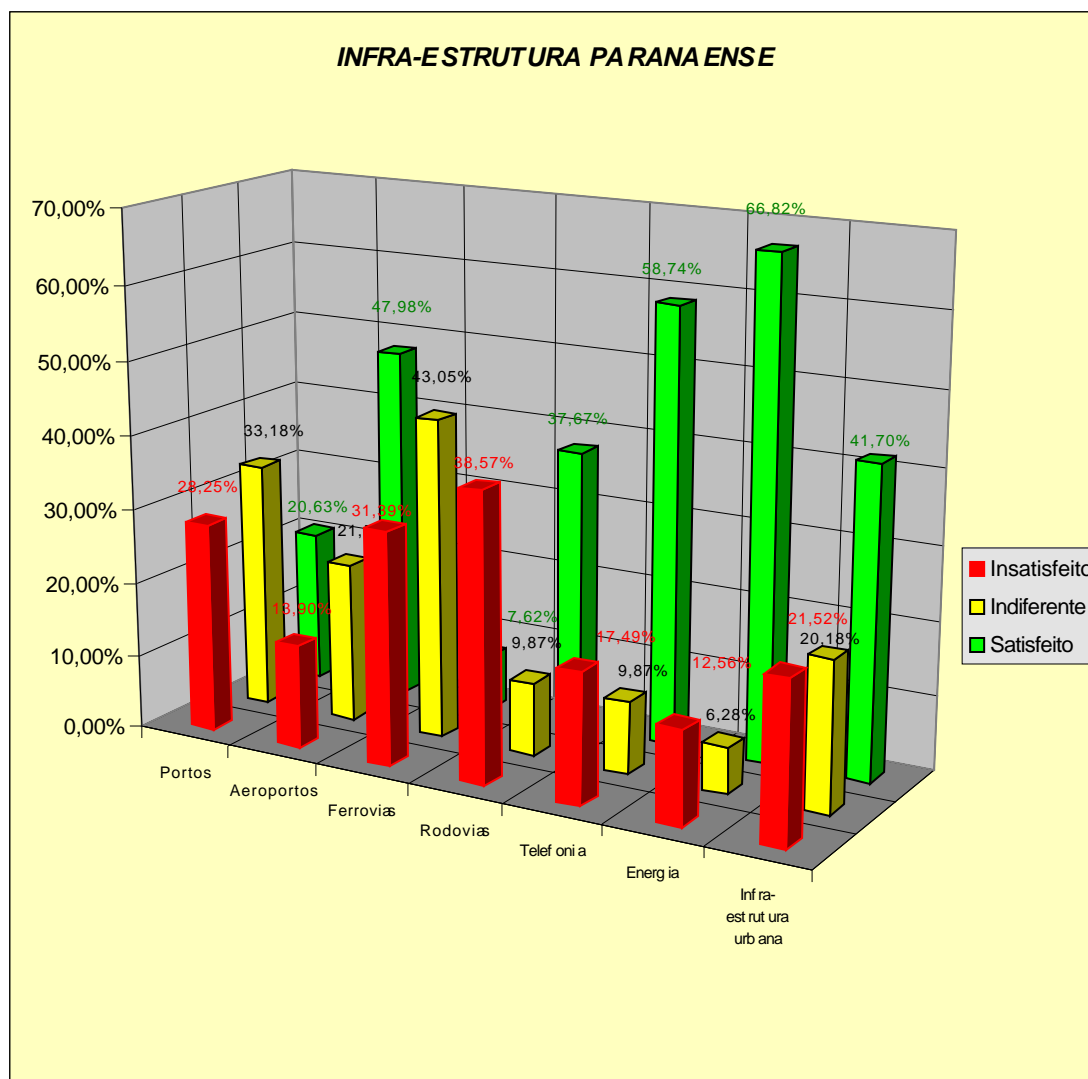
64,57% das empresas industriais paranaenses utilizam internet linha discada, 39,46% têm sua homepage, 14,80% possuem internet linha dedicada e 14,35% intranet.



"39,46% das empresas têm página na Internet."

INFRA-ESTRUTURA

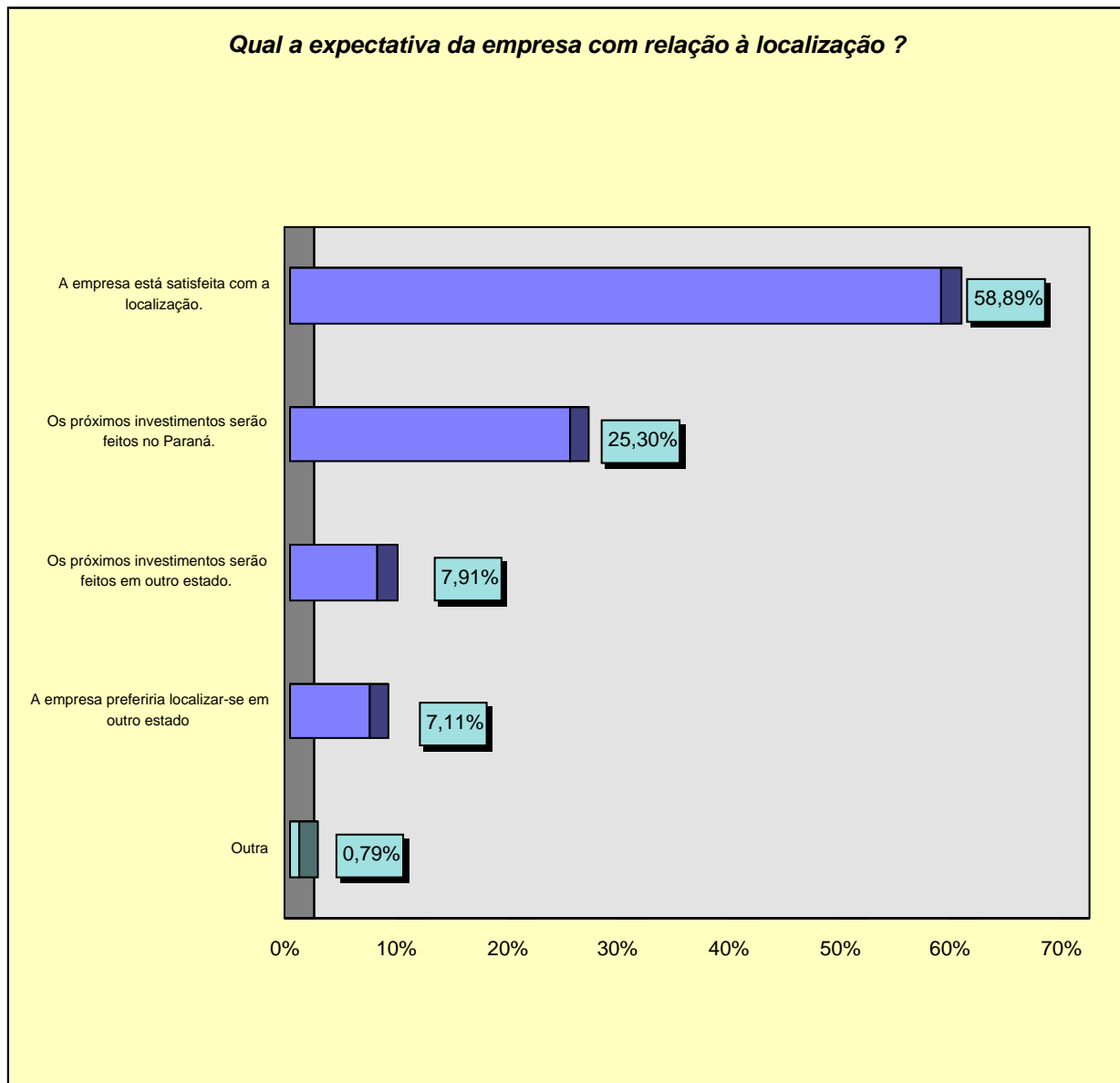
Com exceção dos Portos, das Ferrovias e das Rodovias, a grande maioria dos industriais paranaenses está satisfeita com a infra-estrutura do Estado.



"Com exceção das ferrovias, dos portos e das rodovias, mais da metade dos empresários se considera satisfeita com os outros itens de infra-estrutura paranaense."

LOCALIZAÇÃO

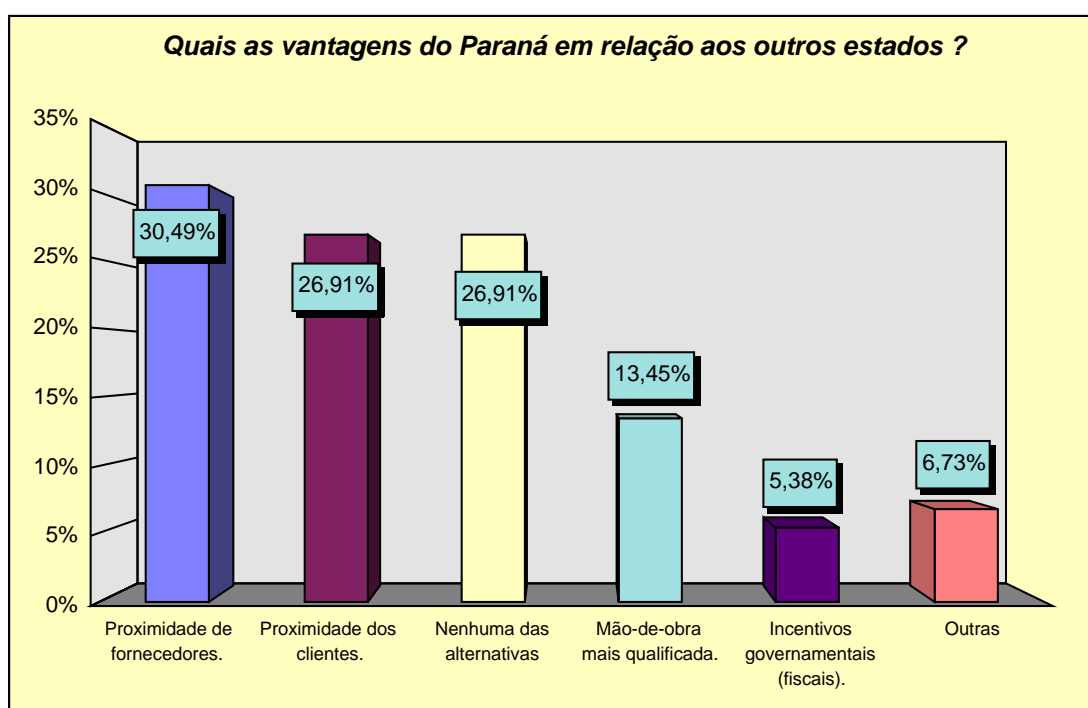
Os industriais paranaenses estão satisfeitos com a localização das empresas no Paraná (58,89%). 25,30% farão seus investimentos no Estado e 7,91% os farão em outros Estados. Apenas 7,11% preferiria localizar-se em outro estado. Apenas 0,79% preferiria localizar-se em outro estado.



"58,89% dos empresários estão satisfeitos com a localização da empresa no Paraná."

VANTAGENS DO PARANÁ EM RELAÇÃO AOS OUTROS ESTADOS DO PAÍS

Entre os que consideram que existe alguma vantagem do Paraná em relação aos outros Estados do país, apontam a 'proximidade dos fornecedores' (30,49%), 'proximidade dos clientes' (26,91%); 'mão-de-obra mais qualificada' (13,45%); e 'incentivos governamentais (fiscais)' (5,38%).

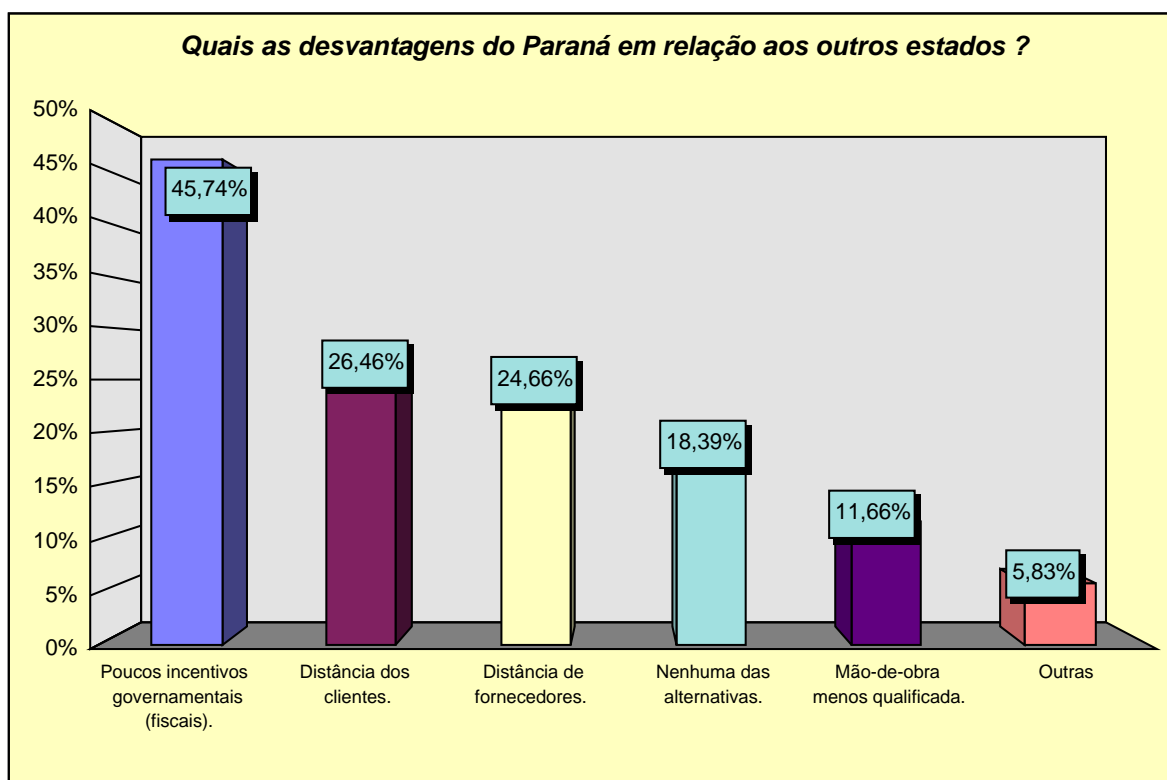


"30,49% dos empresários consideram a proximidade dos fornecedores como vantagem do Paraná em relação a outros Estados."

DESVANTAGENS DO PARANÁ EM RELAÇÃO AOS OUTROS ESTADOS DO PAÍS

Foram colocadas as mesmas alternativas da questão anterior como desvantagens do Paraná em relação aos outros Estados. As respostas foram quase inversas, à exceção da distância dos fornecedores. Esta aparente contradição apenas pode ser explicada pelas diferenças estruturais dos diversos gêneros industriais que integram o parque do Paraná; alguns gêneros têm vantagens neste sentido, enquanto outros não as têm.

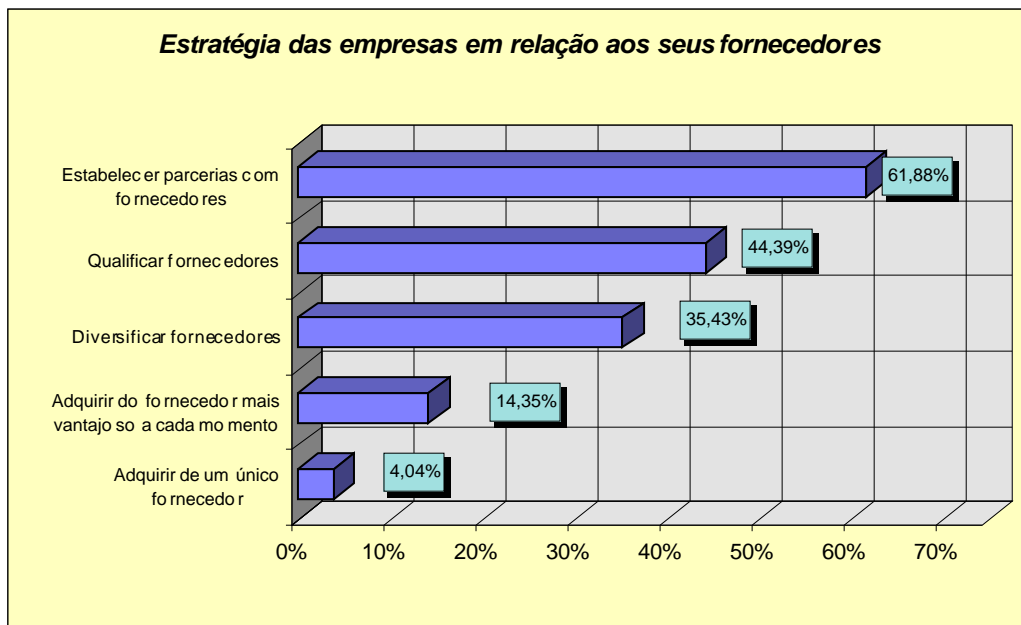
O item mais relevante ficou por conta dos reduzidos incentivos governamentais, que aparecem como a maior desvantagem do Estado (45,74%).



"45,74% assinalam os poucos incentivos governamentais como a maior desvantagem do Paraná."

ESTRATÉGIAS DAS EMPRESAS EM RELAÇÃO AOS SEUS FORNECEDORES

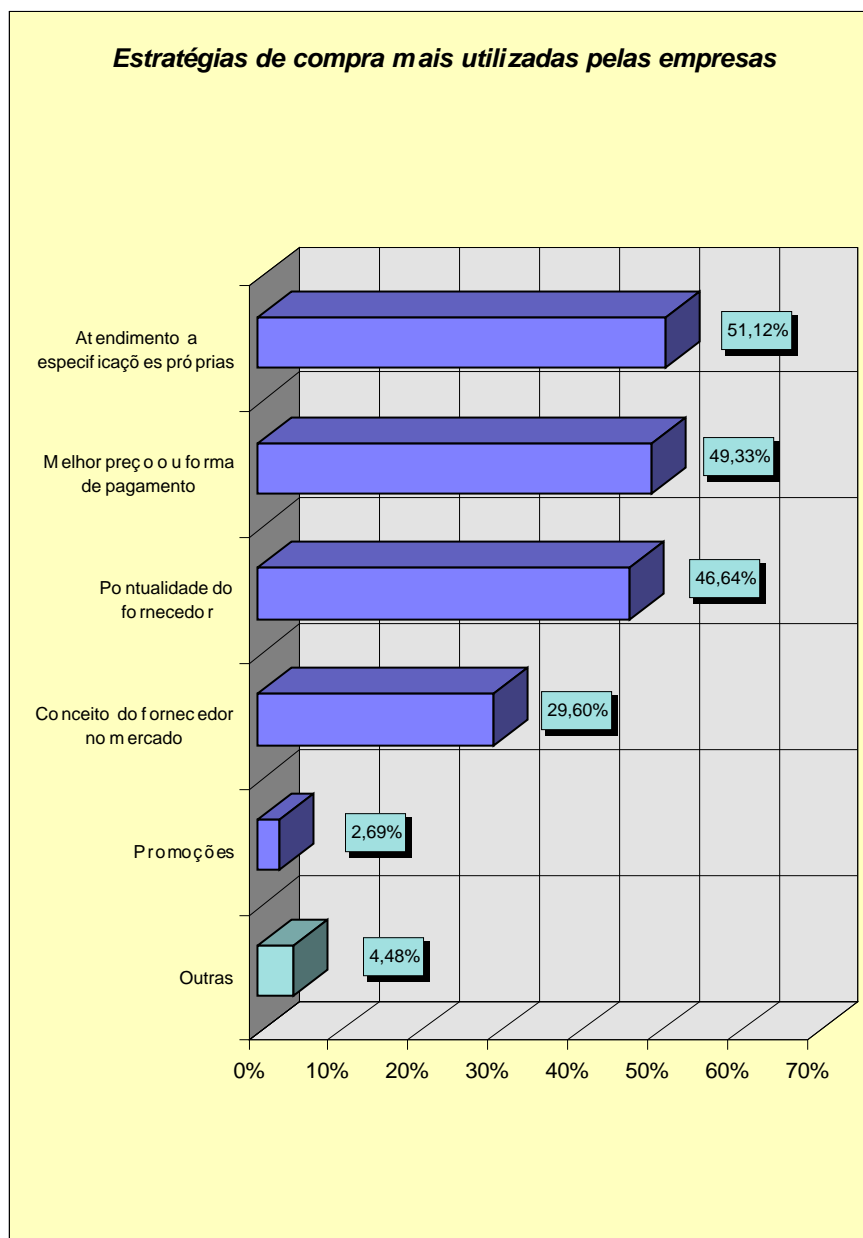
Os empresários têm como princípios junto a seus fornecedores estabelecer parcerias (61,88%) e qualificá-los (44,39%). 35,43% diversifica os fornecedores, 14,35% adquire do fornecedor mais vantajoso a cada momento (não se mantém fiel a um só fornecedor); e só 4,04% o fazem de um único fornecedor.



"Entre as estratégias junto aos fornecedores, as empresas estão estabelecendo parcerias (61,88%) e qualificando-os (44,39%)."

ESTRATÉGIAS DAS EMPRESAS EM RELAÇÃO A COMPRAS

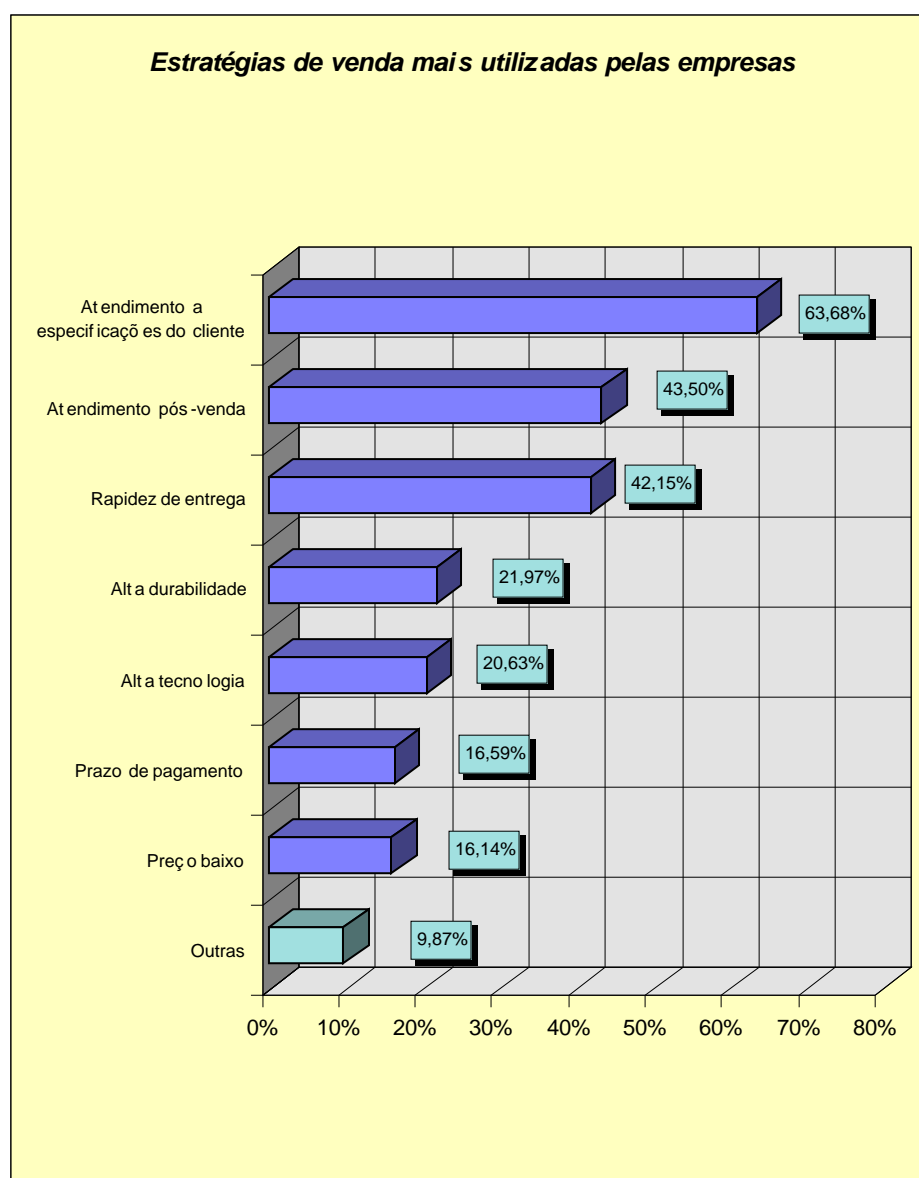
Os empresários têm como estratégia de compra o 'atendimento a especificações próprias' (51,12%); 'melhor preço ou forma de pagamento' (49,33%); e 'pontualidade do fornecedor' (46,64%). Em menor grau aparece o 'conceito do fornecedor no mercado' (29,60%); 'promoções' (2,69%) e 'outras' (4,48%).



"Na compra, as empresas se preocupam com o atendimento a especificações próprias (51,12%), com o melhor preço ou forma de pagamento (49,33%), e com a pontualidade na entrega (46,64%)."

ESTRATÉGIAS DE VENDAS DAS EMPRESAS

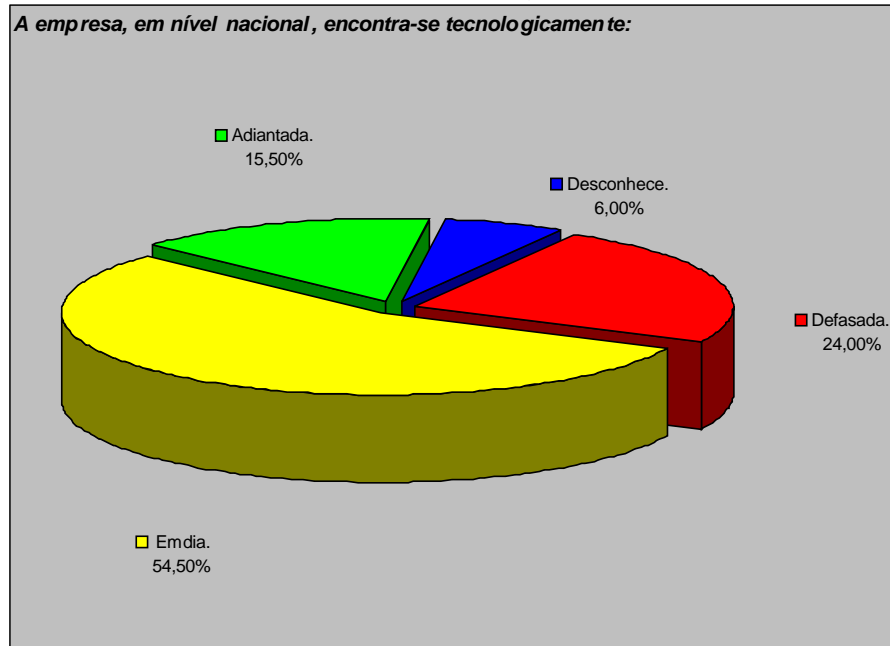
Os empresários têm como estratégia de vendas o 'atendimento a especificações do cliente' (63,68%); 'atendimento pós-venda' (43,50%); 'rapidez de entrega' (42,15%); 'alta durabilidade' (21,97%); 'alta tecnologia' (20,63%); 'prazo de pagamento' (16,59%); e 'preço baixo' (16,14%).



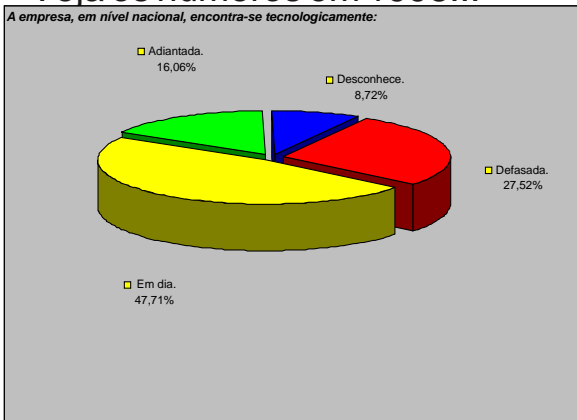
"A principal estratégia de vendas utilizada pelas empresas é o atendimento a especificações do cliente 63,68%."

O ESTÁGIO TECNOLÓGICO DAS EMPRESAS PARANAENSES EM NÍVEL NACIONAL

Quando o assunto é estágio tecnológico das indústrias paranaenses em relação ao nível nacional, 15,50% se consideram adiantadas; 54,50%, em dia; 24,00%, defasadas; e 6,00% desconhecem. Isto mostra que o Paraná conta com expressivo contingente (70%) de empresas atualizadas tecnologicamente.

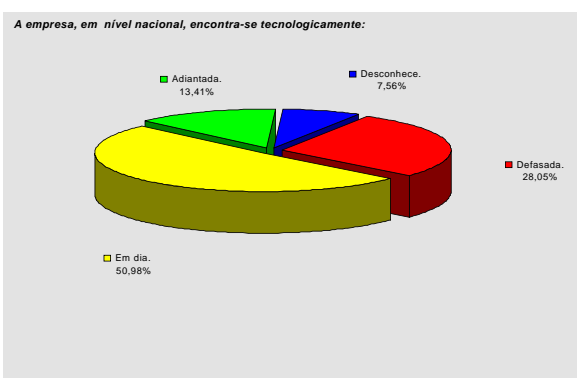


Veja os números em 1998...

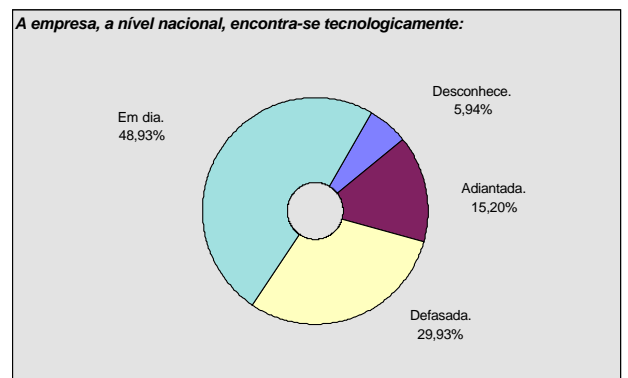


"54,50% das empresas paranaenses se encontram tecnologicamente em dia, em nível nacional."

... em 1996...

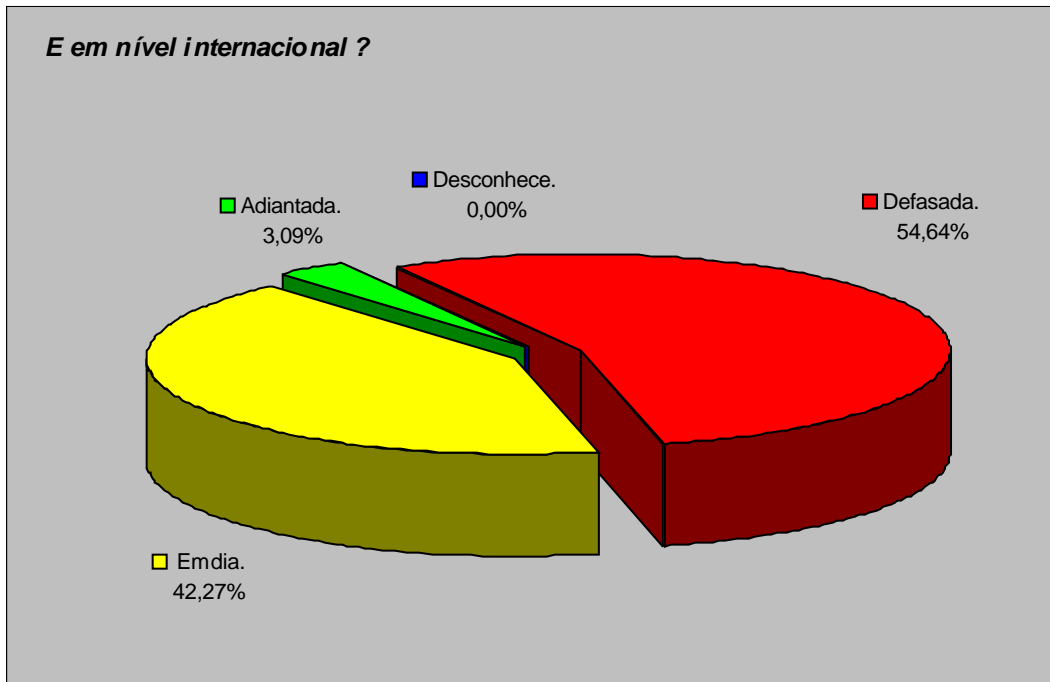


...e em 1995.

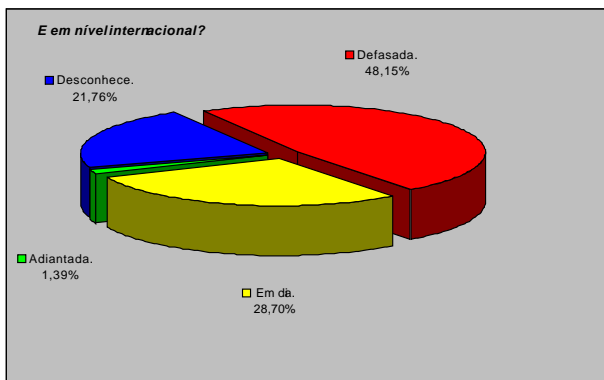


O ESTÁGIO TECNOLÓGICO DAS EMPRESAS PARANAENSES EM NÍVEL INTERNACIONAL

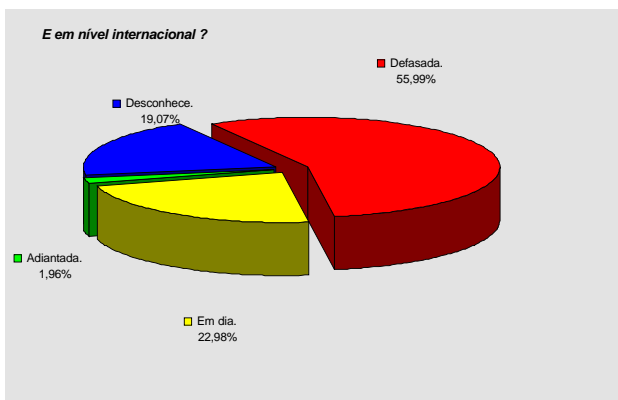
Em nível internacional, grande parte das empresas paranaenses (54,64%) se considera defasada tecnologicamente; 42,27%, está em dia; e 3,09% adiantada.



Em 1998 era assim....

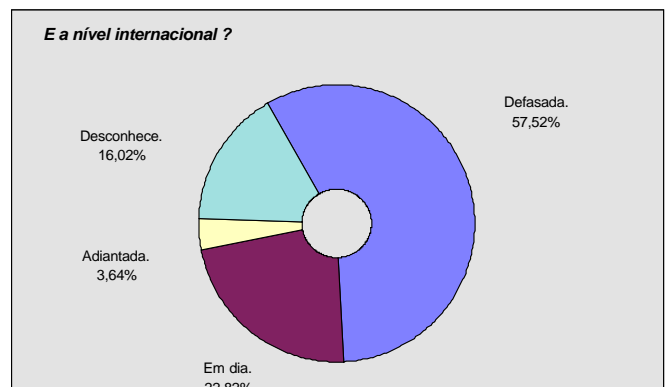


... 1996....



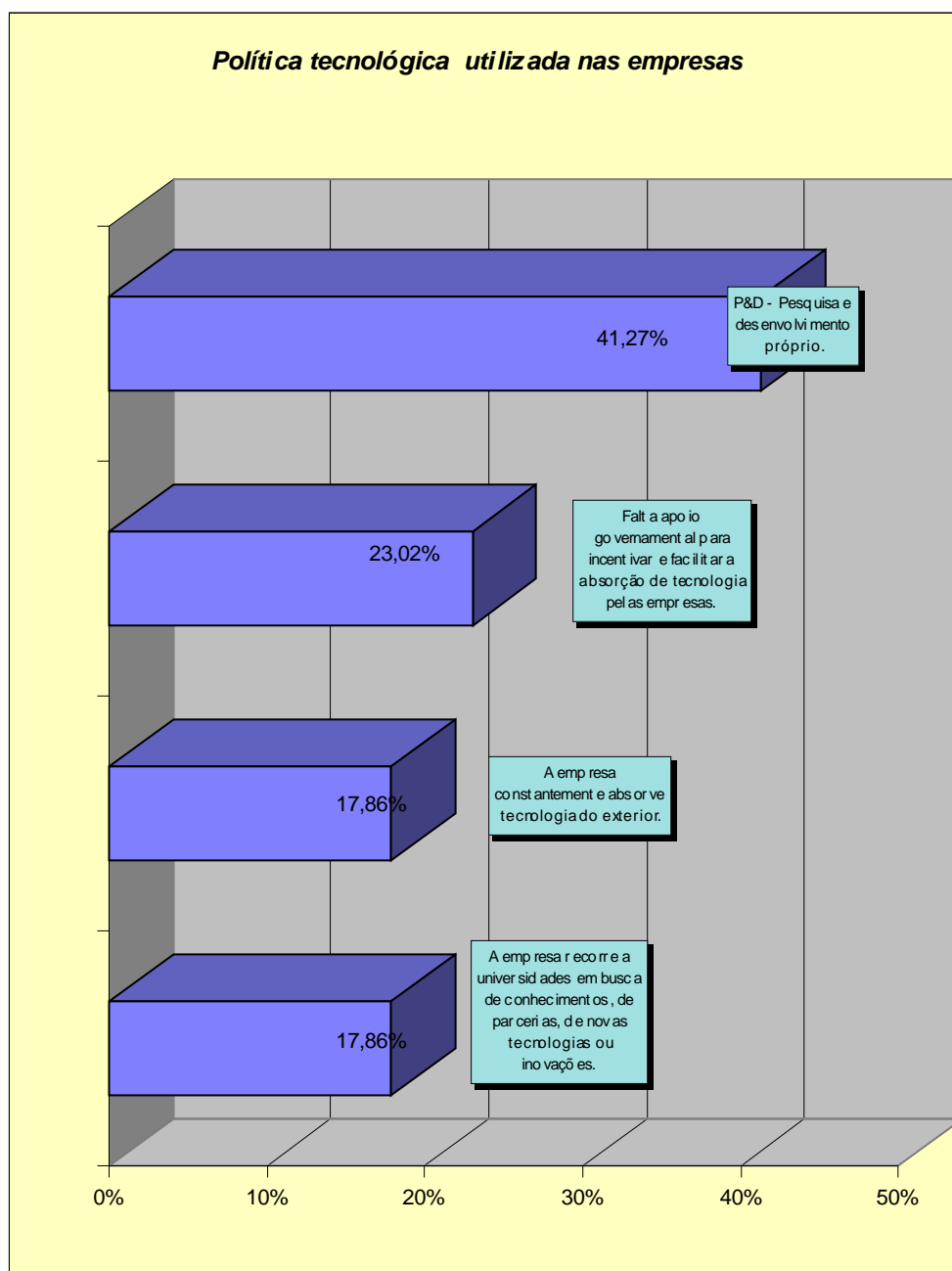
"54,64% das empresas paranaenses se encontram tecnologicamente defasadas, em nível internacional."

...e em 1995 assim.



POLÍTICAS TECNOLÓGICAS DAS EMPRESAS PARANAENSES

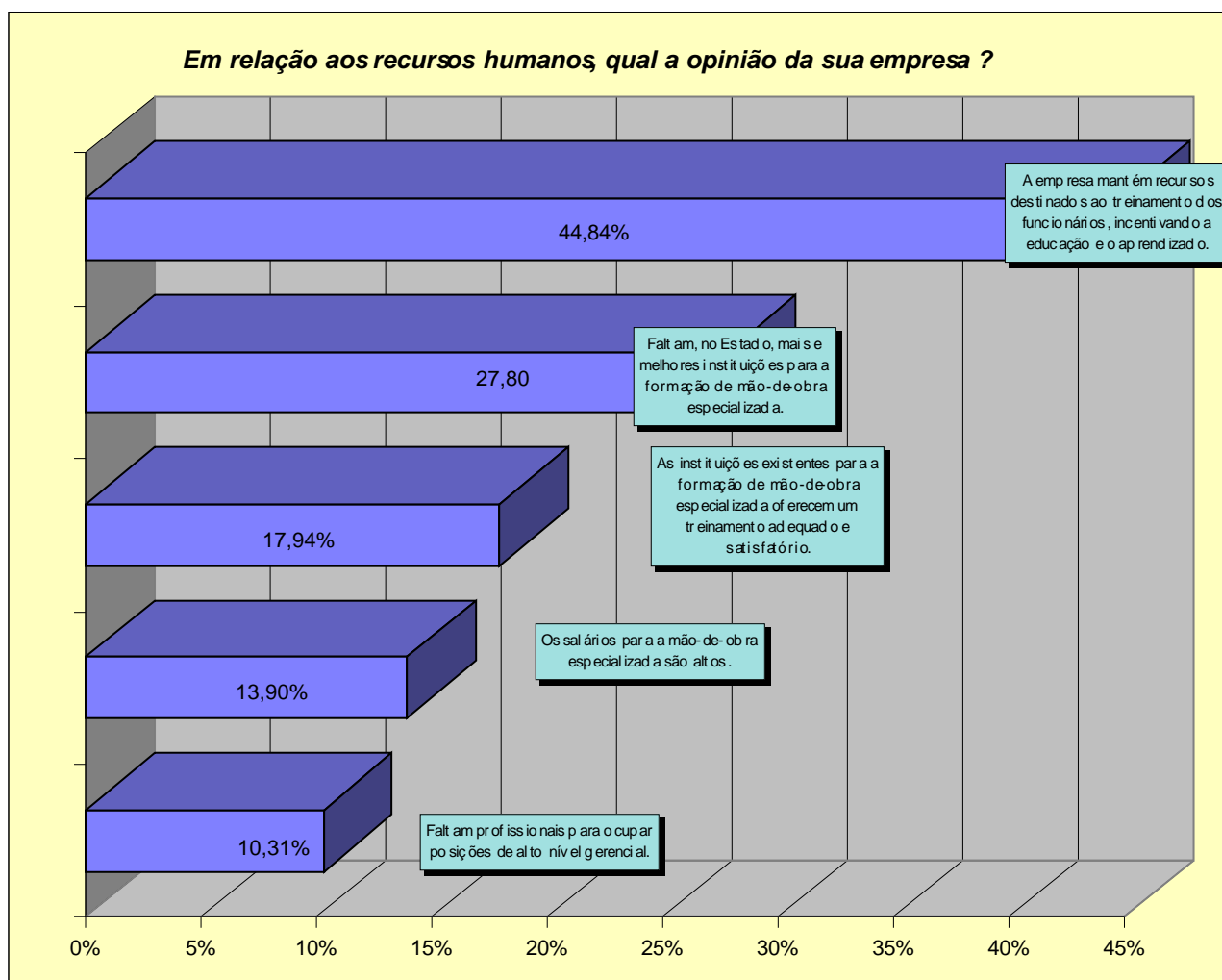
41,27% das empresas paranaenses têm pesquisa e desenvolvimento próprios e 23,02% reclamam da falta de apoio governamental para incentivar e facilitar a absorção de tecnologia. Por outro lado, 17,86% absorvem tecnologia do exterior e apenas 17,86% recorrem a universidades em busca de conhecimentos, de parcerias, de novas tecnologias ou inovações.



"41,26% das empresas paranaenses têm pesquisa e desenvolvimento próprios."

FORMAÇÃO DE PESSOAL NAS EMPRESAS PARANAENSES

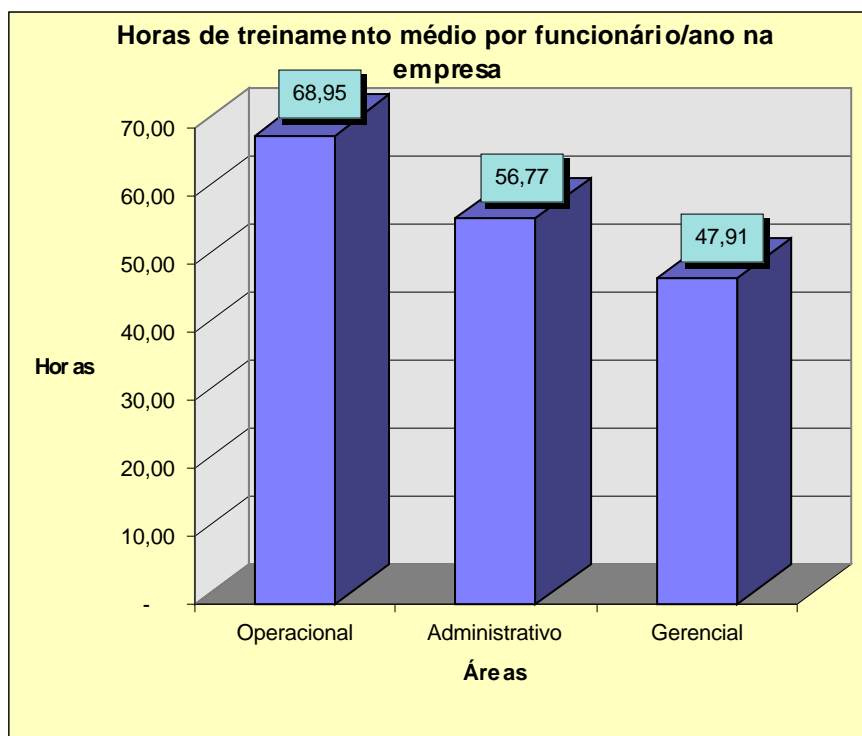
Os industriais paranaenses opinam que faltam, no Estado, mais e melhores instituições para a formação de mão-de-obra especializada (27,80%), provocando nas empresas a necessidade de destinar recursos para treinamento e incentivos à educação e aprendizado (44,84%). Por outro lado, faltam profissionais para ocupar posições de alto nível gerencial (10,31%) e 13,90% apontam que os salários para a mão-de-obra especializada são altos. 17,94% estão satisfeitos com as instituições de formação de mão-de-obra.



"44,84% das empresas mantêm recursos destinados ao treinamento dos funcionários, incentivando a educação e o treinamento."

HORAS DE TREINAMENTO MÉDIO POR FUNCIONÁRIO/ANO NAS EMPRESAS PARANAENSES

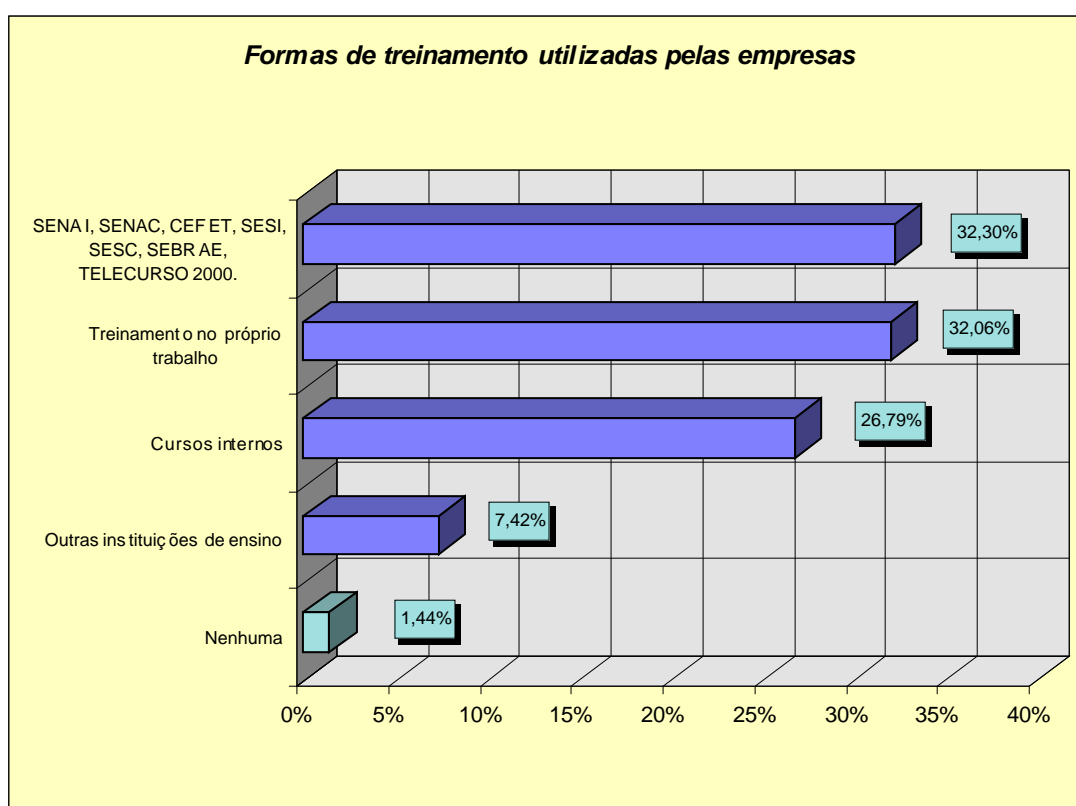
Os empresários paranaenses estão treinando seus funcionários das diversas áreas com a seguinte carga horária por funcionário/ano: Gerencial, 47,91 horas; Administrativo, 56,77 horas; e, Operacional, 68,95 horas.



"As empresas paranaenses estão treinando seus funcionários com uma carga horária superior a 47 horas por funcionário/ano."

FORMAS DE TREINAMENTO UTILIZADAS PELAS EMPRESAS PARANAENSES

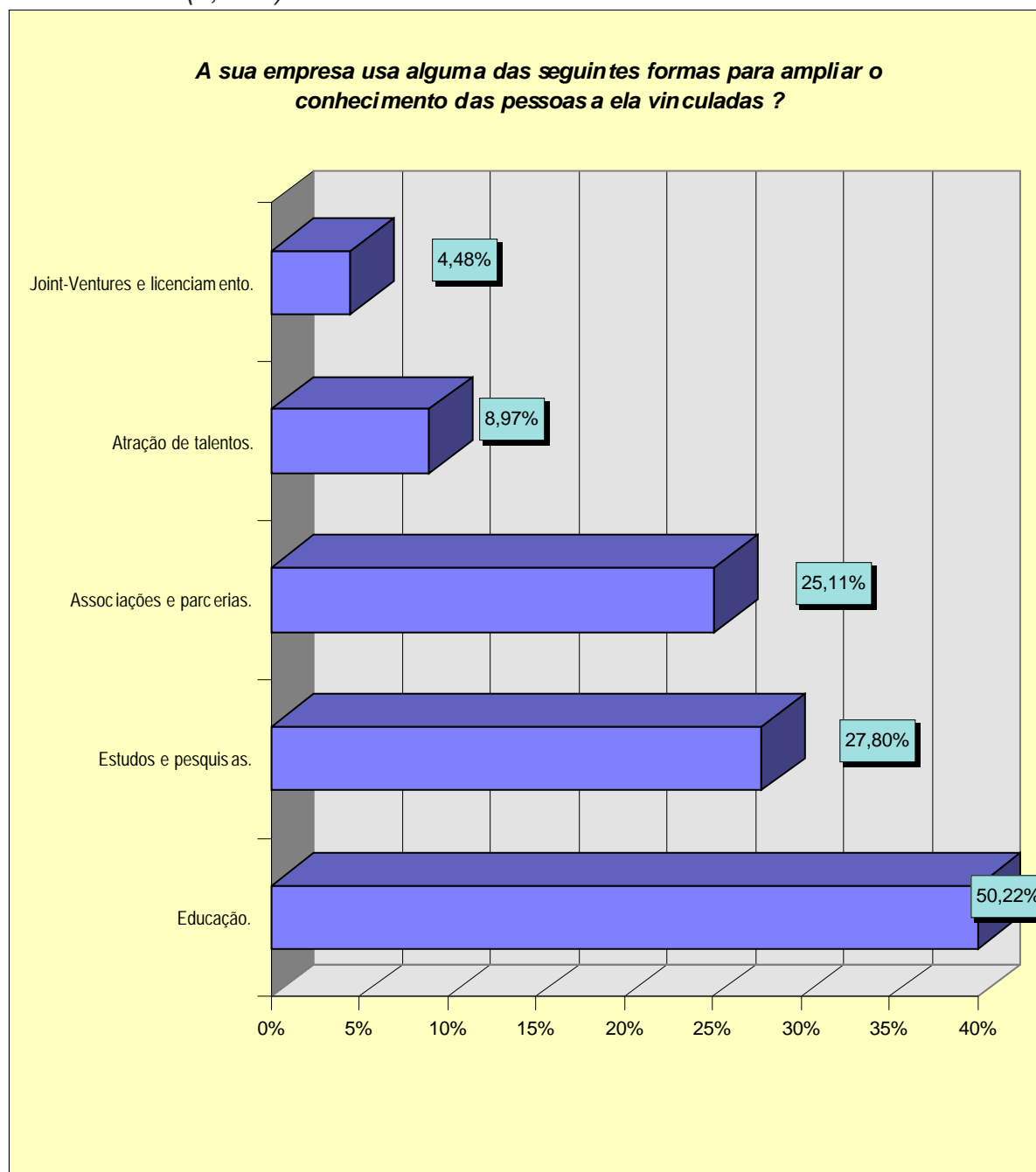
32,30% dos entrevistados utilizam os serviços do SENAI, SEBRAE, SENAC, etc.; 32,06% têm treinamento no próprio trabalho; 26,79% possuem cursos internos e 7,42% utilizam outras instituições de ensino. Apenas 1,44% não têm nenhuma forma de treinamento.



"32,30% dos entrevistados utilizam os serviços do SENAI, SEBRAE, SENAC, CEFET, TELECURSO 2000, etc. como forma de treinamento."

POLÍTICA DE DISSEMINAÇÃO DE CONHECIMENTO

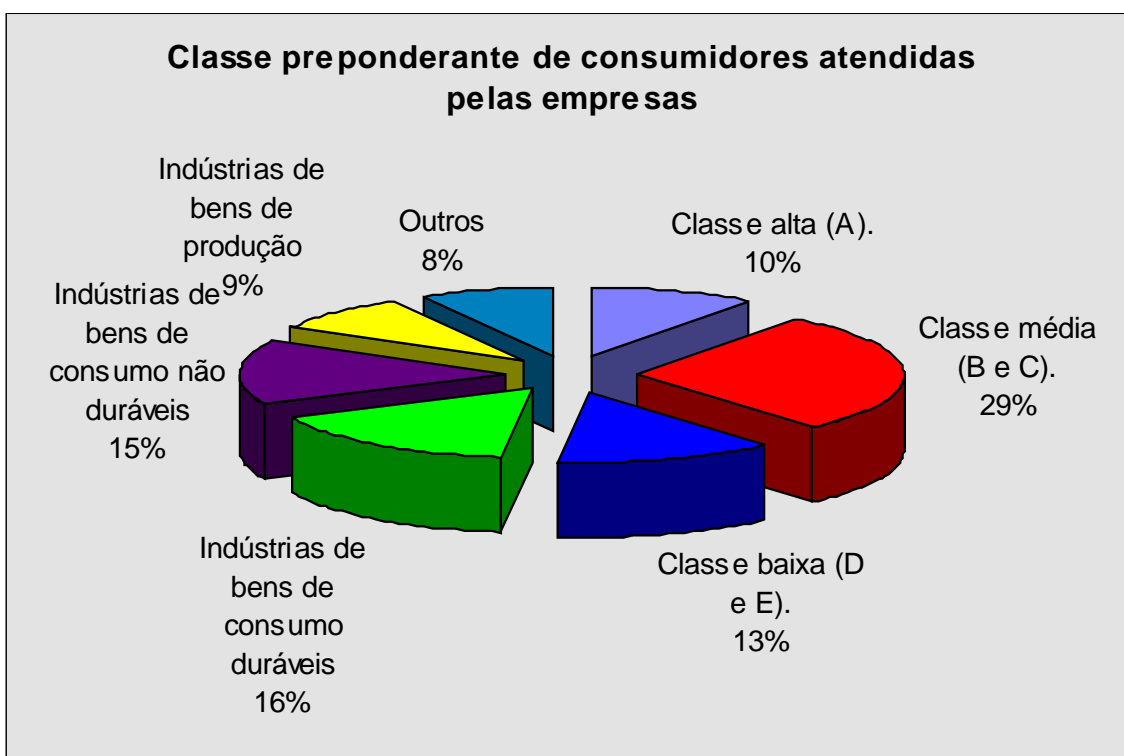
Entre as formas de disseminação de conhecimento, as empresas industriais paranaenses utilizam a 'educação' (50,22%), 'estudos e pesquisas'(27,80%), 'associações e parcerias' (25,11%), 'atração de talentos' (8,97%) e 'joint-ventures e licenciamento'(4,48%).



"A educação é, para 50,22%, a principal forma utilizada para ampliar o conhecimento nas empresas paranaenses."

CLASSES PREPONDERANTES DE CONSUMIDORES DOS PRODUTOS PARANAENSES

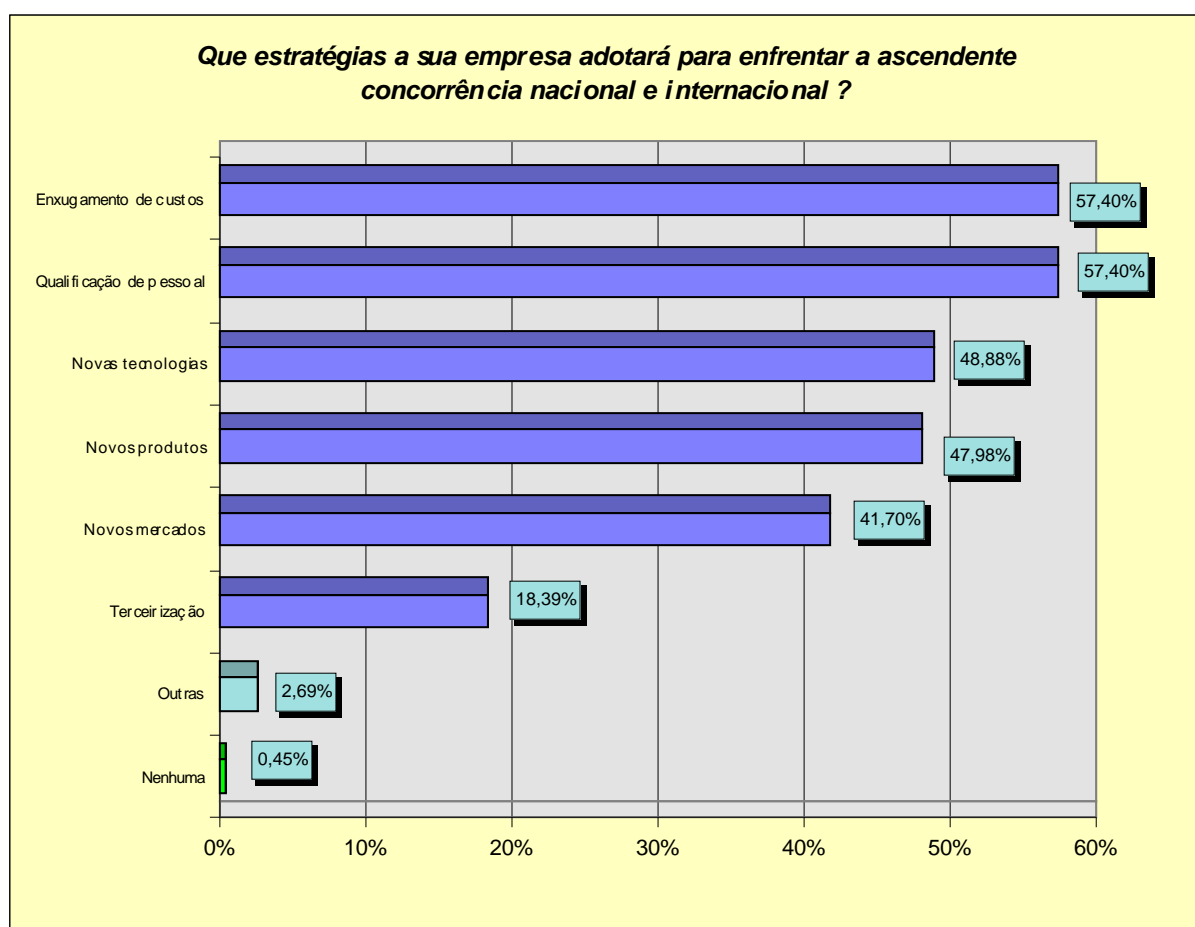
29% dos produtos paranaenses são consumidos pelas classes sociais B e C, 13% pelas classes D e E e 10% pela classe A. 16% dos bens de produção fabricados por indústrias paranaenses (máquinas e equipamentos, matérias-primas, materiais intermediários, material de embalagem) são adquiridos por indústrias de bens de consumo duráveis; 15% por indústrias de bens de consumo não duráveis; e 9% por outras indústrias de bens de produção.



"As classes sociais B e C respondem por 29% do consumo dos produtos paranaenses."

ESTRATÉGIAS DAS EMPRESAS EM RELAÇÃO À CONCORRÊNCIA NACIONAL E INTERNACIONAL

Os empresários têm como principais estratégias para enfrentar a concorrência nacional e internacional o 'enxugamento de custos' (57,40%); 'qualificação de pessoal' (57,40%); 'novas tecnologias' (48,88%); 'lançamento de novos produtos' (47,98%); 'novos mercados' (41,70%); 'terceirização' (18,39%); e 'outras' (2,69%). Apenas 0,45% não adotaram nenhuma estratégia.



"Entre as estratégias para enfrentar a concorrência interna e externa, 57,40% dos empresários enxugará custos e qualificará seu pessoal."

POLÍTICA DE PESSOAL DAS EMPRESAS PARANAENSES NOS MOMENTOS DE BAIXA PRODUÇÃO

Os industriais paranaenses pesquisados dizem que nos momentos de baixa produção: irão 'manter os funcionários contratados' (45,74%); 'farão um banco de horas' (29,60%); 'darão férias coletivas' (28,70%); 'reduzirão o nível de emprego' (21,52%); 'reduzirão a jornada de trabalho e os salários' (5,83%); 'tomarão outras medidas' (5,38%); 'reduzirão a jornada de trabalho e manterão os salários' (4,04%); 'reduzirão a semana de trabalho e os salários' (3,59%); e 'reduzirão a semana de trabalho e manterão os salários' (0,90%).

