

LAÇOS COMO ATIVOS TERRITORIAIS: UMA NOVA ABORDAGEM PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Gláucia M. Vasconcellos Vale¹

Resumo

Este artigo introduz o conceito de “capital relacional” e apresenta um novo referencial para análise do fenômeno do desenvolvimento regional. Utilizando-se de uma base teórica densa, respaldada por evidências empíricas inéditas, mostra porque os laços e as conexões presentes em uma dada região – vinculando e interconectando os atores produtivos entre si e estes com o mundo exterior e formando as redes territoriais – são fundamentais para o crescimento e a prosperidade. Durante o desenvolvimento ocorre um processo de adensamento das relações locais e uma ampliação e diversificação das conexões com o mundo exterior. Laços são ativos territoriais e condicionam a própria evolução da região. Não são, entanto, imutáveis. A ação empreendedora – dotada de capacidade de inovação – pode alterar a configuração das redes. Os laços e suas conformações podem ser adequadamente identificados e mensurados, com metodologias e indicadores adequados, permitindo a realização de estudos de natureza comparativa. O presente trabalho demonstra a importância da construção teórica na elucidação de dimensões até então desconhecidas da dinâmica territorial e a necessidade de se incorporar, nas análises sobre competitividade e desenvolvimento regional, os ativos relacionais, ao lado de outros recursos produtivos convencionais, já amplamente considerados na literatura

Palavras-chave: desenvolvimento, competitividade, capital relacional, capital social, laços, redes, enraizamento, empreendedorismo, inovação, aglomeração produtiva.

Abstract

This article conceives and displays an new analytical construct, devised for the evaluation of the regional development, supported by a set of empirical dates. This is accomplished with reliance upon the recognition of the importance acquired by ties and networks connecting local productive actors among themselves and with the outside world. It shows that throughout the development process underlying a given territory, local relations, involving local productive actors, tend to coalesce, conjoined with the widening and diversification of their ties with the outside world. Ties and networks condition and shape the nature of business achievements those actors can accomplish and the evolution of the own region. But they are not unchangeable. Entrepreneurship, with its innovative dimensions, can prevail upon a given region, changing ties and connections, as well as imprinting current networks with new dynamics. This work shows the importance acquired by relational assets – also called here Relational Social Capital or, briefly, Relational Capital – for the explanation of territorial dynamics and introduces a new methodology, with a set of indicators, able to be supportive of comparative studies, both at the inter and intra territorial levels. A call is placed on the need, in the context of analytical studies on competitiveness and regional deve-

lopment, to incorporate relational assets to the conventional productive assets, distinguished in the traditional literature.

Key words: development, competitiveness, relational capital, social capital, ties, networks, embeddedness, entrepreneurship, innovation, regional clusters.

Introdução

A crença de que o desenvolvimento regional poderia ser induzido a partir de fatores exógenos, ancorados em investimentos em grandes projetos produtivos e de infra-estrutura, capazes de desencadear efeitos benéficos na região, norteou, em grande parte, em todo o mundo, as políticas públicas na área, sobretudo nas décadas imediatamente após a Segunda Grande Guerra. No Brasil, tal proposta foi incorporada, por exemplo, nas estratégias da SUDENE, voltadas para a industrialização e o desenvolvimento do Nordeste. Essa promessa parece ter se esgotado, juntamente com a crença na capacidade ilimitada de utilização de mecanismos externos e exógenos, como a principal fonte de estímulo ao crescimento econômico regional (a propósito da evolução recente da literatura sobre desenvolvimento, ver, entre outros autores, Sen, 2002; Meier & Stiglitz, 2002; Sachs, 2004; Johanssen et al., 2001. Sobre a prática recente do desenvolvimento local no Brasil, ver, por exemplo, Lages et al., 2004; Fisher, 2002, Vale, 2004 a; b; c.).

¹ Economista, Mestrado (Université de Paris I- Panthéon/Sorbonne), Doutorado (UFLA), Professora da PUC Minas, Gerente do Sebrae Minas, com mais de uma década de experiência na concepção e acompanhamento de projetos de desenvolvimento regional e setorial, com livros e artigos publicados, no Brasil e no exterior, sobre os temas desenvolvimento, empreendedorismo, redes empresariais.

A partir, sobretudo, da década de 1980, o sucesso alcançado por algumas regiões do mundo, em termos de inserção competitiva no mercado global, associado a elevado padrão de sustentabilidade sócio-econômica, passou a atrair a atenção. Projetaram-se, nesse contexto, não só as experiências bem sucedidas dos distritos industriais italianos, que passaram a ser amplamente estudados e observados, como também de várias outras regiões, caracterizadas, em geral, por configurações de maior densidade produtiva, compostas por um grande número de empresas conexas e inter-relacionadas, em geral, de pequeno porte. Neste elenco incluem-se, entre outras, certas regiões produtoras de confecção e jóias da Grande Londres, na Inglaterra, os distritos de Baden-Württemberg, na Alemanha e o Vale do Silício, nos Estados Unidos. No Brasil cita-se, por exemplo, a partir da década de 1990, o aglomerado de couro e calçados do Vale dos Sinos. Mas, várias outras regiões no país vêm despondo, também, como exemplos de regiões mais dinâmicas, como é o caso, em Minas Gerais, da aglomeração de móveis, na região de Ubá.

Ressurgem, nesse contexto, novas indagações e provocações. Por que algumas localidades se desenvolvem e outras não? Por que algumas aglomerações produtivas são mais dinâmicas que outras? Por que algumas regiões, aparentemente semelhantes, em termos, por exemplo, de dotação de recursos produtivos e de capital humano, podem apresentar diferentes níveis de evolução? Questões deste tipo vêm despertando a atenção de delineadores de políticas públicas. A inclusão, nas análises sobre desenvolvimento, dos ativos relacionais pode ajudar a esclarecer algumas questões.

O presente artigo pretende mostrar como estes ativos de natureza relacional – designados, aqui, por Capital Social Relacional ou, simplesmente, Capital Relacional – podem ser tão importantes para o processo de desenvolvimento local quanto os demais recursos produtivos tradicionalmente citados na literatura. Esses ativos podem ser não apenas identificados como, também, mensu-

rados, com a utilização de instrumentos adequados. Tal tema foi concebido e explorado por Vale (2006a). Esta autora já vinha trabalhando com a temática do desenvolvimento regional e suas associações aos temas do capital social, das redes empresariais e do empreendedorismo (VALE, 2002 a.,b; 2004 a;b, 2005, 2006 a;b;c). Sua proposição corrente evoluiu a partir da teoria das redes sociais – em particular as noções de “laços fracos” e *embeddedness* (enraizamento)² associadas a proposições originárias da literatura sobre capital social³, que foram acrescidas com reflexões advindas de uma das vertentes da literatura sobre empreendedorismo⁴ e sobre inovação enquanto um processo de construção social.⁵

Este trabalho mostra que: i.) os laços e conexões presentes em um dado território podem mudar. A ação empreendedora dotada de capacidade de inovação possui a propriedade de afetar a configuração das redes de relacionamento aí existentes; ii.) durante o processo de desenvolvimento de uma região ocorre um adensamento das relações locais – que conectam os diferentes atores locais entre si –, concomitantemente a uma ampliação e diversificação de suas conexões com o “resto do mundo”; iii.) empresas funcionam como “plataformas” de relacionamentos, dotando seus membros de ativos relacionais específicos, úteis para a criação de novas empresas em setores afins.

Será apresentada, para isso, a proposta teórica básica (primeira parte), acompanhada por um conjunto de evidências empíricas, onde se incluem, entre outras, as geradas em uma pesquisa pioneira e inovadora, realizada, durante o ano de 2005, na aglomeração produtiva de móveis, na região de Ubá, em Minas Gerais (segunda parte), seguida pela conclusão (terceira parte).

A concepção teórica

Uma proposição teórica básica norteia a presente reflexão. Trata-se da noção que a transformação de uma região desarticulada ou economicamente deprimida em um território próspero e produtivo depende não apenas da natureza dos recursos produtivos aí presentes e da qualidade da mão-de-obra (como, aliás, amplamente defendido pelos teóricos do desenvolvimento, que a isto vêm adicionando, mais recentemente, outros fatores, como história e cultura), mas também, em grande dose, de seus “ativos relacionais”, ou seja, do seu estoque de capital relacional.

No sentido aqui imputado, o capital relacional representa o conjunto de recursos enraizados (*embedded*) em redes sociais, de usufruto de atores (individuais ou coletivos) e resultante de relacionamentos, conexões e laços. Tais recursos garantem a seus detentores informações, permitem acesso a bens valiosos e geram oportunidades, ajudando-os na obtenção de resultados pretendidos. Nesse contexto, atores sociais, com conexões capazes de lhes permitir transpor distâncias sociais e estabelecer “pontes”, com outros atores e redes (grupos sociais) distintos, gozarão de condições mais privilegiadas. Em um determinado território, o capital social seria representado pelo conjunto de recursos inseridos nas conexões e laços à disposição dos atores produtivos aí presentes, vinculando-os entre si e com o “resto do mundo” e condicionando a natureza dos empreendimentos (individuais e coletivos) que são capazes de implementar. Estes “ativos” relacionais, em interação com os demais recursos produtivos aí presentes, condicionam a evolução do próprio território.

² Ver, na origem destes conceitos, Granovetter, 1973, 1985, 1986, 1991, 1992, 1994, 2001, 2005. Nos desdobramentos, em outros autores, ver, por exemplo, Zukin & DiMaggio, 1990; DiMaggio, 1994; Grabher, 1993; Dosi e Malerba, 1996; Dacin et al., 1999; Malerba, 2005.

³ As abordagens recentes sobre capital social diferem, significativamente, das abordagens clássicas (representadas, por exemplo, por Coleman 1988, 1990; Bourdieu, 1982, 1999, 2002; Putnam 1993, 1996). Ver, entre outros, Lin, 2001a,b.

⁴ Trata-se da visão do empreendedor enquanto um articulador de redes, como concebido por Leibenstein 1968; Granovetter 1985; Burt, 1992, 1997, 2000, 2001.

⁵ A propósito deste assunto ver, entre outros, Lundval, 1988; Lundval & Borrás, 1997; Malerba, 2005.

“... alianças
estratégicas são
construídas e desfeitas;
novas alianças se
consolidam; relações
empresariais e
institucionais são
retransformadas...”

Este conjunto de laços e conexões representa, em um dado momento, o estoque de capital social relacional ou de ativos relacionais do território. Este estoque não é, no entanto, estático, sendo dotado de uma característica dinâmica. A configuração das redes, em um dado momento, reflete a história e a natureza da evolução da própria comunidade. Relações e interações passadas influenciam a natureza das relações futuras que, por sua vez, são afetadas por variáveis de natureza institucional, social e cultural aí presentes. Mas, na dinâmica de reconfiguração das redes, um fator, em particular, é de interesse do presente trabalho: a ação empreendedora dotada de capacidade de inovação.

A ação empreendedora pode alterar não só a configuração das redes existentes, preenchendo brechas ou vazios no mercado, destruindo e criando diferentes laços e conexões entre distintos atores e grupos sociais e recombinao recursos novos e ou antigos, como altera, também, a natureza dos recursos enraizados (*embedded*) nessas redes. Ou seja, o capital relacional. Ao longo do processo, vinculações sociais e mercantis, imbricadas e enraizadas (*embedded*) umas nas outras, vão se reforçando e interpenetrando, afetando a dinâmica do próprio capital social aí presente.

A reconfiguração de redes passa não só pela capacidade de combinação de recursos produtivos convencionais, disponíveis no mercado e compatíveis com um determinado padrão de conhecimento já existen-

te, mas também e sobretudo, pela capacidade de combinação de recursos existentes mas não relacionados ou não considerados compatíveis em face de um dado paradigma tecnológico prevalente. Fornecedores e distribuidores são, eventualmente, substituídos ou acrescidos; novos produtos são lançados, exigindo a criação de novas redes voltadas para outros segmentos ou nichos de mercado; novas combinações de produtos e mercados são realizadas; alianças estratégicas são construídas e desfeitas; novas alianças se consolidam; relações empresariais e institucionais são retransformadas; relações sociais e mercantis, imbricadas umas nas outras, se reforçam e se modelam.

O ritmo da transformação dependerá da natureza da inovação (se incremental versus radical) e de seu impacto (se pequena versus grande e se localizada versus abrangente). Grandes inovações podem gerar grandes transformações. Inovações incrementais geram transformações incrementais. O ritmo de desenvolvimento e de transformação de um território é, em geral, lento. Se é verdade que uma empresa possui uma certa dotação em termos de rotinas e procedimentos técnicos (a propósito deste assunto ver Nelson & Winter, 1982), que evolui, geralmente, de maneira mais gradual, pode-se complementar tal afirmação salientando que cada empresa possui um determinado conjunto de ativos relacionais – seu estoque de capital social – que evolui, também, de maneira mais gradual. Tal ritmo pode ser quebrado, apenas, no caso de grandes inovações.

Nesse contexto, as empresas locais funcionam como plataformas de relacionamentos, dotando seus membros de ativos relacionais específicos, que lhes são de utilidade na criação de novas empresas, em setores afins. No início da evolução de uma empresa, os laços pessoais pregressos de seus proprietários funcionam como alavancadores de relações comerciais, que vão se formando, constituindo, elas próprias, à medida que se consolidam, também em alavancadoras de novas re-

lações, que compõem o ativo relacional das empresas. Parte deste ativo ou acervo pode ser, eventualmente, apropriado ou aproveitado por outros membros da empresa, como ativos pessoais, na criação de novas empresas.

Durante o processo de desenvolvimento de uma região ocorre uma evolução e uma ampliação das redes aí existentes, capazes de preencher os vácuos e lacunas, que separam não só distintos atores, grupos e segmentos sociais presentes naquela comunidade (reduzindo as facções, o isolamento e a distância existente entre eles, permitindo, consequentemente, um maior fluxo de informação e a difusão e renovação da inovação entre as empresas) como, também, que separam a região de centros mais dinâmicos, localizados fora de seu território, ou seja, situados no “resto do mundo”. Enquanto o adensamento dos vínculos locais garante a criação de um padrão produtivo local e a implementação de ações coletivas, são os vínculos exteriores, com os centros dinâmicos, capazes de “capturar” recursos valiosos e diversificados, localizados fora do território, que funcionam como mecanismos indutores de permanente transformação e inovação.

Uma ênfase demasiada em vínculos interiores, em detrimento dos exteriores, leva o território a uma situação de isolamento e contração. No outro extremo, uma valorização excessiva dos vínculos exteriores, sem um correspondente desenvolvimento dos vínculos interiores, leva à formação de enclaves territoriais, onde os benefícios do progresso podem ficar concentrados nas mãos de poucos privilegiados conectados com exterior, ao mesmo tempo em que se amplia a vulnerabilidade local, visto que processos decisórios relevantes podem, eventualmente, situar-se fora da esfera do próprio território.

Para o desenvolvimento de uma região concebe-se, como fundamental, o estoque de ativos relacionais existentes e sua interação com os demais ativos, tradicionalmente citados na literatura corrente. Se, por um lado, os modelos econômicos regio-

nalizados de relações interindustriais, como os de Leontief, Chenery e Isard, entre outros, são capazes de captar as vinculações produtivas existentes, em um dado momento, entre certos tipos de recursos produtivos locais e os recursos produtivos externos, tais modelos são, no entanto, incapazes de capturar as múltiplas dimensões existentes na configuração das redes sociais aí presentes ou o caráter dinâmico de tais configurações. Estas configurações afetam, de certa forma, a própria conformação da matriz de insumo-produto, à medida que condicionam o que será ou não “apropriado” como recurso local e o que será “transacionado” com o mundo exterior, dentro de um conjunto de possibilidades objetivas e concretas, teoricamente disponíveis para a região. Tais proposições encontram amplo respaldo na realidade das regiões, como pode ser observado, recorrendo-se a pesquisas empíricas.

As evidências empíricas

Alguns exemplos permitem uma melhor compreensão da importância das conexões e das redes de relacionamento, tanto no âmbito de um ator individual, quanto de um território. Pode existir, por exemplo, em uma comunidade rural, um ou mais artesãos com capacidade de criar ou produzir determinados objetos, muito valorizados em outros locais ou em centros mais dinâmicos. No entanto, a realização e o usufruto do valor pelo seu criador ou produtor só são possíveis se esse ator possuir contatos e laços com outras redes sociais, além daquelas situadas na sua própria localidade, capazes de permitir a ele inserir seu produto em mercados que o valorizam. Ao contrário, sua criação ou produção ficarão restritas à sua pequena comunidade de relacionamento, que é incapaz de dotá-lo de qualquer valor econômico relevante.

Em várias regiões do país podem ser encontrados indivíduos deste tipo, como atestado pelo projeto de resgate cultural do artesanato, desenvolvido pelo Sebrae/ FAOP (VALE, 2003). São detentores de saberes tradicionais, verdadeiros repositó-

rios de técnicas e ofícios que foram, um dia, no passado, fundamentais para a vida social e econômica de suas comunidades. Vários desses ofícios encontram-se, hoje, em risco de extinção. Seus produtos seriam, no entanto, muito valorizados, atualmente, em vários locais do mundo, como objetos de decoração ou, mesmo, como utilitários. Situações deste tipo podem ser encontradas, por exemplo, em regiões que já foram prósperas, passaram por um processo de contração e perderam suas conexões (região deprimida) ou, ainda, em regiões dotadas de certo conteúdo demográfico e de recursos convencionais, mas que, ainda, não lograram articulação com centros dinâmicos (regiões isoladas ou desarticuladas). É comum referir-se a essas regiões como pouco dotadas de capacidade empreendedora e, conseqüentemente, incapazes de usufruir, plenamente, de investimentos aí realizados. Na realidade, elas carecem de um tipo de capital social, ou seja, de redes de relacionamento e conexões com o mundo exterior, embora possam possuir, eventualmente, densidade de vínculos locais.

Um segundo exemplo ajuda a caracterizar a importância das conexões externas de um dado território na manutenção do dinamismo local. Com o esgotamento do ciclo do café e a decadência da produção de fumo, a Zona da Mata, localizada em Minas Gerais, foi perdendo a vitalidade e as conexões com os centros mais dinâmicos do país e do exterior. Insere-se, hoje, entre as macro-regiões deprimidas do estado e do país. Sua taxa de crescimento do PIB, no período 1992/2000, foi de 3,3%, inferior à média estadual. No entanto, aí vem despontando uma localidade cujo desempenho destoa do restante da região. Trata-se do pólo moveleiro de Ubá que apresentou, neste mesmo período, uma taxa de crescimento de 5,7%, muito superior, inclusive, à taxa estadual ou à nacional. Esta localidade vem se especializando, desde a década de 1970, na fabricação de móveis. A partir de 1990 multiplicou-se o número das empresas existentes e a produção expandiu-se para cidades vizinhas.

Nos últimos anos esta região despontou, no cenário nacional, como um dos principais centros produtores do país e inicia, agora, seu processo de internacionalização.

Ao longo do processo de transformação e desenvolvimento desta região é possível observar como as redes locais foram se adensando; como foram surgindo e se multiplicando as conexões externas; a importância das redes pessoais condicionando e afetando a criação das redes empresariais; as repercussões destas nas redes pessoais; a capacidade de inovação e o papel da ação empreendedora rompendo o *status quo* e afetando a configuração das redes regionais; a interação entre estes processos na formação do capital relacional local.

Nas últimas décadas, este território foi forjando, paulatinamente, uma nova rede de conexões e vinculações com os principais centros produtores e consumidores de móveis do país e inicia, agora, suas conexões com o mercado internacional. Os móveis que eram, inicialmente, cópias mal feitas, voltadas para segmentos situados geograficamente próximos do pólo e menos exigentes de consumo, estão adquirindo uma concepção própria e voltando-se para mercados cada vez mais distantes e exigentes. Dada a intensa interação existente entre os produtores e demais atores locais, a proliferação de redes conectando a região com os centros mais dinâmicos amplifica e multiplica oportunidades empreendedoras individuais. Novos empreendimentos que surgem usufruem de muitas das conexões existentes no local, além de forjar, muitas vezes, novas conexões.

“ Com o esgotamento do ciclo do café e a decadência da produção de fumo, a Zona da Mata foi perdendo a vitalidade... ”

Uma imersão na realidade de Ubá permite observar como vem se dando a dinâmica de evolução do território.

Serão utilizados, para isso, alguns resultados obtidos a partir de uma pesquisa de campo aí realizadas,⁶ que contou com a ajuda de um conjunto de indicadores, incluindo: i.) Indicador de densidade da rede (mede o grau de conectividade de uma rede, em um determinado momento, a partir da aferição da frequência de contatos existentes entre seus membros, incluindo: contatos diários/semanais; mensais; bimestrais; eventuais); ii.) Indicador de amplitude da rede (mede o número de diferentes “categorias” de contatos existentes em uma determinada rede, incluindo os contatos a níveis local, estadual, nacional e internacional); iii.) Indicador de Adensamento da rede (mede a alteração na intensidade de contatos, dentro de uma mesma “categoria de contato”, em um determinado período de tempo); iv.) Indicador de Enraizamento ou de embeddedness, contendo dois tipos (Temporal mede o encadeamento intrafamiliar da atividade produtiva, verificando a quantas gerações imediatamente precedentes esta remonta; Setorial mede o grau de encadeamento interempresarial, verificando as ligações a jusante e a montante, que se estabelecem entre diferentes empresas, no fenômeno de transformação de antigos empregados em novos empresários); v.) Indicador de desempenho empresarial (mede o impacto de um produto novo nas vendas totais de um dado conjunto de empresas).

Embora um determinado território possa apresentar uma tendência geral dominante de transformação em certa direção, podem coexistir e conviver, em seu interior, diferentes realidades, com distintos padrões de evolução. A pesquisa realizada em Ubá permitiu a identificação de dois conjuntos bastante distintos de empresas: o Grupo em Expansão (empresas que apresentaram, nos últimos dois anos, taxas de crescimento do faturamento superiores a 20%, representando o núcleo dinâmico do polo); Grupo em Retração (empresas

cujas taxas de faturamento, no mesmo período, foram negativas ou, no máximo, inferiores a 5%). A pesquisa identificou que estes dois grupos também apresentaram nítidas diferenciações em termos de capacidade de inovação e no que diz respeito à posse de ativos relacionais.

O fenômeno de ampliação e adensamento das redes

Há meio século atrás, a região de Ubá não possuía conexões vinculando empresas moveleiras com qualquer tipo de organização localizada além das fronteiras estaduais. Há uma década, a região não possuía conexões com qualquer tipo de organização além das fronteiras nacionais. Há cinco anos, a região não tinha contato com nenhum centro tecnológico.

No exercício de sua missão as empresas lançam mão de vários canais de conexão e de contato (com o mercado, o poder público e a sociedade), cada um deles inserindo-se em uma dada “categoria de contato”. As diferentes categorias de contato incluem: outras empresas similares, fornecedores, clientes, representantes, empresas de consultoria, bancos, entidades empresariais e de apoio, escolas/universidades/centros tecnológicos, grupos empresariais, fóruns e grupos sociais, prefeitura e órgãos públicos, outros grupos, etc. Estas vinculações podem se dar a nível local/regional, estadual, nacional e internacional. Quanto mais frequentes forem, por exemplo, as vinculações de âmbito internacional, mais internacionalizada encontra-se a região; e vice versa. No caso de Ubá, estes canais foram todos mapeados e classificados em certas categorias de contato ou de vinculação, levando à criação de uma Matriz de Conectividade Territorial. Foi possível vislumbrar, aí, o atual perfil de vinculações empresariais, hoje prevalente na região. Os dados indicam que, no âmbito local, existem treze diferentes categorias de contato explorados pelas empresas

locais; no estadual nove; no nacional, sete; no internacional, quatro. Tais vinculações retratam não apenas o quadro atual mas representam, também, os limites das possibilidades territoriais atualmente disponíveis para o setor produtivo local.

Observando-se a performance do indicador de diversidade de contato entre os dois grupos de empresas constatam-se diferenças significativas: o grupo de empresas em expansão possui, em geral, um maior número de diferentes categorias de conexão. Mais de 20% das empresas moveleiras possuem vinculações com um mínimo de nove diferentes categorias de conexão (no caso das empresas em retração este indicador é de 11%, contra 24% no caso das empresas em expansão). Cerca de 56,3% das empresas possuem mais de cinco diferentes categorias de conexão em âmbito nacional (sendo 36,9% para o grupo em retração e 66,7% para o grupo em expansão). Já, 8% das empresas possuem pelo menos uma categoria de conexão em âmbito internacional (empresas em retração zero e empresas em expansão 15%).

A transformação recente no estoque de ativos relacionais da região (período 2000-2005) pode ser captada com a utilização do indicador de adensamento das conexões, que baseia-se no conceito de saldo (um saldo positivo indica que em 2005 a frequência de contatos realizados pelo conjunto de empresas, dentro de uma mesma “categoria de contato” foi maior do que a frequência existente em 2000, sinalizando expansão nos contatos; por outro lado, o saldo negativo sinaliza retração nos contatos).

Este indicador, aferido na categoria de relações “empresa moveleira-outras empresas similares da região” é de +30%. Indica que o número de empresas que ampliou seus contatos com outras empresas similares, na própria comunidade, é muito superior ao número de empresas que, no mesmo período, reduziu

⁶ A pesquisa de campo foi realizada em 2005, com uma amostra composta por 64 empresas, representativa do universo empresarial local, considerando um nível de confiança de 95% e um erro amostral de nove pontos percentuais.

seus contatos. Este indicador, aferido para a categoria de relacionamento “empresa moveleira-entidades empresariais de apoio local” é de +31%. No caso da categoria “empresas moveleiras-entidades coletivas locais” (a exemplo de consórcios de exportação, centrais de compra, etc.) é de +14%.

No mesmo período, as empresas do pólo também ampliaram e diversificaram suas conexões com o resto do mundo, com destaque para o grupo de empresas em expansão. Estas, apresentaram um indicador de adensamento das conexões com a categoria “universidades, escolas, centros tecnológicos”, no âmbito estadual, de +15% (contra zero para o grupo de retração). As empresas do grupo em expansão apresentaram uma taxa de adensamento de contatos com a categoria “clientes”, localizados no exterior, de +12% (valor nulo para grupo em retração). As empresas da aglomeração produtiva de móveis da região de Ubá encontram-se, neste exato momento, iniciando um processo de internacionalização, com inserção no mercado internacional.

Desempenho, inovação, laços e dinâmica territorial

A sobreposição e o encadeamento de mudanças e inovações nas empresas vêm alterando, de maneira significativa, as relações com seus clientes, fornecedores, representantes, com demais empresas moveleiras do pólo e com a comunidade em geral: do total de empresas que lançou, a partir de 2003, um produto novo no mercado (considerado novo da perspectiva da empresa), tal fato afetou, em algum grau, suas respectivas carteiras de clientes (em 95% das empresas), suas carteiras de representantes (40% delas), suas carteiras de fornecedores (30% delas) e suas relações com outras empresas moveleiras na região (21% delas).

A região vem apresentando, nos últimos anos, capacidade de inovação e de mudança. O mesmo conjunto de empresas que vêm ampliando e diversificando seus laços e conexões com o “resto de mundo” vem, também, demonstrando uma maior

capacidade de inovação e um melhor desempenho, este aferido em termos de evolução do faturamento nos últimos dois anos (2003/2005). Tal fato permite associar desempenho com a presença de ativos relacionais e sugere que a ampliação e a diversificação de contato encontram-se, intimamente, associada à capacidade de inovação das empresas.

O indicador de desempenho empresarial permite captar a associação entre capacidade de inovação e desempenho empresarial. A pesquisa constatou que existe uma capacidade diferenciada de inovação entre os dois conjuntos de empresas: este indicador foi de 30,6% no caso do grupo em expansão (contra 3,6% no grupo em retração). Observando-se o impacto de um produto novo, introduzido pelas empresas nos últimos dois anos (2003/2004), nas vendas totais correntes das empresas, constatou-se que em 51,5% das empresas em expansão (contra apenas 5,2% no caso das empresas em retração), o impacto de um produto novo, nas vendas totais da empresa situou-se no patamar de 5% a 50%. Salienta-se, também, que 67% das empresas em expansão afirmaram ter lançado um produto novo (incluindo-se, neste conjunto, todas as empresas que estão exportando), contra apenas 10,5% para o grupo em retração.

Pode-se concluir que, durante o processo de desenvolvimento da região de Ubá, vem ocorrendo, gradualmente, seja um processo de um adensamento das redes de conexão envolvendo as empresas com distintos grupos e organizações presentes na região (reduzindo as facções, o isolamento e a distância existente entre eles, permitindo, conseqüentemente, um maior fluxo de informação e a difusão e renovação da inovação entre as empresas), seja um processo de ampliação e diversificação das conexões locais com outras organizações e empresas, situadas em centros mais dinâmicos e localizadas em territórios cada vez mais distantes. Enquanto o adensamento dos vínculos locais vem permitindo a criação de um padrão produtivo local e a implementação de algumas

ações coletivas, são os vínculos exteriores, com os centros dinâmicos, que funcionam como mecanismos indutores de permanente transformação e inovação.

Destaca-se, nesse contexto, o papel desempenhado por um conjunto de empresas que constituem o núcleo dinâmico da aglomeração, imprimindo à região uma capacidade diferenciada de inovação e de transformação, associada a uma habilidade de desbravar e criar novas conexões. Muitas destas são, posteriormente, exploradas e ocupadas pelas demais empresas da região. Elas também funcionam como referência para melhoria e mudanças nas outras empresas, o que é possível, devido à grande interação, em geral informal, existente entre elas e o fluxo de informação que aí circula. Alguns dados permitem sustentar tal proposição. Quase 60% das empresas consideram “muito importante” ou “importante” os contatos com “outras empresas do ramo”, como fonte de informação para aperfeiçoamento de seus produtos. Mais de 60% delas mantêm laços fortes (caracterizados por uma frequência diária ou semanal de contato) com pelo menos uma outra empresa do ramo, localizada na região; 96,8% das empresas mantêm laços de qualquer intensidade com pelo menos uma outra empresa moveleira. Tais dados indicam que a circulação de informação e a difusão da inovação na aglomeração produtiva podem se propagar rapidamente. Para uma melhor compreensão da dinâmica territorial é importante entender o papel das empresas como “plataformas” de relacionamento.

Empresas como “plataformas” e laços como ativos

Empresas podem funcionar como “plataformas” para a criação de novas empresas, dotando seus membros de ativos relacionais específicos. No caso de Ubá, um grande número de empresários atuais teve, no passado, algum tipo de conexão, pessoal ou familiar, no ramo de móveis. A forma mais difundida de experiência prévia é, no caso dessa região, a vinculação passada como

**“... experiência
prévia no mesmo ramo,
inclusive como empre-
gado constitui-se, no
mundo empresarial, um
fator distintivo. ”**

empregado em outra empresa. Antigos empregados, que se transformam em novos empreendedores, somam, ao estoque de ativos relacionais que tiveram a habilidade de acumular durante o período em que atuaram como membros de outra organização, as novas conexões, que são capazes de criar, em suas próprias empresas, graças ao esforço empreendedor e à capacidade de inovação. Nesse contexto, é de fundamental importância a natureza do enraizamento (*embeddedness*) da atividade produtiva na região.

Algumas das dimensões do fenômeno foram captadas em Ubá, contando-se, inclusive, com a utilização dos indicadores de enraizamento (*Temporal e Setorial*). Em Ubá, o indicador de enraizamento temporal para a terceira geração é de 6,2% (indica que 6,2% das empresas possuem vinculações intrafamiliares que remontam há 3 gerações). O indicador de enraizamento setorial é de 71,8% (indica que 71,2% das empresas possuem sócios-proprietários que já foram, anteriormente, empregados de outras empresas no ramo ou, então, possuíram, no passado, empregados que se tornaram empresários no ramo).

Um empresário bem sucedido em um determinado ramo de negócios usufruiu, com muita frequência, no passado, de uma experiência prévia no mesmo ramo, inclusive como empregado (antes de se tornar empresário). A presença de tal experiência constitui-se, no mundo empresarial, um fator distintivo. Ampla maioria dos empresários pesquisados considera que a experiência prévia é benéfica para a sua empresa. No entanto, avaliando-se o tipo de benefício obtido, aquele gerado pelo **domínio do**

processo produtivo equipara-se, em termos de importância, ao benefício advindo do **conhecimento das fontes de informações de interesse**, ambos citados por pouco mais da metade dos empresários pesquisados, que registraram a presença de alguma experiência anterior na área.

Como identificado pela pesquisa, existe, no entanto, um benefício que é, na visão dos empresários, superior aos demais: “o conhecimento de clientes”, citado por 72% dos empresários. Na realidade, é o acesso ao cliente que se constitui um elemento distintivo, para um iniciante no mundo dos negócios. Como pode-se daí depreender, a experiência passada do atual empresário, como empregado em outra empresa, pode se transformar em um grande ativo.

Entre as formas possíveis utilizadas pelas empresas de Ubá, para obter o acesso aos clientes, situam-se **indicação de pessoas do relacionamento comercial**, com 21% das citações (primeiro lugar) e, **“já era de conhecimento do empresário, desde o tempo em que trabalhava em outra empresa do ramo”**, com 16% das citações (segundo lugar). Salienta-se que o primeiro tipo de benefício diz respeito a contatos de natureza comercial (que a empresa foi forjando), enquanto que o segundo tipo refere-se a contatos de natureza pessoal (que o empresário acumulou enquanto atuava, como empregado, em outra empresa).

A pesquisa constatou que, à medida que ocorre um aumento no porte das empresas, amplia-se a importância dos mecanismos de acesso derivados da ação empreendedora dotada de capacidade de inovação, levados a cabo pela empresa, capaz de diferenciar seu produto dos concorrentes, tornando-o mais competitivo. No outro extremo, quanto menor for uma empresa, mais dependente ela encontra-se de ativos relacionais passados, de natureza pessoal do empresário. Se, por um lado, estes podem ser importantes para permitir um melhor posicionamento inicial de uma nova empresa no mercado e podem, também, dar uma contribuição para o sucesso posterior do empreendimento, eles

não são, no entanto, suficientes para o crescimento e o desenvolvimento da empresa. Em um mundo de competição acirrada e em permanente processo de mudança, as empresas devem, continuamente, investir na criação de novos laços e conexões, o que é possível à medida que são capazes, também, de inovar e de se transformar, introduzindo novos processos e gerando produtos diferenciados. A inovação garante o acesso a novas redes e a centros mais dinâmicos. Ao mesmo tempo, as novas vinculações e conexões exigem da empresa maior dinamismo e capacidade de transformação.

No ambiente de interação, as novas empresas geradas, muitas delas provenientes de empresas já instaladas, aproveitam, muitas vezes, das redes e conexões criadas pelas empresas anteriores mas vão, também, adicionando e forjando seus próprios laços e criando novas redes. Foi assim em Ubá e é assim nas regiões que estão prosperando e crescendo.

Considerações finais

Como observado, os ativos relacionais, no contexto de um dado território, são tão importantes quanto o capital físico ou o capital humano aí presentes, para seu crescimento e desenvolvimento. No caso de Ubá, várias gerações vêm alimentando a dinâmica dessa aglomeração produtiva, com um rico acervo de capital relacional, que vem se acumulando e ampliando, como resultado da ação empreendedora, dotada de capacidade de inovação. As gerações, assim, vão se sucedendo, as mais novas utilizando-se dos laços, conexões e conhecimento das gerações anteriores, mas, conseguindo, ao mesmo tempo, preservar o ímpeto empreendedor e a capacidade de inovação.

As concepções teóricas, associadas às observações de campo, permitem avançar com algumas proposições para políticas públicas voltadas para o incremento da competitividade territorial e para a implementação de processos sustentáveis de desenvolvimento local. São elas:

- a) Conscientizar entidades envolvidas com projetos de desenvolvimento territorial sobre a impor-

tância de seus papéis como agentes de conexão e de criação de redes, conectando empresas entre si, com entidades e grupos locais e com o mundo exterior.

- b) Ajudar a transformar as conexões indiretas das empresas (intermediadas, em geral, por entidades de apoio empresarial) com atores chaves, localizados no âmbito local, estadual, nacional e internacional, em conexões diretas
- c) Inserir ou valorizar, nos esforços de criação de um sistema local de governança nas aglomerações produtivas, a presença de entidades diversas de atuação estadual e nacional, para que possam interagir mais freqüentemente com os demais atores locais.
- d) Implementar, em aglomerações produtivas, constituídas por um grande número de empresas do mesmo setor de atividade, programas de incentivo à criação de novas empresas, explorando, ao máximo, as conexões aí presentes e o estoque de experiência e conhecimento acumulados.
- e) Incentivar os contatos e interações de natureza mais informal entre as empresas, em acréscimo aos esforços de criação de agrupamentos empresariais mais institucionalizados ou formalizados.
- f) Reforçar iniciativas que permitam ampliar os contatos e as interações das empresas locais com empresas similares ou com outros elos da cadeia produtiva, localizados em centros mais dinâmicos, fora da região.
- g) Investir na criação de um núcleo dinâmico e auto-suficiente de empresas, capaz não só de gerar efeito demonstração, como, também, de forjar e desbravar novos contatos e conexões, que poderão, gradativamente, ser ocupados e explorados pelas demais empresas da região.

Bibliografia

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. 2.ed. São Paulo: Perspectiva, 1982. 361p.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. São Paulo: Bertrand Brasil, 1989.

BOURDIEU, P. The forms of capital. BIGGART, N. (Org.). **Readings in economic sociology**. Malden-MA: Blackwell, 2002. p.280-291.

BURT, S.R. **Structural holes: the social structure of competition**. Cambridge, Massachusetts/London, England: Harvard University, 1992.

BURT, S.R. A note on social capital and network content. **Social Networks**, v.19, p.355-373, 1997.

BURT, S.R. The network structure of social capital. In: SUTTON, R. I.; STAW, B.M. (Ed.). **Research in organizational behavior**. Greenwich, CT: JAI, 2000. v.22.

BURT, S.R. Structural holes versus network closure as social capital. In: LIN, N.; COOK, K.; BURT, S.R. (Ed.). **Social capital: theory and research**. New York: Aldine de Gruyter, 2001.

COLEMAN, J.S. Social capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology**, v.94, p.95-120, 1988. Supplement.

COLEMAN, J.S. **Foundation of social theory**. Cambridge: Harvard University, 1990.

DACIN, M.T.; VENTRESCA, M.; BEAL, B. The embeddedness of organizations: dialogue and directions. **Journal of Management**, v.25, p.317-356, 1999.

DIMAGGIO, P. Culture and economy. In: SMELSER, N.; SWEDBERG, R. **The handbook of economic sociology**. Princeton, NJ: Princeton University, 1994. p.27-57.

DOSI, G.; MALERBA, F. **Organizational learning and institutional embeddedness**. In: DOSI, G.; MALERBA, F. (Ed.). **Organisation and strategy in the evolution of enterprise**. Elsevier, 1996.

FISCHER, T. (Org.). **Gestão do desenvolvimento e poderes locais: marcos teóricos e avaliação**. Salvador: Casa da Qualidade, 2002.

GRABHER, G. (Ed.). **The embedded firm: on the socio-economic of industrial networks**. London/New York: Routledge, 1993b.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties. **American Journal of Sociology**, v.78, n.6, p.1360-1380, 1973.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v.91, p.481-510, 1985.

GRANOVETTER, M. The social construction of economic institutions. In: ETZIONI, A.; LAWRENCE, P.R. **Socio-economics: toward a new synthesis**. New York/London: M.E. Sharpe, 1986. p.75-84.

GRANOVETTER, M. Economic institution as social construction: a framework for analysis. In: CONFERENCE ON ECONOMICS OF CONVENTIONS, 1991, Paris. **Proceedings...** Paris, 1991. p.1-21.

GRANOVETTER, M. Economic institution as social construction: a framework for analysis. **Acta Sociologica**, v.35, p.3-11, 1992.

GRANOVETTER, M. (Ed.). **Structural analysis in the social sciences**. Cambridge: Cambridge University, 1994.

GRANOVETTER, M. A theoretical agenda for economic sociology. In: GUILLEN, R.C.; ENGLAND, P.; MEYER, M. **Economic sociology at the millennium**. New York: Russell Sage Foundation, 2001.

GRANOVETTER, M. The impact of social structure on economic. **The Journal of Economic Perspectives**, v.19, n.1. p.33-50, 2005.

JOHANSSON, B.; KARLSSON, C.; STOUGH, R. (Ed.). **Theories of endogenous regional growth: lessons for regional policies**. Berlin/New York: Springer, 2001.

LAGES, V.; BRAGA, C.; MORELLI, G. **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Brasília: Relume Dumará, 2004.

LEIBENSTEIN, H. Entrepreneur and development. **The American Economic Review**, v.57, n.2, p.72-84, maio 1968.

LIN, N. Building a theory of social capital. In: LIN, N.; COOK, K.; BURT, R. (Ed.). **Social capital: theory and research**. New York: Aldine de Gruyter, 2001. p.3-30.

LIN, N.; COOK, K.; BURT, R.S. **Social capital: theory and research**. New York: Aldine de Gruyter, 2001.

LUNDVALL, B. **Innovation as an interactive process: from user-production interaction to the national system of innovation**. In: DOSI, G. (Ed.). **Technical change and economic theory**. London: Pinter, 1988.

MALERBA, F. Industrial dynamic and innovation: progress and challenges. In: CONFERENCE OS EUROPEAN ASSOCIATION FOR RESEARCH IN INDUSTRIAL ECONOMICS, 32., 2005, Porto Rico. **Proceedings...** Porto Rico, 2005.

MEIER, G.M.; STIGLITZ, J.E. (Ed.). **Frontiers of economic development: the future in perspective.** New York: Oxford University, 2002.

NELSON, R.; WINTER, S.G. **An evolutionary theory of economic change.** Harvard: Harvard University, 1982.

PUTNAM, R.D. The prosperous community: social capital and public life. **American Prospect**, v.13, p.35-42, 1993.

PUTNAM, R.D. **Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna.** São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

SACHS, I. **Desenvolvimento: incluyente, sustentável, sustentado.** Rio de Janeiro: Garamond Univesitária, 2004

SEN, A.K. What is development about . In: MEIER, G.M.; STIGLITZ, J.E. (Ed.). **Frontiers of economic development: the future in perspective.** New York: Oxford University, 2002. p.506-513.

VALE, G. M. V. Cluster: desafios e oportunidades. **Revista Sebrae**, n. 3, 2002a.

VALE G. M. V. Un Nuevo Paradigma de Desarrollo Microrregional: el Caso de Araxá y el Circuito da Serra da Canastra en Minas Gerais. In: SEMINÁRIO DESARROLHO LOCAL Y REGIONAL EN AMERICA LATINA, 2002, Anais ... Equador, ONU/CEPAL/ILPES, 2002b.

VALE, G.M.V. (Coord.). **Mestres de ofícios de Minas Gerais.** Belo Horizonte: SEBRAE/FAOP, 2003.

VALE, G.M.V. **Conectividade, competitividade e desenvolvimento.** Curitiba: Enanpad, 2004a.

VALE, G.M.V. **Empreendedores coletivos em redes organizacionais: novos agentes gerando um padrão diferenciado de competitividade.** Curitiba: Enanpad, 2004b.

VALE, G.M.V. Reinventando o espaço para a construção de territórios competitivos, LAGES, V.; BRAGA, C.; MORELLI, G. **Territórios em movimento: cultura e identidade como es-**

tratégia de inserção competitiva. Brasília: Relume Dumará, 2004c. p.301-323.

VALE, G. M. V., Amâncio, R. Wilkin-son, J. **Desbravando Fronteiras: o Empreendedor como Artesão de Redes e Artífice do Crescimento Econômico.** Brasília, Enanpad, 2005

VALE, G.M.V.; AMÂNCIO, R.; LIMA, J.B. A criação e gestão de redes na estratégia competitiva de empresas e regiões, **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, 2006a. No prelo.

VALE, G.M.V.; AMANCIO, R.; LAURIA, M.C.P. Capital social e suas implicações para o estudo das organizações. **Organizações e Sociedade**, 2006b. No prelo.

VALE, G.M.V. **Laços como ativos territoriais: análise das aglomerações produtivas na perspectiva do capital social.** 2006. Tese (Doutorado) UFLA.



O CURSO DE ECONOMIA DA UNIFACS OFERECE UM DOS CURRÍCULOS MAIS MODERNOS DO PAÍS!

✿ FOCO EM ECONOMIA REGIONAL ✿

Cursando Economia na UNIFACS você estará se preparando para montar o seu negócio, dirigir empresas e exercer, ainda, outras funções tradicionais dos economistas.

Atuação integrada com o Mestrado em Análise Regional e o Doutorado em Desenvolvimento Regional e Urbano da Unifacs.

Confira com a coordenação do curso:
Tels: 3273-8557 / 3273-8603
economia@unifacs.br