

DIFERENÇAS SIGNIFICATIVAS ENTRE AS MÉDIAS E AS GRANDES EMPRESAS DO SETOR ALIMENTÍCIO DA BAHIA, BASEADA NOS TESTES QUI-QUADRADO, MANN-WHITNEY E FISHER

*Jorge Aliomar Barreiros Dantas**

RESUMO — A pesquisa teve a finalidade de fornecer uma análise das diferenças significativas entre as médias e as grandes empresas do setor alimentício do Estado da Bahia, com base nos testes de Qui-Quadrado, Mann-Whitney e Fisher, realizada no segundo trimestre de 2005. Utilizaram-se os indicadores de competitividade, relacionando seus recursos próprios e de terceiros, baseados nos aspectos produtivos e concorrenciais, custos, qualidade e inovativos/estratégicos, encontrando-se as variáveis que diferenciaram, expressivamente, as empresas, alvo do estudo, como: recursos de terceiros, máquinas atualizadas, integração em rede de informação de tecnologia, força da concorrência baseada nos fornecedores, treinamento/seleção, captação de recursos nas instituições bancárias e nos governos estaduais e federal, diferença do produto como estratégia competitiva, investimentos em novas tecnologias e informatização e problemas mais significativos, por exemplo, qualidade de matéria-prima, preço do produto e elevada carga tributária. Na maioria dessas variáveis, mostraram-se as vantagens e as potencialidades das grandes empresas, em relação às médias empresas pesquisadas.

PALAVRAS-CHAVE: *Empresas alimentícias. Competitividade. Diferenças significativas.*

*Prof. Titular (DCIS/UEFS). Doutor em Administração em Estratégias Empresariais (UFPB). E-mail: jaliomar@uefs.br
Universidade Estadual de Feira de Santana – Dep. de CIS.
Tel./Fax (75) 3224-8049 - BR 116 – KM 03, Campus - Feira de Santana/BA – CEP 44031-460. E-mail: cis@uefs.br

1 INTRODUÇÃO¹

A grande competitividade, o nível de investimentos em tecnologias, a intensidade da integração em rede de informação, os investimentos em treinamento e seleção e a elevação da produtividade dependem de que as empresas alimentícias empenhem-se, continuamente, em profissionalizar a sua gestão.

A melhoria dos aspectos produtivos, dos custos industriais, da qualidade e da inovação, justifica-se pela necessidade absoluta de as grandes e as médias empresas entrarem em um mercado cada vez mais competitivo, a fim de acompanhar a dinâmica empresarial brasileira.

Na elaboração desta pesquisa, pretendeu-se verificar as diferenças significativas entre as médias e as grandes empresas na competitividade industrial e a influência das mesmas no desempenho dessas empresas.

Abordou-se a competitividade como fenômeno, relacionando seus recursos próprios e de terceiros. Para isso, adotaram-se os elementos: **força da concorrência, custos industriais, qualidade e inovação tecnológica**. Essa posição se justifica em virtude desses indicadores dizerem respeito, em sua inteireza, aos aspectos mais relevantes tratados nas organizações industriais.

A pesquisa, de cunho eminentemente exploratório e descritivo, voltou-se para os fenômenos de natureza competitiva das empresas (sob os aspectos produtivos e concorrenciais, custos, qualidade e inovativos/estratégicos). Trabalhou-se com massas de dados qualitativos e a estatística não-paramétrica. Fez-se uso do cálculo, para determinar o tamanho da amostra para populações finitas - amostragem aleatória simples - (RICHARDSON

¹ Como resultado dessa pesquisa, foi publicado na Revista *Sitientibus*, n. 32, jan./jun. de 2005, e nos anais do 3º encontro Norte-Nordeste de Finanças - ENEFIN, setembro de 2006, Recife (PE), com outro objetivo, um artigo intitulado: "Alavancagem Financeira e do Capital Próprio e Competitividade Industrial: um estudo das médias e grandes empresas do setor alimentício da Bahia".

1999, p. 162), não se constatou diferença estatística entre a fração amostral aleatória e a fração amostral do estrato real. Levantou-se um universo de 74 empresas. Não se cogitou de empresas de bebidas nem de usinas de cana-de-açúcar.

A investigação se concentrou, basicamente, nas cidades de Salvador, Camaçari, Simões Filho, Lauro de Freitas, Feira de Santana, Alagoinhas, Cachoeira, São Gonçalo dos Campos e Conceição da Feira. Das 33 empresas selecionadas, 24 são médias e 9 são grandes empresas alimentícias, perfazendo um total de 40,48 %, em 2004, do PIB (SEI/IBGE) registrado no Estado da Bahia.

O trabalho seguiu as técnicas qualitativas, utilizaram-se de gráficos para a análise das informações necessárias a fim de tornar úteis os dados do estudo. Esses deverão receber os seguintes tratamentos, com ênfase na estatística não-paramétrica:

- Estatística descritiva;
- Prova de Qui-Quadrado;
- Prova de Mann-Whitney;
- Prova de Fisher.

Os dados das estatísticas mencionados atrás foram processados através do Pacote Estatístico SPSS 9.0, utilizado pela Universidade Estadual de Feira de Santana.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CARACTERÍSTICAS DO SETOR ALIMENTÍCIO

O crescimento da indústria teve início em 1912 e, passados oitenta e sete anos (até 1999), a indústria de produtos alimentares expandiu sua produção a uma média de 4,0% ao ano. Uma taxa inferior tanto à média da indústria em geral (6,0%) quanto à da indústria de bebidas (5,3%), porém, superior ao crescimento populacional (média de 2,3% ao ano) (ABIA, 1999, p. 4).

O setor industrial, ao longo das duas últimas décadas, experimentou dois períodos bastante distintos. O primeiro,

marcado por instabilidade econômica, inflação alta e em incessante ascensão, grave desequilíbrio das contas públicas e dificuldades em fechar o Balanço de Pagamentos, principalmente quanto à problemática questão da dívida externa brasileira. As taxas de crescimento da economia brasileira na década de 80 e início da de 90 tornaram-se inconstantes e a todo momento esbarraram em problemas políticos ou econômicos, ou em ambos, que restringiam gravemente o consumo e, principalmente, o investimento privado. O investimento do setor público, por sua vez, diminuiu ano após ano, afetando seriamente a estrutura produtiva brasileira e comprometendo o crescimento futuro da economia em níveis competitivos, tais como o experimentado na década de 70.

A procura por aumento de competitividade começou ainda em 1988 com os acordos comerciais com a Argentina, pelo que as concessões brasileiras mais que beneficiaram nosso vizinho e obrigaram a indústria nacional a competir em desigualdade de condições (ALMEIDA; RIBEIRO, 1999, p. 5-6).

Os produtos alimentares apresentam baixa sensibilidade, significa dizer que o setor fica relativamente salvo de grandes oscilações. Por exemplo, quando, em 1990, a indústria geral recuou 8,9% e o PIB caiu 4,3%, a produção de alimentos cresceu 1,8%, “impedindo um aumento ainda maior nas taxas de desemprego”. Contrariamente, em 1993, 1994 e 1997, a indústria avançou, 7,4%, 7,6% e 3,9%, respectivamente, ao passo que os alimentos industrializados não passaram de um modesto crescimento, de 0,3%, 1,6% e 1,0%, respectivamente (ABIA, 2000).

Na Bahia, a integração em algumas empresas realizou-se com a abertura econômica para atender às exigências do mundo competitivo e conquistador de mercado. Determinados indicadores relatam essa situação em que os preços e os custos sofreram oscilações em vista da liberação da economia:

- a) Nível de custos de produção (aumento);
- b) Preços dos produtos (diminuição);
- c) Nível médio dos salários (diminuição);
- d) Grau de aceitação da marca (aumento);
- e) Conteúdo e sofisticação tecnológica (aumento);

- f) Conformidade às especificações técnica do produto (aumento);
- g) Atendimento do grau de exigência dos clientes (aumento) (DANTAS, 2001, p. 131).

Portanto, as médias e as grandes empresas dos segmentos da indústria alimentícia da Bahia investiram um grande percentual nas máquinas, para produzir com perfeição os produtos que oferecem. Houve investimentos em novas tecnologias e em qualificação de mão-de-obra na grande empresa, avançou-se bastante na integração da internet e em rede de informação de tecnologia. As empresas possuem, na sua grande maioria, 100% de capital nacional. Estão preocupadas com o aumento das taxas de juros a longo prazo, o que impede investimentos maciços para o crescimento das empresas, e com a concorrência interna e externa. Considerando como ponto forte a qualificação dos funcionários e a aquisição de matéria-prima. E, finalmente, como um dos principais problemas, a elevada carga tributária, preços da matéria-prima e da competição acirrada com os concorrentes (DANTAS, 2001, p. 131 e 132).

2.2 COMPETITIVIDADE

Com a perda da importância da indústria norte-americana, no final da década de 70, surge o fenômeno da competitividade como uma preocupação em todo o mundo para a solução de problemas industriais da sociedade moderna. Apesar de inúmeros estudos e pesquisas realizados por várias instituições, a partir daquela época, ainda não existe consenso a respeito da noção de competitividade, em função da diversidade de situações.

Alguns pontos de vista a respeito desse assunto passam a ser considerados.

Competitividade - definida como:

capacidade das empresas de formular e implementar estratégias concorrenciais, que lhes permitam obter e manter, a longo prazo, posição sustentável no mercado (ALBUQUERQUE, 1992, p. 18).

Competitividade “pode ser compreendida como a capacidade da empresa de explorar, em seu proveito, a estrutura e os padrões de concorrência do mercado em que atua (ou quer atuar) e, assim, conseguir rentabilidade a longo prazo” (MARIOTTO, 1991, p. 51). Portanto, competitividade é consequência do grau de foco que o produto conseguiu em relação aos requisitos do mercado e, também, da colocação que a marca está obtendo com suas vantagens competitivas em relação aos concorrentes (LEVY, 1992, p. 187).

Posição competitiva favorável é, para Porter *apud* Mariotto (1991, p. 42),

uma posição sustentável da empresa para enfrentar as forças da concorrência num dado ramo de negócios, de forma a superar seus rivais em termos de rentabilidade a longo prazo.

A competitividade é praticada com base nas relações entre empresas, visando a formulação e implementação de estratégias para a obtenção de um retorno do investimento proveniente das suas aplicações.

Abordaremos a competitividade como fenômeno, relacionando seus recursos próprios e de terceiros, para isso, adotamos os elementos: **força da concorrência, custos industriais, qualidade e inovação tecnológica**. Essa posição se justifica em virtude de esses indicadores dizerem respeito, em sua inteireza, aos aspectos mais relevantes tratados nas organizações industriais.

A indagação essencial a que se pretende responder é: Quais foram as variáveis, tendo como parâmetro os elementos acima enunciados, que se diferenciaram significativamente na competitividade industrial das médias e das grandes empresas do setor alimentício do Estado da Bahia?

A competitividade, a bem da verdade, tem que ser construída e avaliada, diariamente, para cada indicador, a fim de que se possa, com isso, melhorar e transformar os aspectos globais da empresa, no intuito de obter-se maiores níveis de produtividade e competitividade.

3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Direcionou-se a análise, fundamentalmente, a partir de informações contidas no questionário e consolidadas nas entrevistas pelas opiniões e convicções dos dirigentes das empresas pesquisadas, buscando, basicamente, retratar um conteúdo prático e subjetivo voltado para as decisões financeiras. Existe, entretanto, uma identidade com a problemática nos aspectos enunciados em cada análise, ou seja, na alavancagem financeira e do capital próprio, com a competitividade industrial das médias e das grandes empresas alimentícias do Estado da Bahia.

3.1 INFORMAÇÕES GERENCIAIS

3.1.1 TAMANHO E TIPO DE SOCIEDADE

A maioria das empresas pesquisadas é de Quotas de Responsabilidade Ltda.: 6,1% são S. A. capital aberto, 18,2% são S. A. capital fechado e 75,8% são Ltda. Para mais detalhes, ver Quadro 1 a seguir.

Pode-se observar que a maioria das médias empresas são Ltda. (87,5%), enquanto que, nas grandes empresas, há uma distribuição mais equânime em termos de capital aberto (11,1%), capital fechado (44,4%) e Ltda. (44,4%).

Conclui-se que existe diferença significativa entre o tipo (capital fechado, capital aberto e Ltda.) e o tamanho (médias e grandes empresas) através do Qui-quadrado $\chi^2_{\text{calculado}} = 6,82 > \chi^2_{\text{tabelado}} = 5,99$ nonível de significância de 5%.

Quadro 1 – Tamanho e tipos de empresas

Porte de empresas	Tipos de empresas						
	Capital aberto		Capital fechado		Ltda.		Total
	N	%	N	%	N	%	N
Médias empresas	1	4,2	02	8,3	21	87,5	24
Grandes empresas	1	11,1	4	44,4	4	44,4	09
Total	2	6,1	6	18,2	25	75,8	33

Fonte: Pesquisa direta, mai./jun. 2005.

3.2 ASPECTOS PRODUTIVOS E CONCORRENCIAIS

3.2.1 CAPTAÇÃO DE RECURSOS DE TERCEIROS, MÁQUINAS ATUALIZADAS E INTEGRAÇÃO EM REDE DE INFORMAÇÃO DE TECNOLOGIA

Verifica-se que 89% das grandes empresas utilizam recursos de terceiros (alavancagem financeira), enquanto que as médias, apenas 42%. Isso poderá resultar em um percentual maior das grandes empresas, no que se refere a:

- investimentos de novas tecnologias;
- modernização de máquinas, equipamentos e instalações;
- rede mais eficiente de tecnologia, internet, jornais, revistas e periódicos;
- relacionamento mais eficiente com fornecedores e compradores;
- produtividade elevada;
- controle de custos de produção e compra de matéria-prima eficiente.

As grandes empresas utilizam 88,9% das máquinas que possuem atualizações superiores a 50%, enquanto as médias, 41,7%. Vale salientar que as grandes empresas são, potencialmente, mais competitivas e que a alavancagem financeira contribuiu, enormemente, para o incremento. Vide Quadro 2, que reforça o argumento que a utilização de capital de terceiros incrementa a competitividade.

Entende-se que máquinas atualizadas terão um reflexo direto:

- a) na qualidade do produto;
- b) na melhoria da produção;
- c) na melhoria da qualificação dos operários;
- d) no incremento da produtividade.

Isso ocasiona uma grande diferença (maximização) entre a grande empresa e a média, vista pelo $\chi^2_{\text{calculado}} = 5,89 > \chi^2_{\text{tabelado}} = 3,84$ com 1 gl, pelo valor $p = 0,021$ de Mann-Whitney e pelo valor $p = 0,021$ de Fisher. Vide Quadro 9.

Como se observa no Quadro 2, as grandes empresas contribuem para uma rede de integração de informação de Tecnologia (55,6%) superior às médias (20,8%). Esse fluxo de informação é o que faz a diferença e a força da organização. Pode-se, também, afirmar que, estatisticamente, esse fluxo de informação é muito significativo e, com grande diferença, baseado no porte da empresa ($\chi^2_{\text{calculado}} = 3,74 > \chi^2_{\text{tabelado}} = 2,71$) a um nível de 10% de significância.

Quadro 2 - Recursos de terceiros, máquinas atualizadas e integração em rede de informação de tecnologia, segundo o porte da empresa.

	Porte de empresas	Categoria –Sim		
		N	%	Total
Recursos de terceiros	Médias	10	41,7	24
	Grandes	8	88,9	9
Máquinas atualizadas**	Médias	10	41,7	24
	Grandes	8	88,9	9
Integração em rede de informação de tecnologia	Médias	5	20,8	24
	Grandes	5	55,6	9

Fonte: Pesquisa direta, mai./jun. 20 ** Sim = 51 a 100%

3.2.2 RELACIONAMENTO DAS FORÇAS DA CONCORRÊNCIA (FORNECEDORES) COM O MERCADO

Em relação aos **fornecedores**, os diretores/administradores das empresas alimentícias deixaram transparecer o intuito de realizar compras que oferecessem as melhores condições a cada momento. Esse bom relacionamento não deixa de ser indício positivo de competitividade industrial. No entanto, ele é mais evidente na média empresa (45,8%) de atributo ótimo, no que se diferencia da grande empresa, conforme atesta o Quadro 9, onde se encontram as provas de Qui-Quadrado, Mann-Whitney, e Fisher, significativo ao nível de confiança de 10%.

Quadro 3 – Força da concorrência: fornecedores, segundo o porte da empresa.

	Porte de empresas	Categoria –Sim		
		N	%	Total
Custos mais significativos – Treinamento/seleção	Médias	8	33,3	24
	Grandes	6	66,7	9
Captação de recursos junto às instituições bancárias	Médias	5	20,8	24
	Grandes	4	57,1	7
Captação de recursos junto aos governos estadual e federal	Médias	6	25,0	24
	Grandes	5	62,5	8
Captação de recursos externos	Médias	0	0,00	20
	Grandes	3	33,3	9

Fonte: Pesquisa direta, mai./jun. 2005

3.3 ASPECTOS DE CUSTOS

3.3.1 CUSTOS SIGNIFICATIVOS EM TREINAMENTO E SELEÇÃO E CAPTAÇÃO DE RECURSOS NAS INSTITUIÇÕES BANCÁRIAS, NOS GOVERNOS ESTADUAL E FEDERAL E EXTERNO DAS EMPRESAS ALIMENTÍCIAS

Acredita-se que o percentual de 66,7% em treinamento/seleção nas grandes empresas tenha uma participação significativa na média qualificação da produção, que corresponde a 53,9% das empresas alimentícias. Isso faz com que se incremente ainda mais a qualificação do trabalhador que é alocado no processo produtivo.

Os incentivos para captação de recursos junto às instituições bancárias e aos governos estadual e federal se dão de uma maneira significativa nas grandes empresas, mostrando uma estrutura mais consolidada e orientando-se em termos de assessoria e consultoria para que as solicitações se justifiquem plenamente.

Em relação **aos recursos externos** (33,3%), a intensidade é menor, em virtude de se operarem transações externas, com variações permanentes de câmbio, o que requer uma mão-de-obra conhecedora de economia internacional. No Quadro 9, pode-se ver a intensidade da diferença através das estatísticas de Qui-Quadrado, Mann-Whitney e Fisher.

Quadro 4 – Custos significativos e captação de recursos nas instituições bancárias, nos governos estadual e federal, e externo, segundo o porte da empresa alimentícia.

	Porte de empresas	Categoria – Sim		
		N	%	Total
Custos mais significativos – Treinamento/seleção	Médias	8	33,3	24
	Grandes	6	66,7	9
Captação de recursos junto às instituições bancárias	Médias	5	20,8	24
	Grandes	4	57,1	7
Captação de recursos junto aos governos estadual e federal	Médias	6	25,0	24
	Grandes	5	62,5	8
Captação de recursos externos	Médias	0	0,00	20
	Grandes	3	33,3	9

Fonte: Pesquisa direta, mai./jun. 2005

3. 4 ASPECTOS DE QUALIDADE

3.4.1 ELABORAÇÃO DE ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS – DIFERENCIAÇÃO DE PRODUTO

Nota-se que as médias empresas detêm um espaço maior para diferenciar seus produtos, com estruturas leves e menos onerosas, possuindo uma capacidade quase que imediata das necessidades dos seus consumidores e se posicionando como a estratégia competitiva para se firmar no mercado.

Quadro 5 - Diferenciação do produto, segundo o porte.

Porte de empresas	Diferenciação do produto				
	Pouca/ Razoável		Boa/ Excelente		Total
	N	%	n	%	N
Médias Empresas	1	5,3	18	94,7	19
Grandes Empresas	4	44,4	5	55,6	9
Total	5	17,9	23	82,1	28

Fonte: Pesquisa direta, mai./jun. 2005.

3.5 ASPECTOS TEMPORAIS, INOVATIVOS E ESTRATÉGICOS DAS EMPRESAS ALIMENTÍCIAS

3.5.1 INVESTIMENTOS EM NOVAS TECNOLOGIAS

Percebe-se que 50% das grandes empresas utilizam recursos de terceiros (maciçamente) e recursos próprios, para modernizar

o parque industrial, visando uma maior produtividade, eficiência, qualidade e uma menor redução de custos. Vide quadro 6.

Quadro 6 - Investimentos em novas tecnologias, segundo o porte

Porte de empresas	Investimentos em novas tecnologias				
	Nenhuma/Pouca/ Razoável		Boa/ Excelente		Total
	N	%	n	%	N
Médias empresas	7	100,0	0	0,0	7
Grandes empresas	3	50,0	3	50,0	6
Total	10	76,9	3	23,1	13

Fonte: Pesquisa direta, mai./jun. 2005.

3.5.2 INFORMATIZAÇÃO

Pôde-se constatar a pouca utilização de recursos de terceiros para informatização das médias empresas alimentícias da Bahia. O médio empresário precisa se conscientizar da importância da informatização (compra e venda de produtos e consulta permanente à internet). Sabe-se das limitações dos recursos de terceiros, mas tais ações já podiam ser priorizadas, visando alavancar resultados.

Quadro 7 – Pontos fortes que a alavancagem financeira proporciona na informatização, segundo o porte da empresa

Porte de empresas	Informatização					
	Média intensidade		Pouca intensidade		Total	
	N	%	n	%	N	%
Médias empresas	0	0	1	100,0	1	100
Grandes empresas	3	100,0	0	0	3	100
Total	3	75,0	1	25,0	4	100

Fonte: Pesquisa direta, mai./jun. 2005.

3.5.3 QUALIDADE DA MATÉRIA-PRIMA, PREÇO DO PRODUTO E ELEVADA CARGA TRIBUTÁRIA

O **preço do produto** é um problema que aflige as grandes empresas, em grande intensidade (100%). Acredita-se que isso se pode atribuir aos seguintes fatores:

- a) não-conhecimento de seus fornecedores para uma compreensão exata dos preços das matérias-primas;
- b) não-conhecimento da demanda destinada dos produtos (classe pobre, média e rica);
- c) não-compreensão de sua estrutura de custos (custos dos produtos vendidos). Um ajuste nesses custos ajudaria a elevar a margem de lucro.

Portanto, o equacionamento desses fatores intensificaria mais o negócio, refletindo em uma vantagem competitiva significativa.

Nas médias empresas alimentícias, a **elevada carga tributária** (Quadro 8), com 75,0%, constitui-se no maior problema auferido. Isso faz com que os custos se apresentem altos, encarecendo o produto final e dificultando a sua venda. Deve-se analisar, também, o fato que os preços chegam mais elevados, em virtude da existência de intermediários, o que diminui, ao máximo, a procura do produto pelo consumidor. Isso é comprovado para a indústria de um modo geral, considerando-se que a carga tributária, no Brasil, chegou, em 2004, a 35,7% do PIB.

Essa carga tributária faz com que as empresas tenham dificuldades em reduzir preços, ficando, também, comprometidas com o encarecimento dos encargos sociais, dificultando, sensivelmente, a eficiência e o desempenho competitivo.

Quadro 8 – Qualidade da matéria-prima, preço do produto e elevada carga tributária como problemas mais significativos, segundo o porte da empresa.

	Porte de empresas	Intensidade						
		Maior		Média		Menor		Total
		N	%	N	%	n	%	N
Qualidade da matéria-prima	Médias	0	0,0	0	0,0	3	100,0	3
	Grandes	0	0,0	3	100,0	0	0	3
Preço do produto	Médias	2	28,6	3	42,9	20	28,6	7
	Grandes	4	100,0	0	0	0	0	4
Elevada carga tributária	Médias	12	75,0	2	12,5	2	12,5	16
	Grandes	2	33,3	1	16,7	3	50,0	6

Fonte: Pesquisa direta, mai./jun. 2005.

Quadro 9 - Comparação dos estratos das médias e grandes empresas alimentícias, segundo os testes Qui-Quadrado χ , Mann-Whitney U e Fisher para as medidas de competitividade: **Produção e concorrência**

VARIÁVEIS	ESTATÍSTICA QUI-QUADRADO	ESTATÍSTICA MANN-WITNEY	VALOR P QUI-QUADRADO	VALOR P MANN-WITNEY	VALOR P FISHER
Tipos de empresas	6,82	62,50	0,033	0,014	0,026
Captação de recursos bancários	5,89	57,00	0,015	0,017	0,021
Máquinas atualizadas	5,89	53,00	0,015	0,021	0,021
Integração em rede de informação de tecnologia	3,74	70,50	0,053	0,057	0,090
Forças da concorrência: fornecedores	6,81	65,50	0,033	0,055	0,080
Custos					
Treinamento/seleção	2,98	72	0,084	0,089	0,122
Captação de recursos junto às instituições bancárias	3,47	53,5	0,063	0,067	0,150
Captação de recursos junto aos governos estadual e federal	3,74	60	0,053	0,057	0,088
Captação de recursos externos	7,44	60	0,006	0,007	0,023
Qualidade					
EC: Diferenciação do produto (CP)	6,39	52,00	0,011	0,013	0,026
Inovação					
Investimentos em novas tecnologias (CT)	4,55	10,50	0,033	0,040	0,070
Informatização – pontos fortes	4,00	00,00	0,046	0,083	0,250
Qualidade da matéria-prima – problemas significativos	6,00	00,00	0,014	0,025	0,100
Preço do produto - problemas significativos	5,24	4,00	0,073	0,037	0,040
Elevada carga tributária - problemas significativos	3,95	26,00	0,139	0,058	0,050

Fonte: Pesquisa direta, mai./jun. 2005.

CP = Capital Próprio **CT** = Capital de Terceiros.

4 ANÁLISE DO RESULTADO GLOBAL DO TESTE DE QUI-QUADRADO, MANN-WHITNEY E FISHER

Os testes de Qui-quadrado, Mann-Whitney e Fisher são os mais indicados na comprovação da hipótese de que dois grupos independentes diferem, significativamente, em relação a

determinada característica e, conseqüentemente, com respeito à freqüência relativa com que os componentes dos grupos se enquadram nas diversas categorias.

Por conseguinte, de forma sintética, descrevem-se, da seguinte forma:

4.1 ASPECTOS PRODUTIVOS E CONCORRENCIAIS

Verifica-se que existe uma grande tendência das médias empresas e uma pequena das grandes empresas alimentícias serem **Sociedades por Quotas de Responsabilidade Limitada**, fator esse normal devido à estrutura organizacional leve e mais ágil da média empresa.

Outro aspecto importante está na **captação de recursos bancários**, mais da metade das empresas pesquisadas não utilizam essa modalidade de obtenção de recursos, e as que utilizaram (alavancagem financeira) foram, em maior proporção, as grandes empresas alimentícias. Associado a isso, o **retorno sobre o capital próprio** melhora bastante a competitividade industrial, no que as grandes empresas superam as médias empresas.

Outro ponto de destaque são as **máquinas atualizadas** para fabricar os produtos que a empresa fornece. O percentual foi mais elevado nas grandes empresas que então se destacariam por um melhor desempenho e uma maior competitividade. Quanto à **integração em rede de informação de tecnologia**, hoje, as grandes empresas alimentícias são protegidas por aporte de capital, principalmente do exterior, devido à sua participação direta no controle acionário, o que facilita os investimentos em modernização tecnológica.

Em relação aos **fornecedores**, de um modo geral, eles realizam compras que oferecem as melhores condições a cada momento. A diferença significativa está na intensidade do relacionamento: bom (muitos registros) e ótimo (quantidade de registros inferiores ao bom, porém número significativo das grandes empresas em relação às médias). Ver Quadros 1, 2, 3 e 9.

4.2 ASPECTOS DE CUSTOS

Detecta-se que menos da metade, 14 indicações das 33 empresas pesquisadas, registrou que os custos de **treinamento/seleção** são significativos. Fica evidenciado um maior cuidado das grandes empresas, em relação às médias empresas, quanto ao aspecto qualificação e seleção de funcionários, e isso as torna significativamente diferentes. Vide quadro 4.

Poucas empresas utilizam incentivos na **captação de recursos junto às instituições bancárias** (09 empresas) e também **incentivos junto aos governos estadual e federal** (11 empresas). Em comparação com as médias empresas, constata-se uma predominância das grandes empresas relativamente à utilização desses incentivos/recursos. Vide quadros 4 e 9.

A busca constante de **captação de recursos externos** (dólar, libra, euro, etc.) constitui característica diferenciadora no mundo globalizado, no sentido de se atingir ganhos de competitividade, o que as grandes empresas procuram fazer em uma intensidade maior que as médias empresas, resultando, entre elas, uma diferença significativa, no nível de 10%, porcentagem calculada através da estatística de Mann-Whitney, Qui-Quadrado e Fisher. Vide quadros 4 e 9.

4.3 ASPECTOS DE QUALIDADE

Com referência às estratégias competitivas, a utilização da **diferenciação do produto** através do capital próprio é diferente, no nível de significância de 10%. Esse indicador representa variações bastante significativas das grandes empresas, nas intensidades razoável e boa, em relação às médias empresas, com maior amplitude de variação nas intensidades nenhuma, pouca, boa e excelente. Vide Quadro 5 e 9.

4.4 ASPECTOS INOVATIVOS

As grandes empresas, por terem um poder de arregimentar mais recursos de terceiros, conseguiram se diferenciar, significativamente, das médias empresas, no que se refere à variável **investimentos em novas tecnologias**. Vide Quadro 6.

A utilização de recursos de terceiros (alavancagem financeira) se dá em uma pequena proporção em investimentos na **informatização**. Verifica-se uma excelência das grandes empresas em relação às médias, o que as diferencia significativamente. Vide Quadro 7.

Finalmente, alguns dos problemas que mais afligem as empresas e que as diferenciam significativamente: **qualidade da matéria-prima, preço do produto e elevada carga tributária**.

Essas variáveis analisadas revelam um indício de que a grande empresa começa a se preparar para enfrentar, no mundo globalizado, a concorrência e a competitividade, sobretudo nos aspectos internos, porque esses elementos são essenciais para o fortalecimento da empresa, refletindo-se no incremento da margem de lucro, dos investimentos e do faturamento, principalmente a longo prazo, visando a alcançar o sucesso da organização.

Para um melhor entendimento, vide quadros 8 e 9.

5 CONCLUSÕES

A expectativa é que o presente trabalho ofereça uma contribuição para a literatura sobre o assunto abordado, no sentido de aprofundar os conhecimentos sobre a relação competitividade industrial e o setor das médias e das grandes empresas alimentícias do Estado da Bahia.

Quanto ao **objetivo** da pesquisa, isto é, detectar a existência, ou não, de diferença significativa entre as médias e as grandes empresas alimentícias, pode-se depreender, corretamente, que os indicadores de competitividade, relacionados com os aspectos de produção e concorrência, custos, qualidade e inovação, são importantes para o desenvolvimento pleno das organizações. Tem-se, portanto, as seguintes abordagens levando-se em consideração suas diferenças:

Quando se trata dos aspectos da **produção e concorrência e custos**, constata-se uma preocupação no que se refere às variáveis: captação de recursos bancários, retorno sobre o capital próprio, máquinas atualizadas, rede de infor-

mação de tecnologia, relacionamento com os fornecedores, captação de recursos externos e máquinas modernas. Essas variáveis precisam ser trabalhadas, sobretudo, nas médias empresas, como condição de se efetivar um mercado competitivo.

Pode-se afirmar que a **qualidade e a inovação** devem ser incentivadas, ainda mais, pelas médias empresas, no que se refere à diferenciação do produto, à informatização, à qualidade da matéria-prima, ao preço do produto e às novas tecnologias, procurando demonstrar a importância das variáveis para formatar melhor as suas atividades empresariais.

Esta pesquisa confirmou que existem, efetivamente, diferenças significativas entre médias e grandes empresas, no âmbito de diversas variáveis. Enfim, os resultados denotam que a competitividade industrial constituiu um fator importante para a consolidação e a robustez da indústria alimentícia.

ANALISY THE DIFFERENCE SIGNIFICATIVE THE MEDIUM AND LARGE COMPANIES OF FOOD SECTOR OF BAHIA. BASED ON THE TESTS OF QUI-QUADRADO, MANN-WHITNEY AND FISHER

ABSTRACT - *The objective of this work is to analyze the significant differences of the averages and great companies in the state of Bahia, based on the tests of Qui-Quadrado, Mann-Whitney and Fisher, carried through the trimester of 2005. The results obtained show the ointers of competitiveness applying their own resources and others based in the productive and competitive aspects, costs, quality and innovative/ strategic finding the variables which differentiated significantly as integration, up to date machine, other's resources, net of technological information, tension of the competition based on the suppliers, training/ selection, capitation of resources in the banking institutions and the state and federal governments, difference of the product as competitive strategy, investment in new technologies and computerization and problems more significant as quality of raw material, price of the product and raised tax burden. In the majority of these variables, it has been showed the advantages and the potentialities of the great companies in relation to the average had revealed searched companies.*

KEY-WORDS: *Food industries. Competitiveness. Significant differences.*

REFERÊNCIAS

ABIA. **A indústria brasileira da alimentação hoje**. São Paulo, 2000.

ABIA. **Investimentos da indústria de alimentação de 1995 a 2000**. São Paulo, 1999.

ALBUQUERQUE, Lindolfo Galvão de. Competitividade em recursos humanos. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 27, n.4, p. 18, 1992.

ALMEIDA, Amílcar Figueira Lacerda de; RIBEIRO, Denis. **O mercado brasileiro de alimentos industrializados**. Produção e Demanda: situação atual e perspectivas. São Paulo: **ABIA**, 1999.

DANTAS, Jorge Aliomar Barreiros. **Influências das medidas econômicas na competitividade industrial das médias e grandes empresas do setor alimentício dos estados da Bahia, Pernambuco, Ceará, Paraíba e Rio Grande do Norte**. 2001. Tese (Doutorado em Estratégias Empresariais). Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2001.

LEVY, Alberto R. **Competitividade organizacional**. São Paulo: Makron, 1992.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1977.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1995.

Recebido em: 27/03/2008

Aprovado em: 7/04/2008