

DIFUSÃO DE INOVAÇÃO EM *CLUSTERS* DE NEGÓCIOS COMERCIAIS: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE INOVAÇÃO E REDES SOCIAIS PRESENTES NAS REDES DE NEGÓCIOS

Autor: Fabio Teixeira Arten

Orientador: Prof. Dr. Renato Telles

Característica marcante de regiões economicamente avançadas, os *clusters* de negócios têm chamado atenção de pesquisadores e organizações ao redor do mundo, pois demonstram que a proximidade geográfica permite às empresas que os compõem, acesso a fatores determinantes para a sustentação da sua vantagem competitiva a partir dos relacionamentos e do conhecimento que flui na rede. Os *clusters* comerciais de negócios são um tipo especial de redes de negócios que se concentram localmente a partir de uma quantidade considerável de empresas similares e que se destacam pela sua competitividade. A difusão da inovação, por sua vez, é o processo pelo qual uma inovação é comunicada, por certos canais, ao longo do tempo, a membros de um sistema social. Em outras palavras, difusão é um processo social que envolve a comunicação ou a ligação interpessoal, ocasionado pelos relacionamentos. Sendo assim, a difusão da inovação depende da estrutura do sistema social. O papel das relações pessoais e das redes desses relacionamentos torna-se fundamental para a geração de confiança nas transações comerciais, ao mesmo tempo em que desencoraja problemas ocasionados por conduta inadequada (oportunistas). A ênfase dessa pesquisa está nos padrões de interação e comunicação como fatores-chave para a compreensão do comportamento dessas empresas, assim como de seus resultados econômicos. Dessa forma, a investigação se propõe a analisar o fluxo entre as empresas que tendem a ser parte dessa rede, a partir da descrição e da compreensão da estrutura da rede, os diferentes papéis desempenhados e a presença de restrições e oportunidades coletivas.