

ÁREA TEMÁTICA: ESTRATÉGIA E COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

Concentração Locacional: confecções mineiras em foco

Spatial Concentration: focus on garment firms in Minas Gerais

Concentración Regional: enfoque sobre confecciones de Minas Gerais

Márcio Mussy Toledo¹
Liliane de Oliveira Guimarães²

Recebido em 14 de agosto de 2007 / Aprovado em 20 de dezembro de 2007

Editor Responsável: Roberto Coda, Dr.

Processo de Avaliação: *Double Blind Review*

RESUMO

Este trabalho teve por objetivos identificar e analisar os aspectos que foram determinantes para a concentração de empresas de confecções no Prado, bairro de Belo Horizonte. Buscou, ainda, avaliar como se estabelecem as relações de competição e, principalmente, de cooperação interfirmas naquele local como forma de obter as vantagens da aglomeração preconizadas pela literatura nos estudos desse campo. A escolha da temática foi orientada por dois aspectos principais. Primeiro, pela análise dos possíveis benefícios da aglomeração de empresas e, em segundo lugar, pela representatividade econômica do setor têxtil, no caso específico, do segmento de confecções. Entrevistas com 15 empresários do ramo e com um representante da Associação de confeccionistas do bairro serviram de base para concluir que fatores considerados tradicionais determinaram as

decisões sobre a localização das empresas. Indicaram também que ainda são incipientes as relações de cooperação entre as empresas para que elas possam auferir vantagens competitivas pela proximidade geográfica. Adicionalmente, constatou-se que a deterioração do pólo de confecções do bairro vizinho representou elemento propulsor para a migração e a concentração ocorridas no Prado.

Palavras-chave:

Cluster. Confeccões. Cooperação interfirmas.

ABSTRACT

This article aims to identify and analyze the aspects that drove the spatial concentration of garment firms in Prado, a block located in Belo Horizonte, Brazil. It also aims to evaluate the competition relationships that firms developed between each

-
1. Mestre em Administração pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC/MG. Professor da Faculdade Arnaldo Janssen – FAJ [mussy@faculdadearnaldo.edu.br].
Endereço do autor: Faculdade Arnaldo Janssen – FAJ – Praça João Pessoa, 200 – Funcionários, Belo Horizonte – MG – Cep. 30140-020 – Brasil.
 2. Doutora em Administração de Empresas pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas – EAESP/FGV. Professora do Programa de Pós-graduação em Administração da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC/MG [lilianeog@pucminas.br].
Endereço da autora: Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC/MG – Av. Itaú, 525 – Dom Bosco, Belo Horizonte – MG – Cep. 30535-610 – Brasil

other in order to benefit from agglomeration advantages. In this sense, the selection of this research topic is based on two reasons. Firstly, it looks at the potential benefits from the spatial concentration of firms. Secondly, in terms of the local economy, the selected industry is highly representative. Based on 15 interviews with entrepreneurs and individuals from the firms' local association, it is suggested that the factors that are considered traditional by the literature influenced the localization decision of the firms. In addition, it is found that the cooperative relationships are still incipient. Therefore, the potential competitive advantages based on spatial concentration have not yet accrued to the firms. Finally, the results show that the deterioration of a neighboring cluster benefited the agglomeration of firms in Prado.

Key-words:

Cluster. Garment firms. Competition relationships interfirms.

RESUMEN

Este trabajo se realizó con el propósito de identificar y analizar los aspectos que determinaron la concentración de empresas de confección en el barrio Prado, en Belo Horizonte. También se buscó evaluar de qué forma se establecen las relaciones de competición y principalmente, de cooperación entre firmas en aquella localidad cuando se desea obtener las ventajas de la concentración de empresas, preconizadas en la literatura referente al tema de esa área. La elección de esta temática se fundamentó en dos aspectos principales. Primero en el análisis de los posibles beneficios provenientes de la concentración de empresas; segundo, en la representatividad económica del sector textil y en el caso específico del sector de confecciones. A partir de entrevistas con quince empresarios del ramo y con un representante de la Asociación de Confeccionistas del barrio, se concluyó que factores considerados tradicionales, fueron determinantes para decidir la localización de las empresas. Indicaron también que todavía son incipientes las relaciones de cooperación entre las empresas como para que puedan conseguir

ventajas competitivas por la proximidad geográfica. Se constató además, que la deterioración del polo de confecciones del barrio vecino constituyó un elemento propulsor para la migración y concentración que ocurrió en el Prado.

Palabras clave:

Cluster. Confecciones. Cooperación entre firmas.

I INTRODUÇÃO

Este trabalho teve por objetivos identificar e analisar os aspectos que foram determinantes para a concentração¹ de empresas de confecções no bairro Prado, em Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais, bem como avaliar como estão estabelecidas as relações de competição e, principalmente, de cooperação interfirmas naquela localidade de forma a obter as vantagens da estratégia de aglomeração preconizadas pela literatura da área (BEST, 1990; BRUSCO, 1999; HADDAD, 2001; MARSHALL, 1985; PERROUX, 1955).

A escolha dessa temática foi orientada por dois aspectos principais. Primeiro, pela análise dos possíveis benefícios da aglomeração de empresas. As vantagens econômicas da concentração geográfica destacadas pela literatura abrangem tanto a macroeconomia, pelo aumento da competitividade da indústria (AMATO NETO, 2000; COUTINHO; FERRAZ, 1995; HAGUENAUER, 1984), quanto o desenvolvimento da economia regional (AMORIM, 1998; FAIRBANKS; LINDSAY, 2000; HADDAD, 2001; PERROUX, 1955) e também a chamada microeconomia da firma, pelos ganhos obtidos em cada uma das empresas que compõem a concentração (BEST, 1990; CASAROTTO FILHO; PIRES, 1999; CASSIOLATO; LASTRES, 2003; PORTER, 1999). O segundo aspecto motivador da pesquisa prende-se à importância econômica do setor em questão: a indústria de confecções. Em termos de representatividade na economia mundial, o setor têxtil ocupa o 3º lugar, atrás da indústria automobilística e da química, e à frente do Turismo (GORINI; SIQUEIRA, 1997; IEMI, 2002). Tessari (2001) reforça a importância do segmento para a economia brasileira ao esclarecer

que a indústria de confecções emprega mais de 1 milhão de pessoas e demanda baixo investimento para a criação de novos postos de trabalho. Mesmo sem levar em conta a mão de obra empregada pelo grande número de empresas informais (TESSARI, 2001), cada emprego pode ser gerado com investimentos de US\$ 3 mil a US\$ 5 mil, enquanto a média da indústria nacional é de US\$ 80 mil investidos para cada emprego criado.

A moda mineira tem renome nacional, mas foi a partir da década de 80 que surgiram os pólos de moda, responsáveis pela proliferação de centenas de empreendimentos na capital mineira. Dentre esses pólos de confecções surgidos desde os anos 80, destaca-se o do Prado, em Belo Horizonte. O Prado é um bairro tradicional da capital mineira com uma população de classe média. De origem predominantemente residencial, o comércio local, até a década de 80, do século XX, supria apenas as necessidades imediatas de seus moradores. Contando, ainda, com casas antigas, pelo pouco florescimento imobiliário, e grande número de ruas calçadas com pedras, vias de pouca circulação de pedestres e veículos, o Prado desponta como um bairro *sui generis* por estar situado entre dois grandes corredores de tráfego da capital: a Avenida do Contorno e a Avenida Amazonas.

Ainda sobre a localização é relevante abordarmos a relação de proximidade entre os bairros Prado e Barro Preto. Este último foi um dos difusores da indústria de confecções mineira, tornando-se um autêntico pólo de moda. No Barro Preto, diversos segmentos da moda encontraram espaço e se proliferaram. Casas antigas e prédios comerciais foram transformados em espaços disputados pelos empresários ávidos de pertencer ao pólo.

Alguns bairros vizinhos ao Barro Preto experimentaram os efeitos dessa concentração inicial, dentre eles, o Prado. Em verdade, há três décadas, poucos poderiam prever a concentração de empresas de confecção no Prado. O grande movimento que envolveu toda a região, com epicentro no Barro Preto, transformou profundamente a paisagem industrial, comercial e residencial daqueles bairros. Esse movimento não foi exatamente agudo sob uma perspectiva temporal e, sim, contínuo. Tampouco foi um movi-

mento planejado por entidades empresariais ou organismos do poder público. Todas as iniciativas dos empreendedores se deram de forma independente. Atualmente, o Prado conta com aproximadamente 450 empresas de confecção², a maioria delas de pequeno porte, com menos de 20 funcionários e cerca de 15 anos de atuação.

Diferentemente de outros aglomerados, nenhuma grande empresa desencadeou o processo de formação dessa concentração. Algumas confecções expressivas da moda mineira ali se instalaram ao mesmo tempo em que outras dezenas de pequenas e médias confecções que, necessariamente, não se instalaram no Prado interessadas na proximidade com alguma empresa em especial. Essas empresas estão distribuídas nos diversos segmentos da moda feminina como: acessórios, sapatos, bolsas, roupas de couro, moda básica, moda jovem e roupas de festa. Não há ocorrência de firmas que atendam o público masculino, ao contrário do pólo do Barro Preto e poucos empreendimentos visam o público infantil.

De maneira geral, são essas as principais características das empresas, localizadas no Prado, objeto de estudo deste trabalho. Além dessa introdução, compõem este artigo: o item 2 que discute teorias de localização industrial e os fatores considerados relevantes para justificar a concentração de empresas em determinada localidade; o 3º item apresenta a metodologia utilizada na pesquisa; e os itens 4 e 5 trazem, respectivamente, a descrição e análise dos dados obtidos na pesquisa de campo e as conclusões.

2 TEORIAS DA LOCALIZAÇÃO INDUSTRIAL: a importância do fator locacional para os empreendimentos

A contínua integração da economia mundial que, desde o final do século XX, é reforçada pela expansão da globalização, não resultou em redução de desigualdades entre países e regiões. Ao contrário, o acirramento da concorrência internacional tem incrementado as desigualdades internacionais e, sobretudo, as inter-regionais (CHESNAIS, 1996; CASTELLS, 1983, 1999).

Esse período caracteriza-se por condições econômicas determinadas pela apropriação de conhecimento, predominando as atividades empresariais voltadas à prestação de serviços com uso intensivo de novas tecnologias. A revolução tecnológica está mudando as regras fundamentais do jogo em muitas áreas, alterando de maneira dinâmica os cenários.

Embora neste jogo apareçam novas oportunidades, também há novas ameaças e os desafios a enfrentar são muitos. Até o momento, os jogadores de maior destaque e principais vencedores são as grandes companhias internacionais e não os países, porque elas ultrapassam as fronteiras, são globais e conhecem bem as novas regras do jogo (ANDRADE, 1998; CASTELLS, 1999).

Santos (1996) defende que o global se apóia, hoje, na idéia de rede porque ela é o sucedâneo metodológico e mental do mundo informatizado, que se organiza em sistemas que se entrelaçam e não em relações rígidas. Conforme esse autor, neste mundo de redes, o local, o regional e o nacional aparecem simplesmente como elementos dessas redes, que se interpenetram por todos os lados estabelecendo as relações que, do ponto de vista global, lhe interessam.

Contudo, mesmo com as freqüentes e contundentes investidas de empresas multinacionais e de grandes grupos empresariais estruturados num sólido poderio econômico, parece ser possível movimentar-se nessa arena global de forma eficiente para enfrentar os rivais e demonstrar competitividade. Nos países desenvolvidos, assumem uma posição de destaque aquelas regiões cujo sistema produtivo é articulado internamente e apoiado por uma série de fatores que permitem a obtenção de elevados níveis de competitividade em mercados globais.

Esse fenômeno do fortalecimento do papel das regiões e localidades acontece porque o caráter global de competição não elimina a importância da base a partir da qual os produtos são lançados no mercado. Essa constatação denota um fenômeno aparentemente contraditório da globalização: num momento em que o conhecimento assume função proeminente no processo produtivo e o ritmo das inovações intensifica-se,

o global encontra seu contraponto na emergência do regional e do local (ANDRADE, 1977; BELUSSI, 1999; BENKO, 1996; SANTOS, F.; CROCCO; LEMOS, 2004; SANTOS, T., 1996;). Benko (1996) denomina esse fenômeno de globalidade dinâmica local ao comentar que é à luz dessas evoluções que se impõe a noção do sistema global como um mosaico de economias regionais e, não apenas, como uma justaposição de economias nacionais.

Paradoxalmente, muitas das vantagens competitivas necessárias, para se atuar nessa arena global, residem, crescentemente, em aspectos locais, como conhecimento, relacionamentos e motivações que os concorrentes, à distância, não podem alcançar. Em outras palavras: em mercados abertos, os aspectos microeconômicos – aqueles referentes aos padrões de concorrência das diversas atividades – são fundamentais, reforçando a dimensão espacial.

Entre os economistas em geral, a tendência é dar atenção à política macroeconômica e não à micro. De acordo com essa visão, supõe-se que a microeconomia irá ajustar-se sozinha à mudança dos sinais macroeconômicos. Assim, perde-se a perspectiva de que a microeconomia é formada por muitos agentes, empresas e regiões heterogêneas. As economias regionais não são simplesmente versões em escala menor das economias nacionais. Elas apresentam especificidades que exigem teorias próprias para explicar o seu processo de desenvolvimento (HADDAD, 2001). Porter (1998) afirma que é um equívoco achar que a localização dos empreendimentos tenha perdido sua relevância econômica com o desenvolvimento das modernas tecnologias de transportes e de comunicação e com a redução de barreiras artificiais de natureza regulatória entre os países. Esse autor aponta inúmeros fatores que variam, em grau de disponibilidade, de uma localidade para outra; todos decisivos para a apropriação de vantagens competitivas dinâmicas. Entre esses fatores, destacam-se: a presença de trabalhadores qualificados em permanente processo de renovação de conhecimentos; um núcleo de consumidores com nível de exigências e de preferências à frente das necessidades dos consumidores de outras localidades;

uma massa crítica de fornecedores locais de componentes e serviços que contribua significativamente para a melhoria da qualidade dos produtos e da eficiência dos processos de produção.

Porter (1998) defende também a importância de as empresas se localizarem em áreas onde possam receber fluxos atualizados de informações especializadas sobre tecnologia e sobre características dos clientes, além de se inter-relacionarem com outros participantes na promoção do desenvolvimento local.

Por sua vez, Barquette (2002) aborda a questão da localização industrial levando em conta, distintivamente, as teorias clássica e contemporânea. Para a autora, sob a perspectiva da Teoria Clássica, fatores tradicionais de localização são responsáveis pelo estímulo inicial dos empresários para definir a melhor localização para sua empresa. Os principais fatores tradicionais podem ser resumidos em termos de:

- Custo de transporte de matérias-primas e produtos acabados.
- Custo da mão-de-obra.
- Fatores aglomerativos – mão-de-obra especializada, *know-how* na utilização de equipamentos – e desaglomerativos, tais como congestionamentos e poluição derivada da produção industrial.

Para a autora, a opção econômica inicial está baseada no atendimento dos dois primeiros elementos. A partir daí, os fatores aglomerativos – economias externas como mão-de-obra especializada, *know-how* para o uso de equipamentos, entre outros – e desaglomerativos – como congestionamentos e poluição – passam a influir diretamente nas decisões dos empresários, determinando o grau ótimo de proximidade entre as empresas.

Entre os expoentes da Teoria Clássica, está Alfred Marshall (1985) que analisou o fenômeno da concentração de empresas especializadas, no século XIX. Em *Princípios de Economia*, o autor aponta duas causas introdutórias que motivam as indústrias a se instalarem em certas localidades. Primeiramente, a existência de condições físicas adequadas, tais como: a natureza do clima, do

solo, o acesso por terra ou mar. O outro elemento essencial seria o patrocínio de uma corte, já que o rico contingente nela reunido permitia a demanda por mercadorias de qualidade alta atraindo mão-de-obra especializada. Um terceiro ponto considerado por Marshall (1985) é o convite deliberado por parte dos dirigentes industriais aos artesãos e profissionais de outras localidades. Por fim, o autor assume que, em alguns casos, também por acidente – fatores aleatórios – se formam as concentrações empresariais.

Ampliando essa idéia, Garcia (2001) explica que os eventos aleatórios, muitas vezes oriundos de fatores históricos acidentais, são de grande importância para explicar as causas que levam uma empresa pioneira de determinada concentração industrial a se instalar numa localidade.

Também na linha da teoria clássica de localização industrial, estão Estall e Buchanan (1976) que ressaltam a influência de fatores tradicionais para a localização das empresas como: abundância e proximidade de matérias-primas, mercados, fontes de energia e mão-de-obra. Para esses autores, portanto, os elementos motivadores para a instalação de empresas em determinada região são de ordem puramente econômico-racional e estão ligados diretamente à percepção do empresário em auferir vantagens derivadas dos fatores citados. Ainda na abordagem clássica, Perroux (1955), em seu conhecido trabalho “Nota sobre o Conceito de Pólo de Crescimento”, defende que o crescimento econômico é próprio de áreas favorecidas por variadas circunstâncias que levam ao surgimento de uma indústria motriz e, como reflexo da atuação dessa indústria, o crescimento se propaga, se expande, beneficiando as regiões que a cercam.

Na perspectiva desse autor, geralmente, a indústria motriz, em sua ação para obter matérias-primas, ao atuar como ponto de atração para a mão-de-obra e ao lançar um produto ou uma série deles, dinamiza a vida regional. Assim, atrai outras indústrias, criando aglomeração de população que estimulará o desenvolvimento de atividades relacionadas ao provimento tanto das indústrias quanto da população que se instala em sua área de influência. Daí surge o conceito que Perroux (1955) chamou

de complexo industrial e que se caracteriza pela presença de uma indústria-chave, pelo regime não-concorrencial entre as várias indústrias existentes e pela aglomeração territorial.

Partindo também dessa idéia, Estall e Buchanan (1976) ressaltam que, independentemente do motivo para o estabelecimento inicial de uma empresa industrial, a existência de uma indústria ativa pode tornar a localização atraente para outras indústrias. À proporção que o centro de atividade industrial se expande, surgem novas oportunidades de se obter certas vantagens com a concentração geográfica da atividade.

Perroux (1955) conclui que a combinação de indústrias-chave ou âncoras, decorrente da possibilidade de uma empresa líder e dominante aglutinar forças, mediar conflitos e pressionar o governo, por exemplo, soma-se à aglomeração territorial para dar origem a pólos de crescimento capazes de modificar, de forma considerável, a região em que estão instalados. Adicionalmente, se um pólo for suficientemente forte, pode, inclusive, impactar toda a economia do país em que atua. Tais impactos são potencializados quando existe comunicação entre mais de um pólo de crescimento.

A Teoria Contemporânea também chamada de Teoria Dinâmica da Localização, cujo principal expoente é Manuel Castells (1983), surgiu em fins dos anos 60. Castells (1983) inovou ao propor uma perspectiva social para a análise da organização do espaço, reconhecendo a interdependência entre as organizações, atribuindo assim, grande importância às economias derivadas da aglomeração e da integração das empresas em rede. Para Castells (1983, p. 31),

A indústria está cada vez mais liberada com referência a fatores de localização espacial rígida, tais como matérias-primas ou mercados específicos, enquanto que, ao contrário, depende cada vez mais de uma mão-de-obra qualificada e do meio técnico e industrial, através de relações funcionais já estabelecidas. A indústria, portanto, busca acima de tudo sua inserção no sistema urbano, mais do que sua localização em relação aos elementos funcionais (matérias-primas, recursos, escoamentos) que determinaram sua implantação.

Nessa linha, Barquette (2002) destaca que entre os novos fatores de localização considerados pelos empresários modernos estão: incentivos fiscais; possibilidade de acesso a mercados globais; criação de distritos industriais; proximidade de centros de ensino e pesquisa; disponibilidade de capital; existência de cultura empreendedora; integração em redes. A autora resalta, no entanto, que, embora exista uma tendência de deslocamento dos fatores locais tradicionais para os fatores locais dinâmicos nas decisões e comportamentos dos empresários, os primeiros ainda são representativos para explicar as vantagens e desvantagens das regiões na atração dos empreendimentos. A figura 1 lista os fatores locais comparando os tradicionais e os contemporâneos.

Courlet (1990), ao propor o estudo da localização industrial, segundo os Sistemas Industriais Localizados (SIL), defende que o processo de decisão sobre a localização industrial da pequena empresa é diferente da lógica da grande

Fatores tradicionais de localização	Fatores contemporâneos de localização
Custo da mão-de-obra	Mão-de-obra especializada
Proximidade de mercados	Mercados globais
Proximidade de matérias-primas	Proximidade de centros de pesquisa
Presença de uma indústria âncora (motriz)	Integração em redes empresariais
Abundância de recursos energéticos	Incentivos fiscais; disponibilidade de capital

Figura 1 – Síntese dos fatores determinantes de localização industrial.

Fonte: Elaborado pelos autores.

empresa. Para as pequenas empresas, a decisão não considera puramente a esfera econômica, mas também aspectos relacionados com a cultura, a história e a sociedade. Para o autor, além do conjunto de capacitações técnicas e dos setores industriais pré-existentes, fatores como a identidade cultural dos cidadãos, os costumes locais, a qualidade de vida, o nível educacional, os baixos índices de criminalidade também atraem fortemente os investimentos, especialmente das empresas menores.

De forma complementar à abordagem dos fatores tradicionais e contemporâneos para explicar a localização dos empreendimentos, parece-nos oportuno recorrer ao Modelo de Burgess³, sociólogo que, na década de 20, do século passado, contestou as análises puramente econômicas para explicar algumas variações espaciais dentro de um centro urbano. Burgess observou que as fábricas, lojas e casas não se distribuíam aleatoriamente pela área urbana. Esta distribuição “voluntária” é justificada pela competição por melhores espaços físicos (PACEN, 1975).

Segundo Pacen (1975), para Burgess foi essencial a noção de centralidade. Isto é, o centro da cidade, por essa posição central ou por resultar de um processo histórico de aglomeração, catalisava a competição pelo espaço em torno dele. Com o aumento da população da cidade, a competição e a divisão do trabalho cada vez mais especializado disparariam dois processos adicionais, chamados centralização – tendência da população urbana em rumar para o centro da cidade – e descentralização – desocupação de áreas antes consideradas nobres (GOTTDIENER, 1997).

Assim, através do que chamou de *processos ecológico-urbanos*, Burgess (apud PACEN, 1975) utilizou-se de um conceito da biologia – o da invasão, competição e sucessão – para explicar a distribuição das pessoas no espaço urbano. Por esse princípio, determinados grupos de indivíduos promovem a invasão de áreas antes estáveis gerando competição entre invasores e invadidos, o que acarreta, quase que invariavelmente, a dominância dos invasores, provocando, assim, a sucessão na área. Aos invadidos cabe procurar nova área – em geral, periférica a área invadida – visto que

o processo leva a uma deterioração da localidade pelos efeitos da superpopulação e suas derivações sociais. Ao explicar o modelo de Burgess, Bradford e Kent (1987, p. 109) destacam que “O principal processo que operava no modelo era a tendência das pessoas vivendo numa dada área invadirem e, eventualmente, se sucederem na zona exterior mais próxima. A energia para manter esse sistema dinâmico era o crescimento contínuo da população urbana através da migração para o centro”.

Reforçando essa idéia, Gottdiener (1997, p. 40) afirma que:

Segundo Burgess, a cidade crescia por um processo dual de aglomeração central e descentralização comercial, à medida que surgiam novos negócios tanto em áreas marginais quanto no distrito comercial central, a fim de satisfazer as necessidades funcionalmente diferenciadas para toda a região em expansão. Assim, a cidade crescia para fora, pois as funções que perdiam na competição da cidade central eram realocadas em áreas periféricas. Isso, por sua vez, levou a mais diferenciação espacial, à medida que as atividades eram distribuídas segundo vantagens competitivas.

Nessa linha, Pacen (1975) afirma que o processo de sucessão previsto por Burgess é fonte de explicações para o movimento das indústrias de se afastarem do centro, ou mesmo para a transformação de zonas tradicionalmente residenciais em zonas comerciais. Uma zona industrial estabilizada constitui fonte de atratividade para novas indústrias. Esse processo contínuo, em geral, acarreta numa superpopulação de empresas. Essa superpopulação faz com que as vantagens antes previstas e vinculadas à área estabilizada se percam com a intensificação da competição pelos recursos – clientes, funcionários, espaços privilegiados, atenção dos fornecedores, investidores. Essa competição de caráter predatório desenvolve entre as indústrias a necessidade de se buscar uma nova área de estabilidade para conseguir a recuperação das vantagens perdidas. A conseqüência natural desse processo é a percepção da deterioração

daquela zona industrial e o surgimento de novas áreas, em geral, adjacentes à original. Assim, como ondas concêntricas, as indústrias se movimentam a partir do centro, seja buscando novas vantagens de localização, seja fugindo dos problemas causados pelas empresas invasoras – congestionamentos, degradação, instabilidade e competição predatória.

3 METODOLOGIA

O método utilizado foi o estudo de caso, ainda que nenhuma empresa específica tenha sido tomada como unidade de análise deste estudo. Empresas individuais foram pesquisadas buscando-se a exploração da concentração empresarial. A unidade de análise refere-se, portanto, ao conjunto das empresas de confecção concentradas no Prado, bairro de Belo Horizonte. Embora não se tenha procedido a um estudo comparativo entre aglomerados, foram feitas comparações com outros pólos, especificamente com a concentração de confecções no Barro Preto, também na mesma cidade. Essa comparação permitiu, entre outros aspectos, entender melhor os motivos e as características da formação do aglomerado.

A investigação foi realizada com os seguintes instrumentos para coleta de dados: a) entrevistas semi-estruturadas com empresários do ramo de confecção; b) entrevista semi-estruturada com representante da Associação Minas Mostra Moda⁴; c) observação direta do ambiente e das organizações onde foram realizadas entrevistas, permitindo conhecer a dimensão e a estrutura das confecções localizadas no Prado, em Belo Horizonte.

Para selecionar as empresas pesquisadas, o critério usado foi o de acessibilidade previsto por Gil (1987) e Yin (1989). Acreditamos que, sem o acesso às fontes, neste caso, as empresas de confecção, não seria possível conhecer em profundidade as características relativas ao processo de formação do aglomerado. Foram entrevistadas quinze pessoas, proprietários de confecções, e uma entrevista com o representante da Associação de Confeccionistas do Bairro. Ainda com relação às

entrevistas, o roteiro desenvolvido contemplou os principais aspectos teóricos estudados e foi dividido em três blocos. O primeiro abrangeu questões referentes ao contexto competitivo da empresa, como aspectos ligados à concorrência, clientes, fornecedores, ou seja, o negócio em geral. No segundo bloco, as perguntas remeteram à relação da empresa com o aglomerado. Nesse bloco, encontramos as primeiras noções da arquitetura da concentração de empresas, inclusive respostas relativas ao processo de formação do aglomerado. Finalmente, no terceiro bloco, focamos os aspectos relacionados à cooperação entre as firmas do arranjo e à percepção dos entrevistados sobre o atual estágio das ações de cooperação. Para o representante da associação Minas Mostra Moda, foi desenvolvido um roteiro de perguntas específico que privilegiou aspectos relacionados ao histórico de formação do aglomerado e a questões ligadas às práticas desenvolvidas pela entidade para fomentar a cooperação entre as empresas associadas.

Para facilitar o entendimento acerca dos dados coletados, foram usadas duas estratégias de análise complementares. Primeiramente, a divisão das respostas em blocos, seguindo os parâmetros já explicitados, ou seja, análise da concorrência e aspectos cooperativos existentes entre as empresas do arranjo. A outra estratégia utilizada foi o mapeamento dos principais pontos da literatura como recurso norteador da análise. Essa técnica permitiu-nos entender a aplicabilidade ou não, em relação ao caso estudado, dos pontos de destaque na literatura. A figura 2 demonstra como foi desenvolvida a estratégia de análise dos dados.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A partir da década de 80, surgem os pólos de moda, responsáveis pela proliferação de centenas de empreendimentos na capital mineira. Dentre esses pólos de confecções surgidos, destaca-se o do bairro Prado.

As empresas de confecção ali localizadas dividem-se basicamente em dois grandes grupos.

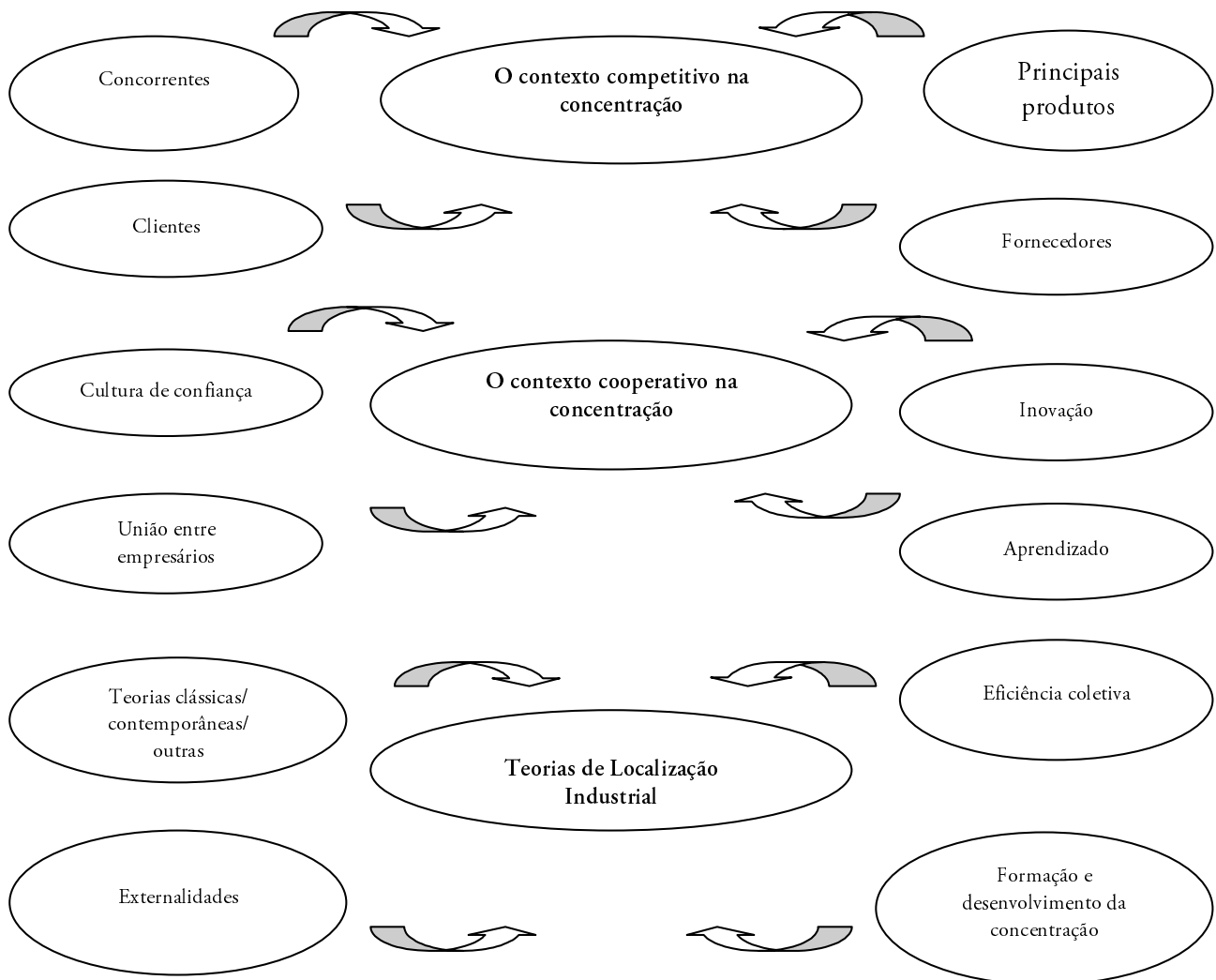


Figura 2 – Categorias de análise dos dados.

Fonte: Elaborada pelos autores.

De um lado, e em menor número, as pronta-entregas, que atendem clientes eventuais que lá aparecem tendo, portanto, a necessidade de trabalhar com a variedade de estoque de tecidos, cores e tamanhos. Em geral, as pronta-entregas começaram distribuindo artigos, tendo a função de intermediação. Com o passar do tempo, realizaram investimentos para confeccionar seus próprios artigos. Algumas, porém, terceirizam etapas da produção, funcionando basicamente como *show-room* e ponto de venda. Do outro lado, estão as confecções que trabalham com base em pedidos. Estas não acumulam estoques, salvo tecidos, tamanhos e cores que têm saída rápida e certa. Para elas, é fundamental o relacionamento duradouro

com os clientes espalhados por todo o país. Essas empresas atualizam-se em feiras e apostam suas vendas em lançamentos periódicos programados que contam com a presença dos principais clientes. Algumas praticam ainda outras formas de relacionamento como *telemarketing*, distribuição direcionada de catálogos e envio de lotes-teste, uma espécie de consignação dos produtos.

A maioria dos empresários entrevistados julga participar de um setor de intensa concorrência em função do grande número de competidores estabelecidos no mesmo local. Contudo, alguns extrapolam essa visão micro para uma análise mais ampla dos aspectos concorrenciais, entendendo a concorrência como algo que vai além

daquela concentração. Essa postura de análise mais abrangente pode ser testemunhada nas palavras de um empresário:

A competição se dá no âmbito nacional, ou seja, os principais competidores estão em outros estados e não somente no bairro. Atualmente, a empresa enfrenta concorrência de outros pólos de moda como em São Paulo, Rio de Janeiro e algumas praças do nordeste. Essa idéia que a proximidade é que nos prejudica está equivocada. Temos que nos preocupar com os concorrentes de outros estados.

Ainda em relação ao contexto competitivo da concentração, alguns empresários fazem críticas aos concorrentes que, por motivos diversos, trabalham unicamente o preço como fator preponderante para conquistar clientes. De acordo com os entrevistados, essa prática reduz as margens de lucro, deixando as transações menos atrativas para o confeccionista, deslocando o poder de barganha para os compradores. Os depoimentos abaixo ilustram isso:

A nossa competição não é 100% sadia. É uma competição, podemos dizer, 80% sadia. O resto é aquelas empresas que a gente não sabe se estão com dificuldades financeiras ou não, ou acham que têm que ficar livres do produto; no meio de uma coleção começam a trabalhar com 40% de desconto, 20% de desconto; quando quem hoje quem trabalha com o pé no chão e é mais entendido na área de custos sabe que a gente não pode nunca dar um desconto acima de 10%.

Olha, o que realmente nos atrapalha aqui é esse negócio do concorrente entregar seu produto muito barato. Eu não consigo entender isso. Para vender, o sujeito é capaz de tudo. Isso complica todas as outras empresas que tentam ganhar um pouquinho a mais. Eu, por exemplo, não jogo mercadoria fora. Mas, a comparação é inevitável.

As respostas sobre o processo de formação da concentração foram relativamente homogêneas e encontraram amplo respaldo em uma das teorias de localização discutidas na revisão da literatura. A maioria dos entrevistados fez relação direta entre o processo de deterioração da concentração de empresas de confecção no Barro Preto e o processo de formação e desenvolvimento do pólo de moda no bairro Prado. Segundo pôde-se apurar nas entrevistas, foi a degradação do Barro Preto nos aspectos de segurança, estacionamento, trânsito e poluição que motivou as melhores confecções a migrarem para outra localidade. Para minimizar os efeitos indesejáveis dessa migração – troca de endereço e telefone, saída de um pólo consolidado e risco inerente à nova localidade – os empresários optaram por se instalarem no bairro imediatamente adjacente: o Prado. Esse movimento migratório parece ter sido, portanto, elemento fundamental do processo de formação da concentração do bairro Prado, conforme atestam os depoimentos a seguir:

Tudo começou com uma deterioração do pólo de moda do Barro Preto, atualmente visto como excessivamente popular e com problemas graves de trânsito, estacionamento, congestionamentos e, sobretudo, segurança.

... e por esse bairro ser próximo do Barro Preto. Então, as fábricas que não queriam estar no Barro Preto porque o Barro Preto, querendo ou não, tem um perfil totalmente diferente do nosso, então as pessoas que estavam lá e estavam insatisfeitas e as pessoas que estavam por montar a fábrica e que não queriam montar lá, vieram para cá.

Além da deterioração da aglomeração no Barro Preto, outros elementos contribuíram para a formação da concentração no Prado. Quando indagados sobre o principal elemento motivador que os fez optar pelo Prado, os empresários apresentaram diversas justificativas. Uns já possuíam certo vínculo com a região, tendo sido moradores e essa historicidade comum e a conveniência foram determinantes para a decisão. Outros jus-

tificaram a opção pelo monitoramento das tendências do setor, que mostraram uma migração em massa de confecções de qualidade para o bairro. Existem, também, aqueles que, de alguma forma, foram informados por colegas do setor de que, ali, as oportunidades eram crescentes. Portanto, nesse aspecto, não existe um elemento unificador em relação às decisões dos empresários sobre os fatores que motivaram a instalação de suas empresas no bairro Prado.

Ainda em relação ao processo de formação da concentração, outro aspecto que se mostrou relevante nas entrevistas foi a estrutura imobiliária. Vários entrevistados mencionaram a existência de casas grandes e antigas com aluguel a baixo preço, como aspecto motivador para a instalação de seus empreendimentos nas localidades do bairro. O excesso de oferta parece ter resultado em aluguéis com valores atraentes para as empresas.

Quando perguntados sobre as possíveis vantagens de pertencerem àquela concentração de empresas, os empresários, em sua maioria, não conseguiram identificar claramente elementos que realmente constituíssem algum tipo de vantagem. Em relação à possibilidade de a matéria-prima chegar a um custo menor, pela concentração de empresas, todos os entrevistados foram contundentes em afirmar que isso não ocorre. No que diz respeito à oportunidade para o emprego de mão-de-obra especializada a baixo custo, todos os entrevistados enquadraram nessa perspectiva o custo menor com despesas relativas ao transporte dos funcionários para o local de fácil acesso. Sobre isso, deve-se ressaltar o movimento crescente de práticas de terceirização presentes no arranjo em busca de facções que desenvolvam essa etapa do processo produtivo. Nosso julgamento é de que esse movimento tem, como maior estímulo, a redução dos custos operacionais do que a concentração do foco nas competências essenciais do negócio e consequente incremento da competitividade.

Quando aventados sobre a possibilidade de acessar outros mercados pelo fato de pertencerem à concentração, a maioria dos entrevistados ressalta a participação em feiras em São Paulo sem, contudo, perceber alguma conexão entre pertencer ao aglomerado e participar dessas feiras. Melhor

dizendo, o fato de estarem localizados no bairro Prado não garante nem habilita participação nesses eventos. Por fim, em relação à existência de algum incentivo fiscal ou disponibilidade de capital e linha de crédito específica para as empresas da concentração, todas as respostas negaram essa possibilidade.

Essas respostas sugerem que os benefícios oriundos da aglomeração – utilização das externalidades, eficiência coletiva, aprendizado organizacional, cooperação, presença de um ambiente propício à inovação – previstos na teoria sobre *clusters* (AMATO NETO, 2000; AMORIM, 1998; CASAROTTO FILHO; PIRES, 1999; HADDAD, 2001; IGLIORI, 2001; PORTER, 1999; VERSCHOORE; BALESTRIN, 2006), ainda estão longe de se configurarem na realidade para os participantes da concentração de confecções do bairro Prado. Ficam evidentes, assim, os primeiros sinais de que o arranjo funciona ainda precariamente quanto às vantagens potenciais previstas pela teoria e verificadas em outros arranjos mais organizados.

4.1 Análise dos dados considerando aspectos teóricos relevantes

Alguns aspectos previstos na teoria sobre formação de aglomerados e discutidos no item 2 – Teorias de localização industrial – são agora retomados, considerando as informações obtidas na pesquisa. O objetivo é, nesse momento, interpretar o processo de concentração de empresas de confecção no bairro Prado à luz do que é discutido pela literatura sobre elementos propulsores da formação de *clusters*.

Entre os primeiros aspectos contemplados em nossa revisão da literatura, destacou-se a importância da valorização do local como contraponto à integração global dos mercados e à competitividade encarada como fenômeno mundial (BENKO, 1996; CASTELLS, 1999; CASSIOLATO e LASTRES, 2003; CHESNAIS, 1996; SANTOS, F.; CROCCO; LEMOS, 2004; SANTOS, T., 1996). Embora consideremos pouco aplicável ao caso estudado, a percepção do repre-

sentante da associação demonstra ultrapassar a visão tradicional dos empresários da concentração e alinhar-se mais modernamente com a realidade da competição. Em suas palavras:

O que esse pessoal tem que entender é que eles são concorrentes entre si, concorrentes entre estados e concorrentes entre países. E, que a concorrência entre estados e países, ela é infinitamente maior que a concorrência entre eles. Se eles ficarem concorrendo entre eles, vão quebrar. É por isso que tem que ter o conceito de associação. A nossa concorrência ela é muito pequena perto da concorrência nacional e internacional. Então eu acho que é isso que a gente tem que despertar neles: que a concorrência ela é nacional e internacional. Se eles ficarem brigando entre si, todos vão morrer. A verdade é essa. É como se tivesse que criar uma única empresa para concorrer com o mercado nacional e internacional.

Ao passarmos para a análise das teorias de localização industrial, que procuram explicar os fatores que levam os empresários a se decidirem por determinada localidade para a instalação de suas empresas, permitimo-nos agrupá-las em duas linhas de abordagem: a teoria clássica (BARQUETTE, 2002; ESTALL; BUCHANAN, 1976; MARSHALL, 1985; PERROUX, 1955;) e a teoria contemporânea (BARQUETTE, 2002; CASTELLS, 1983, 1999; COURLET, 1990). Percebemos que os aspectos relacionados à teoria clássica estão mais presentes na concentração do bairro Prado que os aspectos ligados à teoria contemporânea de localização industrial.

O custo da mão de obra, considerando-se apenas a minimização de despesas com transporte de funcionários, pela localização privilegiada entre dois corredores de tráfego, a proximidade dos centros produtores de matéria-prima, resultando na presença mais constante de fornecedores do aglomerado e o baixo valor dos aluguéis, decorrente do excesso de oferta, foram decisivos. Em outras palavras: os fatores tradicionais se sobressaíram aos contemporâneos como: a formação de mão-de-

obra especializada, o acesso a mercados globais, o relacionamento com centros de pesquisa e a integração em redes empresariais. Na verdade, a ocorrência desses fatores contemporâneos, essenciais para aumentar a competitividade do arranjo, não foi identificada na concentração de confecções do bairro Prado. Isso demonstra que a decisão dos empresários sobre a localização de seus empreendimentos não levou em consideração aspectos previstos na moderna teoria da localização.

Além da abordagem que contempla fatores tradicionais e contemporâneos de localização, inferimos que a teoria prevista nos Sistemas Industriais Localizados – SIL (COURLET, 1990) é aplicável, ao menos em parte, à concentração pesquisada. Essa corrente defende que o processo de decisão da localização industrial de uma pequena empresa se diferencia da lógica de uma grande empresa, ultrapassando a esfera econômica e levando em conta, também, aspectos relacionados com a cultura, a história e a sociedade (GARCIA, 2001). Portanto, aspectos como qualidade de vida, baixos índices de violência e a história comum foram relevantes para justificar a preferência dos empresários pelo bairro Prado, conforme constatamos nos depoimentos dos entrevistados:

Sempre fui morador do Prado e a conveniência foi o principal motivador. Além disso, como morador, detinha conhecimento local e percebi a oportunidade de crescimento do pólo

Pessoalmente, o motivo que me levou a optar pelo Prado é porque eu moro perto. Eu não queria pegar trânsito todo dia para trabalhar. Esse é o motivo pessoal e foi o que prevaleceu.

Contudo, dentre as diversas teorias de localização industrial, o Modelo de Burgess (BRADFORD; KENT, 1987; CASTELLS, 1983; GOTTDIENER, 1997; PACEN, 1975) parece ser o que melhor traduz os motivos que levaram os empresários a instalarem seus empreendimentos no Prado. Esse modelo explica o movimento das indústrias ao se afastarem do centro ou mes-

mo na transformação de zonas tradicionalmente residenciais em zonas comerciais. Recorrendo ao modelo de Burgess apresentado por Pacen (1975), permitimo-nos fazer uma analogia do processo ecológico-urbano quando investigamos os motivos que levam determinadas indústrias a se instalarem ou se deslocarem espacialmente em busca de melhores oportunidades. Parece claro que os fatores que, segundo o modelo, explicam os deslocamentos populacionais também podem servir como base de sustentação para explicar os deslocamentos industriais.

O processo de deslocamento das populações, através de zonas concêntricas, parece fundamentar a migração de dezenas de confecções do Barro Preto para o Prado, motivadas pela deterioração do espaço urbano do primeiro bairro. Mais que isso, esse modelo permitiu-nos inferir que esse movimento tende a repetir-se. Isto é, os sinais de deterioração verificados no Prado certamente farão com que as confecções inovadoras e diferenciadas procurem áreas adjacentes àquela localidade para instalarem seus empreendimentos. Tal movimento pode ser facilmente percebido pelos relatos dos entrevistados, que afirmam não ter dúvidas sobre a migração lenta e gradual de empresas do bairro Prado para outros bairros mais nobres, conforme declara um entrevistado:

Da mesma forma que aconteceu com o Barro Preto, aqui também está ficando complicado. Antes tinha muito estacionamento, agora não tem mais. Antes tinha muita calma e segurança, agora não tem mais. Essa quantidade enorme de confecções pequenas também ajuda para baixar a margem, os preços e bagunçar a coisa toda. As grandes confecções que não são bobas, já perceberam que o próximo movimento é sair do Prado indo ali pro Gutierrez ou pra Cidade Jardim, pois elas têm medo que isso aqui vire um novo Barro Preto. A gente já ouviu essa conversa por aí.

Essa tendência, ainda que lenta e gradual, também foi percebida pelo representante da associação Minas Mostra Moda:

Eu acredito que algumas boas confecções vieram como as confecções estão indo agora para o bairro São Pedro e Cidade Jardim. Então, algumas vão como pioneiras desbravando mesmo essa questão de localização na intenção de se diferenciar e a partir daí as outras vão atrás. Muitas saíram do Barro Preto e vieram para o Prado. O Prado, de certa maneira, está entrando num processo de popularização muito lento ainda, muito numa fase inicial e essas confecções tão começando a migrar para um outro ponto mais nobre para ter um diferencial.

Os principais conceitos discutidos na teoria dos *clusters* industriais ainda não são verificados na concentração de empresas de confecção do Prado. Talvez, apenas a existência de muitas empresas de um mesmo setor, agrupadas localmente, estabeleça alguma conexão com os aspectos teóricos propostos pelos autores que defendem os benefícios dos aglomerados (AMATO NETO, 2000; AMORIM, 1998; BEST, 1990; CASAROTTO FILHO; PIRES, 1999; HADDAD, 2001; IGLIORI, 2001; MARSHALL, 1985; PORTER, 1999).

Na verdade, recorrendo à tipologia, que procura explicar os estágios de formação dos *clusters* (CASAROTTO FILHO; PIRES, 1999), podemos inferir que a concentração do bairro Prado pode ser classificada como um *cluster* informal, ainda em estágio embrionário e que precisará de ações mais contundentes para evoluir para um arranjo efetivamente organizado. Esses autores listam aspectos importantes para analisar a evolução dos *clusters* e, a partir desses aspectos, tipificam os arranjos, enquadrando-os como *clusters* informais, *clusters* organizados e *clusters* inovativos. Os aspectos essenciais dessa análise referem-se a: a) existência de lideranças, b) tamanho das firmas, c) capacidade de inovação encontrada no arranjo, d) nível de confiança entre os participantes, e) tecnologia empregada, f) nível da cooperação entre as firmas, g) nível da competição entre as firmas e, h) formação de consórcios de exportação.

Ainda segundo os autores, os *clusters* informais carecem de lideranças empresariais, são com-

Características relevantes para aferir o estágio de evolução de um <i>cluster</i>	Avaliação dos pesquisadores
Existência de liderança empresarial	Nenhuma
Tamanho das firmas	Predominância de micro empresas
Capacidade de inovação	Pequena
Confiança interna entre os participantes	Média
Nível de tecnologia empregada	Pequena
Cooperação	Pequena
Competição	Alta
Exportação em conjunto	Nenhuma

Figura 3 – Principais aspectos encontrados na concentração de confecções do bairro Prado.

postos predominantemente de micro empresas e, embora apresentem intensa competição entre as firmas, isso não lhes garante capacidade de absorver inovações. Também não se verificam relações pautadas na confiança entre seus membros, o que dificulta ações cooperativas. Tampouco conseguem se organizar para acessar novos mercados, especialmente via exportação. A figura 3 contribui para melhor entendimento dessa análise e sintetiza a opção de classificar a concentração de confecções do bairro Prado como um *cluster* informal.

Na mesma linha de análise, outras características podem atestar a ocorrência limitada de aspectos da teoria dos aglomerados, quando aplicados à concentração de confecções do Prado. As empresas pesquisadas parecem tirar pouco proveito dos benefícios derivados das externalidades ou economias de aglomeração (HADDAD, 2001; IGLIORI, 2001; MARSHALL, 1985; PERROW, 1992; PORTER, 1998, 1999;) inerentes à concentração, como redução dos custos de produção e incremento de produtividade como forma de aumentar a competitividade do arranjo. Também no que se refere ao conceito de eficiência coletiva – aspecto teórico que preconiza que as empresas em conjunto apresentam melhores resultados que isoladamente (IGLIORI, 2001) – as empresas da concentração do Prado sugerem pouca ou nenhuma sinergia, devido ao perfil de atuação individual dos empresários.

Pelo processo de formação e desenvolvimento previsto na teoria dos aglomerados pode ser entendido – se analisado com otimismo – que

a concentração de confecções do Prado apresenta condições de alcançar níveis mais elevados de produtividade e de competitividade. Isso porque os autores pesquisados destacam que esse processo, em geral, se dá a longo prazo, e não se pode esperar resultados expressivos de arranjos embrionários (ALTENBURG; MEYER-STAMER, 1999; FAIRBANKS; LINDSAY, 2000; PORTER, 1999). Sob essa perspectiva, podemos considerar a concentração de confecções do Prado como em formação, estando o seu desenvolvimento vinculado a variáveis importantes. Essas variáveis incluem mecanismos de coordenação mais eficientes, participação ativa do empresariado e incentivo via políticas públicas que valorizem a produção local frente aos competidores regionais, e mesmo, globais.

Aspectos culturais também parecem ser decisivos para o desenvolvimento dos aglomerados. Esse ponto é destacado pelo representante da associação como um dos elementos que restringem o fortalecimento da concentração de confecções do Prado e que deverão, portanto, ser mais intensamente trabalhados. Em suas palavras:

No interior, eu acho interessante que eles já têm um conceito de cooperativismo que vem da cooperativa de leite que funciona maravilhosamente bem. O pessoal da moda não está acostumado com isso. Eles se sentem muito concorrentes. Agora isso aí é um trabalho que envolve uma questão cultural e quando a gente está trabalhando a ques-

tão cultural aí é um trabalho de longo prazo. Tem que ter paciência, persistência. Por isso, que hoje a gente está investindo muito no associado, para que ele consiga perceber a importância do associativismo e dos resultados que a gente pode conseguir.

5 CONCLUSÕES

A partir do entendimento das teorias tradicionais de localização (BARQUETTE, 2002; ESTALL E BUCHANAN, 1976; MARSHALL, 1985; PERROUX, 1955) e das teorias contemporâneas (BARQUETTE, 2002; CASTELLS, 1983, 1999; COURLET, 1990), podemos enquadrar a opção dos empresários do arranjo mais relacionada aos fatores tradicionais de localização como: o valor dos aluguéis, a proximidade do mercado consumidor, a facilidade para a aquisição de matéria-prima e para a contratação de serviços essenciais. Fatores contemporâneos como proximidade dos centros de pesquisa, mão-de-obra especializada ou interações com outras empresas parecem não influir nas decisões dos empreendedores da concentração sobre a localização de seus empreendimentos.

Nesse sentido, observa-se que a agressiva concorrência nacional e internacional, existentes no setor têxtil e, principalmente, no de confecções, não foi ainda suficiente para estimular as empresas localizadas naquela região a se organizarem e a estabelecerem ações de cooperação e complementariedade que pudessem resultar em aumento de competitividade favorecendo sua atuação em mercados maiores, extrapolando o contexto local e regional brasileiro. Na verdade, não existe naquela concentração uma firma de porte maior que pudesse empreender uma reestruturação no *locus* produtivo e desenvolver, estrategicamente, ações cooperativas com as empresas de pequeno porte, o que poderia redundar em aumento de competitividade com vistas não só a sobrevivência das organizações ali concentradas, mas, principalmente sua perenidade.

Ainda sobre aspectos locacionais, vale ressaltar que, muitas vezes o processo de decisão da localização industrial de uma pequena empresa

se diferencia da lógica de uma grande empresa (COURLET, 1990). Ou seja: embora nos esforçamos para enquadrar as pequenas confecções do Prado, na mesma linha de decisão de outras grandes indústrias, esse processo decisório se mostra como específico daquelas empresas. Desta forma, não podemos nos furtar a concluir que também eventos aleatórios e não planejados são responsáveis pelo direcionamento das decisões dos pequenos empresários (GARCIA, 2001).

Objetivamente, os aspectos mais conclusivos sobre os motivos que levaram os empresários a optar pelo bairro Prado remetem-nos ao Modelo de Burgess (BRADFORD; KENT, 1987; CASTELLS, 1983; GOTTDIENER, 1997; PACEN, 1975). Esse modelo, que explica a migração de populações e empresas de áreas saturadas para áreas imediatamente adjacentes ainda preservadas da deterioração, permite entender efetivamente o grande deslocamento de empresas de confecção do Barro Preto para o Prado. Mais que isso, sugere que esse fluxo tende a se reiniciar, promovendo novas migrações do Prado para outros bairros mais nobres e adjacentes. Pelo que foi apurado na pesquisa, esse movimento já se acha sinalizado, ainda que de forma lenta.

Nessa linha, podemos concluir que o processo ecológico-urbano de invasão, competição e sucessão, previstos por Burgess (apud PACEN, 1975), ainda na década de 20, com foco no estudo da sociologia e da geografia humana, responde pela causa principal da formação e desenvolvimento da concentração de confecções do Prado. Uma zona inicial de estabilidade – o bairro Barro Preto – após sofrer centenas de invasões de firmas concorrentes, torna-se instável em função da deterioração das condições competitivas consideradas normais.

A intensa competição provocada pelas firmas invasoras leva à deterioração da competitividade do arranjo como um todo. Essa deterioração evidencia-se por aspectos não concorrenciais como degradação do ambiente de negócios, excesso de congestionamentos e outros gargalos produtivos, recrudescimento da criminalidade local, além de repercutir na qualidade dos produtos pela popularização excessiva. Diante disso, empresas

inovadoras buscam a diferenciação em zonas concêntricas à aglomeração inicial, iniciando a formação de uma nova concentração, livre das mazelas da localização anterior. Esse processo de busca por novas zonas originou a concentração de empresas de confecção no Prado. A ela juntaram-se novos entrantes do setor e, de maneira constante, demais empresas oriundas do Barro Preto em busca de melhores condições de competição.

REFERÊNCIAS

- ALTENBURG, T.; MEYER-STAMER, J. How to promote clusters: policy experiences from Latin America. *World Development*, Oxford, v. 27, n. 9, p. 1693-1713, 1999.
- AMATO NETO, J. *Redes de cooperação produtiva e clusters regionais: oportunidades para as pequenas e médias empresas*. São Paulo: Atlas, 2000.
- AMORIM, M. A. *Clusters como estratégia de desenvolvimento industrial no Ceará*. Fortaleza: Banco do Nordeste, 1998.
- ANDRADE, M. C. *Geografia econômica*. São Paulo: Atlas, 1998.
- BARQUETTE, S. Fatores de localização de incubadoras e empreendimentos de alta tecnologia. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 42, n. 3, p.101-113, 2002.
- BELUSSI, F. Policies for development of knowledge-intensive local production system. *Cambridge Journal of Economics*, Oxford, v. 23, n. 6, p. 729-747, Nov. 1999.
- BENKO, G. Organização econômica do território: algumas reflexões sobre a evolução no século XX. In: SANTOS, M.; SOUZA, M. A A.; SILVEIRA, M. L. (Org.) *Território: globalização e fragmentação*. São Paulo: Hucitec, 1996.
- BEST, M. *The new competition: institutions of industrial restructuring*. Cambridge: Harvard University Press, 1990.
- BRADFORD, M. G.; KENT, W. A. *Geografia humana: teorias e suas aplicações*. Lisboa: Gradiva, 1987.
- BRUSCO, S. The rules of the game in industrial districts. In: GRANDORI, A. (ed.). *Interfirm networks: organization and industrial competitiveness*. London: Routledge, 1999.
- CASAROTTO FILHO, N.; PIRES, L. H. *Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local*. São Paulo: Atlas, 1999.
- CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M. *O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas*. 2003. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/redesist/Artigos/LasCas%20seminario%20pol%EDtica%20Sebrae.pdf>>. Acesso em: 11 jun. 2004.
- CASTELLS, M. *A questão urbana*. São Paulo: Paz e Terra, 1983.
- _____. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CHESNAIS, F. *A mundialização do capital*. São Paulo, Xamã, 1996.
- COURLET, C. *Novas dinâmicas de desenvolvimento e sistemas industriais localizados: Industrial Districts and Inter-Firm Co-Operation in Italy*. Genebra: International Labour organisation, 1990.
- COUTINHO, L. G.; FERRAZ, J. C. *Estudo da competitividade da indústria brasileira*. Campinas: Papirus, 1995.
- ESTALL, R. C.; BUCHANAN, R. O. *Atividade industrial e geografia econômica*. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.
- FAIRBANKS, M.; LINDSAY, S. *Arando o mar*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.
- GARCIA, R. C. *Vantagens competitivas de empresas em aglomerações industriais: um estudo aplicado à indústria brasileira de calçados e sua*

inserção na cadeia produtiva. 2001. Tese (Doutorado) – Unicamp, Campinas, 2001.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1987.

GORINI, A. P. F.; SIQUEIRA, S. H. G. **Complexo têxtil brasileiro**. Rio de Janeiro: BNDES Setorial, 1997.

GOTTDIENER, M. **A produção social do espaço urbano**. São Paulo: Edusp, 1997.

HADDAD, P. R. Clusters e desenvolvimento regional no Brasil. *Revista cluster*, Belo Horizonte, n. 2, p. 44-54, 2001.

HAGUENAUER, L. **Complexos industriais na economia brasileira**. Rio de Janeiro: IEI/UFRJ, 1984.

IEMI – INSTITUTO DE ESTUDOS E MARKETING INDUSTRIAL. **Brasil Têxtil 2002: relatório setorial da indústria têxtil brasileira**. São Paulo, 2002.

IGLIORI, D. C. **Economia dos clusters industriais e desenvolvimento**. São Paulo: Iglu, 2001.

MARSHALL, A. **Princípios de economia**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

PACEN, S. J. **O mundo urbano**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1975.

PERROUX, F. Nota sobre conceito de pólo de crescimento. In: PERROUX, F. et al. **A planificação e os pólos de desenvolvimento**. Porto: Edições Rés Limitada, 1955. (Cadernos de Teoria e Conhecimento; 6).

PERROW, C. Small-firm networks. In: NOHRIA, N.; ECCLES, R. (org.). **Networks and organizations: structure, form and action**. Boston: Harvard Business School Press, 1992.

PORTER, M. E. **Clusters e a nova competição econômica**. Boston: Harvard Business Review, 1998.

_____. **Competição: estratégias competitivas essenciais**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SANTOS, F.; CROCCO, M.; LEMOS, M. B. Arranjos e sistemas produtivos locais em “espaços industriais” periféricos: estudo comparativo de dois casos brasileiros. Nov. 2002. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br>>. Acesso em: 11 jun. 2004.

SANTOS, T. A globalização reforça as particularidades. In: SANTOS, M.; SOUZA, M. A. A.; SILVEIRA, M. L. (Org.) **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: Hucitec, 1996.

TESSARI, C. **A indústria da moda**. Análise Setorial. São Paulo: Gazeta Mercantil, 2001. v. 1.

VERSCHOORE, J. R.; BALESTRIN, A. Fatores competitivos das empresas em redes de cooperação. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006. 1 CD-ROM.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

NOTAS

- ¹ Para fins desse trabalho, os termos concentração de empresas, aglomeração, arranjos produtivos locais e cluster foram utilizados indistintamente. Vale ressaltar, no entanto, que o caráter de proximidade geográfica está sendo considerado para se avaliar os ganhos obtidos em termos de aumento de competitividade, maior acesso a fornecedores, clientes, dentre outros.
- ² Fonte: Sindicato da Indústria do Vestuário e Confecções – Sindinvest.
- ³ E.W. Burgess investigou a cidade de Chicago em 1920, identificando as regiões que apresentavam maiores problemas sociais.
- ⁴ Associação que congrega parcela expressiva das confecções do bairro.