

ECONOMIA CRIATIVA E INTELIGÊNCIA COMPETITIVA EM ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS DE ARTESANATO EM MINAS GERAIS

De Muijder, C. F. (cristiana.muijder@fumec.br)
Lima, J. B. (juvencio.lima@fumec.br)

RESUMO

O artigo aborda os temas inteligência competitiva e indústria criativa em ambiente de tecelagem artesanal do município de Resende Costa, Brasil, por meio de estudo descritivo quantitativo. O objetivo foi identificar a percepção dos empreendedores desta indústria criativa quanto a ações de inteligência competitiva utilizando análise descritiva e análise fatorial. Os resultados da pesquisa apontaram fatores relacionados à inteligência: clientes, fornecedores e tendências tecnológicas. As fontes de informações ressaltadas pelos respondentes foram: treinamento, governo e o relacionamento pessoal. A busca por informações do ambiente e tendência a compartilhar e buscar informações sobre o setor demonstram que ocorrem ações de inteligência em um grupo de empresários, mas isto não indica formalização no arranjo. A discussão sobre indústria criativa e comportamento de inteligência competitiva além de oferecer um diagnóstico aos empresários e região possibilita aproximação da academia e arranjo produtivo. Como futuro estudo pode-se incluir análise de série temporal incluindo indicadores econômico-financeiros.

INTRODUÇÃO

O mercado da tecelagem tradicional local, conforme Silva (2010), foi estruturado em uma rede semiautônoma hierarquizada de atores sociais, com papéis definidos na indústria criativa. O trabalho, talento produtivo do acervo comum do conhecimento tradicional, foi organizado burocraticamente pelos proprietários dos estabelecimentos comerciais e regulado pela força dos laços fortes destes com os proprietários dos domicílios produtores (Silva, 2010).

METODOLOGIA

A partir de levantamento feito nas empresas cadastradas na prefeitura da cidade, pode-se criar uma estratégia para que os empresários participassem da pesquisa.

O questionário utilizado já validado foi adaptado somente para atender as características do negócio envolvido e dados da região. Ele é composto de 4 (quatro) fases. A Fase 1 – Caracterização do negócio; Fase 2 – Macro e Micro ambiente; Fase 3 – Importância das dimensões do Macro e Micro Ambiente e Fase 4 – Fontes relevantes de informações, ideias e sugestões. A pesquisa de campo ocorreu durante 30 dias e envolveu 93 das 95 empresas pertencentes ao cadastro e levantamento realizado.

O tratamento de dados foi dividido em duas etapas: análise descritiva e fatorial.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados incluem um aspecto interessante e complementar, da organização econômica do mercado da tecelagem tradicional de Resende Costa, apresentada por Silva (2010), Silva e Neves (2012 e 2013). Os dados deste trabalho apontam que a inteligência competitiva dos gestores dos estabelecimentos comerciais foi relacionada aos fatores: clientes, fornecedores e tendências tecnológicas. Considerando as necessidades a serem atendidas, seja pela resolução de problemas ou pela busca por melhorias apresentadas por Silva (2010), os clientes podem ter motivado a inteligência competitiva no mercado, domiciliar e comercial, do desenvolvimento de novas peças, novos materiais, melhoria do trabalho e adequação tecnológica. A evidenciação por parte dos gestores sobre adequação tecnológica pode ser compreendida, conforme Silva e Neves (2013), a partir da escassez de retalhos gerada pela adequação do parque fabril têxtil brasileiro, vivenciada por parte dos dirigentes ou até mesmo por informações consideradas em seu processo decisório.

CONCLUSÃO

Pode-se verificar que o Município de Resende Costa pode ser caracterizado conforme teoria como um APL de indústria criativa e o perfil dos empresários possui características que são similares a de outros APLs. A partir do estudo nesta indústria criativa de artesanato no Campo das Vertentes em MG instiga comparações outras. Outro estudo encontra-se em fase de finalização na indústria criativa de artesanato em madeira na mesma região e pertencente ao mesmo projeto de pesquisa e poderá gerar indicadores que possam ser comparados e indicar relevante avanço no estudo do tema proposto. Pode-se ainda como proposta de novo estudo, analisar estes indicadores propostos no modelo usado com indicadores econômicos regionais ou setorializados para efeito de comparação e geração de novos indicadores que possam ser comparados inclusive com outras regiões ou países que possuem setores criativos. Ressalta-se que o objetivo do estudo não foi extrapolar o estudo e descrição do caso proposto e seus objetivos foram atendidos.

REFERÊNCIAS

- Hartley, J. Creative Industries. In: Hartley, J. (2005). (Ed) Creative Industries. Oxford: Blackwell Publishing, 1-40.
- Júdice, V. M. M.; Pereira, J. F.; Pádua, F. H. F. (2008). Organização e Gestão de Indústrias Criativas: Estudo de Caso Exploratório sobre a Indústria de Música Sertaneja no Brasil Anais Encontro Nacional de Estudos Organizacionais - ENEO, 1-16.
- Lastres, H. M. M.; Cassiolato, J. E.; Maciel, M. L. (2003). Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: Relume Dumará
- Silva, R. S.; De Muijder, C. F. (2013). A Relação Entre As Práticas de Gestão do Conhecimento e Indicadores de Geração da Inovação. Dissertação de Mestrado Profissional em Sistemas de Informação e Gestão do conhecimento. Universidade FUMEC.
- Suciu, M-C.; Florescu, M. (2012). Creative economy and creative communities - Integration of the urban dimension into governance theory. Proceedings of the eighth Administration and Public Management International Conference. Budapeste, jun, 18/19.