



V Sondagem Industrial

A visão de Líderes Industriais Paranaenses
2000 - 2001



Sistema Federação das Indústrias
do Estado do Paraná

Departamento Econômico



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

Estagiário:

Cleverson Linhares Carlim - Acadêmico de Administração de Empresas

Apresentação

Com o objetivo de captar, por inferência, o sentimento quanto ao futuro próximo que perpassa as pessoas sobre as quais recai o dever de definir as diretrizes e estratégias das respectivas unidades fabris que gerenciam, a Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP) realizou a quinta Sondagem anual, cujos resultados compõem este relatório.

Refrisa-se, porque importante, estar a FIEP mirando e percebendo as mudanças estruturais, tanto na seara da produção quanto na de mercado, a partir de um posto de observação privilegiado: afinal, são quinze anos de apuração sistemática e mensal de indicadores de desempenho conjuntural das indústrias aqui instaladas. A Sondagem vem se somar a esta fotografia de cada mês, ao permitir o desenho, ano a ano, de uma visão antecipada da *performance* das indústrias paranaenses no horizonte mais próximo, dadas as providências que as unidades respondentes da pesquisa estão tomando em seu interior (afora a sua percepção do ambiente externo).

A formulação do questionário sempre teve e tem a preocupação de açular, de instigar os industriais a refletirem sobre a nova configuração nas relações econômicas e sociais progressivamente instalada no País com a estabilidade relativa da moeda e, decorrentemente, sobre a necessidade de adaptarem a operação de suas empresas dentro desse novo figurino.

Os resultados tabulados, de sua vez, são fonte expressiva de estímulo e de indicação sobre a necessidade de realização de mudanças, quer no âmbito interno das empresas (e daí, sob a alçada de gestão de seus decisores), quer no entorno delas (cujas iniciativas estão, portanto, nas mãos de agentes que trabalham nas variadas instituições públicas e privadas responsáveis pela dotação de eficiente infra-estrutura social e econômica sobre a qual possam girar eficazmente as atividades empresariais).

Não por acaso, no novo ambiente que se respira, são requeridos das empresas cuidados especiais para a conquista de ganhos de qualidade e de produtividade; para o aperfeiçoamento permanente dos modelos de gestão e seus recursos transformáveis em riqueza; para a atualização dos processos produtivos sempre em sintonia com o estado geral da tecnologia disponível no mundo; e, agora percebido como um valor autônomo incomensurável que, em poucas pretéritas, vivia apagado pela fumaça da inflação galopante -, para dignificar a vida de milhares de brasileiros ainda à margem do universo do consumo regular e do usufruto dos bens gerados por nossa economia.

Tem-se, de conseguinte, a convicção de que a "*Sondagem Industrial V - A Visão dos Líderes Industriais Paranaenses, 2000 - 2001*" há de produzir também um saudável efeito-demonstração sobre o comportamento de muitos empresários que, no torvelinho do dia-a-dia, talvez não tenham tido ainda a oportunidade de se debruçar na avaliação de assuntos que podem influir, no presente ou em tempo futuro mais remoto, em seus negócios.

De igual forma das edições anteriores, pede-se a atenção do leitor para que aprecie a Sondagem meramente como indicadora das opiniões dos empresários entrevistados, colecionadas a partir de blocos de temas com respostas diretas e objetivas e expressadas durante o mês de outubro de 2000. Exatamente a esses empresários se manifestam agradecimentos pela solicitude com que se dignaram a preencher e a fazer retornado o questionário da pesquisa.

Outro alerta é no sentido de que os dados da Sondagem tabulados não mereceram quaisquer considerações ou juízos de valor, à exceção de comparações que são processadas com aqueles obtidos em pesquisas passadas, quando relevantes.

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 e pertinência, as tarefas promotoras de nosso desenvolvimento social e econômico.

Por derradeiro, anota-se que este trabalho foi novamente possível de ser realizado graças ao apoio que o Sistema FIEP recebeu do SEBRAE (PR) - Serviço de Apoio à Pequena Empresa no Paraná.

METODOLOGIA

Esta Sondagem Industrial 2000/2001 contou com a participação de 567 empresas industriais paranaenses de todas as regiões do Estado e de todos os tamanhos. Foram enviados aproximadamente 2.200 formulários para empresas selecionadas aleatoriamente dentre as constantes do Cadastro Industrial/FIEP. Destes, 17 retornaram por elas não existirem mais no endereço indicado e 565 retornaram completamente preenchidos. O retorno efetivo fornece, sob a ótica estatística, uma representatividade da amostra de 95% de confiabilidade à sondagem para uma margem de erro pré estipulada em 10%. O número de funcionários destas 567 empresas é de aproximadamente 81.800, ou seja, pouco mais de um quarto 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.

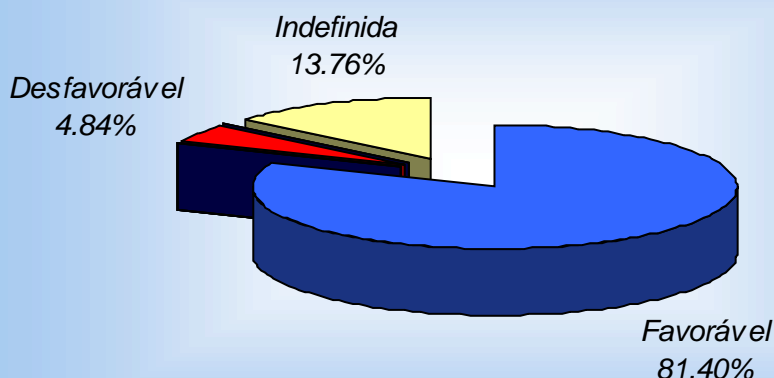
SUMÁRIO

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
O estágio tecnológico das empresas paranaenses em nível internacional.....	25
Políticas tecnológicas das empresas paranaenses.....	26
Formação de pessoal nas empresas paranaenses	27
Horas de treinamento médio por funcionário/ano das empresas paranaenses	28
Formas de treinamento utilizadas pelas empresas paranaenses.....	29
Política de disseminação de conhecimento.....	30
Classes preponderantes de consumidores dos produtos paranaenses.....	31
Estratégias das empresas em relação  concorrência nacional e internacional	32
Política de pessoal das empresas paranaenses nos momentos de baixa produção.....	33

EXPECTATIVAS PARA 2001

O Empresariado Industrial Paranaense opinou positivamente sobre o ano de 2001. 81,40% deles estão otimistas, 13,76% estão indefinidos e 4,84% pessimistas.

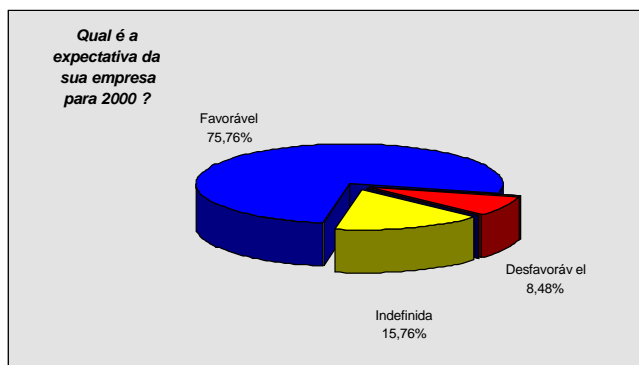
Qual é a expectativa da sua empresa para 2001 ?



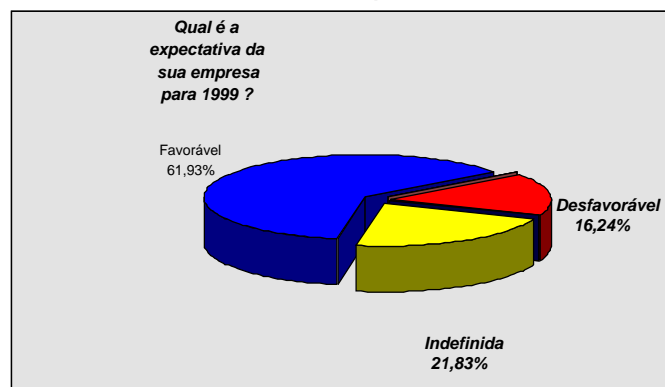
"81,40% dos empresários têm expectativas favoráveis para o ano 2001."

Os números são os mais otimistas desde o início da pesquisa em 1995.

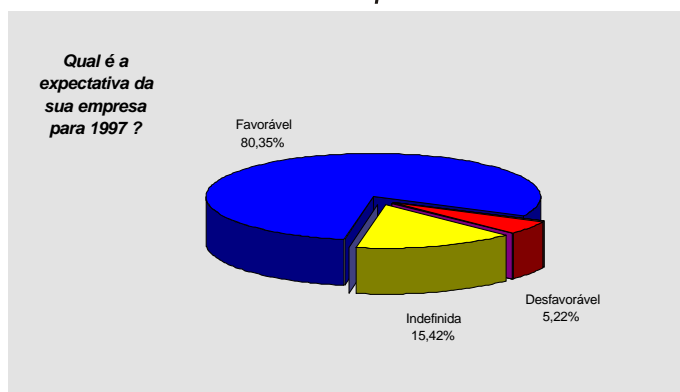
"Em 2000 eram 75,76%."



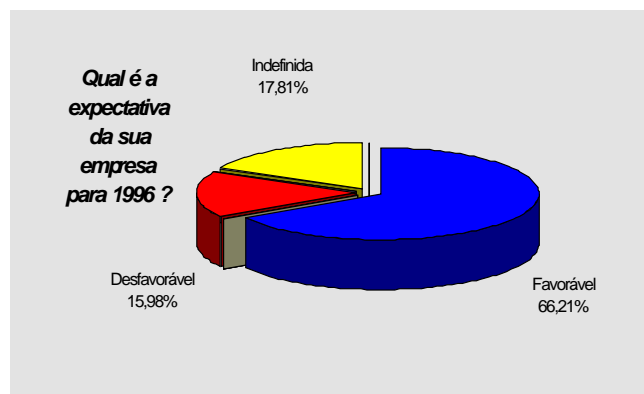
"Em 1999 eram 61,93%."



"Em 1997 eram 80,35%."



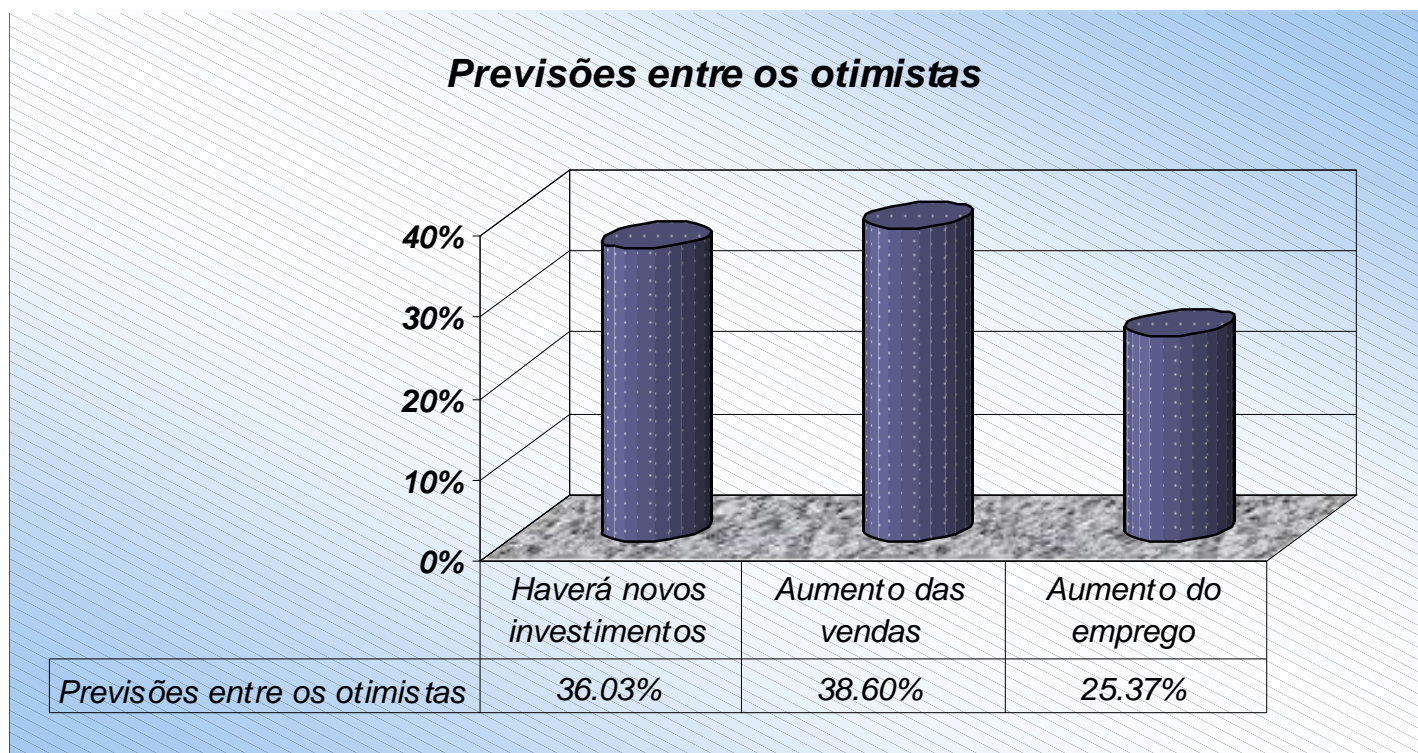
"Em 1996 eram 66,21%."



ENTRE OS OTIMISTAS

Aqueles que têm expectativa favorável para 2001 indicam que ocorrerão novos investimentos (36,03%), aumento das vendas (38,60%) e aumento do emprego (25,37%).

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, diante da necessidade de incorporar novos padrões tecnológicos e e uma cultura de competitividade crescente.

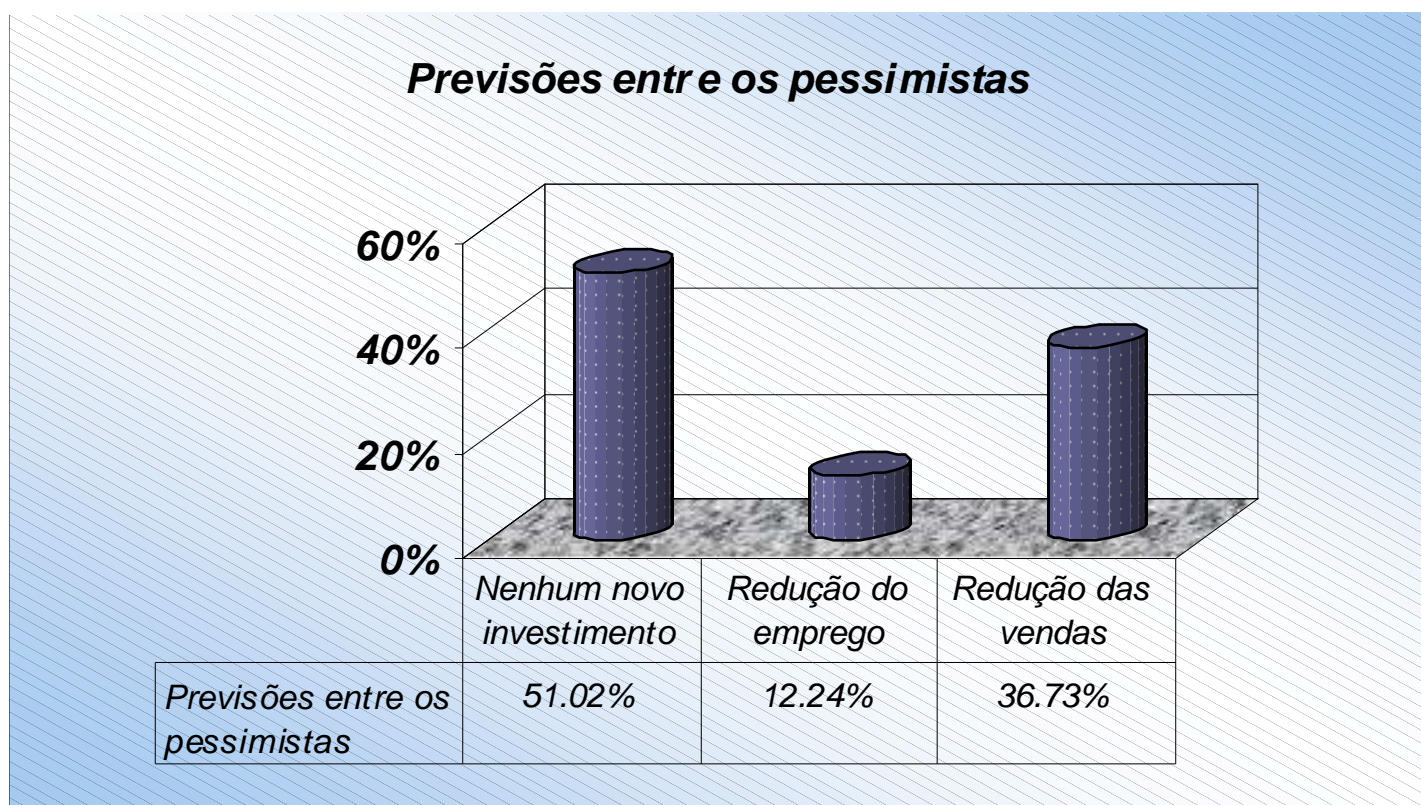


"36,03% dos empresários farão novos investimentos em 2001."

"Apenas 25,37% crêem em aumento do nível de emprego."

ENTRE OS PESSIMISTAS

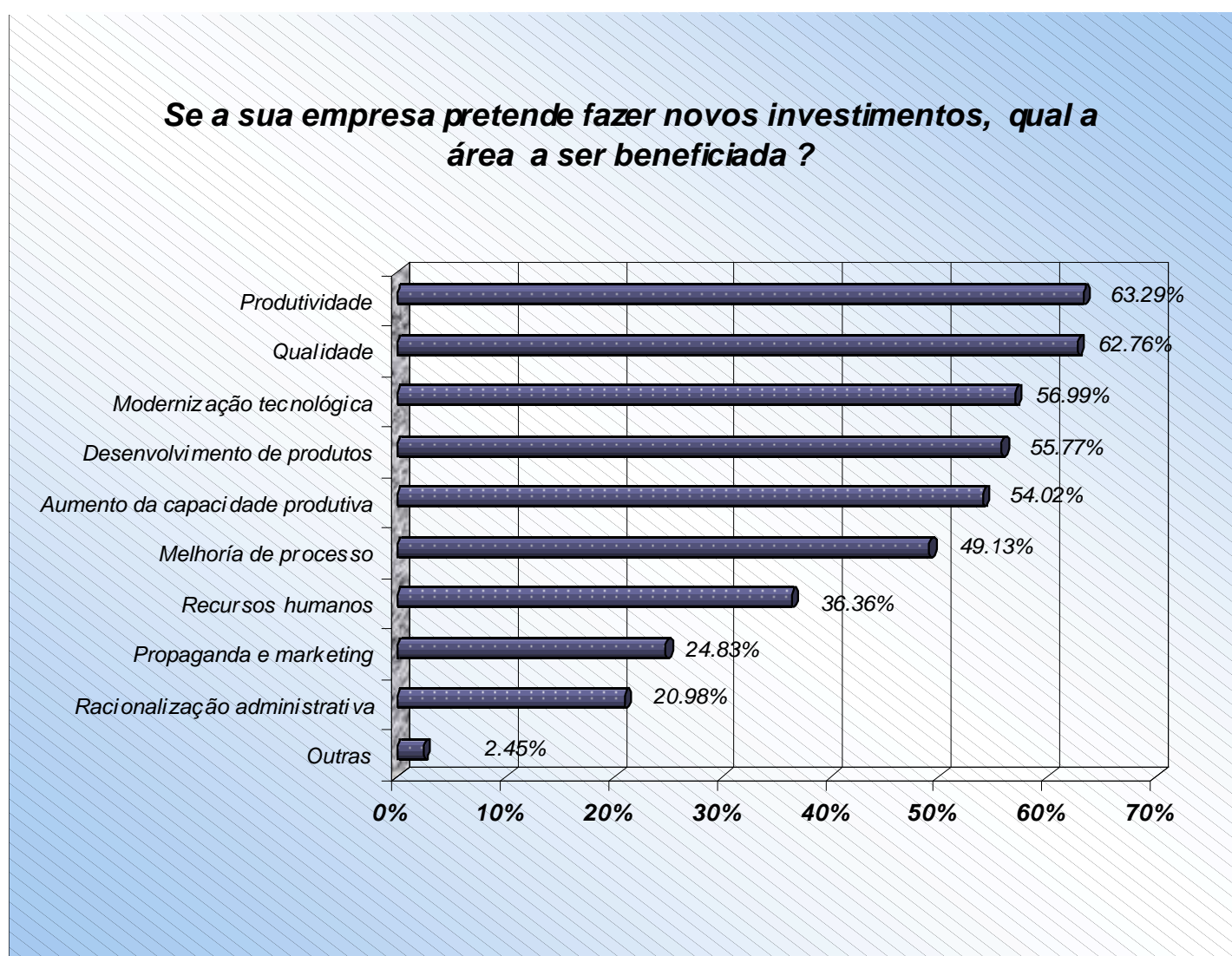
Naqueles que apontaram uma expectativa desfavorável para o ano 2001, têm-se respostas sem grandes surpresas. Indicam principalmente a ausência de novos investimentos (51,02%), redução do emprego (12,24%) e das vendas (36,73%).



"Entre os empresários pessimistas (que são 4,84%) , 51,02% não farão nenhum novo investimento em 2001."

PARA ONDE IRÃO OS INVESTIMENTOS ?

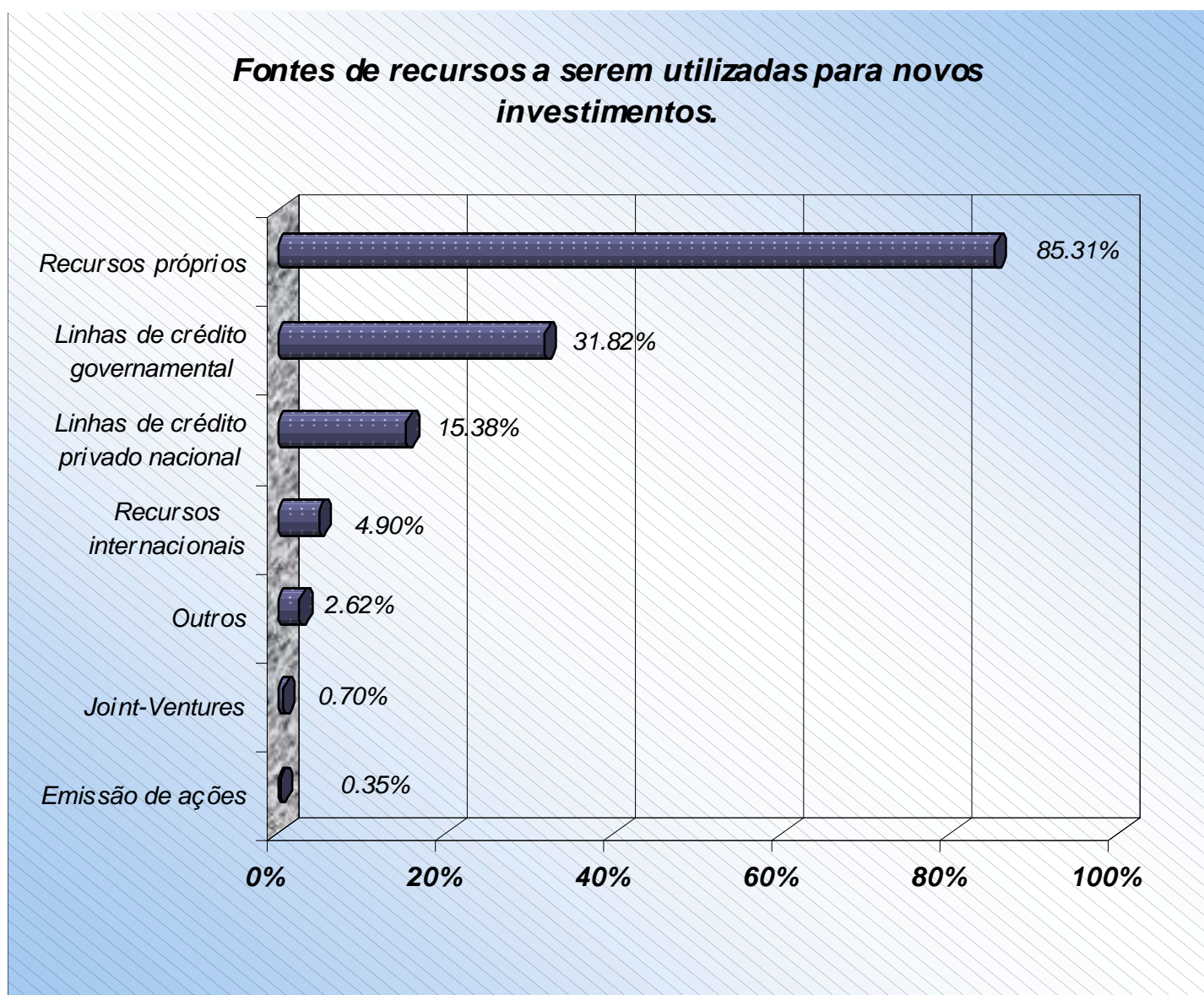
Os investimentos a serem realizados pelas empresas paranaenses se destinam a várias áreas. Os investimentos serão destinados à 'Produtividade' (63,29%); 'Qualidade' (62,76%); 'Modernização Tecnológica' (56,99%); 'Desenvolvimento de Produtos' (55,77%); 'Aumento da Capacidade Produtiva' (54,02%); 'Melhoria de Processo' (49,13%); 'Recursos Humanos' (36,36%); 'Propaganda e Marketing' (24,83%) e 'Racionalização Administrativa' (20,98%).



"63,29% dos empresários investirão em aumento de produtividade."

ORIGEM DOS RECURSOS PARA INVESTIMENTOS EM 2001

As fontes dos novos investimentos, em termos de número de respostas dos empresários, se concentram principalmente em: Recursos Próprios (85,31%), Linhas de Crédito Governamental (31,82%), Linhas de Crédito Privado Nacional (15,38%), Recursos Internacionais (4,90%) e Joint-Ventures (0,70%).



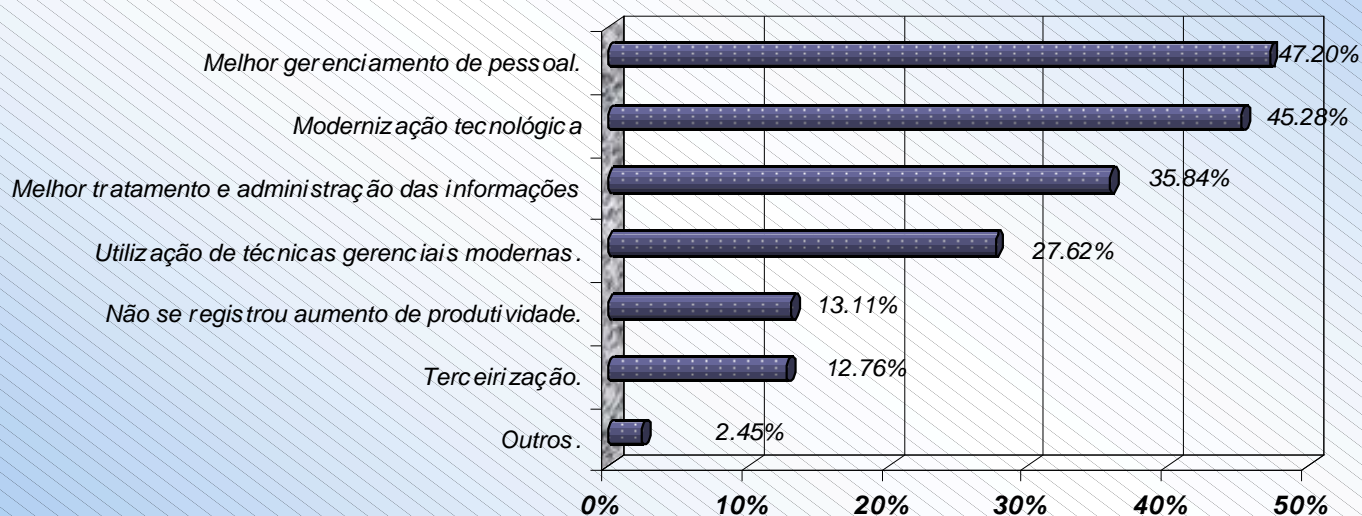
"85,31% dos empresários paranaenses investirão com recursos próprios em 2001."

PRODUTIVIDADE

Apenas 13,11% dos empresários paranaenses não registraram aumentos de produtividade em 2000. Em 1999 foram 12,11%, 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: 'Melhor Gerenciamento de Pessoal' (47,20%), 'Modernização Tecnológica' (45,28%); 'Melhor tratamento e administração das informações' (35,84%), 'Utilização de Técnicas Gerenciais Modernas' (27,62%), 'Terceirização' (12,76%); e outros fatores (2,45%).

Os aumentos de produtividade registrados na sua empresa se devem a:

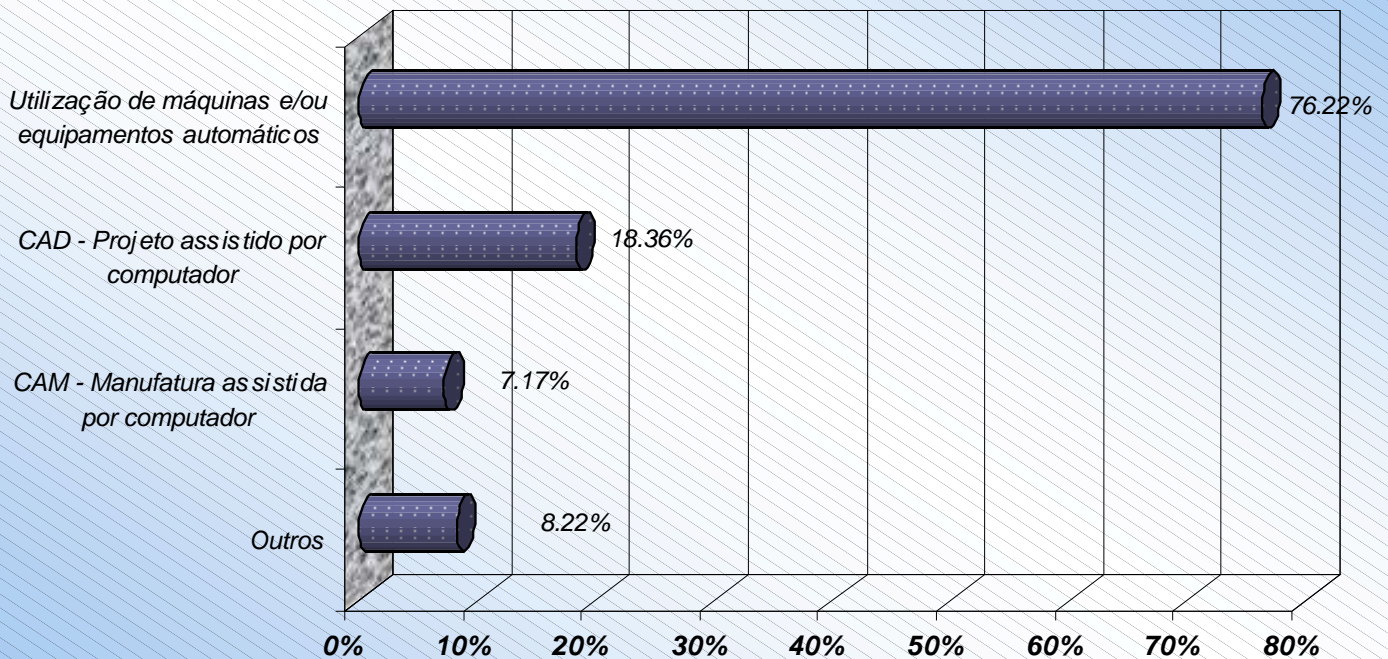


"O melhor gerenciamento de pessoal (47,20%) e a modernização tecnológica (45,28%) foram os principais responsáveis pelos aumentos de produtividade."

MODERNIZAÇÃO TECNOLÓGICA

76,22% dos empresários paranaenses utilizaram máquinas e(ou) equipamentos automáticos na modernização tecnológica da empresa; 18,36%, CAD (projeto assistido por computador); 7,17%, CAM (manufatura assistida por computador) e 8,22% utilizaram outros métodos.

Métodos utilizados para a modernização tecnológica na área produtiva da empresa.

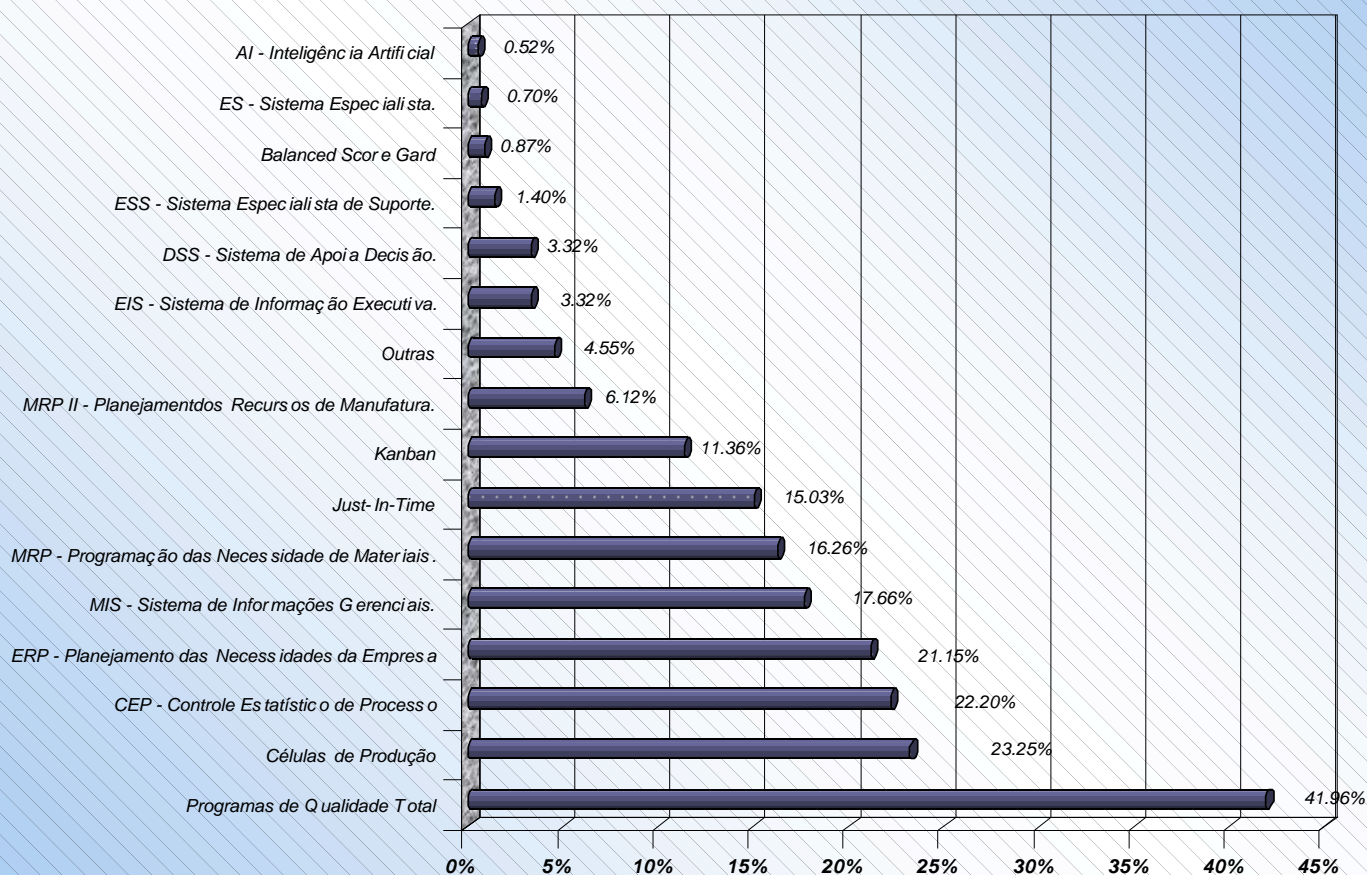


"A utilização de máquinas e(ou) equipamentos automáticos para a modernização tecnológica foram citados por 76,22% dos entrevistados."

TÉCNICAS GERENCIAIS UTILIZADAS NAS EMPRESAS PARANAENSES

Entre as mais citadas técnicas gerenciais utilizadas nas empresas industriais paranaenses em 2000: 41,96% apontaram os programas de qualidade; 23,25% as células de produção; 22,20%, o CEP (Controle Estatístico de Processo); 21,15%, o ERP (Planejamento das Necessidades da Empresa); 17,66%, o MIS (Sistema de Informações Gerenciais); 16,26%, o MRP (Programação das Necessidades da Empresa); 15,03%, Just-In-Time; e 11,36%, Kanban.

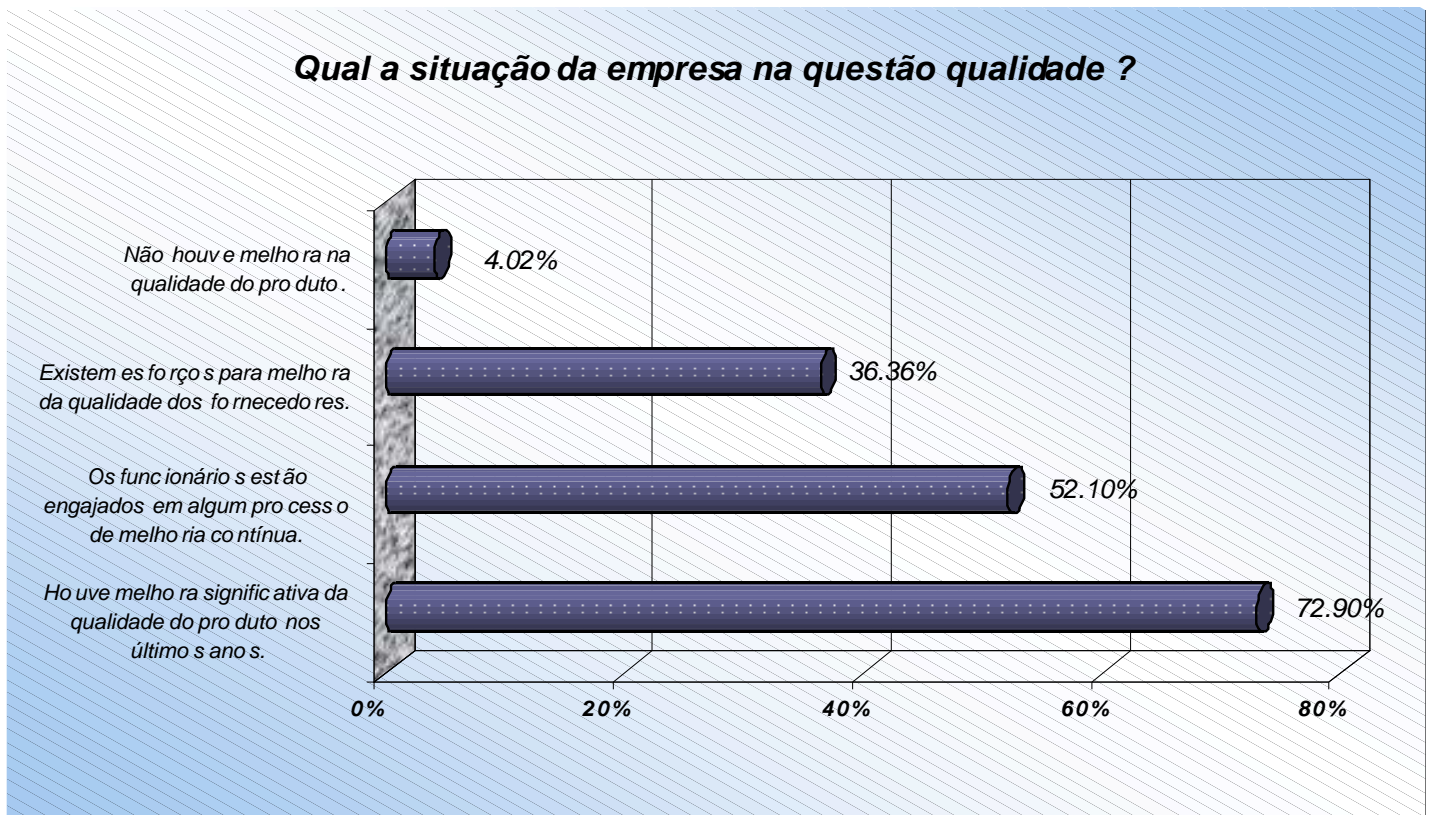
Técnicas gerenciais utilizadas nas empresas



"41,96% 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, 72,90% dos empresários apontaram melhoria significativa da qualidade do produto; 52,10% informaram que os funcionários estão engajados em algum processo de melhoria; 36,36% dizem que existem esforços para melhorar a qualidade dos fornecedores; e apenas 4,02% afirmam não ter tido melhoria na qualidade do produto.

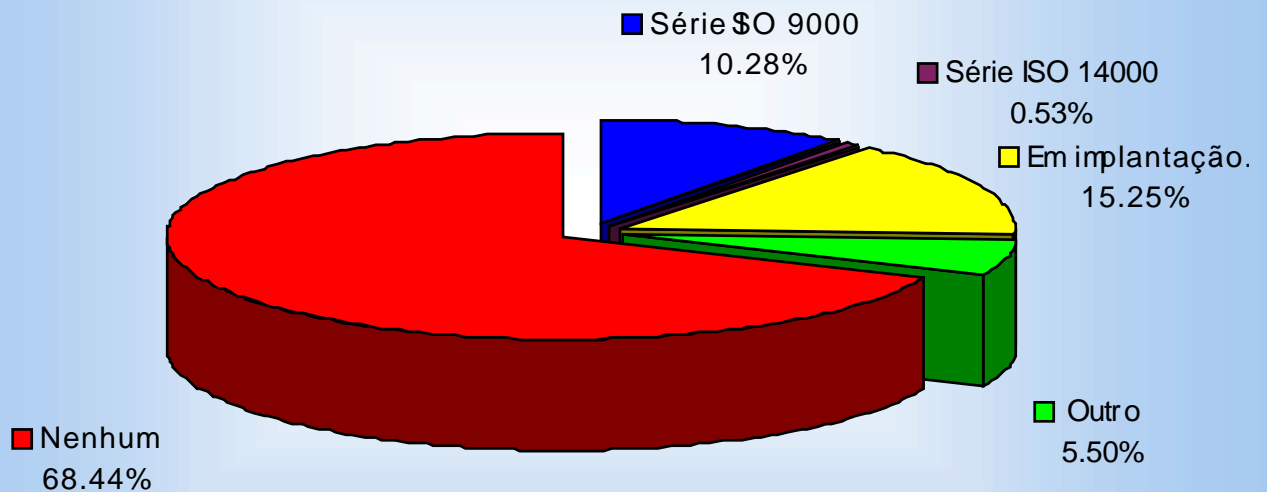


"72,90% apontaram melhorias significativas na qualidade dos produtos."

CERTIFICADOS DE QUALIDADE

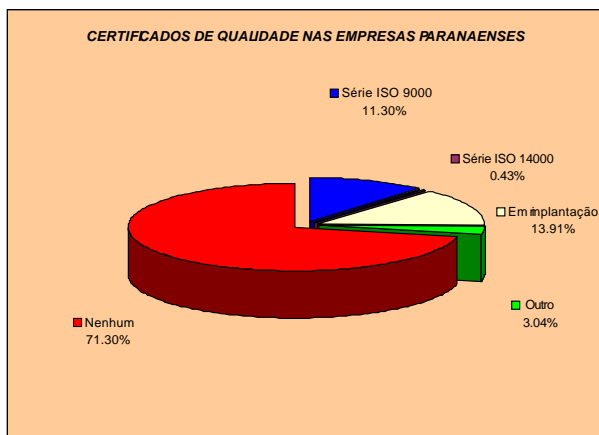
68,44% dos entrevistados ainda não possuem nenhum certificado de qualidade; 15,25% o estão implantando; apenas 10,28% (em 1998 eram 11,30%, em 1996 eram 8,09% e em 1995 eram 5%) têm ISO 9000; 0,53% têm ISO 14000 e 5,50% têm outros certificados.

CERTIFICADOS DE QUALIDADE NAS EMPRESAS PARANAENSES

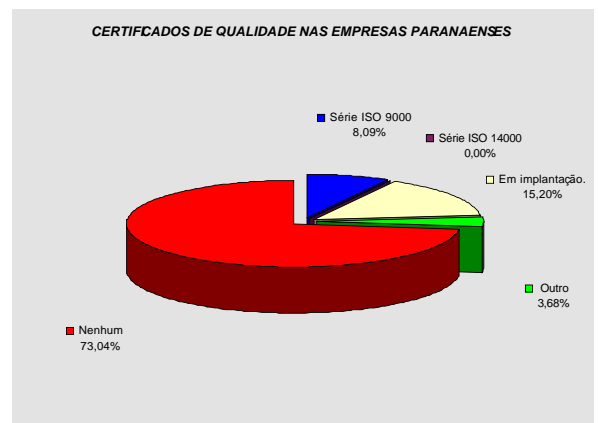


"68,44% dos entrevistados não possuem nenhum certificado de qualidade."

A situação em 1998.



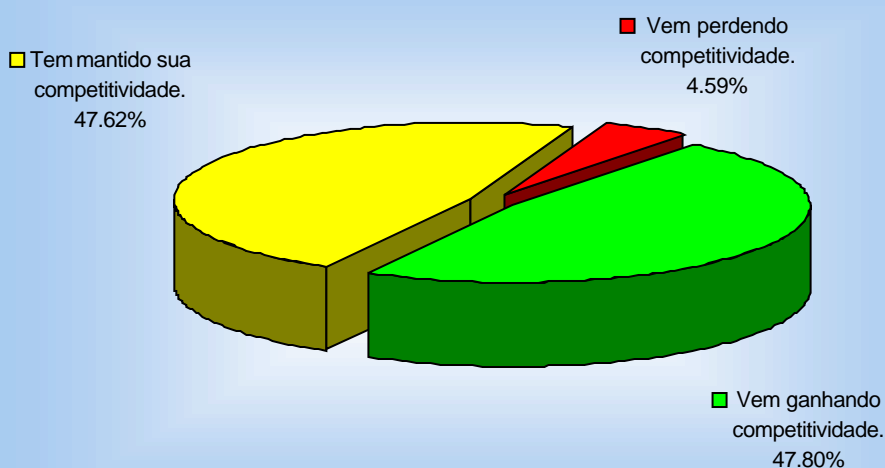
A situação em 1996.



COMPETITIVIDADE

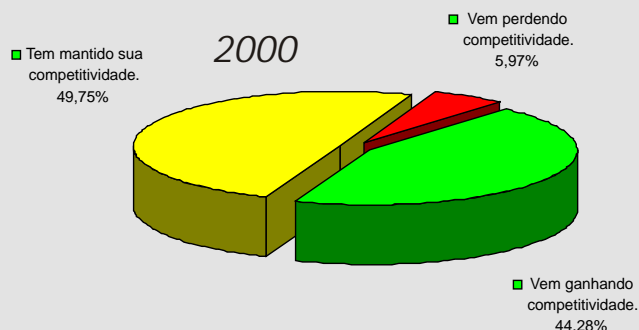
47,62% dos entrevistados afirmam que mantiveram a sua competitividade; 47,80% ganharam competitividade e 4,59% perderam competitividade em 2000. Em relação a 1996, os números inverteram-se: apenas 5,35% ganharam competitividade e 43,80% perderam competitividade.

Qual a situação competitiva da sua empresa ?



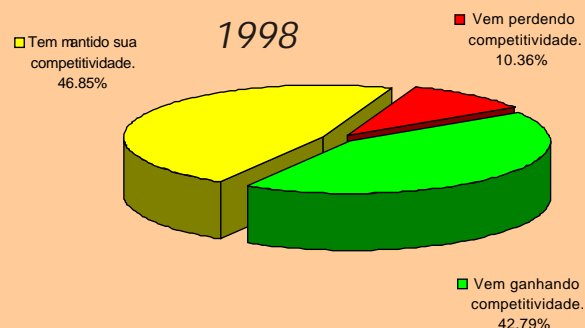
"A metade (47,80%) dos empresários afirma ter ganhado competitividade em 2000."

Qual a situação competitiva da sua empresa ?



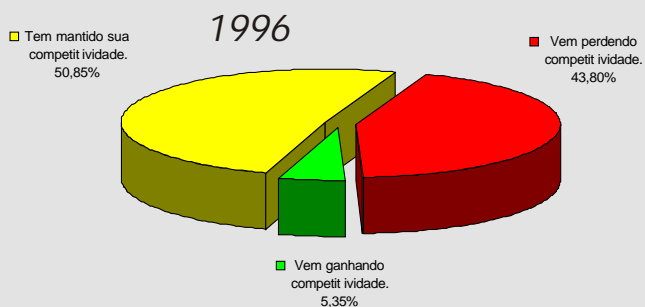
"Em 1996, a situação era um pouco diferente"

Qual a situação competitiva da sua empresa ?

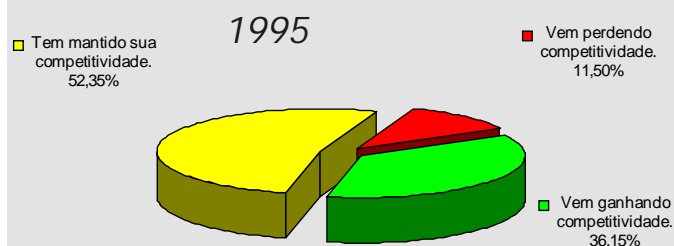


"Em 1995, a situação era mais parecida com a atual"

Qual a situação competitiva da sua empresa ?

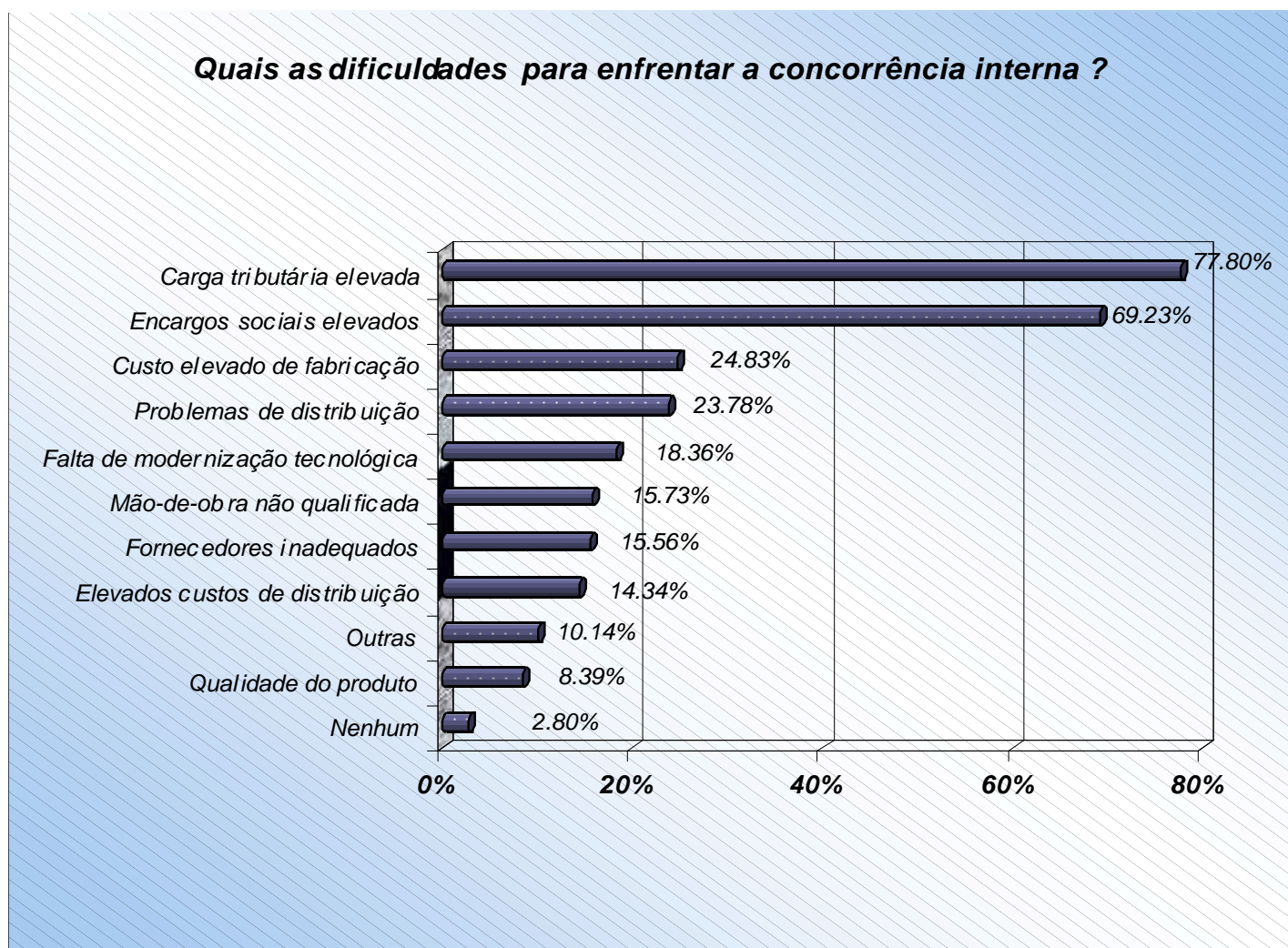


Qual a situação competitiva da sua empresa ?



CONCORRÊNCIA INTERNA

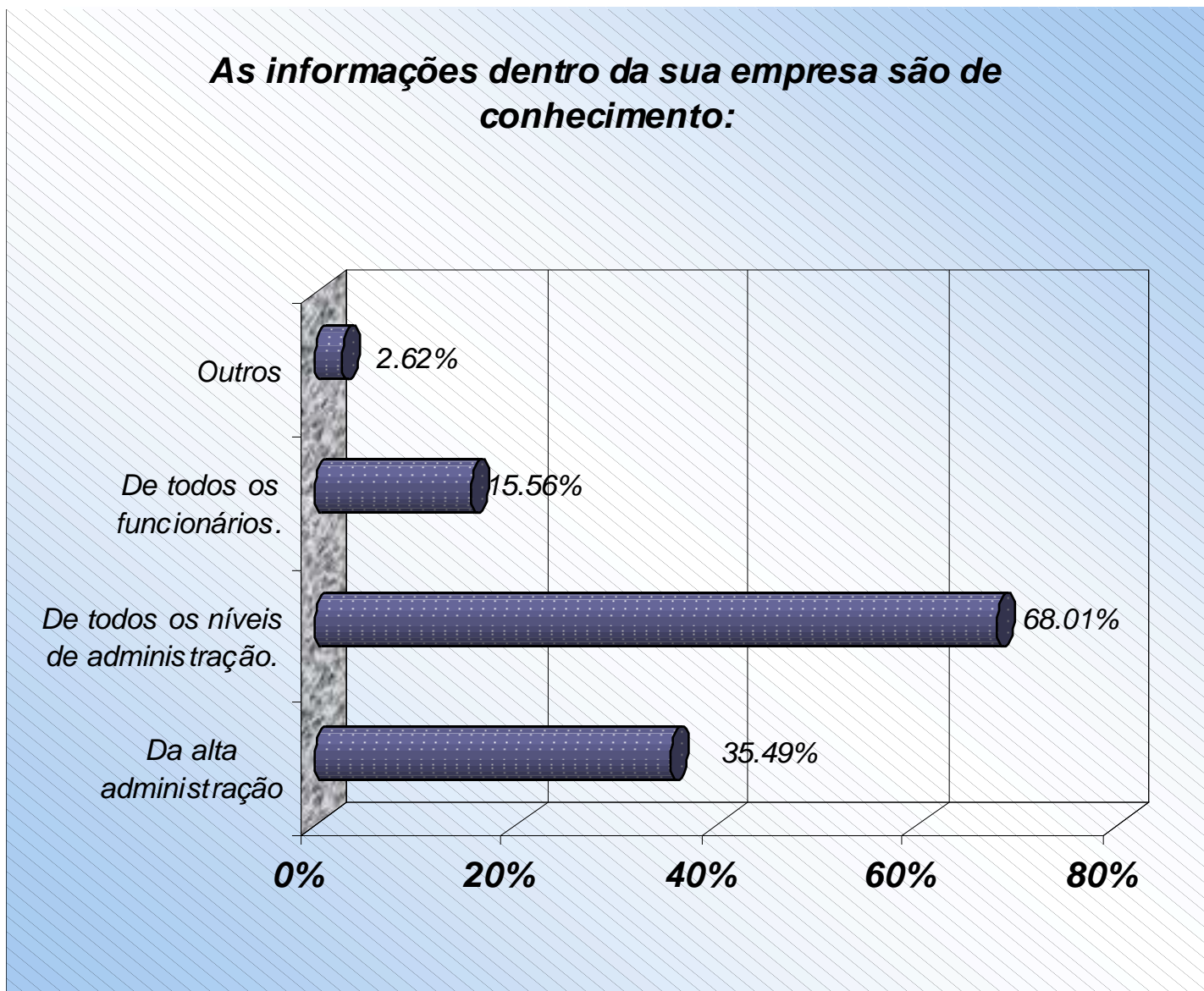
Apesar dos ganhos de produtividade que vêm obtendo, o empresariado paranaense aponta vários empecilhos para enfrentar a concorrência interna. Entre as possibilidades de resposta existem dois grandes grupos, os externos e os internos em relação à empresa. Entre os externos à empresa (que são também os maiores), temos a 'Carga Tributária Elevada' com 77,80%; os 'Encargos Sociais Elevados' com 69,23%; 'problemas de distribuição' (23,78%); e 'elevados custos de distribuição' (14,34%);. Entre os internos à empresa, os mais citados são: 'custo elevado de fabricação' (24,83%); 'falta de modernização tecnológica' (18,36%); 'mão-de-obra não qualificada' (15,73%); 'fornecedores inadequados' (15,56%); e 'qualidade do produto' (8,39%).



"Itens do custo Brasil, como Carga Tributária Elevada (77,80%) e Encargos Sociais Elevados (69,23%) são apontados como os vilões para enfrentar a concorrência ."

DIVULGAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DENTRO DA EMPRESA

Das empresas participantes, 35,49% disponibilizam as informações para a 'alta administração', 68,01% para 'todos os níveis administrativos', e, 15,56% para 'todos os funcionários'.

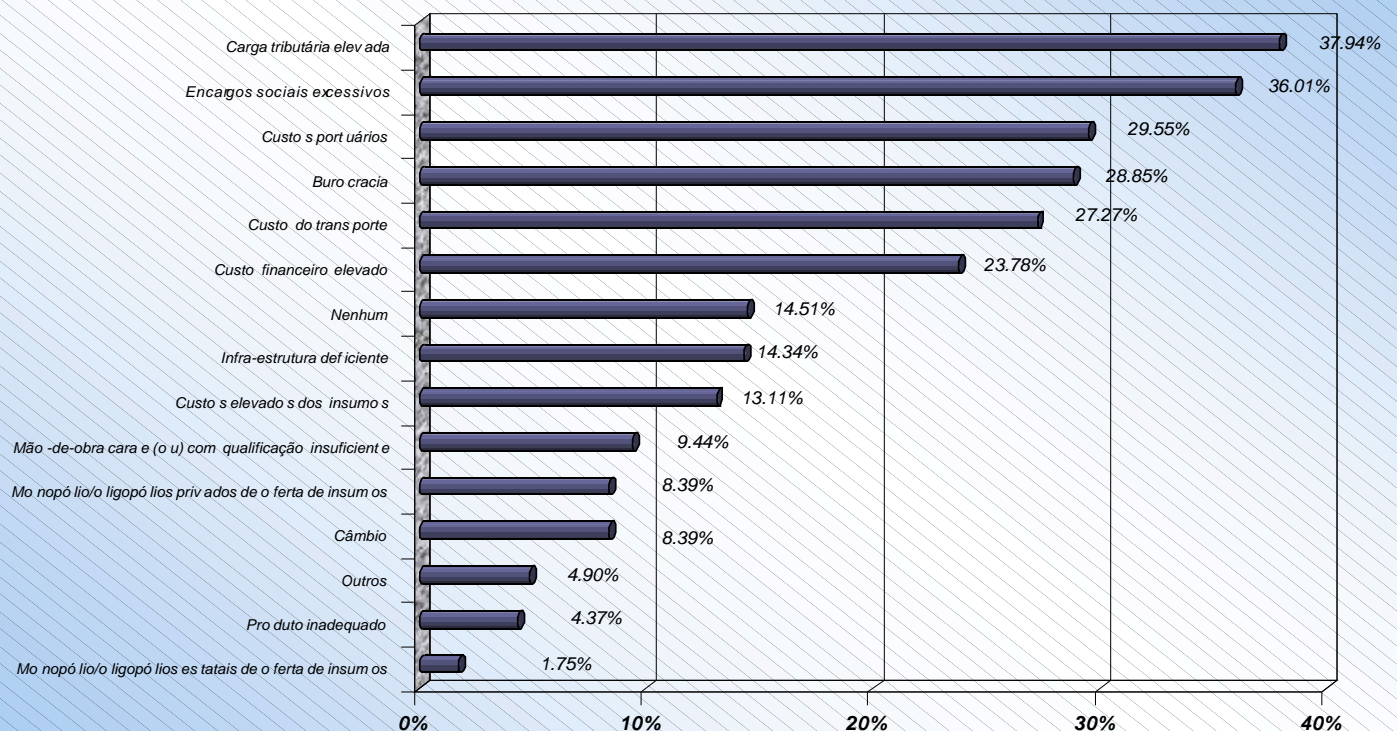


"68,01% das empresas disseminam informações para 'todos os níveis administrativos'."

COMPETITIVIDADE INTERNACIONAL E 'CUSTO BRASIL'

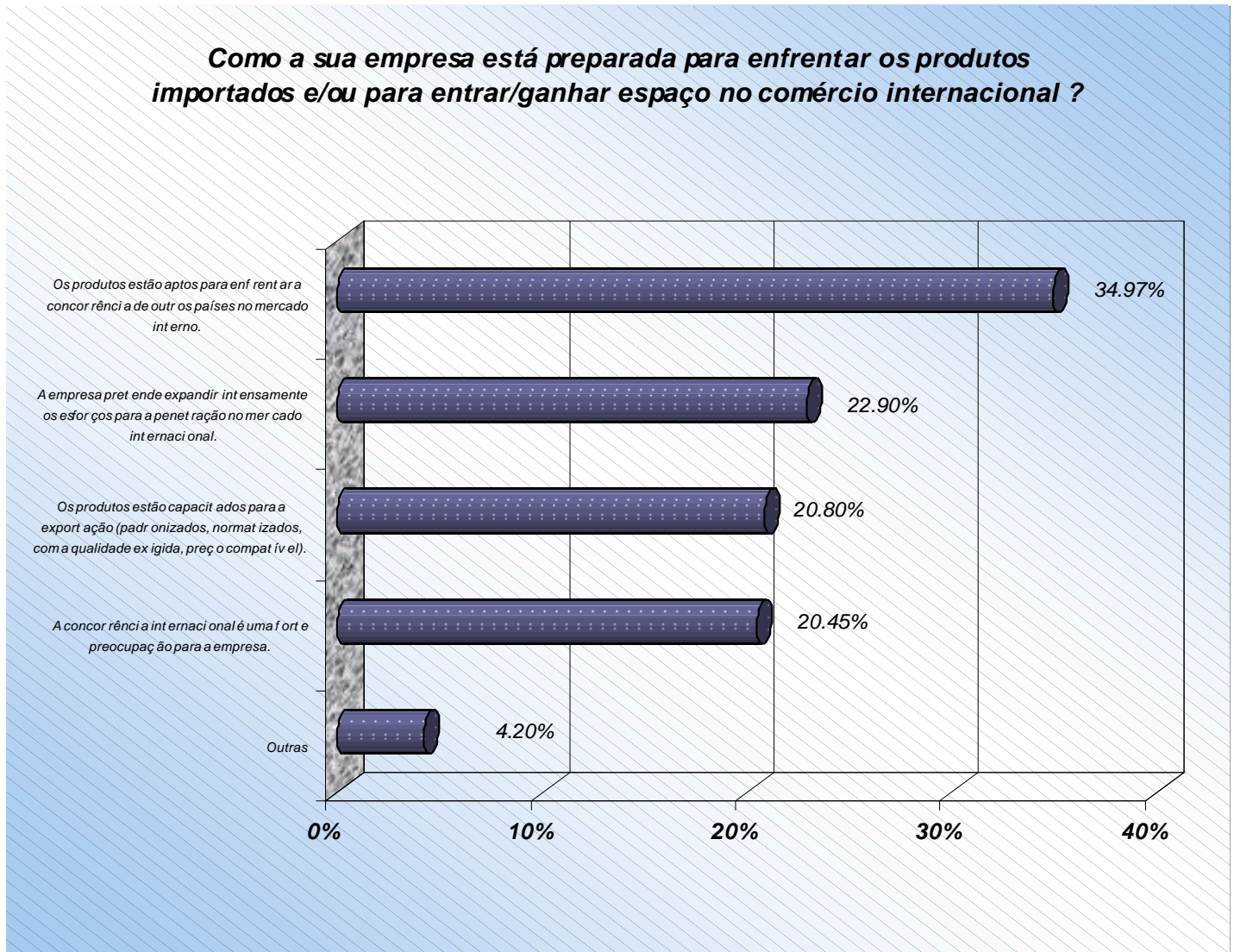
O empresariado paranaense opinou de forma muito clara sobre os itens que afetam negativamente a competitividade internacional das suas empresas. Apenas 14,51% (em 1999 eram 10,31%, em 1998 eram 9,87%, em 1996 eram 15,29% e em 1995 eram 10,93%) afirmaram não ter nenhuma dificuldade externa à empresa neste 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.

Indique os fatores que afetam a competitividade internacional da sua empresa.



COMÉRCIO INTERNACIONAL

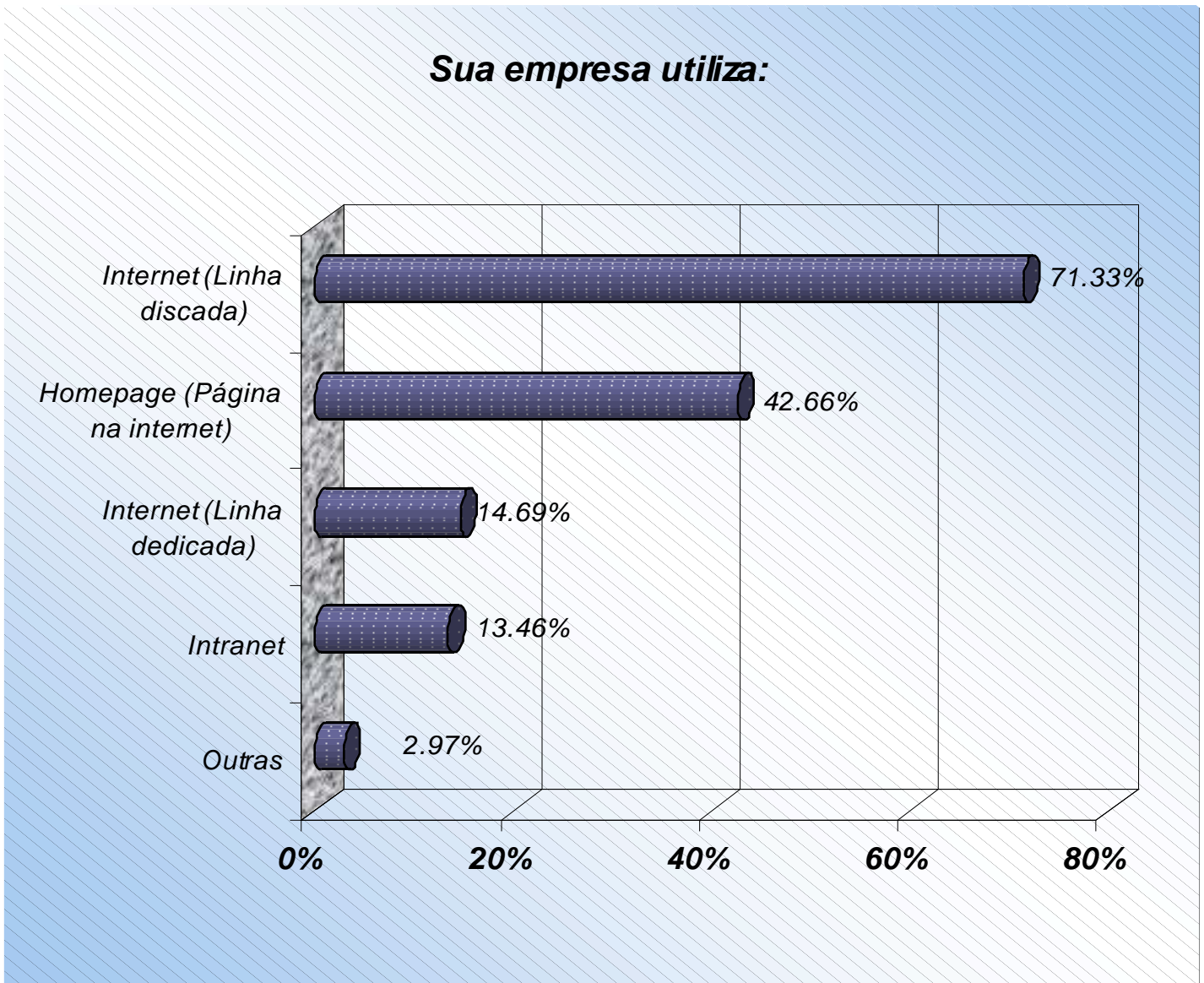
34,97% das empresas têm produtos aptos para concorrer internamente com produtos importados e 22,80% estão capacitados para oferecer produtos consumíveis no exterior. Dizem também as empresas paranaenses estarem fortemente preocupadas com o mercado internacional (20,45%) e 22,90% pretendem expandir intensamente os esforços para a penetração no mercado internacional.



"34,97% das empresas têm produtos aptos para concorrer internamente com produtos importados"

UTILIZAÇÃO DE INTERNET

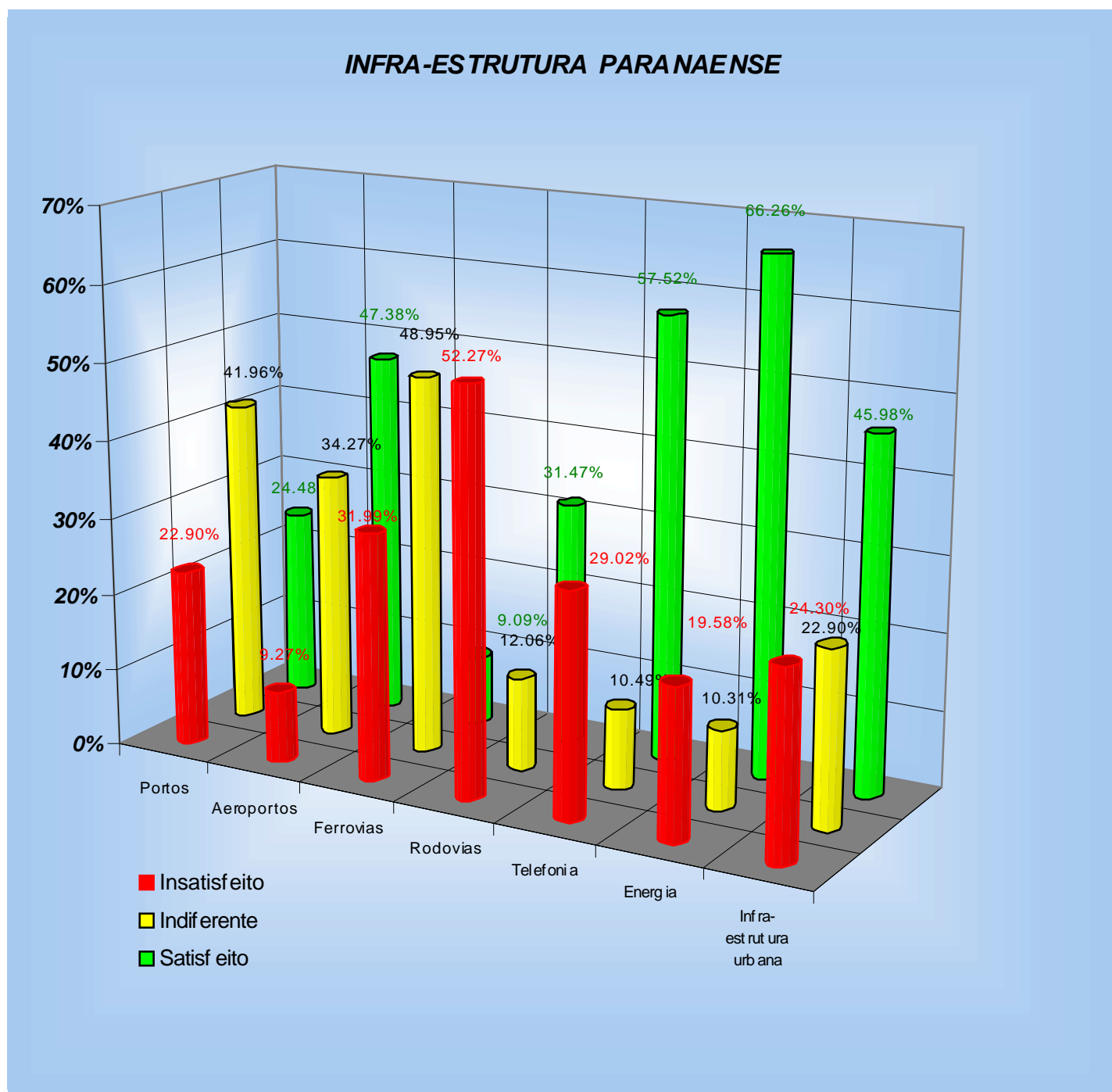
71,33% das empresas industriais paranaenses utilizam internet linha discada, 42,66% têm sua homepage, 14,69% possuem internet - linha dedicada e 13,46% intranet.



"42,66% das empresas têm página na Internet."

INFRA-ESTRUTURA

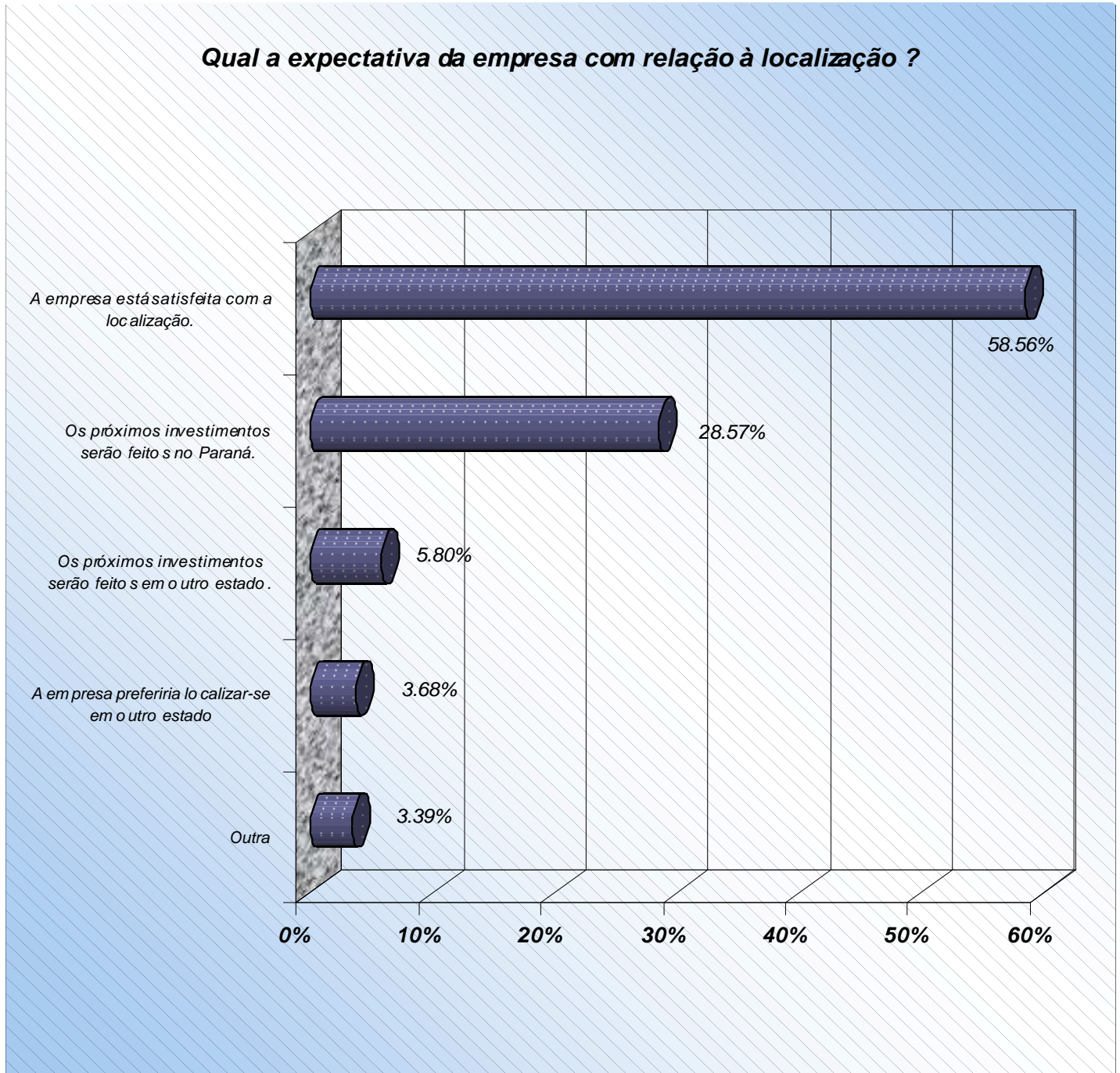
Com exceção dos Portos, das Ferrovias e das Rodovias, a grande maioria dos industriais paranaenses está satisfeita com a infra-estrutura do Estado.



"Com exceção das ferrovias, dos portos e das rodovias, mais de 45% dos empresários se considera satisfeita com os outros itens de infra-estrutura paranaense."

LOCALIZAÇÃO

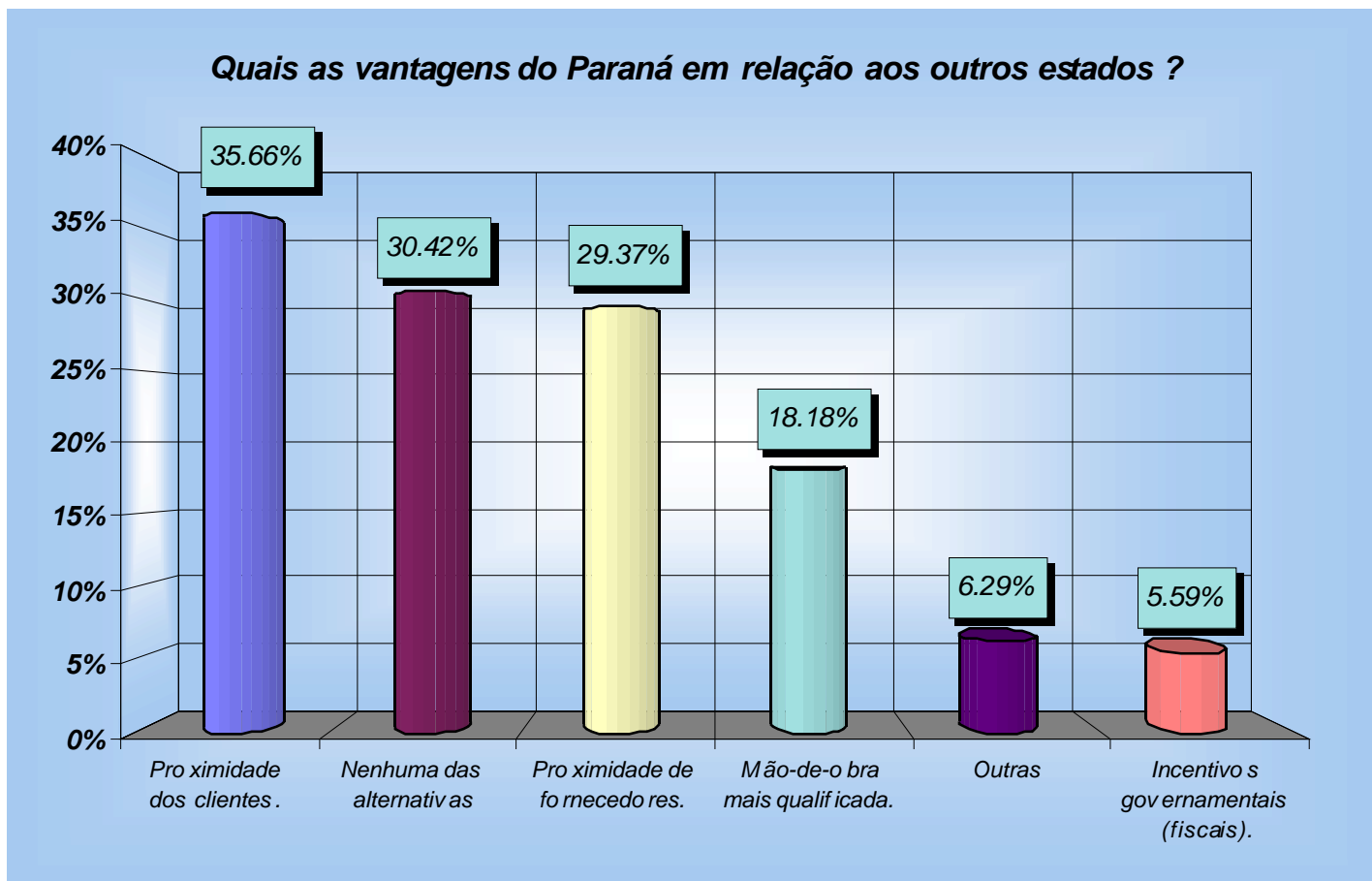
Os industriais paranaenses estão satisfeitos com a localização das empresas no Paraná (58,56%). 28,57% farão seus investimentos no Estado e 5,80% os farão em outros Estados. Apenas 3,68% preferiria localizar-se em outro Estado. Apenas 3,39% preferiria localizar-se em outro Estado.



"58,56% 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 clientes' (35,66%) 'proximidade dos fornecedores' (29,37%); 'mão-de-obra mais qualificada' (18,18%); e 'incentivos governamentais (fiscais)' (5,59%).

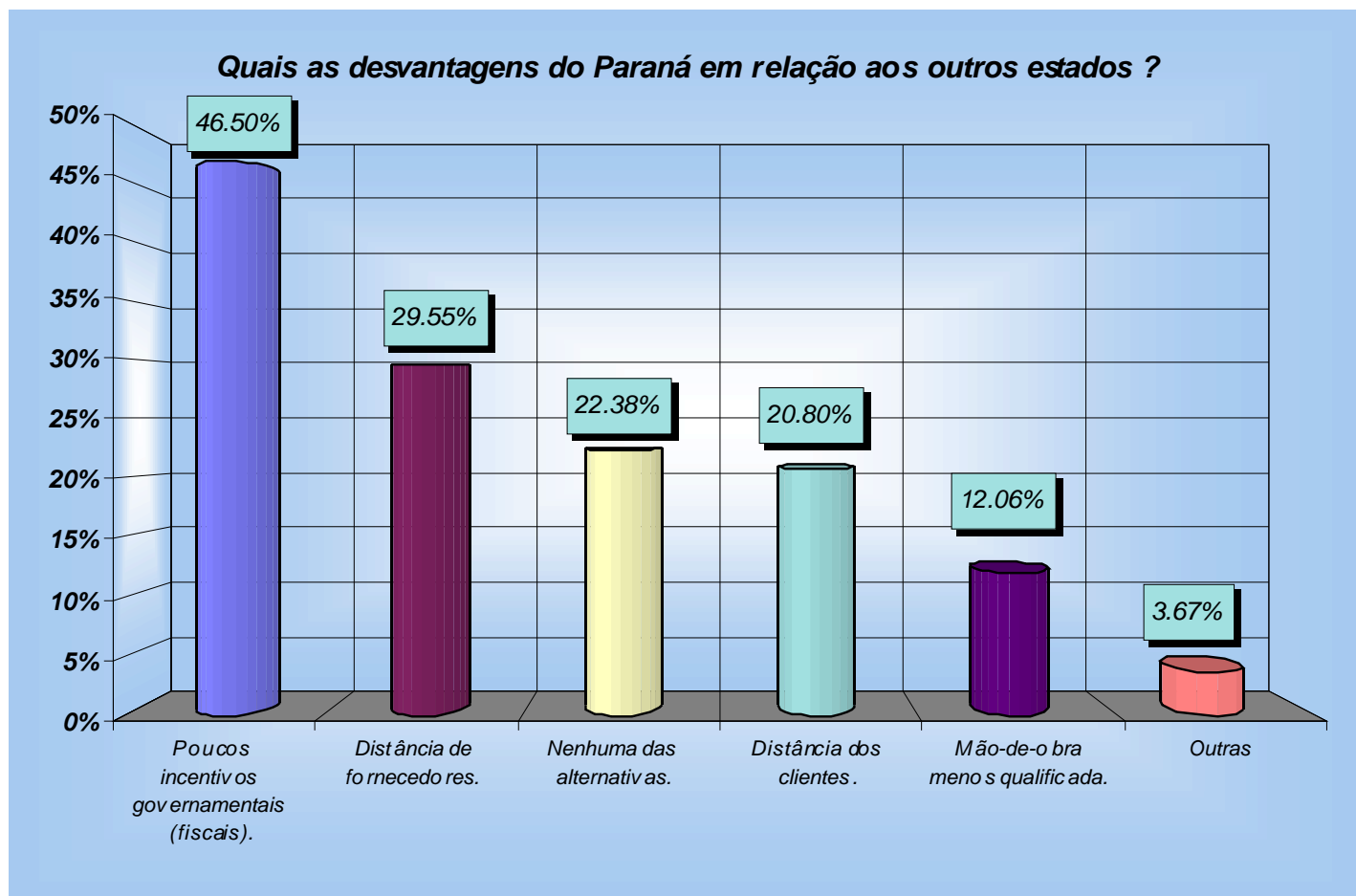


"35,66% dos empresários consideram a proximidade dos clientes como vantagem do Paraná em relação a outros Estados."

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.

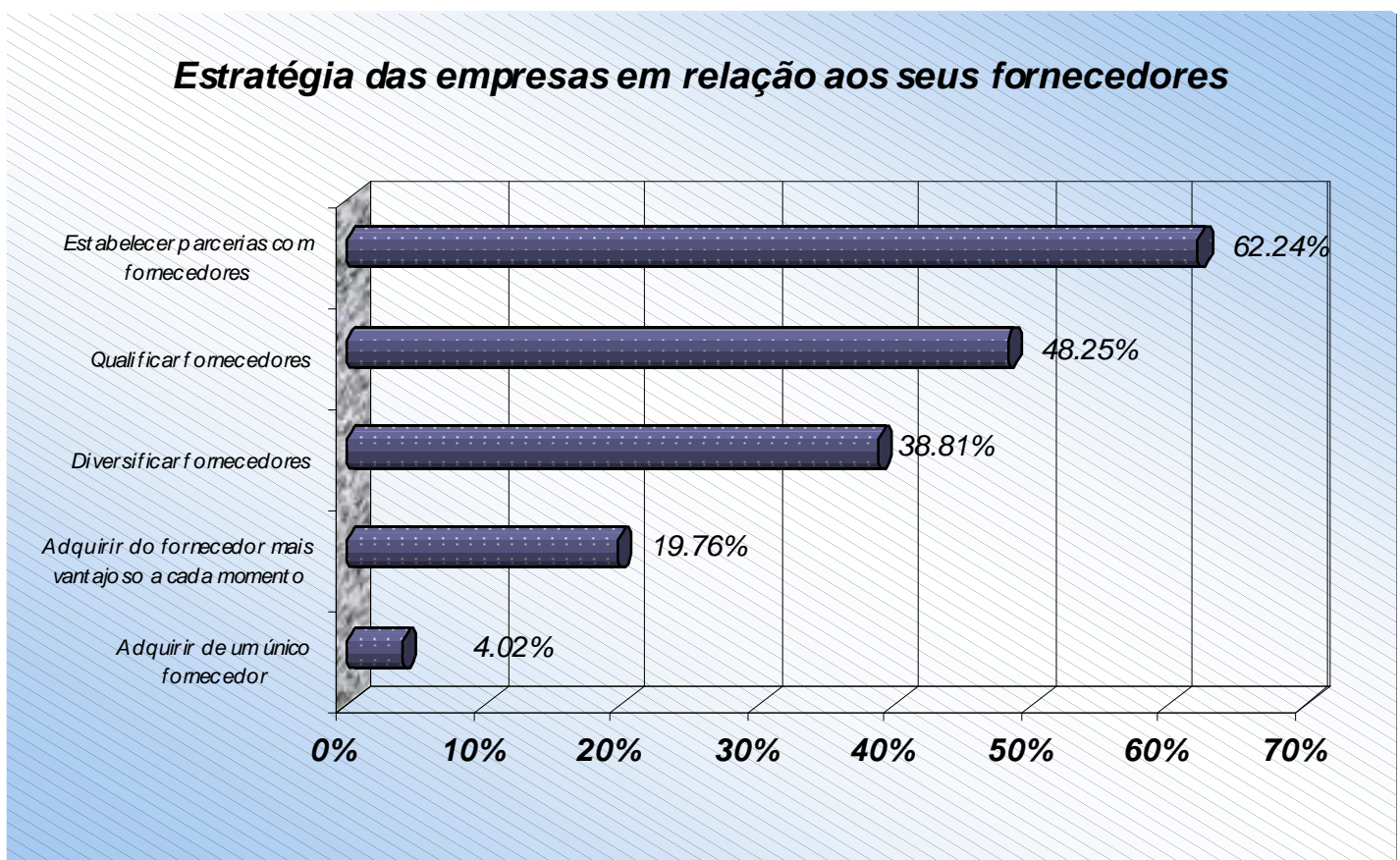
O item mais relevante ficou por conta dos reduzidos incentivos governamentais, que aparecem como a maior desvantagem do Estado (46,50%).



"46,50% assinalam os poucos incentivos governamentais como a maior desvantagem do Paraná."

ESTRATÉGIAS DAS EMPRESAS EM RELAÇÃO AOS SEUS FORNECEDORES

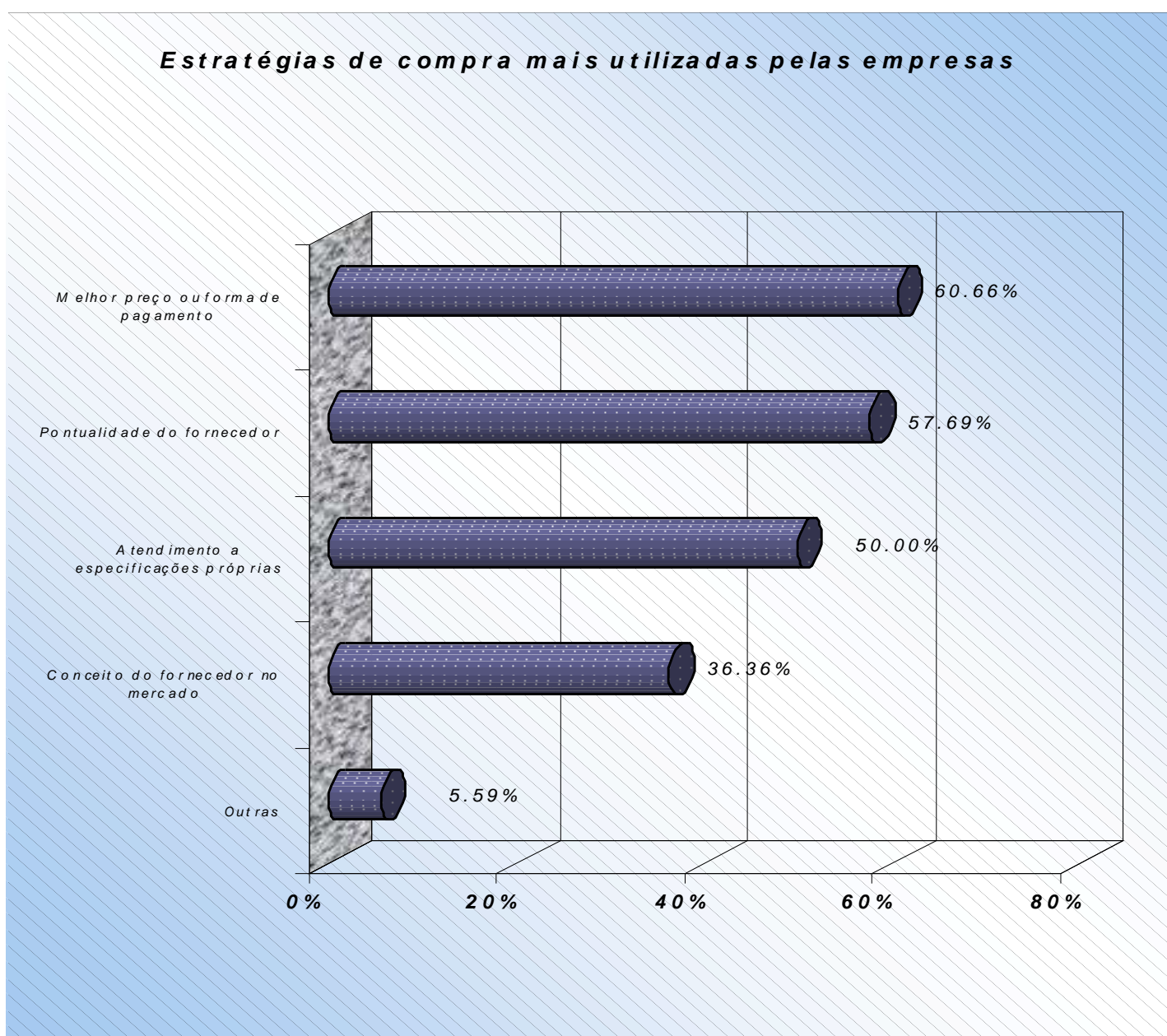
Os empresários têm como princípios junto a seus fornecedores estabelecer parcerias (62,24%) e qualificá-los (48,25%). 38,81% diversifica os fornecedores, 19,76% adquire do fornecedor mais vantajoso a cada momento (não se mantém fiel a um só fornecedor); e só 4,02% o fazem de um único fornecedor.



"Entre as estratégias junto aos fornecedores, as empresas estão estabelecendo parcerias (62,24%) e qualificando-os (48,25%)."

ESTRATÉGIAS DAS EMPRESAS EM RELAÇÃO A COMPRAS

Os empresários têm como estratégia de compra o 'melhor preço ou forma de pagamento' (60,66%); 'pontualidade do fornecedor' (57,69%); e, 'atendimento a especificações próprias' (50,00%). Em menor grau aparece o 'conceito do fornecedor no mercado' (36,36%) e 'outras' (5,59%).

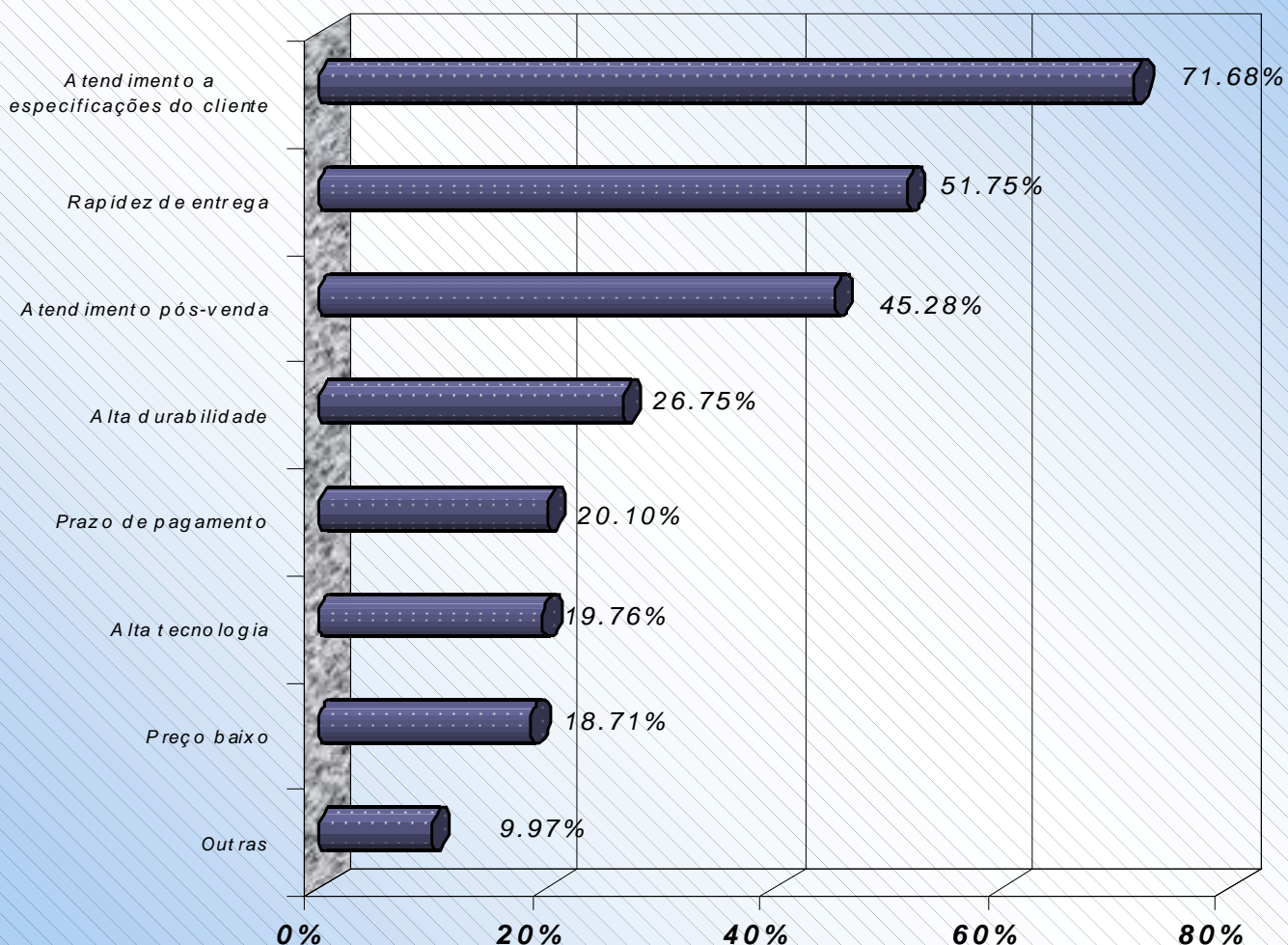


"Na compra, as empresas se preocupam com o 'melhor preço ou forma de pagamento' (60,66%), com a 'pontualidade na entrega' (57,69%), e com o atendimento a especificações próprias (50,00%)."

ESTRATÉGIAS DE VENDAS DAS EMPRESAS

Os empresários têm como estratégia de vendas o 'atendimento a especificações do cliente' (71,68%); 'rapidez de entrega' (51,75%); 'atendimento pós-venda' (45,28%); 'alta durabilidade' (26,75%); 'prazo de pagamento' (20,10%); 'alta tecnologia' (19,76%); e 'preço baixo' (18,71%).

Estratégias de venda mais utilizadas pelas empresas



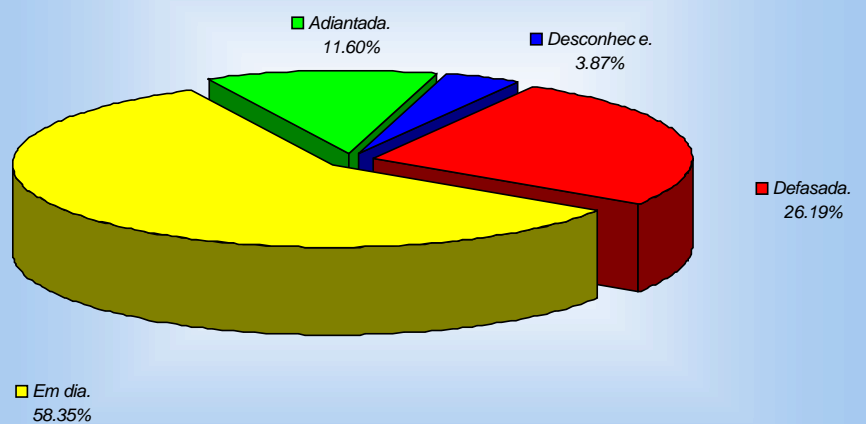
"A principal estratégia de vendas utilizada pelas empresas é o atendimento a especificações do cliente 71,68%"

O ESTÁGIO TECNOLÓGICO DAS EMPRESAS PARANAENSES EM NÍVEL NACIONAL

Quando o assunto é estágio tecnológico das indústrias paranaenses em relação ao nível nacional, 11,60% se consideram adiantadas; 58,35%, em dia; 26,19%, defasadas; e 3,87% desconhecem. Isto mostra que o Paraná conta com expressivo contingente (70%) de empresas atualizadas tecnologicamente.

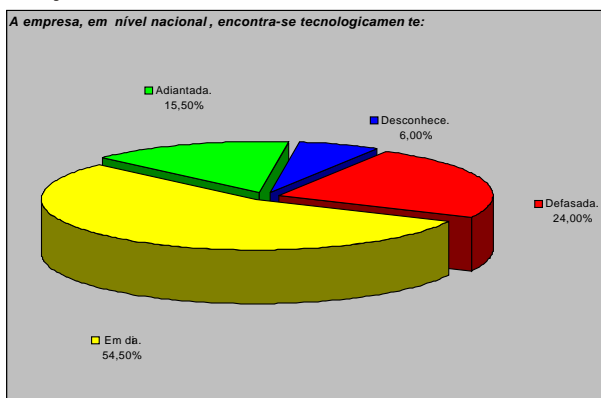
"58,35% das empresas paranaenses se encontram tecnologicamente em dia, em nível nacional."

A empresa, em nível nacional, encontra-se tecnologicamente:

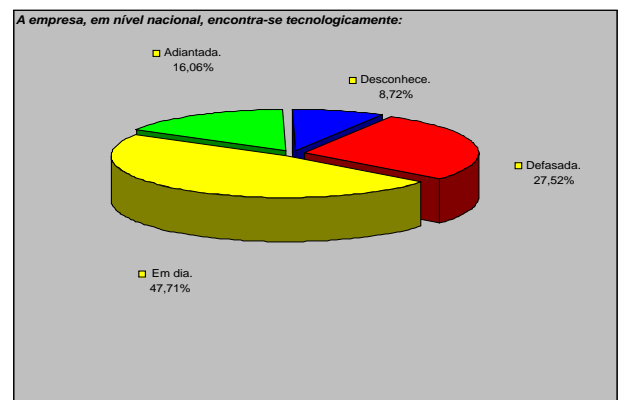
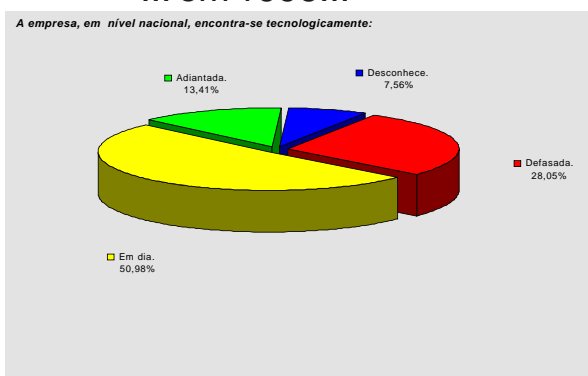


... em 1998...

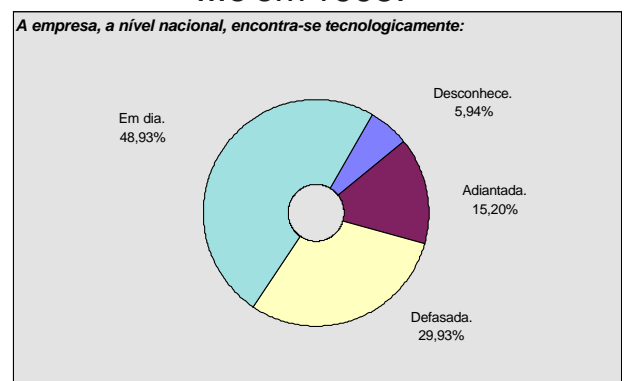
Veja os números em 1999...



... em 1996...



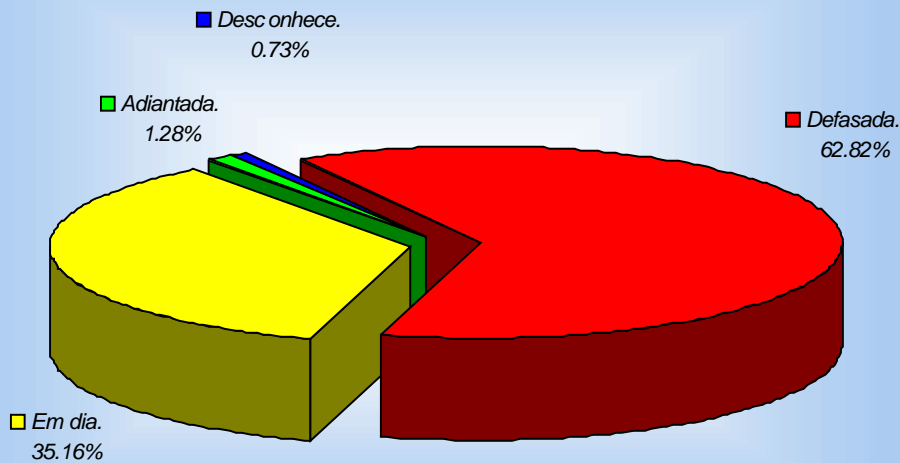
...e em 1995.



O ESTÁGIO TECNOLÓGICO DAS EMPRESAS PARANAENSES EM NÍVEL INTERNACIONAL

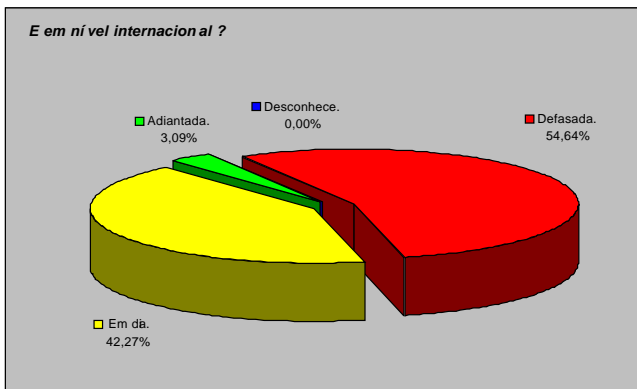
Em nível internacional, grande parte das empresas paranaenses (62,82%) se considera defasada tecnologicamente; 35,16%, está em dia; e 1,28% adiantada.

E em nível internacional ?

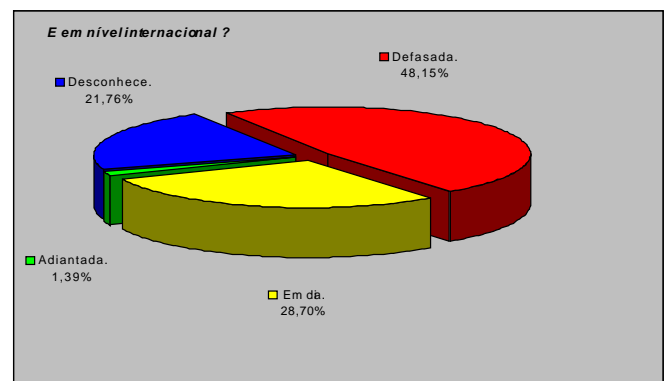


"62,82% das empresas paranaenses se encontram tecnologicamente defasadas, em nível internacional."

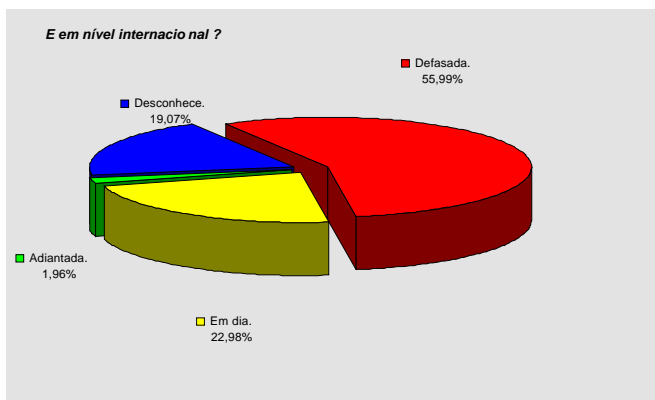
Em 1999 era assim....



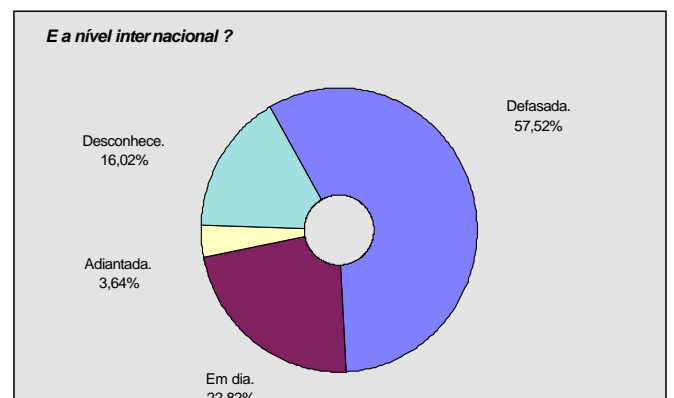
... 1998....



... 1996....

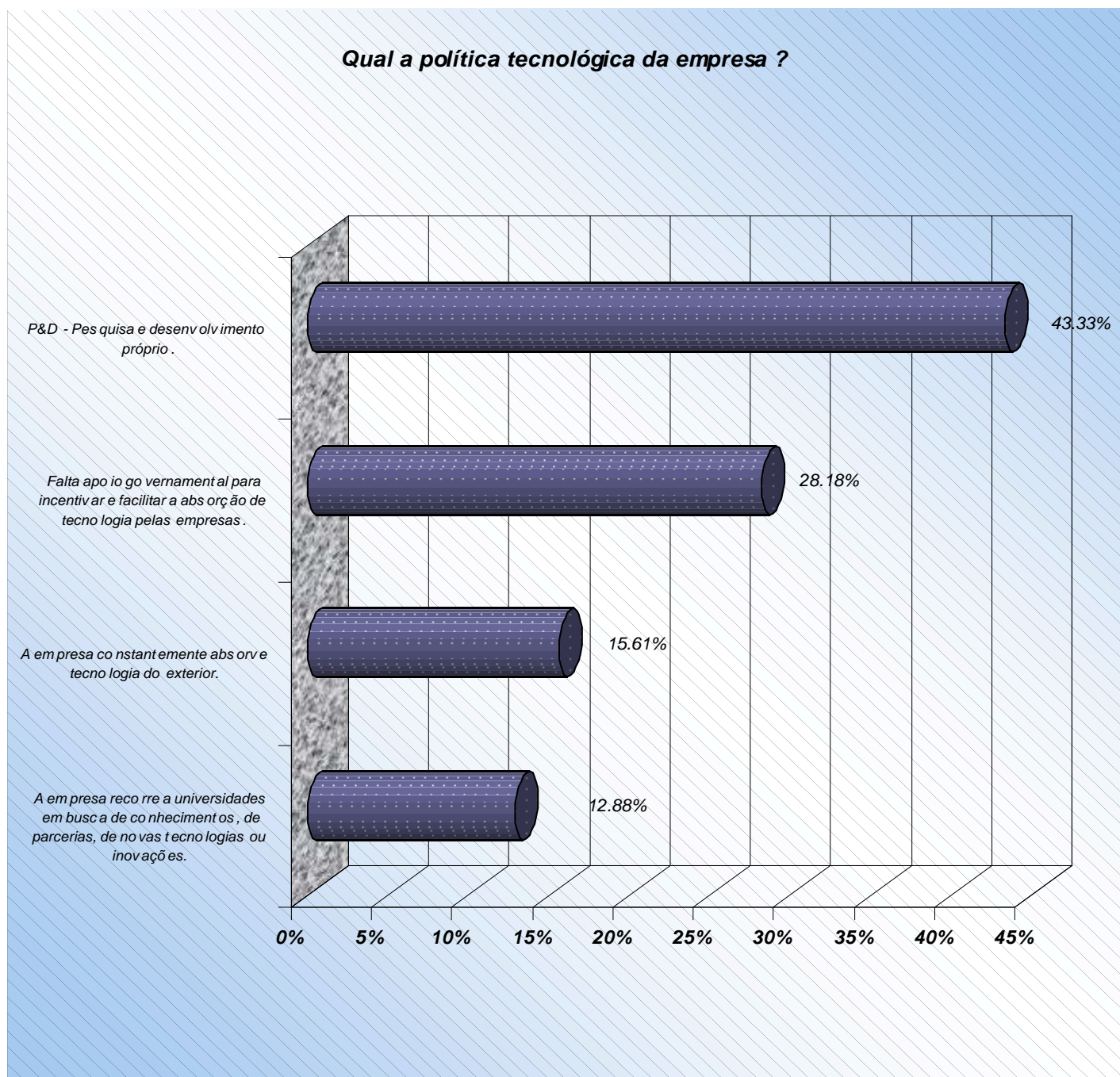


...e em 1995 assim.



POLÍTICAS TECNOLÓGICAS DAS EMPRESAS PARANAENSES

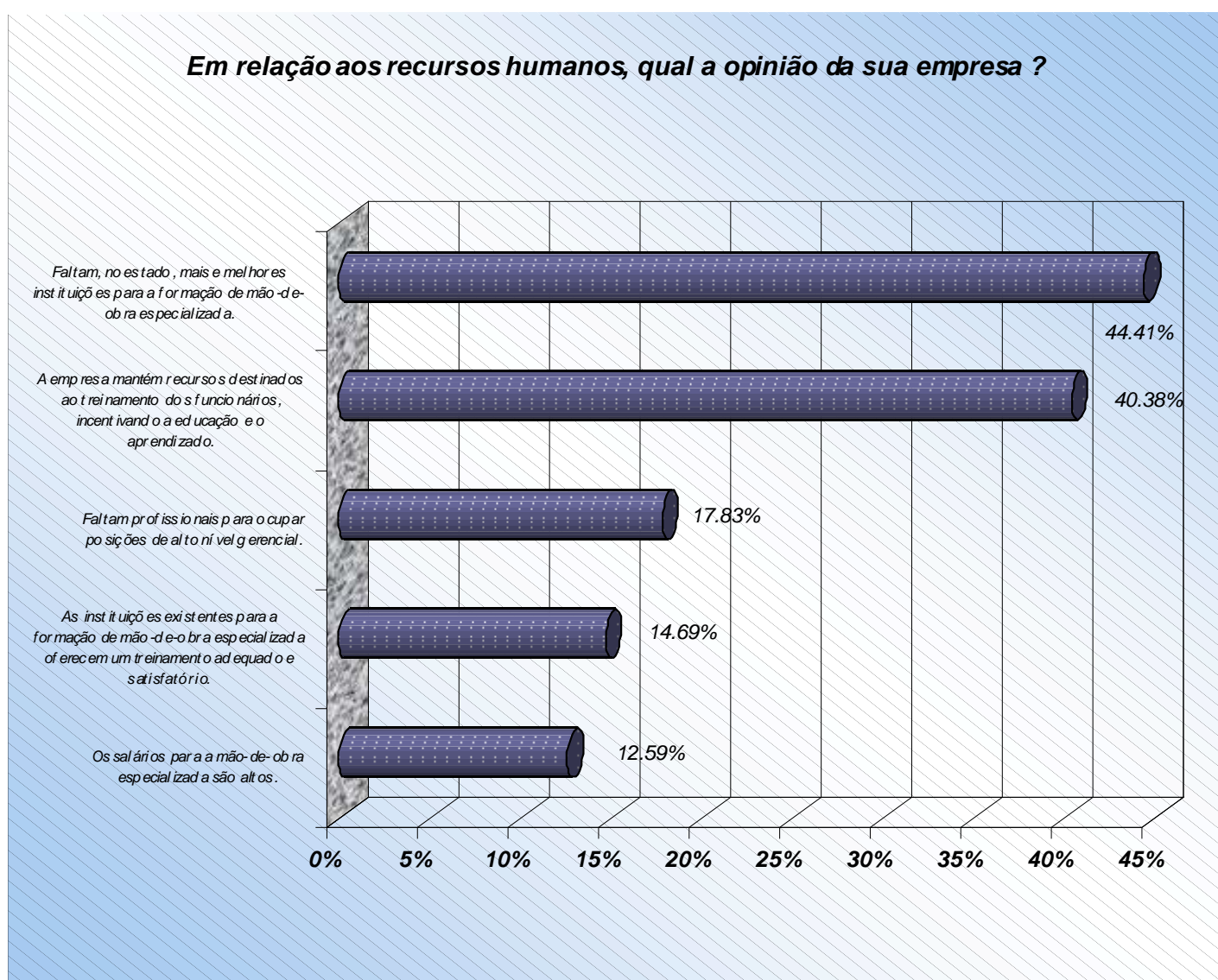
43,33% das empresas paranaenses têm pesquisa e desenvolvimento próprios e 28,18% reclamam da falta de apoio governamental para incentivar e facilitar a absorção de tecnologia. Por outro lado, 15,61% absorvem tecnologia do exterior e apenas 12,88% recorrem a universidades em busca de conhecimentos, de parcerias, de novas tecnologias ou inovações.



"43,33% das empresas paranaenses têm pesquisa e desenvolvimento próprios."

FORMAÇÃO DE PESSOAL NAS EMPRESAS PARANAENSES

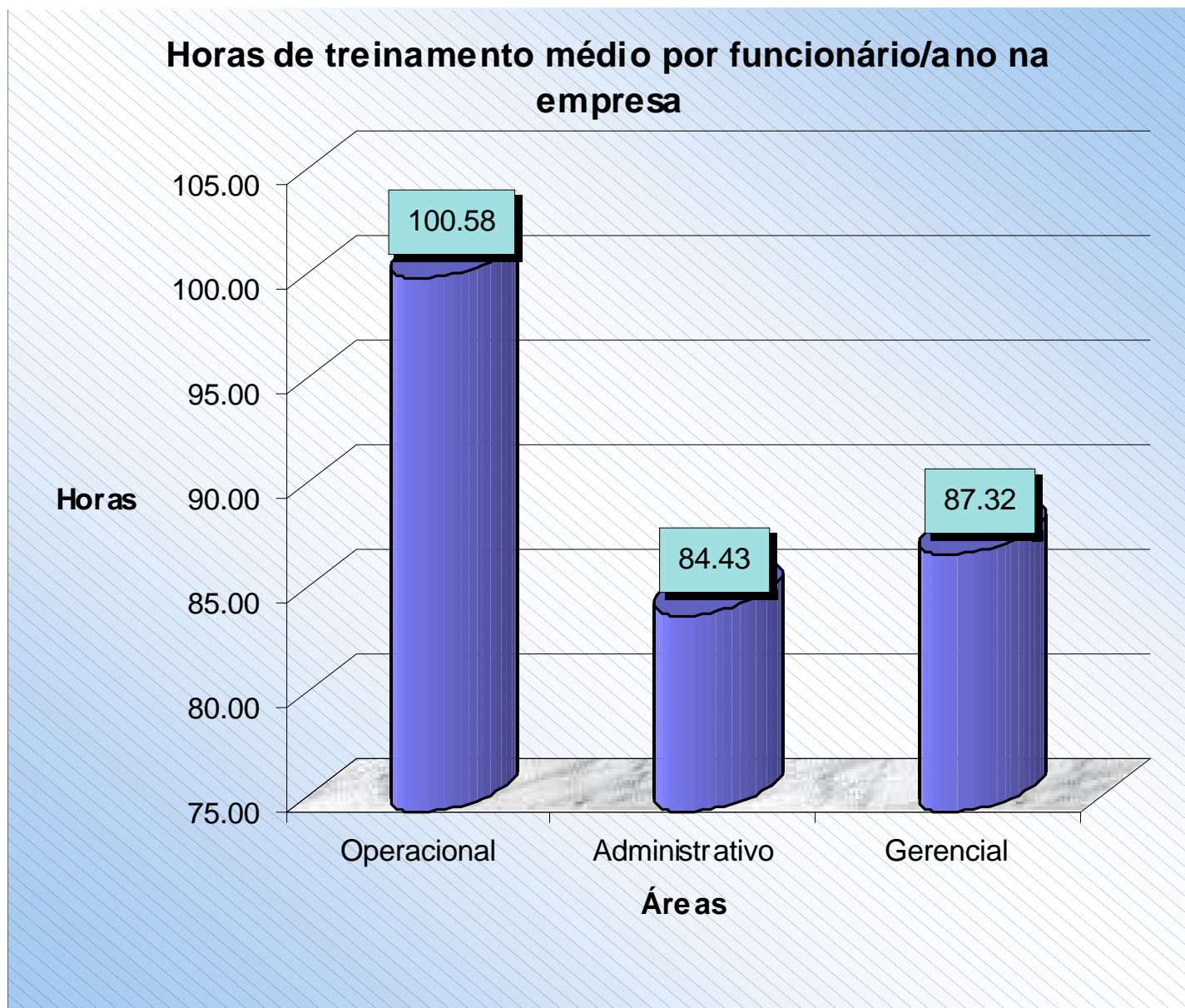
Os industriais paranaenses opinam que faltam, no Estado, mais e melhores instituições para a formação de mão-de-obra especializada (44,41%), provocando nas empresas a necessidade de destinar recursos para treinamento e incentivos à educação e aprendizado (40,38%). Por outro lado, faltam profissionais para ocupar posições de alto nível gerencial (17,83%) e 12,59% apontam que os salários para a mão-de-obra especializada são altos. 14,69% estão satisfeitos com as instituições de formação de mão-de-obra.



"40,38% 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

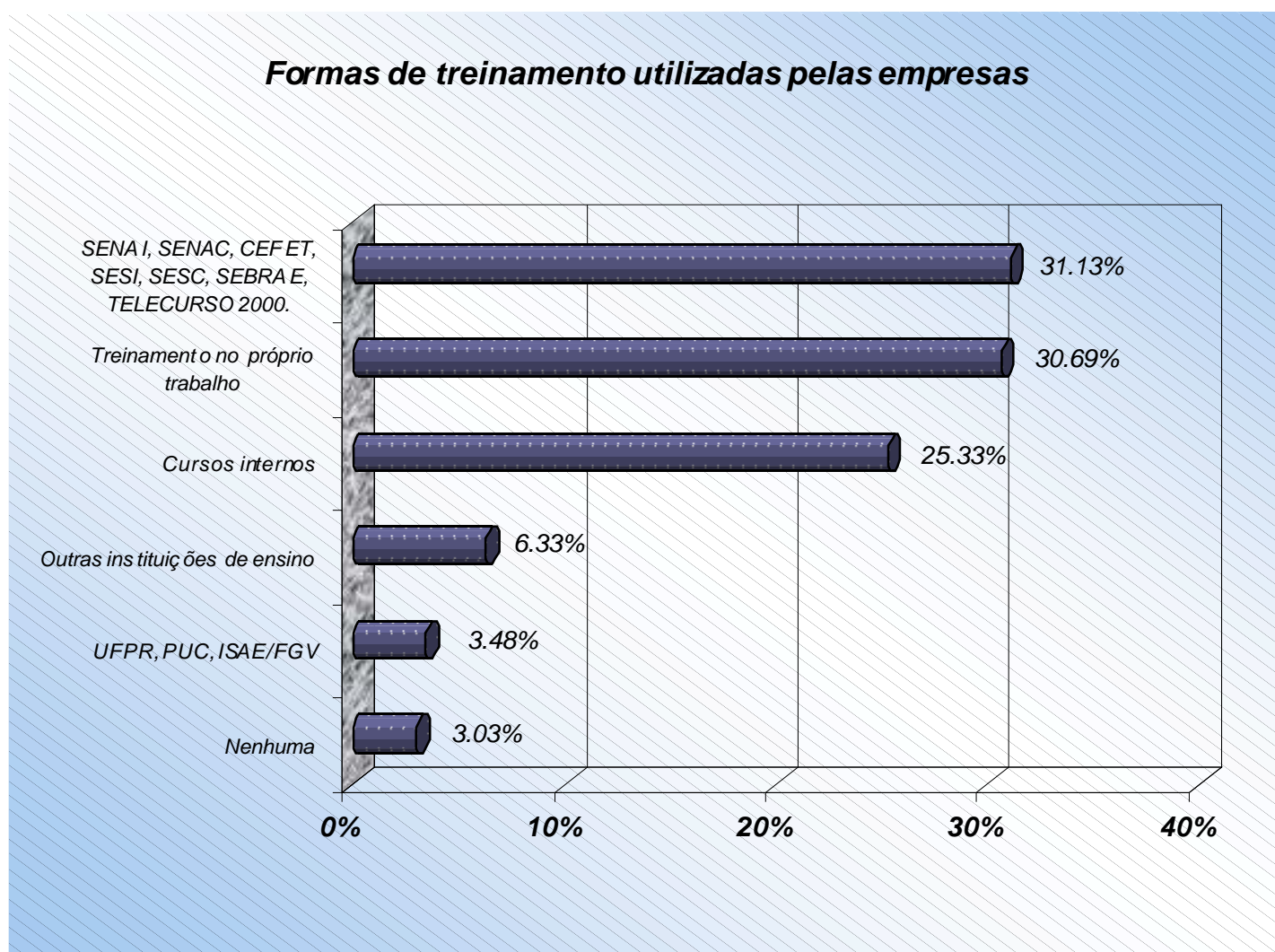
Os empresários paranaenses estão treinando seus funcionários das diversas áreas com a seguinte carga horária por funcionário/ano: Gerencial, 87,32 horas; Administrativo, 84,43 horas; e Operacional, 100,58 horas.



"As empresas paranaenses estão treinando seus funcionários com uma carga horária superior a 84 horas por funcionário/ano."

FORMAS DE TREINAMENTO UTILIZADAS PELAS EMPRESAS PARANAENSES

31,13% dos entrevistados utilizam os serviços do SENAI, SEBRAE, SENAC, etc.; 30,69% têm treinamento no próprio trabalho; 25,33% possuem cursos internos, 6,33% utilizam outras instituições de ensino, e 3,48% utilizam as universidades UFPR, PUC, ISAE/FGV, etc.. Apenas 3,03% não têm nenhuma forma de treinamento.

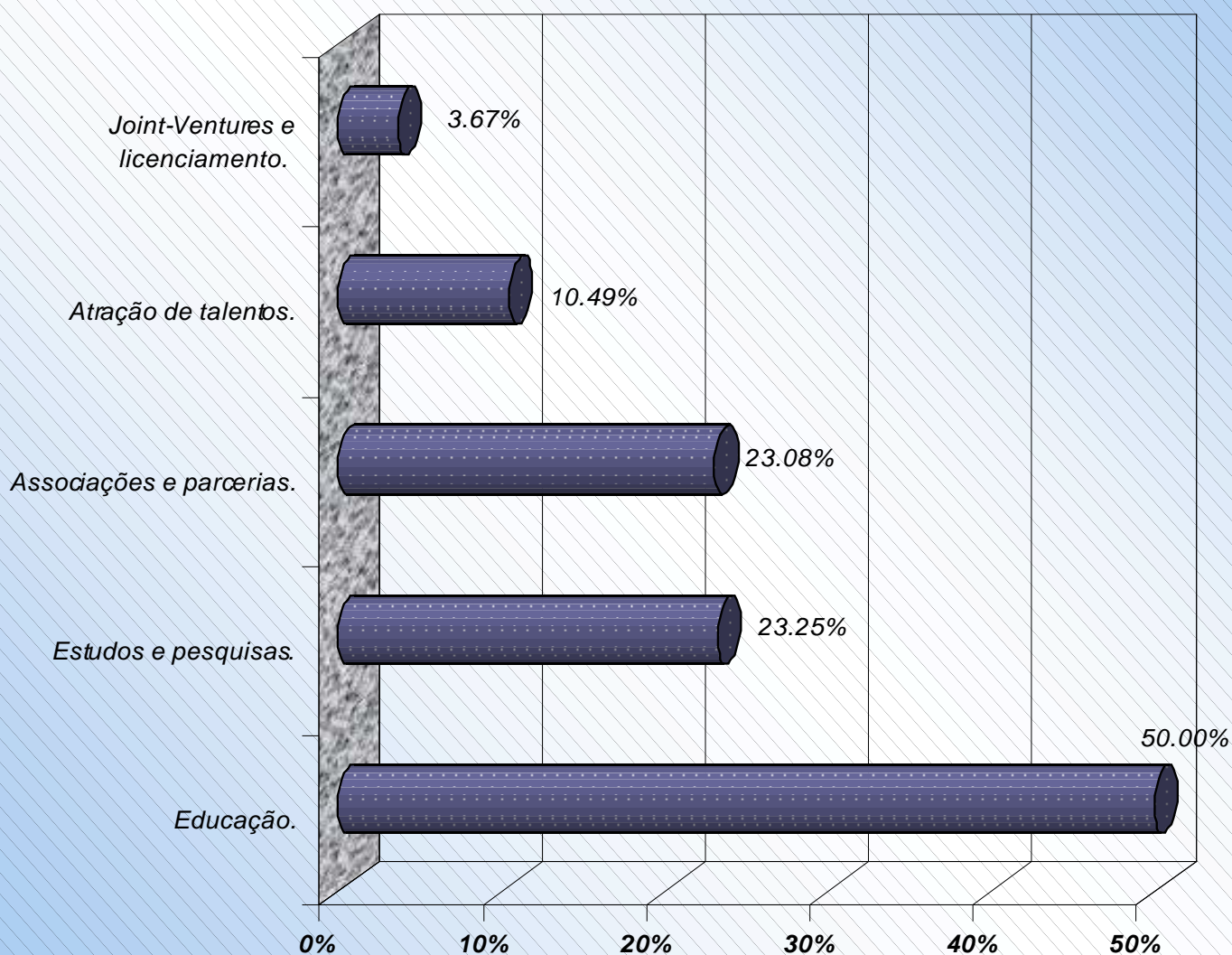


"31,13% dos entrevistados utilizam os serviços do SENAI, SEBRAE, SENAC, CEFET, TELECURSO 2000, etc. como forma de treinamento."

POLÍTICA DE DISSEMINAÇÃO DE CONHECIMENTO

Entre as formas de disseminação de conhecimento, as empresas industriais paranaenses utilizam a 'educação' (50,00%), 'estudos e pesquisas'(23,25%), associações e parcerias' (23,08%), 'atração de talentos' (10,49%) e 'joint-ventures e licenciamento'(3,67%).

A sua empresa usa alguma das seguintes formas para ampliar o conhecimento das pessoas a ela vinculadas?

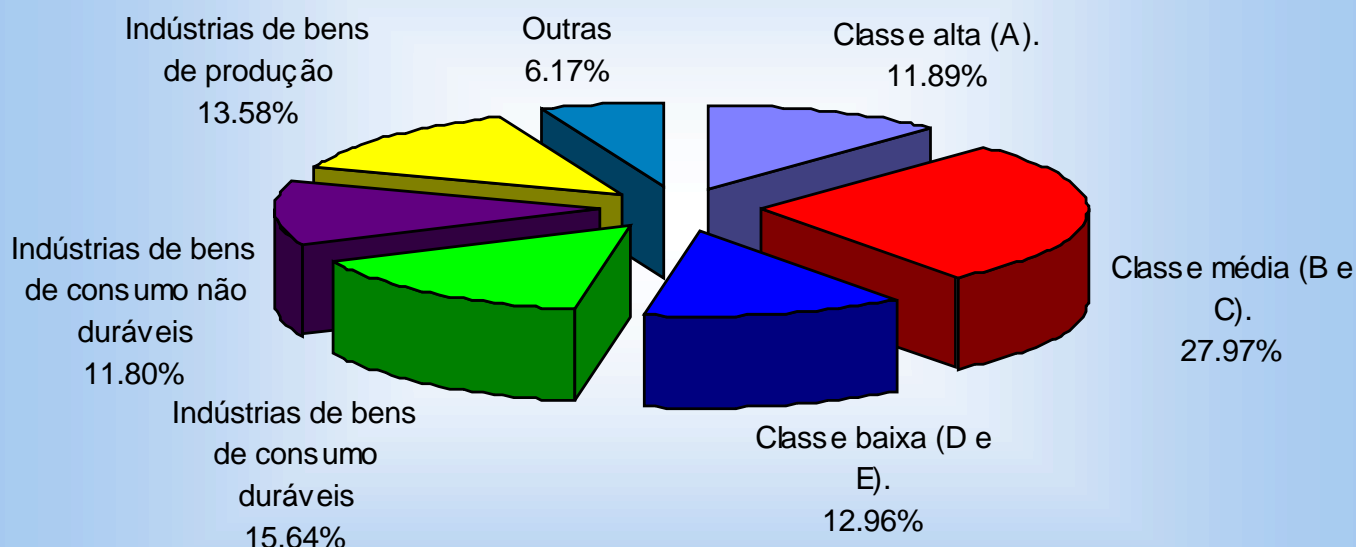


"A educação é, para 50,00%, a principal forma utilizada para ampliar o conhecimento nas empresas paranaenses."

CLASSES PREPONDERANTES DE CONSUMIDORES DOS PRODUTOS PARANAENSES

27,97% dos produtos paranaenses são consumidos pelas classes sociais B e C, 12,96% pelas classes D e E e 11,89% pela classe A. 15,64% 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; 11,80% por indústrias de bens de consumo não duráveis; e 13,58% por outras indústrias de bens de produção.

Classe preponderante de consumidores atendidas pelas empresas



"As classes sociais B e C respondem por 27,97% 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 a 'qualificação de pessoal' (63,11%); 'enxugamento de custos' (59,79%); 'lançamento de novos produtos' (55,77%); 'novas tecnologias' (54,02%); 'novos mercados' (51,22%); 'terceirização' (17,83%); e 'outras' (2,80%). Apenas 1,57% não adota nenhuma estratégia.



"Entre as estratégias para enfrentar a concorrência interna e externa, 63,11% qualificar seu pessoal e 59,79% dos empresários enxugar custos ."

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' (51,75%); 'farão um banco de horas' (31,64%); 'darão férias coletivas' (30,77%); 'reduzirão o nível de emprego' (20,28%); 'reduzirão a jornada de trabalho e manterão os salários' (8,92%); 'tomarão outras medidas' (6,64%); e, 'reduzirão a jornada de trabalho e os salários' (5,07%).

Qual a política utilizada pela sua empresa em relação ao nível de emprego nos momentos de baixa produção ?

