

CLUSTERS E REDES DE NEGÓCIOS: UMA PERSPECTIVA A SER DOMINADA POR EXECUTIVOS DO TERCEIRO MILÊNIO

Autor: Edison Yoshihiro Hamaji

Orientador: Prof. Dr. Renato Telles

Com a perda de competitividade das empresas ocidentais se acentuando a partir da década de 1980, alguns pesquisadores foram contratados para buscar explicações do sucesso de países no campo da competição globalizada. O estudo inicia com Alfred Marshall, economista inglês, que no início do século passado observou em seus estudos a concentração de indústrias em determinada região geográfica devido à abundância de recursos e definida pelo autor como “distritos industriais”; mais tarde, seu estudo foi nomeado como teoria da aglomeração. Na década de 1980, Michel Porter foi o pesquisador que escreveu o livro “Vantagem Competitiva das Nações”, afirmando que a vantagem competitiva estava nas regiões com alto grau de concentração de especialização, indústrias de atividades correlatas e que denominou como “*cluster*”. A partir dos anos 2000, no Brasil, os *clusters* vêm despertando o interesse de diversos pesquisadores. Do ponto de vista estratégico, Zaccarelli afirma que *cluster* significa um agrupamento de indústrias similares (agrupamento competitivo). Considera que o distrito industrial de uma cidade que envolve todas as empresas ali presentes se dedicando a produzir o mesmo tipo de produto e no qual a competição assuma características diferentes será considerado como *cluster*. *Cluster* é a formação espontânea (natural) da aglomeração das indústrias em determinada região e Arranjo Produtivo Local (APL) é a concentração de indústrias em uma mesma região com o incentivo e a participação do Estado. Atualmente, o mercado de varejo encontra-se em pleno desenvolvimento e em busca de competitividade. Desta forma, será que teorias desenvolvidas prioritariamente para *cluster* de negócio industrial são adequadas para atender às necessidades de *cluster* de negócio varejista?

Apoio PROSUP-CAPES