

## Produção e Operações

# Análise da competitividade de *clusters* de negócios de varejo: ajuste de métricas através de uma aplicação no *cluster* varejista de moda do Bom Retiro

## *Analysis of competitiveness in retail business clusters: adjustment of metrics through an application at the Bom Retiro retail fashion cluster*

Helder de Souza Aguiar<sup>a</sup>, Cristina Espinheira Costa Pereira<sup>b,\*</sup>, Denis Donaire<sup>c</sup>  
e Paulo Tromboni de Souza Nascimento<sup>d</sup>

<sup>a</sup> Universidade Anhembi Morumbi (UAM), São Paulo, SP, Brasil

<sup>b</sup> Universidade Paulista (Unip), São Paulo, SP, Brasil

<sup>c</sup> Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), São Caetano do Sul, SP, Brasil

<sup>d</sup> Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil

Recebido em 7 de outubro de 2014; aceito em 10 de outubro de 2015

Disponível na internet em 21 de março de 2017

### Resumo

Encontram-se na literatura vários modelos que analisam *cluster* de negócios sob diferentes perspectivas. Este trabalho busca aprimorar um modelo desenvolvido para analisar a competitividade de *clusters*. Tem como objetivo ajustar operacionalmente métricas desenvolvidas para o modelo Zaccarelli, Telles, Siqueira, Boaventura e Donaire (2008) aplicado a *clusters* varejistas. Como decorrência, teve como objetivo secundário avaliar por meio da aplicação das métricas desenvolvidas a competitividade do *cluster* varejista de moda do Bom Retiro. Trata-se de uma pesquisa qualitativa e descritiva de estudo de caso único. Para fazer a aplicação das métricas foram coletados dados primários (questionários) e secundários (análise documental e banco de dados coletado em Jucesp Online). A pesquisa contribuiu para a transformação do modelo em todos os 11 fundamentos, algumas das métricas foram completamente alteradas e outras parcialmente. Os resultados indicam a plena operacionalização das novas métricas e essa aplicação sugere que o aglomerado de empresas situadas no Bom Retiro tem as características necessárias para ser classificado como um *cluster* em estágio desenvolvido de competitividade.

© 2017 Departamento de Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – FEA/USP. Publicado por Elsevier Editora Ltda. Este é um artigo Open Access sob uma licença CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

*Palavras-chave:* Clusters de negócios; Competitividade; Varejo

### Abstract

There are in literature different models that analyze business clusters from different perspectives. This work seeks to improve a model developed to analyze the competitiveness of clusters, aiming to adjust operationally metrics developed for the Zaccarelli model, Telles, Siqueira, Boaventura and Donaire (2008) applied to retailer's clusters. As a result, it is secondary to evaluate through the application of metrics developed the competitiveness of the Bom Retiro fashion cluster. It is a qualitative and descriptive study of a single case study. To perform the application of the metrics were collected primary data (questionnaires) and secondary (document analysis and database collected in JUCESP Online). The research contributed to the transformation of the model in all eleven factors, some of the metrics have been completely changed and other partially. The results indicate

\* Autor para correspondência.

E-mail: [cristinaespinheira@gmail.com](mailto:cristinaespinheira@gmail.com) (C.E. Pereira).

A revisão por pares é da responsabilidade do Departamento de Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – FEA/USP.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.rege.2017.03.003>

1809-2276/© 2017 Departamento de Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – FEA/USP. Publicado por Elsevier Editora Ltda. Este é um artigo Open Access sob uma licença CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

full operationalization of new metrics and this application suggests that the Bom Retiro cluster has the characteristics necessary to be classified as a cluster in a developed stage of competitiveness.

© 2017 Departamento de Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – FEA/USP. Published by Elsevier Editora Ltda. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

*Keywords:* Business clusters; Competitiveness; Retail

## Introdução

Em teoria, a localização não deveria ser uma fonte de vantagem competitiva, visto que com a abertura dos mercados globais a logística mundial e o desenvolvimento da comunicação qualquer empresa pode comprar de outra onde quer que ela esteja (Porter, 1998). Por mais que esses novos sistemas de fazer negócios se desenvolvam, é certo que existem aglomerações competitivas de empresas que se caracterizam pela produção de certos bens ou por serem centros de comércio de um determinado mercado.

Essas aglomerações podem ser denominadas *clusters* de negócios, concentrações geográficas de empresas interconectadas em setores relacionados e instituições associadas em campos específicos, que competem, mas também cooperam entre si (Porter, 1990). Nesses aglomerados, incluem-se desde fornecedores de infraestrutura especializada a fornecedores de insumos, componentes e máquinas e prestadores de serviços.

As razões econômicas para a concentração geográfica de negócios podem ser atribuídas à presença de recursos naturais, economias de escala de produção, proximidade dos mercados consumidores, mão de obra especializada, presença de fornecedores de insumos ou equipamentos, infraestrutura compartilhada, redução dos custos de transação e outras externalidades localizadas (Enright & Roberts, 2001). Empresas localizadas em *clusters* experimentam um crescimento mais acentuado e acesso a inovações de maneira mais rápida, isso as diferencia quanto à competitividade em relação às que se encontram de forma isolada (Baptista & Swann, 2005).

Os fatores associados com a seleção de um determinado *cluster* não são bem compreendidos pelos tomadores de decisão (Canina, Enz & Harrison, 2005). Assim, investigação das concentrações comerciais segundo uma perspectiva conceitual de *clusters* de negócios pode ajudar na compreensão das razões pelas quais empresas varejistas que concorrem diretamente operam próximas umas das outras. Além disso, também pode ajudar a explicar por que nessas regiões ocorre a ampliação da capacidade competitiva das empresas, redução das desigualdades entre regiões e criação de polos de desenvolvimento (Telles, Altheman, Siqueira & Romboli, 2011).

Com o intuito de analisar a competitividade de *clusters* de negócios, alguns modelos foram desenvolvidos. Na literatura encontram-se desde modelos simples, como aqueles que analisam a existência ou não de um *cluster*, aos complexos, que analisam aspectos como a sua competitividade. Dentre os últimos, o modelo de Zaccarelli, Telles, Siqueira, Boaventura e Donaire (2008), apresenta um conjunto objetivo e diversificado de fundamentos analisados através de métricas próprias. Os

fundamentos se constituem em evidências observáveis da vantagem competitiva de um *cluster* em relação a empresas isoladas e *clusters* concorrentes.

No entanto, algumas das métricas desses fundamentos são inviáveis ou de difícil operacionalização em alguns ambientes, o que gera a necessidade de adaptá-las ou substituí-las. Em virtude dessa necessidade, o presente trabalho teve como objetivo aprimorar e ajustar operacionalmente métricas desenvolvidas para o modelo Zaccarelli et al. (2008). Trata-se de um estudo sobre a competitividade em *clusters* de negócios. Para atingir o objetivo proposto, as métricas aprimoradas para o modelo foram testadas no *cluster* varejista de moda do Bom Retiro. Como decorrência, o objetivo secundário desta pesquisa é avaliar, através da aplicação das novas métricas, a competitividade do *cluster* varejista de moda do Bom Retiro.

O varejo urbano estruturado e reunido em aglomerações tem chamado a atenção de pesquisadores há algum tempo (Rogers, 1965). Alguns exemplos são as pesquisas de Sarturi, Vargas, Boaventura e Santos (2016), Pereira, Sarturi, Boaventura e Polo (2014), Oliveira e Gil (2014), Telles, Siqueira, Donaire e Gaspar (2013), Telles et al. (2011) e Siqueira, Gerth e Boaventura (2011). Mercados com uma grande oferta de produtos, como, por exemplo, confecções, bares e calçados, necessitam se diferenciar para adquirir competitividade, concentrar-se geograficamente pode ser uma variável importante para a competitividade (Teller & Elms, 2010).

## Fundamentação teórica

Desde Marshall (1982), no século XIX, os agrupamentos de negócios têm sido observados quanto à sua competitividade e as vantagens que possivelmente trariam para as empresas que estivessem localizadas neles. O autor falava em indústrias localizadas que, dados alguns fatores externos, levavam vantagem sobre outras, sobretudo quanto à sua mão de obra especializada. Por consequência, pode-se dizer que *clusters* não são fenômenos exclusivos das últimas décadas, têm despertado o interesse recente e crescente de pesquisadores em várias partes do mundo.

Porter foi o primeiro autor a usar o termo *cluster* para descrever um conjunto de empresas geograficamente concentradas, que atuam em um determinado mercado e são complementares (Porter, 1998). Desde então, as formas de aglomerações de empresas foram analisadas por vários pesquisadores, em contextos históricos e geográficos diferentes e através de pressupostos epistemológicos distintos (Sacomano Neto & Paulillo, 2012).

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/7437172>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/7437172>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)