

GLÁUCIA MARIA VASCONCELLOS VALE

**LAÇOS COMO ATIVOS TERRITORIAIS:
ANÁLISE DAS AGLOMERAÇÕES
PRODUTIVAS NA PERSPECTIVA DO
CAPITAL SOCIAL**

**LAVRAS – MG
2006**

GLÁUCIA MARIA VASCONCELLOS VALE

**LAÇOS COMO ATIVOS TERRITORIAIS: ANÁLISE DAS
AGLOMERAÇÕES PRODUTIVAS NA PERSPECTIVA DO CAPITAL
SOCIAL**

Tese apresentada à Universidade Federal de Lavras como parte das exigências do Programa de Doutorado em Administração, área de concentração gestão social e meio ambiente, para a obtenção do título de Doutor

Orientador: Prof. Robson Amâncio
Co-orientador: Prof. Dr. John Wilkinson

**LAVRAS
MINAS GERAIS – BRASIL
2006**

GLÁUCIA MARIA VASCONCELLOS VALE

**LAÇOS COMO ATIVOS TERRITORIAIS: ANÁLISE DAS
AGLOMERAÇÕES PRODUTIVAS NA PERSPECTIVA DO CAPITAL
SOCIAL**

Tese apresentada à Universidade Federal de Lavras como parte das exigências do Programa de Doutorado em Administração, área de concentração gestão social e meio ambiente, para a obtenção do título de Doutor

Aprovada em 02 de março de 2006

Prof. Dr. Edgard Alencar , Universidade Federal de Lavras

Prof. Dr. Antônio Carlos dos Santos, Universidade Federal de Lavras

Profa. Dra. Ana Célia Castro, Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof. Dr. John Wilkinson, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Orientador
Prof. Dr. Prof. Robson Amâncio

**LAVRAS
MINAS GERAIS – BRASIL
2006**

**Ficha Catalográfica Preparada pela Divisão de Processos Técnicos da
Biblioteca Central da UFLA**

Vale, Gláucia Maria Vasconcellos; Vasconcellos, Gláucia M.; Vale, Gláucia M.V.

Laços como ativos territoriais: análise das aglomerações produtivas na perspectiva do capital social. / Gláucia Maria Vasconcellos Vale. -- Lavras : UFLA, 2006.

388 p. : il.

Orientadores: Robson Amâncio e John Wilkinson

Tese (Doutorado) – UFLA.

Bibliografia.

1. Desenvolvimento. 2. Enraizamento. 3. Embeddedness. 4. Redes empresariais. 5. Capital social. 6. Capital relacional. 7. Empreendedorismo. 8. Ação empreendedora. 9. Aglomerações produtivas. 10. Arranjos produtivos. 11. Cluster. 12. Território. 13. Laços. 14. Inovação. 15. Competitividade. 16. Indicadores. I Universidade Federal de Lavras. II. Título.

CDD 658.4063
-658.045

DEDICATÓRIA

Ao meu marido, Willian S. Penido Vale, a mais divina das inspirações humanas.

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos, em especial a Robson Amâncio, meu orientador na Universidade Federal de Lavras, que me abriu as portas desta reflexão e a John Wilkinson, meu orientador da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, que me sinalizou os caminhos. Meus agradecimentos, também, à Ana Célia Barros, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, que me ajudou a transpor as primeiras pontes; a Helena Lastres, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, por seus comentários e seu estímulo; ao Marco Antônio de Souza Aguiar, por suas sugestões e críticas sobre a metodologia da pesquisa de campo; ao Renato Francisco dos Reis, que me ajudou na tabulação da pesquisa; ao Ricardo Costa Xavier, que elaborou o programa de computação que permitiu a visualização da rede de empresas da região de Ubá; ao Rogério Gonçalves Gazzola, presidente do Sindicato Intermunicipal das Indústrias de Móveis e à Eliane Rosignolli, minha companheira de trabalho no Sebrae, que enriqueceram meu conhecimento sobre a realidade da aglomeração produtiva de móveis de Ubá; à equipe da Empresa Jr. da Faculdade Ozanan Coelho, que se uniu a mim na aplicação dos questionários; ao Luiz Carlos Barboza, diretor técnico do Sebrae Nacional, pelo apoio e confiança demonstrados; à direção superior do Sebrae Minas, nas pessoas do presidente do Conselho Deliberativo, Luiz Carlos Dias Oliveira, do diretor superintendente, Edson Gonçalves de Sales e dos diretores, Luiz Márcio Haddad P. dos Santos e Matheus Cotta de Carvalho, por terem facilitado e estimulado a profícua conexão entre as dimensões organizacionais, o mundo empresarial de Ubá e o ambiente acadêmico, na elaboração deste trabalho. A boa teoria, unida a uma prática lúcida e comprometida, é o melhor ingrediente para a transformação e o desenvolvimento. A todos eles, que foram fundamentais para a realização desta tese, o meu reconhecimento.

SUMÁRIO

RESUMO	i
ABSTRACT	iii
1 INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1	12
O CONTEXTO DE ANÁLISE: AGLOMERAÇÕES PRODUTIVAS	12
RESUMO	13
ABSTRACT	14
1 INTRODUÇÃO	15
1.1 Identificando a literatura sobre aglomerações produtivas	21
1.1.1 A vertente neoclássica do desenvolvimento regional e a contribuição de Isard	23
1.1.2 As preocupações da economia do desenvolvimento com os desequilíbrios regionais	25
1.1.3 A vertente institucionalista e suas distintas contribuições para a abordagem das aglomerações regionais	28
1.1.3.1 Os neoinstitucionalistas e a teoria dos custos de transação	30
1.1.3.2 O resgate de Schumpeter na proposta evolucionária dos Sistemas Nacionais de Inovação e em outras	31
1.1.4 A influência de Schumpeter nas contribuições de Perroux	38
1.1.5. A vertente herdeira das tradições marshallianas nos distritos industriais e na organização industrial	39
1.1.5.1 A corrente da organização industrial	41
1.1.5.2 A corrente dos distritos industriais	42
1.2 A influência da sociologia econômica	44

1.3 Conclusão	48
CAPÍTULO 2	62
A CONCEPÇÃO DO CAPITAL SOCIAL RELACIONAL OU CAPITAL RELACIONAL	62
RESUMO	63
ABSTRACT	64
1 INTRODUÇÃO	65
1.1 Redes sociais: a proposição sobre “laços fortes” no argumento de <i>embeddedness</i>	68
1.1.1 Granovetter e a noção de “laços fracos”	69
1.1.2 A construção do conceito de <i>embeddedness</i> (enraizamento)	72
1.1.3 A evolução das concepções sobre <i>embeddedness</i>	77
1.1.4 A dimensão espacial na concepção do <i>embeddedness</i>	81
1.2 Capital social e redes sociais	91
1.2.1 A discussão no plano conceitual: capital social como um bem coletivo ou um ativo individual	94
1.2.2 A discussão no plano das proposições teóricas: redes densas e fechadas versus abertas; vínculos internos versus externos	100
1.2.2.1 Capital social associado a redes densas ou abertas	100
1.2.2.2 Vínculos internos versus vínculos externos	105
1.2.3 A discussão no plano das conseqüências: benefícios e riscos associados ao capital social	110
1.2.4 As interações entre relações sociais e mercantis	117
1.2.5 Laços como capital na formação do Capital Relacional	123
1.3 Conclusão: a união das duas concepções na proposição sobre Capital Social Relacional	129

<u>CAPÍTULO 3</u>	133
<u>A INFLUÊNCIA DA AÇÃO EMPREENDEDORA E DA INOVAÇÃO NA FORMAÇÃO DO CAPITAL RELACIONAL</u>	133
<u>RESUMO</u>	134
<u>ABSTRACT</u>	135
<u>1 INTRODUÇÃO</u>	136
<u>1.1 O empreendedor como agente de inovação</u>	137
<u>1.2 O empreendedor como agente de conexão e de criação de redes</u>	141
<u>1.3 O papel da interação na abordagem da inovação como construção social</u> .	151
<u>1.4 Ação empreendedora</u>	155
<u>1.5 Conclusão: a importância da ação empreendedora capaz de inovação na evolução do capital social</u>	157
<u>CAPÍTULO 4</u>	160
<u>CAPITAL RELACIONAL: CONCEITOS, HIPÓTESES E PROPOSIÇÕES</u> 160	
<u>RESUMO</u>	161
<u>ABSTRACT</u>	162
<u>1 INTRODUÇÃO</u>	163
<u>1.1 As hipóteses básicas e as proposições de apoio</u>	167
<u>1.1.1 A noção de intensidade do laço e sua associação à natureza da relação</u> ..	168
<u>1.1.2 A interação entre relações mercantis e relações sociais</u>	169
<u>1.1.3 O estoque de capital social e o papel das organizações</u>	170
<u>1.1.4 A noção de intensidade e sua associação ao tema do território</u>	171
<u>1.1.5 O impacto da ação empreendedora e da inovação na configuração das redes territoriais</u>	173
<u>1.1.6 A inovação como um processo de construção social e a importância da interação e da cooperação entre diferentes atores produtivos locais</u>	173
<u>1.1.7 A importância do arranjo institucional</u>	175

<u>1.2 Conclusão</u>	176
<u>CAPÍTULO 5</u>	178
<u>AS IMPLICAÇÕES METODOLÓGICAS DA CONCEPÇÃO TEÓRICA E A METODOLOGIA UTILIZADA PARA A PESQUISA PILOTO</u>	178
<u>RESUMO</u>	179
<u>ABSTRACT</u>	180
<u>1 INTRODUÇÃO</u>	181
<u>1.1 As origens e o posicionamento da abordagem das redes nas ciências sociais</u>	183
<u>1.2 Abordagem das redes: uma nova via de investigações?</u>	188
<u>1.3 Metodologia e método</u>	194
<u>1.4 Aspectos metodológicos da pesquisa piloto</u>	200
<u>1.4.1 A construção de indicadores de natureza relacional e de desempenho empresarial</u>	207
<u>1.5 Conclusão</u>	230
<u>CAPÍTULO 6</u>	234
<u>A APLICAÇÃO DAS CONCEPÇÕES TEÓRICAS NO ESTUDO DA AGLOMERAÇÃO PRODUTIVA DE MÓVEIS DA REGIÃO DE UBÁ</u>	234
<u>RESUMO</u>	235
<u>ABSTRACT</u>	236
<u>1 INTRODUÇÃO</u>	237

1.1 A aglomeração produtiva da região de Ubá no contexto da indústria moveleira nacional e internacional	238
1.2 O desenvolvimento da aglomeração produtiva da região de Ubá	246
1.3 Características e condições das empresas e dinâmica territorial	262
1.3.1 As empresas moveleiras	263
1.3.2 O adensamento e a diversificação dos laços	267
1.3.2.1 O adensamento dos laços locais	267
1.3.2.2 A ampliação dos laços com o resto do mundo	270
1.3.3 O impacto da inovação afetando a configuração das redes	279
1.3.4 Organizações como plataformas de relacionamento e laços como ativos	289
1.3.4.1 A circulação da informação e a difusão da inovação no interior do pólo	300
1.3.4.2 A lógica de interação na formação dos agrupamentos empresariais	302
1.3.4.3 O papel de empresas similares, dos representantes e dos fornecedores como fontes de informação	307
1.3.4.4 O papel da rotatividade da mão-de-obra na circulação da informação	308
1.4 Conclusão	310
2 CONCLUSÃO GERAL	313
2.1 Ampliação e adensamento das redes durante o processo de desenvolvimento da aglomeração produtiva	315
2.2 Desempenho, inovação, conexões empresariais e dinâmica territorial	318
2.3 Empresas como “plataformas” e laços como ativos	323
2.4 proposições de apoio	327
2.5 A inovação metodológica do presente trabalho	333
2.6 Algumas lições para políticas públicas	336
3 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	342
ANEXO	368

RESUMO

VALE, G.M.V. **Laços como ativos territoriais: análise das aglomerações produtivas na perspectiva do capital social.** Lavras: UFLA, 2006, 388 p. (Tese de Doutorado em Administração)*.

Esta tese apresenta um novo referencial analítico para avaliar algumas dimensões relevantes do fenômeno do desenvolvimento das aglomerações produtivas. É introduzido o conceito de Capital Social Relacional ou, simplesmente, Capital Relacional, que significa o conjunto de recursos inseridos nos laços e conexões, que vinculam os atores produtivos entre si e com o “resto do mundo”, condicionando a natureza dos empreendimentos que são capazes de implementar. Este conceito foi possível a partir da união de duas distintas construções teóricas: por um lado, capital social e, por outro, redes sociais, onde se destacam as temáticas dos “laços fracos” e do enraizamento (*embeddedness*). Estas reflexões foram, em seguida, ampliadas, com o resgate crítico e a associação das literaturas sobre empreendedorismo, articulação de redes e inovação, que permitiram tecer considerações sobre o caráter dinâmico que pode revestir o capital social em um dado território. Foram explicitadas três proposições básicas: i.) durante o processo de desenvolvimento de uma dada aglomeração produtiva ocorre um adensamento das relações locais entre os diferentes atores produtivos presentes na localidade, concomitantemente a uma ampliação e diversificação de suas conexões com o mundo exterior; ii.) a ação empreendedora dotada de inovação possui a capacidade de afetar a configuração das redes de relacionamento existentes em um dado território e, também, a natureza dos recursos aí enraizados; iii.) empresas funcionam como “plataformas” de relacionamentos, dotando seus membros de ativos relacionais específicos, úteis para a criação de novas empresas em setores afins. Para

* Orientador: Prof. Dr. Robson Amâncio – UFLA; Co-orientador: Prof. Dr. John Wilkinson - UFRRJ

demonstrar a utilidade prática da elaboração teórica e aferir a adequação das proposições acima, foi realizada uma pesquisa de campo, na aglomeração produtiva de móveis de Ubá, em Minas Gerais, Brasil. A interação entre os conceitos teóricos e esta pesquisa permitiu a elaboração de uma metodologia inovadora, que possibilitou a criação de um conjunto de indicadores, para a mensuração do fenômeno de interesse, em outras regiões. Os resultados obtidos demonstram a utilidade da proposta metodológica desenvolvida; a importância da construção teórica na elucidação de certas dimensões até então desconhecidas da dinâmica territorial; a necessidade de se incorporar, nas análises sobre competitividade empresarial e desenvolvimento regional, os ativos relacionais, ou seja, o estoque de capital social, ao lado de outros recursos produtivos convencionais, já amplamente considerados.

ABSTRACT

VALE, G.M.V. **Ties as territorial assets: analysis of regional clusters from the perspective of social capital.** Lavras: UFLA, 2006, 388 p. (Doctoral Dissertation)*.

This thesis conceives and displays an analytical construct, devised for the evaluation of the development of regional clusters. This is accomplished with reliance upon the notion of Relational Social Capital or, briefly, Relational Capital. The latter translating as the ensemble of resources embedded in ties and connections that bond productive actors among themselves and with the “rest of the world”, and, as such, conditioning the nature of the business achievements they can accomplish. Such a notion was born out by bridging two formerly disjointed theoretical constructs, namely social capital and social networks, with particular focus placed upon the thematic of embeddedness and “weak ties”. Drawing from such seminal sources of reflection, the work was further enhanced, with the critical reviewing, and further inroads, into the proper literature, concerning entrepreneurship, networking and innovation; hence allowing for further insights into the dynamics of social capital, in a given territory. Three basic propositions have been thus derived, namely: i.) 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; ii) in a given territory, innovative entrepreneurship affects both; the morphology of prevailing networks, as well as the nature of the resources embedded in these networks; iii.) firms also display a role as platforms of relationships, endowing their stakeholders with specific relational assets, by their turn useful to spur the development of new businesses in congenial sectors. These propositions were

further put to test, in the context of a field research designed and carried out in the furniture cluster around Ubá (State of Minas Gerais, Brazil). This research, articulated with those theoretical underpinnings, allowed for the construction of an innovative methodology, aimed at evaluation of territorial dynamics. It further granted the measurement of some relevant dimensions of the phenomenon. The results thus secured show, both, the usefulness of the methodological approach, as well as the explanatory power of the theoretical construct for a better understanding of territorial development. Beyond that, a call is placed on the need, in the context of analytical studies on competitiveness and regional development, to incorporate relational assets, such as social capital, to the conventional productive assets distinguished in the traditional literature.

*Guidance Committee: Prof. Dr. Robson Amâncio - UFLA and Prof. Dr. John Wilkinson - UFRRJ

1 INTRODUÇÃO

“Os limites de minha linguagem denotam os limites de meu mundo.”

Ludwig Wittgenstein, em *Tractatus lógico-philosophicus*

Parafraseando:

“Os limites de meu relacionamento denotam os limites de meu mundo”.

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 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-Wurttemberg, 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 despontando, também, como exemplos de aglomerações produtivas mais dinâmicas, como é o caso, em Minas Gerais, das aglomerações de calçados, em Nova Serrana, de eletro-eletrônica, em Santa Rita do Sapucaí e de móveis, em 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 e aglomerações produtivas, 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, da temática do capital social baseado em redes pode ajudar a esclarecer algumas questões.

Esta tese propõe-se a apresentar um referencial analítico para a avaliação do desenvolvimento das aglomerações produtivas, visto da perspectiva do capital social. No atendimento de tal propósito, um conjunto de objetivos secundários também será focado. São eles: i) identificar e ordenar parte da ampla e diversificada literatura, hoje existente, sobre aglomerações produtivas; ii) realizar uma revisão crítica da literatura sobre redes sociais, especificamente das temáticas associadas aos “laços fracos” e enraizamento (*embeddedness*) e elaborar, a partir daí, uma nova concepção, a de Capital Social Relacional ou, simplesmente, Capital Relacional; iii) avançar na concepção teórica, introduzindo um elemento dinâmico; iv) testar a aplicabilidade das concepções teóricas em uma realidade concreta e iv) gerar, a partir daí, na interação entre as proposições teóricas e a observação empírica, uma metodologia inovadora capaz de captar algumas dimensões relevantes da dinâmica territorial.

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 social.

O capital social 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, uma aglomeração produtiva, 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. 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 MG e pela Fundação de Arte de Ouro Preto (Vale, 2003). São detentores de saberes tradicionais, verdadeiros repositórios 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 demonstra a importância da participação, concomitante, dos atores em redes sociais distintas e as oportunidades advindas com a possibilidade de conexão entre elas. Durante a década de 1980, em Campina Grande, na Paraíba, um pequeno grupo de onze costureiras, donas de casa, uniram-se e resolveram tornarem-se empresárias. Novas empresas

surgiram na década seguinte, o que acabou por forjar uma imagem da região como um pólo de confecção. Essa aglomeração produtiva sofreu os impactos da reestruturação macroeconômica recessiva do final dos anos 1990 e início de 2000, quando várias empresas fecharam. No final da década de 1990, surgiu, na região, uma grande novidade, provocada pelo aparecimento do algodão colorido, desenvolvido pela Embrapa. Esperava-se que esse fato fosse capaz de deslanchar, rapidamente, um novo surto de novos negócios. A expectativa era alimentada, inclusive, pela presença, na região, de entidades tecnológicas e de duas universidades, com capacidade de apoiar processos de pesquisa e desenvolvimento empresarial. Tal fato ainda não ocorreu. Não surgiram, até o momento, empreendimentos capazes de capturar, plenamente, as promessas de oportunidades daí advindas.

Um empreendedor, com capacidade de conectar distintos grupos sociais e redes, detentores de diferentes recursos que podem se complementar (a exemplo de fornecedoras desta matéria-prima; de clientes, no Brasil ou no exterior, interessados no seu produto; de instituições financeiras ou sócios capazes de prover recursos financeiros; de centros tecnológicos capazes de aperfeiçoar o produto ou o processo produtivo, etc.) poderia gozar de vantagens diferenciadas em relação aos demais (a propósito dessa aglomeração produtiva, ver Calvalcanti Filho et al., 2004).

Um terceiro exemplo pode 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 regiões deprimidas do estado. A 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 e, mesmo, do estado.

Trata-se do pólo moveleiro de Ubá. Neste período, sua taxa de crescimento foi de 5,7%.

Nas últimas décadas, esse 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 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, novos laços e conexões.

O conjunto de laços e conexões, vinculando os atores territoriais entre si e com o mundo exterior, representa, em um dado momento, o estoque de capital social 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, dois fatores, em particular, são de interesse do presente trabalho: a ação empreendedora e a inovação. Ambos, intimamente interconectados entre si.

A ação empreendedora capaz de inovação 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 recombina recursos novos e ou antigos, como altera também a natureza dos recursos enraizados (*embedded*) nessas redes. Ou seja, o capital

social. Ao longo do processo, vinculações sociais e mercantis, imbricadas e enraizadas umas nas outras, vão se reforçando e interpenetrando, afetando a dinâmica do próprio Capital Relacional 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 existente, 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, distribuidores e representantes 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 e relações empresariais e institucionais são retransformadas.

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, 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.

Durante o desenvolvimento de uma aglomeração produtiva ocorre um processo de evolução e de 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, conseqüentemente, 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 (capital social) e sua interação com os demais ativos, tradicionalmente citados na literatura corrente. Tal proposição realça o papel dos ativos intangíveis. Se, por um lado, os modelos econômicos regionalizados 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.

Três hipóteses principais orientam o presente trabalho, que se propõe a elaborar uma nova abordagem para o tratamento da questão do desenvolvimento de um território, caracterizado como uma aglomeração produtiva, baseada na concepção de capital social.

A primeira hipótese baseia-se na suposição de que, no desenvolvimento de uma aglomeração produtiva, ocorre um processo, concomitante, de adensamento das relações locais entre os diferentes atores produtivos e de ampliação de suas relações com o mundo exterior. Enquanto as interações externas, com centros mais dinâmicos, estimulam e provocam o aparecimento da inovação, são as interações em âmbito local que permitem o desenvolvimento de um padrão produtivo territorial, pois, garantem a difusão da inovação e sua incorporação, de maneira muitas vezes renovada, por um maior número de empresas.

A segunda hipótese decorre da constatação de que a ação empreendedora capaz de inovação pode afetar não só a configuração das redes de relacionamento existentes dentro de um dado território (as vinculações existentes entre os atores) como também a natureza dos recursos inseridos (*embedded*) nessas redes (capital social).

A terceira hipótese refere-se à importância do papel das organizações. 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 alavancadores de novas relações, que compõem o ativo relacional das empresas (capital social). Parte deste ativo ou acervo pode ser, eventualmente, apropriado ou aproveitado por outros membros da empresa, como ativos pessoais, na criação de novas empresas.

Para a construção do referencial teórico serão utilizadas duas distintas concepções teóricas, existentes hoje nas ciências sociais – ambas com ampla repercussão na literatura voltada para organizações. Por um lado, capital social e, por outro, redes sociais. O propósito dessa união é o de fortalecer o conceito de capital social, dotando-o de maior rigor analítico. A partir daí é concebido o conceito de “Capital Social Relacional” ou, simplesmente, “Capital Relacional”. Introduce-se, em seguida, uma reflexão sobre empreendedorismo, ação empreendedora e inovação, com o propósito de demonstrar como a ação empreendedora é capaz de alterar a configuração das redes existentes, gerando um novo referencial para análise de uma dimensão importante das aglomerações produtivas.

No primeiro capítulo será apresentado o estado das artes no que diz respeito ao tema de interesse - aglomerações produtivas – no qual serão identificadas algumas das principais linhas de investigação na área e a contribuição da sociologia econômica. No segundo capítulo, será apresentada a elaboração do conceito de Capital Social Relacional ou Capital Relacional, resultante da associação das literaturas sobre redes sociais - em particular a noção de “laços fracos” e *embeddedness* -, e sobre capital social. O terceiro capítulo elabora sobre o caráter dinâmico que pode revestir o capital social, a partir da incorporação de reflexões sobre empreendedorismo, ação empreendedora, inovação e configuração de redes. O quarto capítulo resgata a essência da construção teórica e introduz os conceitos básicos, as hipóteses e um conjunto de proposições de interesse. No quinto capítulo realiza-se uma

reflexão sobre as implicações da concepção teórica no âmbito metodológico e é apresentada a proposta metodológica que norteou os trabalhos de campo, para validação e teste das proposições teóricas. Finalmente, no sexto capítulo, é realizada uma apresentação e análise da aglomeração produtiva de móveis da região de Ubá, em Minas Gerais, utilizando-se as proposições e concepções teóricas aqui introduzidas e contando com a ajuda de um conjunto de indicadores, capazes de mensurar e comparar algumas dimensões do fenômeno de interesse.

CAPÍTULO 1

O CONTEXTO DE ANÁLISE: AGLOMERAÇÕES PRODUTIVAS

RESUMO

Este capítulo apresenta uma revisão crítica e uma avaliação de algumas das principais contribuições teóricas para o tema do desenvolvimento territorial, com foco em aglomerações produtivas. Busca, também, inserir, nesse contexto, as concepções mais recentes, oriundas da sociologia econômica, onde se destaca a temática das redes sociais e, em particular, do “embeddeness”. Salienta a grande identidade existente entre esta literatura e a vertente teórica associada ao tema dos Sistemas Produtivos e Inovativos Locais, desenvolvida pelo grupo RedeSist, no Brasil.

ABSTRACT

This chapter presents a critical review and evaluation of the main theoretical contributions to the subject of local productive clusters and territorial development. It also brings to the fore, drawing from the current body of economic sociological literature, working concepts such as social networks and embeddedness. These concepts, it is pointed out, keep identity with theoretical foundations associated with the subject of Local Productive and Innovative Systems, as advanced by RedeSist, in Brazil.

1 INTRODUÇÃO

As aglomerações produtivas distinguem-se nas análises regionais, caracterizando um tipo particular de território. O conceito de “região”, que se constitui o elemento básico de toda análise regional, é bastante complexo. Segundo Higgens (1969: 62),

poucos esforços em toda a história da economia mostraram-se tão estéreis como a tentativa de encontrar uma definição universal aceitável de região. O fracasso reflete o simples fato que nenhum conceito pode satisfazer, ao mesmo tempo, a geógrafos, cientistas políticos, economistas, antropólogos, etc.

A forma de utilização deste conceito dependeria, inclusive, do propósito do interessado ou, segundo Isard (1956:20), “do problema particular a ser examinado”. Para este autor, uma região pode ser tanto um conceito abstrato como um conceito concreto.

Na literatura clássica sobre desenvolvimento (sobre este tema, ver, por exemplo, Friedman & Alonso, 1964) um dos conceitos fundamentais de região é derivado das contribuições de Perroux (1967) sobre as três categorias de espaço econômico e região econômica. São elas: i) “espaço econômico como um agregado homogêneo”, constituído por um conjunto de elementos com características semelhantes; ii) “espaço polarizado”, heterogêneo, onde as diversas partes são relativamente complementares e mantêm sistemas de troca entre si e, sobretudo, com o pólo dominante; iii) “espaço definido por um plano ou programa de ação”, quando suas várias partes são dependentes de um centro de decisão ou de um programa, contendo elementos e objetivos comuns e contando com a presença de certos mecanismos de coordenação. A partir daí podem ser definidos três tipos de região: região homogênea, região polarizada e região de planejamento.

A redescoberta das regiões como *locus* distintivo de análise social e econômica ocorreu, sobretudo, a partir dos anos 1980 (ver, a propósito do tema, Ferreira, 1989). Tal fato vem ensejando o aparecimento de outros conceitos, em que economias regionais são visualizadas, inclusive, como “sistemas de ativos físicos densos de sinergia, constituindo-se, desta maneira, dimensão essencial do processo de desenvolvimento não apenas em economias mais avançadas mas, também, em locais menos desenvolvidos do mundo” (Scott & Storper, 2003). Para Storper (1997), por exemplo, uma região deveria ser vislumbrada não exatamente como o resultante de um intenso processo econômico- político, mas, antes, como uma “unidade fundamental da vida social no capitalismo contemporâneo, equivalente, por exemplo, a mercado, estado, família ou, mesmo, como um motor gerador do processo de vida social, da mesma forma que tecnologia, estratificação ou comportamento centrado no auto interesse” (pág 3).

Algumas das dimensões do conceito de Storper guardam sintonia com o conceito de “território”. A noção de território abarca um conjunto de características físicas e humanas que lhe imprimem individualidade e personalidade, refletindo certo estado de evolução e a interação entre condições naturais, tecnológicas, sistemas econômicos, estruturas sociais e demográficas. Sua peculiaridade estaria representada, por exemplo, em manifestações de uniformidade ou homogeneidade presentes naquele local ou, ainda, associadas à natureza das funções ou fluxos internos existentes (a propósito da temática território e identidade, ver, por exemplo, Albagli, 2004; Arantes, 2004).

O próprio conceito de território guarda também relativa complexidade na doutrina de interesse e vem exibindo considerável dinamismo ao longo do tempo. Distintos elementos podem ser invocados na delimitação do território, como especificado a seguir. Na prática, no entanto, muitos desses atributos sobrepõem-se, criando ou reforçando as bases para um senso de identidade

comum, compartilhado pelos atores locais, o que é de fundamental importância para a caracterização de um dado território.

- i. Grandes aglomerações urbanas subdivididas, eventualmente, em zonas mais ou menos homogêneas; redes de cidades integradas por um propósito comum ou replicando o modelo centro/periferia.
- ii. Estruturas regionais organizadas em redes de comunicação e transporte, em que cidades e rodovias constituem-se os grandes indutores da unidade, a exemplo dos chamados eixos de integração e desenvolvimento.
- iii. Os espaços naturais, constituídos por bacias hidrográficas, altiplanos, cadeias de montanhas, etc. Aí inserem-se, também, os ecossistemas relativamente homogêneos e preservados em termos de biodiversidade de flora e fauna, algumas vezes encontrados em certos parques e reservas naturais.
- iv. As regiões relativamente homogêneas, de base rural/agrícola ou afetas a algum potencial produtivo comum, ainda que até então inexplorado.
- v. As aglomerações produtivas - individualizadas por uma frequência ou repetição de certas formas e setores, caracterizando a presença de certa especialização territorial - que se constituem, neste momento, em foco de nosso interesse.

Estes conceitos, em que pesem evoluções mais recentes, continuam gerando controvérsias. Permanece válida a proposta de Isard (1969), que os associa, sempre, aos objetivos e propósitos do interessado e à natureza do problema a ser tratado. Como o foco do presente trabalho direciona-se para um

tipo particular de região - as aglomerações produtivas –, houve uma preocupação em aprofundar as reflexões sobre tal tema.

Segundo a RedeSist, “o termo aglomeração – produtiva, científica, tecnológica e/ou inovativa – tem como aspecto central a proximidade territorial de agentes econômicos, políticos e sociais (empresas e outras organizações públicas e privadas)”. Salienta que: “uma questão importante, associada a este termo, é a formação de economias de aglomeração, ou seja, as vantagens oriundas da proximidade geográfica dos agentes, incluindo acesso a conhecimento e capacitações, mão-de-obra especializada, matéria prima e equipamentos, entre outros” (RedeSist, 2004).

O presente trabalho utiliza o termo aglomeração produtiva para designar um tipo de território com alta concentração de empresas pertencentes a um mesmo setor de atividades, interagindo em um ambiente condicionado por fatores associados à proximidade física e às condições sociais, culturais e institucionais aí presentes. Esta designação tem o propósito de evitar, neste momento, eventuais ambigüidades e controvérsias, porventura associadas ao uso de quaisquer das terminologias hoje existentes para caracterizar fenômenos semelhantes, vistos da perspectiva de diferentes janelas ou proposições teóricas. Tal é caso de conceitos robustos, como, por exemplo, do “arranjo” ou “sistema produtivo e inovativo local”, criado no Brasil pela RedeSist, ou de “milieux inovadores” – utilizado pelo grupo GREMI/França, ou do “distrito industrial”, amplamente utilizado pelos herdeiros diretos de Marshall, ou da ênfase no conceito de “cluster”, valorizado com os trabalhos de Porter.

A partir, sobretudo, da década de 1980, o sucesso alcançado por algumas regiões do mundo - em termos de inserção competitiva no mercado global, associada a elevado padrão de sustentabilidade sócio-econômica - passou a atrair crescente atenção de especialistas interessados nos temas

competitividade, crescimento econômico e desenvolvimento. Projetam-se, nesse contexto, não só as experiências bem sucedidas dos distritos industriais italianos - que provocaram, inicialmente, este tipo de reflexão (a exemplo dos trabalhos de Antonelli, 1994; Becattini, 1990; 1994; Pyke et al., 1990) - 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 - mas não exclusivamente - de pequeno porte. Neste elenco incluem-se, entre outras regiões, os distritos de Baden-Württemberg, na Alemanha (ver, por exemplo, Scott, 1988; Herrigel, 1993; Schmitz, 1995(a); a Rota 128 e o Vale do Silício nos Estados Unidos (Rogers & Larsen, 1984; Saxenian, 1994; Rosenfeld, 1996). No Brasil, uma série de experiências em curso passou a despertar também a atenção de especialistas, sobretudo a partir da década de 1990 (ver, por exemplo, Carvalho, 2005; Nakano, 2005; Olave & Amato Neto, 2005; Garcia & Motta, 2005; Lemos & Palhamo, 2003; Vargas & Alievi, 2003; Campos et al., 2003; Cassiolato & Lastres.; 1999; Szapiro & Lastres, 2002, Apolinário & Santana, 2004; Fernandes & Balestro, 2004; Suzigan et al., 2001; Schmitz, 2001; Villaschi & Lima, 2003. Villaschi et al., 2003)

O fator regional passou a ser considerado uma fonte importante de vantagens competitivas e a dimensão local dos sistemas globais de produção tornou-se alvo de crescente interesse e preocupação. Este renascimento da dimensão regional na análise econômica, introduzindo novas preocupações com as especializações territoriais, exatamente em um momento em que as tecnologias originárias da microeletrônica e da eletrônica digital revolucionavam os processos e sistemas produtivos, gerando, inclusive, reduções significativas nos custos de transporte e de comunicação, e o mundo avançava em acelerado processo de globalização e integração, parecia, à

primeira vista, constituir um paradoxo. Avaliando esse fenômeno, Storper (1997:4) salienta que:

em larga escala, tornou-se evidente que mesmo com uma intensidade crescente das trocas globais e dos fluxos de investimento, especificidades nacionais em termos de produtos comercializados e tecnologias produzidas aumentaram: em alguns aspectos a integração não provocou similaridade mas, sim, especialização, na forma de regionalização.

A globalização, no entanto, como salientado por Diniz (2003:212), “simultaneamente unifica e fragmenta espaços, com forte impacto na reestruturação das escalas territoriais”.

Renovou-se, nesse contexto, o interesse pela identificação de fatores e condicionantes distintivos presentes em certas localidades, capazes de gerar certas configurações com desempenho diferenciado e surgiram, conseqüentemente, novos aparatos teórico-conceituais, cada qual com diferentes conjuntos de explicações para o fenômeno e buscando, muitas vezes, a geração de subsídios e propostas para orientar políticas de promoção da competitividade e do desenvolvimento regional. Essas novas concepções retomam, em geral, muitos dos clássicos do pensamento econômico, então revigorados, reinterpretados e complementados. A literatura corrente sobre este tema é ampla e diversificada, com contribuições oriundas de vários ramos, incluindo a geografia econômica, a organização industrial, a nova economia institucional, entre outros.

O propósito aqui é o de identificar algumas das principais contribuições para a literatura corrente sobre aglomerações e desenvolvimento regional. Para isto realiza-se, inicialmente, uma investigação sobre algumas das correntes dominantes de reflexão na área, procurando também identificar, no passado, a

origem de alguns dos conceitos hoje presentes nas abordagens regionais. Esta investigação permitiu sistematizar e organizar, da perspectiva de uma janela pessoal de visão, parte da ampla e diversificada literatura. Em seguida, verificam-se eventuais identidades – ainda que nem sempre exploradas – entre as várias vertentes de reflexão sobre aglomerações produtivas e a abordagem das redes sociais, originária da sociologia econômica.

1.1 Identificando a literatura sobre aglomerações produtivas

A tentativa de sistematizar, de maneira sintética e coerente, parte da ampla literatura da economia regional e espacial que vem desaguar em algumas das principais vertentes correntes de investigação e também de explicitar o fundamental destas últimas, não é uma tarefa fácil. Um dos desafios é a dificuldade de caracterizar, de maneira inequívoca, algumas das principais linhas de influência teórica presentes em cada uma das abordagens correntes, pois existe uma grande interpenetrações entre elas. O esforço transforma-se, muitas vezes, em uma tentativa de buscar reforçar e valorizar certos pontos ou atributos de determinada construção teórico-conceitual, em detrimento de outros, para permitir uma certa coerência analítica. Outro problema, parcialmente associado ao primeiro, diz respeito aos riscos de supersimplificação, de omissão ou, mesmo, de valorização ou subestimação de algumas contribuições. Apesar disso, o trabalho parece extremamente útil, pois permite caracterizar a evolução de alguns dos principais conceitos e concepções teóricas, que influenciam as discussões atuais.

Vários autores organizam, de maneiras distintas, as contribuições na área. Entre eles, pode-se citar Storper (1997), que distingue três vertentes: a escola interessada em instituições, a escola interessada em organização industrial e transações e a escola voltada para mudança tecnológica e aprendizado. Já Cassiolato & Latres (2002) destacam quatro linhas básicas de

trabalho: economia neoclássica e seus desdobramentos, que vieram até Krugman; economia e gestão de empresas, desaguando, por exemplo, em Porter; geografia econômica e ciências regionais, que levam aos estudos dos distritos italianos e economia neo-schumpeteriana sobre sistemas de inovação, onde se insere a abordagem dos sistemas produtivos e inovativos locais. Schimitz (2003) considera quatro linhas: nova geografia econômica, economia dos negócios, economia regional (*regional science*) e a literatura sobre inovação. Cavalcanti (2004) também se debruça sobre este tema, tentando realizar uma sistematização de algumas propostas na área. O que norteou a construção do esquema de análise aqui realizado foi a necessidade de compreender a evolução de alguns conceitos e de identificar as bases de construção das diferentes abordagens na literatura corrente.

A preocupação com os temas do crescimento econômico e da mudança social situa-se na própria origem do pensamento econômico, com Adam Smith, Ricardo e Marx. Nesse contexto, o tema da localização espacial das atividades produtivas atraiu, desde muito cedo, a atenção dos economistas, a começar por Ricardo. No entanto, a dimensão espacial do desenvolvimento ficou, ao longo de dois séculos que marcam a evolução do pensamento econômico, negligenciada, a despeito de algumas contribuições relevantes, geradas pela Escola Alemã. Esta temática foi, em meados do século XX, introduzida, de forma intensa, na literatura, por meio dos trabalhos seminais de Isard, que cunhou o termo *regional science*, resgatou a literatura passada, sintetizou e ampliou o conhecimento disponível e abriu uma nova vertente de reflexão em economia.

1.1.1 A vertente neoclássica do desenvolvimento regional e a contribuição de Isard

A literatura sobre crescimento e desenvolvimento econômico evoluiu, significativamente, durante o século XX, a partir da publicação da obra clássica de Walter Isard, *Location and space economy* (1956). Esta publicação foi revista e ampliada, posteriormente, na sua *General Theory* (1969), uma tentativa de síntese das idéias e proposições existentes na área e de concepção de uma teoria geral do desenvolvimento.

Isard, interessado nas análises urbanas e regionais, procura incorporar, em sua teoria geral, as demais disciplinas das ciências sociais, naquele momento, segundo ele, mal representadas, salientando que:

as disciplinas da sociologia, da geografia, da ciência política, da antropologia e do planejamento encontravam-se sub-representadas. No entanto, cada uma destas áreas era tão importante como a economia para a compreensão e a abordagem efetiva dos problemas espaciais, regionais e urbanos (pág. Viii).

Isard resgata, sobretudo, a contribuição da geografia econômica alemã do século precedente, trazendo Von Thünen, Christaller, Lösch e Weber, preocupados com o tema da localização espacial. Como salientado por Fugita et al. (2000), o papel de Isard foi de fundamental importância na criação de uma literatura voltada para a teoria da localização no mundo anglo-saxão.

Von Thünen (1966), trabalhando no contexto de uma economia de base rural, havia introduzido a preocupação com o tema do transporte, na sua publicação de 1826. Seu modelo, elegantemente construído, procura determinar o ponto de maximização da renda da terra em diferentes localizações, em condições de mercado, levando-se em consideração os custos de transporte. Demonstra que, todas as demais condições de produção constantes, haveria, no

entorno de uma cidade onde se concentra um mercado, uma utilização concêntrica do uso da terra, que se inicia com a produção de bens com maior custo de transporte. À medida que ocorre um afastamento da cidade, a terra seria usada para o plantio de produtos com menores custos de transporte. Haveria, dessa maneira, uma lógica da organização espacial da atividade produtiva em torno da cidade, caracterizada por círculos concêntricos, em que, em um espaço sem fricção, os custos de transportes situar-se-iam inversamente proporcionais à distância.

Quase um século mais tarde, em 1909, Alfred Weber (1957) introduziu, explicitamente, na função de produção, os custos de transporte. Para ele, a decisão de localização da atividade econômica decorreria da ponderação de três fatores: custos de transporte, custo da mão-de-obra e um “fator locacional”. Salienta que as indústrias tendem a se localizar em regiões onde os custos de transporte de determinadas matérias-primas e de produtos finais são menores (considerando-se, sempre, os custos relativos da cada um deles), tendo como dada a localização dos mercados consumidores (considerados perfeitamente elásticos) e da mão-de-obra (considerada, também, perfeitamente elástica, a uma dada taxa de salários). Haveria, sempre, uma posição ótima para cada atividade. Quando os custos de transporte da matéria-prima excederem os do produto final, haveria uma natural localização da empresa próximo à fonte de matéria-prima (ou o contrário). Considerando, no entanto, que a mão-de-obra não possui mobilidade espacial, suas variações de custo poderiam induzir a decisão de localização da firma. Dessa maneira, regiões com maiores custos de transporte poderiam ser consideradas, eventualmente, vantajosas, se os custos da mão-de-obra local compensassem o inconveniente do transporte.

No início da década de 1930, Walter Christaller publicou sua obra clássica, na qual procura entender a lógica de criação, distribuição e porte das cidades, consideradas como “lugares centrais”, que geravam bens e serviços

para seus entornos. Ele introduziu o conceito de “limiar”, que incorpora a noção de uma escala mínima de demanda capaz de assegurar a produção, em um determinado local, de certo tipo de bem ou serviço, caracterizando a preocupação com o tema dos rendimentos crescentes. Quanto maior o limiar de um bem, menor o número de cidades dispostas a ofertá-lo. Dessa maneira, a produção de bens e serviços em uma dada cidade resultaria de uma escala de produção que alcança um ótimo, representado por uma demanda dividida em um espaço homogêneo. Segundo o modelo de Christaller, haveria uma tendência de distribuição das cidades em formato de arranjos hexagonais. Lösch (1954), em sua obra de 1940, *Die räumliche ordnung der wirtschaft* (ou A ordem espacial da economia), avança nestas considerações.

Estas reflexões clássicas sobre desenvolvimento, localização e distribuição das atividades produtivas, reformuladas e ampliadas por Isard, encontraram terreno fértil na análise econômica e, de certa forma, influenciaram, direta ou indiretamente, toda a reflexão posterior na área de desenvolvimento regional e localização. No entanto, entre seus herdeiros mais diretos, nas discussões contemporâneas, situa-se Paul Krugman (1998), com sua teoria do comércio internacional. Estas novas teorias sobre especialização e comércio internacional buscam explicar a concentração geográfica de certas atividades produtivas, retomando o conceito de escala econômica que afetaria a produção de bens finais e intermediários, gerando um padrão desigual de dominação de mercado e de inserção internacional. Este fenômeno, designado “geometria da competição imperfeita”, promove especialização e comércio.

1.1.2 As preocupações da economia do desenvolvimento com os desequilíbrios regionais

Muitos economistas, sobretudo no pós-guerra, embora reconhecendo a contribuição dos clássicos para a teoria do crescimento econômico, passaram

também a compreender melhor as limitações e restrições do mercado e a observar as assimetrias e o desequilíbrio no processo de crescimento, incorporando, progressivamente, em suas análises, outras concepções e preocupações, que vieram a caracterizar a chamada economia do desenvolvimento, e que trouxeram importantes reflexões e contribuições, sejam diretas ou indiretas, para o tema regional, como abordado hoje.

Diferentemente das doutrinas econômicas prévias de crescimento econômico que, de maneira explícita ou não, giravam em torno do mundo desenvolvido, este conjunto teórico buscou contrapor realidades contemporâneas, mas não coetâneas, examinando as dinâmicas alternativas de desenvolvimento destes subsistemas e trazendo, como questões centrais de análise, o subdesenvolvimento em contraposição ao desenvolvimento; a temática do crescimento em contraposição a temas como pobreza e dualidade; a problemática centro-periferia; as condições desiguais dos termos de troca no comércio internacional; as múltiplas dimensões de um processo de desenvolvimento e outras.

Vários economistas do desenvolvimento buscaram adotar uma visão mais holística e integrada dos processos econômicos. Entre eles, destacam-se, na linha do desenvolvimento espacial, mesclada com uma proposta de natureza regulacionista e intervencionista, Myrdal e Hirschman e, na América Latina, economistas associados à Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), como Prebisch, Furtado e Sunkel, entre outros. Para estes economistas, a intervenção do Estado é fundamental para conter as forças de mercado que tenderiam, de outra maneira, a acentuar as desigualdades regionais.

Myrdal elabora, em sua obra, *An american dilemma* (1944), na qual analisa o problema da população negra nos Estados Unidos e em *Economic theory and underdevelopment regions* (1960), o princípio da “causação circular

e cumulativa” (tributário de Wicksell, segundo o próprio Myrdal), de onde derivam os conceitos de “círculo vicioso” e de “círculo virtuoso” do desenvolvimento, amplamente utilizados na literatura corrente. Salienta que, “na ausência de políticas contrárias, haveria uma tendência à ampliação das desigualdades, seja a nível internacional, seja no interior dos países” (1984:12).

Hirschman também traz inúmeras contribuições fundamentais para a análise do desenvolvimento. Entre elas, destaca-se seu princípio do *backward and forward linkages* (efeitos a jusante e a montante), apresentado na sua obra *The strategy of economic development* (1961), de particular interesse na análise de impactos regionais de certas indústrias e atividades e na avaliação das economias de escala e das externalidades aí associadas. Pode ser também, de grande utilidade, em estudos sobre competitividade e redes empresariais, a exemplo do presente trabalho. Como o próprio autor reconhece, tal conceito encontra-se, hoje, “tão inserido na análise econômica que seu precursor não é, em geral, citado” (1984:96).

As preocupações, sejam de natureza acadêmica ou de natureza política, associadas ao tema do desenvolvimento regional, encontraram solo fértil na América Latina e se consolidaram em uma série de contribuições de diferentes pensadores associados à CEPAL, desde sua criação, na década de 1940, incorporando aspectos analíticos, históricos e, sobretudo, de política econômica e social. Entre suas contribuições situa-se uma crítica contundente à teoria clássica do comércio internacional, que privilegiaria e reforçaria uma divisão do mundo entre “centro” (países capitalistas industrializados) e “periferia” (América Latina), provocando uma contínua deterioração dos termos de troca contra os países da América Latina. Coerentes com estas preocupações elaboram uma proposta de desenvolvimento sócio-econômico centrada nos temas da diversificação produtiva e redução das desigualdades regionais, setoriais e sociais, via mobilização interna de recursos e utilização adequada do

aparato institucional. Salientam, entre outras coisas, a importância do planejamento regional participativo, o caráter endógeno e localizado do processo de desenvolvimento e a necessidade de organização e de mobilização da sociedade local em prol de uma agenda de desenvolvimento e de defesa dos interesses coletivos.

Várias das questões vinculadas ao corpo teórico-conceitual da economia do desenvolvimento foram, de certa forma, introduzidas nas discussões e reflexões correntes sobre desenvolvimento como um processo endógeno, equilibrado e sustentável, onde destaca-se, de maneira proeminente, o pensamento de Sachs (1985, 2004) A propósito da evolução recente da literatura sobre desenvolvimento, ver, entre outros autores, Sen, 2002; Meier & Stiglitz, 2002; Meier, 2002; Johanssen et al., 2001). Sobre a prática recente do desenvolvimento local no Brasil, ver, por exemplo, Lages et al., 2004; Paula, 2004; Franco, 2002; Fisher, 2002, Vale (2002 a,b; 2004 a;b,c).

1.1.3 A vertente institucionalista e suas distintas contribuições para a abordagem das aglomerações regionais

A escola designada “economia institucional” abriga, hoje, no seu interior, duas diferentes correntes teóricas, elaboradas a partir de diferentes premissas. Por um lado, a corrente designada “neo-institucionalista”, representada, por exemplo, pelo jovem North (antes de 1990), Olson & Williamson, que, embora reconhecendo o papel relevante reservado às instituições nos sistemas econômicos, retoma vários dos pressupostos neoclássicos. Por outro lado, a “nova economia institucional evolucionária”, que busca resgatar os “velhos institucionalistas” do início do século XX, a exemplo de Veblen, Polany e Commons, e contrapõe-se à visão do equilíbrio mecanicista ortodoxo, tentando cunhar idéias mais orgânicas e evolucionistas. Pode-se, no entanto, considerar que ambas as vertentes teóricas apresentam contribuições

relevantes para a abordagem da localização espacial e das aglomerações produtivas.

Os neoinstitucionalistas produziram, no passado recente, uma certa contribuição “neo-neoclássica”, com razoável lealdade intelectual aos construtos do equilíbrio geral marshalliano e walrasiano. A questão do individualismo ontológico e metodológico, central na concepção neoclássica do comportamento dos agentes econômicos, encontra guarida, por exemplo, na unidade de análise de Williamson, isto é, do “dado e atomizado indivíduo abstrato e oportunístico”. Similarmente, concepções mecanicistas convencionais da “racionalidade maximizante”, justapostas a um tratamento trivial do problema da informação, estão presentes em ambos, North, Olson e outros. Ainda, para Williamson, prevalecem visões de exogeneidade e estabilidade das preferências individuais. O mesmo autor apela, de certa forma, e em desvio à idéia da racionalidade limitada de Simon, para a concepção otimizante do comportamento individual.

Por outro lado, as propostas dos “velhos institucionalistas” foram retomadas pelos “novos institucionalistas evolucionários” que também resgataram a essência do pensamento de Schumpeter - com sua ênfase no papel da inovação como fonte de transformação social e de progresso. Buscam incorporar, em suas análises, novas explicações para o fenômeno do desenvolvimento, incluindo uma preocupação com a história e a cultura. Nessa linha de trabalho situam-se, por exemplo, Nelson (que resgata Schumpeter e retoma uma nova discussão sobre inovação e mudança social), Lundvall (que também retoma Schumpeter, trazendo uma nova concepção de inovação) e Hodgson (que, com seu princípio de “causação para baixo”, retoma Myrdal/Wicksell, com o conceito de “Causação circular e cumulativa”).

1.1.3.1 Os neoinstitucionalistas e a teoria dos custos de transação

Como salientado por Grindle (2001), a perspectiva da neo-economia institucional procurou gerar uma compreensão mais abrangente sobre a forma como contextos institucionais emergem, persistem e se alteram. Uma importante contribuição deste campo veio, de acordo com este autor, com a proposição de que toda troca envolve custos de transação e que, em economia, todo custo de transação – como, por exemplo, os associados à necessidade de obtenção de informações ou de controle de contratos – reduz a eficiência das relações de troca. Na origem desta reflexão situa-se Coase (1937) que considerava a empresa uma “estrutura de governança”, diferentemente das abordagens neoclássicas, que vislumbravam a empresa, basicamente, como uma função de produção. Um dos expoentes deste tipo de análise é Williamson, com sua teoria dos custos de transação, explicitada, inicialmente, em sua obra, *Markets and Hierarchies* (1975) e, posteriormente, ampliada em várias outras publicações (ver, por exemplo, 1992, 1994, 1996, 2005).

Segundo Williamson, as empresas, buscando minimizar os custos de transação relativos a fatores de produção especializados, seriam, de certa forma, induzidas a estabelecer uma fronteira ótima entre as atividades que controlam por meio de processos de integração e aquelas onde é preferível recorrer a transações no mercado. Firms e mercados são entendidos como formas alternativas de coordenação das atividades econômicas. Existem situações em que certas características e vantagens da “organização interna” em relação às “trocas realizadas no mercado” podem ser obtidas sem, necessariamente, propriedade ou verticalização, dando origem às estruturas híbridas de governança. Estas estruturas vão desde as mais formais - tais como contratos de fornecimento e franchising - até as mais informais - como, por exemplo, o compartilhamento de informações, o trabalho conjunto e a cooperação. A produção passa a ser concebida como um conjunto específico de

transações que requerem um arranjo organizacional adequado à sua realização, de forma mais eficaz. Ao longo do tempo, os agentes ajustam o formato de suas estruturas organizacionais, com o propósito de minimizar os custos de transação, gerando estruturas de governança específicas.

Embora as chamadas formas híbridas de governança venham sendo crescentemente destacadas (ver, por exemplo, Menard, 2004), as concepções básicas da teoria dos custos de transação vêm resistindo ao tempo, mostrando-se úteis para a compreensão de certas dimensões da dinâmica das cadeias produtivas e de algumas configurações espaciais. Incluem-se aí as de natureza mais hierárquica, nas quais existe a presença de uma grande empresa associada a uma rede de fornecedores locais, a exemplo de certos complexos automobilísticos. Neste contexto, a aglomeração empresarial passa a ser entendida, como salientado por Storper (1997), como “resultante da minimização dos custos de transação, onde tais minimizações superassem outros diferenciais de custos de produção dependentes daquela geografia”.

Embora Williamson não tivesse uma preocupação particular com a dimensão regional da análise, os conceitos associados à teoria dos custos de transação foram incorporados em várias vertentes de análise sobre aglomeração produtiva, em particular no contexto da corrente de organização industrial. Foi, por esse motivo, incluída no conjunto.

1.1.3.2 O resgate de Schumpeter na proposta evolucionária dos Sistemas Nacionais de Inovação e em outras

A percepção de que o mundo está entrando em uma nova era, caracterizada por um novo paradigma tecnológico, baseado na microeletrônica e nas novas tecnologias de informação e comunicação, permeia as preocupações dos economistas evolucionários. No âmbito das nações, tal transição radical traz novas implicações para o processo de desenvolvimento econômico, que

dependerá não apenas de condições macroeconômicas, mas, sobretudo, de fatores organizacionais e culturais e na capacidade adaptativa das instituições locais. Entre seus expoentes situam-se Dosi (1988; 1992), Dosi & Cimoli (1995), Lundval (1988) e Nelson & Winter (1982), com trabalhos seminais sobre mudança tecnológica e desenvolvimento econômico. Vários deles buscam inspiração nos pensamentos de Schumpeter (a vinculação entre inovação e desenvolvimento econômico), mesclados com proposições de Simon (as noções sobre racionalidade limitada e sobre comportamento humano e organizacional) e a teoria evolucionária de Darwin (conceito de ambiente e seleção natural). Forjaram, a partir daí, uma nova concepção para o tema da mudança e desenvolvimento. Cada empresa possui uma certa dotação em termos de rotinas e procedimentos técnicos, que evolui, geralmente de maneira, muito gradual. No entanto, a busca por novas rotinas – ou seja, a inovação – pode também ser considerada uma rotina. Fatores exógenos disruptivos podem provocar o surgimento de novas empresas em busca de novas rotinas técnicas e organizacionais. Ao final, o processo competitivo a nível setorial seleciona melhores rotinas e elimina as demais. Dessa maneira, inovação, visualizada como um tipo de mutação, e seleção são as molas mestras da transformação.

As correntes associadas à temática do Sistema Nacional de Inovação situam-se no contexto dessa discussão e distinguem-se por uma visão evolucionária do desenvolvimento, centrada no tema da inovação, e pela ênfase no papel relevante reservado ao aprendizado coletivo e aos processos de interação entre os membros de um sistema. Suas concepções de evolução incorporam o sentido de irreversibilidade de escolha, continuidade e a noção de trajetória. A inovação é visualizada não exatamente como resultante de atividade de pesquisa, mas, sobretudo, de um processo de criação interativo e no qual as inovações técnica, social e organizacional encontram-se inter-relacionadas.

A tecnologia é, neste contexto, entendida como um processo de escolhas interdependentes, no qual prevalecem, inclusive, mecanismos de seleção e de imitação tecnológica. Aí se introduz o conceito de “trajetória tecnológica”, que sugere existirem interconexões e interdependências vinculando decisões de diferentes empresas e de distintos ramos industriais. A inovação e a mudança tecnológica são aí entendidas não como variáveis exógenas ao sistema (coerente com a visão ortodoxa clássica), mas, antes, como resultante de características endógenas de um dado sistema e altamente dependente de mecanismos de aprendizado e de interação.

Para esses autores, eventuais mudanças na liderança tecnológica do mundo podem ser associadas à emergência de “novos sistemas tecnológicos” e alterações correlatas na estrutura industrial. Nesse contexto, alguns países terão mais sucesso que outros na adaptação a uma nova “trajetória natural”. A dificuldade de adaptação é tão mais grave e comprometedora quanto mais amplas forem as aplicações da nova tecnologia. Tais temas foram desenvolvidos por Dosi & Marengo (1994) e por Freeman (1982; 1991; 1994).

Freeman elabora suas reflexões no contexto das teorias das mudanças técnicas, enfatizando o caráter interativo e dinâmico da inovação, saliente nas características básicas de um processo bem sucedido e sustentável: capacidade de acasalamento entre mudanças tecnológicas, produção e mercado (“coupling”); capacidade criativa (“creating”); capacidade de vir em blocos, trazendo, no seu bojo, inúmeras competências e inovações correlatas (“clustering”); capacidade de assimilação e interiorização de novas habilidades, associadas a novas tecnologias e a novos mercados, dependente da qualidade dos recursos humanos e institucionais locais e do grau de “abertura” da sociedade (“comprehending”); capacidade de lidar com incertezas tecnológicas e de mercado (“coping”).

Fazendo menção às grandes transformações que o mundo vem atravessando a partir dos anos 1970, com o desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação e informação, e a uma possível “longa onda” de transformações, Freeman salienta que a

capacidade de exploração de uma trajetória natural ou um novo sistema tecnológico, de maneira rápida e eficiente, encontra-se fortemente associada a vários tipos de investimentos de infra-estrutura, especialmente educação, assim como a modelos de interação entre as empresas e entre elas com o sistema de educação e treinamento (p. 11).

Para a compreensão da importância do processo de interação é fundamental a introdução do conceito de “*spillover* tecnológico” na economia. Tal conceito estaria intimamente vinculado, na visão de Storper, a algumas das concepções de Perroux, de onde se pode extrair o sentido de “conexão tecnológica não mercantil” (“a exemplo dos tipos comuns de conhecimento ou similares tipos de equipamento, ou conhecimento de como trabalhar um determinado tipo de produto ou de input, ou de como utilizar um tipo semelhante de equipamento produtivo”). Um ambiente no qual as pessoas sabem como fazer uma coisa muitas vezes quer dizer que sabem ou podem fazer outras coisas correlacionadas. Na visão da nova economia da inovação tecnológica, existiriam *spillover* de conhecimentos e práticas comuns, de maneira que a excelência tecnológica chega em blocos, diferenciando uma região de outra. Por outro lado, existiria, entre as empresas presentes numa determinada região, uma rede de conexões mercantis (por meio de relações formais de troca) mas também de interdependência não mercantil, associada a um conjunto de características aí presentes, como, por exemplo, as instituições, o mercado de trabalho, as normas e valores, etc. Salienta-se também que, visto que as novas competências baseiam-se, em grande medida, em conhecimentos e práticas que não são, em geral, completamente decodificáveis, a dimensão

imputada ao conhecimento tácito, gerado por meio de processos de interação, é de fundamental importância.

Para Cassiolato & Lastres (2003a:23)

a literatura neoschumpeteriana sobre sistemas de inovação lança luz e desenvolve o conceito de sistemas nacionais de inovação exatamente quando se avoluma a discussão sobre um mundo pretensamente integrado e globalmente marcado por uma dimensão tecnoglobal. Ao contrapor-se a tal visão, acentuando o caráter localizado e específico dos processos de aprendizado e de inovação, este ramo da literatura passa a preocupar-se com a questão espacial (p.23).

Storper, avaliando a contribuição desta escola para o tema regional, salienta que coube a um grupo de economistas não ortodoxos e simpatizantes de outras disciplinas, e não exatamente interessado, inicialmente, na dimensão territorial, o desenvolvimento de um aparato analítico que tornou possível a identificação de aspectos intangíveis de um território ou de uma economia regional, incorporando os temas da inovação, flexibilidade produtiva e aglomeração, sejam de natureza *high* ou *low tech*.

Pode-se dizer que inovação é aí entendida em um sentido mais abrangente e inter-relacionado - como todo processo de apropriação de um novo conhecimento ao sistema de produção e comercialização - e poderia ser de vários tipos. Segundo Lastres & Ferraz (1999:31), as inovações tecnológicas referem-se à utilização do conhecimento sobre novas formas de produzir e comercializar bens e serviços, enquanto que as inovações organizacionais referem-se à introdução de novos meios de organizar empresas, fornecedores, produção e comercialização de bens e serviços”.

Um dos mais bem sucedidos exemplos desta nova abordagem encontra-se no aparato teórico-conceitual, de grande valor prescritivo, desenvolvido pelo grupo RedeSist, sediado na UFRJ, envolvendo, hoje, cerca de 30 entidades,

localizadas em vários países da América Latina. Esse grupo desenvolveu o conceito de sistemas produtivos e inovativos locais (SPIL), os quais, segundo definição do próprio grupo, são “conjuntos de agentes econômicos, políticos e sociais, localizados em um mesmo território, desenvolvendo atividades econômicas correlatas e que apresentam vínculos expressivos de produção, interação, cooperação e aprendizado”. Seus autores reconhecem que haverá, sempre, associado à produção de qualquer bem ou serviço, um sistema produtivo, mais ou menos estruturado, envolvendo um conjunto de atividades e atores, direta ou indiretamente relacionados com a produção.

Tais sistemas seriam resultantes da evolução histórica, vinculada a um processo de formação da própria identidade do território onde se inserem. São caracterizados, também, segundo seus autores, por uma dimensão territorial; por um escopo de diferentes atividades e distintos atores econômicos, políticos e sociais aí presentes; pela presença de conhecimento tácito; por processos de inovação e aprendizagem interativos; pela presença de mecanismos de coordenação das atividades (governança) e por um certo grau de enraizamento (*embeddedness*) das atividades na comunidade local (RedeSist, 2004).

Esta escola distingue-se por seu esforço de compreensão dos impactos do processo de inovação tecnológica, do conhecimento tácito e do aprendizado interativo no desempenho de um sistema produtivo e pela ênfase na concepção de um conjunto de medidas prescritivas capazes de estimular o desenvolvimento (a propósito deste tema, ver, por exemplo, Cassiolato & Lastres, 1999; 2003a;b; Lastres & Arroio, 2004; Lastres & Cassiolato, 2003; Lastres & Cassiolato, 2004, Lastres et. al., 2005). Tal concepção traz elementos interessantes para a compreensão e tratamento de distintas configurações espaciais, aí incluindo os territórios com ou sem uma especialização produtiva relevante, as aglomerações espaciais mais densas e os segmentos produtivos tradicionais ou de alta tecnologia. Sua utilização pressupõe, apenas, no nosso entendimento, que exista

uma lógica, real ou potencial, de conexões e interações entre certas categorias de agentes produtivos presentes em um dado espaço territorial e, destes, com distintos agentes e instituições locais. Os estudos empíricos promovidos por esta escola, em particular no Brasil, encontram-se em plena evolução, gerando um rico e diversificado conjunto de referências para o tratamento do tema da inovação, da competitividade e do desenvolvimento em diferentes contextos regionais e espaciais.

Um outro ponto fundamental desta corrente de pensamento é o fato de ter conseguido, em tão pouco tempo, apropriar-se das propostas inseridas na concepção do Sistema Nacional de Inovação e aplicá-las numa perspectiva de análise subnacional. Para Evangelista et al. (2002), quaisquer tentativas de aplicação dos instrumentos conceituais do SNI para abordagens locais enfrentariam dois tipos de problemas: o primeiro, de natureza mais conceitual, associado ao fato de tal sistema ter sido concebido para operar com atores nacionais; o segundo associa-se com a ausência de informação no âmbito subnacional (p. 173). Parece, no entanto, que tanto o modelo quanto os inúmeros resultados empíricos obtidos com os trabalhos desenvolvidos pela RedeSist, são evidências mais que suficientes de que tais limitações foram superadas.

Mas, a influência marcante de Schumpeter também se faz sentir em uma outra vertente teórica, associada a um conceito desenvolvido pelo *Groupe de Recherche Européen sur les les Milieux Innovateur* (GREMI), que reúne economistas regionais, sobretudo da França, Itália e Suíça, destacando-se, entre outros, Aydalot (1996) e Maillat (1995). Este grupo cunhou o conceito de *milieux innovateurs* (ambientes inovadores), dirigindo seu foco de atenção para a análise das externalidades de natureza tecnológica decorrentes dos vínculos de cooperação e interdependência existentes entre diferentes empresas integrantes de uma rede.

Para Maillat (1995), os *milieux* funcionam como operadores coletivos que reduziram “os graus estáticos e dinâmicos da incerteza que enfrentam as firmas locais, mediante a organização tácita e explícita de interdependência funcional entre atores locais, realizando, informalmente, as atividades de pesquisa, transmissão, seleção, decodificação, transformação e controle da informação”. Alguns críticos desta vertente afirmam, como Storper, que ela não é capaz de explicar a lógica econômica que gera a inovação, visto que a inovação ocorreria, sempre, em ambiente inovador.

1.1.4 A influência de Schumpeter nas contribuições de Perroux

Muitas das concepções de François Perroux, associadas à sua teoria do pólo de crescimento, foram incorporadas nas abordagens correntes. Segundo Hansen (1972), “Perroux, da mesma maneira que Schumpeter, enfatizava a importância da inovação empreendedora no processo de crescimento, que toma a forma de uma sucessão de setores dinâmicos ou polos, através do tempo” (pág. X). Dessa maneira, o conceito de pólo incluía seja uma dimensão regional – em que o crescimento concentra-se em certos lócus espaciais, capazes de irradiar benefícios para a região – seja setorial – localizado em setores industriais líderes.

A “indústria motriz”, segundo Perroux, não apenas aporta sua contribuição para o crescimento global do produto mas também induz em seu ambiente um crescimento que pode ser atribuído às relações que estabelece com as “indústrias movidas”. Os pólos industriais complexos podem modificar não só o seu “meio geográfico imediato”, como também a estrutura econômica nacional a eles associada. Nestes pólos, onde existem aglomerações industriais e urbanas, ocorre o fenômeno de intensificação das atividades econômicas, pelo surgimento e encadeamento de novas necessidades coletivas, sejam baseadas em relações mercantis (*traded*) ou, então, em conexões de natureza não mercantil (*nontraded*).

As concepções de Perroux marcaram profundamente as políticas de desenvolvimento nos anos seguintes, influenciando, inclusive, a própria formação da União Europeia. Inúmeros países - entre desenvolvidos e em desenvolvimento - chegaram a implementar ou discutir, seriamente, as estratégias de desenvolvimento regional baseadas nos princípios de Perroux. As críticas que se seguiram, sobretudo a partir do início de 1970, salientavam as conseqüências concentracionista das políticas industriais induzidas por Perroux e a incapacidade das indústrias motrizes de difundirem inovações tecnológicas para as demais. Algumas de suas contribuições, no entanto, permanecem atuais.

As concepções de Perroux situam-no, de alguma maneira, próximo às vertentes marshallianas de organização industrial. Lasuén (1972), por exemplo, já na década de 1970, salientava a direção promissora para futuras pesquisas sobre o tema do desenvolvimento regional, da união da teoria dos centros de crescimento com o estudo das organizações industriais.

1.1.5. A vertente herdeira das tradições marshallianas nos distritos industriais e na organização industrial

Embora Marshall tenha sido um dos fundadores do pensamento econômico neoclássico, o que nos interessa, neste momento, são suas reflexões sobre as aglomerações industriais, realizadas na Inglaterra do século XIX. Observando estas configurações, sugeriu que a acumulação e concentração local de conhecimentos, habilidades e *know how* eram capazes de criar um tipo de “atmosfera” industrial favorável, gerando benefícios econômicos e difundindo inovação. Discorrendo sobre as vantagens da concentração de indústrias especializadas em determinadas localidades, salienta que “se alguém lança uma nova idéia, esta é seguida por outros, que a combinam com novas sugestões, tornando-se, então, fonte de mais novas idéias” (1972:225).

Várias das reflexões correntes sobre região vão buscar em seus trabalhos referências para avaliação das externalidades locais que favorecem a concentração geográfica das atividades econômicas e inovativas (ver, por exemplo, Becattini, 1994). Neste contexto, alguns conceitos são chaves e merecem ser salientados. Entre eles situa-se o de “economia externa”. Segundo Thomas (1972:59), é necessário distinguir o conceito de Marshall e o das teorias do crescimento econômico. O primeiro utiliza a hipótese de equilíbrio em condições de concorrência perfeita e diz respeito a custos e benefícios de produção não adequadamente internalizados nos mecanismos de preços. Para Smith (1970:73), economias externas derivadas da aglomeração de empresas de uma mesma base industrial podem funcionar com um fator de redução de custos. Salienta que estas economias são derivadas, por exemplo, da presença de sistemas de marketing e pesquisa comuns ou da existência de prestadores de serviços de apoio, tais como reparação de máquinas e equipamentos. Segundo este autor, no caso das pequenas empresas, a existência de economias externas associadas à localização encontra-se intimamente associada à escala de operações, o que ajudaria a explicar o alto grau de concentração de algumas indústrias de pequena escala na Inglaterra, a exemplo dos fabricantes de confecção e joalheria. Já no caso de grandes empresas, a localização tende a ser menos determinada pela operação de economias externas, visto que elas poderiam criar sua própria economia interna de escala. Na prática, a decisão de localização não pode ser divorciada do tema da escala de produção.

Na teoria do crescimento, por outro lado, este conceito, segundo Thomas, diz respeito ao “efeito de um investimento sobre a lucratividade de um outro” Já os chamados “efeitos de aglomeração” são, segundo este mesmo autor (1972:61),

derivados da proximidade física de diferentes tipos de produção. Em parte se constituem o que Marshall designou por “economias externas” – criação de um pool de mão-de-obra especializada, serviços comuns, etc. – resultantes da expansão de uma ou mais indústrias em um lugar. Em parte, são devidos à redução em termos de quantidade física de certos inputs requeridos – em particular transporte e estocagem.

Os trabalhos de Marshall influenciaram um grande número de estudos sobre concentração espacial das atividades produtivas e provocaram o surgimento de diferentes escolas de pensamento. Entre os clássicos, situam-se as contribuições de Hoover, realizadas durante a década de 1930, sobre os padrões locacionais da indústria de couros e calçados nos Estados Unidos. As reflexões de Marshall sobre as aglomerações industriais da Inglaterra do século XIX foram resgatadas em pelo menos duas diferentes abordagens para o tema da localização: i) os vários trabalhos na área da organização industrial, no qual pode-se incluir não apenas o chamado “Grupo da Califórnia”, como também os trabalhos de Porter e ii) os estudos sobre os distritos industriais, elaborados a partir, inicialmente, da observação de experiências na Itália.

1.1.5.1 A corrente da organização industrial

No primeiro grupo, bastante diversificado, incluiu-se a corrente da geografia econômica, com sua ênfase nas relações entre inovação técnica, organização industrial e localização e na noção dos “novos espaços industriais” (a exemplo de Storper, 1997; Scott & Storper, 2003). Daí surgem alguns conceitos interessantes, tais como “janela de oportunidades locacionais”, que oferece uma via de observação para o surgimento de novos espaços industriais, a exemplo do Vale do Silício, nos Estados Unidos. Novas indústrias, que emergem após mudanças tecnológicas, possuem suas estruturas de *inputs* independentes das anteriores, não estando vinculadas a padrões existentes de economias externas. Podem, conseqüentemente, gozar de uma nova “janela de

oportunidades locais”, pois, à medida em que um grupo de empresas deslança, começa a ocorrer uma proliferação de vinculações externas que atraem, para a região, novas empresas, privilegiando apenas um pequeno número de regiões pioneiras.

Na linha de investigação sobre organização industrial e competitividade empresarial, os trabalhos de Porter (1998a; b; 1990; 2001; 2003) destacam-se. Buscando identificar os fatores condicionantes das vantagens competitivas de nações, regiões e empresas no mundo global, salienta o papel de certos fatores locais, que garantem o dinamismo de empresas líderes no mercado. Na sua análise do desempenho de várias regiões, nos Estados Unidos, afirma que “a performance de economias regionais encontra-se profundamente associada à força dos clusters locais e à vitalidade e pluralidade da inovação” (2003:549). Sua noção de competitividade associa, em geral, a presença, por um lado, de um elevado grau de competição entre firmas rivais - presentes em um dado território - e, por outro, de colaboração entre distintos elos da cadeia produtiva (1990: 293). Para o autor, a competitividade regional advém da convivência entre a concorrência e a cooperação, na exploração das competências locais.

1.1.5.2 A corrente dos distritos industriais

De acordo com Pyke et al. (1990), os distritos industriais são sistemas produtivos locais, caracterizados por um grande número de firmas envolvidas em vários estágios e em várias vias de produção de um bem homogêneo, aproximando-se, assim, do conceito que ficou conhecido como distrito marshalliano. Mas, diferentemente dos modelos fordistas de produção, estas novas concepções apresentam a vantagem de incorporar, em suas análises, um processo de produção flexível, além de uma avaliação das sinergias aí geradas como resultantes não apenas de relações mercantis mas também de aspectos culturais, sociais e históricos comuns, presentes naquele território.

Becattini é um dos precursores desta abordagem. Na visão de Storper, esse autor se tornou um dos maiores discípulos de Marshall. Seu grupo em Florença iniciou um trabalho de organização sistemática do conceito do distrito industrial marshalliano, baseando-se não apenas em características econômicas (externalidades geradas por divisão de trabalho) como também em bases sócio-culturais. Os distritos industriais italianos, localizados na região da Emília Romana, chamaram, inicialmente, a atenção pela capacidade competitiva de suas pequenas empresas, voltadas, em geral, para produção de bens considerados tradicionais. Para se ter uma idéia da pujança destes novos arranjos, pode-se citar o caso dos distritos calçadistas, nos quais o valor da produção aumentou mais de dez vezes, no período 1970-1985, enquanto que o total exportado dobrou, consolidando a posição do país no mercado internacional (ver, a propósito, Rabellotti, 1992). A vantagem destas regiões não era derivada de baixos custos de salário, mas da capacidade de especialização e interação existente no interior das aglomerações.

Para Piore & Sabel (1984:220), as empresas, especializando-se em determinadas atividades específicas da produção, são capazes de responder à demanda de maneira muito flexível, lançando mão de técnicas de produção “similares àquelas associadas aos novos setores manufatureiros das indústrias de produção de massa”. Para estes autores, o mundo contemporâneo é palco de uma grande transformação no sistema de produção, caracterizado pela presença de uma “especialização produtiva”, resultado de uma combinação entre métodos artesanais de produção com a presença de equipamentos sofisticados e flexíveis, capazes de atender, de maneira mais ágil, à demanda. Dois fenômenos sinalizavam para tal transformação: por um lado, o fato das grandes corporações estarem passando por um processo intenso de enxugamento de níveis hierárquicos e descentralização, dotando gerentes subalternos com capacidade de decisão e ação; por outro, a crescente organização de empresas menores em

núcleos produtivos, que lembravam os distritos industriais compostos por oficinas artesanais dotadas de grande flexibilidade, existentes no século XIX, à época de Marshall. Vários autores vêm explorando tal tema, a exemplo de Courault & Romani (1992) e Dijk, (1995).

Tais concepções encontraram ampla ressonância na literatura corrente sobre organização produtiva, especialização territorial, competitividade e desenvolvimento e vêm gerando um grande conjunto de seguidores e a proliferação de um rico e diversificado acervo de natureza empírica. Buscam realçar, em geral, os benefícios advindos da economia de escala e de escopo e a flexibilidade produtiva via especialização e cooperação entre empresas (ver, a propósito, Sengenberger & Pyke 1991; Schmitz & Musyck, 1993; Glasmeier, 1991).

Uma contribuição interessante na literatura dos distritos industriais veio com Markusen (1995), que procura desenvolver uma tipologia de diferentes tipos de distritos. Merecem, aí, destaques os chamados “distritos centro-radiais” – que evoluem em torno da presença de uma empresa âncora - e os “distritos plataforma-satélite” - resultantes da aglutinação, em um mesmo espaço geográfico, de um certo número de empresas, cujos centros de decisão são mantidos fora, em suas regiões de origem.

1.2 A influência da sociologia econômica

A temática das interações e das redes permeia, em maior ou menor grau, todas as abordagens sobre aglomerações produtivas. Cada uma delas, no entanto, possui suas próprias peculiaridades. Recorrendo à problemática das redes empresariais e refletindo sobre a utilização da concepção de redes na literatura econômica, Britto (1999:37) salienta que “as diferentes análises que fazem uso deste conceito não apenas costumam estar fundamentadas em perspectivas metodológicas distintas, como também utilizam terminologias

diferentes quando se referem ao mesmo”. Os diferentes pressupostos e preocupações inerentes a cada uma das distintas vertentes teóricas podem também apresentar uma maior ou menor identidade com certas vertentes da literatura corrente sobre redes sociais, proveniente das ciências sociais. A sociologia econômica vem se destacando na concepção de um rico referencial analítico, que se utiliza do conceito de redes, sendo de particular importância as concepções associadas ao *embeddedness*.

Algumas vertentes da literatura sobre aglomerações produtivas absorveram conceitos oriundos da sociologia econômica, em particular a noção de *embeddedness*, de Granovetter (1985). Na origem da definição de *embeddedness* encontra-se Polanyi (1985), um dos fundadores da economia institucional. Este autor, analisando a organização econômica da sociedade, salientou que “tanto a antropologia, como a sociologia e a história, cada uma delas com seu estudo do lugar ocupado pela economia na sociedade humana, foram confrontadas com uma grande variedade de instituições outras que o mercado, nas quais o estilo de vida do homem encontrava-se *embeddebed*” (1985:30). Suas considerações sobre a “economia substantiva” em contraposição à “economia formal” apresentam grande sintonia com os conceitos posteriores de Granovetter (1985) sobre abordagens super-socializadas (excesso de preocupação com a dimensão social da ação econômica) e abordagens subsocializadas (excesso de preocupação com as dimensões econômicas, em particular representadas pelas abordagens neoclássicas). Granovetter reformulou o conceito de Polanyi e foi o responsável pela sua incorporação e ampla repercussão nas ciências sociais em geral, influenciando a sociologia, a antropologia, a economia.

Para Granovetter, as instituições e as transações econômicas encontram-se enraizadas (*embedded*) em redes sociais e não podem ser avaliadas abstraído-se de suas raízes sociais. O conceito de *embeddedness*, como

concebido originalmente por Granovetter, não realça, de maneira particular, as dimensões espaciais da relação. Tal associação foi ficando mais proeminente com o tempo, devido a correlações, à primeira vista óbvias, entre proximidade física, identidade cultural e emocional. Pode-se afirmar que o conceito de *embeddedness* territorial encontra forte sintonia com concepções prévias, provenientes da economia regional ou dos estudos das aglomerações produtivas, como explicitadas por Perroux ou Marshall.

A proposição de que empresas, localizadas em certas aglomerações produtivas, podem gozar dos benefícios de uma “atmosfera” favorável - no sentido marshalliano - é coerente com a noção, proposta mais tarde por Perroux, na sua análise sobre “pólos de crescimento”, de relações não mercantis (*nontraded*) que são, por natureza, distintas das relações mercantis. Storper, de certa forma, (1995:210) retoma esta preocupação nas análises regionais e salienta que “devido ao fato que dos estudos se concentraram tanto em relações de interdependência mercantil (...) temos pouco conhecimento sistemático da geografia das relações não mercantis e sua relação com o desenvolvimento econômico”.

Algumas das abordagens correntes sobre aglomerações produtivas incorporaram ou estão incorporando este conceito. Alguns dos expoentes da abordagem sobre sistemas produtivos e inovativos locais vêm se utilizando do conceito de *embeddedness*, a exemplo de Dosi & Malerba (1996) ou Malerba (2005). No caso dos SPIL, as premissas e pressupostos inerentes à “escola” permitem uma forte identidade com a temática das redes sociais. Dentro da concepção do SPIL, as redes constituem-se um “locus de intercâmbio de informação e de aprendizado coletivo”. Tal proposição é bastante diversa das concepções inerentes às abordagens diretamente herdeiras de pressupostos neoclássicos, a exemplo da economia regional, de Krugman – em que a lógica de operação das redes enfatiza a criação e o reforço de externalidades positivas

entre empresas constituídas e operantes no mercado - ou da teoria dos custos de transação – em que as redes são visualizadas como instâncias de coordenação de transações sistemáticas entre empresas, por meio de arranjos contratuais (ver, a propósito deste assunto, ver Britto, 1995:51). Para os analistas dos SPIL, todo sistema produtivo encontra-se enraizado (*embedded*) em relações sociais.

No caso da vertente dos distritos industriais, pode-se dizer que a lógica de operação das redes enfatiza fatores como especialização, flexibilidade produtiva e externalidades positivas. Tais aspectos, embora importantes, não apresentam grande identidade com alguns dos pressupostos oriundos de algumas vertentes da literatura das redes sociais. Harrison (1991) abordou tal tema, defendendo o ponto de vista de que algumas das abordagens correntes para o tratamento do distrito industrial, com base seja nos pressupostos advindos das noções de economias de aglomeração e especialização flexível (como defendido pelos adeptos da “escola” dos distritos industriais), seja nas concepções sobre a lógica de transação (como defendidas pela teoria dos custos de transação), não são suficientes para abarcar tal fenômeno das aglomerações produtivas. Isso porque a ênfase atual deslocou-se para o significado contextual das instituições não econômicas comuns e a importância das relações de confiança, na reprodução de colaboração sustentável entre atores econômicos, no interior de um distrito. Em tal contexto, na visão do autor, as concepções de Granovetter sobre enraizamento (*embeddedness*) seriam mais adequadas.

Alguns expoentes da geografia econômica, associados à Escola Californiana, passaram, a partir da década de 1990, a incorporar tal conceito em suas análises. A discussão sobre *embeddedness* territorial vem provocando o surgimento de um grande conjunto de estudos e pesquisas, com resultados, algumas vezes, contraditórios, se comparados entre si. Alguns autores vêm salientando, por exemplo, que um forte conteúdo de *embeddedness* local pode ser uma fonte de inovação e de competitividade (ver, por exemplo, Sayer,

2000). Outros, por outro lado, salientam os efeitos negativos de um forte conteúdo de *embeddedness*, que pode ser danoso para o território, podendo funcionar como um fator de bloqueio e fechamento. (ver, por exemplo, Bunnell & Coe, 2001; Coe & Bunnell, 2003; Grabher, 1993a). Outros ainda apontam para os riscos do excesso de abertura e porosidade das redes. Harrison (1994), por exemplo, demonstra os efeitos perversos do sucesso obtido por certos distritos, que provocou uma invasão de grandes empresas vindas de fora, em busca de novas oportunidades.

A diversidade de conceitos, formas de tratamento e linhas de abordagem parece não permitir, até o momento, caracterizar esses estudos e pesquisas como integrantes de um mesmo conjunto, caracterizando uma linha alternativa de abordagem para o tema das aglomerações produtivas. Os resultados de alguns estudos são, algumas vezes, aparentemente contraditórios, demonstrando a ausência de um corpo teórico unificado, integrado e coerente, capaz de captar dimensões múltiplas das análises territoriais. No entanto, eles trazem um rico e variado acervo de reflexões e descobertas, como será mostrado em maiores detalhes, no capítulo dois, no qual será abordado o tema das redes sociais.

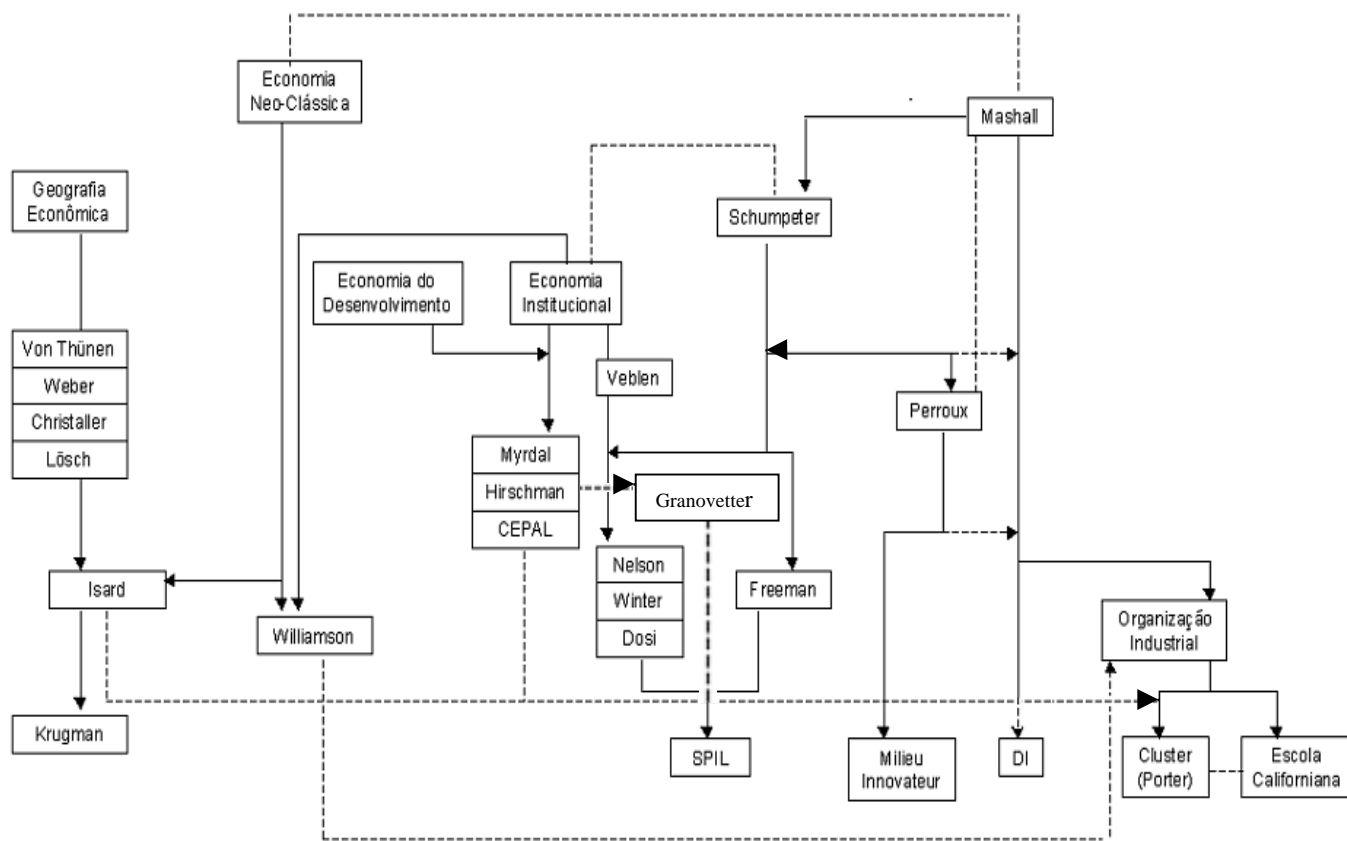
1.3 Conclusão

Como visto, as abordagens correntes foram capazes não só de resgatar e consolidar proposições e conceitos derivados de diferentes blocos teóricos, como, também, de ir além, forjando um conjunto original de concepções e propostas para tratamento das aglomerações produtivas, desenvolvimento e competitividade.

A figura a seguir (figura 1) retrata a evolução e a situação atual das principais correntes de pensamento voltadas para o tema da competitividade e do desenvolvimento regional, de acordo com a linha de abordagem aqui adotada. Como pode ser observado, existe uma grande interpretação e influência mútua

entre as várias abordagens, apesar de divergências internas, geradas, sobretudo, pela presença de diferentes pressupostos e premissas. Como elementos comuns encontrados na maioria delas, salientam-se os seguintes: a concepção de crescimento e desenvolvimento como um processo de natureza endógena; uma íntima associação entre a competitividade empresarial e os padrões de competitividade regional ou sistêmica; a vinculação da competitividade nacional a padrões de configuração regional e espacial da organização produtiva; a ênfase na inovação e no aprendizado como motores do progresso; o papel das economias de aglomeração a economias de aglomeração; a importância dos fatores locais, inclusive de natureza intangível, para a criação de um ambiente propício à inovação; a relevância das instituições em geral; a tentativa de expandir o escopo da análise para além da dimensão econômica buscando incorporar elementos gerados em outras disciplinas das ciências sociais; a relevância das interações, inclusive de natureza não mercantil, entre os agentes produtivos e a inserção do local na lógica das cadeias produtivas em âmbito global.

Figura 1 Desenvolvimento regional e aglomerações produtivas: contribuições teóricas



Observando-se as conexões presentes na figura 1, pode-se verificar o papel particular de três grandes blocos de construção teórica. Em primeiro lugar, as vertentes mais associadas às concepções neoclássicas, onde se insere, por exemplo, Krugman. São herdeiras diretas da “economia regional”, que foi, por sua vez, capaz de resgatar produções pontuais passadas – advindas, sobretudo da geografia econômica -, gerando um grande acervo de reflexões e concepções fundamentais, que evoluíram e atingiram seu pico na década de 1970. Em segundo lugar, situa-se a vertente herdeira direta de Marshall, na qual se destaca a literatura sobre os distritos industriais, com sua ênfase no papel das aglomerações na geração de externalidades e de ativos relacionais. Em terceiro lugar, a vertente da economia institucional, com duas linhas alternativas: a primeira, representada por Williamson, com a teoria dos custos de transação e a segunda representada pela economia institucional evolucionária, com forte influência de Shumpeter, em que se incluem as concepções dos sistemas produtivos e inovativos locais.

A problemática associada às interações locais e às redes empresariais, em várias dessas abordagens, tem um papel destacado. Mas, cada uma destas diferentes vertentes teóricas aborda o tema de maneira distinta. No que diz respeito às proposições sobre redes sociais, em particular sobre *embeddedness*, geradas no contexto da sociologia econômica, salienta-se a grande identidade existente entre esta literatura e os pressupostos e interesses da vertente dos sistemas produtivos e inovativos locais. Tais interfaces, no entanto, não foram, até o momento, totalmente exploradas. Salienta-se, finalmente, que, embora as concepções sobre *embeddedness* tenham enriquecido as análises sobre aglomerações produtivas, provocando inúmeros estudos e pesquisas, elas não parecem se constituem, até o momento, um corpo unificado e coerente de investigação. Tais temas serão abordados, em maiores detalhes, no capítulo seguinte.

CAPÍTULO 2

A CONCEPÇÃO DO CAPITAL SOCIAL RELACIONAL OU CAPITAL RELACIONAL

RESUMO

Este capítulo apresenta, em detalhe, como foi forjada a concepção teórica sobre Capital Social Relacional ou Capital Relacional. Demonstra como esta surgiu, a partir de um processo de resgate, associação e ampliação de duas distintas construções teóricas, hoje existentes nas ciências sociais: por um lado, a teoria das redes sociais, com as propostas derivadas da literatura sobre “o poder dos vínculos frágeis” e sobre “embeddedness” (enraizamento); e, por outro, as proposições existentes sobre capital social. Este novo conceito, aqui introduzido, demonstra ser capaz de tratar a realidade das aglomerações produtivas, no contexto de uma análise mais estática e deve, consequentemente, ser ampliado.

ABSTRACT

This chapter introduces, circumstantially, the progressive evolution of the theoretical notion of Relational Social Capital. Such object, is shown, evolved in the wake of a process involving the rescuing by widening and association, of two peculiar theoretical constructs, namely; in on hand, the theory of social network, particularly as it stresses the explanatory power of “weak ties” and embeddedness, and; in the other hand, the mainstream proposals associated to social capital. This new notion, it is purportedly shown, brings greater understanding to the reality of local productive clusters, particularly in the context of comparative static analyses.

1 INTRODUÇÃO

A proposição teórica que será construída advém da literatura sobre redes. No campo das ciências exatas, o conceito de redes encontra-se vinculado a elaborados e sofisticados construtos matemáticos, dotados de grande poder analítico, e isomórficos com muitos sistemas no mundo real. Ou seja, são capazes de representar e extrair propriedades desses sistemas. Como salientado por Britto (1999), o conceito de redes encontra-se associado a um amplo e sofisticado conjunto de instrumentos, que busca o estudo dos elementos constitutivos da estrutura morfológica de sistemas complexos para, a partir daí, identificar as forças responsáveis pela coesão interna da estrutura, bem como os estímulos endógenos responsáveis pela sua reprodução e transformação. Segundo o autor (1999:11) “este tipo de análise parte da suposição de que as redes operam como estruturas dinâmicas, sendo dotadas de uma capacidade endógena de transformação, engendrada pelos estímulos que surgem no seu interior”. Nas ciências sociais, tal conceito vem sendo utilizado de maneira ampla e diversificada, seja como uma metáfora, como um instrumento de pesquisa ou uma teoria.

Para Powell & Smith-Doerr (1994:368), “as redes oferecem um ponto de convergência (entre diferentes abordagens nas ciências sociais), um terceiro caminho, mesmo que ninguém esteja, exatamente, seguro, se trata-se de uma metáfora, de um método ou de uma teoria”. Britto (1999:1), referindo-se à utilização do conceito genérico de redes no âmbito dos estudos sobre relações empresariais, afirma que este “constitui uma metáfora representativa das interdependências produtivas e tecnológicas que caracterizam os ambientes econômicos complexos”. Como teoria, pode-se dizer que não existe, no momento, uma teoria única das redes sociais. Diferentes abordagens teóricas apresentam proposições, conceitos e perspectivas bastante distintos, embora,

muitas vezes, com alguns pontos relevantes em comum. Para Borgatti & Foster (2003:991), o “boom na pesquisa de redes é parte de um movimento geral, que se iniciou na segunda metade do século XIX, afastando-se de explicações de cunho mais individualista, essencialista e atomística, em direção a uma compreensão mais relacional, contextualizada e sistêmica”.

A partir da década de 1970 e, em especial, após 1990, ocorreu uma valorização das abordagens das redes, simultaneamente, nos meios acadêmicos e na prática empresarial. Ver, por exemplo, Adler, 2001; Alvarez & Barney, 2001; Amato Neto, 2005; Athanassiou & Nigh, 1999; Borgatti & Cross, 2003; Campbell et al., 1986; Gerlach & Lincoln, 1992; Nohria 1992; Nohria & Eccles, 1992; Jarrilo, 1998; Jones et al. 1997; Messner & Meyer Stamer, 2000; Oliver, 2001; Powell, 1990; Powell et al., 1996; Stuart, 2000; Walker et al., 2000; Westphal et al., 2001; Vale et al, 2006a.

Como salientado por Harrison (1994:190), “criação de redes, entre as empresas, tornou-se uma moda, em todo lugar do mundo”. No meio acadêmico, especialistas desenvolveram um grande conjunto de conceitos e métodos para analisar as relações sociais. Segundo a *Sociological Abstracts*, a quantidade de publicação contendo, no título ou no *abstract*, as palavras “redes sociais (*social network*) aumentou cerca de 600 vezes, no período 1970-2000, com destaque para a década de 1990. Em 1990, a *Harvard Business School* organizou um colóquio, de natureza interdisciplinar, para discutir os temas redes e organizações, com o propósito de avaliar o estado corrente do conhecimento na área e as perspectivas de trabalhos futuros. Os resultados do trabalho integram o livro – *Network and organizations: structure, form and action* –, que se constituiu um marco de reflexão na área (Nohria & Eccles, 1992).

Pode-se afirmar que a evolução das abordagens de redes, nas ciências sociais, apresenta duas características muito peculiares: em primeiro lugar, ela tem se desenvolvido com contribuições interdisciplinares, provenientes de vários

ramos do pensamento; em segundo lugar, ela vem evoluindo por meio de uma forte interação entre teoria, método e pesquisa empírica. Wasserman & Faust (1999:13), por exemplo, salientam que “tendências empíricas importantes levam a novos e importantes métodos de redes”. O estudo das redes, nas ciências sociais, tornou-se um ponto de confluência e convergência de várias disciplinas e de distintas abordagens e um espaço fecundo de interação e sinergia entre conceitos teóricos, metodologias e resultados empíricos.

Entre os temas proeminentes na abordagem das redes, atualmente, situam-se capital social e *embeddedness* (enraizamento)¹. Suas origens e proposições são, no entanto, distintas, embora apresentem alguns pontos de identidade, como será demonstrado. Os temas capital social e redes sociais inserem-se, atualmente, entre as principais vertentes de estudo na área, como salientado por Borgatti e Foster. Segundo estes autores (Borgatti & Foster, 2003:993), os estudos sobre capital social, na dimensão organizacional, realçam a importância das conexões e representam, em grande medida, uma tentativa de “renomar e somar um largo conjunto de pesquisas sobre redes, provenientes da literatura sobre *social support* e sobre recursos sociais”. Quanto ao tema do *embeddness*, os autores salientam que, da mesma forma que capital social, “*embeddedness* encontra-se na moda entre *scholars* organizacionais, tornando-se extremamente popular imediatamente após as discussões de Granovetter”.

Neste capítulo serão resgatadas e associadas duas distintas concepções teóricas hoje existentes nas ciências sociais. Por um lado, a teoria das redes sociais, em particular as propostas derivadas da literatura sobre “o poder dos vínculos frágeis” e sobre *embeddedness* e, por outro, as concepções existentes sobre capital social. A partir daí será elaborada a proposição sobre “Capital Relacional”. A utilização desta designação visa, apenas, distingui-la e separá-la

¹ para uma apresentação das várias correntes e estudos sobre redes na área econômica e organizacional, recorrer a Powell & Smith-Doerr (1994) e a Borgatti & Foster (2003)

de outras concepções correntes sobre capital social. Para isso será tratada, na primeira parte, a literatura sobre redes sociais, aí incluindo a literatura sobre “laços fracos” e sobre *embeddedness* (enraizamento); na segunda, será abordado o tema do capital social e sua associação com as redes sociais. Será concebida, a partir daí, a proposição sobre Capital Relacional.

1.1 Redes sociais: a proposição sobre “laços fortes” no argumento de *embeddedness*

O propósito, nesta etapa, é o de realizar uma avaliação crítica das proposições sobre “o poder dos laços fracos” e sobre *embeddedness*, situadas no contexto da teoria das redes sociais. As contribuições aí decisivas vieram com dois trabalhos seminais, sucessivos de Granovetter (1973; 1985). Ambos sinalizam um ponto de virada para a compreensão do fenômeno das redes sociais e suas interfaces com a atividade econômica. Muitos modelos de rede em ciências sociais surgiram, preocupados, implicitamente, com vínculos fortes e, como salientado por Granovetter (1973:1360) “confinando suas aplicabilidades a um pequeno e bem definido grupo”. Este autor vai provocar, com seu artigo, hoje clássico, sobre a força dos vínculos fracos, uma ruptura em tal tendência, abrindo novas perspectiva na análise das redes sociais.

A teoria das redes sociais parte do princípio de que conexões entre indivíduos constituem elementos agregativos básicos das relações sociais. Uma mensuração consoante uma certa escala pode ser atribuída à força de uma conexão (laço) interpessoal. Isso poderia envolver uma combinação linear (ou não) de atributos da conexão, como: período da interação, intensidade emocional, intimidade, mutualidade do suporte recíproco, etc. Daí poderia emergir a definição de dois tipos de laços, situados em dois extremos de uma escala: fortes e fracos. Os últimos, de acordo com a literatura prevalente, tendem a ser mais estreitos e restritos aos propósitos, tarefas, projetos e atividades

momentâneas. Também são exercitados de maneira mais infreqüente e na base do “estritamente necessário”, distintamente de formas mais regulares e rotineiras. Ademais, são dotados de maior mobilidade, neutralidade emocional e difusão espacial.

A visão convencional é de que a prevalência de laços fortes, embora possa facilitar o consenso grupal, tende a reforçar as barreiras excludentes de acesso ao grupo. Por seu turno, os “laços fracos médios” tenderiam, em contraposição aos “laços fortes médios”, a reforçar a capacidade de transmissão de informação para um dado grupo social. Ou seja, a informação de relevância, seja a inovação tecnológica, o rumor político, a “fofoca”, etc., poderia fluir através de um número maior de indivíduos, em tempo menor, ao longo de uma maior distância social, quando transmitida por meio de laços fracos em vez de fortes. A razão dessas assertivas estaria vinculada ao significado dos laços fracos como “pontes” redutoras de distâncias sociais e, como tal, essenciais ao fortalecimento das oportunidades individuais e de interação social. Tal conceito de ponte, enriquecido por Granovetter (1973), a partir dos trabalhos seminais da sociologia, da epidemiologia, da topologia e da economia regional, guarda relação de univocidade com a noção de laços fracos. Estes, por seu turno, facilitam a compreensão dos processos de difusão espaço-temporal da informação (sensu lato) num contínuo social.

1.1.1 Granovetter e a noção de “laços fracos”

Granovetter (1973), na sua análise sobre os vínculos sociais, recorre a noções intuitivas sobre a potência de um vínculo interpessoal, que levam em consideração “uma combinação de quantidade de tempo, intensidade emocional, intimidade e reciprocidade de serviços que caracteriza um vínculo” (1361). Tais atributos, embora fortemente interconectados, seriam, segundo o autor, independentes entre si. Granovetter salienta que “quanto mais forte os vínculos

conectando dois indivíduos mais similares eles são” (1362). Dessa maneira, enquanto vínculos fortes sugerem redes (comunidades ou conjuntos) coesas e interconectadas, vínculos fracos sugerem contatos e relacionamentos eventuais e mais superficiais, que se estabelecem entre diferentes redes.

Nesse contexto, vínculos fracos seriam aqueles menos intensos. Granovetter recorre a um conceito de pontes, ou seja, “uma linha em uma rede que provê a única passagem entre dois pontos” (1364) e, como tal, transforma-se em uma rota de informação e ou influência que gera **difusão**. Para ele, “exceto em condições muito particulares ,nenhum vínculos forte é uma ponte” (1364) e “todas as pontes são vínculos fracos” embora “nem todos os vínculos fracos sejam, automaticamente, pontes” (1364).

Avaliando a importância das pontes, Granovetter salienta que “uma ponte local em uma rede social será tão mais significativa como uma conexão entre dois setores à medida que se constitui na única alternativa para várias pessoas” A relevância dos vínculos fracos residiria, exatamente, naqueles capazes de criar mais pontes locais. No caso, a eliminação de um vínculo fraco pode ser mais danosa para as probabilidades de transmissão do que a eliminação de um vínculo forte” (1973:1366). Introduz, aí, um conceito fundamental de “distância social”. A “distância social” entre dois indivíduos em uma rede pode ser definida como “o número de linhas em um caminho mais curto entre eles” (1973:1316), ou seja, de intermediários necessários (pontes), capazes de permitir a conexão entre os dois indivíduos. Afirma que “quanto menos contatos indiretos alguém possui mais encapsulado estará em termos de conhecimentos do mundo além de seu círculo de amigos. Vínculos fracos que formam pontes (e os consequentes contatos indireto) são importantes.” (1371).

Granovetter defende, no seu artigo, a primazia dos laços fracos sobre os fortes nos processos de difusão, apesar de muitos estudos sobre difusão terem concluído que os contatos pessoais são cruciais. Para o autor, vários destes

estudos não se utilizaram de investigações sociométricas ou a utilizaram de maneira inadequada. Granovetter (1973:1366) pondera que, “qualquer que seja a natureza da difusão esta pode atingir um número maior de pessoas e atravessar grandes distâncias sociais, quando transmitida através de laços fracos ao invés de fortes”. As considerações de Granovetter tiveram grande repercussão no âmbito dos estudos das organizações (ver, por exemplo, Krackhard, 1992).

Avaliando as proposições de Granovetter, pode-se afirmar que:

- i.) o cerne de sua análise repousa nos conceito de densidade de redes e de “pontes”. Existem, para ele, dois tipos de redes: mais densas e menos densas (estas, caracterizando os vínculos fracos); existe alta correlação entre vínculos fracos e a presença de “pontes”, com capacidade de transposição e conexão entre grupos sociais (redes) distintas;
- ii.) Granovetter abandona o sentido prévio que havia abraçado para conceituar a força de um laço (representada, entre outros atributos, pela “quantidade de tempo aí alocada” ou pela frequência de contatos entre dois indivíduos) e termina por incluir os “vínculos fracos que não se caracterizam como pontes” no conjunto dos vínculos fortes, quando afirma que “vínculos fracos que não formam pontes locais podem, perfeitamente, ser computados como vínculos fortes, para maximizar a separação entre redes densas e redes menos densas.” (1973:1370). Passam a existir, dessa maneira, para Granovetter, dois conjuntos distintos de redes de um ego, formados a partir da natureza do vínculo: i). vínculos fortes e vínculos fracos que não formam pontes e ii) vínculos fracos que formam pontes. Haveria, no primeiro caso, a presença de vínculos entre as pessoas que não apenas conhecem umas às outras, mas também que

possuem poucos contactos não vinculados com o ego. Já, no segundo caso, os contatos do ego não apenas carecem, em geral, de vínculos entre si, mas também são conectados por indivíduos não vinculados ao ego, de maneira que os contatos indiretos são, em geral, aí alcançados.

- iii.) Granovetter (1973:1364), na sua tentativa de caracterizar uma ponte, faz, também, algumas concessões conceituais. Por um lado, considera que os vínculos fortes podem ser, em condições especiais, uma ponte (“um vínculo forte pode se constituir em uma ponte apenas no caso de nenhuma facção possuir qualquer outro vínculo forte, o que é improvável em uma rede social de qualquer tamanho”). Por outro, salienta que nem todos os vínculos fracos são pontes (“todas as pontes são vínculos fracos” embora “nem todos os vínculos fracos sejam, automaticamente, pontes”).
- iv.) A proposição não se preocupa em captar nem o sentido da gradação na intensidade de um vínculo (vínculos mais fracos até vínculos mais fortes), nem o caráter dinâmico das redes sociais. Laços fracos continuados podem se transformar em laços fortes, ensejando, inclusive, o nascimento de novas organizações.
- v.) Embora refutando, explicitamente, a importância e o “poder dos vínculos fortes”, Granovetter reintroduz, com seu conceito de *embeddedness*, a importância dos laços fortes, como será verificado em seguida.

1.1.2 A construção do conceito de *embeddedness* (enraizamento)

O conceito de enraizamento, ou *embeddedness*, passou a ser amplamente utilizado, em várias ciências sociais – sociologia, economia, antropologia geografia e teoria das organizações - após a divulgação de um trabalho de

Granovetter (1985). Seu impacto, tanto nos estudos organizacionais quanto nas abordagens territoriais, tem sido crescente.

Granovetter, defendendo a proposta de que o comportamento e as instituições econômicas são afetados por relações sociais, lança a proposição do enraizamento (*embeddedness*), ou seja, “o argumento que o comportamento e as instituições a serem analisadas encontram-se de tal forma condicionadas por relações sociais existentes que concebê-los como independente é um erro sério” (1985:481). O comportamento econômico e as transações econômicas constituem o foco principal de interesse e o autor vai desenvolver seu argumento contrapondo-o, a título de exemplo, aos pressupostos existentes na teoria dos custos de transação, de Williamson (1975; 1992; 1994; 1996; 2005). Para ele, o que determina e condiciona as transações econômicas é a natureza das relações sociais existentes e não exatamente a busca por redução nos custos de transação. Segundo Wilkinson (2005:5), “ao opor tanto ao ahistoricismo da economia quanto ao evolucionismo implícito no modelo enraizamento/desenraizamento, Granovetter afirma que nem a economia tradicional foi totalmente desprovida do cálculo nem a economia moderna foi isenta de ingerência social”.

Observando o fenômeno das pequenas empresas, Granovetter salienta que uma explicação comum entre analistas da economia dual, sobre a persistência de um grande número de empresas menores na periferia, seria a necessidade das grandes corporações transferirem riscos associados à flutuação cíclica da demanda ou às incertezas das atividades de pesquisa e desenvolvimento. Nestes casos, a falência de pequenas unidades não afetaria, de maneira adversa, os ganhos das grandes empresas. Em vez de lançar mão deste argumento, Granovetter pondera que, “as pequenas empresas podem, de fato, persistir em um mercado (...) porque uma densa rede de relações sociais encontra-se sobreposta às relações de negócios, conectando tais firmas e

reduzindo pressões para integração” (1985:504). Tais considerações, na visão do autor, não abandonam a noção de transferência ou deslocamento de risco, mas apresentam maior capacidade explicativa para o fenômeno associado à presença de um grande número de pequenas empresas caracterizadas não exatamente como satélites ou detentoras de status periférico.

Abordando o caso extremo de conflito e “guerras” no mundo dos negócios – capazes de provocar rupturas e facções, sejam dentro de organizações e entre empresas e grupos rivais – Granoveter salienta que tais eventos ocorrem, apenas, se os vínculos cruzados entre os atores de ambos os grupos forem insuficientes. Caso contrário, existirão “atores com vínculos suficientes em ambos os lados potencialmente combatentes, dotados de grande interesse em evitar conflitos” (1985:491). As redes sociais podem conectar empresas diferentes de várias maneiras, gerando benefícios para ambas, desde a presença de uma mesma pessoa atuando, por exemplo, no conselho de duas diferentes empresas e realizando um papel fundamental de intermediação e de diluição de conflitos eventuais entre ambas ou, eventualmente, de construção de estratégias associadas, até, também, viabilizando a presença de um fluxo de comunicação que se estabelece entre empregados de diferentes empresas concorrentes.

Referindo-se à confiança, capaz de surgir a partir da repetição de transações entre distintos atores no mercado, afirma que “nascidas de motivos puramente econômicos, relações econômicas repetitivas tornam-se, freqüentemente, revestidas de conteúdo social, que enseja forte expectativa de confiança e ausência de oportunismo” (1985:61). Nota-se, aí, que o foco determinante do argumento de Granovetter está na freqüência e no caráter repetitivo da relação, que termina por gerar a confiança entre os atores envolvidos. Esta constatação é importante, visto que muitas das utilizações posteriores do conceito de *embeddedness*, sobretudo na dimensão territorial, partiram do pressuposto de que, em âmbito local, é possível existir, sempre, a

confiança. O autor salienta que “o argumento do *embeddedness* realça (...) o papel das relações sociais concretas e das estruturas (ou “redes”) de tais relações na geração da confiança e no desestímulo à desonestidade” (1985:60).

O ponto fundamental do argumento de Granovetter é o de que, no dia a dia, as relações mercantis e sociais se interpenetram e se reforçam, mutuamente, contrariando os pressupostos básicos do modelo econômico neoclássico. Para o autor, “o mercado anônimo do modelo neoclássico é, virtualmente, não inexistente na vida econômica. Salienta que as transações de todo tipo estão repletas de conexões sociais” (1985:63). Existiria um reforço mútuo entre as relações mercantis e as sociais, pois “relações comerciais extravasam em direção à sociabilidade e vice a versa” (1985:63). Relações sociais e mercantis encontram-se, de certa forma, tão imbricadas e entranhadas umas nas outras que seria difícil caracterizar uma situação de causa e efeito entre elas ou, mesmo, estabelecer uma linha divisória entre elas. Relações mercantis encontram-se, em muitos momentos, condicionadas por relações sociais. Por outro lado, relações mercantis, se recorrentes, podem gerar, por sua vez, relações sociais que suportam e reforçam as primeiras e podem provocar o surgimento de novas instituições.

Para Granovetter, “as instituições econômicas não emergem automaticamente. São, antes, construídas por indivíduos cuja ação é, ambos, facilitada e limitada pela estrutura e pelos recursos disponíveis nas redes sociais onde encontram-se *embedded*” (1991:9). Também as empresas, os grupos de empresas e as indústrias “se e quando são organizadas, são uma construção social” (1991:14) e que, no caso da evolução de uma indústria (ou de firmas ou grupos de negócios), instituições econômicas estáveis começam como um acréscimo de padrões da atividades ao redor de redes pessoais. Sua estrutura reflete aquela das redes e, mesmo quando estas não existem mais, as instituições adquirem vida própria” (1991:15). Assim, “ações coletivas e individuais,

canalizadas através das redes pessoais existentes, determinam quais possibilidades de fato ocorrerão” (1991:15). Dessa maneira, “mesmo em condições econômicas e técnicas idênticas, os resultados podem ser muito diferentes, se as estruturas sociais são diferentes” (1991:16).

Analisando-se as proposições de Granovetter sobre *embeddedness* pode-se afirmar que:

- i.) tal conceito trouxe uma grande inovação para a análise das instituições e das transações econômicas, projetando luz sobre interfaces e interações entre as dimensões econômicas e relações sociais;
- ii.) mostrou que, dentro de um dado escopo de possibilidades técnicas e econômicas possíveis, prevalecerão aquelas determinadas pela natureza das relações sociais aí existentes;
- iii.) salientou que não existe “relação mercantil” pura. Relações mercantis encontram-se enraizadas em relações sociais e é impossível avaliá-las de maneira segmentada ou independente;
- iv.) na essência do argumento do *embeddedness*, existe uma preocupação com a densidade (frequência da interação) das relações sociais, já manifestada com seu argumento sobre a “força dos laços fracos” e a possibilidade de estabelecimento de pontes entre atores e grupos sociais ou redes distintos;
- v.) a noção de que atores dotados de redes extensas, capazes de conectar um número maior de diferentes “campos institucionais” e grupos sociais (redes) distintas, gozarão de vantagens diferenciadas.
- vi.) a concepção de Granovetter, embora fundamental, é um tanto vaga. Mesmo suas tentativas mais recentes (2001 e 2005) não parecem ter sido suficientes, no sentido de dotá-la de maior precisão. A

discussão, por exemplo, sobre “quem” encontra-se *embedded*, “em quê” é deixada em aberto. Pode-se daí depreender que o sujeito de interesse pode ser tanto um indivíduo, como uma organização, uma rede organizacional ou uma comunidade. Seu caráter, ao mesmo tempo provocativo e vago, vem gerando muitos desdobramentos distintos, seja nas abordagens sociológicas, antropológicas ou econômicas.

Granovetter antecipou, de certa maneira, as inúmeras utilizações que teria o argumento do *embeddedness*, quando afirmou acreditar que ele “tem uma aplicabilidade muito geral” (1985:76). E estava correto. Vários autores, a partir dele, retomaram tal conceito, buscando reformulá-lo ou utilizá-lo das mais diferentes formas e nos mais variados contextos. Tanto o conceito sobre a “força dos laços fracos” como o de *embeddedness* tiveram ampla difusão na literatura, tendo motivado os mais variados estudos. O argumento de *embeddedness* terminou por se tornar dominante, inclusive para o próprio Granovetter. O autor a ele retorna, recorrentemente (1986; 1991; 1992a; b; 1994 a; b; c; d; 2001; 2005). Tal argumento incorpora, de certa forma, parte da problemática associada aos laços fracos e pontes.

1.1.3 A evolução das concepções sobre *embeddedness*

A intensidade de difusão do conceito de *embeddedness*, na literatura corrente, gerou, concomitantemente, uma grande variedade de usos e, muitas vezes, um certo distanciamento das concepções originais, sejam de Polanyi ou de Granovetter. Vários autores tentaram dotar o conceito de maior precisão. Tal tema é tratado por Hess (2004) que, reconhecendo o caráter, às vezes, fluido e ambíguo do conceito, procura “discutir os diferentes usos e sentidos do termo, colocando a questão de quem encontra-se *embedded* em quê” (p.167). Para este

autor, *embeddedness* significa “as relações sociais entre, ambos, atores econômicos e não econômicos (indivíduos ou grupos agregados de indivíduos, ou seja, organizações) e ação econômica inseridas/assentadas em estruturas sociais” (p.176).

O interesse despertado por tal tema, associado, eventualmente, à busca por maior precisão, motivou alguns autores a explorarem outros tipos possíveis de *embeddedness* ou, então, a identificarem possíveis categorias de *embeddedness*, existentes no interior do conceito original de Granovetter. Hess (2003:176), por exemplo, considera que existem três tipos de *embeddedness*: societal, de redes e territorial. Halinen & Törnroos (1998) identificam a presença de seis diferentes tipos: social, tecnológico, mercadológico, político, temporal e espacial. O conceito de *embeddedness* do mercado - que salienta que cada ator produtivo encontra-se *embedded* em certas condições específicas de mercado, associadas à natureza do produto ofertado, ao tipo de cliente servido, às condições das funções desempenhadas, aos condicionantes de um horizonte temporal e espacial no qual se situa a ação da empresa – pode ser considerado um exemplo da amplitude de utilização de tal conceito.

Zukin & DiMaggio (1990) buscam ampliar o conceito original de Granovetter, introduzindo, além dos mecanismos estruturais de *embeddedness*, já tratados por Granovetter – ou seja, a inserção das transações econômicas na lógica das relações sociais – também os mecanismos cognitivos, culturais e políticos, terminando, conseqüentemente, por reconhecer a existência de quatro tipos.

DiMaggio (1990; 1992; 1994) buscou incorporar, na discussão sobre *embeddedness*, a cultura. Para ele, a ação econômica encontra-se *embedded* não apenas na estrutura social, mas, também, na cultural. A “Economia”, para DiMaggio (1994:28), representa “um conjunto de relações e instituições de produção, troca e consumo”. Para este autor, a cultura pode afetar

comportamento econômico, influenciando a maneira como os atores definem seus interesses, restringindo ou condicionando tais interesses ou moldando a capacidade de um grupo para mobilizar ou definir seus objetivos de mobilização. Tais diferenças, na visão de DiMaggio, fazem mais do que simplesmente mediar influências materiais ou estruturais, como defendido por Granovetter. Certas crenças e normas não podem, simplesmente, ser consideradas como resultantes de localização estrutural, mas são forjadas, também, no interior de grupos de atores, capazes de romper as estruturas prévias. Tal proposição é importante, em face do nosso propósito, visto que destaca, de certa forma, o caráter dinâmico que podem possuir as redes sociais e a capacidade de alteração em um padrão vigente de configuração, pela atuação de atores - individuais ou coletivos - com capacidade de romper a estrutura existente, gerando novas conformações.

Avaliando as quatro dimensões de *embeddedness* elencadas por Zukin & DiMaggio (1990), Oinas (1997) identifica a ausência da dimensão espacial que, segundo ele, encontra-se, em geral, presente (1997:28). Para ele, os atores podem encontrar-se, simultaneamente, enraizados em vários conjuntos distintos de relações, de ordem e espacial e ou social. Pode existir, dessa maneira, algum tipo de hierarquia ou de relação de proeminência entre eles. Nesse contexto, certos conjuntos seriam mais propensos que outros em moldar o comportamento, seja como resultado de tradição - familiaridade cultural, escolhas individuais, preferências associadas a domínios culturais ou inclinação política ou necessidade econômica - associada à dependência de recursos. No caso das empresas, em particular, esta última necessidade exerce forte influência. O tema do *embeddedness* difundiu-se rapidamente nas análises econômicas e organizacionais (ver, por exemplo, Amin, 1993; Grabher, 1993a;b; Dosi & Malerba, 1996; Dacin et al., 1999; Malerba, 2005)

Salienta-se, no entanto, que diferentes tipos de *embeddedness* podem se reforçar mutuamente, como no caso de empresas situadas em um mesmo

território. As interfaces entre *embeddedness* e território vêm atraindo um número crescente de estudiosos e serão abordadas em seguir, dada a associação do tema com nosso interesse corrente, ou seja, o estudo das aglomerações produtivas.

Como já salientado no tópico que aborda o tema das aglomerações produtivas, o sentido de *embeddedness* concebido por Granovetter não realça, de maneira particular, as dimensões espaciais dos laços. O conceito, no entanto, difundiu-se, rapidamente, em várias abordagens regionais. Tal fato justifica-se, sobretudo considerando que pode existir uma correlação entre proximidade física e identidades cultural e emocional. Atores próximos (no sentido físico e ou cultural e ou emocional) gozarão, conseqüentemente, de laços mais densos. Da mesma maneira, atores distantes (no sentido físico, cultural e emocional) poderão gozar de conexões mais frouxas, podendo ser conectados por meio de laços fracos e pontes. Nesse ponto, deve-se concordar com os vários autores que vêm salientando a importância do tema do *embeddedness* espacial nas discussões sobre regiões e territórios. Muitos destes autores, no entanto, vêm assumindo que existe uma correlação direta entre proximidade física e capacidade de estabelecimento de relações de confiança entre os atores locais (ou, colocado de outra maneira, entre distância física e ausência de relações fortes), advindas com o *embeddedness* espacial. Tal fato nem sempre ocorre. Outros fatores são capazes de gerar ou estimular maior ou menor aproximação (ou, eventualmente, aversão) entre as pessoas, como é o caso, por exemplo, dos usos e costumes, de vinculações étnicas ou religiosas, de vários tipos de identidades compartilhadas. O território é tanto um lócus para o exercício da cooperação como também para a competição, o acirramento das disputas individuais e o surgimento de facções.

1.1.4 A dimensão espacial na concepção do *embeddedness*

Subjacente à discussão sobre *embeddedness* territorial existe a reflexão se ele pressupõe ou não a presença de relações pessoais diretas (face a face) e, conseqüentemente, proximidade física (ou seja, a indagação se a proximidade física entre os diferentes atores situados em um mesmo território é fator determinante de competitividade). As evidências aí não são conclusivas. Existem diferentes respostas que variam, sobretudo, em função da natureza do objeto de estudo. Como dois exemplos extremos, podem-se citar, por um lado, o caso da utilização de conceito de *embeddedness* para avaliar uma cadeia de suprimento ou uma rede global de produção e, por outro, para análise das aglomerações produtivas. No primeiro caso, enfatiza-se a interação entre as diferentes empresas, sem maior preocupação com a dimensão local. No segundo caso, realça-se, em excesso, o componente local das relações.

Nos estudos sobre redes organizacionais – associados, por exemplo, a cadeias de suprimento ou a redes globais de produção - a dimensão espacial tem sido, em geral, negligenciada. O *embeddedness*, neste caso, descreve, em geral, uma interconexão de atores (indivíduos ou organizações) e a estrutura de relações entre os atores, em que a dimensão local não é, em geral, importante. Buscam identificar a arquitetura, a dinâmica e estabilidade das relações aí existentes - de natureza formal, interconectadas com relações informais – e o impacto no desempenho desses grupos. Já no campo dos estudos territoriais, no qual se incluem as aglomerações produtivas, o tema do *embeddedness* é tratado de maneira diferente, enfatizando, em geral, a necessidade da interação física entre as empresas e atores produtivos, localizados em um dado território

Segundo Hess (2003:174), os proponentes da literatura sobre *embeddedness* espacial ou local têm concluído que a proximidade espacial facilita relações baseadas em confiança, visto que a construção da confiança é, usualmente, difícil de se obter em relações distantes, que não gozam dos

benefícios da interação face a face. O autor, no entanto, refuta a proposição, saliente nas análises regionais, de que o fenômeno do *embeddedness* possua conotação apenas local. Para ele, tais proposições são dotadas de um sentido de supervalorização do papel das redes locais e obliteram o fato de que, mesmo em uma economia global, seus atores podem se encontrar enraizados, como no caso de redes étnicas transnacionais ou das redes de produção global. Salienta que, “ambas, relações locais e transnacionais, são cruciais para o desenvolvimento e desempenho das regiões e atores envolvidos” (p.176) e que globalização é, antes de tudo, um processo de construção e *embedding* de redes transnacionais, que cria e mantém relações pessoais de confiança de diferentes tipos, intercaladas com escalas geográficas.

O *embeddedness*, focado na dimensão territorial ou local, considera, em geral, que um determinado ator (indivíduo, pares de indivíduo ou organizações) encontra-se enraizado em um determinado território ou lugar e, conseqüentemente, está condicionado pela dinâmica econômica, social e institucional aí presente, ao mesmo tempo em que dela participa. Na dimensão espacial, tal conceito tem sido utilizado para explicar a evolução e o sucesso econômico alcançado por certas regiões e aglomerações produtivas, baseadas em especificidades de sistemas econômicos, sociais e políticos presentes no local e, eventualmente, em sintonia com outras abordagens, tais como a teoria dos custos de transação ou economias de aglomeração (em que pesem considerações do próprio Granovetter sobre incompatibilidades existentes entre *embeddedness* e os pressupostos e conceitos inerentes à teoria dos custos de transação, como já abordado) ou, então, associado à algumas concepções derivadas da literatura sobre capital social.

Merecem destaques, no contexto das análises regionais, as contribuições de Locke (1995, 2001). No seu estudo envolvendo algumas regiões da Itália (1995), o autor demonstra a importância que adquirem as distintas redes

políticas e sociais aí presentes na explicação do desempenho dos respectivos territórios. Já, no seu estudo sobre a realidade presente em duas regiões – nordeste do Brasil e sul da Itália (2001) – o autor avança nas reflexões sobre as interações entre laços, confiança e desenvolvimento territorial e mostra como a confiança pode ser construída, através de um processo interativo e dinâmico, que associa interesses privados e políticas públicas.

Para Harrison (1991:478), o que distingue as novas abordagens territoriais das anteriores é, exatamente, o conceito de *embeddedness*, expresso em termos de situações concretas, em que a confiança é alimentada por contatos freqüentes com outros atores presentes no território, que compartilham o mesmo espaço social e político. Graças à confiança que aí se forma, as empresas são capazes de implementar ações conjuntas. Existiria, na visão deste autor, uma cadeia de relação causal, em que a proximidade leva à experiência que, por sua vez, leva à confiança, que leva à cooperação, que incrementa o crescimento regional. O autor salienta que, provavelmente, “não é uma coincidência que os distritos mais bem sucedidos apresentam uma tendência a serem mais homogêneos seja na dimensão racial ou cultural” (479) e que “nos distritos, a confiança encontra-se mais robustecida pelas relações de contato entre as partes e que isto seria uma expressão concreta de enraizamento” (478).

A proposição de que a proximidade física entre os atores é ingrediente básico para a geração da confiança merece algumas considerações. Alguns autores consideram que a interação e cooperação entre empresas, presentes em um mesmo espaço geográfico, é um fato natural. Para Julien et al. (2002) “as redes – pessoais e de negócios – dentro das quais as empresas mais interagem são, em geral, geográfica e sociologicamente próximas, enraizadas (*embedded*) no ambiente e são conhecidas como vínculos fortes”. (p.1). Tal fato nem sempre é verdadeiro. Existem evidências que atestam, exatamente, o contrário.

A proximidade territorial não é, em geral, por si só, fator determinante para a garantia de um maior relacionamento entre as empresas, mesmo em comunidades menores ou relativamente mais homogêneas. Vários estudos realizados vêm demonstrando, por exemplo, que as empresas não conseguem, com facilidade, implementar ações coletivas ou cooperar entre si, mesmo quando os benefícios parecem óbvios. Schmitz (2001), por exemplo, salienta que, em cluster sem tradição de implementação de ações coletivas, conceitos como o de “eficiência coletiva”- representando um certo tipo de competitividade baseada em relações intensas entre empresas – são, em geral, sem sentido para os atores, visto que tais conceitos não se encaixam nas referências prévias existentes, assentadas em rivalidades locais.

Alguns estudiosos vêm destacando o fato de que a proximidade física poder se tornar, mesmo, um fator adicional de fricção, pois as paixões, preferências e inimizades podem ser amplificadas, funcionando como elemento adicional de inibição à qualquer tentativa de interação. A isso se acrescenta, também, a presença, não infrequente, de distintas facções e grupos sociais, o que pode, eventualmente, inibir, ainda mais, o processo de intercâmbio entre os atores locais. Meyer-Stamer (2000), avaliando as possibilidades de cooperação entre empresa, dentro de *clusters*, pondera que a cooperação é, muitas vezes, difícil de ser obtida, se muitas empresas se especializam em produtos mais ou menos semelhantes. Para ele, “o comportamento negocial das empresas, no dia-a-dia tende a ser oportunístico, sobretudo se as empresas encontram-se desesperadas para vender seus produtos. Se as firmas estão competindo pelos mesmos clientes, elas tenderão a subestimar a cooperação” (p. 8).

Para o autor

“não existe nenhuma razão para acreditar que diferenças politicamente motivadas possam ser mais facilmente superadas a nível local do que em outros níveis. É, até mais provável, que tais diferenças se combinem

com outros fatores - como aversões pessoais, inimizades tradicionais entre famílias ou entre elites, rivalidades econômicas, etc. - e que um conjunto complexo de obstáculos emerge, tornando muito complicada a organização de uma iniciativa coerente” (p. 11).

Salienta-se que um grande número de estudos e pesquisas correntes sobre aglomerações produtivas vem negligenciando ou deixando em plano secundário o papel dos vínculos não locais, concentrando-se no estudo das formas de interação e cooperação endógenas. Nakano (2005:137) refere-se ao problema, afirmando que “pouca atenção tem sido dispensada a um contexto mais geral, muitas vezes associado a ligações globais de produção”. De fato, a ênfase de certas abordagens apenas na dimensão local das interações afeta a plena compreensão do fenômeno de interesse.

Jou & Chen (2001), no seu estudo sobre as aglomerações da indústria de circuitos integrados de Tawain, observou que as empresas são capazes de estabelecer tanto vínculos fortes como vínculos fracos com atores dentro ou fora de seu território. Os autores chamam a atenção para o fato que as redes industriais de Tawain são mais do que redes regionais e, assim sendo, “são mais do que um modelo de distrito industrial consegue explicar, pois os relacionamentos destas redes não se limitam a conexões locais. Incluem uma combinação balanceada de vínculos locais e globais que evitam o problema de trancamento – *lock in* - ocorrido em outros distritos”.

Apesar da contribuição de vários autores, a concepção espacial de *embeddedness* mantém, ainda hoje, o mesmo caráter vago da concepção original de Granovetter. Tal proposição pode ser verificada, por exemplo, com Dickens & Thrift (1992:287), os quais salientam que as

“organizações econômicas são resultantes de um processo histórico complexo de enraizamento, que envolve uma interação entre características econômicas, políticas, sociais, culturais e cognitivas

específicas de uma empresa no seu território (...), aquelas presentes nas suas operações geograficamente dispersas e pressões competitivas e tecnológicas que aí incidem”.

Nesta acepção tão ampla, *embeddedness* pode se tornar um conceito ambíguo.

Oinas (1997), referindo-se à natureza corrente de utilização de *embeddedness*, salienta que a ambigüidade fica bem evidente no uso contemporâneo do termo. Qualquer interpretação parece ser legítima. Claro está que o termo pode ser usado em qualquer que seja o sentido de interesse de alguém, o que o torna, no entanto, sem utilidade. O autor salienta que “embora a noção de *embeddedness* permaneça vaga, ela direciona nossa atenção para aspectos de relações de firmas e seu ambiente que não são nem muito bem compreendidos ou conceituados através de dados”. Salienta, ainda, que “longe de ser um conceito bem desenvolvido, *embeddedness* permanece uma noção vaga e pouco desenvolvida” (1997:23). No entanto, segundo este mesmo autor:

“a idéia de embeddedness representa uma tentativa de melhor compreender aspectos das relações externas das empresas que não podem ser capturados por conceitos tradicionais (...) No entanto, tais aspectos podem afetar a competitividade das empresas e o desenvolvimento de regiões” (1997:30).

Afirma, também, que “o pleno potencial e significado do termo encontra-se, ainda, em processo de elaboração” (1997:25). Referindo-se à problemática espacial, salienta que:

“nessas análises existe a necessidade de se esclarecer o que significa para uma empresa estar enraizada de várias maneiras em contextos sociais e espaciais distintos e, também, sobre o processo complexo através do qual a evolução das regiões encontra-se associada a das empresas”.

Síntese

Como visto, evidências empíricas sugerem a dificuldade de se estabelecer uma correlação direta entre proximidade física e capacidade de cooperação e competitividade. Da mesma maneira, não parece existir evidência suficiente para atestar a proposição de correlação direta e unívoca entre, por um lado, vínculos locais e, por outro, densidade ou intensidade da interação. Ou, colocado de outra maneira, entre, por um lado, vínculos externos e, por outro, vínculos frouxos ou fracos. Vínculos locais podem ser tanto fortes quanto fracos. Da mesma maneira, vínculos externos podem ser tanto fortes quanto fracos. Nesse contexto, o que nos parece fundamental considerar é a dinâmica de equilíbrio entre vínculos locais - sejam fortes ou fracos - e vínculos externos.

Parte das contradições e ambivalências hoje presentes na utilização desse conceito liga-se, certamente, ao seu caráter abrangente e difuso. A incorporação da dimensão espacial não foi suficiente para dotar o conceito de maior precisão. Ao contrário, parece que ampliou tais características.

Alguns pontos sobre *embeddedness* e sua associação com o tema do território merecem ser salientados:

- i.) no cerne da discussão de *embeddedness*, de Granovetter, situa-se a noção de que as instituições econômicas e as transações mercantis encontram-se enraizadas em relações sociais concretas e localizadas;
- ii.) destaca-se, nesse contexto, o tema da densidade dos vínculos sociais (no qual se situam os conceitos associados à “força do vínculo fraco” e à noção de “pontes”);
- iii.) pode existir alta correlação entre densidade de laços e proximidade física (ou seja, presença física em um mesmo território). Esta, no entanto, não é determinística. Para existir, deve estar ancorada também em outros tipos de proximidade, ou seja, cultural, política,

etc. Estas últimas sugerem, além da proximidade física, a presença de identidades compartilhadas. Apenas a proximidade física entre dois atores – que não gozam de maiores identidades - pode não ser suficiente, para garantir a densidade da interação. Em alguns casos, a proximidade física – sem a presença da identidade – pode provocar, inclusive, maiores atritos e distanciamentos;

iv.) pode existir, também, alguma correlação entre, por um lado, distância física e, por outro lado, laços fracos. Esta correlação, no entanto, nem sempre é determinante. Pode existir contexto em que dois atores - situados em espaços geográficos completamente diferentes e distintos – são capazes de desenvolver forte identidade ou gozar de grande interação. Isso é possível, quando existe um senso de identidade ou um propósito comum unindo ambos;

v.) dessa maneira, o mais fundamental, na análise territorial, não é, exatamente, que relações locais são sempre densas, enquanto que relações externas são sempre frouxas e fracas. O que importa é a compreensão de que os laços locais, unindo os diferentes atores produtivos, podem ser, igualmente, fortes ou fracos. Por outro lado, os laços que vinculam os atores locais com as várias redes e grupos situados fora do território podem ser, ao mesmo tempo, também densos e fracos.

Às indagações levantadas por Hess, sobre “quem encontra-se *embedded* em quê” (2003:171), podem-se acrescentar algumas outras: quais são, exatamente, os indicadores que distinguem condições diferenciadas de *embeddedness*? Seria possível uma definição prévia de certas características presentes no fenômeno, capazes de antecipar, a priori, a evolução de certas iniciativas econômicas ou a análise seria, sempre, realizada a posteriori? Caso

não haja resposta a questões deste tipo, *embeddedness* serviria, apenas, para tentar explicar, *a posteriori*, eventuais resíduos, que outras abordagens em uso não conseguissem abarcar? Careceria de maior precisão e de capacidade operacional? Respostas a questões deste tipo permanecem inconclusivas.

Parece que grande parte do problema ou da contradição existente entre as diferentes abordagens reside, sobretudo, em três dimensões: i) na diferenciação existente entre os objetos ou enfoques de análise – a exemplo de uma rede de fornecedores (que pode ou não encontrar-se condicionada por fatores espaciais) ou de uma aglomeração produtiva; ii) na ênfase em apenas uma das dimensão da temática das redes. Ou seja, apenas na importância dos vínculos locais como fator de competitividade ou, no outro extremo, somente na importância dos vínculos fracos com o mundo exterior, como fator de competitividade e iii) no pressuposto da existência de correlação direta, seja entre vínculos fortes com os vínculos locais, seja entre vínculos externos com vínculos fracos ou frouxos.

Na Tabela 1 encontra-se uma síntese dos pontos mais salientes dos argumentos apresentados pela literatura sobre redes sociais e os seus principais pontos vulneráveis ou ausência observadas, em face do tema de interesse.

As considerações acima demonstram que as proposições sobre *embeddedness*, para serem apropriadas de maneira adequada, na análise das aglomerações produtivas, devem ser, antes, melhor estruturadas. Considera-se que tal tarefa pode ser realizada por meio de um casamento entre a abordagem das redes sociais - como proposta por Granovetter – e as abordagens sobre capital social, centradas no conceito de redes. Embora se constituam, atualmente, alternativas distintas no campo das ciências sociais, possuem, na visão da autora desta tese, grande sintonia e similaridade entre si e podem, perfeitamente, se complementar. Para demonstrar isso será explorada, em seguida, a ampla e rica literatura, hoje existente, sobre capital social.

TABELA 1 As proposições sobre “laços fracos” e *embeddedness* e seus pontos de maior vulnerabilidade

Proposta*	Pontos salientes*	Pontos vulneráveis ou ausências mais freqüentes observadas em face do interesse corrente de análise*
Laços fracos (Granovetter)	<ul style="list-style-type: none"> -noção de densidade ou freqüência de relação (laços densos x laços fracos) -“poder do vínculo fraco” - noção de “ponte” entre diferentes redes/grupos sociais, via intermediação de um ator - a importância dos vínculos fracos para oportunidades individuais - a importância da variedade e diversidade de laços fracos - a necessidade de laços fracos para o surgimento da liderança e da atividade empreendedora - os riscos e inconvenientes das relações densas, no interior de grupos homogêneos - a possibilidade de transposição micro e macro de análise 	<ul style="list-style-type: none"> - “retrato” de uma dada estrutura social (posição mais estática), sem maiores considerações com o caráter dinâmico da estrutura ou com o conceito de “estoque” de relações - ausência de preocupação com a proposição que laços “fracos” podem se transformar em laços “fortes” - conceito binário: laço fraco ou laço forte, sem maior preocupação com uma gradação entre eles - ênfase excessiva no “poder do vínculo fraco” e desconsideração do “poder do vínculo forte” - certa confusão conceitual entre densidade e ponte (conjunto formado por laços fracos e fortes que não formam pontes versus conjunto formado por laços fracos que formam pontes) - indefinição quanto à natureza do ator de interesse
<i>Embeddedness</i> (Granovetter)	<ul style="list-style-type: none"> Instituições e relações mercantis entranhadas nas redes sociais. -a relevância das redes sociais para as relações econômicas. - a natureza do empreendimento condicionada pela natureza das redes sociais presentes - esboço da noção de redes, na origem das instituições 	<ul style="list-style-type: none"> - conceito, embora inovador e importante, muito amplo, vago e impreciso. - ambigüidade: embora desconsiderando o “poder do vínculo forte”, ênfase na noção de freqüência da relação para caracterizar a situação de <i>embeddedness</i> nas transações econômicas. - indefinições conceituais: quem ou o que se encontra <i>embedded</i> em quê? - ausência de foco territorial ou espacial

Continua...

TABELA 1 Continuação.

Proposta*	Pontos salientes*	Pontos vulneráveis ou ausências mais freqüentes observadas em face do interesse corrente de análise*
Desdobra- mentos para <i>embeddedness</i> espacial	- noção de território como “lócus” de interação entre atores produtivos distintos - o papel da cooperação entre as empresas locais como determinante da competitividade - ênfase no papel central das relações pessoais locais na geração da confiança -- o “poder dos vínculos fracos” na inovação	-pressuposto, por um lado, de correlação direta entre vínculos internos e denso e, por outro, entre vínculos externos e fracos - vínculos locais usados, muitas vezes, como sinônimo de vínculos densos e externos como sinônimos de fracos -pressuposição que proximidade física é garantia suficiente para cooperação - ênfase, em geral, em formas mais explícitas ou institucionalizadas de interação para medir cooperação (ex.: presença de cooperativa, centrais de compras, etc.) - preservação do caráter vago, abrangente e amplo do conceito, garantindo pesquisas com resultados contraditórios entre si - ausência de um aparato conceitual-teórico organizado e estruturado para análise de aglomerações produtivas

* Diferentes autores tentaram complementar ou dotar o conceito de maior precisão. A literatura hoje existente é ampla, rica e diversificada, não se caracterizando, ainda, como um corpo integrado e coerente.

1.2 Capital social e redes sociais

O termo capital social tem sido amplamente utilizado, nos vários ramos das ciências sociais, para expressar diferentes percepções, preocupações e sentidos². O conceito vem ganhando projeção também nos estudos

² A expressão “capital social” parece ter sido utilizada, primeiramente, por Hanifan (1976), então superintendente escolar de West Virginia, nos Estados Unidos, para explicar a importância da participação comunitária na melhoria dos estabelecimentos escolares. O conceito e seu sentido foram, posteriormente, retomados por Jacobs (2000), na sua obra *Morte e Vida das Cidades Americanas*. Segundo este autor “para ser possível realizar a auto-gestão em um determinado lugar deve haver, acima de qualquer flutuação da população, uma certa permanência das pessoas que forjaram a rede de relações do bairro. Essas redes são o capital social urbano insubstituível. Quando se perde esse capital (...) a renda por ele gerada desaparece e não volta, senão quando se acumular, lenta e ocasionalmente, um outro capital” (2000:67).

organizacionais (ver Vale et al, 2006b). A percepção comum, presente na maioria dos estudos na área organizacional, é a noção de que capital social é capaz de captar uma estrutura fundamental da vida social, ou seja, “a noção que os vínculos sociais de determinados tipos (por exemplo, amizade) podem, freqüentemente, ser utilizado para atender a diferentes propósitos (ou seja, suporte moral ou material, orientações econômicas ou não econômicas)” (Adler & Kwon, 2002:17).

Se existe, por um lado, um relativo consenso na literatura, em geral, de que capital social é derivado das relações sociais, existe, por outro lado, uma controvérsia sobre os aspectos das relações sociais, subjacentes ao capital social. Seriam as estruturas formais dos vínculos que forjam as redes sociais o mais importante (como no caso dos conceitos de Burt de buracos estruturais ou pontes) ou seria, alternativamente, o conteúdo destes vínculos (normas, crenças e habilidades compartilhadas) ou ambos? Tais questões levantam não apenas problemas conceituais, mas também, de natureza metodológica.

Da mesma maneira que *embeddedness*, capital social vem se constituindo um conceito bastante elástico e abrangente. Para Lin et al. (2001:p.vii), a multiplicidade de perspectivas de uso do conceito vem trazendo o perigo de utilização inadequada e livre do termo, comprometendo, muitas vezes, seu atributo científico, sujeito ao teste rigoroso, tanto teórico como de pesquisa, de *validity* and *reliability*. Outros autores compartilham a mesma preocupação. Narayan & Pritchett (1997:2), por exemplo, salientam que capital social é “uma noção que significa muitas coisas para muitas pessoas”. Lappe & Du Bois (1997:119) o visualizam como “um termo maravilhosamente elástico”.

O propósito, nesta sessão, é o de apresentar as principais linhas de discussão e reflexão sobre capital social, buscando identificar os elementos comuns existentes entre elas e os pontos de controvérsia para, a partir daí, construir a proposição central desta tese, sobre Capital Social Relacional ou

Capital Relacional. A análise será dividida em três grandes blocos ou planos: plano conceitual, plano das proposições teóricas e plano das conseqüências. No plano conceitual, situa-se uma reflexão sobre as proposições em torno de seu caráter coletivo (associado a virtudes cívicas) ou individual (como recurso de atores inseridos em redes). No plano das proposições teóricas, serão avaliados três temas. Em primeiro lugar, a noção de capital social presente em redes densas e fechadas versus capital social em redes abertas e fragmentadas. Em segundo lugar, capital social como recurso inserido no interior de uma rede versus capital social como recurso externo. Em terceiro lugar, as interconexões existentes entre relações sociais e mercantis. No plano das discussões sobre suas conseqüências serão abordados os benefícios e inconvenientes do capital social e introduzida, ao final, uma consideração sobre a natureza dos recursos enraizados – *embedded* - nas redes. Será realizada, em seguida, uma reflexão entre as interfaces entre relações mercantis e sociais na construção do capital social e sobre as peculiaridades do capital social enquanto um tipo particular de capital. Busca-se, com isso, extrair, da ampla literatura hoje existente, alguns traços comuns e básicos e apresentar, ao final, uma proposta de associação do conceito de capital social com as proposições anteriores, derivadas da teoria das redes sociais

Na acepção aqui presente, capital social representa o conjunto de recursos enraizados em redes sociais, de usufruto de atores – individuais ou coletivos-, e resultante de relacionamentos, conexões e laços. Tais recursos lhes garantem informação, permitem acesso a recursos valiosos e geram oportunidades, ajudando-os na obtenção de certos resultados. Diferentes combinações de vínculos e conexões podem ser de maior ou menor utilidade, dependendo da natureza do resultado ou do propósito pretendido.

1.2.1 A discussão no plano conceitual: capital social como um bem coletivo ou um ativo individual

Analisando-se a ampla literatura disponível sobre capital social pode-se identificar que existem, no plano conceitual, duas grandes linhas de concepção sobre capital social. A primeira define capital social como um recurso coletivo, enquanto a segunda considera capital social como um ativo individual, de propriedade de um ator inserido em redes sociais. Tais concepções parecem, à primeira vista, inconciliáveis entre si. Cada uma delas será analisada.

Alguns autores abordam o tema do capital social sobretudo como um ativo coletivo. Na origem desta proposição situa-se Coleman (1988; 1990) que, transpondo a análise do âmbito micro para macro, salienta a noção que capital social é um bem público ou coletivo, inserido na estrutura social e, como tal, capaz de beneficiar o grupo como um todo. Este autor, preocupado com o efeito ou função do capital social na estrutura, define capital social como:

“o agregado de recursos atuais ou potenciais vinculados à presença de uma rede estável de relações de reconhecimento mútuo, mais ou menos institucionalizada, ou, em outras palavras, a associação a um grupo, resultante de uma união de agentes que compartilham ativos comuns e ligados por laços de natureza utilitária”. Salienta que “a função identificada pelo conceito de capital social equivale ao valor dos aspectos da estrutura social para o ator, como recursos que ele pode utilizar para atingir seus objetivos” (1988:101).

Para Coleman, todas as relações sociais e estruturas sociais (aí incluindo as baseadas em obrigações, expectativas e confiabilidade de estruturas; os canais de comunicação; as normas e sanções sociais efetivas) constituem recursos de capital social úteis para os indivíduos. Reconhece, no entanto, que certos tipos de estruturas sociais são particularmente importantes para facilitar algumas formas de capital social. Entre elas inclui as redes sociais densas e fechadas, que

“garantem a confiabilidade das estruturas sociais e permitem a proliferação de obrigações e expectativas” (1988:107).

Putnam (1993; 1995; 1996), um dos principais responsáveis pela ampla difusão do conceito nas ciências sociais, a partir da década de 1980, também visualiza capital social como um ativo comunitário e associa-o a virtudes cívicas, provenientes de raízes sociais históricas e culturais profundas. No seu estudo sobre a Itália (1993), utilizou o conceito de capital social para explicar o desenvolvimento diferenciado entre o norte - mais avançado, onde prosperavam as relações sociais baseadas em confiança mútua e compartilhamento, originando as confrarias, guildas, sociedades de assistência mútua, cooperativas e sindicatos - e o sul - onde imperavam relações de natureza mais hierarquizadas e rígidas.

Putnam, como Coleman, busca compreender como, na complexidade da sociedade moderna, pode surgir a confiança (considerada por ele fundamental, embora não suficiente para garantir a cooperação). Nesse sentido, “as regras de reciprocidade generalizada e os sistemas de participação cívica estimulam a cooperação e a confiança social porque reduzem os incentivos a transgredir, diminuem a incerteza e fornecem modelos para a cooperação futura”. Em artigo posterior, (1995) Putnam, observando o declínio no nível de participação em atividades de grupos nos Estados Unidos, manifestou a preocupação com a qualidade da democracia e a qualidade de vida do país. Capital social seria um elemento indutor da democracia e do desenvolvimento econômico, estando associado a certas características da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuem para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas.

As proposições acima vêm alimentando várias linhas de debate e reflexão sobre capital social, criação de confiança, participação cívica e desenvolvimento, gerando adeptos (ver, por exemplo, Fukuyama, 1995; 1996;

1999; Brehan & Rahn, 1997) e críticos. Os críticos desta vertente realçam, sobretudo, a ausência de maior precisão e rigor científico no conceito e a confusão existente entre causa e consequência de capital social. Sobel (2002:140), por exemplo, avaliando a obra de Putnam, salienta que esta “confunde causa e efeito” e que “tratar a redução na confiança como uma evidência direta de declínio em capital social seria o mesmo que igualar capital social com bons resultados”. Também afirma (2002:143) que o trabalho de Putnam “contém uma tese poderosa, dados extensos e análise estatística rudimentar”.

Outros autores abordam o tema do capital social como um ativo ou recurso de natureza individual, capaz de ser apropriado por indivíduos, que daí podem derivar benefícios de ordem pessoal. Tal proposta encontra sua origem em Bourdieu (1982; 1985; 1989; 2002). Este autor foi o primeiro a abordar, de maneira estruturada, o tema do capital social na literatura das ciências sociais. Para ele, capital social descreve circunstâncias nas quais indivíduos podem se valer de sua participação em grupos e redes para obter benefícios econômicos convencionais. Tal habilidade depende da natureza das obrigações sociais, conexões e redes disponíveis para a pessoa. Capital social é visualizado como de propriedade e uso dos indivíduos que o detêm, representando um:

“agregado de recursos - atual ou potencial- associado à posse de uma rede mais ou menos durável ou institucionalizada de relações de conhecimento e reconhecimento mútuo – ou, em outras palavras, à participação em um grupo, que provê, cada um de seus membros com um suporte de capital de domínio coletivo, uma credencial que lhes garantem créditos, no sentido mais amplo da palavra” (2002:286). Tal recurso permite, a cada membro do grupo, derivar lucro - material ou simbólico.

Para Burt (2001:34), o capital social é um ativo de propriedade conjunta, envolvendo parceiros em uma relação – o que o torna diferente de outras formas

de capital, como capital financeiro e capital humano, que são de propriedade de quem os detêm. Neste contexto, nenhum ator possui, isoladamente, direito exclusivo de propriedade. No entanto, se um deles sai, qualquer que seja o conteúdo de capital social existente na relação, a conexão se dissolve e os benefícios, daí advindos, cessam.

Para Lin (2001), capital social representa “investimentos em relações sociais feitos por indivíduos, através dos quais eles obtêm acesso a recursos enraizado capazes de engendrar retornos esperados de ação instrumental e de ação expressivas” (p. 18-19). As ações instrumentais seriam aquelas capazes de ampliar os recursos existentes de um ator, enquanto que as ações expressivas seriam capazes de garantir a manutenção dos recursos já existentes. Lin, embora entenda ser possível tratar capital social como um ativo coletivo, desenvolve toda a sua concepção teórica centrada no indivíduo. Isto talvez se explique pela natureza de seu interesse dominante - a preocupação com a criação de uma teoria mais sólida de capital social, capaz de permitir uma melhor compreensão da dinâmica da mobilidade social e da inserção profissional no mercado de trabalho.

O tema das redes e das interações sociais situa-se na essência das análises que vislumbram capital social como um recurso individual, a começar do próprio Bourdier. Como salientado por Sobel (2002:147), a “abordagem de Bourdier é consistente com uma visão econômica de interações sociais”. O enfoque de capital social como recurso passível de ser apropriado por indivíduos vem encontrando muitos adeptos, sendo amplamente explorado por estudiosos interessados na compreensão de vários temas associados à mobilidade profissional, iniciação empresarial e desempenho organizacional. (ver, por exemplo, Portes & Sensenbrenner, 1993; Lin, 2001). Em todas estas análises, o tema das redes e das interações sociais situa-se na própria essência do conceito. Como salientado por Lin (2001:9), separado de suas raízes baseadas nas redes e

interações individuais, capital social torna-se apenas um outro termo em voga, para ser utilizado em uma ampla variedade de contexto de desenvolvimento ou construção de solidariedade e integração social.

Vários estudiosos, atualmente, concordam que capital social pode ser tanto um recurso coletivo como individual e que seus benefícios podem ser compreendidos e captados em níveis diferentes – mas coerentes - de análise, ou seja, o nível macro (de uma comunidade) ou o nível micro (de um ator social específico). Reconhecem, em geral que, em um determinado grupo social, o capital social seria representado por uma agregação de recursos valiosos de diferentes indivíduos, interagindo em redes.

Síntese: a abordagem das redes como ponto comum

Analisando-se as várias concepções de capital social hoje existentes, situadas dentro de uma ou outra abordagem - ou seja, por um lado as que tratam capital social como um ativo coletivo e, por outro, as que abordam capital social como um recurso individual – pode-se observar que existe um ponto de convergência entre ambos: trata-se da noção de capital social como um recurso de natureza relacional, associado à presença de redes de interação e conexão e, como tal, capaz de beneficiar um grupo ou um indivíduo que aí se insere.

Mas, ainda assim, resta uma grande diferença entre os autores situados nas duas distintas concepções teóricas. Os vários estudos que abordam capital social como um ativo coletivo associam-no, em geral, a certos ativos públicos ou atributos existentes na coletividade, como, confiança, normas de reciprocidade, etc. Parece existir aí uma certa confusão conceitual, que deve ser explicitada para ser superada. Um determinado tipo de ativo público – como, por exemplo, a cultura, a presença da confiança e de normas de reciprocidade dentro de um determinado grupo social – pode, perfeitamente, promover as redes e interações sociais e incrementar a utilização de recursos inseridos ou enraizados nestas

redes. Inversamente, um ativo relacional pode incrementar um ativo público - a presença de redes densas de contatos e relacionamentos pode engendrar confiança e gerar reciprocidade, ampliando a confiança.

No entanto, não é possível assumir (como faz Coleman ou Putman) que todos os atributos coletivos ou ativos coletivos e públicos sejam intercambiáveis entre si e que representem formas alternativas de capital social, podendo ser utilizados, indistintamente, em diferentes condições, segundo os interesses ou a conveniência do pesquisador. Esta plasticidade do conceito reduz sua precisão e seu valor científico.

Na acepção aqui proposta, capital social é um recurso derivado de relacionamentos, conexões e laços, de usufruto de um ator social – individual ou coletivo – e proveniente de sua inserção em redes. Tal recurso lhe garante informação, permite acesso a bens valiosos e gera oportunidades. Necessidades ou propósitos diferentes solicitam e exigem distintas conformações e configurações de redes. Capital social, como recurso individual ou social, possui a mesma propriedade de outros recursos, ou seja: i) pode ser avaliado da perspectiva de sua utilidade em face de algum propósito ou objetivo pretendido – seja individual ou coletivo, instrumental ou simbólico ; ii) a composição de seus atributos pode interessar tanto quanto sua dosagem (ou seja, diferentes conformações de redes podem se mostrar mais ou menos úteis ou adequadas, em face de algum propósito ou objetivo pretendido).

Seja no âmbito individual ou no coletivo, o capital social representa um recurso de um determinado tipo – ou seja, um ativo relacional – que, associado a outros ativos – individuais ou coletivos – pode ampliar a capacidade de um ator – indivíduo ou comunidade – de obter melhores resultados em ações de interesse.

1.2.2 A discussão no plano das proposições teóricas: redes densas e fechadas versus abertas; vínculos internos versus externos

Serão aqui avaliados dois tipos de proposições teóricas distintas: a noção de capital social associado a redes densas ou, alternativamente, a redes abertas; a proposição de capital social como um recurso interno às redes ou, alternativamente, como um recurso externo e as interações entre relações sociais e mercantis.

1.2.2.1 Capital social associado a redes densas ou abertas

Para Burt (2001) dois distintos mecanismos de rede vêm sendo citados, na literatura, como responsáveis pela presença do capital social: de um lado, os mecanismos de proteção advindos com as redes fechadas e, por outro, os mecanismos de intermediação entre vazios estruturais. No primeiro caso, destacam-se os trabalhos de Coleman (1988, 1990), para quem capital social é criado por uma rede densamente interconectada e fechada. No segundo caso situam-se os trabalhos do próprio Burt (1987, 1992 a;b, 1997, 2000, 2001), que arguiu que capital social é criado pela capacidade diferenciada de intermediação, de que gozam atores dotados de conexões capazes de superar vazios estruturais ou brechas existentes entre distintos grupos ou redes sociais. Existem aí, dois argumentos, aparentemente opostos: capital social baseado em redes fechadas e densas versus capital social baseado em redes abertas e cheias de brechas e buracos estruturais. Ambos serão avaliados a seguir.

Para Coleman, redes densas – capazes de conectar, de maneira intensa, todos seus membros - e fechadas – sem contatos externos - constituem fontes de capital social e são capazes de gerar, mais facilmente, vínculos de confiança e de solidariedade. Na visão deste autor, indivíduos inseridos em tais redes gozariam de maiores vantagens, pois, vínculos internos intensos garantem canais confiáveis de comunicação e a presença da solidariedade, protegendo os

membros da exploração e do comportamento oportunístico, representado, inclusive, pelo *free rider*, tornando possível a implementação de ações coletivas contra membros do grupo que, eventualmente, desrespeitem a norma existente ou contra um intruso inoportuno.

Existiriam, sobretudo, duas vantagens nas redes densas: a facilidade de sanção - o que fortalece a confiança intragrupo - e o acesso à informação. Coleman demonstra a primeira vantagem com dois exemplos: o caso de uma associação de crédito rotativo, que se viabilizou graças à presença da confiança existente na comunidade e o caso do distrito de diamantes, em Nova Iorque, onde a confiança mútua existente entre os comerciantes reduz os custos de transações que se realizam, de maneira intensa, entre seus membros. No que diz respeito aos benefícios da informação, salienta que redes fechadas reduziriam a necessidade de cada pessoa, individualmente, acessar uma fonte primária de informação, podendo basear-se na transmissão de informações que ocorre dentro do grupo. Demonstra tal vantagem salientando, por exemplo, que uma pessoa, para se manter atualizada, não precisaria, eventualmente, ler regularmente o jornal, pois, a notícia lhe poderia ser repassada por outros membros do grupo.

Burt (1992 a;b), por seu lado, interessado na “estrutura social da competição”, apresenta uma diferente proposição. Associa capital social à presença de redes abertas e cheias de brechas, tornando possível a indivíduos aí localizados realizar conexões privilegiadas com membros de outros grupos, não conectados ao primeiro. Baseia sua proposta na noção de laços fracos e de pontes, de Granovetter (1973) e em outras contribuições sobre autonomia gerada por afiliações conflituosas, presentes nas análises sociológicas de Simmel, associadas a idéias derivadas da literatura econômica sobre poder de monopólio e oligopólio na geração de modelos de redes que garantem vantagens competitivas, como reconhecido pelo próprio autor.

O ponto central do argumento de Burt é o conceito de “buraco estrutural” (*structural holes*), que distingue contatos não redundantes entre diferentes atores ou grupos de atores sociais. Um buraco estrutural seria uma brecha, uma lacuna que se forma entre dois atores que detêm recursos complementares. Segundo Burt, conexões fracas que se estabelecem entre atores situados em grupos sociais distintos são buracos na estrutura social dos mercados (designados, simplesmente, “buracos estruturais”). Em cada extremidade de tais buracos circulam pessoas, detentoras de diferentes conjuntos de relações e informação, gerando oportunidades para aquelas capazes de intermediar o fluxo de informações não redundantes entre os distintos grupos.

Os contatos não redundantes são conectados por buracos ou brechas estruturais. Afirma que “um buraco estrutural é uma relação de não redundância entre dois contatos” (1992a:18). Contatos não redundantes seriam, sempre, não conectados, sejam de maneira direta – pois não gozam de contatos diretos uns com os outros – seja indireta – em que alguém pode ter um contato que exclui os outros. Para Burt:

“as respectivas condições empíricas que indicam a presença de um buraco estrutural são coesão (onde os contatos são conectados por relações fortes) e equivalência estrutural (onde duas pessoas são estruturalmente equivalentes, pois possuem os mesmos contatos). Ambas as condições definem buracos, indicando onde estes estão ausentes” (1992a:18).

Dessa maneira, o que interessa em uma rede, segundo Burt, não é, exatamente, “a força do vínculo fraco”, mas, sim, o buraco estrutural que este é capaz de atravessar.” (1992a:27). No que diz respeito aos benefícios da informação, “o importante não é se os vínculos são fortes ou fracos mas, sim, se existe uma ponte sobre um buraco estrutural” (1992a:17).

No contexto empresarial, as lacunas são vislumbradas como oportunidades de conexão, que podem ser preenchidas por um terceiro elemento – um intermediador (*broker*) -, abrindo espaço, inclusive, para o aparecimento de empreendedores e empreendimentos, capazes de gozar de vantagens competitivas diferenciadas. As vantagens competitivas, nesta acepção, estariam associadas à capacidade de acesso a tais buracos no mercado. Como salientado por Burt, os buracos estruturais “criam uma vantagem competitiva para indivíduos, cujas relações são capazes de atravessar ou transpor tais buracos”. (1992a:34). Participação, controle e difusão da informação são os temas subjacentes à concepção de capital social no contexto dos vazios estruturais.

Segundo o autor (1997:9), capital social “são relações com outros jogadores” (localizados na arena competitiva do mercado), nas quais se incluem “amigos, colegas e contatos mais gerais, através dos quais alguém obtém oportunidades para utilizar seus capitais financeiro e humano” (1997:8). Capital social seria um recurso fundamental no mercado, visto que a competição é imperfeita, a informação não é completa e nem flui livremente. Neste contexto, pessoas dotadas de iguais recursos em termos, por exemplo, de capital humano e financeiro, podem gozar, no entanto, de condições competitivas distintas, usufruindo de maior ou menor oportunidade, devido à natureza de suas redes de contatos e de suas posições na rede. Um ator – indivíduo ou empresa - localizado em uma rede rica em buracos estruturais e que é capaz de transpor tais buracos, estabelecendo vínculos e conexões diferenciados -, gozará, conseqüentemente, de maiores vantagens competitivas.

Nesta acepção, “a competição é um problema de relações e não de atributos do jogador” (1992a:3), seja esta uma pessoa ou uma empresa. Embora esta última proposição de Burt não interfira na discussão a respeito das duas distintas proposições teóricas sobre capital social, é necessário antecipar que, em particular neste último ponto, a autora desta presente tese não advoga o

mesmo ponto de vista de Burt. Considera que a competição é tanto um problema de relações (situação de um dado ator na estrutura social) como de atributos (de atores individuais ou de organizações). Da mesma maneira, a autora da tese entende que o ativo de capital social de um determinado ator, em um dado momento, depende não apenas das suas relações passadas e, eventualmente, herdadas (que lhe reservam uma posição ou um lugar específico no contexto de uma dada estrutura social) , mas também do que ele conseguiu alterar ou adicionar ao longo de sua própria trajetória individual, como, aliás, defendido por Bourdieu (1985).

Comparando Coleman com Burt, pode-se dizer que, para Coleman, a coesão e o fechamento são fontes de capital social e indivíduos, inseridos em redes coesas e fechadas, usufruem dos benefícios coletivos deste capital social. Para este autor, redes abertas, ou seja, dotadas de pessoas com contatos e conexões com outras redes ou outros grupos sociais situados no exterior, seriam menos dotadas de capital social. Nestes casos, o ator responsável pelos contatos externos representaria o elemento de ruptura, responsável pela redução do capital social do grupo. Burt, por sua vez, adota uma visão complementemente diferente. Para ele, redes cheias de brechas e buracos estruturais são fontes de capital social e os indivíduos dotados de capacidade de transpor tais brechas, realizando a intermediação entre diferentes grupos sociais, possuiriam um maior estoque de capital social. Neste contexto, redes mais densas e fechadas ou centralizadas e hierarquizadas possuem menor capacidade de estabelecer pontes e atravessar buracos estruturais, sendo dotadas de menor capacidade de capital social.

Burt (2000; 2001), mais recentemente, reconheceu que a contradição entre, por um lado, redes fechadas e, por outro, vazios estruturais poderia ser resolvida no contexto de um modelo mais geral de redes de capital social. Mas, tal modelo ainda não existe. Salienta o autor que “a intermediação entre vazios

estruturais é uma fonte importante de agregação de valor mas que o fechamento pode ser um fator crítico para viabilizar os valores inseridos ou enraizados nos vazios estruturais” (2001:31).

Estas duas diferentes proposições teóricas sobre capital social – se presentes em redes densas e fechadas ou, alternativamente, em abertas e descontínuas - podem parecer, à primeira vista, inconciliáveis. Tal não é o caso. A essência desta discussão pode ser melhor captada no contexto de uma reflexão sobre vínculos internos e vínculos externos, permitindo caracterizar a existência de uma gradação entre eles, resultado de diferentes combinações. Vínculos internos correlacionam-se, diretamente, com a concepção de redes densas e fechadas, enquanto que vínculos externos enfocam o tema das redes abertas e descontínuas. O encaminhamento da reflexão para as proposições sobre vínculos externos versus vínculos internos pode trazer algumas vantagens - como será demonstrado –, sendo de maior utilidade para o tema do território e da aglomeração produtiva.

1.2.2.2 Vínculos internos versus vínculos externos

Alguns estudiosos definem capital social como um conjunto de liames e vínculos existentes no interior de uma determinada rede (capital social baseado em laços internos), enquanto outros o visualizam como um recurso ou ativo associado a conexões externas de um determinado ator (capital social baseado em laços externos). No primeiro caso, o capital social baseia-se em vínculos intensos entre membros de um dado grupo – organização ou comunidade - e nas estruturas capazes de gerar coesão interna, facilitando a busca de objetivos coletivos e a implementação de ações coletivas (*bonds*). No segundo caso, capital social é vislumbrado como um ativo individual e associado à capacidade de um ator social – indivíduo ou organização -, com conexões em mais de uma

rede, alavancar, de maneira mais eficiente, seus recursos relacionais, diretos ou indiretos, no atendimento a seus objetivos e propósitos (*bridges*).

Entre os autores do primeiro grupo podem-se incluir, entre outros, Coleman, Putnam, Inglehart e Fukuyama. Para Coleman, por exemplo, “capital social é definido por sua função. Não é uma entidade simples, mas uma variedade de diferentes entidades com dois elementos em comum: todos consistem de algum aspecto da estrutura social e facilitam certas ações de atores – sejam pessoas ou atores corporativos – no interior da estrutura” (1988:98). Para Putnam (1993:177), capital social são as “características da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuem para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando ações coordenadas”. Para Inglehart, equivale: “à cultura de confiança e tolerância, na qual redes extensas de associações voluntárias emergem” (1997:188). Para Fukuyama (1999:16), representa o “conjunto de normas e valores compartilhados entre membros de um grupo, que permite cooperação entre eles”.

Entre os autores do segundo grupo podem-se citar, entre outros, Bourdieu, Burt, Baker, Knoke, Portes e Lin. Bourdieu (2002:248), por exemplo, destaca a capacidade de apropriação individual, quando salienta que capital social é “o agregado de recursos atual ou potencial, ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de conhecimento e reconhecimento mútuo”. Burt (1992a:9) elabora seu argumento dentro da concepção de capital social como recurso de um ator individual. Capital social representa os “amigos, colegas e contatos mais gerais através dos quais se obtêm oportunidades para utilizar seus capitais financeiro e humano” (1992a:9). Para Knoke (1999:18), capital social representa “o processo no qual os atores sociais criam e mobilizam suas conexões de rede, seja no interior e entre organizações, para obter acesso a recursos de outros atores sociais”. Portes (1998:6) visualiza capital social “baseado na habilidade de atores garantirem benefício em virtude

de sua associação em redes sociais ou outras estruturas sociais”; para Lin, “são investimentos em relações sociais feitos por indivíduos, através dos quais eles obtêm acesso a recursos enraizados (*embeddedness*) capazes de engendrar retornos esperados de ação instrumental (ou seja, capaz de ampliar os recursos existentes) e expressivas (capaz de garantir a manutenção de recursos já existentes)” (2001:18-19).

O segundo tipo de abordagem vem conquistando terreno, sobretudo na literatura de natureza empírica. Avaliando a evolução e as diferenças no conceito de capital social, Portes (1998:6) salienta que “apesar das diferenças, o consenso é crescente na literatura que capital social se afirma como a habilidade de atores de garantir benefícios em virtude de sua associação em redes sociais e outras estruturas sociais”.

Alguns autores vêm advogando – implícita ou explicitamente – proposições que conciliam, de certa forma, a controvérsia sobre capital social inserido no interior de uma rede ou externo à rede. Para Nahapiet & Ghoshal (1998:243), por exemplo, capital social representa a “soma de recursos atuais e potenciais enraizados (*embedded*) no interior de relacionamentos, disponível através de relacionamentos e derivado de redes de relacionamentos, de propriedade de um indivíduo ou unidade social”. Capital social, nesta acepção, incluiria ambos, as redes e os ativos que podem ser mobilizados por meio das redes. Para Woolcock (1998:153), capital social representa “a informação, confiança e normas de reciprocidade inerentes a redes sociais de alguém”. Para Adler & Kwon (2002:23), capital social é “a boa vontade disponível para indivíduos ou grupo. Suas fontes assentam-se na estrutura e no conteúdo das relações sociais de um ator. Seus efeitos derivam da informação, influência e solidariedade daí disponíveis para o ator”.

Para Adler & Kwon (2002: 21): “as visões internas e externas não são mutuamente excludentes. O comportamento de um ator coletivo, a exemplo de

uma empresa, é influenciado seja por seus vínculos externos com outras empresas e instituições, seja por seus vínculos internos e sua capacidade de ação efetiva é, tipicamente, uma função de ambos”. Estes autores compartilham, todos, a visão de que não existem diferenças inconciliáveis entre as duas proposições teóricas.

Síntese

Avaliando-se a essência das duas abordagens – vínculos internos ou vínculos externos - é possível identificar pontos comuns importantes, que tornam possível conciliá-las, dentro da concepção de capital social como um ativo relacional. Capital social, na acepção aqui presente, representa o conjunto de recursos de natureza relacional (ou seja, contatos e laços), à disposição de um ator social. Este conjunto inclui três tipos distintos de relações ou conexões: i) aquelas provenientes de vínculos diretos e intensos de relacionamento, (os “laços fortes” que formam, em geral, o círculo de amigos íntimos ou familiares mais próximos); ii) aquelas derivadas de relações, também diretas – mas, de natureza mais superficial, eventual ou esporádica (os “laços mais distantes” ou “contatos diretos”, constituindo o círculo de conhecidos); iii) aquelas constituídas por relações indiretas (os “contatos indiretos” provenientes de amigos ou conhecidos; ou seja, que podem ser acionados, eventualmente, através destes amigos ou conhecidos).

O que diferencia um tipo de outro é, em última análise, a intensidade da relação. Esta pode ser de três tipos: i) próxima, ii) distante e iii) ausente, mas, potencialmente acessível, por via indireta. Vínculos com pessoas mais próximas ou mais chegadas são, em geral, caracterizados por uma maior frequência ou intensidade de contatos. Um conjunto de atores, dotados de vínculos intensos entre si, caracteriza um grupo ou rede social, com alta densidade de relações internas. Torna-se fácil, neste caso, a delimitação das fronteiras desta rede. À

medida que tais atores se relacionam apenas entre si, fica caracterizada a propriedade de redes fechadas. Mas, na vida real, atores sociais possuem, em geral, conexões de maior ou menor intensidade, que os vinculam a mais de um grupo ou a redes diferentes e tais conexões podem possuir intensidades distintas. Assim, o conjunto de vínculos de um determinado ator - individual ou coletivo - inclui não apenas os vínculos mais intensos – que mantêm dentro de um determinado grupo -, mas também os vínculos eventuais e esporádicos - com atores e grupos situados em redes mais distantes, podendo a distância ser aferida por meios físicos, culturais, sociais, etc.

Salienta-se também que não existem apenas duas categorias de vínculos – fortes e fracos –, como proposto por Granovetter (1973). O que existe é um contínuo, que incorpora relações com diferentes gradações de intensidade, indo, de maneira gradativa, do vínculo forte para o vínculo fraco. Um determinado ator social é capaz de acionar redes distintas ou uma combinação de diferentes vínculos, de intensidades variadas, para atingir determinado propósito. No âmbito social, uma ênfase em certos tipos de laços e conexões, em detrimento de outros, pode ser benéfica em face de certos propósitos mas, ao mesmo tempo, inconveniente, em face de outros propósitos.

Se existe interesse na compreensão, por exemplo, da dinâmica de um processo de desenvolvimento regional, poder-se-ia supor que existe, a princípio, uma melhor configuração das redes aí existentes e que o desempenho empresarial encontra-se associado a uma dinâmica que se estabelece entre, por um lado, o adensamento dos vínculos locais - capazes de superar buracos e vazios existentes entre diferentes grupos sociais e facções - e, por outro, a ampliação e diversificação dos vínculos com o mundo exterior – capazes de conectar os atores locais com o “resto do mundo”. Tal proposição sugere uma íntima associação entre a literatura de capital social e a de “laços fracos” e *embeddedness*.

1.2.3 A discussão no plano das conseqüências: benefícios e riscos associados ao capital social

A avaliação dos benefícios do capital social não pode, como já observado, ser separada dos propósitos pretendidos. Uma determinada configuração de capital social pode ser muito benéfica para certo grupo específico ou para um determinado propósito mas, ao mesmo tempo, ser altamente inconveniente, em face de outros propósitos do mesmo grupo ou de uma comunidade mais ampla, onde tal grupo se insere. Capital social pode trazer benefícios ou inconvenientes, dependendo do propósito pretendido ou do nível de análise. A literatura corrente, no entanto, não aborda, em geral, tal fato e nem se preocupa em destacar alguns dos possíveis efeitos deletérios do capital social.

Ampla maioria dos autores – independentemente da natureza da concepção ou da proposta teórica que abraçou - voltou sua atenção, exclusivamente, para a identificação de aspectos positivos associados à posse de capital social. Lin (2001: 6-7), por exemplo, preocupado em explicitar as vantagens advindas com a “posse de uma rede de relações”, salienta que existem quatro motivos para explicar porque os recursos enraizados nas redes sociais podem incrementar os resultados das ações: i) facilitam o fluxo de informação, ii) a simples explicitação da presença de certos vínculos é capaz, por si só, de exercer influência sobre outros atores sociais, iii) certificam a “credencial social” de alguém, iv) reforçam identidade e reconhecimento. No entanto, alguns estudos mais recentes vêm enfocando os efeitos perversos do capital social, sobretudo associado à concepção de redes densas e fechadas, destacando, em geral, quatro pontos: i) restrição e limitação às liberdades individuais, ii) aversão ao estrangeiro ou intruso, iii) acomodação, iv) excesso de preocupação apenas com membros do grupo (a propósito deste assunto, ver, por exemplo, Portes, 1998; Adler & Kwon, 2002; Gabbay & Leenders, 1999).

Abordando tal tema, Portes (1998:15) salienta que existe, no pensamento sociológico, um viés que considera que apenas coisas boas emergem da sociabilidade, enquanto que coisas ruins encontram-se associadas ao comportamento do *homo economicus*. Para o autor, seria necessário uma cautela para “evitar a cilada de apresentar redes comunitárias, controle social e sanções coletivas como uma benção singular”. Serão avaliados, em seguida, os principais benefícios e inconvenientes que se encontram mais frequentemente associados ao tema do capital social.

Podem-se identificar, em geral, na literatura corrente, sobretudo três tipos de benefícios que estariam associados ao capital social: i) benefício de acesso à informação privilegiada, ii) benefícios advindos com a ampliação do poder, influência e controle e iii) benefícios gerados pela solidariedade. Cada um deles será avaliado, procurando-se destacar também, ao final, seus possíveis inconvenientes.

i) Informação e inovação

A proposta de que capital social facilita o acesso à informação tem sido recorrente na literatura. Várias pesquisas levantam esta questão, de diferentes maneiras. Coleman (1990), por exemplo, salienta a facilidade e a confiabilidade da informação que flui dentro de uma comunidade coesa. Burt (1992a b), Lin (2001) e Portes & Sensenbrenner (1993) realçam os benefícios da informação, em estudos sobre oportunidades de emprego, oportunidades empreendedoras e mobilidade social. No âmbito empresarial, várias pesquisas vêm atestando a relevância da troca de informação entre as empresas (ver, por exemplo, Uzzi, 1997, que mostra como a transferência de certo tipo de informação entre empresas ajuda a enfrentar as incertezas do futuro e a atender melhor as necessidades dos clientes) ou a correlação entre capital social, conhecimento e

inovação (a exemplo de Coleman, 1988, no seu estudo sobre cientistas sociais, ampliando seu conhecimento na interação do dia a dia com outros cientistas ou de Burt, 1987, sobre inovação e difusão).

As divergências entre redes densas e redes abertas repercutem também nas reflexões sobre os benefícios da informação. Parece existir uma certa correlação entre, por um lado, confiabilidade e qualidade da informação com inserção e participação em pequenos grupos coesos (redes mais densas) e, por outro, entre variedade e diversidade de informação com acesso a redes e grupos sociais variados (redes mais abertas). Os benefícios da informação podem ficar restritos ao grupo ou, alternativamente, gerar externalidades (positivas ou negativas) para outros grupos ou para a sociedade, como um todo. Na visão de Burt - do ator focal como um intermediador de informação entre grupos sociais distintos - existe um intercâmbio que é útil não apenas para o ator em questão, mas também pode se revelar de utilidade para os dois grupos anteriormente desconectados, que vão usufruir dos benefícios gerados pela difusão da informação entre eles. Mas, pode-se argumentar, no entanto, que esse ator é capaz de acumular tal capacidade de poder e controle, que venha a se constituir, eventualmente, em um entrave para o desenvolvimento dos dois grupos. Um mesmo recurso pode tornar-se benéfico para um ator e inconveniente para outros atores.

Os riscos ou os inconvenientes associados ao capital social são variados. Como inconveniente pode-se citar, por exemplo, a necessidade de permanente manutenção para preservar e manter o recurso intacto, ou seja, de realização de grandes investimentos em relacionamentos. Entre os riscos situam-se, por exemplo, na discussão sobre redes densas e fechadas, a possibilidade de bloqueio ou blindagem a novas informações ou, mesmo, a noção do caráter redundante do excesso da informação disponível intragrupo ou entre atores

dotados de um mesmo conjunto de relacionamentos, como explorado por Granovetter (1994a;b) e Burt (1992 a;b).

ii) Influência, controle e poder:

Um determinado ator focal, detentor de um número mais variado de conexões ou, alternativamente, que tenha acumulado um conjunto maior de “benefícios de reciprocidade”, ainda não usufruídos, pode se tornar, eventualmente, mais influente ou poderoso, em termos de conseguir, mais facilmente, obter coisas de seu interesse. Tal tema foi parcialmente tratado por Burt (1992a;b), quando abordou o caso do empreendedor, como um intermediador, que vai usufruir não só de informações privilegiadas, mas também do benefício do controle da informação.

Esse poder pessoal pode ser também benéfico para o grupo como um todo, à medida que o ator focal é capaz de utilizar sua posição de privilégio ou de poder para perseguir interesses coletivos. Caso contrário, seus benefícios estarão restritos ao ator focal. Por outro lado, esse poder pode se tornar fonte de grande assimetria, de ruptura e desequilíbrio dentro do próprio grupo, caso não haja uma distribuição de benefícios no interior da rede ou pode, também, se tornar altamente disfuncional para a comunidade, como um todo.

iii) Solidariedade

A proposição sobre a associação benéfica entre, por um lado, capital social e, por outro, compartilhamento de crenças e valores, presença da confiança e solidariedade, tem sido objeto de inúmeros estudos, sobretudo focados nas vantagens das redes mais densas e fechadas, que estimulam a ajuda mútua e reduzem a necessidade de controles formais. Aí se situam, por exemplo, Coleman (1990; 1998), referindo-se às vantagens das redes fechadas na formação e educação de crianças; Geertz (1962), avaliando as associações de

crédito rotativo e Ouchi (1980), com estudos que buscam demonstrar as vantagens da solidariedade intra ou organizacional como mecanismo de reforço de cultura e poder de uma organização ou de uma rede organizacional

Autores devotados à teoria das redes sociais se preocuparam também em demonstrar os benefícios e vantagens provenientes dos laços fracos e da presença de vínculos interconectados, conectando facções e grupos distintos. Tais vínculos são capazes de diluir conflitos reais ou potenciais porventura existentes entre tais grupos. Grupos comunitários ou empresas rivais podem, por exemplo, usufruir dos benefícios da presença de um ator focal, capaz de atuar, simultaneamente, em contextos diferentes e, de certa forma, gerar maior integração e coesão entre grupos potencialmente rivais. Ocorre, no entanto, que o excesso de solidariedade dentro de um determinado grupo pode não só restringir o movimento de um ator focal, como também inibir a capacidade de mudança e inovação do grupo.

Tais temas foram abordados por vários autores, a exemplo do próprio Granovetter (1973) e Gargiulo & Bernassi (1999), que mostram que o excesso de enraizamento reduz o fluxo de novas informações dentro de um grupo e gera a inércia; ou por Poster (1998), que mostra como o excesso de solidariedade dentro de um grupo pode estimular a presença de *free rider*, como no caso de novos empreendedores que são obrigados a empregar parentes e amigos menos dedicados ao trabalho. Ainda Uzzi (1997) demonstra que, em uma rede, com grande grau de *embeddedness* entre as empresas, algumas delas podem se fiar na solidariedade existente e tornar-se um estorvo para o grupo como um todo. Alguns destes riscos são destacados por Powell & Smith-Doerr (1994:393), quando afirmam que “os vínculos que unem podem se transformar, também, em vínculos que cegam”.

Como salientado por Adler & Know (2002:31), “em geral, somando-se os efeitos de informação, influência e solidariedade, as externalidades negativas

potenciais de capital social são consideráveis”. Salientam os autores que um grupo social dotado de grande capital social é capaz de compartilhar obrigações de ajuda mútua e, em particular, de se ajudar nos confrontos e rivalidades coletivas da comunidade com outras. No entanto, no contexto de um agregado maior, tais rivalidades coletivas podem ter tanto o lado saudável - pois estimulam a competição, a inovação e o espírito empreendedor, como o lado negativo – reforçam a dominação de um grupo mais dotado de capital social sobre outros menos dotados, impede a implementação de ações coletivas, gera clivagens de facções, etc. Para Adler & Know (2002:31), “ não existe uma mão invisível que garanta que o uso do recurso de capital social na competição entre os atores levará a um resultado final melhor para o grupo maior como um todo”. No contexto dessa discussão vêm surgindo sérias críticas a políticas voltadas, sobretudo, para o reforço do capital social (a propósito deste assunto, ver, por exemplo, Fine, 1999 e Edwards, 1999).

Síntese

Apesar das evidências aqui citadas existe, na literatura atual, uma grande preocupação em identificar apenas os aspectos positivos do capital social. Tal proposição é particularmente verdadeira – embora não se limite apenas aí – às concepções de capital social como ativo coletivo. Da perspectiva destas abordagens, aspectos deletérios, quando existentes, estão sempre associados à ausência de capital social. Mas, capital social pode gerar, ao mesmo tempo, conseqüências boas e ruins, dependendo do nível em que a análise é realizada ou da relação entre a natureza do capital social e a natureza do resultado pretendido com o capital social.

Um ponto fundamental na discussão sobre as conseqüências do capital social, como visto acima, é a noção de que este pode gerar, também, inconvenientes. Algumas das reflexões sobre os inconvenientes estão se

originando, sobretudo, na literatura que se utiliza mais do referencial teórico das redes sociais e não exatamente da literatura sobre capital social. Vários dos autores aí mais proeminentes não se preocupam com o tema. Os poucos que o abordam foram influenciados, de alguma maneira, pela literatura sobre redes sociais e, em especial, por Granovetter.

Alguns pontos são fundamentais nesta discussão: i) diferentes conformações e configurações de redes são mais ou menos adequadas a determinado resultado ou propósito; iii) um ator social racional pode buscar uma combinação de vínculos que lhe pareça mais adequada, em face de um determinado propósito momentâneo, dentro de um leque de alternativas possíveis, a ele acessível; iv) os resultados advindos podem, eventualmente, ser benéficos ao ator focal, mas, ao mesmo tempo, inconvenientes para outros membros de um grupo ou para o grupo, como um todo; v) grande parte da reflexão sobre vantagens e inconvenientes encontra-se, direta ou indiretamente, associada à discussão sobre a intensidade dos vínculos (se mais ou menos densos) e sobre sua localização (se interiores ou exteriores).

Vínculos mais densos - capazes de unir, de maneira intensa, certos atores sociais dentro de uma mesma rede -, são adequados para certos tipos de propósito, enquanto que vínculos mais abrangentes e diversificados - embora mais superficiais, capazes de vincular atores localizados em redes distintas - servem a outros. A análise deve ser realizada explicitando-se, previamente, qual o nível ou níveis de interesse e o que se pretende avaliar. Por exemplo, na avaliação da capacidade de implementação de ação coletiva, a presença de vínculos internos fortes pode ser fundamental. Por outro lado, na avaliação da capacidade de mudança e adaptação de uma rede a condições do ambiente externo, a dinâmica entre os vínculos internos e externos é que parece ser mais importante. Este último tema encontra-se intimamente relacionado ao estudo de uma dinâmica territorial, como será analisado posteriormente.

Como visto, os benefícios potenciais de que um ator pode usufruir como consequência de sua inserção em redes sociais podem ser de classificados em três categorias: informação privilegiada; possibilidade de exercício de poder, influência e controle, e capacidade de engendrar solidariedade. Pode-se considerar que estes tipos correspondem, exatamente, às três categoria de recursos inseridos (*embedded*) nas redes, à disposição de atores sociais. Dessa maneira, um ator social detentor de uma determinada rede pode lançar mão de recursos de informação, de controle e influência e de solidariedade, porventura aí existentes.

1.2.4 As interações entre relações sociais e mercantis

As provocações de Granovetter, em torno do caráter imbricado e entranhado das relações mercantis e das redes sociais, alimentam parte da concepção sobre Capital Relacional. Tal tema, embora relevante, não havia sido tratado pela literatura de capital social. Para os adeptos da proposição sobre capital social como um bem coletivo, associado a virtudes cívicas, tal tema apresenta certa incompatibilidade. Mesmo os autores que, mais recentemente, tratam capital social como um recurso de um ator individual e que incorporaram, em suas reflexões, algumas proposições originárias de Granovetter, não chegaram a explicitar as relações existentes entre aspectos sociais e econômicas.

Para Adler & Kwon (2002:19), as fontes de capital social encontram-se inseridas no interior das estruturas sociais onde se localiza o ator. Consideram que “capital social é um recurso disponível para atores como uma função de suas localizações na estrutura de suas relações sociais”. Procuram, a partir daí, caracterizar os três diferentes tipos ou dimensões da estrutura social, cada uma delas ancorada, segundo os autores, em um determinado tipo de relação. São eles: i) relações de mercado ou mercantis, em que produtos e serviços são trocados por moeda ou permutas; ii) relações hierárquicas, em que obediência à

autoridade é trocada por segurança material ou espiritual e iii.) relações sociais, em que favores, gentilezas e presentes são trocados. Para Adler & Kwon, apenas estes últimos tipos de relações sociais “constituem a dimensão das estruturas sociais subjacente ao capital social”. Após este esforço de distinguir diferentes dimensões de relações, terminam por considerar que, na realidade, “qualquer relação concreta envolve, igualmente, uma mistura dos três tipos” e que “tanto as relações de mercado quanto as hierárquicas fazem brotar as relações sociais - como é inevitável sob condições de repetida interação” (2002:20).

As discussões sobre o caráter mesclado das relações sociais e econômicas remontam a Bourdieu (1982; 1985; 1989; 2002), com seu conceito pioneiro de capital social e sobre a conversibilidade dos diferentes tipos de capital - social, cultural, econômico, enfim, o capital simbólico - , que poderiam ser reduzidos, em última análise, ao capital econômico. Bourdieu entendia que, por meio do capital social - ou seja, do acesso de um indivíduo a uma rede de relações que lhe confere vantagens diferenciadas -, um ator social poderia garantir seu acesso a outras formas de capital. Para este autor, os diferentes tipos de capital reforçam-se mutuamente, sem, no entanto, adquirir um caráter determinístico. É exatamente a presença do capital social que permite ao sistema sua flexibilidade, quebrando a rigidez das demais formas de capital. Dessa maneira, um indivíduo, proveniente de uma determinada classe social, poderia, por meio de contatos e relacionamentos pessoais adquiridos, por exemplo, na escola, ascender a outros segmentos ou classes sociais.

Mas, o ponto fundamental é que relações sociais e mercantis encontram-se, de certa forma, tão imbricadas e entranhadas umas nas outras que seria difícil caracterizar uma situação de causa e efeito entre elas ou, mesmo, estabelecer uma linha divisória entre elas. Relações mercantis encontram-se, em muitos momentos, condicionadas por relações sociais. Por outro lado, relações mercantis, se recorrentes, podem gerar, por sua vez, relações sociais que

suportam e reforçam as primeiras e podem provocar o surgimento de novas instituições. Granovetter (1985) já havia destacado que “relações comerciais extravasam em direção à sociabilidade e vice e versa” (1985:63). Afirma que “nascidas de motivos puramente econômicos, relações econômicas repetitivas tornam-se, freqüentemente, revestidas de conteúdo social, que enseja forte expectativa de confiança e ausência de oportunismo” (1985:61). Em relações deste tipo, o “dilema dos prisioneiros é (...) freqüentemente afastado pela força das relações pessoais e esta força é uma propriedade não exatamente dos atores que transacionam, mas de suas relações concretas” (1985:61). Como salientado por Adler & Kwon (2002:24) “a noção de *embeddedness* de Granovetter sugere que relações de mercado e hierárquicas encontram-se, tipicamente, *embedded* em relações sociais e, dessa maneira, todos os três tipos de relações são essencialmente sociais e seu conteúdo distintivo é secundário em face da sua natureza social comum”.

Algumas proposições de interesse do presente trabalho podem ser extraídas da concepção sobre *embeddedness*: a noção de que a natureza da relação depende de sua intensidade, o caráter mesclado da função objetivo das organizações e organizações como “plataformas” de relacionamentos pessoais e negociais.

i) A importância da intensidade dos laços

Um dos argumentos mais substantivos da proposição de Granovetter – inclusive sobre *embeddedness* – é, no nosso entendimento, a proposição sobre intensidade dos laços que vinculam, de maneiras diferentes, os atores e grupos sociais entre si. A constatação de que as trocas econômicas apresentam características de intensidade e de constância desafia o modelo econômico clássico idealizado de mercado. Tal constatação já havia sido objeto de observação de vários economistas, como observado pelo próprio Granovetter, a

exemplo de Hirschman (1958; 1961). Este autor reconhece que contatos sociais e humanos prolongados quebram o modelo idealizado do mercado, que pressupõe um grande número de compradores e vendedores anônimos, operando em um mundo de informação perfeita e movidos, exclusivamente, pela variável preço.

Larson & Starr (1993:4), que analisam a natureza do processo de evolução de um negócio ou de uma empresa, afirmam que, em certa fase desta evolução,

*“o amigo torna-se um investidor. A relação, recentemente criada com um fornecedor, adquire uma dimensão pessoal e social, a medida que ambos se conhecem melhor. (...). Com o tempo, a reciprocidade dos interesses negociais torna-se mais clara e as relações sociais e negociais tornam-se imbricadas (**embedded**)”.*

Neste caso, a identidade inicial de propósitos entre os atores envolvidos torna possível o estabelecimento de relações com tendência a se tornarem recorrentes. Referindo-se a este tema e recorrendo a evidências geradas pela teoria dos jogos, Montgomery (1998:4) salienta que

*“existe uma fase de teste antes que uma relação distante de desconfiança e cautela se transforme em uma relação enraizada (**embedded**). Durante esta fase, os parceiros mantêm uma orientação calculista focada, apenas, nos objetivos econômicos. Superada a fase de teste, os parceiros envolvidos em uma relação de troca adotam um processo decisório mais heurístico e tornam-se mais motivados por amizade e por lucros”.*

Embora Granovetter tenha construído seu argumento exatamente refutando a teoria dos custos de transação (a propósito deste assunto, ver Williamson, 1975; 1992), note-se que Montgomery procura não apenas realizar uma ponte entre esta teoria e as proposições de Granovetter sobre *embeddedness*

como também reverter a sua lógica, salientando a predominância das relações mercantis sobre as sociais.

Mas o que interessa a este estudo, na concepção de *embeddedness*, é que relações sociais e mercantis se interpenetram, se reforçam e se moldam, mutuamente, e que tal processo evolui em íntima associação com a intensidade dos vínculos que vão sendo forjados.

ii) O caráter mesclado da função- objetivo da empresa

Várias pesquisas já identificaram que não existe uma fronteira bem definida entre trabalho e vida pessoal de empresários. Haveria, na verdade, uma sobreposição entre dimensões profissionais e pessoais. Nesse contexto, a função-objetivo de uma empresa reflete também, em boa dose, a natureza dos interesses sociais de seus sócios proprietários. Tal aspecto é particularmente relevante no caso das pequenas empresas (que são ampla maioria do universo empresarial do país) e das empresas familiares, grandes ou pequenas, nas pode-se observar, mais facilmente, como as relações pessoais dos sócios e relações negociais da empresa encontram-se *embedded*.

Tal tema já foi tratado na literatura das organizações. Powell (1985), por exemplo, no seu estudo sobre os editores nas suas empresas, observou que, em geral, estes atores se comportam como se eles estivessem otimizando não o desempenho de suas organizações, mas as redes sociais onde se inserem. Este ponto leva-nos a afirmar que existe uma grande coincidência entre os interesses e relações de uma empresa e os interesses e relações de seu proprietário como um ator social.

iii) As organizações como “plataformas” de relacionamentos pessoais e negociais

As próprias organizações funcionam, neste contexto, como uma espécie de “plataforma” de relacionamento e contatos, ou seja, com capacidade de dotar seus membros com um determinado “acervo” de relações, de conhecimentos e habilidades. Este acervo pode ser usado, inclusive, para a criação de novas organizações. Tal tema tem sido, mais recentemente, abordado na teoria das organizações, no contexto de estudos sobre empreendedorismo como um produto organizacional.

A visão de organizações como contextos sociais nos quais indivíduos adquirem muitas das habilidades psicológicas e os recursos sociais necessários à criação de novas organizações já foi abordada por alguns autores (Freeman, 1986; Audia & Rider, 2005; Audia et al., 2004). Para Audia et al. (2005:3), por exemplo, o contexto organizacional amplia a probabilidade de que indivíduos comecem um novo negócio, em três maneiras diferentes: i.) organizações geram oportunidades para o indivíduo forjar sua confiança na habilidade de criar nova organização; ii) contexto organizacional provê acesso variado a um grande conjunto de conhecimentos e informações detalhados sobre oportunidades empreendedoras; iii) organizações ajudam indivíduos a formarem redes sociais, que facilitam a mobilização de recursos. Salientam, ainda, que “empreendedores contam com relacionamentos sociais não apenas para ganhar acesso à informação sobre oportunidade empreendedora, mas, também, como mobilizar recursos para construir novas organizações” (2005:8). Para estes mesmos autores, “contextos organizacionais provêm oportunidades para empregados de formar laços sociais que acessam provedores críticos de recursos e permitem a empreendedores nascentes perseguir oportunidades empreendedoras” (2005:10).

Síntese

A análise anterior deixa clara uma dimensão fundamental do capital social. Para a abordagem de Capital Social Relacional, o que interessa não é,

exatamente, a distinção entre as redes “econômicas” e as redes “sociais” - visto que elas podem encontrar-se enraizadas umas nas outras, mas, sim, a consideração de que a possibilidade de enraizamento (*embeddedness*) aumenta em função da intensidade e frequência dos contatos e vinculações - passadas e presentes - existentes entre os atores.

Relações sociais e mercantis se reforçam, mutuamente e tal processo evolui em íntima associação com a intensidade dos vínculos que vão sendo forjados e, também, com a identidade de interesses e propósitos, vinculando diferentes atores e grupos sociais.

A função-objetivo das organizações reflete também, em maior ou menor dose, os interesses pessoais de seus membros. As organizações vão construindo, ao longo de suas trajetórias de vida, suas redes de interação e contato, que vão compor um determinado “estoque” de recursos relacionais. Estas redes de conexão e contatos espelham a natureza dos interesses e os limites das possibilidades organizacionais.

Parte desses ativos relacionais pode ser, eventualmente, aproveitada ou apropriada por membros da própria organização, na construção de novas organizações. O ativo relacional é um importante recurso utilizado por empreendedores, inclusive para a criação de novos empreendimentos e empresas.

1.2.5 Laços como capital na concepção do Capital Relacional

A abordagem das redes sociais, como proposta por Granovetter, não explicita a noção de que laços podem ser ativos, que ajudam na avalancagem de objetivos pretendidos. Tal preocupação é mais coerente com as proposições sobre capital social. Neste contexto, laços são considerados ativos e capital social é visualizado como um tipo de capital.

Segundo Theodorson & Theodorson (1979:36), no *The Modern Dictionary of Sociology*, “capital são bens ou outras formas de riqueza que não são necessárias para o consumo imediato mas que podem ser utilizadas para gerar mais capital ou outros bens e serviços”. Pode-se afirmar que capital social encaixa-se neste conceito, visto que sua utilização ajuda na obtenção de ganhos – materiais ou simbólicos - pretendidos por seus detentores. Como capital, o capital social apresenta, no entanto, algumas peculiaridades.

A noção de que capital social é um tipo de capital vem gerando certa controvérsia. O propósito, aqui, é, por um lado, apresentar a essência das ponderações dos críticos e, por outro, demonstrar a coerência das proposições dos adeptos da proposição. Alguns autores – críticos da literatura sobre capital social, em particular de sua visão mais valorativa – vêm enfatizando as fragilidades da analogia entre capital social e capital. Solow (1999), por exemplo, salienta as diferenças existentes entre capital físico e social. O capital físico, segundo o autor, possui uma taxa de retorno e pode ser facilmente mensurável, diferentemente de capital social. Ostron et al. (1999) observam que, em contraste com capital físico, capital social aprecia com o uso. Sobel (2002) destaca o fato que os modelos tradicionais, que tratam de como o estoque de capital físico muda com o uso, não geram nenhum subsídio para a compreensão de como o capital social modifica-se com o tempo. Arrow (1999) salienta que “capital físico possui três características que lhe são inerentes: extensão no tempo; sacrifício deliberado para benefício futuro e alienabilidade”. Pondera que capital social não exige sacrifício material, que indivíduos adquirem muito que se considera capital social sem nenhum sacrifício ou cálculo premeditado de benefício e que capital social não pode ser transferido de uma pessoa para outra.

Vários autores, no entanto, vêm salientando as conveniências e vantagens do uso da analogia. Aí se destacam, por exemplo, Coleman (1988), Stiglitz (1999), Adler & Kwon (2002) e Lin (2001). Existe um ponto de

concordância comum entre todos eles – independente da visão de cada uma deles sobre o caráter coletivo ou individual de capital social: a noção de que capital social constitui-se um tipo de capital. Capital social, no entanto, é dotado de certas peculiaridades que o diferenciam de outras formas de capital.

Coleman (1988:98), um dos expoentes da visão de capital como um recurso coletivo, salienta que “como outras forma de capital, o capital social é produtivo, tornando possível a obtenção de certos propósitos que não seriam possíveis sem ele. Da mesma maneira que capital físico e o capital humano, capital social não é completamente fungível, mas pode ser específico para certas atividades”.

O autor reconhece a existência de diferentes formas de capital social e considera que o benefício gerado por cada uma delas pode ser diferenciado. Coleman apresenta um exemplo emblemático de como um adepto da abordagem que trata capital social como um recurso coletivo visualiza o problema.

Na outra extremidade, compartilhando da visão de capital social como um recurso individual, situam-se, ente outros, Burt (1992a;b) e Lin (2001). Discorrendo sobre as diferenças existentes entre os vários tipos de capital, Burt (1992a:9-10) pondera que capital financeiro e humano são distintos de capital social por dois motivos. Em primeiro lugar, eles são propriedades dos indivíduos que os detêm. Em segundo lugar, “eles se referem a investimentos na equação de produção do mercado”. O capital financeiro, por exemplo, seria necessário para a aquisição de certos bens, como matérias-primas e equipamentos. No caso do capital social não existe esta situação. Capital social seria, então, diferente de ambos, por duas razões. A primeira, porque não se constitui propriedade de nenhum ator específico. O capital social, que vincula dois atores entre si, necessita, para ser mantido, da presença dos dois. Se um ator abandona a relação, a conexão social aí existente se dissolve. A segunda, porque refere-se a taxas de retorno na equação de produção do mercado. Afirma que “a

oportunidade de transformar capital financeiro ou humano em lucro deriva das relações com amigos, colegas e clientes” (1992a:10).

Para Burt “capital social é o árbitro final do sucesso competitivo”. Sua importância amplia-se com as imperfeições do mercado e com a presença de investimentos abundantes em capital. Reconhece também o autor que, sob condições de concorrência perfeita, capital social é, sempre, uma constante na equação de produção. No entanto, no mundo real, como a competição é imperfeita, a informação não flui livremente, as regras de troca são ambíguas no agregado e sempre negociáveis no particular, e a variável capital social adquire uma importância particular.

Lin et al. (2001: 4) realizam uma analogia entre capital social e capital humano. Ponderam os autores que “a teoria do capital humano concebe capital como um investimento (ou seja, educação) com certos retornos esperados (ou seja, renda)”. Capital social poderia ser tratado da mesma maneira. Para eles, “capital social são investimentos em relações sociais com retornos esperados” (2001:6). Devido a quatro motivos, a inserção de indivíduos em redes gera benefícios: i) facilita o fluxo de informação; ii) vínculos sociais podem exercer influência sobre atores; iii) pode ser vista como “credencial social”, sugerindo a “acessibilidade de indivíduos a recursos” e iv) reforça a identidade e o reconhecimento entre os atores.

Salientam os autores que estes quatro elementos – informação, influência, credencial e reforço – podem explicar porque capital social atua em ações instrumentais (capazes de preservar recursos já obtidos) e expressivas (capazes de ampliar os recursos existentes), de maneira não captada por nenhuma outra forma de capital, seja o capital econômico ou humano. Concluem, no entanto, que “divorciado de suas raízes em redes e interações individuais, capital torna-se, simplesmente, um outro conceito em voga, tratando de contextos associados ao desenvolvimento e à construção de interação e

solidariedade sociais, passível de ser utilizado e de cair em desuso”. (2001:9). Nota-se aí, uma vez mais, a importância da vinculação do conceito de capital social às redes.

Adler & Kwon (2002:21) apresentam uma série de motivos que justificam a analogia com o conceito de capital. Segundo estes autores, “capital social assemelha-se a alguns tipos de capital e distancia-se de outros”. Vários são os pontos de identidade entre eles. Ponderam que, como outras formas de capital, capital social é um ativo de natureza durável, no qual outros recursos podem ser investidos, com a expectativa de um fluxo de benefícios futuros. Por meio de investimentos na construção de suas redes de relações, internas ou externas, ambos, indivíduos e coletividades, podem ampliar o capital social e, então, obter benefícios daí resultantes. Como outras formas de capital, capital social é apropriável – ou seja, pode ser utilizado para diferentes propósitos - e conversível – as vantagens advindas pela posição de alguém em uma rede podem ser convertidas, por exemplo, em ganhos econômicos. Como outra forma de capital, capital social pode ser um substituto ou pode complementar outros recursos. Um ator pode, por exemplo, compensar sua escassez de capital humano ou financeiro por conexões superiores.

Muitas são, no entanto, suas peculiaridades. Salientam que, da mesma forma que capital físico e capital humano, mas diferente de capital financeiro, capital social necessita de manutenção” (p.21). As relações sociais necessitam ser periodicamente renovadas ou, então, perdem a eficiência. Como capital humano, mas diferente de capital físico, capital social não tem uma taxa prevista de depreciação. Embora possa depreciar com a não utilização (ou, eventualmente, o abuso na utilização), não deprecia com o uso. Ocorre, com capital social, o que acontece com o capital humano ou outras formas de bens públicos, como, por exemplo, conhecimento: pode ser ampliado com o uso. Pode-se salientar também que, quando compartilhado, pode multiplicar-se,

diferentemente da situação de capital físico que, quando compartilhado, divide-se. Os autores entendem que algumas formas de capital são também semelhantes a outras categorias de bens coletivos, como segurança na rua ou ar puro, que não são propriedades privadas daqueles que se beneficiam dele. Este último ponto aproxima a proposição sobre capital social, explicitada por Adler e Kwon, da concepção de Coleman. Concluem, Adler & Kwon (2002:22), que “capital social enquadra-se dentro da família heterogênea de recursos, comumente designada por capital”.

A manutenção e a ampliação de capital social exigem sacrifício. Indivíduos, por exemplo, devem alocar parte de seu tempo para cultivar relações e empresas devem preservar sua reputação e a qualidade de seus serviços para conservar os clientes. Quanto ao caráter calculista da relação, pode-se destacar a presença de interações intensas entre objetivos negociais e pessoais dos atores de interesse. Na realidade, as relações que um ator vai construindo, ao longo de sua vida, refletem, em grande dose, seus interesses negociais e ou profissionais, imbricados em dimensões pessoais. Quanto à possibilidade de transferência de capital social, de um ator para outro, tal situação é perfeitamente possível. Indivíduos que nascem ou são criados dentro de certos grupos ou classes sociais são dotados de um determinado estoque de capital social acumulado por estes grupos. Tal tema, na dimensão de classes sociais, foi, inclusive, tratado por Bourdieu (2002), quando elaborou o conceito de capital simbólico e capital social.

Síntese

As considerações acima permitem afirmar que capital social representa um tipo particular de capital. Embora Granovetter e seus seguidores tenham avançado nas considerações sobre as associações entre a natureza dos laços e o desempenho de atores, instituições e organizações, a literatura aí gerada não

aborda, de maneira explícita, laços como um tipo de ativo. Tal proposição é importante e seu mérito pertence à literatura sobre capital social. Como visto nessa literatura, seus adeptos defendem a proposição de que capital social – onde se destaca a concepção de redes - pode, perfeitamente, ser considerado um tipo de capital. Tais considerações valorizam o conceito de Capital Relacional.

Dessa maneira, como as demais formas de capital, o capital social pode ser acionado por atores- individuais ou coletivos – na obtenção de resultados pretendidos. Possui, no entanto, certas peculiaridades, que o diferenciam de outras formas de capital, correntemente citadas na literatura. Em algumas dimensões, como visto, aproxima-se do conceito de capital humano; em outras, apresenta grande identidade com certas características de bens públicos.

A proposição de que os laços constituem um certo tipo de capital é consistente com a proposta de que capital social é um recurso passível de acumulação e é coerente com o conceito de estoque. O estoque de capital social de um dado ator é resultado dos esforços e conquistas das gerações anteriores, dentro de especificações geográficas e sociais que lhe são próprias. Mas, um ator, ao longo de sua história ou ciclo de vida, pode ir adicionando e alterando o seu próprio estoque.

1.3 Conclusão: a união das duas concepções na proposição sobre Capital Social Relacional ou Capital Relacional

Na Tabela 2 encontra-se uma síntese das diferenças básicas existentes entre as duas distintas proposições e concepções teóricas hoje existentes sobre capital social. O primeiro conjunto será denominado “capital social como bem coletivo” e o segundo designado por “capital social como recurso individual”. No primeiro conjunto ficam os estudos e autores que apresentam a proposta de que capital social é um bem coletivo, inserido nas estruturas sociais, associado, em geral, a virtudes cívicas e à presença redes fechadas, capazes de desencadear resultados positivos, exigindo uma abordagem de natureza macro. No segundo

conjunto, situam-se aqueles que o visualizam como um ativo individual ou coletivo, associado a um conjunto de vinculações de um ator em uma rede aberta, enfatizando os aspectos benéficos das redes descontínuas e solicitando abordagens de natureza micro.

TABELA 2 Capital social: classificação das abordagens correntes em duas categorias

Planos ou níveis de análise:	Conjunto 1: Capital social como bem coletivo	Conjunto 2: Capital social como recurso individual
1. plano conceitual	<ul style="list-style-type: none"> - capital social como bem coletivo - ênfase em virtudes cívicas que geram redes e instituições (associações, cooperativas, etc.) - recurso inserido na estrutura social - caráter mais descritivo e valorativo 	<ul style="list-style-type: none"> - capital social como ativo individual ou coletivo - conjunto de vínculos e relações de um ator social (indivíduo ou organização) - capacidade de teste e validação empírica
2. plano das proposições teórica	<ul style="list-style-type: none"> - redes densas, coesas e fechadas - ênfase em vínculos internos (dentro de uma mesma rede/comunidade/grupo) - noção de acumulação gradual, associada a processos históricos e culturais de longa data. - ausência de preocupação com as interfaces entre dimensões econômicas e sociais 	<ul style="list-style-type: none"> - redes abertas e dotadas de oportunidades - ênfase em vínculos externos - definido, em geral, pela estrutura social e pela localização do ator na estrutura. - posições polares: localização determinando oportunidades (Burt) versus relações pessoais afetando posição social (Bourdieu) - apropriação parcial, por alguns autores, do tema do <i>embeddedness</i> sem um reconhecimento explícito das interfaces entre dimensões econômicas e sociais
3. plano das conseqüências	<ul style="list-style-type: none"> - consideração apenas dos aspectos benéficos - confusão associada a conseqüências (ex.: capital social como sinônimo de solidariedade) 	<ul style="list-style-type: none"> - ênfase em aspectos benéficos.

Fonte: elaboração própria.

Tais considerações permitem avançar na proposição sobre Capital Relacional. Existem alguns pontos de identidade entre a proposta aqui exposta e as concepções de Lin et al. (2001). Ambas propõem-se a desenvolver um aparato teórico-conceitual sobre capital social, baseado em redes sociais. Este parece ser o caminho mais promissor, capaz não só de permitir, eventualmene, a superação de um grande número de controvérsias, hoje existentes sobre capital social, mas, também, de dotar o conceito de maior precisão. Mas, diferentemente de Lin – preocupado com uma melhor estruturação da concepção de capital social para avaliar desempenhos individuais -, o presente trabalho propõe-se a elaborar uma concepção de capital social capaz de transpor do nível micro para o macro e de auxiliar na compreensão do fenômeno de evolução das aglomerações produtivas e do desenvolvimento regional.

Nesta concepção, capital social representa o conjunto de recursos provenientes de relacionamentos e conexões, de usufruto de um ator social e proveniente de sua inserção em redes. Defende-se, no plano conceitual, a proposição de que capital social é um ativo ou recurso de um ator social-individual ou coletivo (conjunto de atores), derivado de sua inserção em redes sociais. No plano das proposições teóricas, destaca-se a presença de um ator focal, inserido em redes distintas, formadas por conexões com diferentes gradações de intensidade, situadas dentro ou fora de seu grupo mais próximo de referência. No plano das conseqüências, enfatiza-se a consideração sobre a natureza dos recursos enraizados ou inseridos (*embedded*) nas redes: informação; poder, controle e influência; solidariedade. A avaliação das conseqüências da posse de capital social (se positivas ou negativas) deve ser, sempre, associada ao resultado ou propósito almejado ou ao nível de análise pretendido. Destaca-se, no plano da concepção teórica, o caráter imbricado das relações mercantis e sociais, na formação do capital social e reafirma-se o reconhecimento do capital social como um tipo particular de capital.

Existe, neste momento, uma concepção integrada e coerente de capital social. Mas, tal concepção, embora adequada a várias análises no contexto organizacional e sócio-econômico, não possui, ainda, a capacidade de incorporar a proposta de que capital social pode evoluir ao longo do tempo, ou seja, o caráter dinâmico que pode adquirir o capital social. Pode-se afirmar que o conjunto de laços e conexões de um ator apresenta um componente dinâmico, podendo variar ao longo do tempo, em função da evolução das interações do próprio ator e de fatores ambientais. Depende de sua origem – local de nascimento e situação social -, dos vínculos familiares que este manteve e das novas conexões que foi construindo, ao longo de sua trajetória de vida, em função de educação, profissão, atividades escolhidas e relacionamentos sociais de todo tipo. Da mesma maneira que a estrutura social em que este ator se encontra inserido, em um dado momento, condiciona suas oportunidades e possibilidades de conexões e relacionamentos, estes, por sua vez, afetam a natureza de sua estrutura social de inserção. Existe uma interação dinâmica entre estrutura, atributos pessoais e fatores ambientais.

Mas, em um sistema sócio-econômico, de maior complexidade, quais seriam os fatores que afetam, mais diretamente, a configuração das redes territoriais e a natureza dos recursos aí enraizados? Tal tema será abordado, a seguir.

CAPÍTULO 3

A INFLUÊNCIA DA AÇÃO EMPREENDEDORA E DA INOVAÇÃO NA FORMAÇÃO DO CAPITAL RELACIONAL

RESUMO

Este capítulo incorpora, na reflexão sobre Capital Social Relacional ou Capital Relacional, a problemática da ação empreendedora, tornando possível tratar a dinâmica de transformação territorial. A ação empreendedora, dotada de capacidade de inovação, pode alterar a natureza dos laços e das conexões presentes em uma determinada região, imprimindo, às redes aí existentes, o seu caráter dinâmico. Para a inclusão desta temática, na concepção teórica realizada, foi explorada a literatura do empreendedor, ambos, como um inovador e como um articulador de rede e, também, a literatura que vislumbra a inovação como um processo coletivo.

ABSTRACT

Further evolving towards a theoretical treatment of the dynamics of territorial transformation, this chapter tackles the subject of entrepreneurship and incorporates the issue to the reflections on Relational Social Capital. Entrepreneurship, with its innovative dimensions, can prevail upon a given region, changing ties and connections, as well as imprinting current networks with new dynamics. Bridging such theoretical gulf was accomplished with extensive recourse to the literature on the nature of the entrepreneur - both as an innovator and as a network framer - and, also to the relevant body of knowledge on innovation as a collective process.

1 INTRODUÇÃO

Empreendedores e empresas destacam-se, no mundo real, pela capacidade de, permanentemente, construir e destruir conexões, impactando as estruturas de mercado. A ação empreendedora, dotada de inovação, possui a capacidade de alterar a configuração das redes de conexão e de vinculação existentes em um dado território e a natureza dos recursos enraizados (*embedded*) nestas redes (ou seja, o capital social). Possui, no contexto de um território, a capacidade de alterar o capital social existente, provocando novas conexões e vinculações, seja entre atores e grupos localizados no próprio território, seja nas relações do território com outras regiões.

Para a compreensão deste fenômeno, é importante uma reflexão sobre o papel do empreendedor como um articulador de redes e do empreendedor como um agente de inovação, antes da introdução do conceito de ação empreendedora. Tanto a temática do empreendedor como agente de inovação, quanto do empreendedor como intermediador, aglutinador e coordenador de recursos, encontram raízes na literatura. O primeiro foi tratado por Schumpeter, que posiciona o empreendedor no cerne da evolução do capitalismo, destacando sua capacidade de inovação e de transformação e vinculando-o à dinâmica do crescimento econômico. O segundo - do empreendedor como um agente que é capaz, ao mesmo tempo, de competir e de cooperar - havia sido foco de atenções de alguns pensadores clássicos. Adam Smith, no século XVII, já salientava, como característica inerente do capitalismo, a capacidade de se levar ao máximo, por um lado, a busca do auto interesse e, por outro, a necessidade de cooperação. “Em sociedades civilizadas (uma pessoa) permanece o tempo todo buscando a cooperação e apoio de grande magnitude”, escreve Smith, “enquanto que sua vida toda é suficiente apenas para obter a amizade de poucas pessoas” (*apud* Herman, 2001:215).

Hirschman (1958), nas reflexões sobre desenvolvimento econômico, salienta a necessidade de calibrar a imagem corrente dominante do empreendedor como um individualista, com certos elementos de cooperação. Para ele (1958:17), a habilidade empreendedora inclui também a capacidade de “operacionalizar acordos entre todas as partes interessadas, tais como o inventor do processo, os parceiros, o capitalista, os fornecedores de peças e serviços, os distribuidores, (...) de garantir a cooperação de agências governamentais (...), de manter relações bem sucedidas com os trabalhadores e o público”. No entanto, apesar de algumas citações eventuais e esporádicas, o tema do empreendedorismo e suas interfaces com cooperação e redes não havia sido tratado, de maneira mais estruturada, até recentemente, quando surgiram interessantes contribuições, em particular de Leibenstein, seguido por Granovetter e Burt.

Serão apresentadas, inicialmente, estas duas distintas proposições sobre o empreendedor, mostrando como ambas podem se complementar e se reforçar. Em seguida, será realizada uma reflexão sobre interação social e inovação como um processo de construção coletiva e sobre a temática da ação empreendedora.

1.1 O empreendedor como agente de inovação

Várias correntes teóricas exploraram a problemática do empreendedorismo e crescimento econômico, vinculando-a, intimamente ou não, ao tema da inovação. A vinculação entre empreendedorismo e inovação tem sido objeto de contribuições relevantes de vários autores. Aí se situam, além de Schumpeter (1969; 1976; 1979; 2005), Baumol (1968) e Leibenstein (1968), entre outros. Parte significativa da literatura sobre empreendedorismo voltou-se para a tentativa de compreensão do papel do empreendedor como motor do crescimento econômico. Entre os autores aí presentes destacam-se o próprio

Schumpeter, Knight (1971),; Kizner (1982; 1983), Baumol (1968), Metcalfe (2003), Penrose (1959) e Leibenstein (1968).

Discorrendo sobre o tema do empreendedorismo e crescimento econômico, Wennekers & Thurik (1999) classificam três correntes na área: a primeira, de origem alemã, na qual se destacam Schumpeter e Baumol; a segunda, de inspiração neoclássica, com pensadores como Marshall e Knight; a terceira, na tradição da escola austríaca, de Von Mises e Kirzner. Embora compartilhando alguns conceitos e proposições comuns, as respectivas abordagens apresentam algumas diferenças fundamentais: o empreendedor na tradição schumpeteriana é um agente que vislumbra oportunidades de lucro a partir da interveniência de um novo fator - endógeno ou exógeno - e é considerado um criador de instabilidade e de destruição criativa; na tradição da escola neoclássica, a ênfase recai no papel do empreendedor como aquele que dirige o mercado em direção ao equilíbrio; na vertente da escola austríaca, o empreendedor busca atender necessidades não satisfeitas e superar ineficiências e deficiências existentes no mercado. Pode-se dizer que essas escolas geraram diferentes linhas de pensamento e reflexão, algumas das quais, se interpenetram.

Schumpeter enfatiza o papel fundamental desse ator na inovação e no crescimento econômico, distinguindo entre invenções, ou seja, novas idéias e conceitos e inovações, uma nova combinação de recursos produtivos. Segundo o autor, o desenvolvimento é possível quando ocorre inovação. Existem, segundo ele, cinco diferentes tipos de inovação: i) introdução de novos produtos no mercado ou de produtos já existentes, mas, melhorados; ii) novos métodos de produção; iii) abertura de novos mercados; iv) utilização de novas fontes de matérias primas e v) surgimento de novas formas de organização de uma indústria.

Nessa acepção, o empreendedor é, por excelência, o agente de transformação e de inovação, detentor dos “mecanismos de mudança”, com

capacidade de explorar novas oportunidades, via associação de diferentes recursos ou diferentes associações de um mesmo recurso. As inovações podem contrabalançar ou compensar a tendência a taxas de retorno decrescentes na indústria ou na economia em geral. A habilidade de identificar e perseguir novas formas de associação de recursos e novas oportunidades no mercado é a atividade empreendedora por excelência. Gera, permanentemente, desequilíbrio na economia, permitindo sua transformação e crescimento. As mudanças no sistema econômico, que se situam no cerne dos processos de crescimento, associam-se, na visão de Schumpeter, à capacidade de inovação e de implementação de novas e diferentes combinações. Segundo o autor, “nós designamos por empresas a implementação de novas combinações e por empreendedores aqueles cuja função é viabilizá-las” (1969:74). O empreendedor é alguém “capaz de realizar coisas novas ou de fazer de novas maneiras coisas que vinham sendo feitas” (1969:151).

A proposta do empreendedor schumpeteriano como aquele que introduz a inovação, gera desequilíbrio e provoca crescimento no sistema econômico, não é compartilhada por Kirzner (1982, 1983). Para este autor, o empreendedor situa-se em um mundo de informações imperfeitas e contribui para mover o sistema em direção a uma situação de maior equilíbrio. Kirzner, no entanto, reconhece que a situação de perfeito equilíbrio – como proposta pelo modelo do equilíbrio geral - nunca será atingida. Ele descreve a economia como um processo de descoberta e de aprendizado, em que o empreendedor usufrui das imperfeições do mercado - em termos de informação incompleta - e busca extrair vantagens advindas da posse de informações privilegiadas.

Seu empreendedor é um indivíduo constantemente em estado de alerta, buscando novas oportunidades, capazes de conectar, via arbitragem, mercados isolados, previamente desconectados. Assim procedendo, não só é capaz de usufruir de lucros diferenciados, como também expõe, nesse processo, as

discrepâncias de preços existentes entre diferentes mercados, atraindo, conseqüentemente, em uma segunda fase, a atenção de outros empreendedores. O empreendedor impulsiona o sistema em direção ao equilíbrio, no qual os preços apresentam tendência ao nivelamento, à medida que novos empreendedores buscam a mesma oportunidade, que termina, finalmente, por se esvaír. O empreendedor de Kirzner seleciona oportunidades que são estabilizadoras, diferentemente do empreendedor schumpeteriano, que seleciona oportunidades que geram desrupção e desequilíbrio.

O tema da inovação e sua associação com crescimento econômico foi, mais recentemente, abordado por Metcalfe (2003). Este autor salienta que “o significado econômico profundo do processo empreendedor é que ele transforma um sistema econômico de dentro dele mesmo, gerando um novo padrão de preços relativos e, conseqüentemente, alterando a estrutura de incentivos para novos empreendedores” (2003:8). As inovações são introduzidas no contexto de uma estrutura vigente de preços, que lhe confere validade, em termos de maiores taxas de lucratividade. A partir daí, segue-se um processo de entrada competitiva de novos empreendedores no mercado, atraídos pelas altas taxas de retorno, o que amplia a oferta e reduz as taxas de lucro, à medida que existe um processo de adaptação gradual a um novo sistema de preços relativos, que altera, conseqüentemente, a estrutura dos incentivos com que se deparam os novos empreendedores. Pondera o autor que a função do empreendedor não se esgota na idéia inovadora e estende-se, necessariamente, “à capacidade de reunir recursos produtivos necessários, aos contatos com os consumidores potenciais e à organização da empresa” (2003:10).

Tanto para Schumpeter como para Kirzner ou Metcalfe, o empreendedor é um criador ou desbravador de novas oportunidades. Ao fazer isso - entendem esses autores - ele conecta diferentes recursos e consegue agregar valor à atividade produtiva. A compreensão da capacidade ou habilidade do

empreendedor de gerar conexões e criar redes encontra-se, como visto, presente nas concepções do empreendedor, associadas à inovação.

1.2 O empreendedor como agente de conexão e de criação de redes

Existem inúmeras referências, na literatura, do empreendedor como um agente de coordenação de diferentes recursos produtivos – o que pressupõe, em diferentes graus, capacidade de cooperação e de criação de novas redes, unindo e conectando diferentes esferas e recursos produtivos complementares. Para Barth (1964), por exemplo, que analisou modelos de organização social tradicional, a habilidade de romper ou quebrar barreiras e de transpor esferas de intercâmbio situa-se na própria essência da atividade empreendedora. Para Ripsas (1988), entre os três principais atributos do empreendedor situa-se sua capacidade de inovação que supõe, inclusive, habilidade de conexão e associação com fontes geradoras de novos conhecimentos. Alvarez & Barney (2001), por sua vez, destacam, no contexto das teorias baseadas em recursos, que a inovação requer novas formas de combinação de recursos e a criação de heterogeneidade adicional na economia.

Também a teoria dos custos de transação, em que pesem suas limitações para o tratamento do tema do empreendedorismo - devido, sobretudo, aos seus pressupostos neoclássicos -, permite uma reflexão sobre o empreendedor e a empresa, como elementos de coordenação e de conexão. Coase (1937) havia introduzido, no pensamento econômico, a noção da empresa como um “nexo de contratos” e a preocupação com os custos de transação. No contexto da teoria dos custos de transação (ver, a propósito desse assunto, Williamson, 1975; 1992; 1994; 1996), as empresas existem porque existe custo de transação, visto que os mecanismos de preços no mercado não são capazes de prover, por si só, todos os requerimentos de coordenação necessários. Com isso, indivíduos atomizados podem empreender negócios e realizar transações. O empreendedor é aí

visualizado como aquele que busca a melhor combinação possível – em face de uma dada estrutura de preço - de diferentes recursos produtivos, situados dentro ou fora da empresa. Tais recursos, caso o mercado fosse livre de imperfeições, poderiam ser providas por diferentes agentes econômicos atomizados. Pode-se depreender que, no contexto desta teoria, o empreendedor é um agente capaz de reunir diferentes recursos produtivos, de outra maneira dispersos no mercado, criando uma unidade produtiva em melhores condições de negociar no mercado. Assim procedendo, leva, para o interior da empresa, uma capacidade de coordenação e de organização. Também em relação ao mundo exterior, a empresa age como uma unidade de coordenação, adquirindo produtos de uma rede de diferentes fornecedores.

A visão do empreendedor como um agente de intermediação e de criação de redes não mereceu, no entanto, uma reflexão mais estruturada, até mais recentemente. Tal tema perpassa as literaturas da antropologia, da sociologia e da economia. No âmbito da antropologia econômica, alguns autores abordaram o tema, associando-o, por exemplo, à questão da mensurabilidade dos bens e das transações entre distintas sociedades. Entre eles, situam-se, por exemplo, Bonhann & Dalton (1962) que, analisando o mercado de trabalho em algumas regiões da África, identificaram o papel relevante exercido por um terceiro elemento, que atua como o intermediador entre diferentes grupos sociais e culturais, no processo de realização do valor econômico de certos bens.

Nas economias tradicionais, vários bens e serviços não eram mensuráveis entre si e não podiam, conseqüentemente, ser trocados ou comercializados. Tal situação existia, muitas vezes, devido ao fato da comunidade não ter despertado, ainda, para a possibilidade de troca de certos bens ou, ainda, por não considerar apropriada a imputação de um valor de mercado a determinados bens. Mesmo nas sociedades modernas, continua a existir uma distinção clara para bens passíveis de transação no mercado *versus*

aqueles que não o são. Um empreendedor, originário da primeira sociedade, capaz de criar redes e conexões, na segunda sociedade, pode usufruir de vantagens diferenciadas. Esse ator social possui, como elemento distintivo, a capacidade de estabelecer vínculos e conexões entre duas realidades distintas e, em certos momentos, desconectadas entre si, detentoras de recursos complementares, dotados de valor produtivo.

Na área econômica, um dos pioneiros a abordar, de maneira mais estruturada, o papel do empreendedor como um agente de conexão, foi Leibenstein (1968). Para este autor, o empreendedor “é um indivíduo ou um conjunto de indivíduos com quatro características fundamentais: i) conecta diferentes mercados: ii) é capaz de superar deficiências do mercado, preenchendo brechas e vazios; iii) é um “completador” de insumos que se complementam (*input-completer*) e iv) cria e expande entidades que administram contratos, organizam o tempo e transformam insumos – ou seja, empresas” (1968:75). Na visão do autor, o talento inerente ao empreendedor - ou seja, a capacidade de preencher lacunas e de inteirar recursos fragmentados e dispersos - é um recurso escasso na sociedade, sobretudo em regiões menos desenvolvidas.

O que interessa reter, na abordagem de Leibenstein, é a visão do papel do empreendedor como um agente que realiza conexões e preenche vazios. A partir daí, a economia pode ser visualizada como uma rede composta de nós e rotas entre os nós. Este autor salienta que (1968:76) “o modelo da concorrência perfeita seria representado por uma rede que é completa, ou seja, que possui rotas e nós bem definidos e marcados e onde cada elemento (empresa ou consumidor) negocia com todos os demais elementos, em condições iguais para produtos iguais.” Realçando, no entanto, as limitações de tal modelo, salienta que existiriam, na realidade, brechas, vazios e obstáculos na rede, o que afasta o mercado do modelo de concorrência perfeita. Os verdadeiros empreendedores,

ou seja, aqueles capazes de provocar mudanças e inovações no sistema econômico, atuam no sentido de desobstruir, desbloquear partes da rede, gerando, com isso, novas rotas e expandindo o mercado (algumas vezes, no entanto, reconhece o autor, podem gerar novas obstruções e obstáculos, quando provocam o surgimento de monopólios.)

No esforço para incorporar o tema do empreendedorismo nas análises sobre desenvolvimento econômico, Leibenstein reconhece, no entanto, as limitações de suas proposições, salientando que “não é possível, neste estágio de desenvolvimento, um modelo completo e detalhado de desenvolvimento econômico e empreendedorismo” (1968:79). Uma razão para isso seria o fato de não existir, até aquele momento, uma teoria do sistema econômico que incorporasse as noções de obstrução e de vazio. Pode-se afirmar que Leibenstein abriu novas perspectivas de análise na área. Aqueles, no entanto, que o sucederam, anos depois e geraram também importantes contribuições ao tema, não fazem referência ao seu nome. Entre os autores com contribuições relevantes no campo situam-se Burt (1987; 1992a;b; 1992a;b, 1997; 2001) e Granovetter (1973; 1974; 1985; 1992a;b; 1994a; b; 2001).

Granovetter (1973), na sua análise, hoje clássica, sobre o poder dos vínculos fracos, salienta que “quanto mais fortes os vínculos conectando dois indivíduos mais similares eles são” (1362). Dessa maneira, enquanto vínculos fortes sugerem redes (comunidades ou conjuntos) coesas e interconectadas, vínculos fracos sugerem contatos e relacionamentos eventuais e mais superficiais, que se estabelecem entre diferentes redes ou comunidades ou conjuntos. Nesse contexto, vínculos fracos seriam aqueles menos intensos. Granovetter recorre ao conceito de “pontes”, ou seja, “uma linha em uma rede que provê a única passagem entre dois pontos” (1364) e destaca a importância de uma ponte como uma forma de conexão entre dois setores ou conjuntos, de outra maneira, desconectados e vincula tais pontes à presença de vínculos fracos.

O autor insere aí a figura do empreendedor como um agente capaz de estabelecer pontes e de gerar conexões, reunindo recursos produtivos valiosos. Para ele, “o empreendedor não tem nenhuma chance sem uma estrutura fragmentada, de maneira que o fluxo entre as facções possa constituir-se fonte de lucro” (2001:13). Salieta, no entanto, que tal tarefa não é trivial, pois requer, entre outras coisas, a habilidade de mobilizar recursos sociais por meio de redes de solidariedade e de obrigações. Dessa maneira, apenas em sociedades com diferenciação no interior da estrutura social é possível o surgimento do empreendedor, pois isso permite a ele captar e conectar recursos produtivos socialmente dispersos. Em agrupamentos mais homogêneos, tais recursos estariam, de certa forma, trancados e inseridos em redes sociais indiferenciadas, baseadas, por exemplo, em vínculos de família, e não poderiam, conseqüentemente, ser mobilizados. Granovetter reconhece, no entanto, o papel dos vínculos familiares fortes no apoio a certos tipos de iniciativa empreendedora.

Granovetter (2001) também procura mostrar como a atividade econômica é implementada, não por indivíduos isoladamente, mas, por grupos que o empreendedor consegue fazer cooperar, em entidades mais abrangentes como empresas, indústrias e grupos interindustriais. Sua intenção, ao fazer isso, é “situar o problema das instituições econômicas como aquele que inclui, também, a mobilização de recursos para a ação coletiva, o que leva tal tema para o campo das reflexões das ciências políticas e sociologia, considerado, previamente, irrelevante” (2001:6)

Burt amplia as considerações de Granovetter sobre laços fracos e fracos (1973) e procura conceber um modelo de competição, baseado na estrutura do relacionamento social e no conceito de “buraco estrutural”. Para o autor, as relações sociais constituem um tipo especial de capital – designado capital social – tão fundamental para a competitividade de um ator – empreendedor ou

empresa -, quanto o capital humano e o capital financeiro. A importância imputada ao capital social advém do fato da competição ser imperfeita e a informação não fluir de maneira livre e completa. Laços e contatos garantem informações, abrem acesso e geram oportunidades diferenciadas. Atores dotados de iguais recursos em termos, por exemplo, de capital humano e financeiro, podem gozar de condições competitivas inteiramente distintas, em função da natureza de suas redes de relacionamento e de suas respectivas posições no interior das mesmas.

O buraco estrutural seria, na visão de Burt, uma brecha ou lacuna que se forma entre dois atores, que detêm recursos complementares e que se situam em grupos sociais ou redes distintas, sem conexão entre si. Um “buraco estrutural representa uma relação de não redundância entre dois contatos” (1992:18) e “as respectivas condições empíricas que indicam a presença de um buraco estrutural são coesão (no qual os contatos são conectados por relações fortes) e equivalência estrutural (em que duas pessoas são estruturalmente equivalentes, pois possuem os mesmos contatos). Ambas as condições definem buracos, indicando onde estes estão ausentes” (1992:18). Dessa maneira, o que interessa em uma rede, segundo Burt, não é, exatamente, “a força do vínculo fraco, mas, sim, o buraco estrutural que este é capaz de atravessar” (1992:27) e, conseqüentemente, o número de contatos não redundantes, em que a redundância significa a extensão em que tais contatos levam a uma mesma pessoa, provendo, conseqüentemente, os mesmos benefícios de informação.

As lacunas são vislumbradas, no contexto empresarial, como oportunidades a serem preenchidas por um terceiro elemento, que pode ser o empreendedor. Tal ator vai gozar de vantagens competitivas diferenciadas, pela possibilidade de conexão de recursos distintos e não redundantes, dotados de valor produtivo. As vantagens competitivas, nessa acepção, estariam associadas à capacidade de acesso a tais buracos no mercado, garantida por uma rede de

laços e conexões com segmentos de outra maneira desconectados. Uma pessoa capaz de estabelecer conexões, entre grupos isolados, seria capaz de acumular, de maneira não redundante, um maior volume de informação. Esse indivíduo encontra-se, na visão de Burt, em uma posição privilegiada, pois é capaz de superar a brecha entre os dois conjuntos, agindo como um intermediador e gozando, conseqüentemente, também dos benefícios de controle, garantidos pela presença de buraco estrutural.

Para Burt, o diferencial competitivo de um ator (empresa ou indivíduo), na concorrida arena do mercado, é dado, exclusivamente, por sua posição e localização em uma rede. Afirma que “competição é um problema de relações e não de atributo dos jogadores” (1992:3). Esta sua proposição contrapõe-se a algumas vertentes teóricas que abordam o tema do empreendedorismo baseado em atributos de personalidade ou na possibilidade de formação pessoal (a propósito desse assunto, ver, por exemplo, Kilby, 1971).

Burt afirma que o empreendedor, no senso estrito da palavra, é “a pessoa capaz de agregar valor intermediando as conexões entre os outros” (2001:36) e que “colocar junto peças de outra maneira desconectadas encontra-se na essência do empreendedorismo” (2001:29). Existiriam, assim, redes mais ou menos ricas em oportunidades empreendedoras e os empreendedores seriam os indivíduos com habilidade de construção de pontes interpessoais, capazes de superar buracos estruturais em redes nas quais eles existem. Na visão de Burt, tais elementos são capazes de gerar informações com mais agilidade que os burocratas e de se moverem mais rapidamente entre as soluções possíveis, detendo maior controle das condições ambientais e sendo, também, capazes de reduzir os custos de transação. Tal empreendedor, em redes ricas em buracos estruturais, “acelera o processo em direção ao equilíbrio, atuando em algum ponto entre a força da autoridade corporativa e a agilidade do mercado,

construindo pontes entre partes desconectadas do mercado, de onde é possível derivar valor” (2001:37).

Quanto maiores os custos da intermediação, maiores devem ser os ganhos obtidos. Pondera o autor que “existe uma ampla evidência sobre os ganhos advindos com a intermediação (...), mas é de se esperar que os ganhos desapareçam, à medida em que mais e mais pessoas construam pontes entre os mesmos vazios estruturais” (2001:12). O primeiro empreendedor a construir as pontes gozaria de maiores vantagens do que aqueles que o sucedessem. À medida que novos intermediários entram no mercado, haveria uma tendência a uma taxa de retorno decrescente, em direção ao ponto de equilíbrio, em que o valor é marginalmente mais elevado do que o custo de transpor o buraco ou vazio.

O ponto fundamental, nas abordagens aqui apresentadas, para tratar o tema do empreendedor como um agente de conexão e de superação de “brechas no mercado” (como proposto por Leinbenstein) ou “por buracos estruturais” (como apresentado por Burt) ou, mesmo, na concepção de “laços fracos” e “pontes” (de Granovetter), é que tais modelos não parecem muito adequados para tratar o tema da inovação e das transformações aceleradas que caracterizam o atual processo de crescimento econômico. Como salientado por Nohria & Eccles (1992:ix), “Burt visualiza redes como uma topologia social estável”. Pode-se afirmar que a proposta de Burt associa-se, mais intimamente, à concepção do empreendedor defendida por Kirzner e não exatamente por Schumpeter e, como tal, não parece ser a mais adequada para a apreensão de certos aspectos ligados aos temas da inovação no sistema produtivo.

No mundo atual, caracterizado por um ritmo acelerado de transformação, a inovação torna-se a mola mestra. Nesse contexto, a atual abordagem das redes sociais apresenta algumas deficiências. Tais limitações, no entanto, podem ser superadas pela incorporação de algumas concepções

provenientes da literatura sobre inovação. A capacidade de empreender encontra-se sempre, associada à habilidade de aglutinar e integrar diferentes recursos, como salientado por Burt e outros autores. Mas, diferentemente do que diz Burt (e Leibenstein) esta nem sempre encontra-se associada à existência de buracos estruturais. A proposta do empreendedor que usufrui das discontinuidades do mercado, embora interessante, é limitada e incompleta, não sendo capaz de captar, em sua inteireza, o tema da inovação. A percepção ou identificação da presença de alguma discontinuidade econômica só podem existir no contexto de um dado paradigma produtivo, condicionado ao padrão tecnológico existente. No entanto, alguns tipos de inovação são capazes de afetar, inclusive, o próprio paradigma prevalente. Quando isso ocorre, não existe, previamente, uma noção de “brecha estrutural” a ser transposta. Esta proposição pode ser melhor compreendida e visualizada com a apresentação de um momento caracterizado como de grande ruptura ou quebra de paradigma, embora não se limite apenas a situações desse tipo.

Para ilustrar tal proposição, pode-se recorrer a um caso emblemático, o da invenção da máquina a vapor por James Watt, um técnico da Universidade de Glasgow, no século XVIII, que deflagrou o processo da revolução industrial. Observando o trabalho de uma simples bomba de tirar água de uma mina de carvão, que havia sido inventada por Thomas Newcomen, de Derbyshire, resolveu adicionar alguns pequenos componentes, de maneira a dotar o equipamento de uso mais geral. Para isso, recorreu à ajuda de um conhecido, que dominava a arte da fundição. Foi capaz de criar, a partir dessa associação, o motor a vapor, ou seja, uma máquina de uso mais geral, capaz de substituir a tração animal, pela mecânica. Nos 25 anos seguintes fabricou e vendeu 500 dessas máquinas para usos industriais diversos. Essa invenção tornou possível romper o paradigma prevalente ao longo de toda a história humana, que associava qualquer esforço à necessidade da presença de uma criatura viva ou a

forças da natureza (a propósito deste tema, ver Herman, 2001). Tal inovação tornou possível o deslocamento das unidades fabris do campo para as cidades, a exemplo das serrarias, que puderam deixar as proximidades das quedas d'água e foram se localizar próximas à mão-de-obra e ao mercado. Esse movimento permitiu, posteriormente, o nascimento de aglomerações produtivas urbanas.

Nesse exemplo - como, aliás, em milhares de outros menos eloqüentes e mais comuns - não havia, previamente, no contexto das referências e paradigmas produtivos dominantes na sociedade, uma brecha, ou um buraco estrutural, a ser superado com uma ponte. Coube ao empreendedor conceber, inclusive, uma oportunidade completamente nova, um novo e revolucionário conceito de negócio e de produto, introduzindo uma inovação capaz de desencadear, no mercado, uma nova onda de transformações e novos ciclos de negócios. O empreendedor situa-se, aí, não só como agente de articulação de redes – como, aliás, já salientado por Burt - mas também como agente fundamental de inovação, – mais em sintonia com as propostas de Schumpeter e Metcalfe.

O ritmo de transformação é, em geral, lento. Como salientado por Nelson & Winter (1982), cada empresa possui uma certa dotação em termos de rotinas e procedimentos técnicos, 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. 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

As considerações acima permitem concluir que o ato de empreender é, sempre, de articulação e transformação de redes embora, nem sempre, de transposição de “brechas estruturais” no mercado. A noção de superação de

brechas é compatível com as proposições de Kirzner, mas, a habilidade de vislumbrar oportunidades completamente novas e de introduzir conceitos revolucionários de negócio é mais coerente com as idéias de Schumpeter e Metcalfe. O empreendedor de redes, concebido em sintonia com as propostas destes últimos autores, deflagra e desencadeia novos ciclos de inovação e de transformação, em que, em seguida, o empreendedor de redes – mais sintonizados com as proposições de Kirzner, terá também um papel destacado. Existe, na realidade, uma coexistência, concomitante, desses dois tipos de empreendedores - seja, eventualmente, em um mesmo ator - atuando em momentos e contextos negociais distintos -, seja pela presença de diferentes empreendedores que atuam, ao mesmo tempo, em distintos estágios e etapas de um ciclo de inovação e de negócio, como já salientado por Vale (2002).

1.3 O papel da interação na abordagem da inovação como construção social

Na discussão sobre inovação, vem se destacando uma corrente teórica que enfatiza o aspecto social do processo e sua associação à necessidade de interação e cooperação entre diferentes empresas e organizações, inseridas em um determinado sistema produtivo. Nesse sentido, a performance inovativa de um determinado sistema depende não exatamente de uma simples organização - como uma empresa ou um centro tecnológico - mas, sim, da maneira como essas entidades interagem e do arranjo institucional, por sua vez moldado por ações públicas e normas (Cusmano, 2000). Lundval & Borrás (1997) e Lundval (1988) foram os pioneiros a destacar a relevância do aprendizado via interação, na criação do conhecimento, no contexto de uma econômica caracterizada como *learning economy*. Malerba (2005:3) afirma que “ tem sido percebido que a inovação na indústria é resultante de interação entre diferentes atores (firmas, universidades, agências públicas, organizações financeiras) que se encontram relacionados, tanto formalmente quanto informalmente”. Destaca que, no mundo

industrial, um número reduzido de empresas é, em geral, responsável por um grande número de inovações. Sobre redes e inovação salienta que “por um lado, redes são resultantes de escolhas feitas pelas firmas, da estrutura industrial existente e da base de conhecimento disponível. Por outro lado, as redes afetam a mudança tecnológica, o crescimento da firma e a competição no mercado” Tais mudanças frequentemente se reforçam e condicionam o processo de evolução e a formação de redes (2005:18).

No âmbito dos estudos sobre competitividade territorial, tais reflexões vêm impactando, de maneira significativa, as abordagens sobre aglomerações produtivas, em particular na proposta sobre os sistemas produtivos e inovativos locais (SPIL), como visto no primeiro capítulo. Seus expoentes destacam alguns pontos: i) a inovação como resultante de características endógenas de um dado sistema e altamente dependente de mecanismos de aprendizado coletivo e de interação, em que as dimensões técnica, social e organizacional encontram-se inter-relacionadas; ii) a noção de que as novas competências baseiam-se, em grande medida, em conhecimentos e práticas que não são, em geral, completamente decodificáveis, daí advindo a importância imputada ao conhecimento tácito, gerado por meio de processos de interação (sobre o tema ver, por exemplo, Castelli & Wilkinson, 2002).

Estes pontos realçam o caráter localizado e específico dos processos de aprendizado e de inovação e sua vinculação aos temas da intensidade da cooperação e das interações locais entre os vários atores produtivos e aos processos de desenvolvimento territorial. Malerba (2005), refletindo sobre progressos e desafios nas atuais abordagens - empíricas e teóricas - sobre inovação e dinâmica empresarial, destaca a importância de se avançar mais na compreensão das redes, tanto formais quanto informais. Tais temas são de particular interesse nas análises sobre aglomerações produtivas.

Tem havido, em vários estudos empíricos sobre aglomerações produtivas, uma grande preocupação com a identificação de mecanismos mais explícitos – sejam formais ou informais – de cooperação entre empresas. Aí se inclui, por exemplo, a união (formal ou não) de empresas, para vários tipos de propósitos, tais como compra ou venda conjunta, exportação, pesquisa e desenvolvimento, capacitação, etc. (ver, por exemplo, os estudos da RedeSist, que vêm ampliando, significativamente, o campo de conhecimento no Brasil). Tal preocupação justifica-se pela importância inerente a estes mecanismos. Salienta-se, no entanto, que outros mecanismos, menos óbvios e mais sutis, são, no entanto, igualmente importantes. São também passíveis de serem captados via pesquisas empíricas. Aí podem-se incluir, por exemplo, a intensidade de contatos existentes entre as empresas locais – por onde flui um rico conjunto de informações -, o fluxo de mão-de-obra especializada entre as empresas, - proveniente, eventualmente, de um certo padrão de rotatividade existente na localidade - ou as vinculações existentes – por motivos familiares ou de trabalho e emprego - entre os novos empreendedores e empresas iniciantes no ramo, com empresas já estabelecidas na região. A presença, em um dado território, de mecanismos deste tipo, à primeira vista menos óbvios de cooperação ou de interação, é de fundamental importância para a compreensão da dinâmica competitiva local.

Salienta-se, no entanto, que nem todos os autores que se dedicam aos temas da inovação e da competitividade imputam à capacidade de interação face a face ou à cooperação muito próxima entre os diferentes atores produtivos, um papel tão proeminente. Porter (1990), por exemplo, nos seus trabalhos sobre *cluster*, destaca a importância da competição que se estabelece entre as empresas locais.

Para Granovetter (1973; 1985) e Burt (1992), os vínculos fracos, ou seja, mais distantes, são, em geral, mais adequados à inovação. Novas idéias, capazes

de provocar mudanças e inovações estariam, na visão de Granovetter, associadas a vínculos fracos, visto que os vínculos fortes tendem a reproduzir a mesma estrutura de representação e a reforçar o hábito. A proposta de Granovetter, a respeito da correlação existente entre vínculos fracos - capazes de estabelecer pontes entre os autores econômicos – e capacidade de inovação organizacional não parece ser conclusiva, à luz de algumas evidências empíricas. Hansen (1999), por exemplo, no seu estudo sobre o papel dos vínculos fracos na transferência de conhecimento no interior de subunidades organizacionais, não encontrou nenhuma correlação.

Enquanto alguns estudos vêm demonstrando as vantagens dos “laços fracos”, outros apresentam suas desvantagens, em face de diferentes iniciativas ou processos de desenvolvimento tecnológico. Outros, ainda, não conseguem identificar evidências empíricas conclusivas com nenhuma das proposições. Hansen (1999), por exemplo, observou que a presença de vínculos fracos associa-se a uma melhor relação custo-benefício na procura por informações condizíveis, enquanto que os vínculos fortes associam-se ao custo-benefício da transferência de informações complexas ou do conhecimento tácito. Gabbay & Zuckerman (1998), nos estudos sobre mobilidade de cientistas em ambientes de P&D, demonstram que, em unidades de pesquisa e desenvolvimento, nas quais a capacidade de integração e de cooperação é importante, indivíduos com maiores habilidades de forjar laços sociais mais intensos são mais bem sucedidos. Por outro lado, em unidades de pesquisa básica, em que os elementos críticos são a autonomia e a capacidade de contribuição individual, os cientistas inseridos em redes esparsas e com brechas e buracos estruturas demonstram mais êxito. Já Gilsing & Nooteboom (2004), no estudo que realizaram sobre os setores de biotecnologia e de multimídia, na Holanda, não encontram resultados satisfatórios.

Julian et al. (2002), no estudo sobre 147 pequenas empresas canadenses, localizadas no setor de equipamentos de transporte terrestre, reconhecem que “os laços fracos possuem grande capacidade de gerar e suprir novas informações, mas que possuem grandes limitações na sua habilidade de transferir e adaptar aquelas informações que são adequadas para as complexas necessidades das empresas” (p. 24).

1.4 Ação empreendedora

Enquanto a literatura mais recente sobre inovação destaca seu caráter coletivo e enfatiza o fenômeno da construção social, a literatura sobre empreendedorismo, na abordagem das redes, permite tirar o foco do empreendedor, como ator otimizado e individualista, para uma proposição do empreendedor enquanto um articulador e forjador de redes, com habilidade de unir e conectar diferentes redes e grupos sociais, de outra maneira dispersas no mercado. Mas, o ato de empreender, na realidade, não se encontra associado apenas a indivíduos; pode ser implementado por indivíduos, grupos e organizações. Tal temática é abordada no contexto das reflexões sobre ação empreendedora.

Hitt et al. (2002: 22) salientam que “ações empreendedoras são ações através das quais empresas identificam e buscam explorar oportunidades empreendedoras não observadas ou não completamente exploradas pelos rivais”. (2002:22). Para estes autores, “empreendedores (indivíduos ou parte de sistemas corporativos engajados na criação de novas organizações ou na renovação e inovação dentro de uma empresa já existente) e empresas empreendedoras identificam e exploram estas oportunidades”(2002:23). Salientam que “oportunidades empreendedoras são condições ambientais externas sugerindo a viabilidade de introdução e venda de novos produtos e serviços, matérias-primas e métodos organizacionais cujos preços excedam os custos de produção”

(2002:22). Para Browning (2003:3), a “ação empreendedora compreende três fatores: i) uma pessoa ou um grupo responsável por uma empresa, ii) o propósito da empresa e iii) a criação ou o crescimento de uma empresa”.

Como abordado por Browning, a ação empreendedora pode resultar em quatro diferentes tipos de organizações. Afirmam que “organizações podem ser baseadas em inovação, em mudança incremental, em imitação ou, simplesmente, em obtenção de receitas financeiras”. Alvarez & Barney (2001) distinguem entre iniciativas empreendedoras que geram equilíbrio e iniciativas que geram desequilíbrio. Enquanto as primeiras são baseadas em combinação de recursos existentes relacionados, que revê o conhecimento existente sobre mercado, as segundas são baseadas em uma combinação de recursos existentes, mas não relacionados, considerados incompatíveis em face de um dado modelo mental prevalente naquele momento.

Stevenson & Jarillo (1990) ampliam a discussão sobre empreendedorismo, salientando que a essência da capacidade empreendedora, encontrada seja em indivíduos ou em empresas, é representada pela ação de perseguir oportunidades. Para os autores (1990:23), “perseguir oportunidades, seja via estruturas organizacionais específicas ou não, constituem a essência do empreendedorismo, presente a nível individual ou de uma corporação”. Wennekers & Thrurik (1999:27), refletindo sobre os efeitos do empreendedorismo empresarial, concluem que “ele possui um papel essencial no processo de renovação estratégica de empresas nascentes e grandes empresas”. Estes autores deixam claro que a capacidade de inovação empreendedora não se limita ao ato de criar uma nova empresa. Uma empresa, para se manter no mercado, sobretudo no mundo de hoje, necessita se tornar, também, um agente de inovação.

Wennekers & Thrurik (1999:27), abordando o tema do empreendedorismo, salientam que “a atividade empreendedora não apenas existe

em pequenas empresas como, também, em grandes organizações”. Para Stopford & Baden-Fuller (1994), existem três tipos de empreendedorismo corporativo: i) criação de novos negócios ou de negócios existentes dentro de uma organização existente, ii) atividades associadas à transformação ou renovação das estratégias organizacionais e iii) mudanças nas regras empresariais de competição, introduzindo inovações capazes de mudar, inclusive, a própria natureza do segmento industrial. Druker (1985), avaliando o tema da inovação e competitividade empresarial, salienta a necessidade das empresas adquirirem competência empreendedora como condição essencial para sua própria sobrevivência como empresa.

1.5 Conclusão: a importância da ação empreendedora capaz de inovação na evolução do capital social

As considerações sobre o empreendedor como um articulador de redes permitem questionar uma noção corrente do empreendedor como um agente otimizado e individualista, que atua de maneira isolada. Na realidade, como salientado, ele é, antes de tudo, um articulador e um forjador de redes, com capacidade de unir e conectar, de maneira muitas vezes inovadora, diferentes atores e recursos dispersos no mercado e na sociedade, agregando valor à atividade produtiva. O ato de empreender, no entanto, não se limita a indivíduos, se estendendo para grupos e empresas, deslocando o foco para o conceito de ação empreendedora.

A capacidade de inovar situa-se na essência da capacidade empreendedora, da mesma maneira que a habilidade de conjugar e associar recursos distintos. A ação empreendedora, implementada por indivíduos, grupos e empresas dotados de capacidade de inovação, possui a capacidade de alterar a configuração das redes de um dado território. Empreendedores e empresas encontram-se, a todo momento, realizando novas combinações de recursos

produtivos, buscando novos insumos, concebendo novas estratégias para novos nichos de mercado, explorando novas tecnologias. Assim procedendo, afetam, também, a própria configuração de suas redes de conexão e vão alterando o estoque de capital social presente em um dado território. As interações existentes, em um determinado território, entre os diferentes atores produtivos aí presentes, permitem tratar o fenômeno da inovação como resultante de um processo coletivo de construção social.

A ação empreendedora capaz de inovação possui a capacidade de alterar a configuração das redes existentes, gerando novos tipos de conexão. Ao longo do processo, fornecedores são trocados, clientes são substituídos, novos mercados, com diferentes tipos de clientes são acessados, alianças estratégicas são desfeitas, novas alianças se consolidam, novos interesses se formam. Grupos antigos e novos se vinculam a novos grupos e, nesse processo, relações mercantis, imbricadas e entranhadas em relações sociais vão se interpenetrando e se reforçando, mutuamente.

O ritmo da mudança 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. Em um dado território, o ritmo de transformação é, em geral, lento. Como já salientado, cada empresa possui uma certa dotação, em termos de rotinas e procedimentos técnicos, que evolui, geralmente, de maneira mais gradual e possui, também, 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.

É possível ampliar as considerações de Malerba sobre as interações existentes entre, por um lado, redes como expressão de escolha de empresas e como reflexo da estrutura tecnológica e, por outro, redes como resultantes de

mudanças tecnológicas, como já comentado, para incorporar duas noções distintas, embora interconectadas: a proposta das redes sociais como condicionando as possibilidades e as oportunidades; o impacto da ação empreendedora capaz de inovação, rompendo algumas vinculações e conexões até então existentes.

CAPÍTULO 4

CAPITAL RELACIONAL: CONCEITOS, HIPÓTESES E PROPOSIÇÕES

RESUMO

Este capítulo resgata e integra as discussões precedentes, introduz os conceitos fundamentais de análise, as hipóteses básicas e um conjunto de proposições complementares, para permitir a análise das aglomerações produtivas, da perspectiva do Capital Relacional. O resultado final é a apresentação de uma nova concepção teórico-analítica, integrada e articulada, que representa a essência das reflexões aqui realizadas.

ABSTRACT

This chapter rescues and integrates the preceding discussion, as well as puts forth the fundamental analytical concepts needed to attack the subject of local productive clusters, from the perspective of Relational Social Capital. The final result is the presentation of an articulated and novel theoretical conception, integrating the analytical reflections hitherto dealt with.

1 INTRODUÇÃO

Na acepção proposta, o Capital Social Relacional ou Capital Relacional representa o conjunto de recursos enraizados (*embedded*) em redes sociais, de usufruto de um ator – individual ou coletivo – e derivado de seus relacionamentos, conexões e laços. Tais recursos lhe garantem informações, permitem acesso a bens valiosos e geram oportunidades, ajudando-o na obtenção de resultados pretendidos. Nesse contexto, atores sociais, detentores de conexões capazes de lhes permitir transpor distâncias sociais e estabelecer “pontes” com outros atores e redes (grupos sociais) distintos, gozarão de condições mais privilegiadas. Por outro lado, atores desprovidos de relações e laços adequados podem, eventualmente, se encontrar em posições de desvantagem, ainda que sejam bem dotados com outro tipo de tipo de capital.

No contexto de um determinado território – uma aglomeração produtiva –, 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.

O capital social representa, em um dado momento, um determinado “estoque” de recursos relacionais. 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, dois fatores, em particular, são de

nosso interesse: a ação empreendedora e a inovação, ambos intimamente interconectados entre si.

A **inovação**, resultante da **ação empreendedora**, possui a capacidade de alterar a configuração das redes e a natureza dos recursos inseridos ou enraizados (*embedded*) nas redes, ou seja, o capital social presente na localidade. A capacidade de inovar – seja no plano individual (da perspectiva de uma empresa, vista isoladamente) ou coletivo (da perspectiva de uma dada aglomeração produtiva) é, por sua vez, influenciada, em parte, pela natureza das interações e laços sociais prevalentes. A inovação pressupõe, em geral, interação e contato entre atores, redes e grupos sociais distintos, detentores de diferentes conjuntos de recursos e informações afins. O fluxo de informação resultante da interação que ocorre no interior de um grupo mais homogêneo pode apresentar alto grau de redundância, podendo ser pouco propícia à transformação e mudança.

O ponto de vista que aqui é esposto é o de que a ação empreendedora capaz de inovação 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*) nestas redes. E, neste processo, vinculações sociais e mercantis, imbricadas (*embedded*) umas nas outras, vão se reforçando e interpenetrando, afetando a dinâmica do próprio Capital Relacional 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 existente, mas também, e sobretudo, pela capacidade de combinação de recursos existentes mas não relacionados ou não considerados compatíveis em face de um dado paradigma produtivo existente. Fornecedores, distribuidores e representantes 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 transformadas. Novos “laços fortes” consolidam-se, novos “laços fracos” são criados, novas instituições surgem.

Como já salientado, o ritmo de transformação das redes e de evolução do capital social é, em geral, lento. Existe, nas empresas, uma certa dotação de rotinas e procedimentos técnicos que evolui, geralmente, de maneira mais gradual. Cada empresa possui também um determinado conjunto de ativos relacionais – seu estoque de Capital Relacional - que evolui também de maneira mais gradual. Tal ritmo pode ser quebrado, apenas, no caso de grandes inovações. O ritmo da evolução dependerá da natureza e do impacto da inovação (se incremental versus radical, se pequena versus grande e se localizada versus abrangente). Grandes inovações podem gerar grandes transformações. Inovações incrementais geram transformações incrementais.

Durante o processo de desenvolvimento de uma aglomeração produtiva ocorre evolução e 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, conseqüentemente, um maior fluxo de informação e a difusão e renovação da inovação entre as empresas) como também que separam esta 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, em que 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 (capital social) e sua interação com os demais ativos, tradicionalmente citados na literatura corrente. Dessa maneira, a transformação, de um território desarticulado ou de uma região economicamente deprimida, em uma localidade próspera e produtiva, 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, dos ativos relacionais. No processo de desenvolvimento regional existe uma interação dinâmica entre estes ativos relacionais e os demais ativos, tradicionalmente citados na literatura corrente.

Se, por um lado, os modelos econômicos regionalizados de relações interindustriais, de Leontief, são capazes de captar as vinculações produtivas existentes, em um dado momento, entre certos tipos de recursos produtivos locais e os recursos produtivos externos, ele não é, no entanto, capaz de captar as múltiplas dimensões existentes na configuração das redes sociais aí presentes e nem o caráter dinâmico de tais configurações. Estas configurações afetam, de

certa forma, a própria conformação da matriz de insumo produto, à medida em 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.

Três hipóteses básicas e um conjunto de sete proposições orientam o presente trabalho, como especificado a seguir. Na primeira parte serão introduzidas as hipóteses, seguidas por um conjunto de proposições complementares, concluindo, ao final, com uma síntese da concepção teórico-analítica.

1.1 As hipóteses básicas e as proposições de apoio

As hipóteses básicas de trabalho são:

Hipótese 1

No desenvolvimento de uma aglomeração produtiva ocorre um processo, concomitante, de adensamento das relações locais entre os diferentes atores produtivos e de ampliação de suas relações com o mundo exterior. Enquanto as interações externas, com centros mais dinâmicos, estimulam e provocam o aparecimento da inovação, são as interações em âmbito local que permitem o desenvolvimento de um padrão produtivo territorial, pois garantem a difusão da inovação e sua incorporação, de maneira muitas vezes renovada, por um maior número de empresas.

Hipótese 2

A ação empreendedora capaz de inovação pode afetar não só a configuração das redes de relacionamento existentes dentro de um dado território (as vinculações existentes entre os atores) como também a natureza dos recursos inseridos (*embedded*) nestas redes (capital social).

Hipótese 3

Empresas funcionam como **plataformas** de relacionamentos, dotando seus membros de **ativos relacionais** específicos, úteis para a criação de novas empresas em setores afins.

Apresenta-se, a seguir, a elaboração teórica em torno de sete tópicos distintos (proposições de apoio), que compõem o conjunto de reflexões em torno do tema das aglomerações. São eles: i) a noção de intensidade do laço e sua associação à natureza da relação; ii) a interação entre relações mercantis e relações sociais na formação de capital social; iii) o “estoque” de capital social e o papel das organizações; iv) a noção de intensidade e sua associação ao tema do território; v) o impacto da ação empreendedora; vi) a inovação como um processo de construção social e a importância da cooperação entre as empresas e vii) a importância do arranjo institucional.

1.1.1 A noção de intensidade do laço e sua associação à natureza da relação

Relações sociais possuem graus variados de engajamento e comprometimento, capazes de gerar confiança e reciprocidade. O grau de engajamento e comprometimento entre distintos atores sociais evolui, associado à “densidade” do vínculo, indo, em um extremo, do simples “contato” até, no outro extremo, à presença de “vínculos” ou “liames” entre os atores, ou seja, de laços mais fracos, até os laços mais fortes.

O conceito de laço forte pressupõe a presença de uma relação resultante de maior interação e resultante de aprendizado mútuo, dotada de uma certa dose de identidade conjunta. No outro extremo, o conceito de laço fraco pressupõe a presença de um tipo de relação eventual e passageira e, em geral, sem maior comprometimento e sem compromisso de reciprocidade espontânea.

Dadas as limitações e restrições de natureza pessoal, ambiental e temporal, um determinado ator é capaz de desenvolver laços mais fortes com um

número limitado de atores e de manter laços fracos com um número maior, mais amplo e diversificado de atores. Os laços mais fortes prevalecem no contexto de grupos ou redes menores, enquanto que os laços mais fracos podem ser variados, diversificados e abrangentes e são capazes de conectar um ator com outros grupos ou redes sociais distintas.

A capacidade de um determinado ator de manter uma dinâmica entre vínculos mais fortes e vínculos mais fracos parece encontrar-se na essência de seu processo de evolução e de crescimento. Enquanto que um excesso de vínculos fortes inibe a mudança e a transformação, um excesso de vínculos fracos gera perda de identidade e fragmentação.

Proposição 1

Um determinado ator apresenta uma capacidade limitada de estabelecimento de laços ou liames (vínculos mais intensos) com outros atores sociais, mas, pode apresentar uma grande capacidade de estabelecimento de contatos com um número variado de diferentes atores. A identificação destes vínculos permite caracterizar a natureza de suas possibilidades e ou preferências.

1.1.2 A interação entre relações mercantis e relações sociais

As redes de negócio são, por natureza, multidimensionais. Quando um amigo se torna um investidor, os vínculos de amizade ajudam a sustentar relações negociais. Da mesma maneira, quando um desconhecido torna-se um cliente ou um fornecedor regular, relações mercantis passam a incorporar, em maior ou menor grau, certos atributos presentes em relações de amizade, como a confiança e a reciprocidade. No dia-a-dia, relações sociais e mercantis se interpenetram, se reforçam e se moldam, mutuamente, e tal processo evolui em íntima associação com a intensidade dos vínculos que vão sendo forjados. Da

mesma forma que as relações mercantis extravasam em direção à sociabilidade, as relações sociais reforçam e condicionam as relações mercantis.

Dessa maneira, uma dimensão fundamental na análise do Capital Relacional não é, exatamente, a distinção entre as redes “econômicas” e as redes “sociais” - visto que elas podem encontrar-se enraizadas umas nas outras, mas, sim, que a possibilidade de enraizamento (*embeddedness*) aumenta em função da intensidade e da frequência dos contatos e vinculações existentes entre os atores e da identidade de propósitos entre eles.

Proposição 2

No que diz respeito à possibilidade de transformação de um simples **contato** em um **vínculo** ou **liame**, o motivo ou propósito inicial de cada nova relação estabelecida (se de cunho pessoal e ou negocial) é, muitas vezes, secundário, em face da conjugação de outros fatores: intensidade do contato, tempo de duração e presença de identidade entre os dois atores envolvidos.

1.1.3 O estoque de capital social e o papel das organizações

O capital social de um determinado ator apresenta uma característica dinâmica, podendo variar ao longo do tempo, em função da evolução do próprio ator, em interação com seu ambiente. Depende de sua origem – local de nascimento e situação social -, dos vínculos familiares que este manteve e das novas conexões e vinculações que foi construindo e mantendo, ao longo da sua trajetória de vida, em função de educação, trabalho e relacionamentos sociais de todo tipo. Da mesma maneira que a estrutura social – na qual se encontra inserido, em um dado momento -, condiciona suas oportunidades e possibilidades; as conexões e laços que um determinado ator vai construindo, afetam, por sua vez, a natureza de sua estrutura de vinculações sociais. Existe uma interação dinâmica entre estrutura, atributos pessoais e fatores ambientais.

Nesse contexto, novos empreendedores surgem, com frequência, em famílias de empreendedores ou associados a empresas já existentes. Alguns territórios se especializam em determinados tipos de produtos, caracterizando as aglomerações produtivas. A distribuição espacial de empreendedorismo e das atividades produtivas não se dá, nestes casos, de maneira aleatória, mas sim em função de contágio, assimilação, apropriação, alteração e ampliação de redes já existentes. Algumas empresas funcionam, neste contexto, como uma espécie de “plataforma” de relacionamentos, conhecimento e habilidades, dotando seus membros de capacidade de criação de novas empresas, a partir de relacionamentos, contatos e conhecimentos daí provenientes.

Proposição 3

No início da evolução de uma empresa, os relacionamentos pessoais progressos de seus proprietários funcionam como alavancadores de relações comerciais, que vão se formando, constituindo, elas próprias, à medida em que se consolidam, também em alavancadores de novas relações, que compõem o ativo relacional das empresas (capital social).

1.1.4 A noção de intensidade e sua associação ao tema do território

Pode existir alta correlação entre densidade de laços entre diferentes atores sociais e proximidade ou contigüidade física (ou seja, presença em um mesmo local). Esta, no entanto, não é determinística. Para existir, deve estar ancorada também em outros tipos de proximidade, ou seja, cultural, política, etc. Estas últimas sugerem, além de proximidade física, a presença de algum elemento de identidade ou de senso de propósito comum. Apenas a proximidade física entre dois atores – que não gozam de maiores identidades - pode não ser suficiente para garantir a densidade ou a frequência da interação local. Em alguns casos, a proximidade física – sem a presença da identidade – pode

provocar, inclusive, maiores atritos e distanciamentos entre dois atores ou grupos (redes).

Pode existir também correlação entre, por um lado, distanciamento físico e, por outro, presença de laços mais fracos. Encontra-se aí subtendida a noção de que laços geograficamente distantes são laços mais fracos. No entanto, esta correlação nem sempre é determinante. Pode existir contexto em que dois atores - situados em espaços geográficos completamente diferentes e distintos – são capazes de desenvolver laços muito fortes, dotados de alta interação. Isso é possível quando existe um senso de identidade ou um propósito comum unido ambos.

Dessa maneira, o mais fundamental, na análise territorial, não é o pressuposto de que relações locais são sempre densas, enquanto que relações externas são sempre frouxas e fracas. O fundamental é a compreensão de que os laços locais, unindo os diferentes atores produtivos, podem ser mais fortes ou mais fracos. Da mesma maneira, os laços que vinculam os atores locais com as várias redes e grupos situados fora do território podem ser também mais fortes ou mais fracos.

Proposição 4

A proximidade física não é, por si só, garantia suficiente para o estabelecimento de relações mais fortes. Da mesma maneira, a distância física não inibe o surgimento de relações mais fortes. Relações locais podem ser, igualmente, fortes e fracas; da mesma maneira, as relações externas.

1.1.5 O impacto da ação empreendedora e da inovação na configuração das redes territoriais

Na compreensão da associação entre ação empreendedora capaz de inovação e a evolução do capital social, é importante entender, primeiramente, o papel do empreendedor como agente de conexão.

Na essência da capacidade de empreender situa-se a habilidade de reunir e somar recursos distintos e complementares, presentes em mais de uma rede social (grupos) - eventualmente desconectados entre si. Por outro lado, a capacidade de inovar situa-se, igualmente, no cerne da capacidade empreendedora, da mesma maneira que a habilidade de conjugar e associar recursos distintos e complementares. O empreendedor e a empresa empreendedora encontram-se, a todo momento, realizando novas combinações de recursos produtivos, buscando novos insumos, concebendo novas estratégias para novos nichos de mercado, explorando novas tecnologias, forjando e alterando alianças empresariais.

Proposição 5

Na essência da ação empreendedora situa-se a capacidade de unir e recombinar diferentes recursos produtivos, localizados em redes e grupos sociais distintos.

1.1.6 A inovação como um processo de construção social e a importância da interação e da cooperação entre diferentes atores produtivos locais

A incorporação do tema do território, nas reflexões sobre redes/interações sociais e inovação, amplia, significativamente, o escopo de referência, trazendo novas reflexões, associadas ao tema da construção social da inovação. Neste contexto, destacam-se alguns pontos: a visão da inovação como um processo de criação interativo e no qual as dimensões técnica, social e

organizacional encontram-se inter-relacionadas; a inovação como resultante de características endógenas de um dado sistema e altamente dependente de mecanismos de aprendizado coletivo e de interação; a noção de que as novas competências baseiam-se, em grande medida, em conhecimentos e práticas que não são, em geral, completamente decodificáveis, daí advindo a importância imputada ao conhecimento tácito, gerado por meio de processos de interação. Estes pontos realçam o caráter localizado e específico dos processos de aprendizado e a importância da cooperação entre as empresas para o incremento da competitividade territorial.

Tem havido, em vários estudos empíricos sobre aglomerações produtivas, uma excessiva ênfase na identificação de mecanismos mais explícitos – sejam formais ou informais – de cooperação entre empresas. Aí se inclui, por exemplo, a união (formal ou não) de empresas, para vários tipos de propósitos, tais como, compra ou venda conjunta, exportação, pesquisa e desenvolvimento, capacitação, etc. Tal preocupação justifica-se pela importância inerente a estes mecanismos. Salienta-se, no entanto, que outros mecanismos, menos óbvios e mais sutis, são, no entanto, igualmente importantes e perfeitamente possíveis de serem captados via pesquisas empíricas. Aí podem-se incluir, por exemplo, a intensidade de contatos existentes entre membros de diferentes empresas – por onde flui um rico conjunto de informações - ; o fluxo de mão-de-obra especializada entre as empresas, - proveniente, eventualmente, de um certo padrão de rotatividade existente na localidade - ou as vinculações existentes – por motivos familiares ou de trabalho e emprego - entre os novos empreendedores e empresas iniciantes no ramo com empresas já estabelecidas na região. A presença, em um dado território, de mecanismos deste tipo, à primeira vista menos óbvios de cooperação ou de interação, é de fundamental importância para a compreensão da dinâmica competitiva local.

Proposição 6

Mecanismos menos óbvios ou explícitos de interação entre diferentes empresas são, muitas vezes, tão importantes quanto os mecanismos mais explícitos, sejam formais ou informais, de cooperação entre as empresas independentes, na explicação da dinâmica territorial.

1.1.7 A importância do arranjo institucional

As entidades de apoio empresarial podem jogar um papel fundamental, funcionando como um elemento de conexão entre as empresas, atuando no sentido de ajudar a romper, eventualmente, a inércia ou a desconfiança que mantêm as empresas isoladas, promovendo um clima de confiança e viabilizando, inclusive, a ação coletiva.

Quando as relações sociais, antes inexistentes ou muito frouxas, entre diferentes atores produtivos, vão se adensando e estes passam não só a reconhecer, como também a compartilhar certos propósitos semelhantes, surge um espaço para o nascimento de empreendimentos coletivos, dotados de maior ou menor institucionalização ou formalização. Este processo é visível em algumas aglomerações produtivas, provocando e permitindo não só maior interação informal entre as empresas, como também a criação de associação de produtores, cooperativas, centrais de compra e venda, centrais de logística e distribuição, consórcio de exportação, etc.

Proposição 7

As instituições de apoio empresarial existentes no local podem exercer um papel fundamental na criação de um ambiente mais favorável a uma maior interação e ou cooperação entre as empresas aí presentes.

1.2 Conclusão

Os sete pontos ressaltados retratam a essência das reflexões, para utilização do capital social na abordagem das aglomerações produtivas. Apresenta-se, a seguir, na Tabela 3, uma síntese da proposição sobre Capital Relacional, no contexto dos quatro planos de análise previamente abordados.

TABELA 3 A proposição sobre Capital Relacional

Planos ou níveis de análise	Alguns elementos básicos
1. Plano conceitual	<ul style="list-style-type: none">- Noção de capital social como um “ativo” ou um “recurso” de um ator social – individual ou coletivo (conjunto de atores), derivado de sua inserção em redes sociais.
2 Plano das proposições teóricas	<ul style="list-style-type: none">- O papel da cooperação e da interação na dinâmica territorial- Ator em redes formadas por vinculações, com distintas gradações de intensidade, situadas a nível interno e/ou externo.- Dinâmica entre vínculos internos e externos.- Estrutura social condicionando oportunidades e sendo afetada pela ação de atores.- Dinâmica existente entre estrutura, ação empreendedora e ambiente.- A noção das relações sociais de um ator constituindo um dado “estoque” de capital social, capaz de sofrer alteração, via adição, supressão, etc.- O papel da ação empreendedora e da inovação na reconfiguração das redes e seu impacto “estoque” de capital social local.- Empresas como “plataformas” de relacionamentos.- O reconhecimento e explicitação das interfaces e interações entre dimensões sociais e econômicas.- O papel dos laços fortes na proposta do enraizamento (<i>embeddedness</i>).- O reconhecimento do capital social como um tipo particular de capital.
3. Plano das conseqüências: a natureza dos recursos acessados	<ul style="list-style-type: none">- A presença de benefícios e riscos do capital social.- A natureza do recurso inserido (<i>embedded</i>) nas redes: informação, solidariedade, influência e poder.- Avaliação das conseqüências associada, sempre, ao contexto social, à natureza do resultado ou propósito pretendido pelo grupo ou ao nível de análise pretendido pelo pesquisador, podendo o resultado ser positivo e ou negativo.

As concepções acima possuem implicações no plano ontológico e epistemológico, com desdobramentos no nível metodológico. Tais temas serão abordados no próximo capítulo.

CAPÍTULO 5

AS IMPLICAÇÕES METODOLÓGICAS DA CONCEPÇÃO TEÓRICA E A METODOLOGIA UTILIZADA PARA A PESQUISA PILOTO

RESUMO

A proposição do Capital Relacional encontra raízes profundas nas ciências sociais, gozando, também, de algumas das vantagens inerentes à abordagem das redes. Destaca-se, aí, a possibilidade de interação entre conceitos teóricos, metodologia de abordagem e observações empíricas. Tal condição foi explorada ao máximo no presente trabalho. Os avanços teóricos aqui efetuados, em interação com a pesquisa de campo, permitiram a concepção de uma nova metodologia para tratamento de tema do desenvolvimento territorial. Inclui-se, aí, um conjunto de indicadores, que pode ser utilizado para mensurar e comparar alguns aspectos do fenômeno de interesse.

ABSTRACT

The concept of Relational Social Capital can, both, found to be rooted in the social sciences, as well as enjoy advantages innate to the network approach. This is pointed out as a rich crossroads for interacting theoretical concepts, methodological approaches and empirical observations. Such an appeal was vastly explored in this work. Theoretical inroads and advances, in tandem with the field research, led to the framing of a new methodology focused on territorial development. The latter encompasses a set of leading indicators for measurement and comparison of some dimensions of the subjects of interest.

1 INTRODUÇÃO

A proposição teórica, construída ao longo dos capítulos II e III e resgatada e detalhada no capítulo IV, deve se mostrar útil para a compreensão do fenômeno de interesse – aglomerações produtivas. O teste de adequação da proposta a observações e análises da realidade deve ser precedido por uma reflexão sobre a natureza e as peculiaridades da abordagem das redes, e seus desdobramentos e conseqüências no âmbito das investigações empíricas. Tais reflexões repercutem também no plano metodológico.

A noção de que as teorias sociais podem ser concebidas em termos de paradigmas chave, baseados em diferentes conjuntos de suposições sobre a natureza da ciência e da sociedade, vem atraindo, crescentemente, a atenção de pensadores sociais, sobretudo após a publicação do livro de Khun (1982) sobre a estrutura das revoluções científicas. Um paradigma representa “uma constelação inteira de crenças, valores, técnicas, etc., compartilhados pelos membros de uma determinada comunidade” (1982:87), constituindo-se uma matriz disciplinar. Esta concepção teve profundas repercussões na comunidade científica. Alencar (2000:25) refere-se ao paradigma como “um sistema de crenças ou visão do mundo que guia o pesquisador, não somente na escolha do método, mas, também, dos fundamentos ontológicos e epistemológicos da sua pesquisa”. Como salientado pelo autor (2000:42), “um paradigma traz no seu interior uma dimensão ontológica sobre a forma e a natureza da realidade e, também, uma dimensão epistemológica, sobre o que é considerado como conhecimento”. Os postulados, implícitos ou explícitos, que o pesquisador possui, sobre a natureza da ciência e da sociedade, influenciam a própria definição do objeto de pesquisa, sua concepção, desenvolvimento e execução

As disputas que já vinham ocorrendo, no interior das ciências sociais, entre diferentes escolas de pensamento, a partir da década de 1960, com críticas

voltadas, sobretudo, para a vertente dominante – funcionalismo –, foram alimentadas, na década de 1960, pelas proposições de Kuhn, sobre paradigmas e o conceito de “ciência normal”, representando um conjunto de pressupostos, crenças, valores e técnicas dominantes em um determinado momento da história da ciência.

Surgiram vários autores, na área da “sociologia da sociologia”, preocupados em identificar e mapear os paradigmas existentes nas ciências sociais, buscando as pressuposições sobre a natureza “meta-sociológica” existente por traz de cada um deles. Hassard (1993) situa, entre aqueles que, inicialmente, mais se distinguiram, Gouldner, com seu livro *The coming crisis in Western Sociology*, (1970); Atkinson, com seu livro *Orthodox consensus and radical alternative* (1972); Friedrichs, com seu livro *A sociology of sociology* (1970). Friedrichs propõe-se a erigir uma “pauta para a sociologia da sociologia”, a partir das reflexões de Kuhn. Para Friedrichs, (1970:28), “a tese central que Kuhn formula situa-se (...) na mais alta tradição da sociologia do conhecimento e sua derivada mais nova, a sociologia da ciência”. Suas proposições tiveram ampla repercussão, nas reflexões posteriores sobre o fracasso do “consenso” baseado no modelo de equilíbrio (presente na abordagem funcionalista), a renovação do interesse pelas “abordagens radicais” (incluindo o humanismo de Marx) e a emergência da “teoria do conflito”. Friedrichs (1970:62) destaca, entre os autores que atuaram no sentido de reintroduzir o conflito no seio das ciências sociais, Simmel, com seu livro, *Conflit*.

Nas ciências sociais, três grandes paradigmas destacam-se. O dicionário Oxford de Sociologia (Marshall, 2000:667), referindo-se às teorias sociais, afirma que “positivismo, fenomenologia e marxismo abrangem toda ou quase toda a ciência social”. Alencar (2000) relaciona as distintas correntes teóricas existentes: a teoria de consenso - a noção de que a sociedade representa uma dada estrutura de normas, valores e regras -; a teoria do conflito - a sociedade

vislumbrada como um palco de disputas, interesses e conflitos - e a teoria da ação - a sociedade como resultado da ação e da criação de seus membros. Alguns autores, a exemplo de Mercklé (2004:92), mencionam, não três, mas dois grandes paradigmas em disputa nas ciências sociais: por um lado, o “holismo” – no qual se insere o funcionalismo – e, por outro, o que vai desaguar no “individualismo metodológico”.

A discussão sobre paradigmas repercutiu intensamente no campo da teoria das organizações. Destacam-se, aí, Burrell & Morgan (1979). Vêm, também, alimentando os debates sobre a natureza da abordagem das redes, que representaria, segundo alguns autores, uma nova via de investigação nas ciências sociais. Pressupostos inerentes aos diferentes paradigmas repercutem também nas metodologias e nas possibilidades de pesquisa.

Nesta parte do trabalho, pretende-se: i) discorrer sobre as origens e a posição da abordagem das redes, que se situa no cerne da concepção aqui explicitada, de Capital Relacional (parte um); ii) discorrer sobre as peculiaridades da abordagem das redes, avaliando-se a proposição de que esta constitui uma nova via de investigação (parte dois); iii) apresentar uma reflexão sobre metodologia e método (parte três); iv) explicitar o método e os procedimentos utilizados para a realização de uma pesquisa piloto na aglomeração produtiva de móveis, na região de Ubá, para teste da capacidade explicativa da concepção teórica (parte quatro). Na conclusão, são resgatados e sintetizados os principais resultados desta reflexão.

1.1 As origens e o posicionamento da abordagem das redes nas ciências sociais

Na discussão sobre paradigmas, no âmbito da teoria das organizações, situam-se Burrell & Morgan (1979), com uma proposição original na área. Analisando as suposições mais gerais, que condicionam a concepção, a evolução

e a diferenciação dentro das ciências sociais, Burrell & Morgan (1979) direcionam, inicialmente, a análise para três dimensões: i) **ontológica** – ou seja, que diz respeito à própria essência do fenômeno objeto de estudo, destacando a presença de dois conjuntos distintos de reflexões sobre a realidade: a proposta, por um lado, de que esta existe independente do indivíduo ou, alternativamente, como produto de sua mente (realismo versus nominalismo) -; ii) sobre a **condição humana** e sua relação com o ambiente: aí se situam suposições sobre a natureza determinística ou mecanicista da resposta humana, em contraposição à proposta de que o homem é senhor de seu destino e se impõe sobre a natureza (determinismo versus voluntarismo); iii) **epistemológica** – ou seja, sobre as bases do conhecimento e sobre o pressuposto de como alguém pode apreender o mundo e tornar este conhecimento acessível ao outro: aí se destacam questões sobre o caráter real, concreto e tangível do conhecimento, em oposição à noção de conhecimento subjetivo, intangível, intuitivo e não codificado (positivismo versus anti positivismo).

Sobre cada um dos pares acima, que indicam posições extremas, Burrell e Morgan (p. 2) salientam que “embora existam teorias sociais que aderem a cada um dos extremos, as proposições de muitas cientistas sociais se localizam em algum lugar entre os extremos”, sugerindo a presença de um continuum de evolução ao longo dos diferentes conjuntos de pares. O sentido de positivismo (em contraposição ao sentido de antipositivismo), utilizado pelos autores, caracteriza um tipo de epistemologia que busca “explicar e prever o que acontece no mundo social, por meio da busca das regularidades e das relações causais entre seus elementos constitutivos” (p. 5). Nesse sentido, tal conceito afasta-se, segundo os autores, de algumas utilizações correntes que se referem a uma ou mais das dimensões ontológicas, epistemológicas e metodológicas ou, mesmo, o associam, de maneira incorreta, com empirismo, contribuindo para o uso do termo de maneira derogatória.

As suposições sobre as esferas acima – ontologia, epistemologia e sobre a natureza humana-, direcionam e condicionam a natureza da metodologia a ser utilizada pelo pesquisador. Suposições de natureza mais realista, positivista e determinística clamam por abordagens voltadas para a identificação de relações e de regularidades entre os elementos que estão sendo analisados, pela busca de generalizações e por leis gerais (nomotética). Por outro lado, no extremo oposto, no qual se situam os pesquisadores que acreditam na importância da experiência subjetiva e relativa dos indivíduos para a criação do mundo social, a proposta metodológica volta-se para a compreensão do que é único e particular a um dado indivíduo ou contexto social, sem pretensão de generalização (ideográfica).

Os diferentes pressupostos sobre a natureza das ciências sociais levam, segundo os autores, a dois grandes blocos ou tradições intelectuais nas ciências sociais - de um lado, a as abordagens “**objetivas**” das ciências sociais, descritas, usualmente, como “positivismo sociológico” (caracterizado pelo conjunto: “realismo”, “positivismo”, “determinismo” e metodologia “nomotética) e, por outro, as abordagens “**subjetivas**” das ciências sociais (“nominalismo”, “anti-positivismo”, “voluntarismo” e metodologia “ideográfica” - tributárias, em grande parte, da corrente do idealismo alemão, que veio a desaguar na fenomenologia, etnometodologia, etc.)³.

Quanto às suposições sobre a natureza da sociedade, os autores destacam dois conjuntos de pressupostos alternativos, eles próprios dotados, no entanto, de grande diferenciação no seu interior. De um lado, a “**sociologia da regulação**” - preocupada com temas como coesão, ordem social, integração e

³ Algumas vezes o anti positivismo é designado idealismo e o positivismo é utilizado como sinônimo de empiricismo, embora não sendo, este a mesma coisa. A posição objetiva significa o reconhecimento de que o mundo existe independente de nosso conhecimento. Já a posição subjetiva entende que todo conhecimento científico acerca do mundo é derivado de fatores culturais e cognitivos. Mais próximas à primeira, embora distinta, situam-se vertentes pós-modernas, que argumentam que “visto que todo conhecimento é formado por processos culturais e sociais, dicotomias como sujeito/objeto e epistemologia/ontologia são arbitrarias e eminentemente instáveis (...). Esta posição defende que todas as distinções são semânticas, na origem, e destaca a utilização da linguagem como um meio de se redefinir questões, ambas, sobre **como** (epistemologia) ou **o quê** (ontologia) nós sabemos” (Hatch, 1997:48)

solidariedade, buscando entender por que a sociedade é mantida como um todo integrado e quais são as forças por trás disso. Por outro, a “**sociologia da mudança radical**” - preocupada com temas como mudança, conflito, contradição e interessada na emancipação humana.

Como resultado do cruzamento destes quatro pressupostos (dois sobre a natureza da ciência e dois sobre a natureza da sociedade), os autores definem quatro paradigmas para a análise da teoria social. Paradigma, neste contexto, representa “uma suposição meta-teórica que subscreve o quadro de referência, o modelo de teorização e o *modus operandi* dos teóricos sociais que dele se utilizam” (p. 23). São eles: **humanista radical** (teoria da mudança radical aliada à abordagem subjetiva), **estruturalista radical** (sociologia da mudança radical aliada à abordagem objetiva), **interpretativo** (teoria da regulação aliada à proposta subjetiva) e **funcionalista** (teoria da regulação aliada a uma proposta objetiva). Os autores consideram que “a teoria social pode ser, convenientemente, entendida em termos da existência destes quatro grandes paradigmas rivais distintos, definidos por suposições vagas a respeito da natureza da ciência e da sociedade” (p.36).

A abordagem do capital social centrado em redes sociais remete, como visto, às proposições básicas da abordagem das redes sociais. Na origem da abordagem das redes em ciências sociais, situa-se George Simmel (a propósito das origens, ver, por exemplo, Wasserman & Faust, 1994; Mercklé, 2004). Para Dobriner (1969:19), com Simmel - conjuntamente com Max Weber & Durkheim -, a literatura sociológica atingiu um ponto na qual contribuições fundamentais e substantivas poderiam ser feitas.

Burrell & Morgan (1979) situam Simmel em uma posição intermediária, no contexto do diagrama que elaboram. Segundo eles, este autor estaria posicionado dentro da “sociologia funcionalista”, mas caminhando em direção à “sociologia interpretativa”. Esta peculiaridade de Simmel é, de certa forma,

sintomática, da peculiaridade da abordagem das redes nas ciências sociais, como, mais tarde, veio a ficar mais proeminente. Mercklé (2004:97), referindo-se a uma citação de Simmel, salienta que, no contexto da “sociologia relacional” de Simmel, “os indivíduos fazem a sociedade e a sociedade faz o indivíduo” (Simmel, 1980:431).

Para Simmel, o grande foco de estudo da sociologia era a **associação** e não exatamente a **sociedade**. O importante era tentar captar a forma, ou seja, a “geometria” ou “gramática” da vida social. Muito de seu trabalho voltou-se para a análise destas formas e suas influências na ação humana. Para este autor, a relação social envolvia, sempre, harmonia e conflito. Um grupo social completamente harmônico – se fosse possível existir – não seria capaz de se transformar e desenvolver. O conflito possui a capacidade de transformar as interações entre os indivíduos. Como salientado por Coser (1965:12), “o conflito (na visão de Simmel) pode produzir novos vínculos e laços entre os participantes, valorizando suas vinculações antigas ou criando novas. Nesse sentido, o conflito pode ser considerado uma força criativa ao invés de destrutiva.” (citado por Burrell & Morgan, 1979:72).

Simmel se preocupa com o tema da associação e também com a morfologia das redes - resultante da interação social -, com o problema espacial e com o processo de mudança e evolução. No seu artigo, hoje clássico, sobre o **estrangeiro** (1980), fica claro o papel do “estímulo externo” como fonte de geração de conflito mas também de mudança na estrutura das relações sociais. Para Simmel, a posição do “estrangeiro dentro de um determinado grupo é determinada, essencialmente, pelo fato que ele não pertence ao grupo desde o início, e que ele importa qualidades para dentro do grupo que não poderiam ser geradas do interior do próprio grupo” No dizer do próprio autor, a presença do estrangeiro representa a “unidade da proximidade e da distância envolvida em toda relação humana” (1980:235).

As concepções de Simmel sobre interação influenciaram, significativamente, várias vertentes das ciências sociais, com repercussões na escola de sociologia de Chicago, de onde emana grande parte das orientações do pensamento de Granovetter (1973; 1985). Burrell & Morgan (1979: 212) relatam as repercussões das contribuições de Simmel, em algumas correntes proponentes da “teoria pluralista” - situadas no contexto dos paradigmas funcionalistas - que buscam abordar o tema das relações industriais ou, ainda, na vertente do “interacionismo simbólico”. Para Forsé (2002), citado por Mercklé, (2004), não é, exatamente, o “interacionismo simbólico” mas sim o que denomina de “interacionismo estrutural” que apresenta uma forte afiliação, tanto de fundo como metodológica, com os fundamentos da obra de Simmel.

Mas, o ponto fundamental de interesse diz respeito ao posicionamento da proposição sobre capital social no contexto das ciências sociais. Poderia a abordagem das redes – que se encontra na essência da proposição sobre Capital Relacional - ser caracterizada, como pretendem alguns, uma nova via de investigação, representando um novo paradigma?

1.2 Abordagem das redes: uma nova via de investigações?

Na essência da concepção sobre Capital Relacional, situam-se as proposições sobre redes. A abordagem das redes destoa das abordagens tradicionais das ciências sociais, devido à sua ênfase em aspectos relacionais e sua capacidade de poder incorporar, simultaneamente, vários níveis de análise. Refletindo sobre esses aspectos, Powell & Smith-Doerr (1994:368) salientam o contraste existente entre as abordagens de rede e as abordagens até então dominantes em ciências sociais: “Em contraste às considerações do determinismo cultural – “oversocializadas” – as redes abrem o caminho para a ação humana; e em contraste para abordagens individualísticas e atomizadas – subsocializadas- as redes enfatizam a estrutura e as restrições ou limitações”.

Muitos autores, atualmente, apresentam a abordagem das redes como uma terceira via dentro das ciências sociais ou, como coloca Mercklé (2004:96), como um novo “paradigma, cuja palavra de ordem não seria – nem holismo e nem atomismo”. Refletindo sobre as peculiaridades desta abordagem, este autor (p.92) indaga se “é possível referir-se (à análise das redes sociais) como um terceira via entre o holismo e o individualismo metodológico, que encontraria suas origens mais na sociologia de Simmel do que na sociologia de Durkheim ou Weber?”. Salieta que a análise das redes possui duas ambições concomitantes: por um lado, levar em consideração a estruturação das redes a partir do exame das interações entre os indivíduos e de suas motivações. Por outro, considerar o comportamento dos indivíduos a partir da compreensão das redes nas quais eles se inserem. (p.97).

Granovetter, na sua introdução à série sobre **análises estruturais nas ciências sociais** (Wasserman & Faust, 1999), destaca que tais análises – nas quais se situa a abordagem das redes – buscam explicar o comportamento social e de instituições referindo-se a relações entre entidades concretas, como pessoas ou organizações. Segundo ele, esse tipo de abordagem:

*“contrasta com, pelo menos, quatro outras estratégias populares: (a) tentativas reducionistas de explicação com foco em indivíduos apenas; (b) explicações baseadas na primazia causal de conceitos abstratos, como idéias, valores, harmonia mental e mapas cognitivos – de maneira que o **estruturalismo**, como concebido no Continente, deve ser distinto das análises estruturais no sentido presente; (c) determinismo tecnológico e material; (d) explicações usando **variáveis** como um conceito analítico básico – como nos modelos de equações estruturais que dominaram grande parte da sociologia na década de 1970 – onde estrutura é o que conecta variáveis e não, exatamente, entidades sociais”*

As redes inserem-se nas ciências sociais como uma metáfora, uma teoria ou um método? Para Powell & Smith-Doerr (1994:368), “as redes oferecem um

ponto de convergência (entre diferentes abordagens nas ciências sociais), um terceiro caminho, mesmo que ninguém esteja, exatamente seguro tratar-se de uma metáfora, um método ou uma teoria”. Segundo Wasserman & Faust (1999:5), a análise de redes entra no processo de especificação, teste e desenvolvimento de modelos de várias maneiras: para expressar conceitos teóricos definidos de maneira relacional, provendo definições, medidas e descrições formais; para prover análise estatística de sistemas multi-relacionais; para avaliar modelos e teorias nas quais as proposições e conceitos chave são expressos como processos relacionais ou resultados estruturais.

Turner (1991:571), analisando a evolução do pensamento científico social, salienta que a “a sociologia das redes está realizando algo semelhante que os antropólogos e sociólogos do passado vinham como crucial: mapear as relações que criam as estruturas sociais”. Para Breiger (2004), os “cientistas contemporâneos (...) cunharam um termo *actor-network* como uma palavra para desempenhar, ambos, uma elisão e uma diferença entre o que o mundo da língua inglesa distingue, referindo-se à **agência e estrutura**” (p. 5)

A análise das redes pode incluir ou focar diferentes tipos de relações, nas quais ocorre a interação social, incluindo as de natureza política, econômica, afetiva, etc. Wasserman & Faust (1999:3) afirmam que, “do ponto de vista da análise das redes sociais, o ambiente social pode ser expresso como padrões ou regularidades nas relações entre unidades que interagem”, em que estrutura “representa a presença de padrões de relacionamento regular”. Referindo-se a tema correlato, Powell & Smith-Doerr (1994:377) salientam que “uma rede é composta de um conjunto de relações ou vínculos entre os atores – indivíduo ou organização. Um vínculo entre atores possui ambos, conteúdo (o tipo de relação) e forma (a força ou intensidade da relação)”. O conteúdo dos vínculos pode incluir informações ou fluxo de recursos, orientações, amizades, compartilhamento de recursos (ex.: intercâmbio de pessoal). Dessa maneira,

qualquer tipo de relação social pode ser classificado como um vínculo. Para estes autores as “organizações encontram-se, tipicamente, enraizadas (*embedded*) em múltiplas (...) redes – redes de trocas (*exchanges*) de recursos, redes de informação, redes de intercâmbio de corpo dirigente (*board of director interlock network*)” (1994:378).

Para Lin et al. (2001:vii), as redes sociais são o fundamento do capital social e são capazes de capturar estruturas individuais e sociais, representando um elemento fundamental de união entre ações e características estruturais, entre abordagem micro, meso e macro, entre processos de dinâmica coletiva e relacional. Em âmbito macro situam-se os estudos centrados em ativos coletivos, tais como os de Putnam, em que a participação em associações cívicas e grupos sociais é analisada. Aí também se situa Coleman, que se utiliza do conceito de capital social como redes de difusão para explicar, por exemplo, a mobilização e difusão de informação, que ocorreu através de círculos sociais, nos casos do movimento estudantil de maio de 1968, ou do conceito de capital social como redes e confiança para explicar o comportamento do mercado de diamantes em Nova Iorque.

O foco fundamental destas análises é o desenvolvimento, a manutenção ou declínio de ativos coletivos, vistos em conjunto, sem uma maior preocupação com as diferenciações existentes no interior do grupo. Já, no âmbito de análise “meso-rede” (*mesonetwork*), o foco direciona-se para a compreensão dos fatores gerais ou mecanismos que permitem aos indivíduos acesso diferenciado a recursos enraizados existentes na coletividade. Neste caso, a natureza das redes e dos vínculos sociais em um determinado grupo torna-se o foco de análise. Aí se situa, por exemplo, Burt, com a proposição sobre oportunidades individuais e posicionamento de indivíduos no interior de uma rede. Finalmente, no âmbito micro, o conceito de capital social é utilizado para a avaliação de casos individuais, focados, por exemplo, na compreensão da maneira como um

determinado indivíduo mobiliza suas fontes informais, com seus respectivos recursos, na busca de emprego e status, a exemplo de alguns trabalhos do próprio Lin (2001).

A capacidade da abordagem das redes de incorporar dimensões micro e macro de análise vem sendo muito enfatizada por vários outros especialistas da área. Para Borgatti & Foster (2003), a abordagem de redes abre a “possibilidade de testar hipóteses não apenas no âmbito dos pares de relação mas também no do ator ou de toda a rede” (p.1001). Segundo estes autores, uma das especificidades da abordagem das redes é a similaridade das abordagens micro e macro, tanto em termos teóricos quanto metodológicos (p.1001). Observam que, em pesquisas tradicionais, “sempre se define o nível de análise em termos de escopo e complexidade das entidades estudadas” (organizações, por exemplo, representam um nível mais elevado de análise que pessoas e, neste caso, é necessário um esforço para superar a defasagem entre o nível macro e micro). Salientam, no entanto, que, no caso da abordagem das redes, a situação é diferente, pois “o nível óbvio de análise – par, ator e rede – não corresponde, necessariamente, de uma única maneira ao tipo de entidade sendo estudada” (p.1001).

Burt (1992a:9) também se manifesta sobre o tema. Avaliando o caso de uma organização como um agregado de indivíduos, afirma que “os capitais sociais das pessoas agregam-se no capital social da organização”. Coleman (1988:101), analisando a capacidade que possuem atores sociais localizados em redes densas de se apropriarem de recursos aí inseridos para atingir seus objetivos, salienta que “o conceito de capital social constitui ambos, uma ajuda na explicação de diferentes resultados de um ator individual e uma ajuda em direção à realização de uma transposição do nível micro para macro, sem necessidade de se elaborar sobre os detalhes da estrutura social onde ocorre o processo”. Para o autor, “o conceito de capital social permite explicitar tais

recursos e mostrar a maneira como estes podem ser combinados com outros recursos, de maneira a permitir diferentes comportamentos ao nível do sistema”.

Um estudo comparativo envolvendo as relações entre duas diferentes empresas situar-se-ia no âmbito da “análise centrada nos pares” (*dyadic level*); já um estudo sobre a centralidade de um ator em um rede e empresas, relacionada por exemplo, à sua capacidade de inovação, estaria no nível de “análise centrada no ator” (*actor-level*) e situar-se-ia em um patamar superior de agregação; um estudo envolvendo as relações dos proprietários das 50 diferentes empresas de um determinada setor ou local, com o propósito de correlacionar a densidade de cada uma das respectivas redes com certas variáveis de performance, corresponderia a um nível ainda mais agregado, ou seja, à “análise centrada na redes ou no grupo” (*network or group-level*); por outro lado, uma análise de redes envolvendo as alianças estratégicas entre distintas empresas de um determinado setor ou território, com a hipótese que empresas com mais laços de alianças terão melhor desempenho, estaria de volta ao nível de análise centrado nos pares.

O foco da análise dirige-se, geralmente, para a avaliação das características das unidades sociais explicitadas por meio das estruturas ou de processos relacionais ou, eventualmente, nas propriedades dos sistemas relacionais. Wasserman & Faust (1999) salientam que as variáveis analisadas no contexto das redes podem ser de dois tipos: i) estruturais - que medem vínculos de determinado tipo entre pares de atores, tais como transação de negócio entre empresas, relações de parentesco entre pessoas, comércio entre diferentes regiões ou países e ii) associadas à composição – relacionam-se a atributos próprios dos atores, tais como, localização geográfica ou porte das empresas, escolaridade de executivos, etc. Analisando-se a natureza das inúmeras pesquisas existentes sobre redes, é possível afirmar que o que ocorre, muitas

vezes, é uma tentativa de combinação ou associação entre análises voltadas para aspectos estruturais e análises voltadas para aspectos ligados à composição.

Refletindo as interfaces entre forma e conteúdo das abordagens de redes, Powell & Smith-Doerr (1994:391) salientam que, por um lado, “os especialistas em modelagem de redes afirmam que a habilidade de explicar e prever relações de redes complexas e múltiplas depende da tradução de estudos descritivos em modelos relativamente simples e bem compreendidos”; por outro, os “*scholars* com forte propensão empírica vêm demonstrando preocupações com o fato de qualquer modelo analítico ser necessariamente muito elementar para conseguir captar as nuances e complexidades do mundo real”. Mas, como bem lembra Stinchcombe (1989), “vínculos possuem forma e conteúdo” e torna-se necessário, então, o uso de métodos capazes de integrar ambos. Em alguns momentos e contextos, métodos quantitativos mais elaborados podem ser dispensáveis; em outros, são essenciais. Cabe ao pesquisador experiente definir a correta dosagem entre a forma e a substância de sua pesquisa.

Powell & Smith-Doerr (1994:372) salientam que “uma pesquisa de campo, mais orientada para processos, sobre formas de redes, voltadas para o tema da governança, pode gerar *insight* sobre como os vínculos são criados, porque são mantidos, que recursos fluem entre os vínculos e quais as conseqüências”. Tais pontos são essenciais e necessitam ser explorados nas investigações sobre o tema das aglomerações produtivas.

1.3 Metodologia e método

Segundo Alencar (2000), se um paradigma traz, em seu interior, uma dimensão ontológica sobre a forma e natureza da realidade e também uma dimensão epistemológica sobre o que é considerado conhecimento, então, deve-se admitir que metodologia e método sejam também dimensões de um paradigma (p.53). Diferentes suposições sobre a natureza da ciência podem

direcionar a abordagem para uma ou outra direção. As abordagens mais subjetivas (a exemplo da fenomenológica) são mais coerentes com análises de natureza mais micro. Por outro lado, as teorias que se situam dentro de uma abordagem mais objetiva podem apresentar, também, maior identidade com abordagens macros, a exemplo da teoria funcionalista. A proposta epistemológica de natureza mais positivista é coerente com concepções metodológicas de natureza mais nomotética (usando a terminologia de Burrell e Morgan). Trabalha-se com a noção de que é possível a identificação de certas regularidades, obtidas, em geral, por meio da experimentação, por sua vez construída a partir de certos princípios metodológicos comuns. Conseqüentemente, um método adequado de pesquisa é o hipotético-dedutivo, ou seja, baseado em um tipo de raciocínio ou pesquisa que procede, por dedução, a partir de hipótese.

Na evolução da abordagem das redes, vem ocorrendo uma interação entre os conceitos teóricos, o método e as observações empíricas, cada um deles alimentando e ampliando os demais. Um caso típico ocorreu, por exemplo, com Granovetter (1974), quando buscava mapear, por meio da utilização do método de sociograma, a natureza dos vínculos sociais das pessoas que buscavam emprego. Sua pesquisa levou-o à verificação de que, em geral, os indivíduos mais bem sucedidos contavam, em geral, com a ajuda, não de parentes ou amigos mais próximos, mas, sim, de indicações de pessoas com as quais os vínculos de relacionamento eram distantes. Tais pessoas não vinham, no entanto, sendo citadas nas análises sociométricas convencionais. A partir desta constatação, Granovetter construiu o argumento sobre a “força dos vínculos frágeis”.

Para Wasserman & Faust (1999:3), os:

“métodos de análise das redes sociais evoluíram, sobretudo nos últimos 15 anos, como uma parte integral dos avanços em ciências sociais, pesquisas empíricas e estatística e matemática formal. Muitas das noções da análise de rede social e de medidas estruturais evoluíram de insights aguçados de pesquisadores buscando descrever fenômenos empíricos e motivados por conceitos centrais na teoria social. Em adição, métodos tiveram que ser desenvolvidos para testar hipóteses sobre propriedades estruturais de redes surgidas ao longo de testes de pesquisas e modelos”.

O componente mais importante da análise das redes é a relação, definida como o vínculo entre diferentes unidades, o que gera, segundo Wasserman e Faust, os seguintes pressupostos: i) atores e suas ações são vislumbrados como interdependentes; ii) laços relacionais entre atores são canais de transferência ou fluxos de recursos, sejam materiais ou imateriais; iii) modelos de redes focados no indivíduos consideram o ambiente estrutural de redes como gerador de oportunidades ou restrições para a ação individual; iv) modelos de redes conceitualizam estruturas – social, política, econômica e outras - como padrões regulares de relações entre atores.

A abordagem de redes pressupõe a utilização de um vocabulário especializado, capaz de captar e expressar as suas várias dimensões (a propósito deste assunto, ver Wasserman & Faust, 1999:17). Duas são as categorias fundamentais de análise: o conceito de pontos de conexão, designados por “nós” e os “vínculos” ou “laços”, que conectam os nós. Um determinado “nó”, de interesse, pode ser designado por “ego”, enquanto que os outros “nós”, aos quais o primeiro se vincula, são designados por “alter”. Uma rede é constituída por um conjunto de pontos conectados por um conjunto de vínculos ou laços. Os pontos podem adquirir representação múltipla, dependendo da natureza do observador interessado, podendo expressar conceitos abstratos, seres inanimados, máquinas e equipamentos, indivíduos, grupos sociais, organizações, etc. Cada vínculo, por sua vez, conecta, sempre, um par de nós e pode ser de várias categorias, de

acordo com suas características: segundo seu fluxo, unidirecional ou bilateral; segundo a natureza da relação, direto ou indireto; segundo sua existência, presente ou ausente; segundo sua posição ou hierarquia, central ou periférico e segundo sua intensidade, forte ou fraco. Algumas destas categorias são de natureza binária, enquanto outras podem ser percebidas em uma escala de valor ou intensidade.

Lin (2001:14), na sua tentativa de conceber uma teoria de capital social, distingue dois elementos conceituais chaves para a aferição e mensuração de capital social como um ativo nas redes: recursos enraizados e localização na rede. Propõe, a partir daí, duas formas principais de mensuração de capital social, entendido este como “ativos capturados por indivíduos em redes sociais”: recursos enraizados e localização na rede. O primeiro volta-se para a qualidade e o valor dos recursos, tais como, riqueza, poder, status e outros, acessados por indivíduos nas suas redes e vínculos. Os indicadores aí associados dizem respeito à amplitude, qualidade, variedade e composição dos recursos. O segundo, por sua vez, volta-se para a identificação de pontes ou acesso a pontes que geram benefícios e retornos, como proposto por Granovetter (1973), com seu conceito de vínculos fracos, e explorado por Burt (1992), com os “vazios estruturais”.

Para este último, a posição de um ator (como um nóculo) na rede é utilizada para avaliar quão longe ou perto este se situa de um ponto estratégico, constituído por uma ponte, que permite o acesso a recursos diferenciados, garantindo, ao seu detentor, vantagens competitivas diferenciadas. Outros, por outro lado, buscaram, na natureza do recurso obtido ou enraizado (*embeddedness*), uma forma de aferição e mensuração de capital social. Neste contexto, capital social é avaliado pela quantidade ou variedade de características associadas a poder, status e riqueza que um indivíduo pode acessar por meio de suas redes. Tais atributos estariam presentes, segundo Lin

(2001:13), na natureza da ocupação, na sua posição de autoridade, no setor industrial ou na renda do contato.

Lin reconhece, no entanto, que podem existir outras medidas de aferição de capital social - a exemplo de tamanho, densidade, coesão e fechamento de redes – mas, salienta que “evidências de pesquisa, assim como de sua adequação à teoria do capital social, são menos óbvias” (2001:15) e refuta o valor de tais mensurações, devido à incapacidade de apresentação de argumentos teóricos convincentes, sejam no âmbito de recursos sociais enraizados ou de localização na rede. Salienta a existência de três diferentes técnicas amostrais na área (2001:15):

- i. Amostra de saturação (*saturation sampling technique*), em que uma rede já definida é integralmente mapeada e é colhida informação de cada nóculo, para se conhecer todas as relações existentes, de maneira a se estabelecer uma mensuração das localizações da rede. Tal procedimento é útil para o estudo de capital social em sistemas menores e redes com fronteiras bem definidas, a exemplo dos estudos realizados dentro de organizações ou de pequenas redes formadas por diferentes organizações;
- ii. Técnica amostral ego-rede (*ego-network sampling technique*), a exemplo do *name-generator*, em que são relacionadas uma lista de vínculos conectados com o ego e suas relações entre eles, de maneira a verificar a localização do ego na rede e ou avaliação dos recursos da rede e ou composição e heterogeneidade da rede. Para Lin, entre as desvantagens deste método, situam-se a dificuldade de identificação do universo de interesse para a extração da amostra; a tendência de captação apenas dos “vínculos fortes”, visto que as

peessoas pesquisadas vão se lembrar, em geral, das relações mais freqüentes e intensas; identificação de vínculos mais focada em atores sociais, independentemente de sua posição social. Considera-se que estes problemas, por Lin elencados, podem, perfeitamente, ser contornados.

- iii. Técnica de posição de gerador (*position-generator technique*), como utilizada por Lin et al. (2001), em que se busca trabalhar com uma amostra de posições dotadas de recursos reconhecidos coletivamente (a exemplo de status ocupacional ou prestígio, posição de autoridade, etc.) e se procura identificar se as pessoas entrevistadas possuem vínculos com alguém dotado de tais recursos. A partir destas respostas, é possível a construção de índices de recursos de rede (*network resources indexes*) sugestivos de amplitude (número de posições acessadas), *range* e heterogeneidade (para aferição da distância existentes entre as “posições mais altas” e as “posições mais baixas” acessadas por cada entrevistado). Tais pesquisas vêm sendo amplamente utilizadas para o estudo de certos fenômenos sociais, a exemplo da capacidade diferenciada, que possuem os indivíduos, de inserção no mundo das profissões ou dos negócios.

Salienta-se que a metodologia de Lin, assim como toda sua concepção teórica, foi direcionada, basicamente, para a proposição de capital social como recurso de rede de propriedade de indivíduos e mais voltada para estudos sobre mobilidade social e inserção no mercado de trabalho. O foco de seu trabalho volta-se, sobretudo, para a compreensão de como indivíduos conseguem, a partir de vinculações em redes, incrementar, por exemplo, sua capacidade de empregabilidade, seu poder ou prestígio pessoal, etc. Dado o propósito desta

tese, voltada para análise de aglomerações produtivas, as propostas metodológicas exploradas por Lin não são completamente adequadas. Deve ser utilizada uma proposta metodológica ajustada ao propósito e à natureza do objeto de investigação.

Considerando-se a natureza e as peculiaridades das concepções e elaborações teóricas aqui introduzidas, torna-se necessário definir uma metodologia de pesquisa adequada, capaz de usufruir dos construtos teóricos e, ao mesmo tempo, tornar possível a mensuração de algumas dimensões da realidade territorial e a realização de estudos comparativos entre diferentes aglomerações produtivas. Tais temas serão retomados a seguir, com a apresentação da proposta metodológica utilizada para uma pesquisa empírica na área.

1.4 Aspectos metodológicos da pesquisa piloto

A pesquisa piloto, planejada e executada na aglomeração produtiva de móveis, na região de Ubá, em Minas Gerais, permitiu a introdução de algumas inovações em termos metodológicos, tornando possível a mensuração e a análise de algumas dimensões importantes da realidade empresarial e territorial. A metodologia utilizada para a investigação é bastante específica, embora possa ser considerada, parcialmente, resultante de uma combinação de dois dos tipos explicitados por Lin, como especificado abaixo:

- i.) amostra *ego-network* – em que busca-se realizar uma lista de vínculos conectados com os egos (as empresas) de maneira a avaliar a relação de cada ego com o conjunto de empresas e entidades presentes no território e suas relações com o “resto do mundo”. O método aqui proposto – de buscar identificar, para cada tipo de vínculo, sua intensidade – ou seja, se é forte ou fraco – elimina a

grande restrição levantada por Lin de que as pessoas pesquisadas só vão se lembrar dos vínculos fortes. Os atores pesquisados são induzidos e estimulados a se lembrar de todos os vínculos e se são fracos ou fortes;

- ii.) iii) técnica de *position-generator technique* – em que se procurou especificar as funções ou posições de recursos que são acessados por cada “ego” ou empresa (exemplo: recursos dotados de capacidade consultiva ou de apoio, a exemplo de consultores; recurso dotado de capacidade de alavancagem de recursos financeiros, a exemplo dos bancos; recursos dotados de poder de compra, a exemplo dos clientes; recursos dotados de capacidade de informação e orientação tecnológica, a exemplo dos centros tecnológicos; recursos dotados de capacidade de alavancagem de ação coletiva, a exemplo dos conselhos e fóruns, etc.) e em que se procurou identificar qual o conjunto de recursos que cada ego (empresa) consegue acessar, dentro e fora de seu território. A partir daí também é possível a construção de índices de recursos de redes, sugestivos de amplitude (número de posições acessadas) e de complexidade (número de diferentes tipos de recursos acessados) e distância (localização do recurso acessado - dentro ou fora do território; se fora, qual amplitude – se regional, se estadual, se nacional ou internacional).

Para a realização da pesquisa contou-se com recurso a método quantitativo, complementado por qualitativo. Embora o método quantitativo (ou seja, obtido por procedimentos estatísticos ou outros meios quantitativos) seja adequado a investigações que buscam identificar a presença de certas

regularidades e de relações causais entre variáveis, ele, no entanto, não é o único. Sua associação a métodos de natureza qualitativa (em que se situam observações diretas, entrevistas em profundidade e entrevistas com questões abertas) ampliam, significativamente, sua capacidade. Alencar (2000), observando a proliferação de técnicas combinadas de pesquisa – qualitativas e quantitativas – e o recurso à “triangulação de dados”, nas ciências sociais, salienta que “o ecletismo metodológico é salutar, uma vez que representa um avanço frente ao dogmatismo e à intolerância exibidos pelos zelosos defensores dos métodos quantitativos ou qualitativos” (2000:24).

A larga experiência prévia da autora desta tese, em aglomerações produtivas, permitiu-lhe acumular um grande conjunto de informações sobre o fenômeno de interesse. Ao longo dos últimos anos, a autora teve oportunidade de realizar inúmeras vistas, reuniões e entrevistas com empresários e lideranças presentes em aglomerações produtivas e de participar da concepção e acompanhamento de dezenas de projetos de desenvolvimento territorial. Com isso, foi possível a concepção de um quadro prévio de referência. Pesquisadores que lançam mão dos dois métodos de pesquisa - qualitativa e quantitativa - com muita frequência, utilizam-se do primeiro, como forma de prospecção inicial, coletando dados preliminares, que lhes permitem conceber um quadro prévio de análise, para estruturar melhor a pesquisa quantitativa. Tal procedimento prévio foi dispensável. O recurso à pesquisa de natureza qualitativa foi utilizado para ampliar o conhecimento disponível sobre o ambiente empresarial e sobre o processo de evolução da aglomeração produtiva de interesse e foi realizado, concomitantemente, a aplicação do questionário da pesquisa amostral.

Foram realizadas entrevistas em profundidade, junto aos diferentes segmentos de interesse: empresários, representantes, fornecedores, algumas das principais lideranças empresariais, executivos e técnicos locais de entidades de apoio envolvidas com o projeto do pólo e presentes há muitos anos na região,

gestores de empreendimentos coletivos hoje existentes no pólo. As informações daí extraídas foram complementadas, também, com depoimentos e relatos escritos, disponíveis na comunidade. Salienta-se que, ao abordar o tema do desenvolvimento do pólo, a intenção não era de traçar uma história da região e, sim, de permitir a elaboração de um quadro de referência prévio, destacando, apenas, o que pode ser considerado mais sintomático ou representativo do tema de interesse deste trabalho.

Foi realizada, ao mesmo tempo, uma pesquisa amostral, por meio de um questionário estruturado, em empresas representativas do universo de interesse. A pesquisa explorou três aspectos: i) de natureza relacional: foram identificados e mapeados os diferentes tipos de vínculos que unem as empresas locais entre si e com empresas e entidades localizadas dentro e fora do território; ii) atributos da população: foram pesquisadas algumas características das empresas aí presentes, como idade, porte, etc.; iii) desempenho: em que se insere a capacidade de inovação e a evolução de variáveis como faturamento, produtividade e emprego. A unidade básica de pesquisa foi, em geral, o sócio-proprietário da empresa. Quando o entrevistado não detinha a informação solicitada, podia-se recorrer aos registros da empresa ou a outros membros da organização. Para a coleta dos dados, foi utilizado um questionário estruturado (Anexos), que foi aplicado com a ajuda dos membros da Consultex Administração Junior – vinculada à Faculdade Governador Ozanan Coelho, de Ubá, MG, no período de julho a agosto de 2005. Os dados daí extraídos foram processados e tratados segundo procedimentos estatísticos e matemáticos.

O plano amostral utilizado foi construído a partir de uma relação de empresas, fornecida pelo sindicato empresarial local (Intersind). Segundo a relação, existem, atualmente, em Ubá, 64 empresas associadas, dedicadas diretamente à fabricação de móveis. A esta lista soma-se uma segunda, contendo 50 empresas, não sindicalizadas, o que perfaz um universo de 114 empresas

formais, localizadas no município. A pouco mais de cinco quilômetros de distância, situa-se o município de Rodeiro, onde localizam-se 15 empresas fabricantes de móveis, sendo 12 associadas e 3 não associadas. O universo de interesse desta pesquisa é constituído por essas 129 empresas fabricantes de móveis. A Tabela 4 apresenta a composição deste universo, por porte de empresas.

TABELA 4 Composição, por porte, do universo de empresas de móveis da região de Ubá, MG

Porte das empresas:	(%)
Micro (até 19 empregados)	58,0
Pequena (20 a 99)	33,2
Média (100 a 399)	8,0
Grande (acima de 400)	0,8
Total	100,0

Fonte: elaborado a partir de dados do Intersind

Este conjunto de 129 empresas representa a população N a ser pesquisada. Adotou-se, para cálculo do tamanho da amostra (n), um nível de confiança de 95%, ficando:

$$n_0 = \frac{z^2 \sigma^2}{E_0^2}$$

Onde:

z o valor de z encontra-se associado ao coeficiente de confiança de 95%, ou seja, $z = 1,96$.

E_0 é o erro amostral tolerado. Para definição do tamanho da amostra (n) considerou-se um erro amostral (E_0) de nove pontos percentuais.

σ^2 é a variância da variável em estudo, na população N

Como, nas pesquisas por aglomerados, os parâmetros de interesse correspondem a diversas proporções (ou seja, $p_1, p_2, p_3, \dots, p_n$), a variância σ^2 é definida, em cada caso, pela equação abaixo, e a maior variância será atingida quando $p_i = 1/2$ (ou seja, nos casos em que 50% dos indivíduos pesquisados encontrarem-se neste patamar). Substituindo-se σ^2 por $1/4$, obtém-se um tamanho de amostra suficiente para garantir um erro máximo de nove pontos percentuais.

$$\sigma_i^2 = p(1-p) \leq \frac{1}{4}$$

A amostra, para um população N conhecida, foi, então, definida por:

$$n = \frac{N \cdot n_0}{N + n_0 - 1}$$

Aplicando-se os parâmetros, anteriormente definidos, o tamanho da amostra (n), corrigido pelo tamanho da população (N), será:

$$n_0 = \frac{0,96}{(0,09)^2} = 118,52$$

$$n = \frac{129 \times 118,52}{129 + (118,52 - 1)} = 62$$

Com o propósito de se manter, na amostra selecionada, a mesma representatividade das empresas do universo, em termos de porte, foi realizada uma estratificação, cujo resultado encontra-se especificado a seguir (Tabela 5). Adotou-se, para a seleção de empresas dentro de seus respectivos estratos, um processo de seleção aleatória, baseado em um sistema de sorteio. As empresas selecionadas, no primeiro sorteio, para compor a amostra e que não puderam ser contatadas, foram substituídas por novas empresas presentes na relação, também selecionadas pela sistemática de sorteio. O sorteio deixou de ser realizado apenas no extrato das grandes empresas, visto que existe na região apenas uma empresa com número de funcionários superior a 400. Neste caso, a empresa foi incorporada na amostra, sem sorteio.

TABELA 5 Resultado da estratificação por porte de empresas

Porte das empresas:	(Número)
Micro (até 19 empregados)	36
Pequena (20 a 99)	20
Média (100 a 399)	5
Grande (acima de 400)	1
Total	62

Na realidade, foram pesquisadas 64 empresas, sendo 1 de grande porte, 5 de médio porte, 22 de pequeno porte e 36 microempresas.

Houve uma preocupação em mapear e mensurar algumas das dimensões do fenômeno de interesse. Para isso, foi concebido um conjunto de indicadores, explicitados a seguir. Como já salientado anteriormente, uma das peculiaridades da abordagem das redes é a possibilidade de interação entre proposições teóricas, resultados empíricos e métodos de pesquisa. O presente trabalho explorou, ao máximo, tais possibilidades. Dessa maneira, na apresentação dos indicadores, optou-se por inserir, alguns dos dados empíricos gerados pelo levantamento de campo.

1.4.1 A construção de indicadores de natureza relacional e de desempenho empresarial

A pesquisa de campo levou à elaboração de uma matriz individual de conexão para cada empresa, na qual constam as distintas **categorias de contato**, o **nível de abrangência** e a **freqüência**. A freqüência caracteriza a intensidade das relações, incluindo os contatos diários ou semanais (caracterizando o laço forte), contato quinzenal ou mensal (laços medianamente forte), contatos bimestrais (laços medianamente fracos) e contatos raros ou eventuais (laços fracos). Os níveis de abrangência definem o âmbito de contato, ou seja, em âmbito local, estadual, nacional e internacional. As categorias de contato permitem agrupar diferentes tipos de organização em algumas classes, que se distinguem em termos de conteúdo dos fluxos de informação e dos propósitos ou interesses envolvidos. Situam-se aí, entre outras, as categorias “empresas moveleiras”, “lojas e empresas clientes”, “representantes e distribuidores”, “empresas de consultoria”, etc.

Foi elencado, previamente, um rol de possibilidades de **categorias de contato**. Durante a fase da pesquisa de campo foi solicitado, ao entrevistado de cada empresa moveleira, que especificasse, para cada uma das categorias, o total de empresas com as quais mantém relações de qualquer intensidade. Em

seguida, solicitou-se que fosse feita a distribuição do total entre os distintos intervalos de frequência, previamente definidos. Dessa maneira, se o representante de uma empresa moveleira informou, por exemplo, que mantém contatos com um total de 20 representantes, ele teve que informar, em seguida, com quantos deles imperam relações de frequência diária/semanal, quinzenal/mensal, bimestral ou raro. Cada informação fornecida para uma determinada categoria e um dado intervalo de frequência gera, além do número total de organizações de contato naquela categoria e frequência, também um simples registro de presença (ou ausência) de contatos, caracterizando uma assinalação.

Os vários tipos de contatos mantidos pela empresa moveleira, com distintas classes de organizações, foram mapeados, somando 33 diferentes categorias. Estas categorias situam-se na esfera local (13 categorias), estadual (9 categorias), nacional (7 categorias) e internacional (4 categorias). A partir das matrizes de conexão individual e por meio de **soma matricial** foi elaborada a matriz geral consolidada das empresas (**matriz geral de conectividade**). Na construção da matriz geral foram consideradas todas as categorias de contato em que se registrou a presença de pelo menos uma empresa dotada de qualquer tipo de vinculação, com alguma organização classificada naquela categoria. Dessa maneira, o escopo das categorias de contato, apresentado na matriz geral, espelha a realidade das conexões existentes hoje no segmento das empresas da aglomeração produtiva de Ubá.

Além da matriz corrente de conexão geral, os dados da pesquisa de campo permitiram, também, captar a tendência de evolução em cada uma das diferentes categorias de contato, no período de tempo compreendido entre 2000 a 2005. Quando a data de criação da empresa foi posterior a 2000, considerou-se o período de tempo compreendido entre o primeiro ano de plena operação da empresa e o ano de 2005. Esta escala temporal foi escolhida por dois motivos.

Em primeiro lugar, o registro ou a lembrança das relações existentes há cinco anos encontra-se, ainda, mais presente na memória dos envolvidos e, eventualmente, nos registros das empresas, tornando possível captar a tendência da mudança. Em segundo lugar, o período aí compreendido é rico em mudanças e inovações no interior da aglomeração produtiva. Nesta época, a aglomeração produtiva iniciou o seu processo de internacionalização, viabilizando as primeiras exportações mais regulares; as entidades de apoio, lideradas pelo sindicato moveleiro local, implementaram várias ações de interesse coletivo, envolvendo empresas da região; muitas empresas deram curso a um processo, iniciado há poucos anos antes, de reestruturação industrial, com grandes investimentos na modernização de instalações e equipamentos.

Para captar a tendência de evolução, foi solicitado às empresas que informassem se ocorreu, no período de tempo compreendido entre 2000 a 2005, em quaisquer das 33 categorias possíveis de contato, alguma alteração na intensidade de contato da empresa com as organizações aí inseridas. As empresas puderam sinalizar **aumento** (+), **redução** (-) ou **estabilidade** (=), permitindo a elaboração das respectivas matrizes individuais de evolução. A partir das matrizes individuais de conexão foi elaborada a matriz geral consolidada de evolução (**matriz de evolução das conexões empresariais**), em que se incluiu o conceito de saldo, que representa a diferença entre assinalações positivas e negativas. Dessa maneira, o saldo será positivo quando o conjunto de empresas que registrou **aumento**, em uma dada categoria de contato, for superior ao conjunto que registrou **redução**, na mesma categoria e vice versa, independente do número de empresas que registrou estabilidade.

Para facilitar a análise e a comparação dos dados advindos da pesquisa de campo, procurou-se conceber, inicialmente, um conjunto de indicadores, associados aos aspectos relacionais e ao desempenho das empresas. Os primeiros – de natureza relacional - foram inseridos em quatro distintas

categorias: i) densidade dos laços, ii) diversidade dos laços, iii) ampliação dos laços; iv) enraizamento (*embeddedness*). Além destes, foi criada, também, uma quinta categoria de indicador, para aferir o desempenho da empresa associado à sua capacidade de inovação. O conjunto de indicadores, aqui explicitados, não pretende esgotar o assunto e, sim, explorar o poder explanatório das proposições teóricas, demonstrando algumas das inúmeras possibilidades daí advindas.

Salienta-se que os indicadores podem ser utilizados para comparar distintas populações, a exemplo de diferentes aglomerações produtivas ou, alternativamente, para comparar distintos grupos dentro de uma mesma aglomeração produtiva. No escopo do presente trabalho, estes indicadores serão utilizados para a abordagem da aglomeração produtiva de Ubá, destacando-se, em alguns momentos, eventuais diferenciações mais significativas existentes no seu interior, entre distintos grupos. Quando isso ocorrer serão aplicados, em alguns casos, quando julgado necessário, testes estatísticos para aferição da hipótese de igualdade entre os grupos.

Indicadores de natureza relacional

1) Densidade da rede local

Este indicador mede o grau de conectividade existente em uma dada rede, num determinado momento de tempo, a partir da aferição da frequência de contatos existente entre seus componentes (empresa/organização) situados dentro de uma determinada categoria de conexão. Quanto mais freqüentes forem os contatos no interior de uma dada rede, mais densa esta será.

A construção destes indicadores foi baseada nas matrizes individuais de conectividade, que deram origem à matriz geral consolidada. Por conveniência metodológica e facilidade de visualização, esta encontra-se apresentada a seguir, partida em quatro submatrizes, caracterizando os quatro níveis de abrangência, ou seja, local (Tabela 6), estadual (Tabela 7), nacional (Tabela 8) e

internacional (Tabela 9). Aí foi também adicionada uma nova coluna ($j = 5$), que registra o número total de empresas dotadas de conexão de qualquer frequência, com pelo menos uma organização, dentro de uma determinada categoria de contato. Salienta-se que uma empresa, dentro de uma dada categoria de contato, pode manter relações de intensidade variada, com diferentes organizações aí presentes. No que diz respeito, por exemplo, ao relacionamento mantido por uma determinada empresa moveleira, com alguma organização inserida na categoria “empresa de consultoria”, de abrangência local, a empresa moveleira pode registrar, ao mesmo tempo, laços fortes com uma determinada empresa local de consultoria e laços fracos com uma outra empresa local de consultoria. Neste caso, será registrado um total de duas conexões locais, sendo uma dotada de frequência “diária ou semanal” e outra com frequência “rara”.

Encontram-se presentes, nas tabelas a seguir, que apresentam a matriz geral consolidada de conectividade, as seguintes variáveis:

- i.) frequência do contato, j_i . Existem quatro diferentes tipos de frequências possíveis: contatos diários ou semanais (caracterizando o “laço forte), contato quinzenal ou mensal (“laços medianamente fortes”), contatos bimestrais (“laços medianamente fracos”) e contatos raros ou eventuais (“laços fracos”);
- ii.) categorias de contato, i , registradas pelas empresas. Existem 33 tipos possíveis, incluindo 13 locais, 9 estaduais, 7 nacionais e 4 internacionais;
- iii.) empresas pesquisadas, k ; total de 64.

TABELA 6 Matriz consolidada de conectividade - categorias e frequência de contato das empresas no âmbito local (nº de empresas).

Categorias de contato das empresas com outras organizações**	Empresa que registrou pelo menos um contato diário ou semanal	Empresa que registrou pelo menos um contato quinzenal ou mensal	Empresa que registrou pelo menos um contato bimestral	Empresa que registrou pelo menos um contato raro	Total de empresas que registraram algum tipo de contato de qualquer frequência
	1	2	3	4	5
1 Outras empresas do seu mesmo ramo de atividade	40	40	44	31	62
2 Fornecedores locais	44	40	14	5	61
3 Clientes como pessoa física	5	4	6	5	17
4 Clientes-lojas e empresas locais	7	14	8	6	25
5 Representantes de seu produto	42	9	2	1	49
6 Empresa de consultoria	2	5	2	1	10
7 Agências bancárias	64	6	1	0	64
8 Entidades empresariais e de apoio (Sindicato, Sebrae, Senai, etc.)	9	17	8	7	38
9 Escolas, universidades, centros tecnológicos e de pesquisa	0	3	1	3	7
10 Consórcio, cooperativas, centrais, etc.	3	3	2	3	12
11 Fóruns e grupos gestores	0	1	3	2	5

Continua...

TABELA 6 Continuação

Categorias de contato das empresas e outras organizações**	Empresa que registrou pelo menos um contato diário ou semanal	Empresa que registrou pelo menos um contato quinzenal ou mensal	Empresa que registrou pelo menos um contato bimestral	Empresa que registrou pelo menos um contato raro	Total de empresas que registraram algum tipo de contato de qualquer frequência
	1	2	3	4	5
12 Prefeitura e órgãos municipais	0	64	3	6	64
13 Grupos comunitários diversos (religiosos, políticos, ONG, etc.)	1	1	1	3	5

* uma mesma empresa pode manter contatos de diferentes frequências com distintas categorias de organização

** a numeração das categorias obedece à ordem seqüencial de apresentação, nas quatro diferentes tabelas que integram a matriz geral consolidada de conexões

TABELA 7 Matriz consolidada de conectividade - categorias e frequência de contato das empresas em outras regiões do estado (âmbito estadual) (nº de empresas)

Categorias de contato das empresas com outras organizações**	Empresa que registrou pelo menos um contato diário ou semanal	Empresa que registrou pelo menos um contato quinzenal ou mensal	Empresa que registrou pelo menos um contato bimestral	Empresa que registrou pelo menos um contato ramo	Total de empresas que registraram algum tipo de contato de qualquer frequência*
	1	2	3	4	5
14 Outras empresas do mesmo ramo de atividade	0	2	2	8	9
15 Fornecedores em geral-	18	33	12	4	47
16 Lojas e empresas clientes	13	26	31	17	55
17 Representante e distribuidores comerciais	34	7	2	0	44
18 Empresa de consultoria -	1	3	0	0	3
19 Bancos -	0	1	1	0	1
20 Entidades empresariais (FIEMG, Sebrae, etc.)	1	1	5	2	6
21 Universidade escolas, centros tecnológicos-	0	0	3	4	5
22 Grupos empresariais, políticos, etc.	0	1	0	1	2

* uma mesma empresa pode manter contatos de diferentes frequências com distintas categorias de organização

** a numeração das categorias obedece à ordem seqüencial de apresentação, nas quatro diferentes tabelas, que integram a matriz geral consolidada de conexões.

TABELA 8 Matriz consolidada de conectividade - categorias e frequência de contato das empresas em outros estados (âmbito nacional) (nº de empresas)

Categorias de contato das empresas com outras organizações **	Empresa que registrou pelo menos um contato diário ou semanal	Empresa que Registrou pelo menos um contato quinzenal ou mensal	Empresa que registrou pelo menos um contato bimestral	Empresa que registrou pelo menos um contato raro	Total de empresas que registraram algum tipo de contato de qualquer frequência*
	1	2	3	4	5
23 Outras empresas do mesmo ramo de atividade-	0	2	3	4	8
24 Fornecedores em geral -	10	31	11	8	41
25 Lojas e empresas clientes	13	23	29	26	58
26 Representantes e distribuidores comerciais	39	12	2	0	53
27 Empresa de consultoria -	0	0	0	1	1
28 Universidade escolas/centros tecnológicos-	0	0	0	1	0
29 outros grupos	0	0	0	1	0

* uma mesma empresa pode manter contatos de diferentes frequências com distintas categorias de organização

** a numeração das categorias obedece à ordem seqüencial de apresentação, nas quatro diferentes tabelas, que integram a matriz geral consolidada de conexões

TABELA 9 Matriz consolidada de conectividade - categorias e frequência de contato das empresas no exterior (âmbito internacional)
(n° de empresas)

Categorias de contato das empresas com outras organizações**	Empresa que registrou pelo menos um contato diário ou semanal	Empresa que registrou pelo menos um contato quinzenal ou mensal	Empresa que registrou pelo menos um contato bimestral	Empresa que registrou pelo menos um contato raro	Total de empresas que registraram algum tipo de contato de qualquer frequência*
	1	2	3	4	5
30 Empresas moveleiras	0	0	0	1	1
31 Empresas clientes	0	0	1	4	4
32 Representantes comerciais	0	2	3	0	5
33 Fornecedores	0	0	0	3	3

* uma mesma empresa pode manter contatos de diferentes frequências com distintas categorias de organização

** a numeração das categorias obedece à ordem seqüencial de apresentação, nas quatro diferentes tabelas, que integram a matriz geral consolidada de conexões

A partir da matriz de conectividade $[e_{ijk}]$, para $k = 1, 2, \dots, p = 64$, é possível a elaboração dos indicadores de densidade. Para o cálculo do **indicador geral de densidade**, foram considerados os parâmetros abaixo:

Categorias de contato i , sendo $i = 1, 2, 3, \dots, m = 33$

Frequência de contatos j , sendo $j = 1, 2, 3, 4$.

Empresas k , sendo $k = 1, 2, \dots, p = 64$

Sendo e_{ijk} , variável binária, assumindo valores **1** (ou zero), consoante exista (ou não) contato de categoria i e frequência j da empresa k , derivam-se, daí, as variáveis dependentes, tais como:

Indicador geral de conectividade

$$T_{GC} = \frac{\sum_k e_{ijk}}{p}$$

A partir do indicador geral de conectividade, podem ser derivados os indicadores específicos, a exemplo do grau de conectividade forte empresa-empresa (em âmbito local), que mede a incidência de “laços fortes” entre empresas do ramo moveleiro, na localização matricial categoria 1, frequência 1 (semanal/diário).

Assim, para o cálculo do **grau de conectividade forte empresa-empresa**, em âmbito local:

$$T_{GF} = \frac{\sum_{k=1}^{64} e_{11k}}{64} = 0,625, \text{ ou, } 62,5\%$$

O indicador acima significa que 62,5% das empresas moveleiras mantêm “laço forte”, com, pelo menos, uma empresa moveleira localizada na mesma região.

2 Amplitude da rede

Afere a amplitude de contatos mantidos pela empresa, junto às distintas categorias possíveis de contatos existentes em um dado universo empresarial. Assim, quanto maior o número de diferentes categorias de contato, existentes em uma rede, mais diversificada ela será. Existem 33 diferentes categorias de

conexão de interesse, sendo 13 em âmbito local, 9 em âmbito estadual, 7 em âmbito nacional e 4 em âmbito internacional. Dessa maneira, uma empresa com um maior número de conexões, com diferentes categorias de organização, apresenta uma rede com maior grau de diversidade.

O universo possível de diferentes categorias de conexão, presentes na aglomeração produtiva de Ubá, encontra-se caracterizado na Tabela 11, que apresenta a consolidação das matrizes individuais de cada empresa, como coletado na pesquisa.

TABELA 10 Possibilidades* de contatos presentes na aglomeração e incidência de empresas com conexões em cada uma das categorias, em âmbito local, estadual, nacional e internacional
(n° de assinalações)

CATEGORIAS OU TIPOS DE CONTATOS	Categorias de contato possível: âmbito local, estadual, nacional e internacional * (No.)	Número de empresas que mantêm contatos LOCAIS	Número de empresas que mantêm contatos OUTRAS REGIÕES DO ESTADO	Número de empresas que mantêm contatos OUTROS ESTADOS	Número de empresas que mantêm contatos NO EXTERIOR
1. Outras empresas moveleiras	4	62	11	11	1
2 Fornecedores	4	61	46	40	3
3 Clientes – pessoa física	1	17			
4 Clientes – lojas e empresas	4	25	55	57	5
5 Representantes e distribuidores	4	49	40	49	5
6 Empresa de consultoria	3	10	3	1	
7 Agências bancárias	2	64	2		

Continua...

TABELA 10 Continuação.

CATEGORIAS OU TIPOS DE CONTATOS	Categorias de contato possível: âmbito local, estadual, nacional e internacional * (No.)	Número de empresas que mantêm contatos LOCAIS	Número de empresas que mantêm contatos OUTRAS REGIÕES DO ESTADO	Número de empresas que mantêm contatos OUTROS ESTADOS	Número de empresas que mantêm contatos NO EXTERIOR
8 Entidades empresariais e de apoio (Sindicato, Sebrae, Senai, etc.)	2	41	9		
9 Escolas, universidade, centros tecnológicos e de pesquisa	3	7	7	1	
10 Grupos empresariais: consórcios, cooperativas, centrais, etc.	1	12			
11 Fóruns e grupos gestores	1	5			
12 Prefeitura e órgãos municipais	1	64			
13 Outros grupos	3	5	2	1	
Total de diferentes categorias, âmbito local, estadual, nacional e internacional	33	13	9	7	4

(*) as possibilidades são aquelas presentes no momento, no pólo moveleiro de Ubá, sendo utilizadas por, pelo menos, uma empresa da região.

A partir das matrizes de conectividade também pode ser elaborado o indicador de diversidade, consoante os seguintes parâmetros:

Categorias de contato i , $i = 1, 2, \dots, m, m+1, m+2$

Empresa \underline{k} , $k = 1, 2, \dots, p$

Define-se, w_{ik} , tal que w_{ik} :

a) é variável binária, assumindo valores 1 (ou 0), consoante haja conexão (ou não), para a

categoria i , $i = 1, 2, \dots, m$.

b) para $\underline{i} = m + 1$: $w_{m+1k} = \sum_{i=1}^m w_{ik}$

c) Para $\underline{i} = m + 2$, w_{m+2k} assume valores 1 (ou 0), consoante w_{m+1k} seja maior que Ω (ou não), em que Ω representa um certo patamar mínimo de abrangência de conexões.

Assim, para o **cálculo do grau de diversidade da rede**:

$$T_{GA\Omega} = \frac{\sum_k w_{m+2k}}{P}$$

Utiliza-se esta fórmula para calcular a parcela de empresas detentoras de certo nível mínimo de diversidade, apresentando um determinado número de diferentes categorias de conexão. Quanto maior o número de categorias de conexão, maior a diversidade da rede.

O grau de diversidade geral $T_{GA} = 59\%$, para o total das empresas da aglomeração produtiva, quando Ω definir um patamar mínimo de 11, significa que 59% das empresas moveleiras possuem, no mínimo, 11 diferentes tipos de conexão).

3 Adensamento da rede

Mede a alteração na intensidade de contatos, dentro de uma mesma categoria de contato, em um determinado período de tempo. Considera-se que

ocorreu alteração na intensidade, em dois tipos de casos: quando o contato já existente foi intensificado (ou reduzido), ou quando surgiu um contato novo (ou um contato já existente desapareceu). Pode-se considerar que ocorre um adensamento nas redes sempre que seus componentes comecem a interagir mais entre si, ampliando a frequência dos laços que os vinculam. Assim, por exemplo, quando uma empresa começa a se relacionar, mais frequentemente, com outras empresas de seu próprio setor, ocorre um adensamento das relações empresariais do setor.

Foi construída, para cada empresa pesquisada, uma matriz de evolução individual de contatos, no período 2000 a 2005⁴. Os resultados individuais, consolidados para o conjunto das empresas, foram dispostos a seguir, nas tabelas que apresentam a natureza e o total de alterações ocorridas nas várias categorias de contato em âmbito local (Tabela 11), estadual (Tabela 12), nacional (Tabela 13) e internacional (Tabela 14). Insere-se aí o conceito de saldo, que resulta da diferença entre sinalizações positivas (+) em relação às negativas (-). O saldo positivo surge quando o total de empresas que sinalizaram que ocorreu, no período analisado, uma ampliação em uma determinada categoria de contatos (+), é superior ao total de empresas que sinalizaram queda na mesma categoria de contato, independente do total das empresas que sinalizaram estabilidade (=). Quanto maior o saldo, mais significativa a alteração. A presença do zero indica que não houve alteração nos laços analisados (ou seja, o número de empresas que afirmou ter aumentado os contatos equipara-se ao número de empresas que informou ter reduzido os contatos). Tais dados são utilizados para o cálculo da taxa de adensamento das conexões.

⁴ No caso de empresas criadas depois de 2000, considerou-se, para efeito de cálculo, a diferença entre o primeiro ano de atividade plena e o ano de 2005

TABELA 11 Evolução das conexões empresariais e base de cálculo dos respectivos saldos para as diferentes categorias, em âmbito local

(nº de ocorrências)

Categorias de contato	Sem registro de ocorrência	(=)	(+)	(-)	Base para cálculo saldo*
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5=3-4)
1.Outras empresas do seu mesmo ramo de atividade	2	21	30	11	19
2. Fornecedores locais	3	22	27	12	15
3.Clientes como pessoa física	44	11	5	4	1
4.Clientes-lojas e empresas locais	37	11	11	5	6
5.Representantes e distribuidores	9	16	7	32	(-25)
6.Empresa de consultoria	52	3	9	0	9
7. Agências bancárias	4	44	8	8	0
8. Entidades empresariais e de apoio (Sindicato, Sebrae, Senai, etc.)-	37	5	21	1	20
9. Escolas, universidade centros tecnológicos e de pesquisa	59	1	4	0	4
10.Consórcio, cooperativas, centrais, etc.	54	1	9	0	9
11.Fóruns e grupos gestores do arranjo	59	2	3	0	3
12 .Prefeitura e órgãos municipais	37	24	2	1	1
13 .Grupos comunitários diversos (religiosos, políticos, ONG)	59	5	0	0	0

* os respectivos saldos são calculados tomando-se como referência o total das empresas pesquisadas

TABELA 12 Evolução das conexões empresariais e base de cálculo dos respectivos saldos para as diferentes categorias de contato em âmbito estadual (nº de ocorrências)

Categorias de contato	Sem registro de ocorrência				Base para cálculo saldo* (5=3-4)
	(1)	(=) (2)	(+) (3)	(-) (4)	
14. Outras empresas do mesmo ramo de atividade	55	1	8	0	8
15. Fornecedores em geral	17	23	18	6	12
16. Lojas e empresas clientes	9	15	28	12	16
17. Representante e distribuidores	20	11	18	15	3
18. Empresa de consultoria	61	0	3	0	3
19. Bancos	63	1	0	0	0
20. Entidades empresariais	58	2	4	0	4
21. Universidade, escolas, centros tecnológicos	59	0	5	0	5
22. Grupos empresariais, políticos, etc.	62	1	1	0	1

* os respectivos saldos são calculados tomando-se como referência o total das empresas pesquisadas

TABELA 13 Evolução das conexões empresariais e base de cálculo dos respectivos saldos para as diferentes categorias de contato em âmbito nacional (nº de ocorrências)

Categorias de contato	Sem registro de ocorrência	(=)	(+)	(-)	Base para cálculo saldo* (5=3-4)
		(1)	(2)	(3)	
23. Outras empresas moveleiras	56	2	6	0	6
24. Fornecedores	23	10	26	5	21
25. Lojas e empresas clientes	6	4	36	18	18
26. Representantes e distribuidores	11	5	32	16	16
27. Empresa de consultoria-	63	0	1	0	1
28. Universidade, escolas, centros tecnológicos	64	0	0	0	
29. Grupos empresariais, políticos, etc.	63	0	1	0	1

* os respectivos saldos são calculados tomando-se como referência o total das empresas pesquisadas.

TABELA 14 Evolução das conexões empresariais e base de cálculo dos respectivos saldos para as diferentes categorias de contato em âmbito internacional (nº de ocorrências)

Categorias de contato	Sem registro de ocorrência	(=)	(+)	(-)	Base para cálculo Saldo* (5=3-4)
		(1)	(2)	(3)	
1. Empresa moveleira	63	0	1	0	1
2. Empresas clientes	59	0	4	0	4
3. Representantes e distribuidores	59	0	5	0	5
4. Fornecedores	61	3	0	0	0

* os respectivos saldos são calculados tomando-se como referência o total das empresas pesquisadas.

Para a construção do indicador, foram considerados os seguintes parâmetros:

Para categorias de contato \underline{i} , $i = 1, 2, \dots, m$

Empresas \underline{k} , $k = 1, 2, \dots, p$

Define-se g_{ik} variável binária, assumindo valores ± 1 (ou -1), consoante tenha ocorrido (ou não), no período $\Delta t = t_1 - t_0$, aumento na frequência de contatos relativos à categoria \underline{i} da empresa \underline{k}

Assim sendo, têm-se a fórmula:

Taxa geral de adensamento das conexões

$$T_{GE} = \frac{\sum_k g_{ik}}{p}$$

Dessa maneira, calculando-se a evolução das conexões na categoria “cliente, no mercado internacional”, para o conjunto das empresas, tem-se que $T_{GE} = +6,2\%$. Significa que 6,2% do conjunto de empresas da aglomeração produtiva apresentaram uma evolução positiva de contatos com clientes localizados no mercado internacional.

4 Enraizamento (*embeddedness*)

O fenômeno de enraizamento (*embeddedness*), como abordado na literatura, é um fenômeno de natureza multidimensional. O presente trabalho considera, no entanto, que algumas das características ou dimensões do fenômeno podem, perfeitamente, ser captadas, por meio de alguns indicadores sugestivos do enraizamento. Destacam-se, entre eles, dois tipos: indicador de enraizamento temporal e indicador de enraizamento setorial.

Enraizamento temporal

Indica a permanência da atividade moveleira no tempo, medindo as vinculações intrafamiliares em termos do número de gerações imediatamente precedentes, ligadas ao empresário atual, que atuaram no ramo de móveis, na região.

Enraizamento setorial

Mede o encadeamento das ligações que se formam entre antigos empregados e novos empreendedores, seja nas vinculações que ocorrem para trás (quando um sócio proprietário de uma empresa moveleira pesquisada foi, anteriormente, empregado de uma outra empresa moveleira mais antiga) ou para a frente (quando a empresa pesquisada foi capaz de gerar um novo empreendedor, o que se dá quando esta registra a ocorrência de algum ex-empregado que se tornou proprietário de uma outra empresa em atividade no ramo). O indicador capta, dessa maneira, os encadeamentos para trás (ou a montante da atividade empresarial) e para a frente (a jusante).

Indicador geral de enraizamento temporal

Definem-se os seguintes parâmetros:

Para as empresas, \underline{k} , $k = 1, 2, \dots, p$;

Permanência temporal, \underline{h} , $h = 1, 2$.

Define-se \underline{V}_{hk} tal que:

V_{hk} $\left\{ \begin{array}{l} V_{1k} \text{ quantifica, para a empresa } \underline{k}, \text{ o número de gerações intrafamiliares} \\ \text{imediatamente precedentes; } V_{1k} = 1, 2, 3 \dots \\ V_{2k} \text{ assume valores binários, } \underline{1} \text{ (ou 0), consoante } V_{1k} \text{ seja maior que } \underline{Y} \\ \text{(ou não), onde } Y \text{ representa um "limiar de tradição geracional mínimo"} \end{array} \right.$

Assim:

$$T_{GI} = \frac{\sum_k V_{2k}}{p}$$

Indicador geral de enraizamento setorial

Para empresas \underline{k} , $k = 1, 2, \dots, p$

Níveis de enraizamento \underline{q} , $q = 1, 2, 3$.

Define-se μ_{qk} tal que:

μ_{qk} $\left\{ \begin{array}{l} \mu_{1k} \text{ variável binária que assume valor } \underline{1} \text{ (ou 0) consoante a empresa } \underline{k} \\ \text{tenha pelo menos um sócio proprietário egresso, como empregado, de} \\ \text{empresa do mesmo ramo (ou não).} \\ \mu_{2k} \text{ variável binária que assume valor } \underline{1} \text{ (ou 0) consoante a empresa } \underline{k} \\ \text{tenha ex-empregado na condição presente de sócio-proprietário de} \\ \text{empresa do mesmo ramo (ou não).} \\ \mu_{3k} = 1 \text{ se } \mu_{1k} = 1 \text{ e/ou } \mu_{2k} = 1 \\ = 0 \text{ se } \mu_{1k} = 0 \text{ e } \mu_{2k} = 0 \end{array} \right.$

Assim:

$$T_{GE} = \frac{\sum_k \mu_{3k}}{P}$$

Quanto maior o **indicador de enraizamento temporal**, mais antiga é a atividade moveleira na região. No caso da aglomeração de Ubá, quando $Y = 3$, o $T_{Gi}=6,2\%$, o que significa que 6,2% das empresas da região possuem vinculações intrafamiliares no setor de móveis que remontam há 3 gerações (para cálculo, ver tabela 33)

No caso do **indicador de enraizamento setorial**, salienta-se que quanto mais elevado o valor encontrado, maior o encadeamento da atividade intra-empresarial, vinculando empresas mais antigas com empresas mais novas, em que as primeiras funcionam como “plataformas” para a criação das novas. Este indicador, na região de Ubá, é de $T_{GE} = 71,8\%$, o que significa que 71,8% das empresas possuem sócios-proprietários que já foram, anteriormente, empregados de outras empresas do ramo ou, então, possuíram, no passado, empregados que se transformaram em donos de novas empresas no ramo (para cálculo, ver Tabela 32)

5 Indicadores de desempenho

Mede o impacto grupal de um determinado tipo de produto nas vendas totais da empresa. Este indicador permite comparar o desempenho de diferentes grupos de empresas, aferido, por exemplo, em termos de impacto do lançamento de um produto novo (ou de um produto aperfeiçoado) nas vendas totais dessas empresas. Foi aí elaborado o indicador associado ao grau de impacto grupal de um produto específico nas vendas.

Para as empresas k , $k = 1, 2, \dots, p$;

Define-se o **grau de impacto grupal de produto específico nas vendas** (β)

$$\beta = \frac{\sum_k \alpha_k f_k}{\sum_k \alpha_k}$$

Em que, por exemplo:

- f_k é o grau de impacto do produto novo nas vendas totais, sendo o domínio de definição desta variável dado por: $0 \leq f_i \leq 1$
- α_k número de empresas com a mesma classe de impacto do produto novo nas vendas totais do grupo, para o caso da avaliação do impacto do produto novo, permitindo-se, naturalmente, ampliar a análise para outros produtos ($n = 1, 2, 3, \dots$) e grupos diferenciados de empresas ($x = 1, 2, 3, \dots$)

Este conjunto de cinco tipos de indicadores foi utilizado para avaliação das condições de conectividade e de desempenho das empresas da aglomeração produtiva de Ubá. Salienta-se, uma vez mais, a conveniência de utilizá-los em futuras pesquisas comparativas, envolvendo distintas aglomerações produtivas. No contexto do presente trabalho, foram utilizados, exclusivamente, sob o prisma de uma única aglomeração. Para permitir, no caso, o aproveitamento de algumas de suas possibilidades e a demonstração e apresentação da riqueza da abordagem, aqui desenvolvida, à luz das concepções teóricas precedentes, os indicadores foram utilizados para tratar diferentes segmentos empresariais existentes no interior da aglomeração. Em alguns destes momentos, as diferenciações identificadas entre distintos segmentos (a exemplo dos designados “grupo de empresas em expansão” e “grupo de empresas em retração”) são tão acentuadas que, a despeito do tamanho relativamente modesto da amostra utilizada (ainda que submetida a parâmetros estatísticos adequados), sinalizam claras e fortes evidências de diferenciação intraterritorial, atestam o acerto das proposições teóricas e o vigor da proposta metodológica inovadora, que aqui é introduzida. Tais contribuições poderão ser ampliadas, significativamente, com a incorporação de análises comparativas de natureza

interterritorial. Restrições de natureza orçamentária impediram, no momento, sua realização.

1.5 Conclusão

Como visto, a abordagem das redes encontra-se, hoje, bastante estruturada nas ciências sociais, constituindo um campo próprio de investigações. A proposição de Capital Relacional pode, perfeitamente, gozar dos benefícios desse vasto campo de análise, que possui algumas características próprias. Destacam-se:

- i) campo de abordagem interdisciplinar, por natureza e evolução, em que contribuições geradas pela sociologia convivem com as oriundas da antropologia, da economia, e da teoria das organizações, enriquecendo o já fértil e abrangente domínio da teoria das organizações;
- ii) capacidade de integrar abordagens de natureza micro – centradas em um ator econômico, como, por exemplo, o indivíduo ou a empresa – com abordagens macro – voltadas para a compreensão de aspectos mais gerais e agregados do ambiente, a exemplo de um território caracterizado como uma aglomeração produtiva;
- iii) possibilidade de associação entre análises de natureza mais estrutural – que medem vínculos entre pares de atores – como transações de negócio entre empresas, relações de parentesco entre pessoas – com aspectos associados aos atributos dos atores – como, por exemplo, posição social, localização, etc.
- iv) necessidade de atentar para a adequação e o equilíbrio entre a forma e o método, de maneira que o método adequado possa ser utilizado

no teste de hipóteses coerentes e na construção de novos conceitos e pressupostos teóricos;

- v) grande interação entre conceitos teóricos, metodologia de abordagem e observações empíricas, de maneira que desdobramentos e evoluções em um deles podem, eventualmente, repercutir nos demais.

O quadro a seguir (quadro 1), explicita as vinculações existentes entre os vários níveis de reflexão aqui realizados e os pressupostos e concepções da tese e a natureza da pesquisa realizada.

QUADRO 1 Pressupostos e concepções adotados e natureza da pesquisa proposta

Dimensões de análise	Pressupostos gerais	Pressupostos específicos e características da linha de investigação adotada
Ontologia	Existe uma realidade objetiva...	As vinculações sociais representam algo concreto
Epistemologia	...que pode ser captada por evidências empíricas...	A sociedade possui regularidades e relações causais entre suas partes constituídas, que podem ser captadas. Pressupostos da tese: - aspectos importantes das aglomerações produtivas podem ser captados na identificação das vinculações e de laços entre atores locais e destes com o “resto do mundo”. -a configuração das redes pode evoluir em interação com a ação empreendedora e a inovação. - relacionamentos pessoais e negociais se interpenetram e se mesclam na formação dos ativos relacionais dos atores.

Continua...

QUADRO 1 Continuação

Dimensões de análise	Pressupostos gerais	Pressupostos específicos e características da linha de investigação adotada
Metodologia	...com o uso de hipóteses e sua verificação empírica (método hipotético-dedutivo) ..	Verificação de hipóteses: o desempenho de atores encontra-se associado, também, a recursos de natureza relacional (capital social); a ação empreendedora e a inovação exercem influência na configuração das redes; no desenvolvimento de uma aglomeração produtiva ocorre um processo de adensamento das relações locais e de diversificação das relações com o mundo exterior.

As possibilidades de interação e enriquecimento mútuo entre a teoria e realidade empírica foram exploradas ao máximo no presente trabalho. A metodologia aqui desenvolvida para análise de aglomerações produtivas permitiu a elaboração de um conjunto de indicadores que permitem mensurar e comparar algumas das dimensões do fenômeno de interesse, como apresentado a seguir (Quadro 2).

QUADRO 2 Conjunto de indicadores elaborados

Indicadores	Propósitos
1. Densidade da rede: - Grau de conectividade	Mede o grau de conectividade da rede, em um determinado momento, a partir da aferição da frequência de contatos existentes entre seus elementos, incluindo os “laços fortes”, “laços medianamente fortes”, “laços medianamente fracos” e “laços fracos”.
2. Amplitude da rede: - Grau de diversidade da rede	Mede o número de diferentes categorias ou tipos de contatos existentes em uma determinada rede, incluindo os níveis local, estadual, nacional e internacional
3. Adensamento da rede: - Taxa de adensamento das Conexões	Mede a alteração na intensidade de contatos, dentro de uma mesma categoria de contato, em um determinado período de tempo.

Continua...

QUADRO 2 Continuação

Indicadores	Propósitos
<p>4. Enraizamento:</p> <p>Enraizamento temporal - Indicador de enraizamento temporal</p> <p>Enraizamento setorial: - Indicador de enraizamento setorial</p>	<p>Mede o encadeamento intrafamiliar da atividade, verificando a quantas gerações imediatamente precedentes remonta a atividade moveleira</p> <p>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.</p>
<p>5. Desempenho empresarial -Grau de impacto grupal de um produto específico nas vendas das empresas</p>	<p>Mede o impacto de um determinado tipo de produto nas vendas totais de um determinado grupo de empresas.</p>

CAPÍTULO 6

A APLICAÇÃO DAS CONCEPÇÕES TEÓRICAS NO ESTUDO DA AGLOMERAÇÃO PRODUTIVA DE MÓVEIS DA REGIÃO DE UBÁ

RESUMO

A pesquisa de campo, realizada na aglomeração produtiva de móveis de Ubá, no estado de Minas, mostrou como as redes empresariais – resultantes da ação empreendedora – vão se formando, vinculando as empresas entre si e ajudando a forjar o mercado de uma dada região. Demonstra a importância que adquirem os ativos relacionais na explicação da dinâmica territorial. Os resultados aqui obtidos permitiram: i.) atestar a relevância das proposições teóricas; ii.) testar as hipóteses levantadas; iii.) apresentar uma metodologia inovadora, que pode ser utilizada em novos estudos comparativos, a nível inter e intra-territorial, voltados para o tema das aglomerações produtivas, visto da perspectiva do Capital Relacional.

ABSTRACT

The field research conducted on the furniture cluster around Ubá (State of Minas Gerais, Brazil) has shown how local networks – often resulting from entrepreneurial interactions - evolved, connecting firms among themselves and shaping up the regional markets. It is shown the importance acquired by relational assets for the explanation of territorial dynamics. The results thus collected allowed: i) to ratify the relevance of the theoretical constructs; ii.) to test the purported hypotheses; iii.) to introduce an innovative methodology, able to be supportive of new comparative studies, both at the inter and intra territorial levels and focused on the subject of local productive clusters, from the perspective of Relational Social Capital

1 INTRODUÇÃO

Como já explicitado na introdução geral, três hipóteses principais orientam o presente trabalho. A primeira baseia-se na suposição de que, no desenvolvimento de uma aglomeração produtiva, ocorre um processo, concomitante, de adensamento das relações locais entre os diferentes atores produtivos e, também, de ampliação e diversificação de suas relações com o mundo exterior. Foi enfatizado que as interações externas, com centros mais dinâmicos, estimulam e provocam o aparecimento da inovação e que as interações em âmbito local permitem a consolidação de um padrão produtivo territorial, garantindo a difusão da inovação e sua incorporação, de maneira muitas vezes renovada, por um maior número de empresas. A segunda hipótese advém da afirmação de que a ação empreendedora dotada de capacidade de inovação pode afetar a configuração das redes de relacionamentos existentes dentro de um dado território. A terceira hipótese refere-se ao papel das empresas como plataformas de relacionamentos, salientando a capacidade que estas possuem de dotar seus membros de ativos relacionais específicos, úteis na criação de novas empresas em setores afins.

Com o propósito de avaliar a aderência das proposições teóricas sintetizadas no capítulo IV e contando com a ajuda de um referencial metodológico específico, foi realizada uma pesquisa de campo, na aglomeração produtiva de móveis na região de Ubá, cujos resultados serão aqui apresentados. Optou-se pelo estudo de um único caso. Tal procedimento, no entanto, não elimina a possibilidade do território selecionado passar a integrar, futuramente, uma pesquisa amostral mais ampla, integrada por um conjunto de aglomerações produtivas selecionadas de acordo com os procedimentos necessários a pesquisas tipo amostral. Neste caso, o universo de interesse seria representado pelo total de aglomerações produtivas existentes, em um estado ou no país, e a

aglomeração de Ubá passaria a integrar o conjunto, com probabilidade um. Salienta-se que houve um cuidado prévio na elaboração da metodologia de pesquisa, de maneira a permitir, posteriormente, a realização de estudos comparativos envolvendo outras aglomerações produtivas.

Esta seção dedica-se aos resultados obtidos com a pesquisa de campo. Para isso realiza-se, previamente, uma apresentação da aglomeração produtiva de Ubá, no contexto da indústria moveleira (parte um), seguida por uma apresentação de seu processo de transformação e desenvolvimento (parte dois) e das características e condições das empresas aí presentes e da dinâmica territorial (parte três). A conclusão realça a importância da abordagem utilizada.

1.1 A aglomeração produtiva da região de Ubá no contexto da indústria moveleira nacional e internacional

Segundo dados fornecidos pela Associação Brasileira de Moveis (Abimóvel, 2004), o setor moveleiro movimentou, durante o ano de 2004, aproximadamente, US\$ 200 bilhões. O comércio mundial de móveis envolve cerca de 50 países, registrando um volume de transação de mais de US\$ 50 bilhões. Os Estados Unidos destacam-se como o principal importador e a Itália como o maior exportador. Mais recentemente, exportações oriundas do Canadá, China, Polônia, Malásia, Indonésia e México, vêm aumentando, significativamente, suas participações nesse mercado. Segundo Gorini (1998), em âmbito internacional, o novo modelo de organização industrial do setor é caracterizado pela presença de empresas especializadas em linhas específicas de produto. Uma grande parcela da indústria moveleira mundial dedica-se a produzir commodities, ou seja, produtos padronizados, em que a concorrência se dá via preço. Outros segmentos, no entanto, investem em *design* e diferenciação de produtos, atentos a um outro tipo de mercado, no qual o determinante é a qualidade. Este é, por exemplo, o caso dos móveis italianos.

A presença do Brasil é pouco representativa no mercado internacional. Santa Catarina e Rio Grande do Sul são os principais estados exportadores, sendo responsáveis por aproximadamente 80% do total exportado. Segundo dados da Abimóvel, as exportações brasileiras de móveis chegaram a US\$ 1 bilhão em 2004, o que equivale a quase três vezes o valor exportado em 1996. Minas Gerais vem apresentando uma participação modesta, cerca de 1% do total exportado, em 2003 (sobre o setor de móveis em Minas Gerais, ver, por exemplo, Instituto de Desenvolvimento Industrial, INDI, 2001). A indústria brasileira de móveis vem ampliando sua capacidade produtiva com a expansão das exportações. Nos últimos anos, o setor empresarial vem buscando novas tecnologias e matérias-primas mais avançadas, melhorando a qualidade do produto, investindo em *design*, embalagem, produzindo móveis desmontáveis, etc., em sintonia com algumas das tendências observadas no mercado internacional.

No estudo de competitividade da cadeia de madeira e móveis, Coutinho et al. (2002) destacam, entre as tendências mundiais do setor, as grandes transformações sofridas pela cadeia produtiva de madeira e móveis em termos mundiais, como consequência de ganhos de produtividade, provenientes da introdução de novos equipamentos automatizados, da utilização de novas técnicas de gestão e do uso de outras matérias-primas. Salientam que, além do uso de madeiras oriundas de reflorestamento, uma outra tendência verificada, tanto no Brasil como internacionalmente, é o uso crescente do *medium-density fiberboard* (MDF). Segundo Gorini (1998:25), a “dinâmica da modernização tecnológica da indústria de móveis origina-se em parte das inovações de produto, através da utilização de novos materiais, como, também, do aprimoramento do *design*”.

Para o autor, as transformações recentes influenciaram o mercado consumidor, provocando uma massificação no consumo, especialmente no

segmento de móveis lineares retilíneos (fabricados com uso de MDF). Nestes segmentos, em países desenvolvidos, o ciclo de reposição sofreu grande redução, aumentando o dinamismo da indústria. A utilização do MDF vem aumentando no Brasil. A utilização desta matéria-prima exige investimentos prévios em equipamentos e mudanças na estrutura produtiva, eliminando-se algumas etapas existentes no sistema tradicional de produção. Os investimentos em design vêm afetando, de maneira significativa, a estrutura produtiva, com impacto na redução de certos insumos, de partes e peças existentes e no tempo de fabricação. Como salientado por Gorini, (1998:31), o “design é mais do que um avanço na estética, pois significa, também, o aumento na eficiência global da fabricação do produto”.

A indústria brasileira de móveis vem demonstrando uma grande capacidade de adaptação e ampliando sua participação no mercado internacional. Persistem, no entanto, vários fatores limitantes. Para Gorini, entre os principais empecilhos, capazes de comprometer o desempenho do setor a longo prazo, situam-se: grande verticalização da produção industrial, que tem sua origem na estrutura brasileira de tributação em cascata, carência de fornecedores especializados em partes e componentes, incipiente normatização técnica, elevada informalidade, baixos investimentos em design e em pesquisa de mercado. Salienta o autor que a realidade brasileira vem mudando lentamente, mas ainda contrasta com o padrão internacional, sobretudo no que diz respeito à incipiente difusão de tecnologias de ponta e à grande verticalização da produção. A isto soma-se a elevada informalidade do setor, agravada pelo fato das barreiras à entrada serem fracas.

O setor apresenta uma grande heterogeneidade no seu interior, como pode ser observado pelos dados da Tabela 15. No caso dos móveis de madeira, existem, basicamente, dois tipos: o torneado (com detalhes de acabamento, combinando formas retas e curvilíneas) e o retilíneo (lisos, sem detalhe

sofisticado, desenho simples de linhas retas). Em cada um deles existe a produção por encomenda e a produção seriada.

TABELA 15 Principais características do segmento de móveis de madeira para residência.

Tipo de produção	Matéria-prima dominante	Porte das empresas	Principal mercado consumidor	Grau de tecnologia	Tendências
Torneado seriado	Madeira de reflorestamento, especialmente serrado de pinus	Médias e grandes	e Exportação	alto	Ampliação do mercado nacional e internacional
Torneado sob encomenda	Madeira de lei, especial serrado de folhosas	Micro e pequenas	e Mercado nacional, em especial classes médias e alta	Baixo, quase artesanal	Retração, devido a pressões ambientais
Retilíneo seriado	Aglomerados	Médias e grandes	e Mercado nacional, em especial classes média e baixa	alto	Incremento gradual, com barateamento no preço de matérias-primas, móveis modulados e desmontáveis
Retilíneo sob encomenda	Compensados e aglomerados	Micro e pequenas	e Mercado nacional, em especial para classes média e baixa	médio	Incremento gradual

Fonte: elaborado a partir de dados do Estudo da Competitividade (Coutinho, 2002) e Gorini (1998).

Segundo Coutinho et al. (2002) a indústria de móveis no Brasil teve seu início em três pólos: o primeiro deles, no estado de São Paulo, na década de 1950; o segundo Rio Grande do Sul, na década de 1960; o terceiro, em Santa Catarina, na década de 1970. Mais recentemente, outros surgiram, a exemplo de Ubá, em Minas Gerais que, a partir da década de 1990, vem se consolidando como um importante centro de produção de móveis. O mercado interno é

suprido, basicamente, pela produção doméstica, tendo as importações uma participação modesta, embora crescente. Os principais centros consumidores localizam-se nas regiões sul e sudeste, em particular São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Curitiba, além de Brasília.

O setor é intensivo em trabalho e possui participação reduzida no produto industrial dos países produtores, exercendo pequeno impacto no PIB, mas, apresentando grande capacidade de geração de empregos. Existem, no Brasil, 16.112 estabelecimentos de fabricação de móveis, empregando 189.372 pessoas (RAIS/MTE, 2003). O setor é caracterizado pela presença dominante de micro e pequenas empresas, responsáveis por aproximadamente 90% dos estabelecimentos existentes. Segundo o IBGE, a indústria de madeira e mobiliário foi responsável, no ano 2000, por 0,73% do PIB da indústria de transformação do país e por 6,8% do total do pessoal ocupação por esta indústria. Existem, em Minas Gerais, 4.206 estabelecimentos, com 20.890 empregados.

O setor moveleiro é considerado tradicional, com tecnologia de produção consolidada e difundida, no qual as mudanças no processo de produção são incrementais. O relatório do Forum de Competitividade da Cadeia (Brasil - Ministério do Desenvolvimento, 2000:13) salienta que, neste setor, não ocorrem alterações bruscas, capazes de afetar, de maneira radical, a posição relativa dos vários países no mercado internacional. As alterações são de natureza incremental. Salienta, no entanto, que o setor moveleiro no Brasil possui um potencial ainda inexplorado, que poderá ter impacto positivo na competitividade das exportações brasileiras. Pode-se afirmar que o setor é estratégico para a economia nacional, devido à sua capacidade de geração de empregos e à possibilidade de geração de divisas.

A produção de móveis no Brasil concentra-se, atualmente, nas regiões sudeste e sul, com destaque para São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná, Santa

Catarina e Minas Gerais. Quase a metade das empresas localiza-se em São Paulo, responsável por 40% do faturamento do setor. Destacam-se, aí, as aglomerações produtivas da Grande São Paulo, de Mirassol e Votuporanga. No sul, os pólos de Bento Gonçalves, Flores da Cunha e Bento do Sul; em Minas, o pólo óde Ubá. Ubá localiza-se no sudoeste de Minas Gerais, na macrorregião da Zona da Mata. Esta região – que já foi próspera - vem perdendo, nas últimas décadas, seu dinamismo econômico, estando inserida, atualmente, no conjunto das regiões deprimidas no estado. O desempenho do pólo moveleiro destoa do contexto regional da Zona da Mata, apresentando um grande dinamismo. Enquanto no período 1992/2000, a taxa de crescimento do PIB total da Zona da Mata foi de 3,35% (e a média do estado de Minas Gerais foi de 3,65%), no município de Ubá esta foi de 5,69%, segundo Fundação João Pinheiro (2005). Nove são os municípios que integram o chamado Pólo Moveleiro de Ubá: Ubá, o mais importante deles, onde nasceu a indústria de móveis, seguido por Guidoal, Rodeiro, Rio Pomba, Rio Branco, São Geraldo, Tocantins, Piraúba e Guiricena. Este pólo vem sendo alvo de alguns estudos (Fundação João Pinheiro, 2004; Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais, 2002; Crocco, 2001; 2004; Quaso, 2000).

O município de Ubá possui uma população de 88.969 habitantes, incluindo uma população ocupada de 21.544 pessoas, das quais mais de 7 mil pessoas trabalham no setor moveleiro, o que representa cerca de 33% do total. O PIB per capita, em 2002, de R\$4.583,42, é inferior à média do estado (R\$6.368,72). No entanto, no período 1991/2000, apresentou uma taxa de crescimento superior à estadual: 51,86% contra 42,87%, segundo dados constantes no Atlas do Desenvolvimento Humano (Fundação João Pinheiro, 2003). Seu IDH 2000 - 0,77 – é similar ao índice estadual, embora a taxa de crescimento da população, no municipal, na última década, tenha sido bem superior à do estado, o que, certamente, exerceu, no período analisado, um

impacto negativo sobre alguns dos componentes deste índice. No período 1991/2000, a taxa de crescimento da população em Ubá foi de 2,77%, enquanto que a mineira foi de 1,43%. Com a economia em expansão, Ubá tem sido um pólo de atração de mão-de-obra.

Ubá e adjacências constituem uma das referências no estado de Minas, em termos de concentração industrial. No mapeamento das aglomerações produtivas de Minas, elaborado pelo Cedeplar/UFMG, em parceria com o Sebrae e o IEL/FIEMG (Crocco, 2004), pode-se constatar a importância do pólo moveleiro. Segundo este estudo, o índice de concentração (IC)⁵ da aglomeração produtiva de móveis de Ubá, de 8,68, é dos mais altos encontrados no estado, demonstrando a forte especialização da economia local. A região especializou-se na produção de vários tipos de móveis, de madeira e de aço, incluindo dormitórios, salas e estantes, com o uso de compensado e aglomerado, associados à madeira de lei.

O pólo moveleiro vem conseguindo uma projeção nacional. A Portaria Interministerial número 200, de 02/08/2004, assinada, conjuntamente, pelos Ministérios do Desenvolvimento, Planejamento, Ciência e Tecnologia e Integração Nacional, atesta que o arranjo produtivo local está certificado para receber apoio do Governo Federal para a execução das ações necessárias ao

⁵ $IC = \alpha QL_n + \beta HHm_n + \varphi PR$ Tal índice procura captar: (1) a especificidade de um dado setor em uma determinada região; (2) o seu peso em relação à estrutura industrial da região; (3) a importância do setor nacionalmente; (4) a escala absoluta da estrutura industrial local. O índice médio dos municípios de Minas Gerais equivale ao $IC = 1$. Todo valor, acima deste patamar, indica que a região possui uma concentração setorial maior do que a média observada nos municípios mineiros, considerando-se todos os setores industriais. Segundo dados do estudo, Minas Gerais possui 322 aglomerações produtivas com $IC > 1$ mas apenas 92 que registram um número superior à 20 empresas do mesmo setor e um total de pessoal ocupado superior a 300. No caso de Ubá seu IC é de 8,65 e o seu QL é de 8,97.

crescimento de toda a região. Tal gesto é simbólico, pois atesta a importância do pólo para iniciativas estratégicas de desenvolvimento territorial, tanto em âmbito estadual como, também, nacional.

A aglomeração produtiva destaca-se, no cenário nacional, não só como o terceiro maior centro produtor de móveis do país, como também pelo expressivo número de empresas e pela capacidade de geração de empregos. Segundo dados do Censo Empresarial, elaborado pelo Intersind, em 2002, existem, na região, 310 empresas, das quais, 65% são microempresas. Aí se incluem 53 unidades produtivas informais, constituídas por pequenas marcenarias, que empregam, em média, 4 pessoas cada. A maioria das empresas encontra-se localizada no município de Ubá. O parque industrial de Ubá encontra-se relativamente estruturado, em que pese a presença de algumas empresas informais. O estudo realizado pelo Cedeplar (2004), a partir de dados do Censo Demográfico do IBGE, identificou que apenas 13% da população ocupada de Ubá trabalha sem carteira assinada (contra um índice de 22% registrado pelo setor de móveis em Belo Horizonte). Na região, o total de trabalhadores por conta própria é bastante reduzido: 2,99%, contra 32,29% existentes em Belo Horizonte.

A atividade moveleira de Ubá é responsável por 55% da arrecadação municipal. O município tem funcionado como um pólo de desenvolvimento microrregional, exercendo uma influência positiva sobre seu entorno. Os municípios limítrofes vêm se beneficiando da infra-estrutura de Ubá, que conta com a presença de três faculdades, de entidades estaduais e federais diversas, além do sindicato de empresas moveleiras. Nos demais municípios circunvizinhos, também integrantes do pólo moveleiro, o percentual de arrecadação municipal derivado da atividade moveleira situa-se entre 40% a 60%, a exceção de Rodeiro, onde atinge o patamar de 92%, segundo dados da Fundação João Pinheiro (2005).

Rodeiro, desmembrado de Ubá em 1962, localiza-se a pouco mais de cinco quilômetros de distância. Possui 5.375 habitantes e uma população ocupada de 1.684 pessoas (IBGE, Censo demográfico, dados 2002). Do total, 710 pessoas trabalham, diretamente, em empresas do setor moveleiro, o que equivale a 42%. Possui uma renda per capita de R\$ 208,24 e um IDH de 0,74, ambos inferiores à média estadual. No entanto, no período 1991/2000, a taxa de crescimento de sua renda per capita foi de 123,95%, contra 42,87 % no estado, enquanto que o IDH municipal cresceu 16,22, contra 10,90 no estado. Neste mesmo período, sua população cresceu 4,08%, enquanto que a população do estado de Minas ampliou 1,43%. O rápido crescimento do município deve-se ao aparecimento, sobretudo a partir da década de 1990, de empresas moveleiras. Algumas delas se transferiram de Ubá, em busca de melhores condições para instalação. Das empresas hoje presentes em Rodeiro, apenas uma surgiu na data da década de 1980. As demais se instalaram a partir de 1992. Com o desenvolvimento da indústria moveleira, Rodeiro vem alterando radicalmente sua base produtiva original, essencialmente agrícola, para industrial. Segundo dados da Fundação João Pinheiro, a participação do setor agropecuário no PIB de Rodeiro foi de 7,18% em 2002, enquanto que o setor industrial chegou a 59,90%.

1.2 O desenvolvimento da aglomeração produtiva da região de Ubá

Há um século, o café representava a mais importante atividade produtiva da Zona da Mata. Os antigos barões do café, com suas redes e vinculações nacionais e internacionais e, posteriormente, os pequenos plantadores de fumo que se instalaram na região de Ubá, foram sendo, aos poucos, substituídos pelos pequenos marceneiros que, com esforço, obstinação, trabalho e capacidade empreendedora, vêm forjando novas redes comerciais, entremeadas com redes pessoais, transformando, gradativamente, o ambiente local e criando uma nova

dinâmica social e produtiva. Como atestado pelo Diagnóstico do Pólo Moveleiro de Ubá e Região (FIEMG, 2002), “a economia de Ubá e seu entorno detém seus ciclos de desenvolvimento baseados no desempenho da indústria moveleira local” (2002: 5).

Segundo relatos locais, “o móvel ubaense era para a classe média baixa e pobre. Não apresentava muito diferencial e os empresários ubaenses eram considerados como espões porque copiavam uns dos outros e também eram ex peões de fábricas” (relatório Sebrae/Intersind). Estes antigos “peões” estão se transformando nas novas lideranças locais, representando os agentes ativos da transformação territorial. Para Rodrigues (Rodrigues, citado por Sebrae, 2004:21), “o crescimento econômico de Ubá se fez com o trabalho e o esforço de empreendedores locais que atuaram à margem das lideranças tradicionais. Os grandes heróis locais agora são imigrantes, seus filhos e pessoas vindas de uma situação econômica precária para se tornarem grandes empresários.”

Parte substancial dos empresários do setor moveleiro é formada por descendentes de imigrantes europeus. Suas conexões com a pátria de origem de seus ancestrais, já se perderam no tempo. O empresário típico de pólo moveleiro foi, por muito tempo, um empreendedor local, com poucas conexões com o mundo localizado além de sua região de origem. Suas redes de vinculação com o mundo exterior mal ultrapassavam as fronteiras estaduais. Com o esgotamento do ciclo de café, a região havia perdido parte de suas conexões com alguns centros mais dinâmicos do país. As primeiras unidades produtoras de móveis na região encontravam-se, inicialmente, isoladas e sem conexão com os principais centros consumidores e produtores de móveis. A região foi, ao longo de várias décadas, forjando uma competência na área de produção de móveis, vinculada, inicialmente, a móveis de baixa qualidade, voltados para segmentos populares e menos exigentes de mercado, de mais fácil acesso. Essa realidade foi se alterando, gradativamente.

Embora não haja registro, na história da ocupação territorial, da presença, nas antigas fazendas cafeeiras, de carpinteiros e marceneiros, é provável que a tendência à auto-suficiência das grandes propriedades rurais, à época, exigiu a presença desta mão-de-obra especializada. Existem registros de artesãos de madeira, entre os migrantes italianos, que vieram para o Brasil, no início do século XX. Muitos deles foram trabalhar nas fazendas da região de Ubá (Rodrigues, citado por Sebrae, 2004). A própria origem do nome Rodeiro – elevado a distrito de Ubá em 1911 – reforça esta proposição. O atual município de Rodeiro teria herdado seu nome de um conhecido fabricante de rodas para carro de bois, Manoel Lino Rodeiro.

As origens da aglomeração produtiva de móveis remontam ao início do século XX. O pólo moveleiro começou com pequenas marcenarias, que tiveram a iniciativa de fabricar alguns móveis residenciais. Destacam-se, aí, alguns nomes. Eduardo Marcato, em 1917, montou uma marcenaria, para fazer esquadrias e móveis sob encomenda. Luiz Fiesten, em 1927, montou uma loja e uma marcenaria. Paulinho Trevizano, em 1935, montou sua marcenaria, onde fabricava malas e móveis sob encomendas. Em 1946, João Rosignoli instalou sua marcenaria, onde, além de fabricar móveis, dedicou-se à atividade de ferrar e colocar eixo em carros de boi. Em 1947, os irmãos Teixeira Pinto começaram a fabricar vassouras. Nesta mesma época, Hemetério Martins Carneiro contratou vários marceneiros, para ajudá-lo na produção de esquadrias, entre eles encontrava-se Raimundo Carneiro (pai de João Batista Flores e Generoso, associados, posteriormente, ao Grupo Apólo). Em 1951, Hemetério Martins Carneiro vendeu sua oficina para Aristótelis Alves de Souza. Às empresas fabricantes de móveis foram se associando, também, lojas especializadas. Sebastião Samor montou uma loja e uma fábrica de sofás. Granato, que fabricava móveis de luxo por encomenda, fechou sua fábrica e abriu, em 1957, uma loja de móveis.

Na história local destaca-se, em particular, o papel da família Parma. Francisco Parma realizou a iniciação de sua família no ramo de móveis quando deslocou-se da atividade produtiva rural para a urbana. Trocou uma carroça e um cavalo por três máquinas e entregou-as aos filhos, Luiz e José Francisco Parma, que começaram a fabricação de móveis. José Francisco Parma contratou dois vendedores, Armando e Figueiredo, que saíram em campo e venderam o primeiro lote para os Irmãos Assad, em Rio Pomba. Walter Assad é, hoje, sócio de Humberto Bressan, na empresa Mademóveis. Ainda hoje, as empresas da região recorrem, sistematicamente, a vendedores e representantes comerciais, para a venda e distribuição de seus produtos, com as vantagens e inconvenientes daí provenientes.

Se, por um lado, pode existir, com a terceirização da atividade de comercialização, redução nos custos de transação, por outro, a presença do intermediário tende a reduzir ou inibir o contato direto das empresas com o mercado, além de torná-las, eventualmente, muito dependentes do esforço comercial desse profissional. O representante foi, e continua sendo, o principal elo de união e de comunicação entre o fabricante e o cliente. O representante era, no início da história do pólo, um amigo ou conhecido de família, que saía para vender os móveis em lojas de pessoas conhecidas ou para conhecidos de conhecidos, localizados na própria região. À medida que as empresas locais foram, pouco a pouco, estendendo e ampliando suas redes de conexão e contato com mercados mais distantes, os representantes locais foram também ampliando suas áreas de abrangência e atuação. Durante a década de 1990, ampla maioria dos representantes era originária da própria região. Mercados mais distantes eram atendidos por representantes regionais, que deslocavam-se de suas bases para visitar outros estados. Ainda hoje, alguns empresários ainda preferem recorrer a representantes da própria região para atuar também em mercados mais distantes. O fator fundamental da escolha é, na visão destes empresários, a

possibilidade de poder confiar mais em pessoas conhecidas ou em conhecidos de conhecidos.

Tem ocorrido, mais recentemente, uma procura maior por representantes localizados fora do pólo moveleiro. Na escolha entre um representante regional, situado perto da fábrica – capaz de conhecer melhor todo o processo produtivo e de interagir, a todo momento, com o fabricante – ou um representante externo, situado perto do mercado – capaz, teoricamente, de interagir, mais intimamente, com o cliente – o segundo tem se destacado. Estima-se que existam hoje cerca de 500 representantes – fora e dentro da região, Os representantes locais vêm, gradativamente, sendo substituídos por representantes externos, situados em outras regiões e estados. Estima-se que estes representem, atualmente, no mínimo, 50% do total. As empresas de representação foram, com o tempo, substituindo os vendedores autônomos, hoje praticamente inexistentes. Algumas empresas de maior porte estão investindo na criação de departamentos comerciais ou na contratação de supervisores de venda, responsáveis pelo acompanhamento dos representantes e pelo acompanhamento do relacionamento com os clientes. Não existe uma formação específica para este tipo de profissional. A maioria dos novos representantes é derivada, seja de família de representantes ou, então, de empresas de representação, onde trabalhavam como prepostos. Uma empresa de representação mantém, em média, 2 a 6 funcionários. Raramente um representante trabalha, em regime de exclusividade, para um único produtor.

A capacidade empreendedora da família Parma teve grande repercussão na evolução do pólo moveleiro. Aí surgiu, por iniciativa de José Francisco Parma, a primeira fábrica voltada para a produção em série, especializada em armários, guarda-roupas, sofás e esquadrias. A madeira utilizada inicialmente na fabricação de alguns móveis, era extraída dos caixotes que vinham embalando mercadorias para o Armazém Santo Antônio. Os móveis de tábuas de

engradado, transportados em carroça de entrega, são emblemáticos. A capacidade de associar, de maneira criativa e inovadora na região, diferentes recursos produtivos aí presentes, é simbólica da capacidade empreendedora local. José Francisco Parma vinculou-se, posteriormente, a Agostinho Sales Amato e a Louro Parma, surgindo, desta união, a empresas J. Parma e Cia. Edgar e Edvar Cruz uniram-se a Luizinho Parma e fundaram a firma Parma e Cruz seguida, pela empresa de Maurício Singulane.

José Francisco Parma estimulou seus amigos e parentes a fabricarem móveis. Associou-se a Agostinho Sales Amato e a Louro Parma. Desta união surgiu a empresa J. Parma & Cia. Também entrou em sociedade com Vivaldino Teixeira Soares e José Durso, criando, a partir daí, a Indústria de Móveis Parma & Soares. Luizinho Parma deixou a empresa Parma & Cruz e comprou a parte de Vivaldino, na Parma & Soares. Convidou, então, Joanito como sócio, transformando a firma Parma & Soares em Parma & Serrano. Edgar e Edvar Cruz fundaram a firma Irmãos Cruz. Na empresa Coparma atuavam em sociedade Maurício Singulane, Neném, Vicente Parma e José Parma.

A Parma foi das primeiras empresas a construir redes mais amplas e extensas de conexão, unindo a região com centros mais dinâmicos de produção e consumo. A abertura de canais de comercialização e de comunicação de Ubá com outras regiões e estados foi facilitada por algumas iniciativas inovadoras. Francisco Parma implantou, no início da década de 1960, uma nova estratégia de distribuição de produtos, à sua época uma novidade, inclusive, em âmbito nacional: passou a realizar, diretamente, o transporte de suas mercadorias. Tal fato, em uma época que o país encontrava-se precariamente integrado, com um eixo rodoviário composto, em grande parte, por estradas não pavimentadas e mal sinalizadas, teve grandes repercussões. O sistema terceirizado de entrega comprometia seriamente os prazos e as condições de entrega dos móveis em alguns mercados e o acesso a mercados mais distantes.

Com a aquisição de uma frota própria, a Parma pôde abrir e explorar novas rotas comerciais. Os caminhões da empresa passaram a cruzar estradas interestaduais, levando não só o nome da empresa, mas também uma referência ao local de origem - Ubá. Os novos territórios, então desbravados, foram, aos poucos, sendo ocupados, também, por outras empresas locais, com diferentes tipos de produtos. A iniciativa de adoção de um sistema de transporte próprio acabou difundindo-se para outras empresas da região. Atualmente, um número significativo de fabricantes mantém frota própria. O problema, hoje, se inverte. Os altos custos de deslocamento de caminhões – próprios ou de terceiros – apenas parcialmente ocupados têm se constituído, atualmente, em uma restrição.

O Grupo Parma chegou a ter quatro unidades fabris. Quando a empresa Domani, que empregava em torno de 1.200 pessoas, encerrou suas atividades, na década de 1970, vários de seus empregados decidiram abrir suas próprias empresas. A ampliação no número de empresas no local pode ser observada, inclusive, nos dados dos censos econômicos (IBGE, 1970, 1980). Em 1970, estavam registradas 25 empresas formais, enquanto que, em 1980, foram identificadas 72 (Crocco, 2001). A família Parma e as empresas daí geradas foram as grandes responsáveis pela evolução do pólo moveleiro. O grupo transformou-se, também, em um “celeiro” de gestação de novas empresas. Ao longo de suas histórias, dezenas de antigos empregados vieram a tornar-se empresários do ramo, lançando mão de habilidades e relacionamento pessoais e comerciais aí adquiridos. Estes novos empresários também geraram, nas suas empresas, novas oportunidades, pois alguns de seus empregados também se tornaram, posteriormente, donos de empresas. Mas, este fenômeno não se limita, apenas, à Parma.

A inovação associada à passagem da produção por encomenda, em pequena escala, para um sistema de produção em série, em maior escala, gerou uma grande transformação na região. Novas empresas surgiram. A segunda

fábrica a produzir em série foi a de Edgar e Edvar Cruz, que associaram-se a Luiz Parma, criando a empresa Parma & Cruz. A terceira foi de propriedade de Maurício Singulane. Nesta mesma época, os irmãos José e Walter Trevizano decidiram suspender a fabricação de móveis por encomenda, passando a fabricar, com grande sucesso, móveis *chipandeli*. Estes exemplos estimularam outros empreendedores. Novas vinculações foram se formando, conectando empresas locais com diferentes fornecedores, novos clientes e mercados e forjando uma nova rede de relacionamentos locais.

Segundo relatos locais, Otoci Vilela Eiras adquiriu, em 1962, durante uma viagem ao Rio de Janeiro, um armário de aço. Curioso e interessado na possibilidade de utilização de aço na fabricação de móveis, comprou, na empresa de Auto Refrigeração, de propriedade de Sebastião Barreto e José Campos, um armário de aço, da Fiel, então um dos dois produtores nacionais. Desmontou-o, tornou a soldá-lo e decidiu produzi-lo. Nasceu, a partir daí, a primeira fábrica de móveis de aço de Ubá. Esta inovação regional desencadeou um novo ciclo de negócios na região. Em 1964, Carlos Costa Coelho vendeu sua empresa, a Lincoln Rodrigues Costa que, na época, fabricava macarrão. Nasceu, a partir daí, a Itatiaia Móveis de Aço S.A., hoje a maior empresa da região, com seus 850 empregados e a maior empresa nacional de móveis de aço, inserida no ranking das empresas de maior faturamento, publicado pela Gazeta Mercantil. No início da década de 1960, a empresa Itatiaia produzia um único armário de aço por dia, utilizando-se de um processo manual e artesanal de trabalho. Existiam, na época, duas grandes fábricas de produção em série no país, ambas localizadas em São Paulo: a Securit e a Fiel. As inovações introduzidas pela Itatiaia, na concepção do produto, no processo de produção e na tecnologia utilizada, permitiram a ela, em aproximadamente uma década, mudar para um processo de produção seriada, superando os dois maiores fabricantes nacionais. A empresa, que se especializou em armários de aço para cozinha, possui,

atualmente, capacidade de produção de 5.000 peças/dia. É considerada, hoje em dia, a maior empresa brasileira no ramo.

Ao longo de seu processo de transformação, a Itatiaia foi forjando uma rede de relações comerciais sólidas, envolvendo fornecedores, representantes e clientes em vários pontos do país e se transformando, ao lado do Grupo Parma, em um dos maiores “celeiros” de criação de novos empreendedores da região. A Itatiaia viabilizou não apenas o surgimento de fornecedoras ou prestadoras de serviços no pólo, como também o aparecimento de dezenas de novas empresas moveleiras. Ao longo de sua história, inúmeros empregados da empresa, utilizando-se dos conhecimentos, habilidades e relacionamentos aí obtidos, abriram seus próprios negócios. Outras empresas também surgiram, por observação e imitação, usufruindo, algumas vezes, das redes e conexões forjadas pela própria Itatiaia e usufruindo e compartilhando de representantes que já prestavam serviços para a empresa.

A tendência à criação, no interior de uma mesma família, de mais de uma empresa de móveis, cada uma delas especializada na produção de um determinado tipo de produto é, também, uma das características do pólo. A Itatiaia mantinha, junto com sua linha tradicional de armários de aço, uma linha alternativa, formada por móveis de madeira. Com a incorporação do MDF, a Itatiaia decidiu separar a produção de móveis de madeira de sua linha tradicional e assim surgiu a empresa Fakta. Marcelo, atual presidente da Fakta, é neto do idealizador da Itatiaia, Lincoln Rodrigues e superintendente da Itatiaia. Os vínculos interconectados, unindo membros de uma mesma família a distintas empresas moveleiras, é, também, uma das características do pólo.

No final da década de 1960, João Batista Flores convidou, para sócio, seu amigo Clóvis Serrano de Oliveira. Surgiu, a partir daí, a Indústria de Móveis Apólo, em homenagem à nave espacial americana, que pousou na lua em 1969. Generoso Carneiro Neto, juntamente com seu pai, Raimundo Carneiro, comprou

a parte de Clóvis Serrano de Oliveira. O grupo possui, hoje, várias empresas associadas.

Em meados de 1960, as empresas moveleiras realizaram a sua primeira exposição no Clube Tabajaras, em Ubá. Entre os expositores encontrava-se a empresa Apólo, que lançou, na ocasião, uma novidade mercadológica: o guarda-roupa dúplex, que se transformou, em pouco tempo, em um dos carros-chefes da empresa, obtendo grande sucesso comercial. Esta inovação difundiu-se por toda a região. Hoje em dia, todo fabricante de guarda roupa utiliza o padrão dúplex. A capacidade de inovação da empresa Apólo permitiu a ela não só incrementar as vendas, como também abrir novas frentes de mercado e construir novas redes comerciais. Ubá foi se tornando conhecida como um centro de produção de móveis seriados. Seus móveis foram, por muito tempo, considerados de baixa qualidade. Alguns fatores concorriam para isso: a natureza do material utilizado, o padrão de acabamento adotado, a falta de padronização no produto e ausência de preocupação com o *design*. A introdução de novas tecnologias, associadas ao uso de matérias-primas mais avançadas, vem permitindo superar alguns destes problemas.

As principais inovações na área tecnológica surgiram a partir de meados da década de 1990 e vêm permitindo agilizar o processo produtivo, aumentar o volume de produção e garantir padronização dos produtos, com impacto na qualidade do móvel. Destaca-se aí a tecnologia voltada para a área de chapas, que provocou grandes alterações no processo produtivo, com impacto na qualidade do produto. Foi possível, por exemplo, a substituição dos processos tradicionais de prensagem e de colagem da madeira pelo processo de impressão. A introdução de sistemas de pintura ultravioleta também se constitui um outro exemplo de inovação. Em meados da década de 1990, a Itatiaia era a única empresa que utilizava tal processo. As demais empresas, de menor porte, não vislumbravam, muito facilmente, seus benefícios e vantagens, até que surgiu a

empresa Bom Pastor. Criada na região em 1996, esta era uma pequena empresa fabricante de dormitórios e, hoje, menos de uma década depois, é das maiores empresas do pólo. Resolveu introduzir essa novidade no seu processo de produção. Essa tecnologia elimina o gargalo da pintura - comum nos processos tradicionais; permite otimização de *lay-out*, com redução do espaço físico de produção e estoque; garante maior padronização dos produtos e melhor acabamento. Tal iniciativa gerou excelentes resultados para a empresa e demonstrou, para outras empresas moveleiras, as possibilidades e vantagens do processo. Ubá, atualmente, menos de uma década depois, possui empresa fabricante de sistemas de pintura ultravioleta.

Nos últimos anos, as empresas locais vêm passando por um intenso processo de reestruturação, com renovação de equipamento e substituição – total ou parcial - da madeira maciça e do laminado pelo MDF. Também vêm investindo em *design*. Os móveis estão adquirindo uma melhor qualidade, passando a competir em novos mercados, com produtores tradicionais, do sul do país. Algumas empresas estão buscando profissionais de *design*, para desenvolver linhas próprias de produtos, abandonando a tradição de cópia. A preocupação com o *design* tem sido incentivada por algumas iniciativas de natureza institucional, incluindo a realização de “oficinas” de *design*, promovidas, a partir de 2002, pelo Sindicato, Sebrae e Senai, uma premiação na área, instituída em 2003. Em 2004, foi implementado um projeto designado “Coleção Ubá Móveis”, que associou o trabalho de um antropólogo – que pesquisou e explorou a história da região – a um grupo de *designers*. Tal projeto beneficiou, inicialmente, 11 empresas.

O MDF vem sendo introduzido no pólo a partir de meados da década passada. O material era, originalmente, importado. Como salientado por Coutinho (2002), a introdução do MDF foi uma das grandes inovações introduzidas na cadeia moveleira, em âmbito internacional, na última década.

Atualmente, ampla maioria das empresas do pólo utiliza este material e existe, na região, representantes de empresa produtora. Mesmo empresas que mantêm, ainda hoje, uma linha de produção baseada em madeira maciça, criaram, paralelamente, uma linha alternativa, com MDF ou passaram a utilizá-lo combinado com outros materiais. A substituição, total ou parcial, pelas empresas do pólo de Ubá, de materiais tradicionais pelo MDF, exigiu uma ampla reformulação dos sistemas de produção. A incorporação deste material foi acompanhada, também, por grandes transformações no tipo de produto fabricado e nos segmentos de mercado de interesse.

A Itatiaia e a Apólo situam-se entre as primeiras empresas do pólo a introduzirem a nova matéria-prima. Os benefícios obtidos pelas primeiras empresas foram observados por outras empresas que, estimuladas por fornecedores, vêm realizando, até os dias de hoje, esta conversão, seja total ou parcial. A penetração maciça do MDF, em tão pouco tempo, no pólo moveleiro, levou às empresas a se preocuparem mais com o fator qualidade e *design*, como mecanismos possíveis de diferenciação de produtos. Tal fato também repercutiu na segmentação do mercado. Enquanto as empresas de maior porte continuam a usar grandes redes para comercialização de seus produtos, a exemplo do Magazine Luiza, outras, menores, começaram a buscar e a valorizar, de maneira crescente, pequenas redes varejistas, compostas por 3 a 5 lojas, em vez de redes maiores, mais diversificadas e populares. Várias empresas estão abandonando a fabricação de produtos-padrão, como, por exemplo, cama e guarda-roupa – para os quais o mercado é mais estável - para a fabricação de produtos mais diferenciados, a exemplo de salas de jantar – com um mercado em expansão.

As instituições locais vêm se associando na promoção do pólo moveleiro. Neste contexto, destaca-se, em particular o papel do sindicato empresarial (Intersind), criado há 15 anos e contando, atualmente, com cerca de 100 empresas associadas. A entidade, em parceria com o Sebrae, está

desempenhando um papel fundamental na estruturação da aglomeração produtiva. O Sebrae iniciou suas atividades em Ubá em 1995, com a instalação de um Balcão de Informação, em conjunto com a Associação Comercial. Uma parceria entre a prefeitura, Sebrae e Intersind viabilizou a criação, em 1997, da Agência de Desenvolvimento de Ubá e Região, que reúne, hoje, 14 organizações parceiras e vem atuando no sentido de sensibilizar e mobilizar entidades e empresários para a implementação de ações coletivas de interesse regional. Foi criado, em 2000, o Fórum de Desenvolvimento Municipal – que conta, hoje, com 25 participantes, entre entidades e empresas - e, em 2003, o Fórum de Desenvolvimento do Pólo Moveleiro, com a participação de empresários e entidades de apoio presentes no local.

O Intersind vem procurando estimular e promover a aproximação entre as empresas e vem organizando, em parceria com o Sebrae e entidades locais, vários grupos empresariais. A associação entre empresas é, ainda, um fenômeno bastante recente e os benefícios provenientes desse tipo de interação empresarial – mais explícita, formal e dotada de propósito - restringe-se a um pequeno conjunto de empresas. Algumas iniciativas frutificam e outras não. Entre as iniciativas de formação de empreendimentos coletivos, destacam-se dois consórcios de exportação - envolvendo, no total, 19 empresas - e uma central de compras, criada em 2004, com 9 empresas fabricantes de sofá. Entre os grupos que estão em fase de formação situam-se uma nova central de compra, um novo consórcio de exportação e uma central de frete. Em setembro de 2005 foi formalizada a criação desta central, envolvendo 67 empresas. Tal iniciativa resgata um sonho antigo de empresários locais e do sindicato, e parece estar se transformando em realidade, após quase um ano de investimentos.

A união entre alguns empresários da região permitiu a transformação de uma feira de conotação local em um evento de repercussão nacional. O Clube Tabajara sediou, no final da década de 1960, a primeira exposição de móveis da

região. O recurso a feiras tem se constituído uma estratégia comercial importante para as empresas. No ano 2000, alguns empresários decidiram se associar e criaram o Movimento Empresarial, integrado, hoje, por 17 empresas. O grupo, lançando mão de recursos próprios, foi responsável pela ampliação do parque local de exposição, originalmente com uma área de 2.000 metros quadrados, para 12.000 metros quadrados. Neste espaço é realizada, anualmente, a feira de móveis, que já conquistou seu lugar no calendário dos eventos nacionais. O espaço das feiras representa, para a maioria dos empresários do pólo, um ponto de interação e contatos, em que novas relações podem ser criadas.

Para os empresários locais, a participação em feiras atende a múltiplos objetivos. Além de viabilizar a realização de negócios, é útil para o lançamento e a promoção de produtos, para observação das novas tendências do mercado, para cópia dos produtos dos concorrentes, para interação com outras empresas produtoras, localizadas fora de território e para prospecção de novos clientes e representantes. Para as empresas, expositoras ou não, as feiras funcionam, muitas vezes, como “espaços” para a criação de novos relacionamentos comerciais, sobretudo para acesso a mercados geograficamente mais distantes. O recurso a feiras tem sido utilizado, também, como uma importante estratégia de acesso ao mercado internacional.

Até muito recentemente, as empresas do pólo não possuíam nenhuma experiência no mercado internacional. Há poucos anos o pólo iniciou seu processo de internacionalização. Aí, uma vez mais, destaca-se o papel dos laços e conexões presentes no local e dos limites das possibilidades de contato disponíveis à comunidade. As primeiras tentativas de exportação do pólo ocorreram no final da década passada e contaram com a ajuda de um fornecedor de MDF, a empresa Eucatex. Esta empresa de grande porte, já atuante no mercado internacional, havia criado uma comercial exportadora, voltada para a exportação de seus produtos agregados ao móvel. As empresas do pólo

moveleiro, que estavam se tornando importantes compradoras de MDF, eram estimuladas e apoiadas no processo de exportação. Os produtores de móveis que então exportaram, pela primeira vez, utilizaram-se de contatos e relacionamentos mantidos por este fornecedor de matéria-prima, no mercado internacional

Para a empresa sem laço ou conexão com o mercado internacional, o processo de inserção é lento, gradual e cheio de oscilações. Antes de se posicionar, de maneira mais firme, neste mercado, com redes de conexões mais sólidas e estáveis, capazes de lhe garantir uma verdadeira inserção, o interesse na exportação, por parte do produtor é, muitas vezes, volátil e passageiro. Pode desvanecer-se ao primeiro sinal de dificuldade, com uma política cambial desfavorável ou pode se desvanecer, também, com uma pequena melhoria nas condições de venda do mercado doméstico.

As empresas começaram a sentir as reais dificuldades de exportação quando decidiram exportar diretamente, ou seja, sem recorrer a *trading* ou a comercial exportadora. A participação da Itatiaia em uma feira internacional, realizada na cidade de Luanda, Angola, no início desta década, foi, inicialmente, frustrante. Seus armários de aço, que já lhe garantiam uma ampla fatia do mercado nacional, não resistiram aos inconvenientes da longa viagem entre Ubá e Luanda e chegaram amassados. A empresa entendeu logo que teria que alterar sua linha de produção, iniciando a fabricação de móveis desmontáveis. Ocorreu, a partir daí, uma onda de transformações: novos produtos tiveram que ser desenvolvidos, novos fornecedores identificados, pois novas peças e acessórios tornaram-se necessários, novos mecanismos de assistência técnica tiveram que ser introduzidos, etc. A empresa exporta, hoje, para vários países, incluindo Angola. Muitas das inovações introduzidas pela Itatiaia foram, posteriormente, copiadas por outros fabricantes locais, com atuação no mercado interno.

As empresas do pólo, com poucas exceções (uma ou duas), decidiram investir em exportação recorrendo ao mecanismo de consórcio, com contratação

de um gerente comercial, cujos serviços são compartilhados pelo grupo. Este gerente levou para o grupo sua experiência prévia de trabalho e sua “carteira” de laços e conexões com entidades e empresas no mercado internacional. Na iniciativa de organização do consórcio destaca-se o esforço das instituições locais, em particular do sindicato e do Sebrae, para reunir as empresas e viabilizar o empreendimento coletivo. As primeiras experiências ocorreram em 2000, quando foi criado o consórcio Movexport. A Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX) foi responsável pela iniciativa. Garantia, na época, a cobertura quase integral de todas as despesas do consórcio, que adquiriu personalidade jurídica. Os primeiros importadores, provenientes do Chile e Uruguai, chegaram ao pólo como convidados da APEX.

No início do processo de internacionalização, houve, por parte das entidades de apoio envolvidas, uma maior preocupação em levar o importador potencial para visitar a região produtora. Com o passar do tempo, foram sendo incentivados os contatos dos fabricantes com importadores participantes de feiras internacionais, realizadas no Brasil e, posteriormente, no exterior. O empresário local vem, pouco a pouco, com a ajuda do gerente do consórcio, realizando a inserção de sua empresa no mercado internacional e tecendo redes mais estáveis de conexão e interfaces com novos clientes.

A estratégia de exportação vem exigindo das empresas muitas mudanças e adaptações, seja na linha de produto, na forma de acondicionamento, no manual de montagem, no sistema de assistência técnica, no sistema de gestão e na natureza de relacionamento com as demais empresas locais. Algumas empresas, concorrentes no mercado doméstico, aprenderam a trabalhar juntas. O consórcio tem se constituído em um fórum interessante de interação e aprendizado, com encontros e reuniões semanais. O efeito demonstração e o sucesso obtido pelo primeiro grupo motivaram o surgimento de um segundo grupo, o *Furniture export*, formado por oito empresas, sendo cinco de Ubá.

Também neste caso, o gerente contratado adicionou ao grupo, além de sua experiência pessoal na área, o seu ativo de relacionamentos nos segmentos e mercados de interesse. Para começar a usufruir dos benefícios de acesso ao mercado internacional, as empresas de Ubá tiveram que percorrer um longo caminho. Não muito distante encontra-se a época em que o empresário local era um marceneiro modesto, inserido em suas redes de vinculação local, convivendo e vendendo seus móveis apenas para seus vizinhos e para os vizinhos de seus vizinhos.

Graças à capacidade empreendedora e à capacidade de inovação, o território está sendo capaz de forjar novas redes e redes mais extensas de vinculação com o mundo exterior. Um novo estoque de capital social vem se acumulando na região.

1.3 Características e condições das empresas e dinâmica territorial

As informações apresentadas a seguir foram obtidas com a ajuda da pesquisa de campo, realizada com uma amostra representativa do universo empresarial de interesse. Foram pesquisadas 64 empresas de Ubá e Rodeiro, o que equivale a 49,6% do número de empresas produtoras de móveis aí presentes, segundo as duas listas de empresas – associadas e não associadas -, fornecidas pelo Sindicato das Empresas Moveleiras de Ubá e Entorno (Intersind). Estas empresas encontram-se vinculadas a 137 sócios e empregam 3.136 empregados. Este total de 3.273 pessoas (somatório de empregados + sócios-proprietários) representa 50,2% do total de mão-de-obra ocupada na indústria de móveis das duas localidades, tomando-se como referência os dados do IBGE, relativos ao ano de 2000. Antes de se iniciar a análise de aspectos relacionais e ao desempenho dessa aglomeração, apresenta-se a caracterização das empresas aí presentes.

1.3.1 As empresas moveleiras

O maior número de empresas localiza-se na faixa de até 9 empregados, ou seja, 29,7% do total. Some-se a isso um percentual de mais 26,6%, perfazendo um total de 56,3%, caracterizando o segmento das microempresas, ou seja, empresas com menos de 19 empregados. As pequenas empresas – entre 20 a 99 empregados - representam 34,4% do total. Neste segmento, como pode ser verificado pelos dados da Tabela 16, o extrato de maior densidade situa-se na faixa de 20 a 49 empregados. As médias empresas - entre 100 a 399 empregados - correspondem a 7,8%. A grande empresa – com mais de 400 empregados – representa pouco mais de 1%.

TABELA 16 Empresas pesquisadas – distribuição do porte baseada em número de empregados

Empregados- faixas	(Número)	(%)
1. Menos de 9	19	29,7
2. 10 a 19	17	26,6
3. 20 a 49	18	28,1
4. 50 a 99	4	6,3
5. 100 a 199	2	3,1
6. 200 a 399	3	4,7
7. Mais de 400	1	1,5
Total	64	100

A maior parcela de empresas foi criada durante a década de 1990, 42,3% do total. Situam-se, em seguida, as empresas que surgiram durante a década de 1980 (20,3%), durante as décadas de 1970 e 1960 (9,4%) e na década atual (28%). Dessa forma, 47% das empresas possuem mais de 10 anos de vida (Tabela 17)

TABELA 17 Idade da empresa

Idade - faixas	(%)
1. Menos de 4 anos	40,6
2. 5 a 9 anos	12,5
3. 10 a 14 anos	12,5
4. 15 a 20 anos	18,8
5. Mais de 21 anos	15,6
Total	100

As empresas produzem, sobretudo, dormitórios (30%), salas de jantar (20%) e estofados (16%). A produção destina-se aos mercados estadual e nacional (citados por, respectivamente, 90,6% do total das empresas pesquisadas). Quase a metade das empresas (54,6%) também atua no mercado regional, enquanto que uma pequena parcela de empresas (7,8%) Direciona Parte Da Produção Também Para O Mercado Internacional (Tabela 18).

TABELA 18 Composição do mercado das empresas

Esferas de atuação no mercado	(No.)*	(% sobre 64 empresas)
LOCAL	35	54,6
ESTADUAL	58	90,6
NACIONAL	58	90,6
INTERNACIONAL	5	7,8

*a questão admite múltiplas respostas

Maioria esmagadora das empresas vende, exclusivamente, via representantes. Existem, em média, 12 representantes por empresa. Este número, no entanto, varia bastante entre as empresas. Segundo dados da pesquisa, 31,2% das empresas possuem menos de 5 representantes; 25% delas possuem entre 6 a 10 representantes. Uma pequena quantidade, 15,6%, possui mais de 21 representantes (Tabela 19). Salienta-se que as empresas não exigem, em geral, exclusividade na representação. Um mesmo representante pode trabalhar, ao mesmo tempo, para várias empresas. A exclusividade é necessária apenas na

linha de produto (um mesmo representante não pode representar dois fabricantes de um mesmo tipo de produto) em face de uma determinada praça de interesse.

TABELA 19 Número de representantes das empresas – faixas de incidência entre as empresas

Faixas	(No.)	(%)
1. Menos de 5	20	31,2
2. 6 a 10	16	25,0
3. 11 a 15	9	14,1
4. 16 a 20	9	14,1
5. Mais de 21	10	15,6
TOTAL	64	100

O grau de confiança existente nas relações das empresas fabricantes com seus representantes é, em geral, maior do que o existente nas relações com os fornecedores. Neste último caso, o grau de confiança aí presente é maior do que o presente nas relações com os clientes.

Pode-se observar, no interior do segmento empresarial, a presença de diferentes tipos de empresas, em termos de desempenho, aferido pela evolução das variáveis emprego, faturamento e produtividade, nos últimos dois anos (2003/2004). Existem, por um lado, as empresas que apresentam aumento no nível de emprego, no faturamento e nas vendas, ou incremento da produtividade. Trata-se do núcleo dinâmico do pólo, onde se incluem, também, as empresas que estão iniciando exportações. Por outro, existem, também, empresas que vêm apresentando um baixo grau de dinamismo. No que diz respeito à variável faturamento, por exemplo, salienta-se que enquanto 48,2% das empresas pesquisadas registraram um crescimento superior a 21% no período observado, 25% delas apresentaram uma taxa inferior a 1%. Aí situam-se as empresas em retração. No que diz respeito à variável produtividade, 68,7% das empresas apresentaram algum ganho no período analisado. Com relação à geração de empregos, 42,2% das empresas apresentaram acréscimo em termos de ampliação

no número de empregados. As demais empresas ou mantiveram estável o número de empregado ou reduziram (Tabela 20).

A nítida diferenciação de desempenho existente no interior do setor empresarial aponta para a existência de diferentes segmentos. Do conjunto total de empresas pesquisadas podem ser extraídos três grupos distintos, definidos em termos de evolução nas taxas de faturamento, nos últimos dois anos (2003/2004): o grupo de empresas que apresenta maiores taxas de crescimento; o grupo que apresenta taxas menores de crescimento, o grupo que não apresenta crescimento ou apresenta, no mesmo período, retração no faturamento. Os dois grupos extremos são os de maior interesse. Ao longo da presente pesquisa haverá, em alguns momentos, uma preocupação em distingui-los e compará-los. Para isso serão criadas duas classes: a primeira, designada por “grupo de empresas em retração”, será integrada por 19 empresas, cujas taxas de variação no faturamento foram negativas ou inferiores a 5%. A segunda, designada por “grupo de empresas em expansão”, será composta por 33 empresas, cujas taxas de crescimento foram superiores a 20%.

TABELA 20 Condições de desempenho das empresas: faixas de alteração das taxas de faturamento, de número de empregados e de produtividade, nos dois últimos anos*

(%)

Variáveis	Retração ou alteração nula	Até 20%	21 a 50%	Acima de 51%	Sem resposta	Total
Empregados	57,8	15,6	17,1	7,8	1,7	100
Faturamento	25,0	26,7	32,3	14,2	1,7	100
Produtividade **	31,3	34,4	21,8	7,8	4,7	100

(*) no caso das empresas criadas após 2003, considerou-se o período de tempo transcorrido após o primeiro ano de atividade

(**) produtividade = número de peças produzidas : número de empregados

1.3.2 O adensamento e a diversificação dos laços

As empresas de Ubá vêm adensando os laços e conexões existentes na localidade e ampliando e diversificando suas conexão com o “resto do mundo”, incluindo o mercado internacional. Os dois processos serão analisados, a seguir.

1.3.2.1 O adensamento dos laços locais

Alguns episódios ou momentos da história do desenvolvimento do pólo moveleiro – como apresentado na seção anterior -, já haviam permitido vislumbrar o processo de desenvolvimento local como um processo de adensamento das interações entre os atores produtivos localizados na comunidade e de ampliação e diversificação das redes dos atores locais com o “resto do mundo”. Tal fenômeno foi também captado na pesquisa amostral. Serão abordados, inicialmente, apenas os laços de abrangência local, ou seja, restritos ao escopo do território caracterizado pela aglomeração produtiva de Ubá.

Como se pode observar na Tabela 7 (matriz geral consolidada de conectividade das empresas em âmbito local), entre as categorias de contato de maior incidência, independente da consideração sobre a frequência de contatos, situam-se “outras empresas moveleiras” (96,8% das empresas moveleiras mantêm algum tipo de contato com pelo menos uma outra empresa moveleira de sua região) e “representantes” (76,4% das empresas). No outro extremo, entre as de menor incidência situam-se “empresas de consultoria (15,6%), “escolas, universidades e centros tecnológicos (10,9%), “grupos comunitários”, “fóruns e grupos gestores” (com, respectivamente, 7,8%). A matriz permite também a observação sobre a intensidade de contatos presentes em cada categoria. Destaca-se aí, por exemplo, que um total de 40 empresas mantêm uma frequência diária ou semanal de contato com outra empresas moveleira, caracterizando a presença de um “vínculo forte” (enquanto que 31 empresas

mantêm vínculos menos intensos de contato, caracterizados como “raro”, constituindo os “laços fracos”).

Pode-se calcular, a partir destes dados, os respectivos indicadores de densidade das conexões entre as empresas de uma mesma região. O grau de conectividade forte empresa-empresa é de 62,5% (enquanto que o grau de conectividade fraco empresa-empresa é de 48,4%). Significa que 62,5% das empresas da aglomeração mantêm vínculos de frequência diária ou semanal com pelo menos uma outra empresa moveleira na região (e que 48,4% delas mantêm vínculos fracos com outras). Inúmeros outros indicadores de conectividade podem ser elaborados, recorrendo-se à fórmula definida e aos dados apresentados na tabela em questão. Os laços fortes imperam na relação das empresas com seus representantes (grau de conectividade forte empresa-representante = 65,6%).

Tal fenômeno pode ser obtido com a utilização do indicador de adensamento da rede, onde se insere a taxa de adensamento das conexões, que trabalha com o conceito de saldo. Tal indicador, calculado para o total das empresas moveleiras, nas suas conexões na categoria com outras empresas moveleiras, apresenta um saldo positivo de +30%. Isso indica que o número de empresas que ampliou os contatos é muito superior ao número de empresas que reduziu os contatos.

Esses indicadores podem ser visualizados na Tabela 21, para o total das empresas da aglomeração, para o grupo de empresas em retração e para o grupo das empresas em expansão. Nota-se que foram registradas alterações positivas na evolução de quase todas as categorias de relacionamentos, incluindo: relações com as entidades empresariais e de apoio presentes na região (+31%), grupos empresariais (+14%), empresas de consultoria (+14%), etc. A presença de saldo positivo indica que, nessas categorias, o conjunto de empresas que ampliou suas

relações é maior que o conjunto de empresas que reduziu suas relações, independente do número de empresas que manteve estáveis suas relações.

Pode-se observar que existe uma única categoria de relacionamento, cujo saldo, no período analisado, foi negativo: trata-se da categoria de conexão das empresas locais com os representantes localizados na região (indicador negativo de -39%). Tal dado sinaliza para um eventual processo de substituição de representantes locais por representantes localizados fora da região e do estado. Analisando-se as diferenciações registradas no interior dos dois subgrupos analisados – empresas em expansão versus empresas em retração – nota-se que existem algumas diferenças no padrão de relacionamento, dentro das categorias “outras empresas moveleiras” e “fornecedores” (nos dois casos, as empresas em expansão apresentam indicadores positivos, enquanto que as empresas em retração, indicadores negativos).

TABELA 21 Taxa geral de adensamento das conexões locais no período 2000/2005 para o total das empresas, para o grupo de empresas em expansão e para o grupo de empresas em retração (saldo)*

(%)

Categorias ou tipos de contatos(*)	Total de empresas (1)	Grupo de empresas em retração (2)	Grupo de empresas em expansão (3)
1. Outras empresas moveleiras	30	-(47)	72
2. Fornecedores	23	-(26)	48
3. Clientes - pessoa física	2	0	6
4. Clientes - lojas e empresas locais	10	0	12
5. Representantes e distribuidores	-(39)	-(63)	-(42)
6. Empresa de consultoria	14	0	24
7. Agências bancárias	0	0	0
8. Entidades empresariais e de apoio (Sindicato, Sebrae, Senai, etc.)	31	5	51
9. Escolas, universidade centros tecnológicos e de pesquisa	6	0	9
10. Consórcio, cooperativas, centrais, etc.	14	10	21
11. Fóruns e grupos gestores	4	0	10

Continua...

TABELA 21 Continuação.

Categorias ou tipos de contatos(*)	Total de empresas	Grupo de empresas em retração	Grupo de empresas em expansão
	(1)	(2)	(3)
12. Prefeitura e órgãos municipais	2	0	3
13. Grupos comunitários diversos	0	0	0

* os saldos são calculados para um total de, respectivamente, 64 empresas (coluna 1), 19 empresas (coluna 2) e 33 empresas (coluna 3)

1.3.2.2 A ampliação dos laços com o resto do mundo

O perfil atual das vinculações das empresas da aglomeração produtiva de Ubá, no âmbito estadual, nacional e internacional, pode ser verificado na matriz consolidada de conectividade. Como pode ser observado, pelos dados da Tabela 9, existem, em âmbito nacional, sete diferentes categorias de contato. As mais importantes delas – por serem mantidas por um maior número de empresas moveleiras – são “lojas e empresas clientes” (90,1% das empresas de Ubá mantêm vínculos com clientes localizados em outros estados), “representantes e distribuidores” (82,8% com representantes situados em outros estados). Analisando-se, por exemplo, a frequência de relacionamentos no interior destas duas categorias, destaca-se que, no caso das “lojas e empresas clientes” o grau de conectividade forte empresa-cliente (de 20,3%) é bem inferior ao grau de conectividade forte empresa-representante (60,9%). Tal fato merece dois tipos de considerações. Em primeiro lugar, indica que as empresas moveleiras de Ubá mantêm um contato muito mais próximo e intenso com os representantes do que com os clientes. Os representantes funcionam, muitas vezes, como intermediadores das relações entre as empresas fabricantes e o mercado. Em segundo lugar, a presença de vínculos fortes vinculando empresas moveleiras de Ubá com representantes localizados em outros estados, contraria proposições sobre a necessidade de proximidade física para caracterizar um laço forte. Como já afirmado anteriormente (Proposição número quatro), além da proximidade

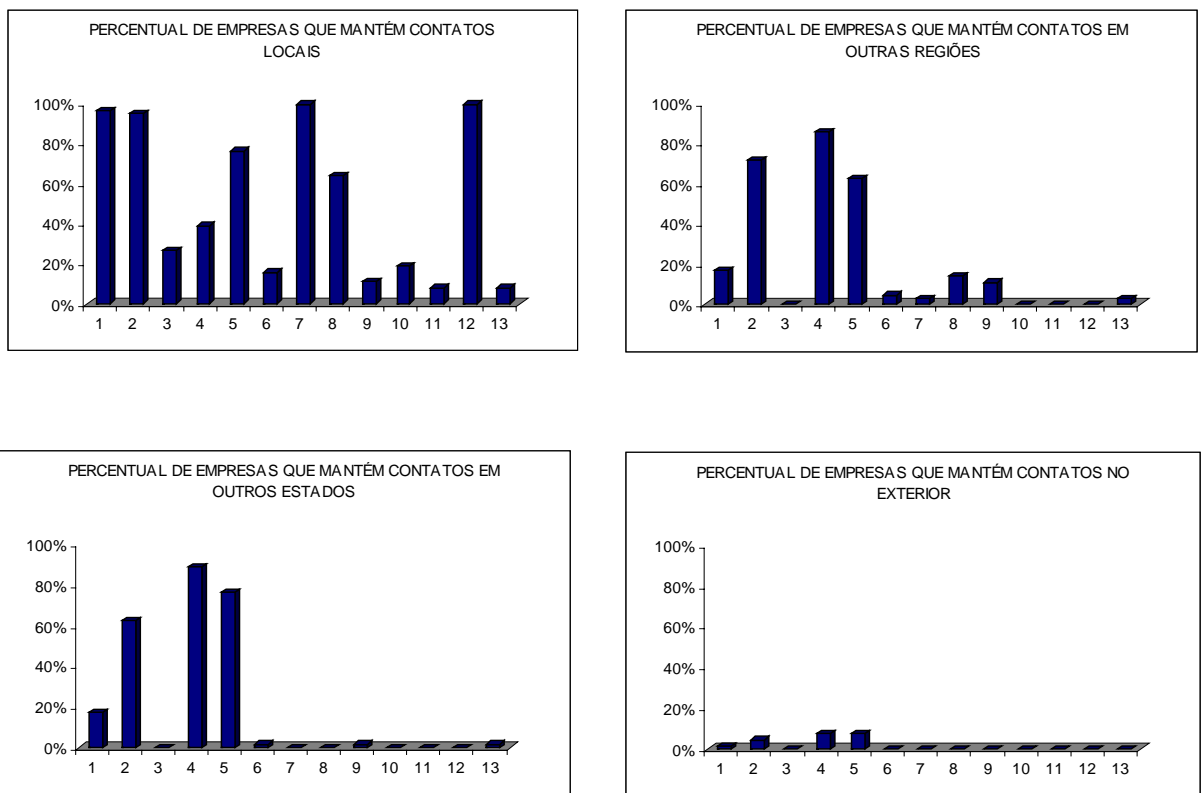
física, outros fatores intervenientes condicionam a intensidade da relação que se forma entre dois atores. No caso em questão, a necessidade de contato e uma certa identidade de propósitos entre eles determinam a intensidade da relação.

As empresas de móveis vêm diversificando suas conexões, incluindo um número maior de diferentes categorias de contatos. Até há poucos anos, praticamente nenhuma empresa moveleira mantinha relações dentro da categoria de contato formada por “clientes” ou “representantes e distribuidores”, situados no exterior. Uma parcela muito pequena de empresas mantinha alguma conexão, de qualquer intensidade, com escolas, universidades e centros tecnológicos e de pesquisa. A situação vem se alterando, gradativamente.

O número de empresas envolvidas com alguma categoria de contato vai diminuindo, à medida que ocorre um deslocamento do foco local para fora do território. Quão mais distante constituir-se a esfera de contato – estadual, nacional ou internacional –, mais o escopo das categorias de contato vai se estreitando. Enquanto, por exemplo, com as categorias de contatos “outras empresas moveleiras”, “fornecedores” ou “representantes” registra-se a incidência de contato nos quatro níveis de abrangência (local, estadual, nacional e internacional), em outras categorias tal não é o caso: não se registra, por exemplo, neste momento, nenhum tipo de contato de qualquer empresa moveleira de Ubá com a categoria “empresa de consultoria”, situada em âmbito internacional.

Tal fenômeno pode ser visualizado no gráfico da Figura 2. Com relação aos contatos locais, existem empresas que percorrem, com maior ou menor grau de intensidade, cada uma das treze diferentes categorias possíveis de contato. Esta amplitude é bem menor em âmbito internacional, em que um número relativamente menor de empresas mantém algumas poucas categorias de contato possível.

FIGURA 2 Diversidade da categorias de contatos empresariais em âmbito local, estadual, nacional e internacional



Categorias de contato:

- | | |
|--|---|
| 1 outras empresas moveleiras | 7 agências bancárias |
| 2 fornecedores | 8 entidades empresariais e de apoio |
| 3 clientes – pessoas físicas | 9 escolas, faculdades, centros tecnológicos |
| 4 clientes- lojistas e outras empresas | 10 associações de empresas |
| 5 representantes e distribuidores | 11 fóruns e grupos gestores |
| 6 empresas de consultoria | 12 prefeituras e órgãos municipais |
| | 13 outras categorias |

A diversidade das redes de conexões, mantidas pelas empresas moveleira, em âmbito local, estadual, nacional e internacional, pode ser avaliada com o recurso do indicador de amplitude da rede (grau de diversidade da rede), que mede o número de diferentes tipos de conexões existentes em uma determinada rede, a partir da definição de um certo “patamar mínimo de abrangência” de contato. Quanto mais diversificadas são as conexões presentes em uma dada rede, maior sua amplitude.

A partir da definição deste patamar é possível avaliar que parcela de empresas situa-se acima deles, caracterizando, conseqüentemente, um certo nível de diversidade. Definindo-se, por exemplo, o patamar mínimo total de 11 diferentes conexões, o grau de diversidade da rede é de 59%. Isso significa que 59% das empresas da aglomeração produtiva de Ubá mantêm conexões com um mínimo de 11 diferentes categorias de contato. Observe-se, no entanto, que este indicador altera-se, de maneira significativa, entre as empresas do grupo em retração e as empresas do grupo em expansão. No primeiro grupo, o grau de diversidade da rede é de 11%, enquanto que, no segundo, é de 76%. Significa que as empresas em expansão possuem redes mais amplas e diversificadas de contato.

Tais dados podem ser visualizados na Tabela 22, que apresenta o posicionamento das empresas em diferentes intervalos de número de conexões, em âmbito local, estadual, nacional e internacional, apresentando, ao final, para cada um destes níveis, um “limiar mínimo de conexões” (em âmbito local especificou-se este limiar em 9, em âmbito estadual em 5, no âmbito nacional em 3 e no internacional em 1) e os respectivos indicadores. O grau de diversidade da rede, em âmbito local, para um limiar de nove, é de 20% para o total das empresas, de 11% para o grupo de empresas em retração e de 24% para o grupo de empresas em expansão; em âmbito nacional, para um limiar de cinco, é de 56,3% para o total das empresas (36,9% para o grupo em retração e 66,7%

para o grupo em expansão); em âmbito internacional, para um limiar de um, é de 7,8% para o total (sendo nulo para o grupo em retração e 15,1% para o grupo em expansão).

TABELA 22 Intervalos de conexão e grau de diversidade* para o total das empresas, para o grupo de empresas em retração e para o grupo de empresas em expansão, em âmbito local, estadual, nacional e internacional (%)

Esferas de contato	Diferentes categorias de contato utilizadas, faixas	Total das empresas (%)	Empresas em retração (%)	Empresas em expansão (%)
Local	- 1 a 3 contatos diferentes	11,0	26,0	6,0
	- 4 a 6	46,0	58,0	33,0
	- 7 a 8	23,0	5,0	37,0
	- limiar mínimo de 9	20,0*	11,0*	24,0*
Estadual	- nenhum contato	9,4	15,8	9,1
	- 1 contato	6,2	10,5	6,00
	- 2 a 4	81,3	73,7	78,8
	- limiar mínimo de 5	3,1*	-	6,00*
Nacional	- nenhum contato	9,4	10,5	9,1
	- 1 contato	6,2	10,5	6,0
	- 2 contatos	28,1	42,1	18,2
	- limiar mínimo de 2	56,3*	36,9*	66,7*
Internacional	- nenhum contato	92	100	85
	- limiar mínimo de 1	8*	-	15*

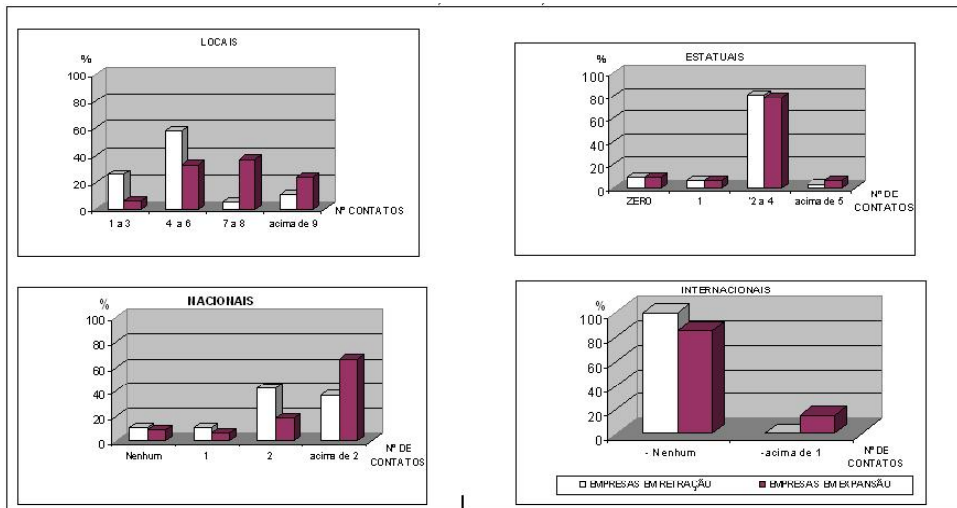
* indicadores de diversidade

As diferenciações entre o grupo de empresas em expansão, em relação ao grupo de empresas em retração, em termos de números de categorias de contatos, podem ser melhor observadas no gráfico da Figura 2, no qual estão apresentados os perfis de contato em âmbito local, estadual, nacional e internacional (Figura 3). As maiores diferenças ocorrem no âmbito local, no qual as empresas em retração encontram-se posicionadas, em sua maioria, nos estratos inferiores dos intervalos de contato: em âmbito nacional (onde tal

fenômeno se repete) e em âmbito internacional (onde não se registra nenhum contato das empresas em retração).

A julgar pelo comportamento do grupo das empresas em expansão, que representa o núcleo dinâmico do pólo, durante o processo de desenvolvimento de um dado território ocorre um fenômeno de ampliação das várias categorias de contato em âmbito local e em relação ao “resto de mundo”, destacando-se, em primeiro lugar, as vinculações na esfera nacional e, em segundo lugar, na esfera internacional. 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. Ao sucesso desta empreitada, que depende da ação empreendedora dotada de capacidade de inovação de suas empresas, vincula-se, de alguma maneira, o destino do território.

FIGURA 3 Diversidade de contatos em âmbito local, estadual, nacional e internacional, para o grupo de empresas em expansão e para o grupo das empresas em retração



A proposição acima pode ser reforçada pela observação da tendência de evolução das conexões das empresas locais com o “resto do mundo”, como apresentado na Tabela 23. As empresas do pólo vêm ampliando, nos últimos anos (a partir de 2000), seus contatos com outras empresas de móveis, localizadas em outras regiões (taxa de adensamento empresa-empresa em âmbito estadual de +13%), em outros estados (taxa de +9%). Vêm também ampliando os contatos com várias outras categorias, seja no âmbito local, estadual, nacional ou internacional, a exemplo dos representantes e distribuidores.

TABELA 23 Taxa de adensamento das conexões das empresas moveleiras com o resto do mundo, no período 2000/2005 (saldo)

(%)

Categorias ou tipos de contatos	Outras regiões do estado	Outros estados	No exterior
Outras empresas moveleiras	13	9	2
Fornecedores	19	33	0
Clientes - lojas e empresas	25	28	6
Representantes e distribuidores	5	25	8
Empresa de consultoria	5	2	
Agências bancárias	0		
Entidades de apoio (Sindicato, sebrae, senai, etc.)	6		
Escolas, universidade, centros tecnológicos e de pesquisa	8	0	
Consórcio, cooperativas, centrais, etc.			
Fóruns e grupos gestores do pólo			
Prefeitura e órgãos municipais			
Outros grupos	2	2	

Existe uma nítida diferenciação em termos de ampliação de contatos, entre, por um lado, o grupo de empresas em expansão e, por outro, o grupo de empresas em retração. Tais dados podem ser observados, seja no âmbito estadual (Tabela 24), nacional (Tabela 25), ou internacional (Tabela 26). As maiores diferenças, no âmbito estadual, ocorrem na categoria de contato “representante e distribuidores – saldo negativo de -26% para as empresas em retração e positivo de +10% para empresas em expansão. No âmbito nacional, as empresas em retração apresentam saldos negativos nas categorias “fornecedores”, “lojas e empresas clientes” e “representantes e distribuidores”. No âmbito internacional, as empresas em expansão apresentam saldo positivo nas categorias “empresa cliente”, “representantes e distribuidores” e “fornecedores”

TABELA 24 Taxa de adensamento das conexões, em âmbito estadual, no período 2000/2005* para o total das empresas, para o grupo de empresas em expansão e para o grupo de empresas em retração (saldo)*

(%)

Categorias ou tipos de contato (*)	Total das empresas	Grupo das empresas em retração	Grupo das empresas em expansão
	(1)	(2)	(3)
1.Outras empresas moveleiras	13	0	18
2.Fornecedores em geral	19	0	21
3. Lojas e empresas clientes	25	-(26)	-(42)
4.Representante e distribuidores	5	-(26)	10
5. Empresas de consultoria	5	0	10
6. Bancos	0	0	0
7.Entidades empresariais e de apoio	6	0	12
8.Universidade, escolas, centros tecnológicos	8	0	15
9.Grupos empresariais, políticos, etc.	2	0	3
10.Outros	0	0	0

* os saldos são calculados para um total de, respectivamente, 64 empresas (coluna 1), 19 empresas (coluna 2) e 33 empresas (coluna 3)

TABELA 25 Taxa de adensamento das conexões, em âmbito nacional, no período 2000/2005*, para o total das empresas, para o grupo de empresas em expansão e para o grupo de empresas em retração (saldo)*

(%)

Categorias ou tipos de contatos (*)	Total das empresas	Grupo das empresas em retração	Grupo das empresas em expansão
	(1)	(2)	(3)
1.Outras empresas do mesmo ramo de atividade	9	0	15
2.Fornecedores em geral	33	-(16)	54
3.Lojas e empresas clientes	28	-(79)	78
4.Representantes e distribuidores	25	-(63)	69
5. Empresas de consultoria	2	0	3
6.Universidades, escolas, centros tecnológicos	0	0	0
7.Outros	2	0	3

* os saldos são calculados para um total de, respectivamente, 64 empresas (coluna 1), 19 empresas (coluna 2) e 33 empresas (coluna 3).

TABELA 26 Taxa de adensamento das conexões, em âmbito internacional, no período 2000/2005* para o total das empresas, para o subgrupo de empresas em expansão e para o grupo de empresas em retração (saldo)*

(%)

Categorias ou tipos de contatos (*)	Total das empresas	Grupo das empresas em retração	Grupo das empresas em expansão
	(1)	(2)	(3)
1 Empresas clientes	6	0	12
2 Empresas moveleiras	1,5	0	3
3 Representantes e distribuidores	8	0	15
4.Fornecedores/ distribuidores	0	0	0

* os saldos são calculados para um total de, respectivamente, 64 empresas (coluna 1), 19 empresas (coluna 2) e 33 empresas (coluna 3)

1.3.3 O impacto da inovação afetando a configuração das redes

As empresas do pólo estão passando por uma fase de mudanças e transformações, seja em termos de processo produtivo, produto fabricado, sistemas de gestão, distribuição e comercialização adotados. No que diz respeito a mudanças e inovações no produto, pode-se observar que tanto o ritmo de lançamento de novos produtos quanto de aperfeiçoamento dos produtos existentes é grande.

A presente pesquisa considerou, para efeito de designação de “produto novo” e de “produto aperfeiçoamento”, o teor da novidade, observando-se, exclusivamente, o prisma da empresa pesquisada. A categoria “produto aperfeiçoado” inclui todo tipo de melhoria menos radical no produto, que não exige alteração, de maneira significativa, no sistema produtivo ou não gera uma mudança abrupta no segmento de mercado da empresa. Já a categoria “produto novo” inclui todo tipo de mudança mais radical no tipo de produto fabricado pela empresa pesquisada, independente do fato de, eventualmente, outras empresas da aglomeração já produzirem algo semelhante. Alguns tipos de mudanças na natureza do produto exigem alterações substanciais da empresa

para sua produção, caracterizando, no caso, um novo produto, para a empresa em questão. Tais mudanças, analisadas da perspectiva de uma dada empresa, podem ser radicais, visto que as empresas moveleiras especializam-se e adquirem competência associadas, em geral, à produção de uma determinada linha de produto, voltada para uma classe ou segmento de consumo.

Como já salientado, anteriormente, o setor de móveis caracteriza-se pela presença de inovações de natureza incremental. Salienta-se, no entanto, que algumas inovações são mais intensas que outras ou geram maiores repercussões que outras, se analisadas da perspectiva das empresas que as implementam. As empresas da aglomeração produtiva vêm introduzindo, nos últimos anos, muitas mudanças. Parte do fenômeno pode ser explicada pela própria natureza do mercado de móveis. Um produto, desenvolvido por uma empresa, para ser lançado em uma determinada feira, torna-se obsoleto para a empresa que o lançou, nos meses seguintes ou no ano seguinte. Pode-se transformar, no entanto, em um produto de referência para outras empresas, presentes no local, que adotam a estratégia de cópia e adaptação de produtos. A distinção, aqui proposta, entre uma mudança mais radical (caracterizando um novo produto, da perspectiva do padrão produtivo anterior da empresa) e as mudanças menos radicais (caracterizando um mesmo produto, com pequenas modificações) atende perfeitamente aos propósitos da presente pesquisa, visto que existe interesse em se verificar eventuais impactos de diferentes tipos de mudanças e inovações na configuração das redes da empresa.

Do total das empresas pesquisadas, metade delas lançou no mercado, nos últimos dois anos (período 2003/2004), um produto que pode ser considerado completamente novo. Entre os inúmeros exemplos que proliferam no pólo, podem ser citados os casos dos móveis desmontáveis, concebidos, inicialmente, para exportação, que vieram substituir os móveis já montados e passaram, posteriormente, a ser fabricados também para o mercado interno; a

completa conversão de linhas inteiras de produtos anteriormente fabricados com matérias-primas tradicionais – a exemplo de madeiras como sucupira e cerejeira ou pinus, para o MDF; as mudanças significativas em *design*, acabamento e materiais nas mesmas linhas de produto, mas que passam a ser destinados a diferentes classes de consumo - de classes C e D para A ou B, por exemplo; as mudanças no “conteúdo” dos produtos, que passam a incorporar outros elementos ou atributos, como catálogos, assistência técnica, etc.; as mudanças na linha tradicional de produção da empresa – a exemplo de guarda-roupa – considerado um produto padrão, para sala de jantar, um produto dotado de maior diferenciação.

O ímpeto de mudança pode ser captado não apenas no lançamento de produtos considerados completamente novos relativamente à linha anterior adotada pela empresa, mas também e, sobretudo, no ritmo de incorporação de melhorias em produtos tradicionais da empresa, já consolidados no mercado. Ampla maioria das empresas do pólo vem buscando aperfeiçoar os seus produtos, visando torná-los mais competitivos. Cerca de 80% das empresas pesquisadas afirmaram que realizaram algum tipo de aperfeiçoamento no produto, no período 2003/2004.

A inovação ou mudança introduzida em um determinado fator não se restringe, em geral, exclusivamente, a este fator, podendo gerar ou ser resultante de alterações significativas, realizadas em outros fatores. Assim, quando uma empresa promove alguma alteração na tecnologia e nos equipamentos utilizados, tal mudança, muito freqüentemente, encontra-se associada a outras, a exemplo da tipo da matéria-prima que passa a utilizar, da natureza de produto que passa a produzir, etc. Existe, em geral, um encadeamento ou entrelaçamento de inovações ou alterações que não se restringem, apenas, a uma única dimensão análise. Tal é caso, por exemplo, das novas tecnologias voltada para a área de chapas em geral (que permite a substituição dos processos tradicionais de

prensagem e de colagem da madeira pelo processo de impressão), desencadeando grandes alterações no processo produtivo, com impacto direto na qualidade do produto ou da introdução de sistemas de pintura ultravioleta. Essa nova tecnologia elimina o gargalo da pintura, comum nos processos tradicionais, permite otimização de *lay-out*, com redução do espaço físico de produção e estoque, garante maior padronização dos produtos e melhor acabamento. A Tabela 27 apresenta as principais inovações e mudanças introduzidas nas empresas, a partir de 2002.

TABELA 27 Mudança ou inovação realizada pelas empresas nos últimos três anos (2002/2003/2004)

Tipos mais importantes de mudanças ou inovações*	(Número de citações)	(%)
Modernização do maquinário	42	11,9
Introdução de novo processo tecnológico	27	7,6
Introdução de matéria primas e materiais mais avançados	34	9,6
Outras alterações no sistema de produção	26	7,4
Lançamento de novo produto ou de nova linha de produto	35	9,9
Incorporação de <i>design</i>	38	10,9
Melhoria e aperfeiçoamento no produto existente	52	14,8
Alteração no sistema de embalar/acondicionar o produto	22	6,2
Alteração no sistema de vendas e comercialização	25	7,1
Alteração no sistema de distribuição e transporte	17	4,8
Mudança na forma de organização e gestão	23	6,5
Introdução de novos processos para atender à necessidade de certificação	5	1,4
Introdução de sistemas informatizados de gestão e controle da produção	7	1,9
Total		100

(*) a questão permite múltiplas respostas

Como pode ser verificado nos dados da Tabela 27, poucas são as empresas que não registraram, nos últimos anos, algum tipo de mudança significativa, seja no processo de produção, no produto ou nos sistemas de gestão e comercialização. As inovações ou alterações introduzidas no sistema produção incluem: modernização do maquinário, 11,9% do total de citações e

introdução de matérias-primas mais avançadas, 9,6%. Relativamente ao produto, as inovações foram: melhoria e aperfeiçoamento do produto, responsável por 14,8% do total das citações; lançamento de novo produto, 10,9%; incorporação do *design*, 9,9% e alteração na forma de acondicionar ou embalar o produto, 6,2%. No contexto do sistema de gestão, situam-se as alterações na forma de organizar a empresa, 6,5%; alteração no sistema de distribuição, vendas e comercialização, 7,1%; mudança no sistema de distribuição e transporte, 4,8%. Um número muito pequeno de empresas afirmou estar investindo em certificação (5 empresas) e na introdução de sistemas informatizados de controle da produção (7 empresas).

A sobreposição e o encadeamento de mudanças vêm alterando, de maneira significativa, as relações das empresas com seus clientes, fornecedores, representantes e, até mesmo, com outras empresas moveleiras do pólo. Muitas empresas que alteraram, nos últimos 3 anos, suas relações comerciais e empresariais, associam tais fatos a algum tipo de inovação ou mudança anteriormente ocorrida dentro da própria empresa, seja no processo produtivo, na natureza do produto ou nos sistemas organizacionais.

Das empresas que lançaram, a partir de 2003, um produto completamente novo, 95% delas afirmaram que tal fato afetou, em algum grau, suas respectivas carteiras de clientes; 40% afirmaram que tal fato afetou sua carteira de representantes; 30% afirmaram que afetou sua carteira de fornecedores e 21% que alterou a natureza de suas relações com outras empresas moveleiras na região. A natureza da alteração na carteira de clientes, proveniente do lançamento de novos produtos, deriva, segundo as empresas, do acesso que se tornou possível (ou necessário) a novos segmentos de mercados, anteriormente inacessíveis, localizados seja em outros estados ou regiões; seja em outras classes de consumo, clientes classe B ou A, seja pelo recurso a diferentes canais de distribuição.

Já a alteração na carteira de representantes deriva da necessidade de se obterem novos agentes de venda, capazes de representar a empresas em novos segmentos de mercado, seja em função da mudança ou incorporação de novas praças, novas classes de consumo ou novas linha de produtos. Uma empresa que produzia móveis para dormitório e passa a produzir móveis para sala de jantar necessita, em geral, trocar seus representantes, mesmo se o produto destina-se à mesma praça ou segmento anterior de consumo. Tal fato justifica-se quando o representante possuir, em sua carteira de representantes (empresas fabricantes de móveis), uma outra empresa produtora de sala de jantar. Com já salientado, exige-se, na representação, exclusividade na linha de produto.

Algumas alterações na categoria **outras empresas moveleiras** pode decorrer do fato de que empresas anteriormente concorrentes - em uma determinada linha de produtos ou em um mesmo segmento de mercado – podem tornar-se aliadas ou vice e versa, o que amplia ou limita o fluxo de informação entre elas. Outros fatores também podem condicionar ou influenciar a natureza das relações entre as empresas moveleiras: para 33% das empresas que introduziram um novo sistema de vendas e comercialização, tal fato afetou a relação com outras empresas locais. Destaca-se que uma parcela de empresas envolveu-se, recentemente, com formas coletivas de comercialização, a exemplo dos consórcios de exportação já criados, ou da central de frete, em implantação. Estas iniciativas coletivas, induzidas e apoiadas pelas entidades locais, vêm afetando a relação entre as empresas produtoras de móveis, gerando uma maior interação.

Em 60% das empresas que realizaram alteração no sistema produtivo – incluindo modernização de equipamentos e introdução de novo processo tecnológico - tal fato afetou a carteira de fornecedores. A carteira de fornecedores sofreu impacto ainda maior com a introdução de novas matérias-primas: 87% das empresas que introduziram matéria-primas mais avançadas

associam tal fato a mudanças na carteira de fornecedores. Uma mudança significativa ocorreu com a introdução do MDF. Fornecedores de materiais mais tradicionais, como madeira maciça e pinus, foram substituídos, total ou parcialmente, por outros fornecedores.

A introdução da inovação repercute nas redes de relacionamento e na inserção da empresa no mercado, afetando, também, o seu desempenho. Onze por cento das empresas que lançaram, no período 2003/2005, um produto novo no mercado, afirmaram que o impacto das vendas desses produtos, nas suas vendas atuais totais, é superior a 51% (tabela 28). Vinte e oito por cento das empresas que introduziram, no mesmo período, um aperfeiçoamento nos seus produtos, informaram que esses produtos aperfeiçoados respondem, atualmente, por mais de 76% do valor total de suas vendas (tabela 29). Tais dados – sejam do impacto do produto novo nas vendas ou do produto aperfeiçoado nas vendas – são sugestivos da repercussão de tais mudanças nas empresas. Do total de empresas que apresentaram, nos últimos dois anos (2003/2004), expansão no faturamento, 67% afirmaram ter lançado um produto novo. Incluem-se, neste conjunto, as cinco empresas que estão exportando. Todas estas afirmaram que lançaram produto novo no período. Por outro lado, do total de empresas em retração, apenas 10,5% afirmaram ter lançado um produto completamente novo.

Existe uma nítida diferenciação de desempenho entre o conjunto de empresas do grupo em expansão e o conjunto do grupo em retração, seja no que diz respeito ao produto novo ou ao produto aperfeiçoado. Tais diferenças podem ser captadas pelos indicadores de desempenho propostos. As empresas que apresentaram, nos últimos dois anos (2003/2004), crescimento superior a 20% nas suas taxas de faturamento (constituindo-se o grupo de empresas em expansão) apresentam resultados superiores ao do grupo de empresas em retração (ou seja, formado por empresas cujas taxas foram, no mesmo período, negativas ou inferiores a 5%); enquanto o grau de impacto do produto novo nas

vendas totais das empresas do grupo em expansão é de 30,6%, no grupo das empresas em retração é de apenas 3,6%. O indicador, no caso do produto aperfeiçoado, é de 61,4% para o grupo de empresas em expansão, contra 21,3% para o grupo das empresas em retração. As empresas que vêm apresentando, nos últimos dois anos, taxas maiores de crescimento no faturamento (caracterizando o grupo de empresas em expansão) são também as que demonstraram uma maior capacidade de inovação neste mesmo período, aferido pelo impacto de produtos novos e de produtos aperfeiçoados nas vendas totais correntes.

TABELA 28 Capacidade de inovação - impacto de um produto novo nas vendas totais de empresa nos últimos dois anos (2002/2003), total de empresas, grupo de empresas em retração e grupo de empresas em expansão (%)

Desempenho no faturamento	Impacto zero nas vendas	Lançamento de produto novo impactou vendas em até 50%	Lançamento de produto novo impactou vendas em mais de 51%	Total:
Grupo de empresas em retração*	89,6	5,2	5,2	100
Grupo de empresas em expansão*	33,4	51,5	15,1	100
Total de empresas pesquisadas	52,0	37,0	11,0	100

*conjunto em retração: formado pelo conjunto de empresas que apresentaram uma variação negativa no faturamento no período 2002/2003 ou, então, variação positiva de, no máximo, 5%. O conjunto em expansão é formado pelas empresas cuja variação no faturamento foi superior a 20%, no período

TABELA 29 Capacidade de inovação – impacto de um produto aperfeiçoado nas vendas totais da empresa nos últimos dois anos (2002/2003), total das empresas, grupo de empresas em retração e grupo de empresas em expansão (%)

Desempenho no faturamento	Produto aperfeiçoado impactou vendas em até 24%	Produto aperfeiçoado impactou vendas entre 25 a 75%	Produto aperfeiçoado impactou acima de 76%	Total
Grupo de empresas em retração*	68,4	31,6	0	100
Grupo de empresas em expansão*	24,3	27,3	48,4	100
Total de empresas pesquisadas	37,5	34,5	28,0	100

*conjunto em retração: formado pelo conjunto de empresas que apresentaram uma variação negativa no faturamento no período 2002/2003 ou, então, variação positiva de, no máximo, 5%. O conjunto em expansão é formado pelas empresas cuja variação no faturamento foi superior a 20%, no período

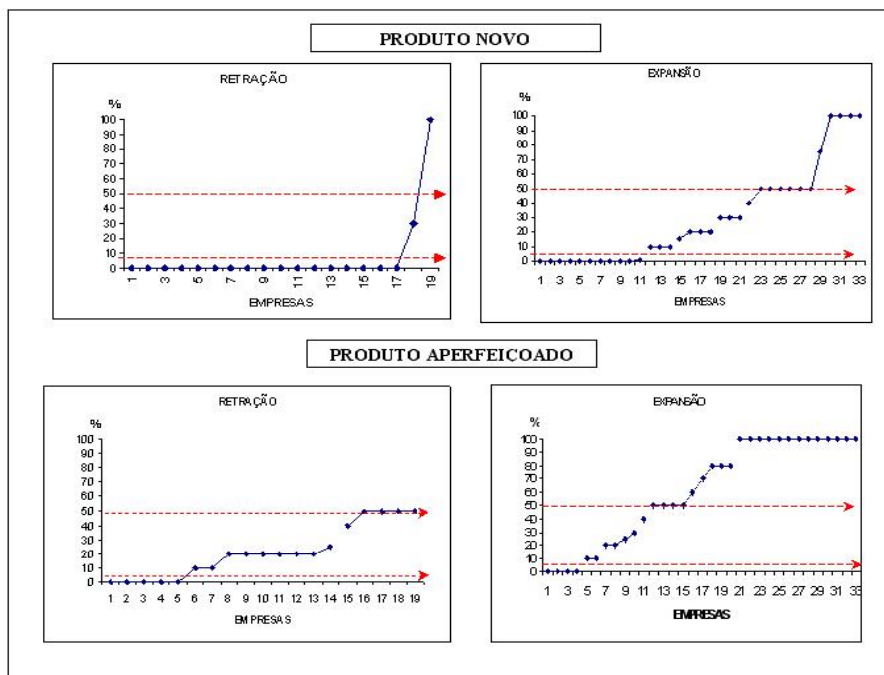
Os testes de hipótese rejeitam a igualdade entre as duas subamostras ou grupos. O teste t , aplicado aos dois grupos, rejeitou a hipótese de igualdade entre as médias. Os dois grupos analisados (grupo de empresas em retração e grupo de empresas em expansão) são estatisticamente diferentes, seja no que diz respeito ao impacto de um produto novo nas vendas totais ou ao impacto de um produto aperfeiçoado nas vendas totais.

Comparando-se as proporções encontradas para as duas subamostras, 5,2% e 51,5% (respectivamente, grupo em retração e grupo em expansão, Tabela 30) e um intervalo de confiança de 95%, tem-se que os respectivos valores situam-se em $5,2\% \pm 11,1$ pontos percentuais, ou seja, entre zero e **16,3%** e $51,5\% \pm 18$ pontos percentuais, ou seja, entre **33,5%** a 69,5%. No caso dos valores de 68,4% e 24,3% (respectivamente, grupo em retração e grupo em expansão, Tabela 31), têm-se $68,4\% \pm 23$ pontos percentuais, ou seja, entre **45,4%** a 91,4%; $24,3\% \pm 15,4$ pontos percentuais, ou seja, entre 8,9% e **39,7%**.

O gráfico da Figura 4 apresenta o perfil do impacto das inovações realizadas pela empresa - seja em termos de introdução de novo produto ou de

melhoria no produto já existente – nas vendas totais das empresas, para o grupo em expansão e para grupo em retração. As diferenciações existentes no interior dos grupos ficam ainda mais evidentes. Salienta-se que, por questões de natureza metodológica, foi necessário atribuir valores discretos à variável impacto, uma vez que esta foi mensurada pelos empresários pesquisados, ao longo de uma função escalonada, ou seja, de 5 em 5 pontos percentuais. Isso, reduzido à escala decimal, significa variações discretas de 0,05 a 0,05. Dessa forma, o domínio da variável α estende-se de zero a 1 (intervalo fechado à direita e à esquerda), assumindo valores discretos múltiplos de 0,05 (ou de 5%, como especificado no gráfico da figura 4).

FIGURA 4 Capacidade de inovação – impacto de um produto novo e de um produto aperfeiçoado nas vendas totais da empresa em geral, das empresas do grupo em expansão e das empresas do grupo em retração, nos últimos dois anos (2002/2003)



1.3.4 Organizações como plataformas de relacionamento e laços como ativos

A vinculação de cada novo empresário que surge na aglomeração, com uma empresa moveleira já estabelecida, é uma das características da região. Tal fenômeno pode ser captado com a utilização dos dois indicadores propostos de enraizamento: o enraizamento setorial e o enraizamento temporal. O primeiro deles mede o encadeamento das ligações que se formam entre antigos empregados e novos empreendedores. Os dados derivados da pesquisa demonstram os encadeamentos setoriais, que vinculam uma determinada empresa, seja para trás (a montante da empresa), seja para a frente (a jusante da empresa).

Considera-se **vinculação a jusante** quando o encadeamento de ligações no tempo é posterior à própria criação da empresa pesquisada, associando-a a uma nova empresa do ramo. Ocorre quando a empresa pesquisada possui um vínculo para a frente com uma outra empresa, ou seja, possui um ou mais antigos empregados que se tornaram novos empresários no ramo. Vinte e seis empresas afirmaram que pelo menos um empregado anterior da empresa tornou-se empresário no ramo de móveis. Considera-se **vinculação a montante** quando o encadeamento das vinculações no tempo é anterior à própria existência da empresa pesquisada, associando-a a uma antiga empresa, já presente na aglomeração. Ocorre quando, por exemplo, o empresário de uma determinada empresa possui um vínculo para trás com outra empresa. Ou seja, quando foi, anteriormente, empregado em uma outra empresa do ramo.

Como pode ser observado na Tabela 30, que apresenta as vinculações a montante, parcela significativa dos atuais sócios das empresas usufruiu dos benefícios de uma experiência prévia de algum tipo no ramo de móveis: 11% dos empresários pesquisados afirmaram que eles próprios (ou seu sócio) já haviam sido, anteriormente, proprietários de empresas no ramo; 62% já haviam trabalhado como empregado em outra empresa de móvel e 15% já haviam sido

fornecedores ou representantes na área. Salienta-se que, além desses encadeamentos anteriores com outras empresas mais antigas, uma parcela significativa de empresas da região (32% do total) é integrante de algum tipo de “agrupamento” empresarial familiar. A maior parte deles não constitui grupos formalizados e, sim, de conjuntos de empresas pertencentes a uma mesma família, cada uma delas especializando-se em determinada linha de produtos, algumas delas, inclusive, ocupando a mesma instalação física ou gozando, eventualmente, da provisão de certos serviços coletivos.

Os dados derivados da pesquisa de campo, sobre os encadeamentos a jusante e a montante, permitem a elaboração do indicador de enraizamento setorial para a aglomeração produtiva de Ubá. O grau de enraizamento setorial de Ubá é de 71,8%, o que significa que 71,8% das empresas da aglomeração produtiva de Ubá possuem, seja um vínculo para trás (situado a montante) com outra empresa (ou seja, empresário atual foi, anteriormente, empregado em outra empresa), seja um vínculo para a frente (situado a jusante) com uma outra empresa (ou seja, empresa atual possui antigo empregado que se tornou empresário em outra empresa embora, nunca, os dois vínculos juntos em uma mesma empresa, de maneira e evitar dupla contagem).

TABELA 30 A presença de vínculos passados interconectados – os encadeamentos setoriais à montante, captados por meio das ligações anteriores dos atuais empresários*

(%)

Presença ou ausência de vínculos	Parcela dos empresários que foram proprietários de outras empresas do ramo	Parcela dos empresários que já haviam trabalhado como empregado em outras empresas do ramo	Parcela dos empresários que foram fornecedores ou representantes de empresas de móveis
NÃO	53	24	42
SIM	7	40 *	10
SEM RESPOSTA	4	0	12
TOTAL	60	64	52

* do total das empresas pesquisadas, existem 26 empresas cujos antigos funcionários tornaram-se empresários no ramo. Destas, em apenas 6, os empresários não foram, anteriormente, empregados em outras empresas. A soma dos dois grupos de empresas: as 40 (em que empresários atuais foram, anteriormente, empregados em outras empresas) + 6 (em que sócios proprietários **não** foram empregados em outras empresas mas que afirmaram que pelo menos um empregado tornou-se empresário no ramo), permitem o cálculo da taxa de enraizamento espacial.

Cerca de 85% do total de empresários possuiu ou possui algum membro da família envolvido com a produção de móveis. A natureza da experiência familiar é bastante diversificada, mas, em alguns casos, remonta a três gerações imediatamente precedentes, como pode ser verificado pelos dados da Tabela 33. Das empresas pesquisadas, 60 delas (ou seja, 94% do total), possuem algum familiar que atuou ou atua no ramo, como empresário. Deste total, em quatro delas, a experiência familiar remonta a mais de três gerações – com bisavós, avós e tios-avós. A presença de irmão e primos como proprietários de empresas no ramo é também significativa (29 deles, o que equivale a 45% do total de familiares com experiência como sócio-proprietário). Metade dos empresários possuiu ou possui algum membro da família que atuou ou atua como empregado. Tal situação é mais comum no caso dos irmãos e primos, que

representam 56% deste total, como pode ser verificado na Tabela abaixo (Tabela 31).

TABELA 31 Presença de vínculos envolvendo diferentes gerações e a natureza da experiência no ramo

(No.)

Grau de parentesco com outros empreendedores	Experiência passada como sócio-proprietário	Experiência passada como empregado	Outras experiências (representante, vendedor, etc.)	Total
Bisavô – tipo de experiência	1	0	0	1
Avô e tio-avô - tipo de experiência	3	0	0	3
Pais e tios- tipo de experiência	17	9	2	28
Irmãos e primos - tipo de experiência	29	18	0	47
Filhos e sobrinhos - tipo de experiência	4	2	0	6
Familiares de sua esposa/marido - tipo de experiência	5	3	0	8
Outros familiares- tipo de experiência	1	0	0	1
TOTAL	60	32	2	94

Os dados da Tabela 31 permitem concluir que a atividade moveleira encontra-se enraizada no território há várias gerações e serve de referência para o cálculo do indicador de enraizamento temporal. O indicador de enraizamento setorial da aglomeração produtiva de Ubá é de 6,2%. Isso significa que 6,2% das atuais empresas possuem laços que as vinculam há pelo menos três gerações precedentes a outras empresas moveleiras da região. Tal dado permite considerar quão tradicional é atividade.

Entre os motivos que levaram o atual empresário a abrir a sua empresa, destacam-se: “vontade de se tornar independente” e “identificação de uma oportunidade”, com, respectivamente, 29,4% das citações; seguidas por “facilidade e possibilidade de usar os relacionamentos e contatos” e “vontade de usar o conhecimento pessoal e familiar adquirido na área”, com, respectivamente, 14,7% das citações (Tabela 32). Enquanto os dois primeiros

dizem respeito a fatores associados, em geral, a certos atributos da personalidade empreendedora, os dois seguintes referem-se a fatores que podem ser adquiridos e acumulados pelos empreendedores: por um lado, o conhecimento da atividade e, por outro, os ativos relacionais, representados pelos contatos e relacionamentos no setor.

TABELA 32 Motivos que levaram à abertura da empresa

Motivos*	(Nº de citações)	(%)
Vontade de se tornar independente	40	29,4
Tenha identificado uma oportunidade	40	29,4
Dar continuidade aos negócios da família no ramo de móveis	13	9,6
Vontade de usar o conhecimento pessoal e ou familiar na área	20	14,7
Facilidade e possibilidade de usar os relacionamentos e contatos	20	14,7
OUTROS	3	2,2
Total	136	100,0

* a questão permite múltiplas respostas

Todos os empresários pesquisados, que registraram a presença de experiência anterior no ramo de móveis, consideram que tal fato trouxe benefícios concretos. Os laços e os relacionamentos do empreendedor, no ramo de atividades e a sua experiência prévia na área são tão importantes quanto o conhecimento do processo produtivo, para o sucesso de um novo empreendimento⁶. A presente pesquisa, realizada em Ubá, permite não só reiterar constatações da pesquisa mencionada sobre mortalidade, como também buscar respostas para novas indagações.

⁶ Pesquisa anterior, então inédita no país, realizada pela autora desta tese (Vasconcellos Vale et al., 1998), identificou que, entre os fatores condicionantes do sucesso das empresas no mundo dos negócios (em oposição aos fatores condicionantes de mortalidade, durante os dois primeiros anos de vida da empresa, quando os riscos de extinção são maiores) situa-se a presença de uma experiência prévia do empresário no ramo. Segundo a pesquisa, “ a existência de experiência prévia no ramos de negócios, amplia as chances de sucesso de empreendimento “ (1998:65). Resta a indagação: que aspecto da experiência prévia é capaz de dotar um futuro empresário, com que tipo de conhecimento ou habilidade, ampliando suas chances de sucesso.

Quanto mais antiga a empresa moveleira – ou seja, mais consolidada no mercado – maior a incidência da presença de empresários dotados de experiência prévia como empregado em outra empresa, como se pode observar pelos dados da Tabela 33. Mais de 70% dos empresários com empresas com mais de quinze anos de existência tiveram alguma experiência anterior como empregado. Esta parcela cai para 60%, no caso de empresários com empresas entre 5 a 14 anos de vida e para 53% dos empresários com empresas mais novas (menos de 4 anos). Tal dado sugere que a permanência no mercado de empresários que foram, anteriormente, empregados em outra empresa do mesmo ramo pode ser maior do que a dos empresários que não tiveram tal experiência.

TABELA 33 Presença de algum tipo de experiência prévia e idade das empresas

(% sobre o total das 64 empresas pesquisadas)

Tipo de experiência passada do empresário atual	Mais de 4 anos	5 a 14 anos	Mais de 15 Anos
Proprietários de outras empresas do ramo	12,0	7,6	14,0
Empregados em outras empresas do ramo	53,0	60,0	73,0
Criados em um ambiente familiar onde as pessoas sabiam como produzir móveis	58,0	83,0	62,0
Fornecedor es ou representantes de empresas de moveis	17,0	18,0	23,0
Outros tipos	64,0	86,0	76,0

Na visão dos empresários consultados, entre os benefícios advindos da experiência prévia como empregado do ramo, o conhecimento do processo produtivo, ou seja, o fato de empresário “saber como produzir móveis” não é o mais relevante, como pode ser observado na tabela 34. Equipara-se, em importância, ao fato do empresário “conhecer pessoas que sabiam como produzir móveis”. Tais benefícios são destacados, respectivamente, por pouco mais da metade das empresas que responderam à questão. O domínio do processo produtivo do setor ou a possibilidade de arregimentar pessoas que dominam a tecnologia, embora importantes, não situam-se entre os fatores mais

destacados. Tão importante quanto estes é o fato do empresário “saber onde buscar informações importantes”, citado por 56% do total. Observe-se que todos os fatores citados (a exceção de “sabia como produzir móveis”) são de natureza relacional.

Existe, no entanto, um benefício que é, na visão dos empresários, superior a todos os demais: “o conhecimento de clientes e representantes”, 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. Neste contexto, a experiência passada do empresário pode se transformar em um grande ativo. Os laços e conexões advindos com experiências pregressas são capazes de dotar um futuro empreendedor de condições competitivas diferenciadas, viabilizando o acesso a informações e, eventualmente, acesso ao cliente. Constituem-se, dessa maneira, em ativos relacionais valiosos para viabilizar um empreendimento. No contexto de um dado território, são tão importantes quanto o capital físico ou o capital humano, aí presentes.

TABELA 34 Tipos de vantagens derivadas da presença de uma experiência passada no ramo (*)

Benefícios	(N ^o de citações)*	(% sobre o total de respondentes)
Sabia onde buscar informações importantes	33	56
Sabia com quem negociar	15	26
Sabia em quem confiar	17	29
Já conhecia os principais fornecedores do ramo	33	57
Já conhecia alguns clientes e representantes	42	72
Já era conhecido do gerente de banco	8	14
Sabia como produzir móveis	32	55
Conhecia pessoas que sabiam como produzir moveis	32	55

(*) a questão admitia múltiplas respostas e foi respondida por um total de 58 empresários, que afirmaram que tiveram (ou seus sócios), anteriormente à abertura de suas próprias empresas, algum tipo de experiência passada sua (ou de seu sócio) ou de sua família (ou da família de seu sócio) no ramo de móveis.

A relevância dos relacionamentos anteriores do empresário atual (obtidos à época em que trabalhava como empregado em uma outra empresa da área), para o sucesso de empreendimento, pode ser melhor observada na Tabela 35. Esta tabela apresenta as formas de acesso, consideradas “importantes” ou “muito importantes”, utilizadas pelo total de empresas pesquisadas, para chegar aos atuais clientes, fornecedores e representantes. Como pode ser observado, em 16 dos casos (que equivalem a 25% do total das empresas pesquisadas), o acesso ao cliente foi obtido pelo fato do cliente ter sido, anteriormente, “de conhecimento prévio do empresário, que trabalhou como empregado em outra empresa de móveis”.

TABELA 35 Formas de acesso* adotadas pela empresa para chegar aos clientes, fornecedores e representantes

(%)

Formas de acesso*	Ao cliente	Ao fornecedor	Ao representante
Era conhecido de familiares que atuavam/atuam no ramo	8	8	7
Era do conhecimento prévio do empresário, que trabalhou antes em outra empresa de móveis	16	12	12
Indicação de pessoas do relacionamento comercial	21	17	17
Indicação de empresários do ramo	12	16	18
Indicação de amigos e familiares	9	9	13
Indicação de consultores e técnicos de entidades de apoio	8	6	7
Contatos em feiras	14	12	16
Catálogos, revistas, internet, etc.	12	20	10
Total	100	100	100

(*) incluídas apenas as citações de acesso consideradas nas categorias “importantes” e “muito importantes”. Eliminada a categoria “pouco importante”. Retiradas as citações provenientes de “outros canais”

A capacidade de acesso ao mercado pode ser considerada, em um ambiente altamente competitivo com o atual, um fator distintivo das empresas, uma vantagem competitiva. Como pode ser verificado na Tabela 36. A primeira maior incidência de citações para acesso ao cliente ocorreu com a forma “foi

indicação de pessoas do relacionamento comercial”, com 21%, seguida por “já era de conhecimento do empresário desde o tempo em que trabalhava em outra empresa do ramo”, com 16% (segundo lugar) e “foi resultado de contato em feiras, etc”, com 14% das citações (terceiro lugar). Este resultado é emblemático, pois realça a importância, concomitante, de dois tipos de fatores, no cerne do esforço de posicionamento de uma empresa no mercado: as conexões passadas, de natureza pessoal, associadas às novas conexões comerciais e empresariais, que a empresa é capaz de criar e forjar, como resultante de sua ação empreendedora dotada de capacidade de inovação.

Tais dados reforçam a proposição sobre a relevância dos laços e conexões passadas, de natureza pessoal, que o empresário atual adquiriu em outra empresa - onde atuou, em geral, como empregado – e que foi capaz de levar para a sua própria empresa. A estes contatos vão se sobrepondo e se adicionando os contatos e conexões que vão sendo criados e forjados pela atuação da empresa, representados pelas categorias “indicação de pessoas de relacionamento comercial”, “indicação de outros empresários”, “resultados de contatos em feiras”, etc. Observa-se que, mesmo estas últimas categorias de contato, também sinalizam para a importância dos ativos relacionais da empresa. Por meio de contatos e relacionamentos comerciais ou empresariais o empresário chega à parcela de sua clientela. Salienta-se também que alguns desses contatos comerciais, a exemplo dos representantes (usados por todas as empresas) ou dos gerentes dos consórcios de exportação (usados por umas poucas empresas) adicionam à “carteira de conexões” da empresa, as suas próprias “carteiras de lojas compradoras”.

TABELA 36 Formas de acesso ao cliente e importância respectiva imputada pelas empresas – total das citações “muito importante”, “importante” e “pouco importante”

Formas de acesso ao cliente	Total de citações * (No.)	Total de citações (%)	Total de citações sobre total das 64 empresas pesquisadas (%)
Já era conhecido antigo da família do empresário, que atuava no ramo de móveis há muitos anos	14	8,2	22
Já era do conhecimento do empresário (ou de seu sócio), desde o tempo em que trabalhava em outra empresa do ramo	25	14,7	39
Foi indicação de pessoas do relacionamento comercial do empresário	36	21,2	56
Foi indicação de outros empresários do ramo	21	12,4	33
Foi indicação de outros amigos e familiares	16	9,4	25
Foi indicação de consultores e técnicos de entidades de apoio empresarial (sindicato, FIEMG, sebrae, escolas, centros de tecnologia, etc.)	13	7,6	20
Foi resultado de contatos em feiras/exposições/rodadas de negócio e missões de que a empresa participou	24	14,1	37
Foi via informações de catálogos, revistas, cadastros, internet, etc.	21	12,4	33
Total		100	-

* a questão permite múltiplas respostas

Como visto, a inserção e o posicionamento de uma empresa no mercado dá-se via conjugação de ativos pessoais, mesclados e em interação com ativos empresariais que vão sendo forjados, resultantes da ação empreendedora dotada de capacidade de inovação. Na importância relativa imputada às diferentes formas de acesso existem diferenciações entre empresas. Tal situação pode ser observada na Tabela 37, que apresenta as formas de acesso julgadas “importantes” e “muito importantes”, em função do porte das empresas. Observa-se que, no caso das microempresas, a forma de acesso “já era de conhecimento prévio do empregado que trabalhou como empregado no ramo” é muito maior (23,5%) do que no caso das empresas na faixa entre 20 a 49

empregados (7,5%) ou com mais de 50 empregados (8,5%). Por outro lado, o acesso obtido via “resultado de contato em feiras/exposições e missões” responde por 21,3%, no caso das empresas com mais de 50 empregados e por apenas 5,6%, no caso das empresas com menos de 20 empregados.

Pode-se depreender daí que, à medida que ocorre um aumento no porte das empresas, amplia-se a importância dos mecanismos de acesso derivado da ação empreendedora dotada de inovação. No outro extremo, quanto menor for uma empresa, mais dependente encontra-se de ativos relacionais passados, de natureza pessoal do empresário. Se, por um lado, 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. A construção do mercado da empresa dá-se por meio de uma interação entre ativos de natureza pessoal e empresarial, que vão sendo forjados, se multiplicam e se reforçam mutuamente, no caso da empresa bem sucedida, dotada de capacidade empreendedora de inovação.

TABELA 37 Formas de acesso ao cliente consideradas “importantes” e “muito importantes” e porte de empresas
(%)

Como chegou aos atuais contatos*	Faixa nº de empregados			Total
	1 - Até 19	2 - de 20 a 49	3 - acima de 50	
CONTATOS DIRETOS:				
Já era conhecido antigo da família do empresário, que atuava no ramos de móveis há muitos anos	5,9	5,0	6,3	5,8
Já era de conhecimento do empresário, desde o tempo em que trabalhava em outra empresa do ramo	23,5	7,5	8,5	12,4

Continua...

TABELA 37 Continuação

Como chegou aos atuais contatos*	Faixa nº de empregados			Total
	1 - Até 19	2 - de 20 a 49	3 - acima de 50	
CONTATOS INDIRETOS:				
Foi indicação de pessoas do relacionamento comercial do empresário	44,1	27,5	21,2	29,8
Foi indicação de outros empresários do ramo	5,9	12,5	10,6	9,9
Foi indicação de outros amigos e familiares.	11,8	5,0	4,2	6,6
Foi indicação de consultores e técnicos de entidades de apoio empresarial (sindicato, FIEMG, sebrae, escolas, centros de tecnologia, etc.)	0	5,0	10,6	5,8
CONTATO COMERCIAL:				
Foi resultado de contatos em feiras/exposições/rodadas de negócio e missões de que a empresa participou.	5,9	20,0	21,3	16,5
Foi via catálogos, revistas, cadastros, internet, etc.	2,9	17,5	17,0	13,2
TOTAL	100	100	100	100

* a questão permite múltiplas respostas

1.3.4.1 A circulação da informação e a difusão da inovação no interior do pólo

A empresa lança mão, no seu dia-a-dia, tanto de fontes de informação remanescentes de relações pessoais do empresário, como de fontes de natureza comercial. A circulação da informação entre as empresas da região dá-se, na maioria das vezes, independentemente da presença de mecanismos mais explícitos ou formais de cooperação entre as empresas. Aliás, a cooperação entre as empresas da aglomeração (aqui entendida com a capacidade das empresas participarem de agrupamentos empresariais coletivos - formais ou informais -, dotados de algum propósito) não é significativa. Cerca de 50% das empresas pesquisadas são afiliadas ao sindicato moveleiro; 20% são associados à associação comercial; 15% participam de algum grupo comunitário ou religioso e cerca de 10% participam de algum grupo empresarial.

Como pode ser verificado na Tabela 38, as formas mais freqüentes de atuação conjunta são: frete e distribuição conjunta (citados por 33,9% das empresas) e participação em feiras (27,9%). Salienta-se que, no primeiro caso – frete e distribuição-, a iniciativa de atuação conjunta não pertence à empresa e sim, em geral, ao responsável pelo frete, que procura otimizar os deslocamentos para lugares mais distantes, negociando com um maior número de empresas. No segundo caso, feira, o mérito da iniciativa cabe, em geral, ao sindicato e entidades locais, que estimulam e apoiam a participação das empresas em feiras.

TABELA 38 Formas de cooperação adotadas pelas empresas

Formas	Total de empresas	
	(No.)	(% sobre 64 empresas)
Compra de matérias-primas e insumos em conjunto	7	11,1
Produção casada (cada empresa faz uma peça diferente ou um componente diferente) para venda conjunta	2	3,2
Venda conjunta de produtos semelhantes (para garantir quantidade mínima e gerar escala)	2	3,2
Consórcio de exportação/venda para o exterior	7	11,1
Desenvolvimento de novos produtos e processos	4	6,3
Desenvolvimento de <i>design</i> e novo estilo de produto	4	6,6
Frete e distribuição conjunta	21	33,9
Negociação e obtenção de crédito e financiamento	2	3,3
Reivindicação coletiva de qualquer natureza	16	25,8
Participação conjunta em feiras, exposições, etc.	17	27,9
Outras	2	5,4

Existem, no entanto, além dos mecanismos acima mencionados de cooperação ou interação, outros menos óbvios, que permitem ou garantem um intenso fluxo de informação entre as empresas. Alguns deles são, inclusive, imperceptíveis à primeira vista ou de difícil observação ou mensuração em análises mais convencionais. Entre os mecanismos mais convencionais, destaca-se o fenômeno de compartilhamento, por diferentes fabricantes, dos mesmos representantes e fornecedores. Tais agentes são utilizados como uma das principais fontes de informação para as empresas. Entre os mecanismos menos óbvios situa-se um fenômeno peculiar à aglomeração produtiva de Ubá, que a

pesquisa conseguiu captar: a alta rotatividade da mão-de-obra aí existente e sua intensa circulação entre as empresas. Um outro mecanismo, de natureza mais sutil, diz respeito aos contatos de natureza completamente informal, mantidos por certos agrupamentos de empresas. Alguns deles são, inclusive, imperceptíveis ou de difícil observação ou identificação com instrumentos mais convencionais de pesquisa de campo. Como a pesquisa realizada introduziu também, no aspecto metodológico, uma inovação em matéria de coleta e tratamento dos dados, tal fato permitiu desvendar algumas dimensões até então imperceptíveis da realidade empresarial de Ubá.

1.3.4.2 A lógica de interação na formação dos agrupamentos empresariais

Além das matrizes já mencionadas, anteriormente, a pesquisa de campo permitiu a elaboração de um outro tipo de matriz, individualizada e personalizada para cada uma das empresas pesquisadas, contendo suas vinculações de intensidade “forte” ou “medianamente forte” com todas as demais empresas pesquisadas. Foi solicitado, a cada uma das empresas pesquisadas, que especificasse os nomes das demais empresas com as quais mantinha, por qualquer motivo, laços mais intensos, caracterizados por uma frequência diária/ semanal de contato regular (laços fortes) ou quinzenal/mensal (laços medianamente fortes) de contato. Estas informações integram a Tabela 39, na qual os nomes das empresas foram transformados em números, para evitar a identificação do informante. Foram incluídos, nesta matriz, apenas contatos existentes entre as empresas que compõem a base amostral da presente pesquisa. A presença, na tabela, de empresas sem nenhum contato indica que a empresa em questão não mantém, regularmente, laços fortes (frequência semanal) ou laços de intensidade mediana (frequência mensal) com nenhuma das empresas do conjunto pesquisado. Tal situação não elimina, no entanto, a possibilidade da presença de laços fortes ou medianos desta empresa com outras empresas

integrantes do universo total de empresas da aglomeração, não considerado na amostra selecionada.

Salienta-se que toda vez que uma empresa (ego) identificou uma empresa de contato (alter), esta foi incluída na lista de relacionamentos da primeira. Considerou-se, para efeito de criação da matriz, que existe uma simetria nas relações, ou seja, o reconhecimento de que as relações são, sempre, bilaterais. Assim, toda vez que a empresa A afirma que se relaciona com B, conclui-se, automaticamente, que B também se relaciona com A, mesmo que B não mencione, de maneira espontânea, tal conexão.

TABELA 39 Vinculações de intensidade forte ou medianamente forte existentes entre as empresas pesquisadas

Ego (empresas pesquisadas)	Alter (relação de empresas pesquisadas com as quais o ego informou manter contato regular)
1	26, 42, 14, 23
2	11, 27, 37, 58, 61
3	6, 10, 61, 64
4	9, 54, 64
5	26, 38, 39, 43
6	8, 43, 3, 8, 61
7	8, 10
8	6, 10, 29, 7
9	4, 30, 56, 40, 42, 55
10	7, 29, 3, 8, 48
11	35, 51, 53, 62, 2, 54, 11
12	
13	
14	1, 26, 46, 54, 58, 27
15	22, 26
16	60
17	60, 51, 11
18	
19	26, 36, 38, 43
20	

Continua...

TABELA 39 Continuação

Ego (empresas pesquisadas)	Alter (relação de empresas pesquisadas com as quais o ego informou manter contato regular)
21	26, 36, 46, 51, 60
22	32
23	1, 42
24	40
25	44
26	36, 38, 46, 51, 54, 1, 5, 14, 19, 21, 60, 15
27	2, 14, 52, 58, 38, 43
28	
29	8, 10
30	49, 9
31	51
32	22, 36
33	
34	61, 62
35	11, 63
36	26, 46, 51, 60, 19, 21, 43, 32
37	2
38	26, 27, 52, 54, 55, 19, 43
39	5
40	9, 24
41	
42	9, 23, 1, 56
43	19, 27, 36, 38, 55, 5, 6
44	25, 34
45	46
46	45, 26, 36, 55, 60, 14, 21, 47, 51
47	46
48	10
49	
50	
51	11, 26, 31, 36, 46, 21, 60, 17
52	38, 27
53	11
54	11, 26, 38, 2, 54
55	9, 38, 43, 46
56	9
57	

Continua...

TABELA 39 Continuação

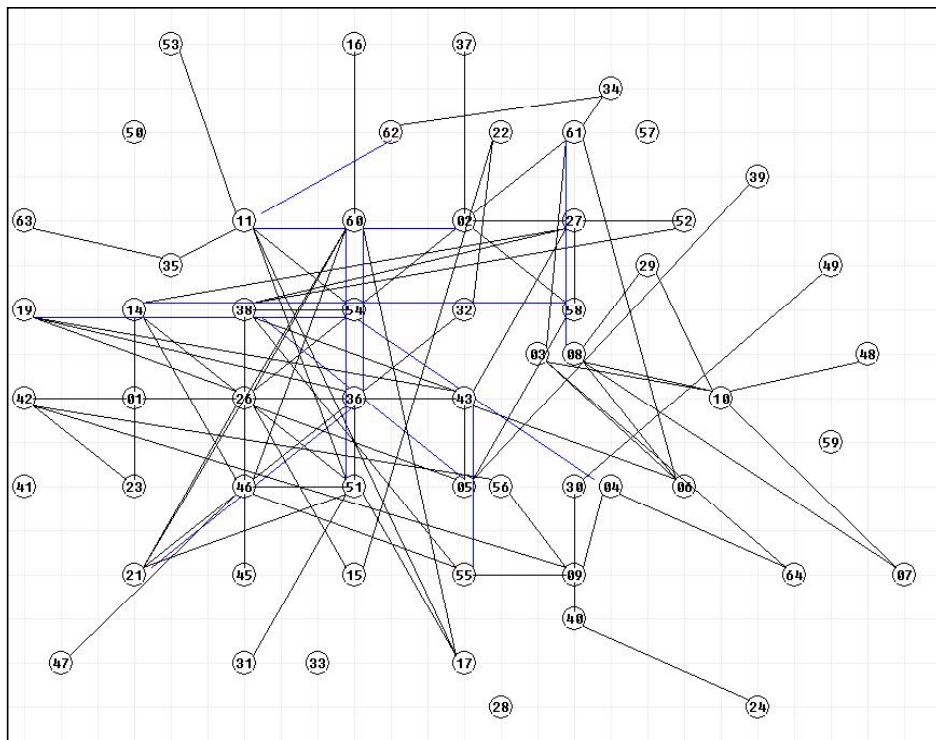
Ego (empresas pesquisadas)	Alter (relação de empresas pesquisadas com as quais o ego informou manter contato regular)
58	2, 14, 27, 5
59	
60	26, 36, 46, 51, 16, 21, 17
61	2, 6, 8, 34
62	11, 62
63	35
64	3, 4

Para a visualização das conexões da Tabela 39 foi elaborado, com a ajuda de um programa específico de computação ⁷ um grafo (apresentado na Figura 5), no qual é possível observar a lógica das conexões existentes. Analisando-se os dados da Tabela 41 e o grafo pode-se notar a presença de alguns “agrupamentos”, formados por um conjunto relativamente maior de empresas. Tal é o caso, por exemplo, do ego 26 (com 12 alters associados), do ego 46 (com 9 alters), dos egos 51 e 36 (com, respectivamente, 8 alters), do ego 43 (com 7 alters). Vários fatores atuam no sentido que aproximar mais as empresas, influenciando na formação destes “agrupamentos”. Situam-se, entre eles, a presença de relações familiares entre elas (presença de várias empresas dentro de uma mesma família), de relações passadas comuns (presença de empresários remanescentes de uma mesma empresa, onde atuaram como empregados na mesma época), a proximidade física (empresas localizadas, por exemplo, em um mesmo quarteirão), a presença de uma empresa “líder”, reconhecida por outras empresas, ao redor da qual algumas se aglutinam, o papel das instituições locais, resultando na formação de grupos empresariais, dotados de forte interação entre si, a exemplo dos consórcios de exportação, das centrais de compra, etc.

⁷ interessados em um software profissional especializado para analisar performance de redes podem recorrer a Nooy et al, 2005, o primeiro livro texto que integra análise de redes sociais com software.

A observação do grafo permite afirmar que as 53 empresas que apresentam pelo menos uma conexão com outra empresa, vinculam-se, de maneira direta ou indireta, ao restante do grupo. Observa-se, por exemplo, o caso da empresa número 63 (que apresenta apenas uma conexão, com a empresa número 35). Ocorre que a empresa número 35, por sua vez, possui conexão também com a empresa número 11. Esta última, por sua vez, possui conexão com mais sete diferentes empresas (números 35, 51, 53, 62, 2, 54, 11) e assim por diante. Dessa maneira, pode-se afirmar que empresa número 63 apresenta conexões, diretas e indiretas, com inúmeras empresas.

FIGURA 5 Conectividade de intensidade forte e medianamente forte entre as 64 empresas pesquisadas.



1.3.4.3 O papel de empresas similares, dos representantes e dos fornecedores como fontes de informação

As empresas recorrem a várias fontes de informação, dependendo do propósito ou da área de interesse. Como pode ser observado na Tabela 40, entre as fontes de informação mais utilizadas pelas empresas, para lançamento e melhoria de um novo produto, situam-se os clientes e os representantes. O total de empresas que considera o cliente uma fonte “muito importante” ou “importante” de informação para lançamento de um novo produto é de 45 (representando 70,3% do total) e para melhoria de produto é de 60 (93,7% do total). Salienta-se que o cliente é uma fonte de informação mais valorizada para aperfeiçoamento do produto do que para o lançamento.

No caso de lançamento de produto, tão importantes quanto os clientes, com fontes de informação para as empresas, são os representantes. Um total de 40 empresas (62,5%) consideram-nos “importantes” ou “muito importantes”. O representante é, eventualmente, utilizado pelas empresas como “espiões” de outras empresas. Como afirmou um empresário da aglomeração “o representante é uma fonte importante de informação, pois seu movimento não é vigiado”. O contato com outras empresas do ramo é valorizado, sobretudo para garantir a melhoria do produto (38 empresas o consideram “muito importante” ou “importante”). Como salientado por um produtor local, “a gente usa outra empresa que faz bem feito como espelho para fazer igual” ou, então, “ninguém pode dizer que a gente copia, porque não faz tudo igualzinho. Sempre é realizada uma adaptação”. No caso de alteração no processo de produção, o fornecedor é considerado “importante” ou “muito importante” como fonte de informação para 43 empresas (67,1% do total). Não existe, nessas últimas variáveis, diferenciação significativa observável na importância imputada a cada uma das fontes de informação, entre o grupo de empresas em expansão e o grupo de empresas em retração.

TABELA 40 Fontes de informação utilizadas pelas empresas - participação das classes “importante” e “muito importante”

(Nº de empresas)

Fontes utilizadas	Lançamento de produto	Melhoria de produto	Alteração no processo de produção	Alteração na gestão	Alteração na área comercial e marketing
Contato com outras empresas do ramo	27	38	36	25	18
Sugestões de amigos e familiares	6	11	11	9	
Fornecedores/ representantes da empresa	40	49	43	12	25
Clientes	45	60	11	11	18
Consultores	3	5	4	10	6
Escolas, universidades, centros de pesquisa e tecnologia	2	2	4	5	1
Entidades empresariais (sindicato, associação comercial, Sebrae, Senai, etc.)	5	12	10	19	17
Programas coletivos de capacitação e treinamento	8	16	16	21	14
Catálogos, internet, revistas especializadas, jornais, etc.	37	38	15	7	13
Encontros de lazer (clubes, bate papo com amigos, etc.)	4	7	2	1	3
Feiras, exposições, missões	38	36	19	2	16
Outras	8	3	3	7	6

1.3.4.4 O papel da rotatividade da mão-de-obra na circulação da informação

A pesquisa identificou que a taxa rotatividade da mão-de-obra na aglomeração produtiva (número de empregados contratados pelo total das empresas pesquisadas – número de empregados demitidos ÷ número de empregados do total das empresas pesquisadas) foi de 8% no período de julho de 2004 a agosto de 2005, o que é sintomático do vigor da economia local. No entanto este dado, por mais relevante que seja, oblitera uma dimensão da realidade local: a presença, na aglomeração, de um elevado nível de circulação de mão-de-obra entre as empresas. O total de empregados contratados pelas

empresas equivale a 23,9% do total. Por sua vez, o total de demitidos é de 15,9%. Somando-se o total de empregados contratados pelas empresas no período (23,9%) com o total de demitidos (15,9%), tem-se uma taxa de circulação de quase 40%. Salienta-se, no entanto, que o empregado demitido em uma empresa é contratado, logo depois, por outra empresa, o que torna, na realidade, esta taxa, bem menor. De qualquer forma, pode-se afirmar que a circulação de mão-de-obra é muito intensa. Um empregado, treinado em uma empresa, leva seus conhecimentos para outra empresa.

O nível de alfabetização dos empregados no pólo não é muito elevado⁸. A principal forma de treinamento da mão-de-obra adotada pelas empresas é o treinamento na própria empresa, no dia-a-dia. Resultados da pesquisa permitem sugerir que as empresas menores constituem-se, muitas vezes, em agentes de treinamento de mão-de-obra para as empresas de maior porte. Tal situação pode ser visualizada nos dados da Tabela 41. Ampla maioria dos empregados das empresas já trabalhou, anteriormente, para outras empresas de móveis na região. Um total de 39 empresas (61% do total) afirmou que mais de 86% de seus funcionários já teve alguma experiência prévia de trabalho em outra empresa. Por outro lado, um total de 15 empresas (23,4%) afirmou que entre 51% a 85% de seus empregados teve tal experiência. Desagregando-se estes dados, por porte de empresas, pode-se verificar que existe uma correspondência entre a incidência de certos patamares de experiência prévia e o porte das empresas. Quanto maior o patamar de experiência prévia, maior a incidência relativa de empresas maiores. Quanto menor o patamar, menor a incidência dessas empresas.

⁸ Segundo dados da pesquisa realizada pelo Sebrae (Sebrae, 2005), 30% dos proprietários de empresas com mais de um sócio e 42% dos proprietários de empresas com apenas um dono possuem ensino fundamental incompleto. No caso dos empregados, tal problema é ainda mais acentuado.

TABELA 41 Porte de empresas e parcela de empregados que já trabalharam em outras empresas de móveis na região

(No.de citações)

Porte das empresas:	Parcela superior a 50%	Entre 51% a 85%	Entre 86% a 95%	Superior a 95%	Total
Até 20 empregados	7	10	11	8	18
Entre 21 a 49 empregados	3	4	5	6	18
Entre 50 a 99			2	2	4
Acima de 100		1	1	4	6

1.4 Conclusão

O pólo está passando, atualmente, por um verdadeiro processo de transformação, uma espécie de revolução silenciosa, que vem afetando e alterando a configuração de suas redes de conexão, seja em âmbito local ou em relação ao mundo exterior. Um novo tipo de competência territorial vem sendo forjada. As empresas que direcionavam, inicialmente, seus produtos, para segmentos da classe C e D, passaram a fornecer também para segmentos mais exigentes do mercado. Os produtos que eram, originalmente, considerados cópias mal feitas, vêm, aos poucos, adquirindo uma concepção própria, incorporando uma maior preocupação com a qualidade, o *design* e a assistência técnica. Ao lado da preocupação com a qualidade, houve grandes investimentos na modernização de equipamento e na introdução de matérias-primas mais avançadas, como o MDF.

Metade das empresas hoje presentes em Ubá surgiu na década de 1990. As novas empresas geradas, muitas delas provenientes de empresas já instaladas, aproveitaram-se das redes e conexões geradas pelas empresas anteriores e foram, também, adicionando e criando suas próprias redes. As empresas locais vêm, mais recentemente, incrementando os contatos entre si e com as entidades de apoio presentes na região. Gerações vão se sucedendo, as mais novas utilizando-se dos laços, conexões e conhecimento das gerações anteriores, mas,

conseguindo, ao mesmo tempo, conseguindo preservar o ímpeto empreendedor e a capacidade de inovação. Cinco gerações vêm alimentando a dinâmica dessa aglomeração produtiva, com um rico acervo de capital social, que vem se acumulando e ampliando, como resultado da ação empreendedora, dotada de capacidade de inovação. A tabela a seguir (tabela 42) apresenta, de maneira sintética, os resultados gerais da pesquisa com os indicadores.

TABELA 42 Relação de indicadores selecionados e algumas constatações mais gerais da pesquisa na aglomeração produtiva de móveis de Ubá

Indicadores:	Constatações gerais:
1. Densidade da rede local: - Grau de Conectividade	Não parece existir diferença significativa entre os dois grupos de empresa (Grupo em Retração e Grupo em Expansão), no que diz respeito ao grau de conectividade existentes nas principais categorias de contato.
2. Amplitude da rede: - Grau de Diversidade da Rede	Existem diferenças significativas entre os dois grupos de empresa analisados, em termos de amplitude das redes: o grupo de empresas em expansão possui, em geral, uma maior amplitude
3. Adensamento da rede -Taxa de Adensamento das Conexões, nível local, nacional e internacional	Existem diferenças significativas entre os dois grupos analisados. Por exemplo: as empresas do grupo em expansão vêm intensificando seus laços com empresas de consultoria; com empresas e entidades localizadas no exterior
4. Enraizamento temporal: - Indicadores de Enraizamento Temporal e Enraizamento setorial	A atividade moveleira é tradicional na região: é possível identificar seu encadeamento em gerações passadas e um grande número de novas empresas surgem a partir de empresas já instaladas.
5. Desempenho empresarial -Grau de Impacto Grupal de um Produto Específico nas vendas das Empresas	Existem diferenciações significativas entre os dois grupos (Grupo em Retração e Grupo em Expansão), em termos de capacidade de inovação e de impacto da inovação e desempenho

Ao longo do processo de transformação e desenvolvimento do pólo é possível verificar como as redes locais vão se adensando, como vão surgindo e se multiplicando as conexões externas, a importância das redes pessoais condicionando e afetando a criação das redes empresariais e 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 locais e a interação entre estes processos na formação do capital social local. O

momento é particularmente interessante para a observação, pois, o processo de mudança encontra-se em curso.

2 CONCLUSÃO GERAL

Além do interesse no desenvolvimento de uma abordagem de aglomerações produtivas, baseada no conceito de Capital Relacional, três hipóteses principais e um conjunto de sete proposições complementares conduziram o presente trabalho. As hipóteses são: i) no desenvolvimento de uma aglomeração produtiva, ocorre um processo de adensamento dos laços entre os diferentes atores produtivos locais e também de ampliação e diversificação de suas conexões com o mundo exterior; ii) a ação empreendedora dotada de capacidade de inovação pode afetar a configuração das redes de relacionamentos existentes dentro de um dado território; iii) organizações locais funcionam como plataformas de relacionamentos, dotando seus membros de ativos relacionais específicos, úteis na criação de novas empresas, em setores afins.

No contexto de um determinado território – uma aglomeração produtiva – o Capital Relacional é 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, condicionam a evolução do próprio território. Mas, se as conexões e relações passadas influenciam a natureza das relações futuras, a ação empreendedora, dotada de capacidade de inovação, pode afetar a configuração das redes e a natureza dos recursos aí inseridos.

Ao longo do processo de transformação e desenvolvimento de uma aglomeração produtiva é possível verificar como as redes locais vão se adensando; como vão surgindo e se multiplicando as conexões externas; a importância das redes pessoais condicionando e afetando a criação das redes empresariais e 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 locais; a interação entre estes processos na formação do capital social local. No caso da aglomeração de móveis da região de Ubá, o momento atual é particularmente interessante para a observação, pois, o processo de mudança da região encontra-se em curso.

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. Como já salientado, atores sociais, detentores de conexões, capazes de permitir a eles transporem distâncias sociais e estabelecerem “pontes” com outros atores e redes (grupos sociais) distintos, gozarão de condições mais privilegiadas. Por outro lado, atores desprovidos de laços e relações, que permitem a eles acessar determinados tipos de recursos, podem, eventualmente, se encontrar em posições de desvantagem (ainda que sejam bem dotados de outros tipos de recursos). Como observado na pesquisa de campo realizada na região de Ubá, o conjunto de empresas que caracterizam o grupo em expansão (ou seja, aquelas que apresentaram, nos últimos dois anos, taxas de crescimento do faturamento superiores a 20%), são maioria e representam o núcleo dinâmico do pólo. Elas distinguem-se, significativamente, do conjunto de empresas que compõem o grupo em retração (cujas taxas de faturamento, no mesmo período, foram negativas ou, no máximo, inferiores a 5%). Esses dois grupos apresentaram nítidas diferenças, não só em termos de crescimento no faturamento nos últimos anos, mas também em termos de capacidade de inovação e no que diz respeito à posse de ativos relacionais. Tal fato pode ser constatado nas análises do fenômeno de ampliação e adensamento das redes e da natureza do processo de inovação em curso.

Salienta-se que algumas das categorias de conexão de menor incidência, atualmente, na região são, no entanto, de fundamental importância, para a

caracterização de um território dinâmico. A presença ou ausência de algumas delas, em um dado território e também uma maior ou menor utilização destas conexões pelas empresas é capaz de distinguir diferentes territórios ou grupo de empresas aí inseridos. Suponha-se, por exemplo, o caso de uma aglomeração produtiva em que um grande número de empresas apresenta vínculos com algum centro tecnológico. A presença desses laços é sugestiva de um maior dinamismo territorial. Da mesma maneira, quando existe um número significativo de empresas com laços com grupos comunitários ou fóruns de desenvolvimento, tal fato pode sinalizar para um maior comprometimento, do segmento empresarial, com os destinos da própria comunidade.

No caso de Ubá, utilizando-se do indicador de amplitude da rede (grau de diversidade) pode-se considerar que uma parcela ainda modesta de empresas mantém, atualmente, laços nessas duas categorias. Tal fato, no entanto, adquire uma outra dimensão, se avaliado de uma perspectiva dinâmica, ou seja, ao longo de um dado período de tempo, caracterizando um processo de evolução, o que é possível utilizando-se o indicador de adensamento da rede (taxa de adensamento das conexões, que se utiliza do conceito de saldo). No caso de Ubá, embora seja pequeno o número total de empresas que apresenta, hoje, alguns tipos de conexões consideradas estratégicas (avaliação estática), o mais importante a considerar é que existe uma tendência crescente de maior utilização (avaliação dinâmica).

2.1 Ampliação e adensamento das redes durante o processo de desenvolvimento da aglomeração produtiva

Há meio século, a região de Ubá não possuía conexões vinculando empresas moveleiras com qualquer tipo de organização localizada além das fronteiras do estado de Minas Gerais. Há uma década, a região não possuía conexões com qualquer tipo de organização localizada além das fronteiras

nacionais. Há cinco anos, a região não possuía conexões com centros tecnológicos. A realidade vem se alterando, gradativamente. A aglomeração produtiva de móveis despontou, de maneira significativa, no cenário nacional, nos últimos anos. A partir de 1990, multiplicou o número de empresas existentes e a produção expandiu-se de Ubá para as cidades vizinhas. Metade das empresas hoje presentes em Ubá surgiu nessa década. As novas empresas geradas, muitas delas provenientes de empresas já instaladas, aproveitaram-se das redes e conexões criadas pelas empresas anteriores e foram, também, adicionando e forjando seus próprios laços. As transformações são visíveis e continuam em curso, tornado possível captar algumas delas, mesmo em um período de tempo mais curto, ou seja, nos últimos cinco anos. Tal fenômeno pode ser observado recorrendo-se a alguns indicadores, que foram elaborados para este trabalho.

Alguns exemplos podem atestar que as empresas do pólo moveleiro intensificaram suas conexões e laços no interior do próprio território, no período de tempo compreendido entre o ano 2000 a 2005:

- a taxa de adensamento das conexões locais entre as empresas moveleiras é de +30% (saldo), sinalizando que o número de empresas que ampliou seus contatos com outras empresas moveleiras da região é muito superior ao número de empresas que, no mesmo período, reduziu seus contatos;
- no caso de adensamento das conexões das empresas moveleiras com entidades empresariais e de apoio empresarial (a exemplo do Sindicato, Sebrae, Senai, etc.), a taxa é de +31%;
- no caso das relações das empresas moveleiras com entidades coletivas (a exemplo de consórcios de exportação, centrais de compra, etc.), taxa é de +14%;

- no caso das relações das empresas moveleiras com empresas de consultoria, a taxa é de +14%.

Nesse mesmo período de tempo, as empresas do pólo ampliaram e diversificaram suas conexões com o resto do mundo, com destaque para o grupo de empresas em expansão:

- as empresas do grupo em expansão apresentaram uma taxa de adensamento de contatos com a categoria “universidades, escolas, centros tecnológicos”, localizadas em âmbito estadual, de +15% (saldo), contra zero para o grupo de retração;
- a taxa de adensamento das conexões das empresas moveleiras com distribuidores no mercado internacional é de +8%;
- as empresas do grupo em expansão apresentaram uma taxa de adensamento de contatos com a categoria “clientes”, localizado 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. Ao sucesso desta empreitada, que depende da ação empreendedora dotada de capacidade de inovação de suas empresas, vincula-se, de alguma maneira, o destino do território;
- o caso dos representantes é peculiar: as empresas do grupo de expansão apresentaram, no período 2000/2005, um saldo negativo de -42% nos contatos com representantes em âmbito local mas, ao mesmo tempo, apresentaram um saldo de +69% no contatos com representantes no âmbito nacional. Tal fato sugere que as

empresas locais estão investindo relativamente mais em representantes localizados em outros estados.

O grupo de empresas em expansão possui, em geral, um maior número de diferentes categorias de conexão, como demonstrado pelo indicador de diversidade:

- o perfil atual das vinculações das empresas da aglomeração produtiva de Ubá (como apresentado na matriz geral consolidada de conectividade) inclui, no âmbito local, treze diferentes categorias de contato; estadual, nove categorias; nacional, sete e internacional, quatro;
- 20% das empresas moveleiras possuem vinculações com um mínimo de nove diferentes categorias de conexão (no caso das empresas do grupo em retração este indicador é de 11%, contra 24% no caso das empresas do grupo em expansão);
- 56,3% das empresas possuem mais de cinco diferentes categorias de conexão em âmbito nacional (indicador de 36,9% para o grupo em retração e de 66,7% para o grupo em expansão);
- 8% das empresas possuem pelo menos uma categoria de conexão em âmbito internacional (empresas em retração com zero e empresas em expansão com 15%)

2.2 Desempenho, inovação, conexões empresariais e dinâmica territorial

A sobreposição e o encadeamento de mudanças e inovações vem alterando, de maneira significativa, as relações das empresas com seus clientes, fornecedores, representantes e com demais empresas moveleiras do pólo: 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). Algumas alterações na categoria **outras empresas moveleiras** podem decorrer do fato que empresas anteriormente concorrentes - em uma determinada linha de produtos ou em um mesmo segmento de mercado – podem tornar-se aliadas e vice e versa, o que amplia ou limita o fluxo de informação entre elas; outras são resultantes do envolvimento das empresas em ações coletivas, a exemplo dos consórcios de exportação, da central de compras, dos fóruns de desenvolvimento local, etc. Estas iniciativas coletivas, induzidas e apoiadas por entidades locais, vêm, paulatinamente, alterando o padrão de relações entre as empresas produtoras de móveis.

A aglomeração produtiva 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. Tal fato permite associar desempenho com a presença de ativos relacionais e sugere que a ampliação e a diversificação de contato encontram-se, intimamente, associadas à capacidade de inovação das empresas. O indicador de desempenho empresarial (grau de impacto de um produto específico nas vendas das empresas) permite captar a associação entre capacidade de inovação e desempenho empresarial.

Observando-se o impacto, seja de um produto novo ou de um produto aperfeiçoado, introduzido pelas empresas nos últimos dois anos (2003/2004), nas vendas totais correntes das empresas, pode-se afirmar que:

- 11% das empresas que lançaram, nesse período, um produto novo no mercado, afirmaram que o impacto das vendas desses produtos, nas suas vendas atuais totais, é superior a 51%;
- 28% das empresas que introduziram, no mesmo período, um aperfeiçoamento nos seus produtos, informaram que esses produtos aperfeiçoados respondem, atualmente, por mais de 76% do valor total de suas vendas;
- Em 51,5% das empresas do grupo em expansão, o impacto de um produto novo (da perspectiva da empresa), lançado nos últimos dois anos, nas vendas atuais totais da empresa, situou-se no patamar de 5% a 50%. Por outro lado, em apenas 5,2% empresas do grupo em retração, o impacto de um produto aperfeiçoado nas vendas atuais da empresa situou-se no mesmo patamar;
- em 48% das empresas do grupo em expansão, o impacto de um produto aperfeiçoado, nas vendas atuais totais das empresas, foi superior ao patamar de 76%. Por outro lado, em nenhuma empresa do grupo em retração, o impacto de um produto aperfeiçoado nas vendas atuais da empresa chegou nesse mesmo patamar;
- 67% das empresas do grupo em expansão afirmaram ter lançado um produto novo. Incluem-se, neste conjunto, as cinco empresas que estão exportando. Todas estas afirmaram que lançaram produto novo no período. Por outro lado, do total de empresas em retração, apenas 10,5% afirmaram ter lançado um produto completamente novo;
- a capacidade diferenciada de inovação entre os dois grupos foi captada com o uso do indicador de desempenho: o indicador de impacto do produto novo nas vendas do grupo em expansão foi de 30,6% (contra 3,6% no caso do grupo em retração); o indicador de

impacto de produto aperfeiçoado nas vendas do grupo em expansão foi de 61,4% (contra 21,3%, no caso do grupo em retração).

Pode-se afirmar que o grupo de empresas em expansão imprime ao pólo moveleiro o seu dinamismo, desbravando e abrindo novas conexões (que são, posteriormente, exploradas pelas demais empresas) e servindo, muitas vezes, como referência para melhoria e mudanças nas demais empresas do pólo (o que é possível, devido à grande interação, em geral informal, existente entre as empresas e o fluxo de informação que aí circula). Alguns dados permitem sustentar tal proposição:

- 59,4% das empresas moveleiras consideram “muito importante” ou “importante” os contatos com “outras empresas do ramo”, como fonte de informação para aperfeiçoamento de seus produtos;
- 62,5% das empresas mantêm laços fortes (caracterizados por uma freqüência 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; estas empresas encontram-se, direta ou indiretamente, conectadas com as demais empresas moveleiras do pólo;
- no que diz respeito a contatos indiretos, existem também outros agentes, que funcionam como intermediários nas conexões entre duas empresas, não diretamente conectadas entre si. Tratam-se dos representantes e dos fornecedores, ambos considerados, por um número significativo de empresas, “importantes” ou “muito importantes”, como fonte de informação para a introdução de inovações e mudanças de vários tipos nas empresas;

- além dos contatos informais intensos entre as empresas e do papel dos representantes e fornecedores como canais de circulação de informação, outros mecanismos também garantem um fluxo de informações entre as empresas, a exemplo da circulação de mão-de-obra entre as empresas. No caso da aglomeração produtiva de Ubá, a taxa de circulação é elevada.

Tais dados indicam que a circulação de informação e a difusão da inovação na aglomeração produtiva podem se propagar rapidamente. Observando-se o grafo de conectividade (Figura 5), constata-se que existem alguns agrupamentos informais de empresa. Alguns deles, como já salientado, organizam-se ao redor de alguma empresa líder, que direciona, para si, um grande número de conexões de outras empresas moveleiras, localizadas na região.

Pode-se concluir que, durante o processo de desenvolvimento da aglomeração produtiva de móveis 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, situadas em centros mais dinâmicos e localizadas em territórios cada vez mais distantes. Enquanto o adensamentos 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 criação de novas conexões, que afetam a configuração das redes e a natureza dos recursos aí inseridos. Para uma compreensão mais abrangente de como tal fato repercute na dinâmica territorial, é importante entender também o papel das empresas, em geral, como “plataformas” de relacionamento.

2.3 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 vinculação, pessoal ou familiar, no ramo de móveis. A forma mais difundida de experiência prévia é, no caso dessa região, a vinculação passada como 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 da atividade produtiva na região.

Algumas das dimensões do fenômeno foram captadas em Ubá, contando-se, inclusive, com a utilização dos indicadores de enraizamento (indicador de enraizamento temporal e indicador de enraizamento setorial):

- O indicador de enraizamento setorial da região é de 71,8%. Esta é a parcela de empresas da aglomeração que possui, seja um vínculo

para trás (situado à montante) com outra empresa (ou seja, empresário atual foi, anteriormente, empregado em outra empresa), seja um vínculo para a frente (situado a jusante) com uma outra empresa (ou seja, empresa atual possuiu empregado que se tornou empresário em outra empresa do ramo).

- Quanto mais antiga a empresa moveleira – ou seja, mais consolidada no mercado – maior a incidência da presença de empresários dotados de experiência prévia como empregado em outra empresa: 73% dos empresários com empresas com mais de quinze anos de existência tiveram alguma experiência anterior como empregado. Esta parcela cai para 60%, no caso de empresários com empresas entre 5 a 14 anos de vida e para 53% dos empresários com empresas mais novas (menos de 4 anos). Estes dados sugerem que a presença de uma experiência prévia no ramo ampliaria as chances de sucesso do empreendimento.
- Ampla maioria dos empresários considera que uma experiência prévia no ramo pode beneficiar 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 das empresas pesquisadas, 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 e representantes”, 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 se pode se deduzir dessa reflexão, a experiência passada do atual empresário, como empregado em outra empresa, pode se transformar em um grande ativo.

- Entre as formas possíveis de acesso ao cliente, utilizadas pelas empresas de Ubá, destacam-se a **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 importância imputada às diferentes formas de acesso guarda uma certa correlação com o porte das empresas: no caso das microempresas, a forma de acesso “já era de conhecimento prévio do empregado que trabalhou como empregado no ramo” é muito maior (23,5%) do que no caso das empresas na faixa entre 20 a 49 empregados (7,5%) ou com mais de 50 empregados (8,5%). No outro extremo, o acesso obtido via “resultado de contato em feiras/exposições e missões” responde por 21,3%, no caso das empresas com mais de 50 empregados e por apenas 5,6%, no caso das empresas com menos de 20 empregados.
- O indicador de enraizamento temporal é de 6,2%. Esta é a parcela de empresas que possui ligações familiares que remontam há pelo menos três gerações imediatamente precedentes, no ramo de moveis, na região.

Pode-se depreender 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 inovação, levados a cabo pela empresa, capazes 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.

Salienta-se que, no contexto de um dado território, os ativos relacionais são tão importantes quanto o capital físico ou o capital humano aí presentes. No caso de Ubá, cinco gerações vêm alimentando a dinâmica dessa aglomeração produtiva, com um rico acervo de capital social, 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.

2.4 proposições de apoio

Um elenco de proposições complementares, explicitadas no corpo teórico do presente trabalho, também pôde ser avaliado no contexto da pesquisa de campo. Cada uma delas será abordada a seguir.

Proposição 1

Um determinado ator apresenta uma capacidade limitada de estabelecimento de **laços** ou **liames** (vínculos mais intensos) com outros atores sociais, mas, pode apresentar uma grande capacidade de estabelecimento de contatos com um número variado de diferentes atores. A identificação destes vínculos permite caracterizar a natureza de suas possibilidades e ou preferências.

Observando-se a amplitude das redes existentes em Ubá, pode-se afirmar que existem 33 diferentes categorias de conexão presentes na aglomeração, sendo 13 no âmbito local, 9 no estadual, 7 no nacional e 4 no internacional. Esse conjunto de diferentes categorias de conexões representa não apenas a realidade atual da aglomeração, mas também os limites das possibilidades territoriais. Qualquer alteração, seja no número total de diferentes categorias de conexão aí presentes, no número de empresas presentes em cada uma das conexões ou até mesmo na intensidade de contatos existentes, exigirá, por parte das empresas, grandes esforços. As alterações ocorrem, em geral, de maneira gradual. Qualquer grande alteração exigiria uma grande inovação, capaz de romper, de maneira abrupta, com a situação existente, gerando novos padrões de vinculações e laços.

Proposição 2

No que diz respeito à possibilidade de transformação de um simples **contato** em um **vínculo** ou **liame**, o motivo ou propósito inicial de cada nova relação estabelecida (se de cunho pessoal e ou negocial) é, muitas vezes,

secundário, em face da conjugação de outros fatores: intensidade do contato, tempo de duração e presença de identidade entre os dois atores envolvidos.

A presença de algum grau de confiança e de reciprocidade parece inerente à formação de um vínculo ou liame entre dois atores. Diferentes níveis de confiança podem ser observados nas relações das empresas moveleiras, com seus clientes, seus representantes e seus fornecedores. O grau de confiança é relativamente maior nas relações com fornecedores e relativamente menor nas relações com clientes. As empresas apresentam, em geral, uma certa propensão a confiar mais em representantes locais, localizados na mesma região, do que em representantes de outros estados. Tal fato, no entanto, não tem evitado uma crescente utilização de representantes de fora do território. A presença de um maior grau da confiança encontra-se associado ao tempo de duração das relações, de maneira que relações mais antigas apresentam, em geral, maior grau de confiabilidade. Empresas moveleiras, dotadas de uma política de valorização e capacitação de representantes, possuem representantes com dedicação exclusiva, embora não haja nenhuma exigência formal nesse sentido. Alguns agentes vêm atuando como representantes de certas empresas há várias décadas, tendo iniciado, no ramo de representação, também seus descendentes.

Proposição 3

A proximidade física não é, por si só, garantia suficiente para o estabelecimento de relações mais fortes. Da mesma maneira, a distância física não inibe o surgimento de relações mais fortes. Relações locais podem ser, igualmente, fortes e fracas; da mesma maneira, as relações externas.

O caso das relações das empresas moveleiras com seus representantes é sintomático. Ampla maioria das empresas mantém “laços fortes” com seus representantes, independentemente da localização física dos mesmos. O grau de conectividade forte empresa-representante é de 85,7% % em âmbito local, de

77,3% no estadual e de 73,6% no nacional. Tal fato justifica-se devido ao papel fundamental exercido por esses agentes e à grande dependência que as empresas moveleiras possuem em relação aos mesmos.

Proposição 4

No início da evolução de uma empresa, os relacionamentos 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 alavancadores de novas relações, que compõem o ativo relacional das empresas (capital social).

Às conexões de natureza mais pessoal, que o empresário adquiriu em função de atividades passadas, vão se sobrepondo e se adicionando os contatos e conexões que vão sendo criados e forjados pela atuação da empresa, estes gerados por “indicação de pessoas de relacionamento comercial (representantes, clientes e fornecedores)”, “indicação de outros empresários do ramo”, “resultados de contatos em feiras”, etc. Observa-se que mesmo estas últimas categorias de contato também sinalizam para a importância dos ativos relacionais da empresa, para acesso ao cliente e ao mercado. Por meio da combinação dos contatos e relacionamentos pessoais do empresário com os contatos e relacionamentos comerciais forjados pela empresa, o empresário chega aos seus clientes. Estes, por sua vez, também abrem novas frentes e possibilidades de contatos para a empresa.

Como visto, a inserção e o posicionamento de uma empresa no mercado dão-se, muitas vezes, via conjugação de ativos pessoais, mesclados e em interação com ativos empresariais que vão sendo forjados, resultantes da ação empreendedora dotada de capacidade de inovação. Os laços e conexões advindos de experiências pregressas são capazes de dotar um futuro empreendedor de condições competitivas diferenciadas, viabilizando o acesso a

informações e, eventualmente, o acesso ao cliente. Constituem-se, dessa maneira, em ativos relacionais valiosos para viabilizar um empreendimento. Se, por um lado, 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. A construção do mercado da empresa dá-se por meio de uma interação entre ativos de natureza pessoal e empresarial, que vão sendo forjados, se multiplicam e se reforçam mutuamente, no caso da empresa bem sucedida, dotada de capacidade empreendedora e de inovação.

Proposição 5

Na essência da ação empreendedora situa-se a capacidade de unir e recombinar diferentes recursos produtivos, localizados em redes e grupos sociais distintos.

Um pequeno exemplo, extraído da realidade da aglomeração produtiva, pode ser utilizado para demonstrar a adequação da proposição. Trata-se de um caso associado à história da família Parma, cujas iniciativas, no ramo de móveis, remontam às origens da aglomeração produtiva de Ubá. Como já comentado, a madeira utilizada, inicialmente, na fabricação dos móveis da empresa, era extraída dos caixotes que vinham embalando mercadorias diversas para o Armazém Santo Antônio, uma loja que vendia produtos variados na região. Os móveis confeccionados com tábuas de engradado, transportados em carroça de entrega, puxados por animais e vendidos para amigos e conhecidos em várias localidades próximas, são emblemáticos da capacidade de associar, de maneira criativa e inovadora na região, diferentes recursos produtivos aí presentes. Simboliza, em sua singeleza, a natureza da ação empreendedora nos primórdios do nascimento da aglomeração produtiva.

Proposição 6

Na explicação da dinâmica territorial, mecanismos menos óbvios ou explícitos de interação entre diferentes empresas são, muitas vezes, tão importantes quanto os mecanismos mais explícitos, sejam formais ou informais, de cooperação entre as empresas.

A interação entre as empresas estende-se muito além da mera presença de mecanismos mais óbvios de cooperação entre elas. Entre os mecanismos mais óbvios, frequentemente enfocados em vários estudos sobre aglomeração produtiva, citam-se as associações - sejam formais ou informais - de empresas, dotadas de algum propósito, a exemplo das centrais de compra e venda, das cooperativas, dos fóruns de desenvolvimento, etc. Não se pretende, aqui, questionar a importância de tais iniciativas. Muito pelo contrário. Estas formas de cooperação, mais institucionalizadas, são de fundamental importância e atestam, muitas vezes, a maturidade de um dado território em uma certa dimensão de atuação. Destaca-se, apenas, que existem outros mecanismos, menos óbvios, que permitem ou garantem um intenso fluxo de informação entre as empresas. Estes são, na verdade, tão importantes quanto os do primeiro tipo. Alguns são, inclusive, imperceptíveis à primeira vista ou de difícil observação ou mensuração, em análises mais convencionais. Aí situam-se, por exemplo, como observado na pesquisa na aglomeração produtiva de Ubá, a alta rotatividade da mão-de-obra existente e sua intensa circulação entre as empresas da região ou a presença de contatos de natureza completamente informal, mantidos por certos agrupamentos de empresas. A abordagem adotada pelo presente trabalho permitiu a identificação e mapeamento de alguns desses mecanismos menos óbvios, projetando algumas luzes em certas dimensões até então desconhecidas do fenômeno. Tal fato só foi possível devido às inovações que foram introduzidas em matéria metodológica.

Proposição 7

As instituições de apoio empresarial existentes no local podem exercer um papel fundamental na criação de um ambiente mais favorável a uma maior interação e ou cooperação entre as empresas aí presentes.

As entidades presentes no território e envolvidas com projetos de desenvolvimento podem exercer um papel de fundamental importância. Tal papel pode ser explicitado, observando-se a atuação de instituições que vêm apresentando bons resultados nas suas intervenções territoriais, a exemplo do Sebrae e de algumas entidades de representação ou de apoio empresarial. No caso de Ubá, destacam-se, entre estas, o sindicato das empresas moveleiras, integrante da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG). Embora várias dessas entidades possam definir suas respectivas missões como sendo de **capacitação, representação, promoção** ou **apoio empresarial**, elas, na verdade, vêm cumprindo uma missão mais abrangente e exercendo, quando são bem sucedidas em suas ações, um papel específico: são, todas elas, sobretudo, agentes de conexão. Promovem contatos entre diferentes atores e realidades que, de outra maneira, ficariam desconectados. Entre suas iniciativas, destacam-se esforços no sentido de:

- i) incentivar uma maior aproximação e interação entre as empresas locais (com propostas de criação de fóruns e grupos locais, com projetos de implementação de empreendimentos cooperados ou de implementação de diferentes formas de intervenções coletivas);
- ii) procurar levar as empresas até os centros de tecnologia e universidades (com projetos na área tecnológica), gerando conexões entre os dois agentes;

- iii) promover conexões e contatos entre fabricantes e clientes, localizados nos mercados nacional e internacional (com missões, caravanas, feiras e rodadas de negociação).

Pode-se afirmar que essas entidades funcionam, quando são bem sucedidas nas suas iniciativas, como “**agentes empreendedores**” - no sentido imputado por Leibenstein, Granovetter ou Burt (que vislumbram o empreendedor como um agente de conexão e de criação de pontes) – ou, então, como “**empreendedores coletivos**” - conceito já explorado pela autora desta tese (representando um elemento externo capaz de interagir com duas partes em disputa real ou potencial e garantir a cooperação entre ambas, como explorado por Vale, 2004b). As entidades buscam aproximar e conectar empresas produtoras entre si; com clientes e fornecedores - localizados no país e no exterior -; com outras entidades – como os centros tecnológicos, os bancos, etc. Exercem, assim, o papel de conectar grupos sociais e realidades distintas (que, de outra maneira, ficaram desconectadas), estimulando, com isso, a superação de alguns “vazios” ou “buracos estruturais”, que separam o território do “resto do mundo” e ajudando as empresas locais a agregarem valor à atividade produtiva territorial.

2.5 A inovação metodológica do presente trabalho

A proposta metodológica resultante deste trabalho pode ser de grande utilidade para a realização de estudos comparativos nos níveis inter e intraterritorial, voltados para o tema das aglomerações produtivas, observados da perspectiva do capital social. A pesquisa de campo não só permitiu, mas também exigiu a elaboração de uma metodologia própria para abordar o tema da aglomeração produtiva, sob a perspectiva do conceito de Capital Relacional e das hipóteses e proposições explicitadas. Como, aliás, já salientado anteriormente (capítulo V), a necessidade na evolução da abordagem das redes

vem provocando uma interação profícua entre os conceitos teóricos, o método de investigação e as observações empíricas, cada um deles alimentando e ampliando os demais. Ao longo do presente trabalho, ocorreu uma grande interação entre os conceitos teóricos, a metodologia de abordagem e de observações empíricas, o que atesta, uma vez mais, que desdobramentos e evoluções em um deles podem, eventualmente, repercutir nos demais.

A metodologia utilizada também tornou possível usufruir de algumas das vantagens e benefícios inerentes à abordagem das redes. Salientam-se, entre eles: a natureza interdisciplinar da abordagem aqui proposta, a capacidade de integrar abordagens de natureza micro (centradas em um ator econômico, no caso, a empresa moveleira) com abordagem macro (focada em um território, caracterizado como uma aglomeração produtiva) e a associação entre análises de natureza mais estrutural (com foco nas interações e laços mantidos pelas empresas com várias categorias de organização) com aspectos associados aos atributos das empresas, a exemplo do porte, da idade, do desempenho, etc.

Para permitir a realização de um pesquisa de campo compatível com o escopo das proposições teóricas, houve uma preocupação prévia não apenas com a natureza do instrumento de coleta de dados (o questionário estruturado), como também com a elaboração de um conjunto de indicadores com capacidade de mensuração e de comparação de certas dimensões do fenômeno de interesse. No caso do questionário, salienta-se que a experiência obtida com a pesquisa de campo, realizada em Ubá, permite sua otimização, com substanciais economias no tamanho, número de questões inseridas e, conseqüentemente, no tempo de levantamento dos dados. Tal não é, no entanto, a intenção do presente trabalho.

Um outro aspecto, associado ao questionário, também deve ser salientado: sua aplicação, em empresas menores, nas quase um sócio-proprietário domina e controla todas as informações, é mais simples do que em empresas maiores e mais complexas. Neste último caso, é necessário,

freqüentemente, o recurso a mais de uma fonte de informação, dentro da própria empresa, além de registros escritos.

Os indicadores, elaborados no contexto do presente trabalho, podem ser utilizados para comparar distintas populações, a exemplo de diferentes aglomerações produtivas ou, alternativamente, para comparar distintos grupos empresariais dentro de uma mesma aglomeração produtiva. Salienta-se, no entanto, que o conjunto de indicadores aqui inserido (Tabela 43) representa, exclusivamente, o mínimo necessário, para uma análise direcionada, neste momento, para uma única aglomeração produtiva. Tal fato, no entanto, não impede a utilização da abordagem aqui desenvolvida, para comparar diferentes aglomerações produtivas. Isso, aliás, pode enriquecer, de maneira significativa, o escopo do presente trabalho, permitindo uma ampliação do conjunto de indicadores de interesse. Tal não é, no momento, a intenção no presente trabalho. Salienta-se, apenas, que o conjunto de indicadores, aqui explicitados, não esgota ou pretende esgotar o tema. Da mesma maneira, os exemplos aqui elencados, para cada tipo de indicador, não esgotam as possibilidades de utilização presente do mesmo.

TABELA 43 Indicadores elaborados e alguns exemplos de aplicação

Indicadores	Aplicações
Densidade da rede: - grau de conectividade	62,5% das empresas moveleiras de Ubá mantêm laços fortes com, pelo menos, uma outra empresa moveleira da região; 65,6% das empresas moveleiras mantêm laços fortes com, pelo menos, um representante local ;(60,9% delas mantêm laços fortes com, pelo menos, um representante nacional); 15,6% das empresas moveleiras mantêm laços (de qualquer intensidade) com empresas de consultoria local; 7,8% mantêm laços com grupos comunitários.
Amplitude da rede: Grau de diversidade da rede	20% das empresas moveleiras possuem vinculações com um mínimo de nove diferentes categorias de conexão; 56,3% das empresas possuem mais de três diferentes categorias de conexão em âmbito nacional ; 8% das empresas possuem pelo menos uma categoria de conexão em âmbito internacional.

Continua...

TABELA 43 Continuação

Indicadores	Aplicações
Adensamento da rede: Taxa de adensamento das conexões (saldo)	taxa de adensamento das conexões locais entre as empresas moveleira é de +30% no período 2000/2005; taxa de adensamento das conexões das empresas moveleiras com os representantes locais é de -39%; saldo de adensamento das conexões locais com entidades coletivas de +14%; com entidades empresariais e de apoio de +31%; com empresas de consultoria de +14% ; saldo de adensamento das conexões das empresas moveleiras com distribuidores no mercado internacional de +8% .
Enraizamento temporal: Indicador de enraizamento temporal	6,2% das empresas moveleiras possuem vinculações com pelo menos três gerações imediatamente precedentes;
Enraizamento setorial: Indicador de Enraizamento Setorial	71,8% das empresas apresentam encadeamentos seja a montante, seja a jusante, vinculando antigos empregados a novos empreendedores no mesmo ramo de atividade.
Desempenho empresarial: grau de impacto grupal de um produto específico nas vendas das empresas	o indicador de impacto do produto novo nas vendas totais das empresas do grupo de expansão é de 30,6% (e de 3,6%, no caso das empresas do grupo em retração); o indicador de impacto do produto aperfeiçoado é de 61,4 %, no caso das empresas do grupo em expansão (e de 21,3%, no caso das empresas do grupo em retração).

2.6 Algumas lições para políticas públicas

As proposições teóricas, associadas às observações de campo, permitem avançar em algumas reflexões sobre a natureza das políticas públicas voltadas para o incremento da competitividade territorial e para a implementação de processos sustentáveis de desenvolvimento local. Os comentários e sugestões aqui apresentados referem-se tanto ao papel das entidades envolvidas quanto às iniciativas de políticas, programas e mecanismos de intervenção na área.

- i.) Conscientizar entidades envolvidas com projetos de desenvolvimento territorial sobre a importância de seus papéis como agentes de conexão e de criação de redes.

Embora as entidades presentes nos projetos de desenvolvimento territorial já estejam exercendo (quando bem sucedidas), o papel de agentes de conexão e de criação de redes, muitas delas não possuem, ainda, consciência plena de tal papel ou, mesmo, de sua importância. Esta ausência de consciência pode provocar, eventualmente, algumas pequenas distorções, que devem ser superadas. A mais comum delas pode ser observada em alguns projetos ou iniciativas de intervenção local, onde existe uma excessiva valorização na criação de conexões entre os atores locais, sem uma maior preocupação com a criação de conexões com o “resto do mundo”. É o caso, por exemplo, de alguns projetos inseridos no contexto do desenvolvimento local integrado e sustentável (DLIS), em que grande parte dos esforços volta-se para a criação de fóruns e grupos gestores ou para a criação de mecanismos locais de governança ou, mesmo, do caso de esforços isolados para a criação de empreendimentos coletivos, a exemplo de cooperativas. Não que tais mecanismos não sejam de fundamental importância. De fato são. Mas, devem vir calibrados e combinados com iniciativas vigorosas de integração dessas instâncias ou do território com o mundo exterior.

- ii.) Transformar as conexões indiretas das empresas com atores-chaves em conexões diretas

Muitas entidades atuam, no contexto das aglomerações produtivas, abrindo portas ou intermediando as relações das empresas locais com outras organizações, localizadas fora do território. Embora tais contatos indiretos possam, eventualmente, imprimir um maior dinamismo ao setor produtivo local, essas formas indiretas não podem se perpetuar. As empresas locais devem adquirir competência e condições para estabelecerem conexões diretas com seus clientes, fornecedores, centros tecnológicos, etc. As entidades deveriam

funcionar como **pontes** apenas no início do processo, devendo, paulatinamente, se retirar da relação, passando ou delegando tais iniciativas para as empresas envolvidas.

No que diz respeito à substituição de conexões indiretas por diretas, o caso particular da aglomeração produtiva de Ubá merece, ainda, uma outra consideração. Como constatou-se na pesquisa, as empresas moveleiras relacionam-se com seus clientes sobretudo por meio dos representantes. Tal intermediação, levada ao extremo, pode ser prejudicial à empresa, pois reduz sua sensibilidade em relação às necessidades e tendências do mercado consumidor, além de torná-la, eventualmente, muito dependente do representante. As empresas devem ser estimuladas a manterem canais diretos e freqüentes com seus clientes. Ao mesmo tempo, deve-se procurar realizar um projeto de cadastramento, capacitação e apoio aos representantes da região, de maneira a preservar a participação desse segmento local no mercado geral de representação.

- iii.) Inserir ou valorizar, nos esforços de criação de um sistema local de governança das aglomerações produtivas, a presença de entidades diversas de atuação estadual e nacional.

Existem várias iniciativas em curso de criação de sistemas locais de governança. O sucesso dessas iniciativas é aferido, em geral, pela presença de formas mais institucionalizadas de interação, envolvendo vários tipos de atores locais, a exemplo dos fóruns e grupos gestores, encontrados também com muita freqüência em outros projetos de promoção de desenvolvimento territorial. Seria importante inserir, onde ainda não existir, a participação, ainda que eventual, de entidades diversas, com atuação nas esferas estadual ou nacional. Tal fato permitiria uma maior troca de informações e um maior contato entre atores

locais e atores provenientes, em geral, de segmentos ou centros mais dinâmicos do país.

iv.) Implementar, nas aglomerações produtivas, programas de incentivo à criação de empresas.

Iniciativas de estímulo ao empreendedorismo (envolvendo capacitação técnico-gerencial, além de um sistema de incentivos e financiamentos para abertura das empresas) deverão apresentar maiores e melhores resultados em locais onde já existe uma certa densidade de empresas do mesmo setor, caracterizando uma aglomeração produtiva. Muitas novas empresas que surgirem nessas comunidades poderão usufruir dos benefícios advindos dos ativos relacionais aí presentes, o que amplia as chances de sucesso, concorrendo para uma maior dinamismo territorial. Novas pesquisas, no entanto, deverão ser realizadas, para verificar se existe, no que diz respeito à aglomeração produtiva, uma dimensão ou um tamanho ideal (aferido, por exemplo, em termos de volume da produção local ou de número de empresas envolvidas) a partir do qual pode-se arrefecer o movimento de criação de novas empresas.

v.) Incentivar os contatos e interações de natureza mais informal entre as empresas, em acréscimo aos esforços de criação de agrupamentos empresariais mais institucionalizados

Como já constatado, a intensificação na frequência de contato entre empresas de um mesmo ramo de atividades é, em geral, muito benéfica para todo o conjunto. Dessa forma, além do estímulo à criação de empreendimentos coletivos (a exemplo dos consórcios de exportação, das centrais de compra e venda, das cooperativas, etc.), é importante estimular uma maior interação, ainda

que informal, entre as empresas, por meio, por exemplo, de programas de capacitação conjunta, de criação de espaços de compartilhamento e convivência de empresários, etc.

- vi.) 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.

Torna-se importante estimular e apoiar as empresas para participação em missões e também em feiras, nacionais e internacionais, realizadas tanto em território nacional quanto em outros países, associando tais iniciativas a uma capacitação prévia dos empresários, para que possam não apenas contatar ou negociar com clientes em potencial, mas também usufruir, ao máximo, das possibilidades de contato com empresas similares, aí presentes.

- vii.) Investir na criação de um núcleo dinâmico e auto-suficiente de empresas.

Nas etapas iniciais de um projeto de desenvolvimento territorial deve ser realizado um esforço de criação ou valorização de um pequeno núcleo, formado por empresas mais dinâmicas, que apresentem melhores condições de competição e que sejam capazes de ajudar a deflagrar, posteriormente, um processo de transformação regional. Como visto, o efeito demonstração de empresas desse tipo, em relação às demais e também as interações informais que se formam no território, vinculando essas empresas às demais, ajuda a difundir, paulatinamente, no território, as conquistas desse grupo mais dinâmico, ajudando na melhoria do padrão produtivo geral da região. Tal iniciativa é importante, ainda que as oportunidades daí advindas não sejam, pelo menos inicialmente, distribuídas igualmente entre todas as empresas.

Por outro lado, devem ser envidados esforços no sentido de reduzir as assimetrias existentes entre as empresas. As empresas menos dinâmicas sofrem, em geral, de escassez de recursos financeiros, seja para capital de giro ou investimentos. Tal fato, na aglomeração produtiva de Ubá, inviabiliza, muitas vezes, o acesso dessas empresas a tecnologias mais modernas. Políticas dirigidas e realistas de financiamento poderiam ajudar essas empresas a superar algumas dessas limitações.

Salienta-se, finalmente, que o presente trabalho abre novas perspectivas de reflexão e investigação. Ao realçar, por exemplo, o papel proeminente que adquire o Capital Relacional em certas etapas do ciclo de vida das empresas – em especial na criação e no crescimento –, projeta luz sobre novas formas de organização, inseridas no contexto dos “modelos híbridos” de governança – tão bem explorados por Menard (2004) – expondo alguns temas promissores para futuras pesquisas. As redes empresariais vão, gradativamente, se formando, vinculando as empresas entre si e com outros agentes e ajudando a forjar a economia de mercado de uma dada região. Já, ao deixar clara a identidade existente entre o conceito de Capital Social Relacional e as proposições oriundas da abordagem sobre sistemas produtivos e inovativos Locais, que se constitui, hoje, uma das vertentes de análise sobre aglomerações produtivas – explorada pelo grupo da RedeSist, na Universidade Federal do Rio de Janeiro – também permite vislumbrar novas linhas de investigação. Salienta-se, finalmente, que a concepção teórica aqui elaborada, associada à metodologia de pesquisa que foi desenvolvida também oferece inúmeras possibilidades de investigação, não totalmente exploradas no presente trabalho. Uma melhor formatação e estruturação da metodologia tornará possível a realização de promissores estudos comparativos, seja a nível empresarial, regional ou setorial.

3 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADLER, P.S. Market, hierarchy and trust: the knowledge economy and the future of capitalism. **Organization Science**, v.12, p.215-234, 2001.
- ADLER, P.S.; KWON, Seok-Woo. Social capital: prospect for a new concept. **Academy of Management Review**, v.27, n.1, p.17-40, 2002.
- ALBAGLI, S. Territórios e territorialidade. In: LAGES, V.; BRAGA, C.; MORELLI, G. **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Brasília: Relume Dumará, 2004. p.23-70.
- ALENCAR, E. **Introdução à metodologia de pesquisa**. Lavras: UFLA/FAEPE, 2000.
- ALVAREZ, S.A.; BARNEY, J.B. How entrepreneurial firms can benefit from alliance with large partner. **Academy of Management Executive**, v.15, n.1, p.139-148, 2001.
- AMATO NETO, J. (Org.). **Redes entre organizações**. São Paulo: Atlas, 2005.
- AMIN, A. The globalization of the economy: an erosion of regional networks? In: GRABHER, G. (Ed.). **The embedded firm: on the socioeconomic of industrial networks**. London/New York: Routledge, 1993.
- ANTONELLI, C. Technological districts, localized spillovers and productivity growth: the Italian evidence of technological externalities in the core region. **International Review of Applied Economy**, v.8, p.18-30, 1994.
- APOLINÁRIO V.; SANTANA, L.M. de. Arranjos produtivo de confecções de Natal e Grande Natal: oportunidades de limites para o crescimento e proposições de políticas. In: SEMINÁRIO LATINO AMERICANO; **Perspectivas e Políticas para Sistemas de Inovação e Aprendizado na América Latina**, Rio de Janeiro, 2004. **Textos...** Rio de Janeiro: Rede de Sistemas Produtivos e Inovativos Locais -RedeSist, 2004.
- ARANTES, A.A. Cultura e territorialidade em políticas sociais. In: LAGES, V.; BRAGA, C.; MORELLI, G. **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Brasília: Relume Dumará, 2004. p.87-130.

- ARROW, K.J. Observations on social capital. In: DASGUPTA, P.; SERAGELDIN, I. (Ed.). **Social capital: a multifaceted perspective**. Washington, DC: World Bank, 1999. p.3-5.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DO MOBILIÁRIO. **Panorama do setor moveleiro no Brasil**. São Paulo: SPAbimóvel, 2004.
- ATHANASSIOU, N.; NIGH, D.F. The impact of US company internalization on top management team adviser network: a tacit knowledge perspective. **Strategic Management Journal**, v.20, n.1, p.83-92, 1999.
- AUDIA, P.G.; FREEMAN, J.; REYNOLDS, P. **The special evolution of organizational founding: evidence from US instrument manufacturers**. Berkeley, California: University of California, 2005. 59p.
- AUDIA, P.G.; RIDER C.I. Entrepreneurs as organizational products: revisited. In: BAUM, R.; FRESE, M.; BARON, R. (Ed.). **The psychology of entrepreneurship**. Berkley, California: Lawrence Erlbaum Associates, 2005.
- AYDALOT, P. **Milieux innovateurs en Europe**. Paris: GREMI, 1996.
- BARTH, F. Economic spheres in Darfur. In: RAYMOND F. (Ed.). **Themes in economic anthropology**. Londres; Tavistock, 1964. p.149-174.
- BAUMOL, W.J. Entrepreneurship in economic theory. **The American Economic Review**, v.58, p.64-71, 1968.
- BECATTINI, G. The Marshallian industrial districts as a socio-economic notion. In: PYKE, F.; BECATTINI, G.; SENGENBERGER, W. (Ed.). **Industrial districts and inter-firm cooperation in Italy**. Geneva: International Institute for Labour Studies, 1990. p.37-51.
- BECATTINI, G. O distrito marshalliano: uma noção socioeconômica. In: BENKO, G.; LIPIETZ, A.. **As regiões ganhadoras: distritos e redes – os novos paradigmas da geografia econômica**, Oeiras, Portugal: Celta, 1994.
- BOHANNAN, P.; DALTON, G. (Ed.). **Markets in África**. Evanston: Northwestern University, 1962.
- BORGATTI, S.P.; CROSS, R. A relational view of information seeking and learning in social networks. **Management Sciences**, v.49, n.4, p.432-445, 2003.

BORGATTI, S.P.; FOSTER, P.C. The network paradigm in organizational research: a review and typology. **Journal of Management**, v.29, n.6, 991-1013, 2003.

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

BOURDIEU, P. The forms of capital. In: RICHARDSON, J.G. (Ed.). **Handbook of theory and research for sociology of education**. New York: Greenwood, 1985. p.241-258.

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.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento. FÓRUM DE COMPETITIVIDADE DA CADEIA PRODUTIVA DA INDÚSTRIA DE MADEIRA E MÓVEIS, Brasília, 2000.

BREIGER, R.L. The analysis of social networks. In: HARDY, H.; BRYMAN, A. **Handbook of data analysis**. London: Sage, 2004. p.505-506.

BRITTO, J.N. de P. **Características estruturais e modus-operandi das redes de firmas em condições de diversidade tecnológica**. 1999. Tese (Doutorado) Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

BROWNING, R. **Capitalism and the technology entrepreneur**. McGraw-Hill, 2003.

BUNNELL, T.; COE, N. Spaces and scales of innovation. **Progress in Human Geography**, v.25, p.569-589, 2001.

BURREL, G.; MORGAN, G. **Sociological paradigms and organizational analysis: elements of sociology of corporate life**. Burlington: Ashgate, 1979.

BURT, S.R. **Social contagion and innovation: cohesion versus structural equivalence**, in *The American Journal of Sociology*, v.92, n.6, p.1287-1335, 1987.

BURT, S.R. **Structural holes: the social structure of competition**. Cambridge, Massachusetts/London, England: Harvard University, 1992a. 313p.

BURT, S.R. The social structure of competition. In: NOHRIA N.; ECCLES, R.G. **Networks and organizations: structure, form and action**. Massachusetts: Harvard Business School, 1992b. p.57-91.

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.

CAMPBELL, K.E.; MARSDEN, P.; HURLBERT, J.S. Social resources and socioeconomic status. **Social Networks**, v.8., p.97-117, 1986.

CAMPOS, R.R.; CARIO, S.A.F.; NICOLAU, J.A. Textile and clothing local productive system in the Itajaí Valley: local capabilities and partial interactive learning. In: CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H.M.M.; MACIEL, M.L. (Ed.). **Systems of innovation and development: evidences from Brazil**. Cheltenham, UK/Northampton, MA: E. Elgar, 2003.

CARVALHO, M.M. de. Relações entre empresas, competências coletivas e tipos de governança em clusters de alta tecnologia do Estado de São Paulo. In: AMATO NETO, J. (Org.). **Redes entre organizações**. São Paulo: Atlas, 2005. p.39-53.

CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H.M.M. Inovação, globalização e as novas políticas de desenvolvimento industrial e tecnológico. In: CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H.M.M. (Ed.). **Globalização e inovação localizada: experiências de sistemas locais do Mercosul**. Brasília: IBICT/MCT, 1999.

CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H.M.M. O enfoque em sistemas produtivos e inovativos locais. In: FISCHER, T. (Org.). **Gestão do desenvolvimento e poderes locais: marcos teóricos e avaliação**. Salvador: Casa da Qualidade, 2002. p.61-76.

CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H.M.M. Systems of innovation and development: weaknesses and advantages of the approach. In: INTERNATIONAL GLOBELICS CONFERENCE: innovation systems and development strategies for the third millennium, 1., 2003, Rio de Janeiro. **Textos...** Rio de Janeiro: UFRJ/BNDS/RedeSist, 2003a.

CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H.M.M. O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas. In: LASTRES, H.M.M.; CASSIOLATO, J.E., MACIEL, M. (Ed.). **Pequenas empresas: cooperação e desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003b.

CASTELLI, P.G.; WILKINSON, J. Conhecimento tradicional, inovação e direitos de proteção. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, p.89-112, out. 2002.

CAVALCANTI, L.R.M.T. **Produção teórica em economia regional: uma proposta de sistematização**. Salvador: UFBA, 2004.

CAVALCANTI FILHO, P.F. de M.B. et al. Arranjo produtivo de micro e pequenas empresas de confecções em Campina Grande. **Rio de Janeiro: RedeSist, 2004**.

COASE, R.H. The nature of firm. **Economica**, v.4, p.386-405, 1937.

COE, N.; BUNNELL, T. "Spacializing Knowledge communities: towards a conceptualization of transnational innovation networks. **Global Networks**, v.3. p.437-456, 2003.

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.

COURAULT B.; ROMANI, C. A reexamination of the Italian model of flexible production from a comparative point of view. In: STORPER, M.; SCOTT, A. (Ed.). **Pathways to industrial and regional development**. Routledge, 1992.

COUTINHO, L.G. (Coord.). **Estudo da competitividade de cadeias produtivas no Brasil: impactos das zonas de livre comércio**. Cadeia: madeira e móveis. Campinas: Unicamp-IE-NEIT, 2002.

CROCCO, M. **Pesquisa industrialização descentralizada:** sistemas industriais locais. O arranjo produtivo moveleiro de Ubá. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2001.

CROCCO, M. (Coord). **Aglomerações produtivas em Minas Gerais e Belo Horizonte:** identificação e mapeamento de arranjos produtivos potenciais. CEDEPLAR/SEBRAE/IEL, 2004.

CUSMANO, L. **Technology policy and co-operative R&D:** the role of the relational research capacity. DRUID Danish Research Unit for Industrial Dynamic, 2000. Working Paper no. 00-3.

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

DICKENS, P.; THRIFT, N. The organization of production and the production of organization: why business enterprise matter in the study of geographical industrialization. **Transactions of the Institute of British Geographers**, NS. 17, p 279-291, 1992.

DIJK, M.P. Flexible specialization, the new competition and industrial districts. **Small Business Economics**, n.7, p.15-27, 1995.

DIMAGGIO, P. Cultural aspects of economic action and organization. In: FRIEDLAND, R.; ROBERTSON, A. (Ed.). **Beyond the marketplace**. New York: Gruyter, 1990. p.113-136.

DIMAGGIO, P. Nadel's paradox revisited: relational and cultural aspects of organizational structure. In: NOHRIA, N.; ECCLES, R. (Ed.). **Networks and organization: structure, forms and action**. Boston: Harvard Business School, 1992. p.118-142.

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

DINIZ, C.C. Globalization, territorial scales and technology policy in Brazil. In: CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H.M.M.; MACIEL, M.L. **Systems of innovation and development:** evidence from Brazil. Bodmin, Cornwall: MPG Books, 2003.

DOBRINER, W.M. **Social structures and systems: a sociological overview.** California: Goodyer, 1969. 271p.

DOSI, G. Sources, procedures and microeconomics effects of innovation. **Journal of Economic Literature**, v.36, 1988.

DOSI, G. Industrial organization, competitiveness and growth. **Revue d' économie Industrielle**, n.59, 1992.

DOSI, G.; CIMOLI, M. Technological paradigms, patterns of learning and development: an introductory roadmap. **Journal of Evolutionary Economics**, n.5., p.253-268, 1995.

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.

DOSI, G.; MARENGO, L. Some elements of an evolutionary theory of organizational competences. In: ENGLAND, R.W. (Ed.). **Evolutionary concepts in contemporary economics.** Ann Arbor: University of Michigan, 1994.

DRUKER, P.F. **Innovation and entrepreneurship: practices and principles.** New York: Harper and Row, 1985.

EDWARDS, M. **Enthusiasts, tacticians and skeptics: the world Bank, civil society and social capital.** 1999. Paper. Disponível em: [≤www.worldbank.org/poverty/scapital/library/papers.htm>](http://www.worldbank.org/poverty/scapital/library/papers.htm). Acesso em: 10 dez. 2004.

EVANGELISTA, R. Looking for regional systems of innovation: evidence from the italian innovation survey. **Regional Studies**, v.36, n.2, p.173-186, 2002.

EVANGELISTA, R. et al. Looking for regional systems of innovation: evidence from the italian innovation survey. **Regional Studies**, v.36, n.2., p.173-186, 2002.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS. **Diagnóstico do Pólo Moveleiro de Ubá e Região.** Belo Horizonte: Instituto Evaldo Lodi, 2002.

FERNANDES, A.M.; BALESTRO, M.V. Características de um sistema local de inovação: o arranjo produtivo local de software do Distrito Federal. In: SEMINÁRIO PERSPECTIVAS E POLÍTICAS PARA ARRANJOS E SISTEMAS PRODUTIVOS E INOVATIVOS NA AMÉRICA LATINA, 2004, Rio de Janeiro. **Textos...** Rio de Janeiro: RedeSist, 2004.

FERREIRA, C.M. de C. As teorias da localização e a organização espacial da economia. In: HADDAD, P.R. et al. (Org.). **Economia regional: teorias e métodos de análise.** Fortaleza: Banco do Nordeste, 1989.

FISCHER, T. Poderes locais, desenvolvimento e gestão: introdução à uma agenda. In: FISCHER, T. (Org.). **Gestão do desenvolvimento e poderes locais: marcos teóricos e avaliação.** Salvador: Casa da Qualidade, 2002. p.12–32.

FINE, B. The developmental state is dead- long live social capital? **Development and Change**, v.30, n.1, p.1-19, 1999.

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

FRANCO, A. de. **Pobreza e desenvolvimento local.** Brasília: AED, 2002

FREEMAN, C. **Technological infrastructure and international competitiveness.** Paris: OCDE/Group on Science, Technology and Competitiveness. 1982. Paper.

FREEMAN, C. Networks of innovators: a synthesis of research issues. **Research Policy**, n.20, p.499-514, 1991.

FREEMAN, C. The economics of technical change: a critical survey. **Cambridge Journal of Economics**, n.18, p.463-514, 1994.

FREEMAN, J. H. Entrepreneurs as organizational products: semiconductor firms and venture capital firms. **Advances in the study of entrepreneurship, innovation and economic growth**, v.1 p.33-52, 1986.

FRIEDMAN, J.; ALONSO, W. Location and spatial organization: introductory note. In: _____. **Regional development and planning.** Cambridge: The M.I.T., 1964. p.75-77. Parte 2.

FRIEDRICH, R.W. **Sociologia de la sociologia**. Buenos Aires, Argentina: Amarrortu Editores, 1970.

FUGITA, M.; KRUGMAN, P.; VENABLES, A. **The spatial economy: cities, regions and international trade**. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, 2000.

FUKUYAMA, F. The primacy of culture. **Journal of Democracy**, v.6, p.7-14, 1995.

FUKUYAMA, F. **Confiança: as virtudes sociais e a criação da prosperidade**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

FUKUYAMA, F. **The great disruption: human nature and the reconstitution of social order**. New York: The Free, 1999. 354p.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. **Arranjo produtivo de polo moveleiro de Ubá e região: macro diagnóstico da infra-estrutura**. Belo Horizonte, 2004.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. PNDU. Atlas do desenvolvimento humano: dados 2003, versão 1.

GABBAY, S.M.; LEENDER, R.T.A.J. CSC: the structure of advantage and disadvantage. In: LEENDERS, R.T.A.J.; GABBAY, S. M. (Ed.). **Corporate social capital and liability**. Boston: Kluwer, 1999. p.1-14.

GABBAY, S.M.; ZUCKERMAN, E.W. Social capital and opportunity in corporate R&D. **Social Science Research**, v.27, p.189-217, 1998.

GARCIA, R.; MOTTA, G. Sistemas locais de produção e cadeias globais: uma análise integrada e aplicações para a indústria brasileira. AMATO NETO, J. (Org.). **Redes entre organizações**. São Paulo: Atlas, 2005.

GARGIULO, M.; BERNASSI, M. The dark side of social capital. In: LEENDERS, R.T.A.J.; GABBAY, S.M. (Ed.). **Corporate social capital and liability**. Boston: Kluwer, 1999. p.298-322.

GEERTZ, C. The rotating credit association: a “middle rug” in development. **Economic Development and Culture**, v.10, p.240-263, 1962.

GERLACH, M.L.; LINCOLN, J.R. The organization of business network in the United States and Japan. In: NOHRIA, N.; ECCLES, R. (Ed). **Networks and organization: structure, forms and action**. Boston: Harvard Business School, 1992. p.491-529.

GILSING, V.; NOOTEBOOM, B. **Density and strength of ties in innovation networks: an analysis of multimedia and biotechnology**. Netherlands: Eindhoven Centre for Innovation Studies/Technische Universiteit Eindhoven, 2004. Working paper n. 04.16.

GLASMEIER, M. Technological discontinuities and flexible production: the case of Switzerland and the world of watch industry. **Research Policy**, v.20, p.469-485, 1991.

GORINI, A.P.F. **Panorama do setor moveleiro no Brasil**. Rio de Janeiro: BNDES, 1998.

GORINI, A.P.F. **A indústria de móveis no Brasil**. São Paulo: Abimóvel, 2000.

GRABHER, G. The weakness of strong ties: the lock in of regional development in the Ruhr area. In: GRABHER, G. **The embedded firm**. On socioeconomics of industrial network. Londres: Routledge, 1993a. p.255-277.

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. **Getting a job: a study of contacts and careers**. Chicago/London: The University of Chicago, 1975.

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. Problems of explanation in economic sociology. NOHRIA N.; ECCLES, R.G. **Networks and organizations: structure, form and action**. Boston, Massachusetts: Harvard Business School, 1992a. p.25-56.

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

GRANOVETTER, M. Business groups. In: SMELSER, N.; SWEBERG, R. (Org.). **The handbook of economic sociology**. Princeton, NJ: Princeton University, 1994a. p.453-475.

GRANOVETTER, M. **Handbook of economic sociology**. Princeton, NJ: Princeton University, 1994b. p.477-503.

GRANOVETTER, M. Introdução. In: WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social network analysis: methods and applications**. Cambridge: Cambridge University, 1994c. 825p.

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

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.

GRINDLE, M. The new political economy: positive economics and negative politics. In: MEYER, G. (Ed.). **Politics and policy making in development countries**. Perspectives in new political economy. San Francisco: International Center for Economic Growth-ICS,2001.

HALINEN, A.; TÖRNROOS, J.A. The role of embeddedness in the evolution of business networks. **Scandinavian Journal of Management**, v.14, p.187-205, 1998.

HANIFAN, L. The rural school community center. **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, n.67, p.130-138, 1976.

HANSEN, M.N. Employment growth and changes in unemployment at the county level. In: HANSEN, M.N. (Ed.). **Growth centers in regional economic development**. New York: The Free, 1972. p.266-281.

HARRISON, B. Industrial district: old wines in new bottles?. **Regional Studies**, v.26, n.5, p.469-481, 1991.

HARRISON, B. **Lean and mean**: the changing landscape of corporate power in an age of flexibility. New York: Basic Book, 1994 .

HASSARD, J. **Sociology and organization theory**: positivism, paradigms and postmodernity. Cambridge: Cambridge University, 1993. 167p.

HATCH, M.J. **Organization theory**: modern, symbolic and postmodern perspective, Oxford: Oxford University, 1997. 387p.

HERMAN, A. **How the Scots invented the modern world**. New York: The Rivers, 2001. p.472.

HERRIGEL, G.B. Power and the redefiniton of industrial districts: the case of Baden-Wurtemberg. In: GRABHER, G. (Ed.). **The embedded firm**: on the socioeconomic of industrial networks. London/New York: Routledge, 1993.

HESS, M. Spacial relationships? Towards a reconceptualization of embeddedness. **Progress in Human Geography**, v.28, n.2, p.165-186, 2003.

HIGGINS, B.H. **Economic development**: principles, problems and policies. New York: Norton, 1969.

HIRSCHMAN, A.O. **The strategy of economic development**. Connecticut: Yale University, 1958.

HIRSCHMAN, A.O. **Estratégia do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

HIRSCHMAN, A.O. A dissenter's confession: the "strategy of economic development" revised. In: MEIER, G.M.; SEERS, K. **Pioneers in development**. Washington: World Bank, 1984. p.85-118.

HITT, M.A. et al. **Strategic entrepreneurship**: creating a new mindset. Oxford: Blackwell, 2002.

INGLEHART, R. **Modernization and post-modernization:** cultural, economic and political change in 43 societies. Princeton, NJ: Princeton University, 1997.

INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL. **Estudo do Pólo Moveleiro da Zona da Mata Mineira.** Belo Horizonte, 2000.

INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL. **Indústria moveleira de Minas Gerais.** Belo Horizonte, 2001.

ISARD, W. **Location and space economy:** a general theory relating to industrial location, market areas, land-use, trade and urban structure. Cambridge: M.I.T., 1956.

ISARD, W. **General theory:** social, political, economic and regional. Cambridge: M.I.T., 1969.

JACOBS, J. **Morte e vida das grandes cidades.** São Paulo: Martins Fontes, 2000.

JARILLO, J.C. On strategic networks. **Strategic Management Journal**, v.9, n.1, p.911-945, 1998.

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

JONES, C.; HESTERLY, W., BORGATTI, S.P. A general theory of network governance: exchange conditions and social mechanisms. **Academy of Management Journal**, v.22, n.4, p.911-945, 1997.

JOU, SUE-CHING; CHEN, DUNG-SHEN. Keeping the high-tech region open and dynamic: the organizational network of Taiwan's integrated circuit industry. **Geojournal**, v.53, p.81-87, 2001.

JULIAN, P.A.; ANDRIAMBELOSON, E.; RAMANGALAHY, C. Networks, weak signal and technological innovations among SME's in the land-based transportation equipment sector. In: INTERNATIONAL COUNCIL FOR SMALL BUSINESS: world conference, 47., 2002, San Juan, Puerto Rico. **Proceedings...** San Juan, Puerto Rico, 2002.

KHUN, T.S. **A estrutura das revoluções científicas.** São Paulo: Perspectiva, 1982. 257p.

KILBY, P. (Ed.). **Entrepreneurship and economic development**. London: The Free, 1971. p.1-42.

KIRZNER, I. The theory of entrepreneurship in economic growth. In: KENT, D.L.; SEXTON, D.L.; VESPER, K.H. (Ed). **Encyclopedia of entrepreneurship**. New Jersey, Englewood Cliffs, 1982. p.272-276.

KIRZNER, I.M. **Perception, opportunity and profit**: studies in the theory of entrepreneurship. Chicago: University of Chicago, 1983.

KNIGHT, F.H. **Risk, uncertainty and profit**. New York: Houghton Mifflin, 1971

KNOKE, D. Organizational networks and corporate social capital. In: LEENDERS, A.J.; GABBAY, S.M. (Ed.). **Corporate social capital and liability**. Boston: Kluwer, 1999. p.17-42.

KRACKHARD, D. The strength of strong ties: the importance of philos in organization. In: NOHRIA, N.; ECCLES, R. (Ed.). **Networks and organization**: structure, forms and action. Boston: Harvard Business School, 1992. p.216-239.

KRUGMAN, P. **Development, geography and economic theory**. Massachusetts: M.I.T., 1998.

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

LAPPE, F.M.; DU BOIS, P.M. Building social capital without looking backward. **National Civic Review**, v.86. p.119-128, 1997.

LARSON, A.; STARR, J.A. A network model of organization formation, entrepreneurship. **Theory and Practice**, v.17, n.2, p.5-11, Winter, 1993.

LASTRES, H.M.M.; ARROIO, A. **Sistemas de inovação e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: UFRJ/Contraponto, 2004.

- LASTRES, H.M.M.; CASSIOLATO, J.E. Systems of innovation and development: weaknesses and advantages of the approach. In: INTERNATIONAL GLOBELICS CONFERENCE: innovation systems and development strategies of the third millennium, 1., 2003, Rio de Janeiro. **Proceedings...** Rio de Janeiro, 2003.
- LASTRES, H.M.M.; CASSIOLATO, J.E. Promoting innovative systems in Brazil: new policies for only new icing on old cakes? In: GLOBELICS CONFERENCE, 2004, Beijing, China. **Proceedings...** Beijing, China, 2004.
- LASTRES, H.M.M.; CASSIOLATO, J.; ARROIO, A. **Sistemas de inovação e desenvolvimento.** Rio de Janeiro: UFRJ/Contraponto, 2005.
- LASTRES, H.M.M.; FERRAZ, J.C. Economia da informação, do conhecimento e do aprendizado. In: LASTRES, H.M.M.; ALBAGLI, S. (Org.). **Informação e globalização na era do conhecimento.** Rio de Janeiro: Campos, 1999. p.27-57.
- LASUÉN, J.R. On growth poles. In: HANSEN, M.N. (Ed.). **Growth centers in regional economic development.** New York: The Free, 1972. p.20-49.
- LEIBENSTEIN, H. Entrepreneur and development. **The American Economic Review**, v.57, n.2, p.72-84, maio 1968.
- LEMONS, C.; PALHANO, A. Clustering in a backward region: the footwear productive system in Campina Grande. In: CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H.M.M.; MACIEL, M.L. (Ed.). **Systems of innovation and development: evidences from Brazil.** Cheltenham, UK/ Northampton, MA: E. Elgar, 2003.
- 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.
- LOCKE, R. **Remaking the italian economy,** Ithaca, New York: Cornell University Press, 1995.
- LOCKE, R. Construindo Confiança in **Economica**, v. 3, n. 2, p. 253-281, dezembro de 2001.
- LÖSCH, A. **The economy of location.** New Haven: Yale University, 1954.

LUNDVALL, A.B.; BORRÁS S. **The globalising learning economy.** Brussels: TSER Programme, DG XII, 1997.

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.

MAILLAT, D. Milieux innovateur et dynamique territoriale. In: RALLET, A.; TORRE, A. (Coord.). **Économie industrielle et économie spatiale.** Paris: Economica, 1995. p.211-239.

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.

MARKUSEN, A. **Regions: the economics and politics of territory.** Rowman & Littlefield, 1995.

MARSHALL, A. **The principle of economics.** London: Macmillan, 1972.

MARSHALL, G. (Ed.). **A dictionary of sociology.** Oxford/New York: Oxford University, 2000.

MEIER, G.M. Introduction: ideas for development. MEIER, G.M.; STIGLITZ, J.E. (Ed.). **Frontiers of economic development: the future in perspective.** New York: Oxford University, 2002. p.1-12.

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

MENARD, C. **Économie des organisations.** Paris: La découverte, 2004.

MERCKLÉ, P. **Sociologie des réseaux sociaux.** Paris: La découverte, 2004.

MESSNER, D.; MEYER-STAMER, J. **Governance and networks: tools to study the dynamic of clusters and global value chains.** Duisburg: IDS/INEF The Impact of Global Governance on Industrial Upgrading, 2000. Paper.

METCALFE, J.S. The entrepreneur and the style of modern economics. In: SEMINÁRIO: BRAZIL ON DEVELOPMENT, 2003, Rio de Janeiro. **Textos...** Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MEYER-STAMER, J. Clustering and the creation of a innovation-oriented environment for industrial competitiveness: beware of overlay optimistic expectations. In: INTERNATIONAL HIGH LEVEL SEMINAR ON TECHNOLOGICAL INNOVATION, 2000, Beijing, China. **Proceedings...** Beijing, China: Ministry of Science and Technology, 2000.

MONTGOMERY, J.D. Toward a role-theoretic conception of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v.104, n.1., p.92-124, 1998.

MYRDAL, G. **An american dilemma: the negro problem and modern democracy**. New York: Harper, 1944.

MYRDAL, G. **Teoria econômica e regiões subdesenvolvidas**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1960.

MYRDAL, G. International inequalities and foreign aid in retrospect. In: MEIER, G.M.; SEERS, K. **Pioneers in development**. Washington: World Bank, 1984. p.149-172.

NAHAPIET, J.; GHOSHAL, S. Social capital, intellectual capital and organizational advantage. **Academy of Management Review**, v.23, p.242-266, 1998.

NAKANO, D.N. Fluxos de conhecimento em redes inter-organizacionais: conceitos e fatores de influência. In: AMATO NETO, J. (Org.). **Redes entre organizações**. São Paulo: Atlas, 2005. p.54-67.

NARAYAN, D.; PRITCHETT, L. **Household income and social capital in rural Tanzania**. Washington, DC: World Bank, 1997.

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

NOHRIA, N. Introduction: is a network perspective a useful way of studying organization? In: NOHRIA, N.; ECCLES, R. (Ed.). **Networks and organization: structure, forms and action**. Boston: Harvard Business School, 1992. p.1-22.

NOHRIA, N.; ECCLES, R. (Ed.). **Networks and organization: structure, forms and action**. Boston: Harvard Business School, 1992.

- NOOY, W. de; MRVAR, A.; BATAGELI, V. **Exploratory social network analysis with pajek**. New York: Cambridge University , 2005.
- OINAS, P. On the socio-spacial embeddedness of business firm. **Erdkunde**, v.51, p.23-32, 1997.
- OLIVER, A.L. Strategic alliances and the learning life-cycle of biotechnology firms. **Organization Studies**, v.22, n.3, p.67-489, 2001.
- OSTRON, E.; DASGUPTA, P.; SERAGELDIN, I. (Ed.). **Social capital: a multifaceted perspective**. Washington, DC: World Bank, 1999. p.172-214.
- OUCHI, W.G. Markets, bureaucracy and clans. **Administrative Science Quarterly**, v.25, p.129-141, 1980.
- OVALE, M.E.L.; AMATO NETO, J. A formação de redes de cooperação e clusters em países emergentes: uma alternativa para PMEs no Brasil. AMATO NETO, J. (Org.). **Redes entre organizações**. São Paulo: Atlas, 2005. p.68-93.
- PAULA, J. de. Territórios, redes e desenvolvimento. LAGES, V.; BRAGA, C.; MORELLI, G. **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Brasília: Relume Dumará, 2004. p.73-84.
- PENROSE, E.T. **The theory of the growth of the firm**. Oxford: Basil Blackwell, 1959.
- PERROUX, F. **A economia do século XX**. Lisboa: Livraria Moraes, 1967.
- PIORE, J.M.; SABEL, C.R. **The second industrial divide: possibilities for prosperity**. Estados Unidos: Basic Books, 1984.
- POLANYI, K. The economy if instituted process. In: GRANOVETTER, M.; SWEDBERG, R. (Ed.). **The sociology of economic life**. Boulder, San Francisco: Westview, 1985.
- PORTER, M.E. **The competitive advantages of nations**. London: acmillan, 1990.
- PORTER, M.E. **On competition**. Boston: Harvard Business Review Books, 1998a.

- PORTER, M.E. Cluster and the new economics of competition. **Harvard Business Review**, p.77-90, Nov./Dec. 1998b.
- PORTER, M.E. Regions and the new economics of competition. In: SCOTT, A.J. (Ed.). **Global city-regions: trends, theories and policies**. Oxford: Oxford University, 2001. p.401-416.
- PORTER, M.E. The economic performance of regions. **Regional Studies**, v.37, n.6. p.549-578, Aug./Oct. 2003.
- PORTES, A. Social capital: its origins and application in modern sociology. **Annual Review of Sociology**, v.24 p.1-24, 1998.
- POWELL, W.P. Neither market nor hierarchy: network forms of organization. **Research in Organizational Behavior**, v.12. p.295-336, 1990.
- POWELL, W.P.; SMITH-DOERR, L. Networks and economic life. In: SMELSER, N.J.; SWEDBERG, R. (Ed.). **The handbook of economic sociology**. Princeton,NJ: Princeton University, 1994. p.268-403.
- POWELL, W.W. **Getting into print, the decision-making process in scholarly publishing**. Chicago: University of Chicago, 1985.
- POWELL, W.W.; KOPUT, K. W.; SMITH-DOERR, L. Inter-organizational collaboration and the locus of innovation: networks of learning in biotechnology. **Administrative Science Quarterly**, v. 41, n. 1, p. 116-145, 1996.
- PUTNAM, R.D. The prosperous community: social capital and public life. **American Prospect**, v.13, p.35-42, 1993.
- PUTNAM, R.D. Bowling alone: America's declining social capital. **Journal of Democracy**, v.6, n.1, p.65-78, 1995.
- PUTNAM, R.D. **Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna**. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- PYKE, F.; BECATTINI, G.; SENGENBERGER, W. **Industrial districts and inter-firms cooperation in Italy**. Geneve: International Institute for Labor and Studies, 1990.

QUASO. **Censo do polo moveleiro de Ubá.** Belo Horizonte: QUASO Assessoria em Informação, 2000.

RABELLOTTI, R. **Industrial districts in Mexico:** the case of the footwear industry, New York: Basic Book, 1992.

REDCLIFT, M.; SAGE, C. **Strategies for sustainable development:** local agendas for the southern hemisphere. West Sussex, England: J. Wiley & Sons, 1994.

REDE DE PESQUISA EM SISTEMAS PRODUTIVOS E INOVATIVOS LOCAIS. **Glossário de arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais.** 4.ed. Rio de Janeiro: UFRJ/Instituto de Economia, 2004.

RIPSAS, S. Toward an interdisciplinary theory of entrepreneurship. **Small Business Economics**, v.10. p.103-115, 1988.

ROGERS, E.M.; LARSEN, K. **Silicon valley fever.** New York: Basic, 1984.

ROSENFELD, S. United States: business cluster. In: ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT. **Networks of enterprises and local development.** Paris, 1996.

SACHS, I. **Espaços, tempos e estratégias de desenvolvimento.** São Paulo: Vértice, 1985.

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

SAXENIAN, A. **Regional advantage:** culture and competition in Silicon Valley and Route 128. Cambridge: Harvard University, 1994.

SAYER, A. **Markets, embeddedness and trust:** problems of polysemy and idealism. Lancaster, LA: Lancaster University/Departament of Sociology, 2000.

SCHMITZ, H. Industrial districts: model and reality in Baden Wurttemberg, German. In: PYKE, P.; SENGENBERGER, W. (Ed.). **Industrial districts and local economic regeneration.** Geneva: International Institute for Labour Studies, 1995a.

SCHMITZ, H. Collective efficiency: growth path for small scale industry. **Journal of Development Studies**, v.31, n.4, p.529-566, 1995b.

SCHMITZ, H. Local governance and conflict management: reflections on a Brazilian cluster. In: SCOTT, A.J. (Ed.). **Global city-regions: trends, theories and policies**. Oxford: Oxford University, 2001. p.401-416.

SCHMITZ, H. Cluster and chains: how inter-firm organization influences industrial upgrading. In: CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H.M.M.; MACIEL, M.L. **System of innovation and development: evidence from Brazil**. Bodmin, Cornwall: MPG Books, 2003.

SCHMITZ, H.; MUSYCK, B. **Industrial districts in Europe: policy lessons for development countries?** Brighton: IDS, 1993. (Discussion Paper, 324).

SCHUMPETER, J.A. **Business cycles**. New York: McGraw Hill Books, 1969. v.1.

SCHUMPETER, J.A. **Capitalism, socialism and democracy**. London: George Allen and Unwin, 1976.

SCHUMPETER, J.A. **Capitalisme, socialisme et démocratie**. Paris: Payot, 1979.

SCHUMPETER, J.A. Development. *Journal of Economic Literature*, v. 43, p.108-120, 2005.

SCOTT, A.J. **New industrial space: flexible production, organization and regional development in North America and Western Europe**. London: Pion, 1988.

SCOTT, A.J.; STORPER, M. Regions, globalization, development. **Regional Studies**, v.37, p.569-593, Aug./Oct. 2003.

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.

SENGENBERGER, W.; PYKE, E. Small firms, industrial districts in and local economic regeneration. **Labor and Society**, v.16. n.1, p.1-25, 1991.

SENGENBERGER, W.; PYKE, F. (Ed.). **Industrial districts and local economic regeneration**. Geneve: International Institute for Labour and Studies, 1992.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS
Coleção Ubá: móveis de Minas. Belo Horizonte, 2004.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.
Pesquisa Ubá. Belo Horizonte: SEBRAE Minas, 2005.

SIMMEL, G. The stranger. In: COSER, L.A. (Ed.). **The pleasures of sociology.** New York: A Mentor Book, 1980. p.235-240.

SMITH, D.M. A theoretical framework for geographical studies of industrial location. In: DEAN, R.D.; LEAHY, W.H.; McKEE, D.L. (Ed.). **Spatial economic theory.** New York: The Free, 1970. p.73-100.

SOBEL, J. Can we trust social capital? **Journal of Economic Literature**, v.4, n.1, p.139-154, 2002.

SOLOW, R.M. Notes on social capital and economic performance. In: DASGUPTA, P.; SERAGELDIN, I. (Ed.). **Social capital:** a multifaceted perspective. Washington, DC: World Bank, 1999. p.6-10.

STEVENSON, H.H.; JARILLO, J.C. A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. **Strategic Management Journal**, v.11, p.17-27. 1990.

STIGLITZ, J.E. Formal and informal institutions. In: DASGUPTA, P.; SERAGELDIN, I. (Ed.). **Social capital:** a multifaceted perspective. Washington, DC: World Bank, 1999. p.59-58.

STINCHCOMBE, A.L. An outsider's view of network analysis of power. In: PERUCCI, R.; POTTER, H.R. (Ed.). **Networks of powers.** New York: Aldine, 1989. p.119-133.

STOPFORD, J.M.; BADEN-FULLER, C.W. Creating corporate entrepreneurship. **Strategic Management Journal**, v.15, p.521-536, 1994.

STORPER, M. The resurgence of regional economies, ten years later: the region as a nexus of untraded interdependencies. **The European Urban and Regional Studies**, v.2, p.191-221, 1995.

STORPER, M. **The regional world:** territorial development in a global economy. New York: The Guilford, 1997.

STUART, T.E. Interorganizational alliances and performance of firms : a study of growth and innovation. **Strategic Management Journal**, v.21, n.8, p.791-811, 2000.

SUZIGAN, W. et al. Aglomerações industriais no estado de São Paulo. **Economia Aplicada**, v.5., n.4, 2001.

SZAPIRO, M.H.; LASTRES, M.M. Local system of innovation under strain: the impacts of structural change in the telecommunications cluster of Campinas, Brazil,. **Internacional Journal of Tecnology Management**, v.25, n.3/4, p.1-26, 2002.

THEODORSON, G.A.; THEODORSON, A.G. **Modern dictionary of sociology**. New York: Barbes & Nobles Book, 1979.

THOMAS, M.D. Growth pole theory: an examination of some of its basic concepts. In: HANSEN, M.N. (Ed.). **Growth centers in regional economic development**. New York: The Free, 1972. p.50-81.

TURNER, J.H. **The structure of sociological theory**. Belmont, CA: Waldsworth, 1991.

UZZI, B. Social structure and competition in inter-firm network: the paradox of embeddedness. **Administrative Science quarterly**, v.42, p.481-505, 1997.

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. Ajudando a democratizar o acesso ao mundo dos negócios, Rumos: economia e desenvolvimento, ABDE, n. 195, p. 44-45, ab. 2002.

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

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.

VARGAS, M.A.; ALIEVI, F.M. Learning trajectories and upgrading strategies in the footwear productive system of Sinos Valey/RS. In: CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H.M.M.; MACIEL, M.L. (Ed.). **Systems of innovation and development:** evidences from Brazil. Cheltenham, UK/Northampton, MA, USA: E. Elgar, 2003.

VASCONCELLOS, G.M.; AGUIAR, M.A de S.; ANDRADA, N.A. **Fatores condicionantes da mortalidade das empresas:** pesquisa piloto realizada em Minas Gerais. Brasília: SEBRAE, 1998.

VILLASCHI FILHO, A.; LIMA, E. S. The metal-mechanic production system in Espírito Santo: commodity exports and local industrial capabilities; in CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M; MACIEL, L. M. **Systems of innovation and development: evidence from Brazil**, Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA, Edwarg Elgar, 2003.

VILLASCHI FILHO, A.; PINTO, M.M; SABADINI, M. Exploiting natural resources without local co-ordination: ornamental stones production systems in Espírito Santo; in CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M; MACIEL, L. M. **Systems of innovation and development: evidence from Brazil**, Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA, Edwarg Elgar, 2003.

VON THÜNEN, J.H. **The isolated state.** New York: Pergamon, 1966.

WALKER, H.A. et al. Network exchange theory: recent development and new direction. **Social Psychology Quarterly**, v.63, n.4, p.324-337, 2000.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social network analysis: methods and applications**. Cambridge: Cambridge University, 1999. 825p.

WEBER, A. **Theory of location of industries**. Chicago: University of Chicago, 1957.

WENNEKERS, S.; THURIK, R. Linking entrepreneurship and economic growth. **Small Business Economics**, v.13, p.27-55, 1999

WESTPHAL, J.D.; SIEDEL, M.D.L; STEWARD, K.J. Second-order imitation: uncovering latent effects of board networks ties. **Administrative Science Quarterly**, v.46, n.4, 717-747, 2001.

WILKINSON, J. "A new paradigm for economic analysis?" **Economy & Society**, v.26, n.3, p.305-339, 1997.

WILKINSON, J. **Sociologia econômica, a teoria das convenções e o funcionamento dos mercados: input para analisar os micro e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil**. Rio de Janeiro: UFRRJ, 2005.

WILLIAMSON, O.E. **Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications**. New York: The Free, 1975.

WILLIAMSON, O.E. Markets, hierarchies and the modern corporation. **Journal of Economic Behavior and Organization**, n.17, p.335-352, 1992.

WILLIAMSON, O. Transaction cost economics and organization theory. In: SMELSER, N.; SWEBERG, R. (Org.). **The handbook of economic sociology**. Princeton, NJ: Princeton University, 1994. p.77-107.

WILLIAMSON, O.E. **The mechanism of governance**. New York: The Free, 1996.

WILLIAMSON, O.E. The economics of governance. **The American Economic Review**, v. 95, n.2, p. 1-18, 2005

WOOLCOCK, M. Social capital and economic development: toward a theoretical synthesis and policy framework. **Theory and Society**, v.27, p.151-208, 1998.

ZUKIN, S.; DIMAGGIO, P. Introduction. In: ZUKIN, S.; DIMAGGIO, P. (Ed.). **Structures of capital**. The social organization of economy. Cambridge: Cambridge University, 1990.

ANEXO

Anexo 1: Questionário utilizado para coleta de dados na pesquisa de campo

Pesquisa sobre aspectos relacionais e desempenho das empresas nos arranjos produtivos

Nome do entrevistado na empresa:

Local:

Posição do entrevistado na empresa:

Telefone:

1. Nome da empresa:
2. Ano de criação: ____
3. Número de sócios-fundadores:
4. Número de empregados: _____
 - 4.1 empregados contratados no último ano (12 meses): _____
 - 4.2 empregados dispensados no último ano (12 meses): _____

5. Tipos de produto da empresa. Indicar:

1	dormitório	
2	sala de jantar	
3	escritório	
4	cozinha	
5	estofados	
6	portas e janelas	
7	móveis tubulares	
8	móveis diversos sob encomenda	
9	componentes de madeira e peças terceirizadas (para outras empresas)	
10	objetos de decoração	
11	outros. Especificar:	

6. Indicar a composição do mercado da empresa, em termos de valor de venda

Composição do mercado	Porcentagem (%)
1. Mercado local (município e arredores)	
2. Mercado estadual (outras regiões de Minas)	
3. Mercado nacional (outras estados de país) <ol style="list-style-type: none">1 Sudeste2. nordeste3 centro oeste4 sul	
4. Mercado internacional	
Total	100%

7. Indicar as formas de vendas adotadas por sua empresa

Formas:	Composição (%)
1. venda direta, na fábrica ou em loja própria, localizada no seu município/região	
2. venda direta para lojas de terceiros, localizadas no seu município/região	
3. venda direta para atacadista/cadeia de loja situadas em outras regiões/estados	
4. venda via representantes/distribuidores, vendedores autônomos	
5. venda para outras empresas de móveis	
Total	100%

8. Caso sua empresa utilize representantes, distribuidores e vendedores autônomos, indicar:

1. quantos são:_____ Quantos se localizam na região:_____
2. deste total, que parcela presta serviço também para outras empresas da região:___%

9. Indicar a parcela de empregados de sua empresa que já trabalhou em outras empresas de móveis na região: _____ %

10. Algum ex empregado de sua empresa é hoje dono/ proprietário de uma empresa no setor?

1. () Não
2. () Sim. Indicar quantos:_____

11. Caso existam trabalhadores autônomos prestando serviços para sua empresa indicar:

1. quantos são: _____
2. que parcela presta serviço para outras empresas: _____ %

12. Indicar quais as principais transações comerciais que sua empresa realiza localmente (no município/região) e grau de importância de cada uma para sua empresa, sendo **3** (muito importante), **2** (importância média) e **1** (sem importância) I →

Natureza da transação:	Marcar qual realiza:	Grau de importância (3, 2 ou 1)
1. aquisição de insumos/matérias primas e componentes para a produção dos móveis		
2. aquisição de máquinas, equipamentos e componentes		
3. aquisição de serviços variados		
3. aquisição de produtos variados		
4. venda de produtos		

13. Indicar se o senhor/sua empresa é afiliado ou participa ativamente de algumas das entidades locais ou de grupos locais.

Entidades e grupos	Não	Sim. Indicar como:	
	I	Afiliado (II)	Participante ativo (III)
1. sindicato empresarial			
2. associação comercial			
3. fórum empresarial ou social ou grupo de discussão empresarial na região			
4. consórcio de exportação			
5. centrais de compra, de venda, de logística, etc.			
6. cooperativas			
7. alguma ONG			
8. grupos religiosos			
9. clubes recreativos e de serviços (Rotary, Lions, etc.)			
10. grupos comunitários.			
11. grupos ou movimentos políticos			
12. grupos de organização de eventos locais			
13. escolas			
14. outros grupos. Citar:			

14. Responder às questões abaixo:

Questões:	SIM	NÃO
1. antes de abrir sua empresa o senhor (ou seu sócio) já havia sido proprietário de outras empresas do ramo?		
2. antes de abrir sua empresa o senhor (ou seu sócio) já havia trabalhado como empregado em outras empresas do ramo?*		
3. o senhor (ou seu sócio) foi criado em um ambiente familiar onde as pessoas sabiam como produzir móveis?		
3.(a) antes de abrir a sua empresa o senhor (ou seu sócio) já havia sido fornecedor ou representante de empresas de móveis?		

15. Indicar de quando data a primeira experiência de alguém de sua família (ou da família de seu sócio) no ramo de móveis.

Ano: __

16. Algum outro membro de sua família (antes do senhor ou além do senhor) ou da família de seu sócio já teve ou tem alguma outra experiência de trabalho relacionada ao ramo de móveis?

1 () Não

2 () Sim. Indicar abaixo quem e que tipo de experiência teve:

Parente	Experiência como sócio-proprietário I	Experiência como empregado II	Outras (representante, vendedor, etc.) III
2.1. Bisavô			
2.2. avô e tio-avô			
2.3. pais e tios			
2.4. irmãos e primos			
2.5. filhos e sobrinhos			
2.6 familiares de sua esposa/marido			
2.7. outros familiares. Quem?			

17. Caso o senhor, seu sócio ou algum membro de sua família já tenha tido alguma experiência passada (como dono ou como empregado ou vendedor/representante) no ramo de móveis, indicar se isso trouxe algum benefício ou vantagem para o senhor, quando o senhor decidiu abrir sua própria empresa.

1. Não, nenhum.
2. Sim. Marcar, abaixo, os benefícios ou vantagens mais importantes:
 - 2.1 sabia onde buscar informações importantes
 - 2.2 sabia com quem negociar
 - 2.3 sabia em quem confiar
 - 2.4 já conhecia os principais fornecedores do ramo
 - 2.5 já conhecia alguns clientes, representantes ou vendedores autônomos
 - 2.6 já era conhecido do gerente de banco
 - 2.7 já conhecia as “manhas” do negócio
 - 2.8 tinha onde buscar algum apoio, ajuda ou orientação
 - 2.9 sabia como produzir móveis
 - 2.10 conhecia pessoas que sabiam como produzir móveis
 - 2.10 outros. Citar:

18 Indicar porque o senhor se tornou empresário do ramo de móveis (marcar todos os motivos que o senhor julgar importantes).

1. vontade de se tornar independente
2. tenha identificado uma oportunidade
3. dar continuidade aos negócios da família no ramo de móveis
4. vontade de usar o conhecimento que o senhor ou seus familiares adquiriram na área
5. facilidade e possibilidade de usar os relacionamentos e contatos pessoais e familiares
6. estava desempregado ou sem outra alternativa de trabalho
7. outras. Indicar:

19. Indicar se, atualmente, algum outro membro de sua família (ou da família de seu sócio) é hoje, proprietário de alguma outra empresa de móveis

1 () Não. Empresa é única.

2 () Sim. Participa de um grupo. Indicar abaixo, quantas empresas existem hoje dentro de sua família:

Total de empresas na sua família I	Empresas localizadas na região de Ubá II	Empresas em outras regiões do estado III	Empresas em outros estados IV

20 Considerando o total de clientes e fornecedores e representantes / distribuidores / vendedores autônomos de sua empresa, presentes no seu município / região, indicar com que parcela deles o senhor/sua empresa mantém relações ou faz negócios: há mais de 10 anos, entre 10 a 5 anos, entre 5 a 3 anos, entre 3 a 1 ano, menos de 1 ano. I

Tempo de relacionamento	Clientes I	Fornecedores II	Representantes distribuidores vendedores III
1. mais de 10 anos			
2. entre 9 a 5			
3. entre 4 a 3 anos			
4. entre 2 a 1 ano			
5. menos de 1 ano			
Total	100%	100%	100%

20 (a) Indicar abaixo com que parcela destes clientes, fornecedores e representantes o senhor/sua empresa conseguiu desenvolver uma relação de amizade e de confiança mútua

1 (a) clientes: ____%

2 (a) fornecedores: ____%

3 (a) representantes : ____%

21 Considerando o total de clientes e fornecedores e representantes / distribuidores / vendedores de sua empresa, localizados em outras regiões, em outros estados ou no exterior, indicar, com que parcela deles o senhor/sua empresa mantém relacionamento ou faz negócios: há mais de 10 anos, entre 10 a 5 anos, entre 5 a 3 anos, entre 3 a 1 ano, menos de 1 ano. I

Tempo de relacionamento	Clientes I	Fornecedores II	Representantes distribuidores vendedores III
1. mais de 10 anos			
2. entre 9 a 5			
3. entre 4 a 3 anos			
4. entre 1 a 1 ano			
5. menos de 1 ano			
Total	100%	100%	100%

21 (a) Indicar abaixo com que parcela destes clientes, fornecedores e representantes o senhor/sua empresa conseguiu desenvolver uma relação de amizade e de confiança mútua

1 (a) clientes: ___%

2 (a) fornecedores: ___%

3 (a) representantes : ___%

22. Indicar como o senhor/sua empresa conseguiu chegar até aos seus atuais **clientes, fornecedores e representantes / distribuidores / vendedores, presentes no seu município / região.** Indicar o grau de importância das várias maneiras utilizadas para este acesso, sendo: 3 (muito importante), 2 (importante), 1 (pouco importante). OBS.: deixar em branco a linha, quando o item não se aplicar à sua empresa. I

Como chegou até aos atuais contatos comerciais	Clientes I	Fornecedores: equipamentos e matérias primas II	Representantes Distribuidores Vendedores de seu produto III
1 já era conhecido antigos de sua família (ou da família de seu sócio), que já atuava no ramos de móveis há muitos anos			
2. já era de seu conhecimento (ou de seu sócio), desde o tempo em que o senhor trabalhava em outra empresa do ramo			
3. foi indicação de pessoas de seu relacionamento comercial Indicar quem:			
3.1 representante de sua empresa	--	--	--
3.2 cliente	--	--	--
3.3 fornecedor	--	--	--

4. foi indicação de outros empresários do ramo			
5. foi indicação de outros amigos e familiares			
6. foi indicação de consultores e técnicos de entidades de apoio empresarial (sindicato, Fiemg, sebrae, escolas, centros de tecnologia, etc.)			
7. foi resultado de contatos em feiras/ exposições/ rodadas de negócio e missões que o sr./ sua empresa participou			
8. foi via informações de catálogos, revistas, cadastros, internet, etc.			
9. outros. Indicar:			

23. Indicar como o senhor/sua empresa conseguiu chegar até aos seus atuais **clientes, fornecedores e representantes/ distribuidores/vendedores, situados em outras regiões, outros estados ou no exterior**. Indicar o grau de importância das várias maneiras utilizadas, para este acesso, sendo: 3 (muito importante), 2 (importante), 1 (pouco importante) I

Como chegou até aos atuais contatos comerciais fora de sua região	Clientes I	Fornecedores: equipamentos e matérias primas II	Representantes Distribuidores Vendedores III
1. já era conhecido antigo de sua família, que já atuava no ramos de móveis há muitos anos			
2. já era de seu conhecimento, desde o tempo em que o senhor trabalhava em outra empresa do ramo			
3. foi indicação de pessoas de seu relacionamento comercial (representantes, distribuidores, clientes, fornecedores)			
4. foi indicação de outros empresários do ramo			
5. foi indicação de outros amigos e familiares			
6. foi indicação de consultores e técnicos de entidades de apoio empresarial (sindicato, Fiemg, sebrae, escolas, centros de tecnologia, etc.)			
7. foi resultado de contatos em feiras/ exposições/ rodadas de negócio e missões que o sr./ sua empresa participou			
8. foi via informações de catálogos, revistas, cadastros, internet, etc.			
9. outros. Indicar:			

24. Indicar qual a parcela de seu tempo útil total (dentro ou fora da sua empresa) que o Sr. dedica a contatos (de toda natureza: comerciais, profissionais e pessoais), dirigidos para dentro e para fora de sua região. (OBS.: um contato

telefônico com um representante que mora fora da região é considerado contato fora de sua região)

Natureza dos contatos	Parcela média do tempo mensal total espendido: (%)
1 contatos dentro da comunidade/região	
2. contatos fora de sua região	
Total geral	100%

25. No caso de contatos e relacionamentos em sua própria comunidade/região, indicar como se dá, em geral, a distribuição/alocação de seu tempo total entre as diversas modalidades, abaixo especificadas.

Modalidades de contatos locais	Parcela média de tempo despendido (%)
1. com sócios e empregados de sua empresa	
2. com empresários locais	
3. com representantes, fornecedores, prestadores de serviços e clientes locais	
4.com entidades empresariais (sindicato, associação, associação comercial, Sebrae,	
5.com organizações empresariais coletivas produtivas (cooperativa, consórcio, centrais, etc.)	
6. com escolas, universidades, Senai, centros de tecnologia locais	
7. com fóruns e grupos gestores	
8. com poder publico e segmento político	
9.com grupos comunitários, religiosos, políticos, clubes recreativos, etc.	
10. com outros amigos e conhecidos (fora de sua área de atividade)	
Total	100%

26. No caso de contatos e relacionamentos fora de sua própria comunidade / região indicar como se dá, em geral, a distribuição/alocação de seu tempo total entre as diversas modalidades, abaixo especificadas

Modalidades de contatos fora de sua região	Parcela média de tempo despendido (%)
1.com clientes, representantes, distribuidores, fornecedores, prestadores de serviços	
2. com empresários e lideranças empresariais em geral, situados fora de sua região (no estado ou país)	
3.com entidades de apoio empresarial no estado ou país (sistema Fiemg, Sebrae, etc.	
4.com empresas de consultoria, escolas, universidades, centros de tecnologia	
5 .com entidades governamentais, lideranças governamentais e políticas	
5.1. no estado	--
5.2. em Brasília	--
6. com grupos diversos (religiosos, políticos, etc)	
7. com outros amigos e conhecidos (fora de sua área de atividade)	
Total	100%

27. Agora o senhor vai indicar a quantidade de empresas ou entidades, localizadas na sua comunidade (no seu município / região), com as quais o senhor / sua empresa mantém uma certa periodicidade de contatos (diário / semanais, quinzenal / mensais, bimestrais, anuais, eventuais) de qualquer tipo (pessoais, telefônicos, fax, internet, etc.). Indicar se há cinco anos atrás, esses contatos eram: inexistentes (0); maiores que hoje (+); menores que hoje (-); iguais a hoje (+)

MATRIZ DE CONTATO NO PRÓPRIO MUNICÍPIO / REGIÃO →

	Total geral de empresas e entidade de relacionamento atual I	Diário / semanal II	Quinzenal Mensal III	Bimestral/ algumas vezes por ano IV	Raro V	Relacionamento no ano 2000 (Marcar: 0, +, -, =) VI
1 Outras empresas do seu mesmo ramo de atividade						
2 Fornecedores locais						
3. clientes como pessoa física						
4 clientes-lojas e empresas locais						
5 Representantes e distribuidores de seu produto						
6 Empresa de consultoria						
7 Agências bancárias						
8 Técnico de entidades de apoio (sebrae, senai, etc)						
9 sindicato, associação, Associação comercial						

10 escolas Universidade centros tecnológicos e de pesquisa						
11 Consórcio, cooperativas, centrais, etc						
12 Fóruns e grupos gestores do arranjo						
13 Prefeitura e órgãos municipais						
14 Grupos comunitários diversos (religiosos, políticos, ONG,						

28. Agora o senhor vai indicar a quantidade de empresas ou entidades, localizadas nas demais regiões do estado de Minas (fora de seu município/região), com as quais o senhor/sua empresa mantém uma certa periodicidade de contatos (diário/semanais, quinzenal/mensais, bimestrais, anuais, eventual) de qualquer tipo (pessoais, telefônicos, fax, internet, etc.)

**MATRIZ DO CONTATO EM OUTRAS REGIÕES DO ESTADO,
INCLUINDO BHZ →**

Empresa/Entidade	Total geral de empresa/entidade I	Diário Semanal II	Quinzenal Mensal III	Bimestral/ Algumas vezes por ano IV	Raro V	Relacionamento no ano 2000 (Marcar: 0, +, -, =) VI
1 Outras empresas do mesmo ramo de atividade						
2 Fornecedores em geral						
3 Lojas e Empresas clientes						
4 Representante e distribuidores comerciais						
5 Empresa de consultoria						
6 Bancos						
7 Entidades empresariais (FIEMG, Sebrae, etc.)						
8 Universidade escolas/centros tecnológicos						
9 Grupos empresariais, políticos, etc.						
10. outros. Indicar						

29. Agora o senhor vai indicar a quantidade de empresas ou entidades, localizadas em outros estados, com as quais o senhor/sua empresa mantém uma certa periodicidade de contatos (diário/semanais, quinzenal/mensais, bimestrais, anuais, eventuais) de qualquer tipo (pessoais, telefônicos, fax, internet, etc.)

**MATRIZ CONTATO ATUAL DO EMPRESÁRIO/EMPRESA EM
OUTROS ESTADOS →**

Empresa/Entidade	Total geral I	Diário Semanal II	Quinzenal Mensal III	Bimestral/ Algumas vezes por ano IV	Raro V	Relacionamento no ano 2000 (Marcar: 0, +, -, =) VI
1 Outras empresas do mesmo ramo de atividade						
2 Fornecedores em geral						
3 Lojas e Empresas clientes						
4 Representantes e distribuidores comerciais						
5 Empresa de consultoria						
6 Universidade escolas/centros tecnológicos						
7 Outros Indicar						

30 Agora o senhor vai indicar a quantidade de empresas e entidades, localizadas no exterior, com as quais o senhor/sua empresa mantém uma certa periodicidade de contatos de qualquer natureza.

MATRIZ DE CONTATO ATUAL DA EMPRESA NO EXTERIOR →

Empresa/Entidade	Total geral I	Diário Semanal II	Quinzenal Mensal III	Bimestral/ Algumas vezes por ano IV	Raro V	Relacionamento no ano 2000 (Marcar: 0, +, -, =) VI
1 Empresas clientes						
2 Fornecedores em geral						
3 Representantes comerciais						
4 Universidade escolas/centros tecnológicos/ empresas de consultoria						

31. Indicar (marcar com X) que tipo de mudança ou inovação sua empresa realizou nos últimos três anos (2002/2003/2004) e se esta mudança exigiu ou provocou qualquer alteração na sua carteira de cliente ou de representante/ vendedor ou de fornecedor_ e, também, com as demais empresas de móveis de sua região I →

Tipos mais importantes de mudança ou de inovação	Marcar Onde ocorreu I	Alterou carteira de cliente? II	Alterou carteira de representante ou vendedor? III	Alterou carteira de fornecedor? IV	Alterou relação com outras empresas de móveis V	Se alterou, indicar o motivo. (Usar o verso desta pagina, se necessário) *
1. modernização do maquinário						
2. introdução de novo processo tecnológico						
3. introdução de matéria primas e materiais mais avançados						
4. lançamento de novos produtos ou de novas linhas de produtos						
5. inovação no design						
6 melhoria ou aperfeiçoamento de produtos já existentes						
7. alteração no sistema de produção						
8 maior uso de terceirização						
9.alteração no sistema de vendas e comercialização						
10. alteração no sistema de distribuição e transporte						

Tipos mais importantes de mudança ou de inovação	Marcar Onde ocorreu I	Alterou carteira de cliente? II	Alterou carteira de representante ou vendedor? III	Alterou carteira de fornecedor? IV	Alterou relação com outras empresas de móveis V	Se alterou, indicar o motivo. (Usar o verso desta pagina, se necessário) *
11.alteração na maneira de embalar ou acondicionar o produto						
12. mudança na forma de organização e gestão						
13. implementação de novos métodos de gerenciamento, para atender normas de certificação (ISSO 9000 ou 14.000)						
14. introdução de sistemas informatizados de gestão e/ou controle						
15. Outras. Citar:						

32 Nos últimos anos têm aumentado, na região, os vários tipos de contatos: 1.) entre os empresários locais; 2.) entre empresas daqui e empresas de fora (clientes); 4.)entre os empresários locais e as entidades presentes no local; 5.) entre os empresários e entidades daqui com entidades localizadas fora. Indicar que tipos de benefícios esta evolução e intensificação de relacionamentos e contatos está trazendo, seja para sua empresa, para o conjunto de empresas ou para a região (marcar, para cada tipo de contato, todos os benefícios que estão sendo obtidos) II

Tipos.de.benefícios que os contatos vêm permitindo obter:	Contato entre os empresários de móveis da região de Ubá I	Contato com clientes localizados fora da região (outras regiões / outros estados) II	Contato com entidades de apoio local (sindicato, Sebrae, Senai, etc.) III
1.vem ajudando a conscientizar empresário sobre a necessidade de maior integração e diálogo			
2. vem gerando oportunidades, abrindo novas possibilidades de contato e negócio para o empresário e região			
3. vem ajudando a melhorar o padrão técnico-gerencial das empresas			
4. permitiu discussão de problemas comuns e busca de solução coletiva			
5. permitiu a realização de ações coletivas (central de compras, de frete, etc.)			
6. vem facilitando a terceirização de alguns produtos e serviços para empresas na região			
7.vem facilitando algumas mudanças e melhorias nos produtos das empresas e na gestão			
8.vem permitindo a criação de uma imagem (“marca”) regional que beneficia os produtos da região			
9. obriga as empresas a melhorarem, sempre, o desempenho			
10. divulga a região, traz prestígio e novos recursos			

11. melhor inserção da empresa no mercado			
12. mantém os empresários sempre atualizados sobre as novidades (novos produtos, tecnologia, matéria prima, etc.)			
13. outros benefícios: Citar:			
14. Não vê nenhum benefício para sua empresa			
15. Não vê nenhum benefício para a região			

33. Indicar quais motivos que ajudaram a provocar ou que incentivaram as mudanças e inovações marcadas na questão 31:

- 1 () exigência dos clientes
- 2 () sugestão de fornecedor
- 3 () sugestão de representantes e distribuidores
- 4 () observação de concorrentes na sua região
- 5 () observação de empresas do mesmo ramo em outros locais
- 6 () orientação de consultor e técnicos de entidades de apoio
- 7 () conselho de amigos e familiares do ramo
- 8 () treinamento e capacitação que sua empresa participou
- 9 () orientação gerada por participação em feiras e exposições
- 10 () outros. Indicar:

34. Indicar se, nos últimos 3 anos (2002/2003/2004) a sua empresa participou de alguma forma de cooperação (formal ou informal) com outras empresas ou entidades presentes na sua região.

Formas de cooperação	NÃO I	SIM II
1. compra de matérias primas e insumos em conjunto		
2. frete e distribuição conjunta		
3. produção casada (cada empresa faz uma peça diferente ou um componente diferente) para venda conjunta		
4. venda conjunta de produtos semelhantes (para garantir quantidade mínima e gerar escala)		
5. consórcio de exportação/ venda para o exterior		
6. desenvolvimento de novos produtos e processos		
7. desenvolvimento de design e novo estilo de produto		
8. treinamento e capacitação conjunta		
9. negociação e obtenção de crédito e financiamento		
10. reivindicação coletiva de qualquer natureza		
11. participação conjunta em feiras, exposições, etc.		
12. Outras. Especificar:		

35. Se sua empresa lançou no mercado, nos últimos dois anos (2003 e 2004), seja um produto completamente novo ou seja um produto antigo melhorado e aperfeiçoado, informar a participação (%) exata destes produtos no valor total das vendas atuais da empresa. OBS.: Caso sua empresa tenha menos de 2 anos, referir-se ao tempo de vida da empresa.

Tipo de mudança:	1% do total I	1 a 5% II	6 a 15% III	16 a 25% IV	26 a 50% V	51 a 75% VI	76 a 100% VII
1. vendas de produto completamente novo							
2 vendas de produtos aperfeiçoados e melhorados							

35(a) Indicar:

1. qual foi o produto completamente novo:

2. qual foi o aperfeiçoamento realizado no produto:

36. Indicar quais foram ou são as fontes mais comuns de informação ou orientação que o Sr./sua empresa utiliza para realizar melhorias ou mudanças na empresa (Indicar o grau de importância de cada fonte, sendo: 3 (muito importante), 2 (importante), 1 (Pouco importante). I

Fontes úteis de informação para melhoria e mudanças:	Melhoria do produto (acabamento design, embalagem, montagem, etc) (I)	Lançamento de novo produto (II)	Mudança no processo de produção (equipamento tecnologia, layout, etc) (II)	Melhoria forma de administrar /organizar a empresa (III)	Melhoria comercialização marketing, distribuição de produtos (IV)	Outras mudanças (V)
1. contato com outras empresas do ramo						
2..sugestões de amigos e familiares						
3.fornecedores representantes da empresa	-- --	-- --	-- --	-- --	-- --	-- --
4.clientes						
5. consultores						
6.escolas/universidades / centros de pesquisa e tecnologia						

7. entidades empresariais (sindicato, associação comercial, Sebrae, Senai, etc.)								
8. programas coletivos de capacitação e treinamento								
9 catálogos, internet, revistas especializadas, jornais, etc.								
10 encontros de lazer (clubes, bate papo com amigos, etc)								
11. feiras, exposições, missões								
12. outros: especificar:								

37. Indicar como foi a evolução das variáveis abaixo nos últimos 2 anos (2003/2004). OBS.: Caso sua empresa tenha menos de 2 anos de funcionamento, referir-se ao tempo de vida da empresa. Indicar os valor exato, nos respectivos intervalos. → →

Evolução no período 2003/2004	Redução ou manutenção (I)	Cresceu até 10% (II)	Cresceu entre 11% a 20% (III)	Cresceu 21% a 30% (IV)	Cresceu 31%-50% (V)	Cresceu 51%-70% (VI)	Cresceu 71%-100% (VII)	Cresceu mais de 100% (indicar quanto) (VIII)
1. Número de empregados								
2. Faturamento								
3. Produtividade* (= número.de peças produzidas/.número de empregados)								
4. Vendas:								
4.1 mercado local	--	--	--	--	--	--	--	--
4.2 mercado estadual	--	--	--	--	--	--	--	--
4.3 mercado nacional	--	--	--	--	--	--	--	--
4.4 exportação	--	--	--	--	--	--	--	--

* produtividade = produção física (número de peças produzidas) dividido pelo número de empregados

38 Indicar abaixo quais os principais limitantes ou dificuldades que sua empresa enfrenta hoje para crescer

- 1 () Acesso a novos mercado
- 2 () dificuldade para participar em feiras
- 3 () falta de capital de giro
- 4 () dificuldade de mão de obra
- 5 () dificuldade de mão de obra especializada
- 6. () falta de informação sobre principais tendências na sua área
- 7 () muito concorrência com empresas da região
- 8 () muito concorrência com empresas de fora
- 9 () Outras. Indicar:

39 Observando a relação de empresas moveleiras (anexo), localizadas na sua região, procure identificar os números correspondentes às empresas com as quais o Sr./sua empresa se relaciona mais freqüentemente (base diária/semanal ou quinzenal/mensal) de contato, como especificado na matriz da questão 27)

40. Observações adicionais (se necessário)

Responsável: _____

Local e data: __/__/05