

Sustentabilidade em modelos de clusters comerciais: Estudo exploratório acerca das ações de sustentabilidade em diferentes modelos de clusters comerciais

Sustainability in models of business clusters: Study of the sustainability actions in different models of business cluster

Esdras da Silva COSTA [1](#); Rogério Sárkis da COSTA [2](#); Milton Carlos FARINA [3](#)

Recibido: 09/09/16 • Aprobado: 15/10/2016

Conteúdo

- [1. Introdução](#)
- [2. Referencial teórico](#)
- [3. Procedimentos metodológicos](#)
- [4. Apresentação dos *clusters* pesquisados](#)
- [5. Análise dos resultados](#)
- [6. Considerações finais](#)

Referências

RESUMO:

A presente pesquisa teve por objetivo identificar os aspectos de sustentabilidade de diferentes clusters comerciais localizados na grande São Paulo descrevendo sobre suas ações de sustentabilidade entre os diferentes tipos de comércios pesquisados. A pesquisa foi conduzida tendo como base o modelo teórico elaborado por Zaccarelli, Telles, Siqueira, Boaventura e Donaire (2008) em um estudo de natureza exploratória e qualitativa, a fim de, identificar possíveis ações de sustentabilidade nos clusters pesquisados. Com base na temática "complementaridade por utilização de subproduto" desenvolvido por Zaccarelli et al (2008), a pesquisa pretende identificar e comparar ações de sustentabilidade entre os diferentes modelos de clusters, demonstrando se de fato existe a possibilidade de um modelo de clusters comercial ser classificado como sustentável, descrevendo acerca de suas principais ações sobre a temática abordada. Alguns clusters em estágio mais desenvolvido possuem ações condizentes com uma realidade sustentável. Contudo outros clusters ainda encontram-se com iniciativas incipientes, e até ausência de qualquer ação voltada para práticas sustentáveis. O que implica negativamente no desenvolvimento do aglomerado com perdas financeiras relacionadas pela ausência de tais práticas.

Palavras-chave: Cluster Comercial; Sustentabilidade; Competitividade; Subprodutos.

ABSTRACT:

This research aimed to identify the aspects of sustainability of business clusters in the great São Paulo describing their actions of sustainability between different types of businesses surveyed. The research was conducted based on the theoretical model developed by Zaccarelli, Telles, Siqueira, Boaventura e Donaire (2008) on a study of exploratory and qualitative in order to identify possible actions for sustainability in the surveyed clusters.. Based on the theme "complementarity by using by-product" developed by Zaccarelli et al (2008), the research aims to identify and compare sustainability actions among the different models of clusters, showing if indeed there is a possibility of a commercial cluster model be classified as sustainable, describing about their main activities on the theme. Some clusters models in more developed stage have actions compatible with a sustainable reality, however other models still are with incipient initiatives, and even the absence of any action aimed at sustainable practices, which negatively implies the development of the cluster related financial losses with the absence of such a practice.

Keywords: Business Cluster; Sustainability; Competitiveness; By-products.

1. Introdução

Diante do atual cenário de crise e movimentações empresariais locais, a busca por eficiência surge como aspecto de importante relevância organizacional. Destacam-se os processos de reestruturação empresarial (Brusco, Cainelli, Forni, Franchi, Malusardi, & Righetti, 1996; Sabóia, 2001) e movimentos constantes por inovações, de forma a obter vantagens competitivas para as organizações (Tidd, Bessant & Pavitt, 2008). Com foco em ações de promoção e divulgação de práticas sustentáveis. Nesse contexto, os trabalhos acadêmicos descrevem a importância do conceito de *cluster* e indicam maneiras de mensurá-lo. Tanto no que se refere a sua existência, quanto aos atributos que o caracterizam ao longo do seu desenvolvimento (Porter, 1998).

Os estudos acadêmicos que descrevem a formação dos aglomerados comerciais proporcionam uma maior compreensão sobre a formação teórica dos *clusters*. Por exemplo, os aglomerados podem proporcionar vantagem competitiva em um aspecto geográfico, favorecendo o território ao qual o *cluster* está inserido. Também pode estimular uma gestão orientada para a criação de uma estrutura supra-empresa. Essa estrutura possui a competência de direcionar o desenvolvimento e crescimento orientado do *cluster* (Zaccarelli et al, 2008).

O objetivo do artigo é identificar as principais características de sustentabilidade em diferentes modelos de *clusters* comerciais, localizados em diferentes localidades na grande São Paulo. Com base em uma pesquisa exploratória e qualitativa, o artigo trata o fenômeno estudado mediante as suas ações de sustentabilidades inseridas no contexto dos *clusters* comerciais, com base nas métricas elaboradas por Zaccarelli et al (2008) e sua aplicabilidade enquanto ferramenta para avaliação de *clusters*.

Desde sua criação o conceito de aglomerados obteve importantes contribuições teóricas acerca de sua formação, aspectos de continuidade, competitividade, fluxo de consumidores e atributos de localização, com seus estudos inicialmente conduzidos por Marshall (1982), Schimitz (1992), Porter (1998) e Zaccarelli et al (2008). Atualmente seguindo a premissa de Porter (1998), os aglomerados industriais ganharam a expressão de *clusters*, sendo observado enquanto fenômeno por estudos realizados em diversas localidades (em âmbito mundial), além de importantes contribuições no campo teórico conduzidas por pesquisadores nacionais.

Dada a sua relevância e aplicabilidade Zaccarelli et al (2008) surgem com uma nova nomenclatura intitulado de *clusters* comerciais. Agora com seus estudos e contribuições de pesquisas sendo direcionados para o âmbito comercial. Caracterizando as formações comerciais (grandes aglomerados comerciais) em diferentes localidades, proporcionando um diferencial competitivo para os empreendedores pertencentes ao modelo de agrupamento tendo como base o efeito da aglomeração (Donaire, 2013).

Deste modo, o estudo pretende ampliar as possibilidades de pesquisas de *clusters* comerciais tendo como base o modelo teórico desenvolvido por Zaccarelli et al(2008), observando a aplicabilidade de seu fundamento voltado para as ações de reaproveitamento de produtos, além de ser caracterizado como ação sustentável e de fornecer material para futuras pesquisas, valendo-se dos resultados obtidos. O estudo pode descrever como se encontram os *clusters* comerciais estudados frente à temática "sustentabilidade".

2. Referencial teórico

O referencial teórico da pesquisa está estruturado a partir das definições de sustentabilidade, *clusters* e *clusters* comerciais com o propósito de descrever acerca das teorias pesquisadas inseridas no contexto da pesquisa. Busca caracterizar as temáticas de forma simples, contudo respaldado em uma sólida

2.1 Sustentabilidade

O século XX ficou caracterizado pelo crescimento de uma consciência social em relação à degradação contínua do meio ambiente, decorrente do processo de desenvolvimento e crescimento dos países. Assim, surgiram reflexões com o propósito de superação da crise ambiental, buscando estabelecer a forma com que a sociedade em determinado contexto histórico, concebe a relação homem-natureza. Bornheim (1985) descreve que, “[...] a questão toda se concentra, portanto, no modo como a natureza se faz presente para o homem; ou melhor: no modo como o homem torna a natureza presente.” (p.18).

A definição de sustentabilidade está fundamentada no equilíbrio entre os recursos ambientais e as necessidades da sociedade, de maneira a não comprometer as futuras gerações. A sustentabilidade deve possuir em seu contexto estruturas de apoio a mudanças de comportamento da sociedade (Acselrad, 1999). Pereira (2013) descreve que o termo sustentabilidade refere-se a como o ser humano pode sobreviver e interagir no ambiente. Sachs (1997) apresenta cinco dimensões acerca da sustentabilidade: sustentabilidade social, sustentabilidade econômica, sustentabilidade ecológica, sustentabilidade geográfica e sustentabilidade cultural.

Nesse sentido, o presente artigo enxerga a necessidade de se discutir a apresentar o tripé da sustentabilidade classificado pelo conceito da *triple bottom line*, com sua dimensão relacionada a aspectos econômicos, social e ambiental. Nessa concepção, empresas são consideradas sustentáveis quando contribuem diretamente para a geração de benefícios econômicos, benefícios sociais e também benefícios ambientais (Claro & Claro, 2014). Vale ressaltar que o artigo não busca compreender as dimensões do *triple bottom line*, mas sim classificar os *clusters* envolvidos com o aspecto econômico, estando relacionado com a criação e promoção de subprodutos respeitando as prerrogativas de Zaccarelli et al (2008).

Dentro de uma perspectiva centrada no modelo econômico, com traços de desenvolvimento sustentável a teoria econômica deve atender a três objetivos: i) Alocação; ii) Distribuição e iii) Escala (Van Bellen, 2005 apud Daly, 1992; 1994). A alocação está ligada a disponibilidade de recursos e seu uso de forma adequada. A distribuição refere-se a como esses recursos são distribuídos entre os indivíduos. E por fim, a escala significa a quantidade de matéria-prima retirada do meio ambiente e transformada em produto acabado. Esse produto acabado posteriormente será devolvido com resíduos infinitos, necessitando de um tratamento e descarte apropriado (Van Bellen, 2005).

No contexto da perspectiva social, devem ser atribuídos os processos de desenvolvimento econômico estável, deste modo, agindo diante de uma distribuição de renda com premissas de igualdade, reduzindo as gritantes disparidades sociais e agindo por meio de uma busca contínua de melhores condições, condições estas ligadas diretamente aos cidadãos (Sachs, 1997).

Por outro lado, a perspectiva ecológica está relacionada aos impactos produzidos pelas diversas atividades humanas. Havendo certa similaridade entre o movimento de transformação das atividades humanas e os impactos ambientais gerados pelo homem. Destacando que toda atividade, independentemente de tipo ou ramo de atuação, vai desencadear em um impacto no ambiente (Rutherford, 1997). A grande contribuição e desafio será minimizar esse impacto a valores significativos. Assim, diminuindo a deterioração dos ecossistemas e proporcionando índices ambientais estáveis, acompanhados e controlados por órgãos ambientais (Sachs, 1997).

De acordo com a concepção da perspectiva geográfica, a mesma esta relacionada a uma distribuição adequada dos espaços e das atividades econômicas a serem realizadas, equalizando custo e benefício (Bellen, 2006). Por fim, contudo e não menos importante deve ser destacado a perspectiva cultural. Desse modo, cada espaço possui sua própria cultura enraizada no contexto social. Cada espaço deve ser responsável por seu desenvolvimento, porém, preservando sua identidade cultural, sem rompimentos com suas tradições culturais locais (Sachs, 1997).

Boff (2012) descreve que a maioria daquilo que se intitula sustentável muito provavelmente não seja. Para o autor, em algum momento no processo fabricação haverá problemas, seja na emissão de resíduos ou no seu modelo de descarte. Sendo assim, a palavra sustentável oculta problemas de agressão contra a natureza.

Benite e Polo (2013) corroboram ao informar que a sustentabilidade nos negócios não é encarada como uma iniciativa ambiental, mas sim como uma estratégia empresarial com objetivo de gerar valor a partir da busca de melhores resultados sociais e ambientais para as empresas.

A mudança da lógica financeira para uma lógica sustentável não é imediatista. Ela ocorre em uma perspectiva complexa e de longo prazo, sendo necessário um processo geral de aprendizagem. Desse modo, criando um movimento de mudança social e reflexão acerca do tema sustentabilidade (Hart, 1995; Cruz, Pedrozo, & Estivaleta, 2006).

2.2. Clusters

Definido por uma dinâmica empresarial o termo *clusters* está vinculado a uma concepção estratégica das empresas. Sendo conduzidas sob uma ótica de competitividade, aglomerações e inovação.

Originalmente os estudos sobre *clusters* foram concebidos de acordo com uma aglomeração de empresas na terceira Itália, tais empresas possuíam vantagens locacionais por estarem próximas umas das outras. Desse modo, reduzindo custos com transporte de materiais e obtendo força de trabalho especializada, tradicionalmente reconhecidos por Marshall (1982) como distritos Marshallianos, sendo conduzidos em seu início por estudos econômicos.

Posteriormente por meio de Porter (1998) o termo *clusters* ganhou maior expressão e repercussão frente aos estudos de estratégia das organizações. Trata-se de uma aglomeração empresarial que consistia de fortes combinações de produtos, máquinas e equipamentos, força de trabalho especializada e uma gama de novos serviços destinados a atender as necessidades empresariais, este último item classificado por Schmitz (1992) como presença de terceirização nos espaços empresariais.

Empresas concentradas em formato de *clusters* percebem de forma rápida as novas necessidades do mercado, possuindo assim flexibilidade e maior capacidade em agir frente às novas mudanças empresariais (Porter, 1998). Os *clusters* são conjuntos de empresas, e/ou um agrupamento de empresas que buscam complementaridade por meio de suas ações. Com isso criando cenários propícios para a competitividade e flexibilidade (Llorens, 2001).

Para o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo – SEBRAE (São Paulo) os *clusters* estão diretamente ligados a sua localização geográfica, sendo fortemente caracterizado pelo seu espaço territorial. Com diferentes atores empresariais envolvidos em conjunto em um processo de sinergia com complementaridade e aspectos de competição e inovação.

Larentis, Giovanella e Cislighi (2013) apud Aziz e Norhashim (2008) apresentam de acordo com a Figura 1 a evolução dos *clusters* classificada em seis fases que caracterizam seu ciclo de vida. Sendo demonstrado pelas seguintes etapas (a) antecedência, (b) *cluster* embrionário, (c) *cluster* em desenvolvimento, (d) *cluster* maduro, (e) *cluster* em declínio e (f) *cluster* em transformação.

Figura 1 – Ciclo de vida de um modelo de *cluster*

ESTÁGIOS	CARACTERÍSTICAS
Antecedência	Momento inicial que mostra ou ajuda a dar o impulso para formar o <i>cluster</i> . Pode ser através de um desenvolvimento orgânico (tendências naturais) ou planejado (decisões foram feitas para obter os benefícios e foram conduzidos através de implementações de políticas).
Cluster embrionário	Quando o <i>cluster</i> apresenta sinais de economias de aglomeração e os atores estão se beneficiando dele, bem como começa a formar ativamente ligações e redes.
Cluster em desenvolvimento	Massa crítica foi atingida e as ligações são ativas dentro do <i>cluster</i> . As relações com partes externas estão sendo desenvolvidas.
Cluster maduro	O grupo atingiu seu nível máximo e seu setor chave ou tecnologia amadureceu. Crescimento e desempenho mostram uma acentuada desaceleração.
Clusters em declínio	Passam pela maturidade e têm dificuldade em encontrar novo foco para gerar um novo crescimento e para atrair novos participantes, úteis para reenergizar a sua composição. Significa que o <i>cluster</i> pode se desintegrar, com atores procurando novos <i>clusters</i> emergentes ou locais com melhores economias de escala.
Transformação	É quando o <i>cluster</i> maduro ou em declínio está mostrando sinais de um novo crescimento, envolvendo por exemplo novos participantes para o <i>cluster</i> , novas tecnologias e novos segmentos de mercado, através de políticas públicas e de inovação ou a inserção de novo(s) grande(s) entrante(s). Alguns atores podem sair, mas o limite de massa crítica é mantida (com adição de novas empresas). O <i>cluster</i> parte para um novo ciclo de vida, dependendo de qual estágio irá se reinserir de acordo com sua trajetória.

Fonte: Larentis., Giovanella., e Cislighi (2013) apud Aziz., e Norhashim (2008)

A formação de um aglomerado, como descrito por Larentis, Giovanella e Cislighi (2013) apud Aziz e Norhashim (2008) possui aspectos de espontaneidade. Também podendo surgir sob forma intencional, está última classificada por interesses econômicos regionais. Dentro dos *clusters* podem surgir comportamentos de cooperação e competição, este tipo de comportamento pode fortalecer o *cluster* diante de seu estágio de desenvolvimento e continuidade (Zaccarelli et al, 2008). Para os *clusters* já desenvolvidos, um fator de destaque pode ser compreendido como a governança do *cluster*, sendo interpretada como um agente supraempresa capaz de deliberar as ações do *cluster*, proporcionando melhorias para o agrupamento, garantido assim a competitividade e harmonia entre os atores inseridos no *cluster*.

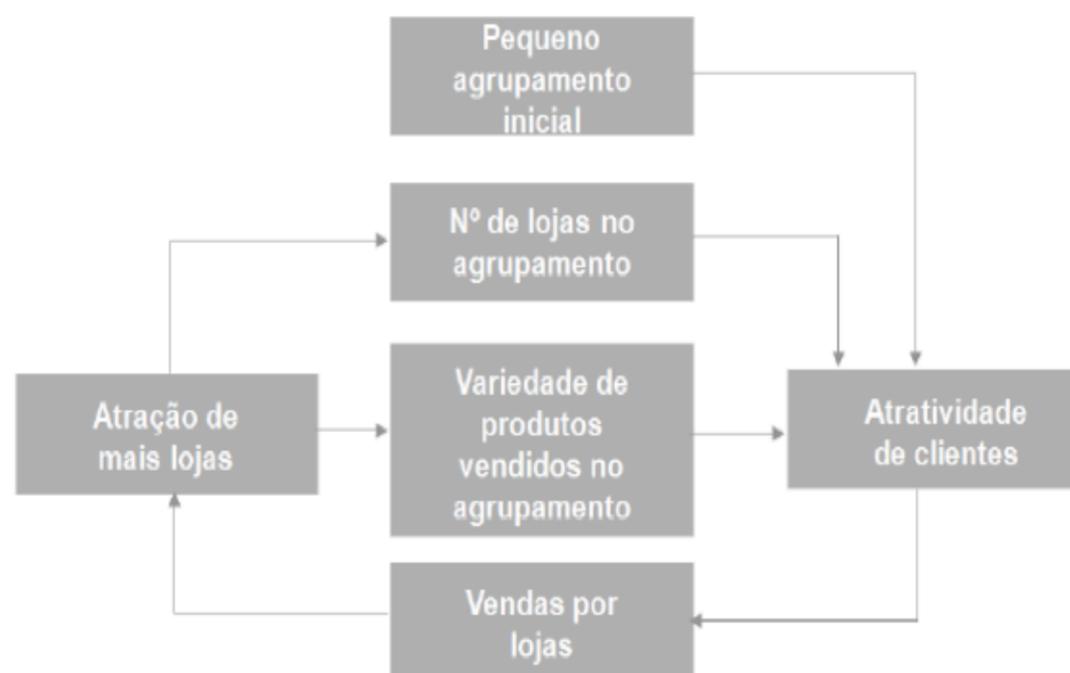
Contudo, os *clusters* também podem passar por um processo nomeado de desclusterização (*declustering*), ação esta resultante da ausência de governança e baixo nível de colaboração entre os atores do agrupamento, classificado como declínio do *cluster*. Tais observações são resultantes do fenômeno das concentrações empresariais em uma certa localização geográfica, decorrendo de vantagens advindas do fator agrupamento com similaridades de negócios em sua composição.

2.3. Clusters Comerciais

Os *clusters* comerciais funcionam como agentes de revenda dos produtos industriais. Sendo constituído por empresas com fortes similaridades em seus produtos. A partir da década de 90 os agrupamentos comerciais ganharam forte expressão como estratégia organizacional, sendo considerados com alto poder de competitividade e com benefícios para os atores inseridos no *cluster*, ganhando assim espaços e discussões frente às literaturas e pesquisas sobre o tema (Skokan & Zotyková, 2014).

A literatura abrange estudos sobre agrupamentos empresariais, demonstrando as vantagens do agrupamento e seu desempenho quando comparados a modelos de negócios concentrados em locais isolados. Em destaque para as correntes teóricas de Porter (1998), Perry (2005) e Zaccarelli et al (2008). Estes estudos representam por meio de pesquisas que fatores como competitividade, redução de custos, fluxos contínuo de pessoas, cooperação e inovações estão fortemente ligados a dinâmica dos *clusters*. Tais vantagens também podem ser transferidas para os modelos comerciais de negócios, sendo constituído por um pequeno agrupamento inicial conforme Figura 2 exemplificando o surgimento dos *clusters* comerciais abaixo.

Figura 2 – Desenvolvimento de um *cluster* comercial



Fonte: Zaccarelli et al, 2008, p. 47

A Figura 2 apresenta o modelo inicial de formação de um *cluster* comercial, e neste aspecto sua configuração ocorre sob forma espontânea, o que estimula potencialmente a circulação de um fluxo de clientes no aglomerado. Posteriormente, por motivos de atratividade surgem novos modelos de negócios, com similaridades e produtos correlatos, estimulando uma nova força de atratividade, referente à entrada de novos clientes, o que estimula a formação do

cluster e sua futura consolidação (Zaccarelli et al, 2008).

Para Donaire, Gaspar, Silva, e Fittipaldi (2013), os *clusters* podem surgir sob forma espontânea, neste caso, sendo estimulado por um movimento sistêmico não deliberado. De outra forma distinta, também surgem os *clusters* planejados. Esse modelo de *cluster* torna-se previamente organizados e estimulados por motivos econômicos, a exemplo de um *Shopping Center*. Contudo, em ambos os modelos a especialização dos lojistas é considerada fator determinante para a continuidade do *cluster* e para seu auto-desenvolvimento local (Zaccarelli et al, 2008).

As contribuições teóricas acerca dos aglomerados desencadeiam uma série de temáticas ligadas à dinâmica dos *clusters*. Marshall (1982) caracteriza a formação dos *clusters* a partir de sua concentração geográfica, obtendo como vantagens a disponibilidade de uma força de trabalho com aptidões para desempenhar os serviços. Nas contribuições de Marshall (1982) também pode ser atribuída à disseminação da informação, redução de custos para as empresas e uma tímida capacidade de inovar. Para Porter (1998) a concentração geográfica também se configura enquanto premissa máxima para a formação de um *cluster*, porém, a entrada de novos modelos de empresas ligadas à fabricação de produtos correlatos e o surgimento de associações empresariais ajudam a impulsionar as atividades desempenhadas no interior do aglomerado. As novas empresas trazem consigo toda uma infraestrutura de novos serviços e novos fornecedores para as atividades desempenhadas dentro do *cluster*.

Zaccarelli et al (2008) contribuem de forma significativa para os estudos de *clusters*, sendo interpretados pelos autores sob a perspectiva de *clusters* comerciais. Os estudos sobre *clusters* comerciais abrem uma nova gama de possibilidades para a compreensão do fenômeno agora sob a perspectiva dos comércios. Observando as contribuições teóricas de Marshall (1982) e Porter (1998), os *clusters* comerciais também se articulam tendo como base as premissas da localização geográfica. A localização geográfica se torna um fator determinante para o entendimento da força de atratividade exercida pelos *clusters*. Assim como, abre novas possibilidades para estudos relacionados com a força de competitividade, a qual está também nitidamente exercida dentro de um modelo de aglomerado.

Nesta perspectiva os estudos relacionados à dinâmica dos *clusters* buscam identificar suas características de desenvolvimento e competitividade. Sendo essas garantias intrínsecas para os atores envolvidos em um modelo de agrupamento, a exemplo das contribuições teóricas de Marshall (1982); Porter (1998); e a proposta desenvolvida por Zaccarelli et al (2008) a qual contempla um modelo baseado em 11 fundamentos para análise de competitividade em um modelo de *cluster*, sendo apresentado de acordo com a Figura 3 abaixo.

Figura 3 – Efeito dos fundamentos sobre a competitividade

Fundamento	Impacto na competitividade (Efeitos)
1 Concentração geográfica.	Percepção dos clientes de variedade superior, poder de escolha de fornecedor ampliado e maior confiabilidade de preços.
2 Abrangência de negócios viáveis e relevantes.	Custos de busca e acesso menores para cliente; redução da necessidade de estoques elevados ou prazos de reposição (proximidade de fornecedores).
3 Especialização das empresas.	Especialização dos negócios favorece redução de despesas agregadas de operação e diminuição do volume de investimento necessário.
4 Equilíbrio com ausência de posições privilegiadas.	Lucros equilibrados e não relativamente altos, devido à competição entre os negócios.
5 Complementaridade por utilização de subprodutos.	Favorecimento da presença e estabelecimento de novos negócios e aporte de receita adicional.
6 Cooperação entre empresas do cluster de negócios.	Aumento da capacidade competitiva do cluster de forma integrada, devido à impossibilidade de contenção de troca de informações entre negócios.
7 Substituição seletiva de negócios do cluster.	Extinção de negócios com baixa competitividade por fechamento da empresa ou mudança de controle.
8 Uniformidade do nível tecnológico.	Estímulo ao desenvolvimento tecnológico e, em função da proximidade geográfica e lógica, transferência de tecnologia para os demais negócios.
9 Cultura da comunidade adaptada ao cluster.	Aumento da motivação e satisfação com o reconhecimento da comunidade em relação ao status atribuído relacionado ao trabalho.
10 Caráter evolucionário por introdução de (novas) tecnologias.	Diferencial competitivo resultante de inovação (com redução de custos, manutenção ou ampliação de mercados, extensão de oferta etc.)
11 Estratégia de resultado orientada para o cluster.	Diferencial competitivo gerido sob uma perspectiva da ampliação da capacidade de competir ponderada pelo resultado integrado do <i>cluster</i> em termos de lucro agregado.

Fonte: Zaccarelli et al, 2008, p. 24

Com base na Figura 3, Zaccarelli et al (2008) descreve que os 9 (nove) primeiros fundamentos ocorrem de forma espontânea. Esses fundamentos vão ser deliberados espontaneamente de acordo com a evolução do próprio *cluster*. Porém, os 2 (dois) últimos fundamentos intitulados de “Caráter evolucionário por introdução de novas tecnologias” e “Estratégia de resultado orientada para o *cluster*” vão surgir mediante a criação estratégica de um agente denominado “supra-empresa” uma governança para *cluster*.

Neste caso será preciso implementar um agente apto para deliberar e orientar o agrupamento, introduzindo melhorias sob aspectos de gestão diante dos interesses dos atores participantes do *clusters* e assim deliberar o interesse dos lojistas. A fim de proporcionar a evolução do aglomerado diante de uma maior atratividade e competitividade (Zaccarelli et al, 2008).

O trabalho desenvolvido por Zaccarelli et al (2008), é resultante de um processo de evolução dos *clusters*, sendo necessário mensurar seus 11 fundamentos para caracterizar a performance e o estágio atual do agrupamento empresarial. Nos diversos modelos de estudos realizados sobre a temática, o modelo teórico pode ser denominado com alto poder de relevância, demonstrando ser este o mais aplicado frente às pesquisas já realizadas.

2.4 Clusters e Sustentabilidade

Os *clusters* são representados por um sistema de produção local inseridos em regiões específicas. Desse modo, suas ações repercutirão no futuro da região e de seus habitantes, uma vez que usufrui dos recursos naturais locais modificando o seu entorno. Um dos principais desafios para o desenvolvimento de um *cluster* está relacionado à sua sustentabilidade, nos aspectos econômico, social e ambiental (Larentis, Giovanella & Cislaghi, 2013).

As concentrações empresariais podem auferir vantagens por meio do reaproveitamento de materiais, criando assim subprodutos que norteiam a questão de

sustentabilidade, sendo retratado como influência positiva para o desenvolvimento sustentável do *cluster* e de sua região, local onde o *cluster* está inserido (Larentis, Giovanella & Cislighi, 2013). Mesmo não estando em um processo de evidência, as ações de sustentabilidade podem repercutir como melhorias para os atores inseridos na região, sendo destaque enquanto função social e sustentável.

O fundamento “complementaridade por utilização de subprodutos”, surge como aspecto de sustentabilidade, promovendo o reaproveitamento de produtos. O grande desafio é tornar o *cluster* comercial em um ambiente economicamente sustentável. Os *clusters* estão inseridos em localidades específicas, sendo o reaproveitamento de seus subprodutos uma alternativa viável de captação de receitas adicionais. Para o processo de pleno desenvolvimento de um *cluster* o fator sustentabilidade permeado por seus aspectos econômicos e ambientais deve ser compreendido como uma alternativa viável para os comerciantes inseridos no aglomerado, proporcionando vantagens financeiras e melhorias ambientais.

O fator sustentabilidade deve ser enfatizado como uma característica de longo prazo, sob uma visão de futuro que não norteie apenas os fatores econômicos, mas também sociais, ambientais, culturais e políticos. Sendo implementada por meio de estratégias que possibilitem sua execução e minimizem as dificuldades culturais (Larentis, Giovanella & Cislighi, 2013).

Com a criação dos subprodutos (comercialização), e ações de reciclagem, os *clusters* podem dispor de uma nova fonte de receita. Viabilizando o seu processo de redução de custos, além de promover a sustentabilidade do aglomerado. Esta alternativa torna-se satisfatória para os comerciantes locais, motivados pela obtenção de receitas adicionais (Zaccarelli et al, 2008, p.77).

3. Procedimentos metodológicos

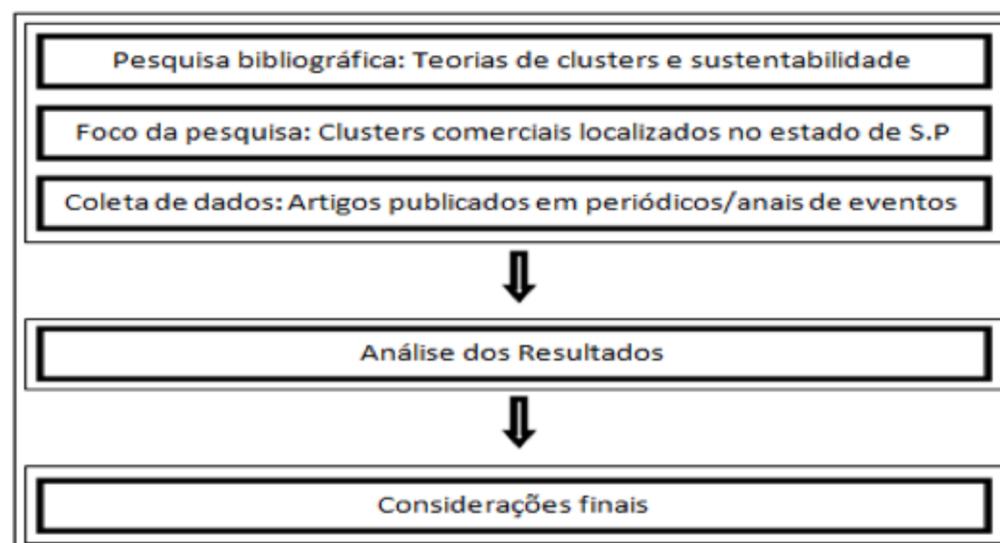
Esta pesquisa parte do pressuposto de identificar as principais ações sustentáveis dos diferentes *clusters* comerciais pesquisados na grande São Paulo, destacados entre os respectivos segmentos: têxtil, essências, aluguel de trajes para festas, confecções de roupas de varejo, moveleiro e *pubs*. E busca apresentar quais vantagens estão atreladas aos comerciantes referentes às ações sustentáveis em seus modelos de negócios.

Para fins dessa pesquisa, foi utilizado o modelo teórico elaborado por Zaccarelli et al (2008). O modelo proporciona identificar os fundamentos exigidos para a formação de um *cluster* e as principais características referente à utilização correta do fundamento “complementaridade por utilização de subprodutos” de acordo com os artigos levantados para coleta de dados e posterior análise dos trabalhos selecionados. Sendo extraídos das respectivas bases de dados: Anais, Semead (FEA-USP); Anais, ANPAD – Spell (Encontro de Estudos em Estratégia); Revista Gestão & Regionalidade – USCS e Anais – Simpoi (FGV-EAESP).

A pesquisa em questão é de caráter exploratória e qualitativa, com a intenção de explorar o fenômeno para fins de futuros estudos acadêmicos. Demonstrando as ações sustentáveis em diferentes modelos de *clusters* comerciais, com traços de melhorias para o seu entorno de acordo com as ações de sustentabilidade promovidas pelos *clusters* comerciais pesquisados.

De acordo com Gil (2010) o modelo de pesquisa exploratória proporciona uma maior familiaridade acerca do problema estudado, sendo possível realizá-la sobre certa flexibilidade como levantamento bibliográfico, entrevistas e análises de exemplos para estimular a compreensão dos fatos. Nesta perspectiva, o caráter qualitativo pode proporcionar ao pesquisador modelos de comportamentos e movimentos sociais característicos de grupos e organizações, sem estar necessariamente estruturada sob uma ótica quantitativa (Strauss & Corbin, 2008). A Figura 4 a seguir apresenta o modelo teórico delineado para a realização da pesquisa com suas respectivas etapas.

Figura 4 – Modelo teórico de pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

O modelo teórico descreve acerca das bases bibliográficas sobre *clusters* e sustentabilidade. Classifica seis modelos de *clusters* comerciais localizados na grande São Paulo (ambos publicados em periódicos, e anais de eventos). Posteriormente é realizada uma análise qualitativa dos dados com base nas ações sustentáveis desenvolvidas pelos próprios *clusters*, sintetizando por fim suas considerações finais acerca do estudo proposto.

A proposta desta pesquisa é analisar os diferentes modelos de *clusters* comerciais localizado na grande São Paulo e suas ações envolvendo sustentabilidade. A pesquisa foi realizada de acordo com uma comparação dos resultados de seis pesquisas referentes aos *clusters* comerciais entre os anos de 2011 a 2015, por meio de referencial teórico e artigos publicados em periódicos e anais de eventos acadêmicos. Vale registrar para efeitos de metodologia que três *clusters* pesquisados foram contribuições provenientes de pesquisas realizadas pelos próprios autores (*cluster* têxtil, *cluster* de essências e *cluster* de trajes para festa), enquanto que nos demais *clusters* foram utilizados resultados de pesquisas de outros autores como contribuição (*cluster* de confecções de roupas de varejo, *cluster* moveleiro e *cluster* de *pubs*).

Nos artigos pesquisados os autores fizeram uso de instrumentos de coleta de dados caracterizado como questionário, o qual foi respondido junto aos comerciantes pesquisados com notas descritas em escalas. Posteriormente tais notas foram convertidas em porcentagens para apresentação final dos resultados. A base de dados fundamenta-se em um levantamento de informações referentes aos conceitos de *cluster*. Posteriormente, foram feitas comparações entre os diferentes modelos de *clusters* comerciais e suas ações de sustentabilidade, tendo como referencia a análise de conteúdo (Bardin, 2011), a fim de, compreender como um *cluster* pode ser denominado sustentável e se existem ações sustentáveis nos modelos de *clusters* comerciais pesquisados, além de observar quais as ações sustentáveis desempenhadas e seus possíveis resultados.

4. Apresentação dos *clusters* pesquisados

Dentre os *clusters* comerciais pesquisados neste estudo, com foco para o fundamento “complementaridade por utilização de subprodutos”, este sendo considerado como fundamento base para a pesquisa, segue a caracterização da Figura 6 com informações acerca dos modelos de *clusters* pesquisados. A Figura 5 retrata das atividades fins realizadas nos *clusters*, localização geográfica, quantidade de lojas pertencentes ao agrupamento, tipos de produtos comercializados e seus produtos correlatos.

Figura 5 – Informações acerca dos *clusters* pesquisados

AUTORES	ATIVIDADE COMERCIAL	LOCALIZAÇÃO	QUANTIDADE DE LOJAS	PRODUTOS OFERTADOS
DONAIRE; COSTA; COSTA (2015)	<i>Cluster têxtil</i>	Avenida Rangel Pestana, Brás – São Paulo	97	Tecidos; Plásticos; Couros; Sintéticos; Espuma, linhas, botões e fivelas; Máquinas e equipamentos.
FARINA; COSTA; COSTA (2015)	<i>Cluster de essências</i>	Rua Tabatinguera, Sé – São Paulo	35	Essências (matéria-prima); Embalagens; Rótulos.
COSTA et al (2015)	<i>Cluster de trajes para festas</i>	Rua Campos Sales, Mauá – São Paulo	19	Trajes para festas; Salões de beleza; Confecção de convites; Aluguel de veículos; Buffet; Agência de viagem.
AGUIAR; PEREIRA; DONAIRE (2014)	<i>Cluster Varejista – Vestuário (varejo e atacado)</i>	Rua José Paulino, Bom Retiro – São Paulo	104	Vestuário; Acessórios; Vestuário & Acessórios.
GASPAR et al (2014)	<i>Cluster moveleiro</i>	Rua Jurubatuba, São Bernardo do Campo – São Paulo	60	Moveis residenciais; Moveis para escritórios; Moveis para decorações.
TELLES et al (2011)	<i>Cluster de Pubs – Concentração de bares</i>	Vila Olímpia e Vila Madalena – São Paulo	24	Comes e bebes; Aperitivos.

Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

Tais dados servem para ilustrar as principais características comerciais dos modelos de *clusters* pesquisados e, deste modo, é possível verificar que existe certa similaridade diante dos modelos de *clusters* pesquisados, com diversificações de segmentos e diversos tipos de subprodutos ofertados pelos próprios *clusters*.

5. Análise dos resultados

Os diferentes tipos de *clusters* comerciais pesquisados foram expostos em formato de quadro, deste modo sendo possível descrever análises qualitativas sobre as ações de sustentabilidade promovidas pelos *clusters* como uma espécie de pré-análise das ações desenvolvidas e/ou não desenvolvidas segundo os dados coletados, tendo como referência a análise de conteúdo (Bardin, 2011). A Figura 6 descreve acerca dessas ações, classificando os *clusters* de acordo com suas especificidades e discorrendo sobre a temática sustentabilidade realizada no âmbito dos *clusters* pesquisados.

Figura 6 – Ações de sustentabilidade dos *clusters* pesquisados

CLUSTERS	COMPLEMENTARIDADE POR UTILIZAÇÃO DE SUBPRODUTOS
Cluster têxtil (Brás)	Utilização das sobras de produção/produtos pelos comerciantes locais sob força de lei de Resíduos Sólidos nº 14.973/09, 2009; Operações de cascamiçios (sobras de produtos transformadas em novos subprodutos – processo industrial); Trabalho de catadores locais (reciclagem).
Cluster de essências (Sé)	Venda de material reciclável (vidros, plásticos e papelão) gerando receitas adicionais para os comerciantes locais.
Cluster de trajes para festas (Mauá)	Pouca ou nenhuma atividade voltada para ações de sustentabilidade dentro do modelo de aglomerado.
Cluster Varejista – Vestuário, varejo e atacado (Bom Retiro)	Ação de reciclagem coordenada pela Associação Brasileira de Indústria Têxtil – ABIT desde 2012; Projeto intitulado Retalho Fashion com 100% dos resíduos reciclados, resíduos estes recolhidos por catadores responsáveis pela coleta e separação do material, posteriormente efetuada a venda as empresas recicladoras.
Cluster moveleiro (São Bernardo do Campo)	Importância nula relacionada a aspectos de sustentabilidade; Fica em evidencia a ausência de políticas voltada para as práticas sustentáveis pelos atores inseridos no <i>cluster</i> (empresas não realizam ações para o reaproveitamento de resíduos).
Cluster de Pubs – Concentração de bares (Vila Madalena/Vila Olímpia)	Não existe nenhuma atividade voltada para práticas sustentáveis no âmbito do <i>cluster</i> , contudo tais ações estão sendo consideradas, frente praticas futuras.

Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

Observa-se que de acordo com a Figura 6 os *clusters* pesquisados realizam diferentes ações voltadas para a temática sustentabilidade. Sendo em alguns casos direcionados segundo força de lei, como no caso dos *clusters* têxtil e de confecções (vestuários), com suas ações de sustentabilidade sendo direcionadas conforme Lei Municipal número 14.973/09 de 2009. Em outros casos as ações de sustentabilidade configuram-se sob traços de incipiência e até com ausência deste tipo de atividade.

5.1 Cluster Brás

Aplicação no cluster têxtil:

O *cluster* têxtil localizado no Bairro do Brás possui em sua configuração 97 comércios. Esses comércios destinam-se para as atividades ligadas à comercialização de produtos têxteis. Além de seus produtos correlatos, configurando-se em: couros, sintéticos, plásticos, maquinas e equipamentos, espumas, acessórios etc. Das 97 lojas caracterizadas no bairro, 40 participaram da pesquisa respondendo ao questionário aplicado pelos pesquisadores, seguindo as prerrogativas do modelo Zaccarelli et al (2008).

No Brás o principal subproduto são as sobras de tecido denominado retalho. A média de empresas que reciclam, assim fazendo o uso adequado dos subprodutos permeia os 75% com os comerciantes locais trabalhando com utilização de subprodutos em suas operações de venda. As motivações podem ser explicadas sob duas óticas: o histórico da região e a Lei de Resíduos Sólidos nº 14.973/09, 2009, Lei Municipal de São Paulo, com destaque para a contribuição por meio dos trabalhos de catadores e cascamiçios explicados de acordo com a Figura 7.

Figura 7 – Descrições acerca da Lei de Resíduos Sólidos, catadores e cascamiçios

	Descrição
Lei de Resíduos Sólidos nº 14.973/09, 2009	Para grandes geradores de resíduos (acima de 200 litros de resíduos por dia) são obrigados a ter coleta própria.
Trabalho de catadores	Recolhem o material descartado (retalhos e tubos de papelão) antes que sejam coletados, os separa e vende.
Cascamiçios	Indústrias que realizam o processamento têxtil de produtos inferiores, baseados na recuperação daqueles já existentes. Deste modo, transformam retalhos em estopa, barbante, mantas, fio, dentre outros itens que retornam à cadeia (ABIT).

Fonte: Donaire, Costa e Costa (2014)

A Figura 7 fica caracterizada em descrever a força coercitiva sob forma de Lei Municipal nº 14.973/09, 2009. Desse modo, fazendo com que as empresas pertencentes ao aglomerado têxtil do bairro do Brás possuem um desempenho ambiental satisfatório.

Desde os anos 1930, sabia-se do uso de retalhos de tecidos na confecção, inicialmente estas sobras de tecidos eram adquiridas em Recife e somente a partir dos anos 1960, em São Paulo. Segundo Gomes (2006), o comércio de retalhos nasce das antigas indústrias têxteis, dessa forma fornecendo diariamente resíduos de retalhos para uma posterior comercialização.

Pereira et al, (2014) estudaram a existência de leis, projetos e ações acerca do *cluster* Brás, voltados ao reaproveitamento de subprodutos. Além disso, também identificaram a falta de amadurecimento das confecções quanto ao aproveitamento do retalho, sendo os catadores e os cascamiçios os atores atuantes neste segmento.

5.2 Cluster Sé

Aplicação no *cluster* de essências:

A pesquisa realizada no *cluster* de essências localizado no Bairro da Sé contou com a identificação de 35 lojas atuando na comercialização de produtos de essências, embalagens e suas similaridades. Nesse estudo, das 35 lojas identificadas, 21 tiveram participação direta na resposta de um modelo de questionário para identificação do *cluster*.

Para o fundamento “complementaridade por utilização de subprodutos”, a média em porcentagem atribuída corresponde a 58%. Sendo classificada pelos comerciantes locais como pouco importante. Segundo os comerciantes pesquisados, existem poucos recursos para serem reaproveitados, com ênfase para o comércio paralelo de embalagens (papelão e plástico) para revenda e geração de receitas adicionais.

5.3 Cluster Mauá

Aplicação no *cluster* de trajes para festas:

O agrupamento de comerciantes concentrados ao entorno da Rua Campos Sales (Mauá) contemplava no momento da pesquisa 19 lojas com suas operações voltadas para o ramo de trajes de casamentos e produtos correlatos, sendo todas as lojas entrevistadas. O *cluster* localizado na respectiva cidade não demonstra a realização de atividades voltadas para o reaproveitamento de subprodutos. Nesse contexto, a média atribuída para o aglomerado foi 26% o que caracteriza poucas atividades relacionadas ao fator reciclagem dentro do aglomerado.

5.4 Cluster Bom Retiro

Aplicação no *cluster* de confecções de roupas – Varejo:

De acordo com os dados da pesquisa realizada no Bairro do Bom Retiro, os pesquisadores identificaram 104 empresas ligadas ao polo varejista localizado no bairro. Segundo Aguiar, Pereira, e Donaire (2014) “O grupo de respondentes foi composto por gerentes comerciais e sócios-proprietários das 104 empresas que compuseram a amostra” (p.5).

No *cluster* comercial de confecções, existe o reaproveitamento de produtos resultantes de sobras dos processos produtivos. Tal atividade pode ser classificada como uma alternativa econômica mediante ação de reciclagem. O *cluster* ainda conta com projeto destinado aos catadores locais, para coleta e separação adequada dos resíduos têxteis gerados no aglomerado. Este projeto é operacionalmente conduzido por catadores da região, com os resíduos direcionados para uma cooperativa específica para a reutilização adequada das sobras de materiais (Aguiar, Pereira, & Donaire, 2014).

5.5 Cluster São Bernardo do Campo

Aplicação no *cluster* moveleiro:

No *cluster* moveleiro localizado na Rua Jurubatuba os pesquisadores encontraram um total de 60 lojas que comercializam móveis na região. Porém, apenas 22 lojas participaram respondendo ao questionário de entrevista aplicado pelos pesquisadores (Gaspar, Silva, Zuchini, Renzo & Souza, 2014).

De acordo com os dados extraídos da pesquisa, aproximadamente 28% dos entrevistados podem ser caracterizados por realizarem algum tipo de prática sustentável dentro do *cluster*. Assim como no caso *cluster* Mauá, também sendo classificado com pouca atividade relacionada às práticas sustentáveis. Segundo Gaspar, Silva, Zuchini, Renzo e Souza (2014) percebem-se a inexistência de políticas voltadas para a reutilização dos materiais utilizados no *cluster*. Ainda segundo os autores não existem empresas que realizam a reutilização das sobras de matéria prima. Fato este que poderia viabilizar a comercialização dos resíduos gerados pelas empresas pertencentes ao aglomerado.

5.6 Cluster Vila Madalena/Vila Olímpia

Aplicação no *cluster* de pubs:

Na pesquisa realizada entre os dois modelos de *clusters* de *pubs* situados na Vila Madalena e na Vila Olímpia, os pesquisadores identificaram um total de 24 bares. De acordo com Telles, Altheman, Siqueira e Romboli (2011) “A amostra contou com um número total de 24 bares, dez deles localizados na Vila Madalena, dez na Vila Olímpia e quatro fora de concentrações de bares” (p.39-40).

Segundo a pesquisa realizada por Telles, Altheman, Siqueira e Romboli (2011) não há dentro do *cluster* de acordo com os atores respondentes qualquer menção relacionada às práticas sustentáveis. Contudo, segundo os próprios comerciantes, existe o interesse em considerar tal prática como uma ação futura, criando possibilidades de redução de custos pelo mérito do reaproveitamento.

6. Considerações finais

De acordo com o fundamento “complementaridade por utilização de subprodutos” os diferentes *clusters* comerciais pesquisados possuem percepções e ações distintas quando confrontados com o desempenho de suas ações sustentáveis locais.

Nos modelos de *clusters* têxtil de confecções de roupas, localizados nos bairros do Brás e no bairro do Bom Retiro, os quais estão relacionado com a dinâmica de comercialização de produtos têxteis, observa-se que se tratam de modelos de *cluster* em estágio mais evoluído, com diferentes produtos e similaridades de venda. Por se tratar de produtos têxteis, os comerciantes possuem uma maior facilidade, relacionada ao fator reciclagem, motivados sob a força de Lei Municipal, lei criada em 11 de setembro de 2009, sob número 14.973. A qual dispõe sobre a organização de um sistemas de coleta seletiva para os resíduos sólidos gerados no município de São Paulo.

Para o modelo de *cluster* situado no bairro da Sé (essências), observam-se traços incipientes e reaproveitamento de produtos. Contudo, devido ao alto volume de comercialização de embalagens o índice de reaproveitamento chega em 58%. Demonstrando que mais da metade dos materiais (papelão, plástico e vidros) são reaproveitados mediante revenda para empresas de reciclagem, com isso obtendo receitas adicionais e minimizando custos.

O *cluster* de trajes para festas localizado na cidade de Mauá fica em evidência devido sua baixa reutilização de subprodutos com uma taxa de 26% de reaproveitamento. Mas também deve ser observado que o *cluster* encontra-se em estágio de formação e possui diferentes modelos de negócios. Porém, as práticas sustentáveis devem ser enfatizadas como melhorias e benefícios mútuos para os agentes inseridos no *cluster*.

Ambos os modelos de *clusters* (moveleiro e *pubs*) não dispõem de ações voltadas para as práticas sustentáveis. Ambos os modelos não apresentam nenhuma utilização frente ao fundamento “Complementaridade por utilização de subprodutos”, o que caracteriza os *clusters* como não havendo nenhuma preocupação ambiental. Assim, compreendido pelos comerciantes locais como uma preocupação futura. Mas sem quaisquer esforços quando confrontados com a temática em questão.

Os diferentes modelos de *clusters* comerciais analisados durante a pesquisa dispõem de poucas e em alguns casos nenhuma ação de sustentabilidade. Mesmo após o termino da pesquisa houve uma preocupação por parte dos pesquisadores em verificar se algo novo referente à sustentabilidade havia sido implantado nos *clusters* pesquisados. Para incomodo dos pesquisadores nada havia sido criado e/ou modificado, prevalecendo às antigas praticas nos *clusters* mencionados. Ou em alguns casos, nenhuma prática referente a ações de sustentabilidade, nem ao menos aparente preocupação.

Mesmo se tratando de diferentes modelos de *clusters* comerciais, as práticas sustentáveis parecem não surtir efeitos, e em particular, parece não ser um aspecto de preocupação diante dos comerciantes pesquisados. Deste modo, os aspectos ambientais ainda são uma barreira a ser superada diante das operações do comércio, com pouca ou nenhuma ação voltada para práticas de sustentabilidade.

Esta pesquisa compreende que seus resultados possuem limitações. Dessa forma o presente estudo não pode ser abordado para discutir outros modelos de *clusters* sem prévia mensuração das métricas. Assim, há a necessidade de se mensurar o modelo teórico de Zaccarelli et al (2008) novamente, para posteriormente avaliar o fundamento “complementaridade por utilização de subprodutos”.

Deve-se reconhecer que os *clusters* pesquisados possuem particularidades diferentes, sendo necessário realizar novos estudos para efeitos de comparações

futuras. A pesquisa possui um caráter mais exploratória, o que abre novas possibilidades para o que seus estudos sejam futuramente replicados. A fim de, comprovar os resultados propostos e buscar contínuas contribuições para compreender as ações de sustentabilidade nos diversos tipos de *clusters* comerciais.

Referências

- ABIT. (2014, 2 de dezembro). [Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção](http://www.abit.org.br/Home.aspx). Disponível em: <<http://www.abit.org.br/Home.aspx>>.
- ACSELRAD, H. (1999). Discursos da Sustentabilidade Urbana. **Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 79-90.
- AGUIAR, H. de S., PEREIRA, C. E. C., & DONAIRE, D (2014). Pólo varejista do bom retiro: *cluster* de negócios da moda. **SIMPOI**, p.1-16.
- AZIZ, K. A., & NORHASHIM, M. (2008) *Cluster-based policy making: assessing performance and sustaining competitiveness*. **Review of Policy Research**, 25(4), 349-375.
- BARDIN, L. (2011). **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70.
- BOFF, L. (2012). **Sustentabilidade: o que é: o que não é**. Ed. Vozes.
- BORNHEIM, G. (1985). Filosofia e Política Ecológica. **Revista Filosófica Brasileira**. Rio de Janeiro, v.2, n.1, p.16-24.
- BRUSCO, S., CAINELLI, G., FORNI, F., FRANCHI, M., MALUSARDI, A., & RIGHETTI, R. (1996). **The evolution of industrial districts in Emilia-Romagna**. Geneva, ILO/IILS.
- COSTA, E. da S., COSTA, R. S., COSTA, A. dos S. B., & FARINA, M. C. (2015, outubro). Empreendedorismo em modelos de *clusters* comerciais: estudo sobre aglomerações de lojas com perfil voltado para o ramo de casamentos na cidade de Mauá – São Paulo. **XX CONAD** - Goiânia, p. 1-15.
- CLARO, P. B. de O., & CLARO, D. P. (2014, abr. mai. Jun.). Sustentabilidade estratégica: existe retorno no longo prazo? **Revista de Administração – RAUSP**, v. 49, n. 2, p.291-306.
- CRUZ, L. B., PEDROZO, E., & ESTIVALETE, V. F. B. (2006). *Towards sustainable development strategies: a complex view following the contribution of Edgar Morin*. **Management Decision**, 44 (7), 871-891.
- DALY, H. E. (1992a). *Steady-State Economics: Concepts, Questions, Policies*. **Gaia 1**, p. 333-338.
- DALY, H. E. (1994b). *For the common good: redirecting the economy toward community, the environment, and a sustainable future*. Boston: **Beacon Press**.
- DONAIRE, D., GASPAR, M. A., SILVA, R. S., & FITTIPALDI, M. A. S. (2013). Competitividade de *clusters* comerciais: estudo sobre uma aglomeração de pequenas lojas de veículos no município de São Paulo. **Revista da Micro e Pequena Empresa – Faccamp**. v. 7, n. 3, p.64-78, São Paulo.
- DONAIRE, D., COSTA, E. da S., & COSTA, R. S. (2015, novembro). *Clusters* comerciais: estudo sobre uma aglomeração de lojas têxteis em São Paulo. **XVIII SEMEAD – FEA/USP**, p. 1-17.
- FARINA, M. C., COSTA, E. da S., & COSTA, R. S. (2015, novembro). Os efeitos da competitividade em modelos de *clusters* comerciais: pesquisa exploratória acerca do *cluster* de essências localizado no bairro da Sé – São Paulo. **XVIII SEMEAD – FEA/USP**, p. 1-17.
- GASPAR, M. A., SILVA, R. S., ZUCHINI, V. D., RENZO, G., & SOUZA, J. V. M. (2014, outubro). Análise das Vantagens Competitivas de Um *Cluster* Comercial Varejista: Estudo de Caso da rua Jurubatuba. **XVII SEMEAD – FEA/USP**, p. 1-13.
- GIL, A. C. (2010). **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas.
- GOMES, S. de C. (2006). Uma inserção dos migrantes nordestinos em São Paulo: o comércio de retalhos. **Imaginário**, v. 12, n. 13, p. 143-169.
- HART, S. L. (1995). *A natural-resource-based-view of the firm*. **Academy of Management Review**, 20 (4), 986-1014.
- LARENTIS, F., GIOVANELLA, R., & CISLAGHI, T. P. (2013, jul. set.). Sustentabilidade em *clusters*: proposição de um modelo conceitual. **Revista Ibero-Americana de Estratégia - RIAE**, São Paulo, v. 12, n. 3, p.212-241.
- LLORENS, F. A. (2001). **Desenvolvimento econômico local**. 1ed. Rio de Janeiro: BNDES.
- MARSHALL, A. (1982). **Princípios de economia**. São Paulo: Abril Cultural.
- PEREIRA, R. da S. (2013). Desenvolvimento Sustentável como Responsabilidade Social das Empresas. In: **Gestão para o Desenvolvimento Sustentável: desafios e proposições para a sustentabilidade socioambiental**. PEREIRA, R. da S. (org.). São Paulo: Globus, 2013.
- PEREIRA, C. E. C., SARTURY, G., BOAVENTURA, J. M. G., & POLO, E. F. (2014, set. dez.). Desenvolvimento de métricas para avaliação da competitividade de *clusters*: uma aplicação empírica no setor têxtil. **Gestão & Regionalidade**. v. 30, n. 90, p. 155-172.
- PERRY, M. (2005). **Business clusters: an international perspective**. New York: Routledge.
- PORTER, M. (1998, nov. dez.). *Clusters and the New Economics of Competition*. **Harvard Business Review**. p. 75 – 90.
- RUTHERFORD, I. (1997). *Use of Models to link Indicators of Sustainable Development*. In: Moldan, B.; Bilharz, S. (Eds.) **Sustainability Indicators: Reporto f the project on Indicators of Sustainable Development**. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- SABÓIA, J. (2001, dezembro). Descentralização industrial no Brasil na década de 90: um processo dinâmico e diferenciado regionalmente. **Nova Economia**, v.11, n.2, p. 85-122.
- SACHS, I. (1997). Desenvolvimento Sustentável, Bio-Industrialização Descentralizada e Novas Configurações Rural-Urbanas. Os casos da Índia e do Brasil. In VIEIRA, P. F. e WEBER, J. (orgs.) **Gestão de Recursos Naturais Renováveis e Desenvolvimento: Novos Desafios para a pesquisa ambiental**. São Paulo: Cortez.
- SÃO PAULO. (2009). **Lei Nº 14.973, de 11 de Setembro de 2009**. Dispõe sobre a organização de sistemas de coleta seletiva para grandes geradores de resíduos sólidos do município de São Paulo. Secretaria do Governo Municipal, São Paulo, SP.
- SEBRAE. (2002, agosto). Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo. Subsídios para identificação de *Clusters* no Brasil. **Relatório de pesquisa**. São Paulo, p. 53.
- SIQUEIRA, J. P. L., GUIMARÃES, C. I. M., DONAIRE, D., RIMONATO, I. P. de O., & CARELLI, T. de J. (2010). *Clusters* Comerciais: Uma Realidade Estratégica no Varejo. **CLAV – 3º Congresso Latino Americano de Varejo**. Fundação Getulio Vargas – São Paulo, p. 1-16, São Paulo.
- SKOKAN, K.; & ZOTYKOVÁ, L. (2014). *Evaluation of Business Cluster Performance During Its Lifecycle*. **Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis**, v. 62, n. 6, p. 1395-1405.
- STRAUSS, A., & CORBIN, J. (2008). **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. 2 ed. Porto Alegre: Artmed.
- TELLES, R., ALTHEMAN, E., SIQUEIRA, J. P. L., & ROMBOLI, S. M. (2011, set. dez.). *Clusters* comerciais: um estudo sobre concentrações de bares na cidade de São Paulo. **Gestão e Regionalidade**, v. 27, n. 81.
- TIDD, J., BESSANT, J., & PAVITT, K. (2008). **Gestão da inovação**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman.
- VAN BELLEN, H. M. (2005). **Indicadores de Sustentabilidade: uma análise comparativa**. 1 ed. São Paulo: FGV.
- ZACCARELLI, S. B., TELLES, R., SIQUEIRA, J. P. L., BOAVENTURA, J. M. G., & DONAIRE, D. (2008). **Clusters e redes de negócios: uma nova visão para a gestão dos negócios**. São Paulo: Atlas.

1. (Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS). e-mail: esdras-dasilva@uscs.edu.br

2. (Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS). e-mail: rogerio.sarkis@ig.com.br

3. (Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS). e-mail: milton.farina@uscs.edu.br

