

ORGANIZAÇÕES EM REDES: A PERSPECTIVA DE GESTÃO DE NEGÓCIOS NO SÉC.XXI

Autores: Prof. Dr. Renato Telles e Prof. Dr. Maciel Manoel de Queiroz

Diante da necessidade de expansão do desempenho, por meio de aumento da eficiência operacional, incremento da produtividade e ampliação do valor entregue ao cliente, como base para o enfrentamento de uma concorrência progressivamente mais intensa, as redes surgem como nova perspectiva de ganho competitivo baseada na relação entre organizações. O paradigma da sociedade em redes e a emergência de uma nova ordem social, política e cultural impõe, aos gestores, a necessidade de compreensão disruptiva dos negócios, com a focalização em integração coletiva, capacidade inovativa e desenvolvimento de relações na construção de valor. O crescente interesse nos fenômenos organizacionais a partir do conceito de redes, com iniciativas governamentais, pesquisas acadêmicas e programas de desenvolvimento de recursos, entre outros movimentos estão associados a perspectivas como: (a) relações colaborativas entre fornecedores, clientes e mesmo com concorrentes; (b) desenvolvimento tecnológico associado em alguma medida à construção de relacionamentos; e (c) expansão do conhecimento acadêmico orientadas para redes de negócios. Um dos fenômenos mais surpreendentes e que despertou a atenção para esse tipo de lógica de entendimento foi o reconhecimento da capacidade competitiva de clusters de negócios, entendidos como concentrações geográficas de negócios correlatos. Tecnologia do Vale do Silício, filmes de Hollywood, vinhos da Borgonha, flores da Holanda, assim como os sapatos de Franca, os produtos para festas da Rua 25 de Março são exemplos do sucesso competitivo desses arranjos em rede. O objetivo da apresentação se constitui na discussão desse fenômeno e nas oportunidades que sua compreensão oferece.