

## PROJETO “RUMOS DA INDÚSTRIA PAULISTA”

### AMBIENTE ECONÔMICO

Outubro/2010

#### OBJETIVO:

Esta pesquisa tem como objetivo avaliar o efeito do atual ambiente econômico sobre o desempenho das empresas industriais paulistas. A pesquisa foi realizada com 354 empresas entre os dias 10 e 30 de setembro de 2010.

O porte das empresas é composto por:

- Micro/Pequenas (até 99 empregados): 58% (207 empresas);
- Médias (de 100 a 499 empregados): 32% (113 empresas);
- Grandes (500 ou mais empregados): 10% (34 empresas).

#### SUMÁRIO EXECUTIVO:

- 43% das empresas estão tendo desempenho em 2010 idêntico ao esperado, 32%, pior que o esperado e 24%, melhor que o esperado.
- Os três principais fatores que estão impedindo melhores resultados são a alta carga tributária para 57% das empresas, a concorrência com importados para 27% e o aumento do custo da matéria-prima para 25%.
- Em comparação com 2009, a carteira de clientes das empresas em 2010 permaneceu igual para 49%, aumentou para 37% e diminuiu para 13%.
- O principal cliente das empresas são outras indústrias para 57%.
- A maior dificuldade enfrentada na negociação com clientes é a concorrência com produtos nacionais para 40% e a concorrência com importados para 28%.
- As principais estratégias adotadas para manter ou conquistar clientes são aumento de produtividade (47%), diminuição da margem de lucro (44%) e diversificação de produtos (41%).
- Com o real valorizado este ano, 45% das empresas continuam não importando, 31% mantiveram o nível de importação, 17% passaram a importar mais, 3% começaram a importar e 3% passaram a importar menos.
- Preferencialmente, as importações são de materiais e insumos para 66% das empresas.

## AMBIENTE ECONÔMICO

Considerando o desempenho das empresas em 2010, 43% afirmaram que estão tendo desempenho idêntico ao esperado, 32%, pior que o esperado e 24%, melhor que o esperado. Na estratificação por porte, podemos destacar que um percentual menor de pequenas empresas está tendo um desempenho melhor que o esperado (19% contra 24% do total), e que um percentual menor de empresas de médio porte está tendo um desempenho pior que o esperado (26% contra 32% do total).

### Resultado da empresa em 2010 – por porte

	Pequena empresa	Média empresa	Grande empresa	Total das empresas
Melhor que o esperado	19%	32%	29%	24%
Idêntico ao esperado	46%	42%	32%	43%
Pior que o esperado	35%	26%	38%	32%

Quando perguntamos às empresas quais eram os dois principais fatores que estariam impedindo que tivessem um resultado melhor no atual ambiente econômico, os principais fatores apontados foram alta carga tributária para 57% das empresas, concorrência com importados para 27%, aumento do custo da matéria-prima para 25%, o real valorizado em relação ao dólar para 19%, a queda da demanda interna para 17% e os altos encargos trabalhistas para 17%.

### Fatores que mais impedem melhores resultados no atual ambiente econômico (RM) – por porte

	Pequena empresa	Média empresa	Grande empresa	Total das empresas
<b>Queda da demanda interna</b>	21%	12%	13%	17%
<b>Alta carga tributária</b>	60%	55%	40%	57%
<b>Aumento do custo da matéria-prima</b>	19%	30%	43%	25%
<b>Real valorizado em relação ao dólar</b>	17%	17%	40%	19%
<b>Concorrência com importados</b>	26%	34%	10%	27%
<b>Altos encargos trabalhistas</b>	14%	19%	27%	17%
<b>Outros</b>	38%	28%	17%	32%

Na divisão por porte, podemos destacar que, enquanto para as empresas pequenas e médias, os dois principais fatores são a alta carga tributária (60% e 55% respectivamente) e a concorrência com importados (26% e 34% respectivamente), os principais fatores para as grandes empresas são o

aumento do custo de matéria-prima (43%), o real valorizado em relação ao dólar (40%) e a alta carga tributária (40%).

## CARTEIRA DE CLIENTES

Em comparação com 2009, a carteira de clientes em 2010 permaneceu igual para 49% das empresas que participaram da pesquisa, aumentou para 37% e diminuiu para 13%. Quando dividimos por porte, podemos destacar que para um maior percentual de empresas grandes a carteira de clientes permaneceu igual (59% contra 49% do total) e para um maior percentual de pequenas empresas a carteira diminuiu (16% contra 13% do total).

### Em comparação com 2009, a carteira de clientes de sua empresa em 2010 – por porte

	Pequena empresa	Média empresa	Grande empresa	Total das empresas
Aumentou	37%	39%	35%	37%
Permaneceu igual	47%	50%	59%	49%
Diminuiu	16%	11%	6%	13%

O principal cliente de 57% das empresas pesquisadas são outras indústrias, de 19% é o comércio varejista, de 12% são os consumidores finais, de 9% é o comércio atacadista e 3% têm as vendas destinadas principalmente às exportações.

### Principal cliente da empresa – por porte

	Pequena empresa	Média empresa	Grande empresa	Total das empresas
<b>Outras indústrias</b>	55%	57%	67%	57%
<b>Comércio varejista</b>	16%	27%	12%	19%
<b>Comércio Atacadista</b>	11%	8%	3%	9%
<b>Consumidor final</b>	16%	8%	6%	12%
<b>Exportação</b>	2%	1%	12%	3%

Na divisão por porte, temos que, embora os principais clientes para a maioria das empresas de qualquer dos portes sejam outras indústria, um percentual maior de empresas de grande porte tem

como principais clientes outras indústria (67% contra 57% do total), um percentual maior de empresas de médio porte vendem principalmente para o comércio varejista (27% contra 19% do total) e um percentual maior de empresas pequenas têm como principais clientes os consumidores finais (16% contra 12% do total).

A maior dificuldade enfrentada na negociação com clientes é a concorrência com produtos nacionais para 40% e a concorrência com importados para 28%. Outros 14% das empresas indicaram que não têm nenhuma dificuldade na negociação com clientes.

#### A maior dificuldade enfrentada na negociação com clientes – por porte

	Pequena empresa	Média empresa	Grande empresa	Total das empresas
<b>Não tem</b>	14%	14%	12%	14%
<b>Concorrência com importados</b>	25%	32%	33%	28%
<b>Concorrência com nacionais</b>	41%	38%	40%	40%
<b>Falta de confiança no mercado consumidor</b>	8%	6%	5%	7%
<b>Inadimplência</b>	7%	6%	5%	6%
<b>Outros</b>	5%	4%	5%	5%

Para vencer a concorrência, as principais estratégias adotadas na manutenção e conquista de clientes são aumento de produtividade (47%), diminuição da margem de lucro (44%) e diversificação de produtos (41%).

#### Estratégias adotadas para manter / conquistar clientes (RM) – por porte

	Pequena empresa	Média empresa	Grande empresa	Total das empresas
<b>Não tem estratégia especial</b>	9%	3%	6%	7%
<b>Diversificar produtos</b>	38%	44%	50%	41%
<b>Diminuir a margem de lucro</b>	50%	37%	29%	44%
<b>Reduzir a mão-de-obra</b>	14%	8%	9%	11%
<b>Aumentar a produtividade</b>	41%	54%	59%	47%
<b>Diversificar fornecedores</b>	20%	19%	21%	20%
<b>Outros</b>	22%	21%	29%	22%

Na estratificação por porte, podemos destacar que enquanto a estratégia mais adotada pelas empresas de médio e grande porte é o aumento da produtividade (54% e 59% respectivamente), a principal estratégia adotada pelas pequenas empresas é a diminuição da margem de lucro (50%).

## IMPORTAÇÕES

Apesar do real valorizado este ano, 45% das empresas continuam não importando, 31% mantiveram o nível de importação e 3% passaram a importar menos. Por outro lado, 17% passaram a importar mais e 3% começaram a importar este ano.

Quando analisamos por porte, temos que enquanto as empresas médias e grandes principalmente mantiveram o nível de importações (39% e 55% respectivamente), as pequenas empresas principalmente continuaram não importando (58%).

### Com o real valorizado este ano, a empresa – por porte

	Pequena empresa	Média empresa	Grande empresa	Total das empresas
<b>Importar mais</b>	12%	23%	27%	17%
<b>Manteve</b>	23%	39%	55%	31%
<b>Passou a importar</b>	4%	0%	6%	3%
<b>Importar menos</b>	3%	5%	0%	3%
<b>Não importa</b>	58%	33%	12%	45%

Preferencialmente, as importações são de materiais e insumos para 66% das empresas. Na estratificação por porte, temos que um percentual maior de empresas de grande porte importa máquinas (34% contra 20% do total) e um percentual maior de pequenas empresas importa produtos acabados (29% contra 23% do total).

### Preferencialmente, as importações são de: (RM) – por porte

	Pequena empresa	Média empresa	Grande empresa	Total das empresas
<b>Máquinas</b>	13%	23%	34%	20%
<b>Materiais / insumos</b>	64%	68%	69%	66%
<b>Produtos acabados</b>	29%	20%	14%	23%

Em suma, o resultado das indústrias paulistas está principalmente dentro do esperado para o ano de 2010. Este resultado poderia ser melhor se não fosse pela alta carga tributária, a concorrência com importados e o aumento do custo da matéria-prima.

Para a maioria das empresas a carteira de clientes é composta majoritariamente por outras indústrias e permaneceu igual ou aumentou este ano em relação ao ano passado. As duas maiores dificuldades enfrentadas na negociação com clientes são a concorrência com importados e a concorrência com nacionais, dificultado o repasse do aumento dos custos de matéria-prima. Para vencer a concorrência, as empresas têm adotado estratégias como o aumento da produtividade, a diminuição de sua margem de lucro e a diversificação de produtos.

Com o real valorizado este ano, a maioria das empresas manteve seu nível de importação ou continuou não importando. No entanto, quase um quinto das empresas aumentou seu nível de importação e estas importações se concentram principalmente em materiais e insumos.