

**COOPETIÇÃO VISTA POR DENTRO: (DES)COMBINAÇÕES DA ESTRATÉGIA
INTRA-CLUSTER SOB A PERSPECTIVA DA GESTÃO E DOS MEMBROS DO CLUSTER**

ROSANA LACERDA COELHO FERNANDES
UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE (UFCG)

ADRIANA FUMI CHIM MIKI
UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE (UFCG)

JEFFERSON MARLON MONTICELLI
UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS (UNISINOS)

COOPETIÇÃO VISTA POR DENTRO: (DES)COMBINAÇÕES DA ESTRATÉGIA INTRACLUSTER SOB A PERSPECTIVA DA GESTÃO E DOS MEMBROS DO CLUSTER

Introdução

A teoria de coopetição nos indica a existência de desequilíbrios no ciclo de criação e apropriação de valor, devido assimetrias na rede que geram diferentes graus de capacidade absorptiva das empresas. Considerando a estratégia de coopetição no contexto intracluster, isso afeta a capacidade das empresas se apropriarem do valor criado pelo cluster, ou seja, daquilo que foi planejado e executado pelos gestores, que acaba não sendo percebido pelos membros do cluster.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Apresenta-se duas questões de pesquisa: RQ1) Existe ajuste entre a estratégia de coopetição intracluster planejada pelos gestores e a percebida pelos clusterizados? RQ2) Que dimensões da estratégia de coopetição intracluster emerge da visão integrada entre gestores e clusterizados? O objetivo desta pesquisa, portanto, é analisar comparativamente os efeitos da coopetição pretendidos pelos gestores do cluster e os percebidos pelos clusterizados, identificando os (des)alinhamentos.

Fundamentação Teórica

A estratégia intracluster muitas vezes inicia-se através da sua gestão, assumindo um papel de coopetição mediada ainda pouco estudada na literatura (Monticelli et al., 2022). Trata-se da coopetição intermediada por um terceiro como forma de articular e facilitar a cooperação entre os concorrentes, incluindo o planejamento e execução da estratégia coopetitiva (Gernsheimer et al., 2021). Ritala e Tidstrom (2014), inclusive, destacaram a coexistência da criação e apropriação de valor na estratégia da coopetição, cujos objetivos coletivos e individuais nem sempre convergem.

Metodologia

Trata-se de uma pesquisa qualitativa baseada em CAQDAS (Computer Assisted Qualitative Data Analysis Software) por meio de dois softwares, Iramutec e NVivo. Utilizamos métodos quantitativos para dados qualitativos. O discurso dos gestores e dos membros do cluster proporciona uma visão de expectativa e realidade da estratégia da coopetição intracluster. Os dois softwares se complementam e permitem uma análise qualitativa que agrega conteúdo estatístico e interpretativo a partir de codificações que emergem do texto.

Análise dos Resultados

Os resultados mostraram a existência de concordâncias e discordâncias entre as perspectivas da coopetição pretendida pelos gestores e os efeitos percebidos pelos membros do cluster.

Conclusão

A concordância está na existência do ciclo de criação e apropriação de valor, gerando os benefícios da coopetição para fortalecer o cluster com atividades de treinamento e co-marketing. Em contraste, os desalinhamentos ocorreram principalmente na percepção do escopo de coopetição mediada. A visão agregada dos gestores e das empresas clusterizadas revelou sete dimensões da coopetição intracluster: Políticas Públicas, Ciclo de Coopetição, Facilitadores de Coopetição, Representatividade do Cluster, Benefícios Percebidos, Barreiras de Coopetição e Risco-Benefício.

Referências Bibliográficas

Gernsheimer et al., (2021). Cooperation research - A systematic literature review on recent accomplishments and trajectories. *Industrial Marketing Management*, 96(November2020), 113-134.

Monticelli et al., (2022). Can competitors cooperate? The impact of formal institution agents in promoting coopetition among emerging market exporters. *Journal of Business*, 37(9), 1915-1932.

Ritala & Tidström (2014). Untangling the value-creation and value-appropriation elements of coopetition strategy: A longitudinal analysis on the firm and relational levels. *Scandinavian Journal of Management*, 30(4), 498-5