PRODUTOS ESTRATÉGICOS: UMA ANÁLISE DO ESPAÇO DO PRODUTO DA ECONOMIA MINEIRA UTILIZANDO A PLATAFORMA DATAVIVA

Anna Amélia F. F. Vergueiro
Orientador: Newton Paulo Bueno

Este trabalho tem como objetivo identificar, através da adaptação do *Product Space* mineiro para análise de redes sociais, produtos estratégicos que podem ser produzidos competitivamente sem realocação significativa de recursos e que são potencialmente capazes de ampliar a diversificação econômica do estado. A metodologia utilizada é a análise de redes sociais e a base de dados a disponibilizada na plataforma Dataviva. A composição atual do Espaço do Produto indicou que os produtos com mais conexões e que gerariam um efeito de encadeamento superior em Minas Gerais não são produzidos com vantagem comparativa revelada no estado. O caminho, em direção à diversificação é o indicado pelo Espaço do Produto de São Paulo, que hoje apresenta uma economia mais desenvolvida e, consideravelmente, mais diversificada. As simulações realizadas permitiram a identificação de produtos que ao receberem incentivos adequados podem induzir a produção de uma gama de outros produtos correlacionados na economia, de acordo com as respectivas complexidades associadas.