

**CLUSTERS COMERCIAIS: ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA SOBRE CLUSTERS
COMERCIAIS CONCENTRADOS TERRITORIALMENTE NA REGIÃO
METROPOLITANA DE SÃO PAULO**

**COMMERCIAL CLUSTERS: BIBLIOMETRIC ANALYSIS ON COMMERCIAL
CLUSTERS TERRITORIALLY CONCENTRATED IN THE METROPOLITAN
REGION OF SÃO PAULO**

Cicero José Moraes¹
Daiane Martins Barbosa²
Érica Martins³
Esdras da Silva Costa⁴

RESUMO

A presente pesquisa teve como objetivo a realização de uma análise bibliométrica sobre os estudos de clusters comerciais concentrados territorialmente na Região Metropolitana de São Paulo - RMSP. Sua metodologia consiste em uma pesquisa descritiva sobre as características dos clusters pesquisados. O processo de levantamento dos artigos foi realizado por meio de uma pesquisa na plataforma Spell, abrangendo a área de Administração, Contabilidade e Turismo - ACT, de acordo com a classificação da CAPES, sendo realizadas análises sobre as localizações dos *clusters* comerciais identificados na RMSP. Apresenta as palavras-chave contidas nos artigos e o tipo de metodologia utilizada em cada estudo, caracterizam o tipo de abordagem (qualitativa e quantitativa) e a classificação da respectiva pesquisa (exploratória, descritiva e explicativa). Seus resultados podem ser descobertos da seguinte forma: a grande maioria dos clusters pesquisados está localizada na cidade de São Paulo. Porter (1998), Zaccarelli et al (2008) e Teles *et al* (2013) são os autores mais citados e, por fim, a metodologia predominante inicia-se com abordagem qualitativa e os tipos de pesquisa classificados como exploratórios.

Palavras-chave: Estudo bibliométrico; *Clusters* comerciais; Concentração geográfica; RMSP.

ABSTRACT

The present research had as objective the accomplishment of a bibliometric analysis on the studies of commercial clusters concentrated territorially in the Metropolitan Region of São Paulo - RMSP. Its methodology consists of a descriptive research about the characteristics of the clusters surveyed. The process of surveying the articles was carried out through a research on the Spell platform, covering the area of Administration, Accounting and Tourism - ACT, according to the CAPES classification, being carried out analyzes on the locations of commercial clusters

¹ Faculdade de Mauá – Fama. E-mail: cicero.jm@bol.com.br

² Faculdade de Mauá – Fama. E-mail: daiane.martins1@hotmail.com

³ Faculdade de Mauá – FAMA. E-mail: ericarebeca43@gmail.com

⁴ Doutorando e Mestre em Administração. Docente do Núcleo de Negócios da Faculdade de Mauá – FAMA. E-mail: esdras-dasilva@bol.com.br

identified in RMSP. It presents the keywords contained in the articles and the type of methodology used in each study, characterize the type of approach (qualitative and quantitative) and the classification of the respective research (exploratory, descriptive and explanatory). Its results can be found as follows: the vast majority of clusters surveyed are located in the city of São Paulo. Porter (1998), Zaccarelli et al (2008) and Teles et al (2013) are the most cited authors, and finally, the predominant methodology starts with a qualitative approach and the types of research classified as exploratory.

Keywords: Bibliometric study; Commercial clusters; Geographic concentration; MRSP.

1. Introdução

Segundo as compreensões do economista Marshall (1982), as empresas ficavam muito próximas umas das outras, sendo esta junção denominada como Distritos Marshallianos. Com o fenômeno da proximidade também havia fácil contratação e absorção de mão de obra especializada seguindo as premissas e contribuições teóricas de Porter (1998). Sendo assim o novo conceito descrito por Porter (1998) altera a nomenclatura de Distritos Marshallianos para *clusters*, também traduzido como aglomerados de empresas.

O presente artigo teve como objetivo a realização de uma análise bibliométrica, caracterizando a produção científica nacional sobre *clusters* comerciais concentrados territorialmente na RMSP por meio das publicações disponíveis em revistas acadêmicas e eventos científicos entre os anos de 2011 a 2017.

Apesar das discussões acerca da temática *clusters* comerciais estarem ganhando força no contexto acadêmico não foi identificado no levantamento qualquer publicação voltada para a análise bibliométrica sobre *clusters* comerciais inseridos territorialmente na RMSP permitindo a autenticidade da pesquisa. É válido ressaltar as contribuições de Zaccarelli *et al* (2008) apresentando um novo conceito para a ideia de *clusters*, caracterizando sua contribuição como *clusters* comerciais, desenvolvendo novas abordagens teóricas para o processo de formação de um *cluster* comercial respaldado em fundamentação.

Esses novos agrupamentos de negócios vêm sendo observado pela academia por suas vantagens locacionais, inserindo nos modelos de *clusters* comerciais novos fundamentos, tais como: especialização das empresas, cooperação, cultura local e governança, sendo estes fundamentos fatores

importantes para condicionar a competitividade sistêmica e a atratividade de seus clientes.

A metodologia empregada nessa pesquisa possui caráter descritiva, discorrendo sobre a formação do modelo de *clusters* comerciais apresentando dados de publicações, sobre *clusters* comerciais inseridos na Região Metropolitana de São Paulo – RMSP entre os anos de 2011 a 2017.

Enquanto estrutura o artigo parte da seguinte introdução que lhe segue posteriormente o tópico segundo retrata o processo de fundamentação teórica, o terceiro tópico caracteriza a metodologia de pesquisa empregada, como tópico quarto são expostas as apresentação e análises dos dados, finalizando com o quinto tópico representado pelas considerações finais da presente pesquisa.

2. Fundamentação teórica

A fundamentação teórica apresenta a RMSP, discorrendo sobre o processo de formação dos *clusters* comerciais e seus respectivos fundamentos, segundo as contribuições teóricas de Zaccarelli *et al* (2008).

2.1 Região metropolitana de São Paulo RMSP

O Estado de São Paulo possui em sua configuração cinco regiões metropolitanas (Sorocaba, Campinas, São Paulo, Baixada Santista, Vale do Paraíba e Litoral Norte). Também contempla duas regiões denominadas de aglomerados urbanos (aglomerados urbanos de Piracicaba e Jundiaí). Para a presente pesquisa, será evidenciada a Região Metropolitana de São Paulo – RMSP.

A RMSP possui um total de 39 municípios sendo caracterizada como um dos maiores polos de riqueza nacional. Criada em 1973 por meio da Lei Complementar Federal Nº 14 a RMSP foi reorganizada em 2011 pela Lei Complementar Estadual Nº 1.139, que instituiu o Conselho de Desenvolvimento e reagrupou os seus municípios no formato de sub-regiões (MARICATO, 2011; SOARES; FEDOZZI, 2016; EMPLASA, 2018). As sub-regiões são apresentadas como:

Sub-Região Norte: Caieiras, Cajamar, Francisco Morato, Franco da Rocha e Mairiporã.

comércios, indústrias, áreas de telecomunicações, cultura, educação, saúde, transportes etc.

2.2 Cluster comerciais

Os *clusters* possuem como propósito estabelecer o fenômeno da concentração geográfica em uma determinada região, destacando as contribuições de Porter (1998), quando o autor afirma que os modelos de *clusters* estão inseridos sob uma ótica regional. Sendo assim, é possível encontrar na RMSP concentrações comerciais que surgem sob forma espontânea, sendo especializadas em determinados segmentos específicos.

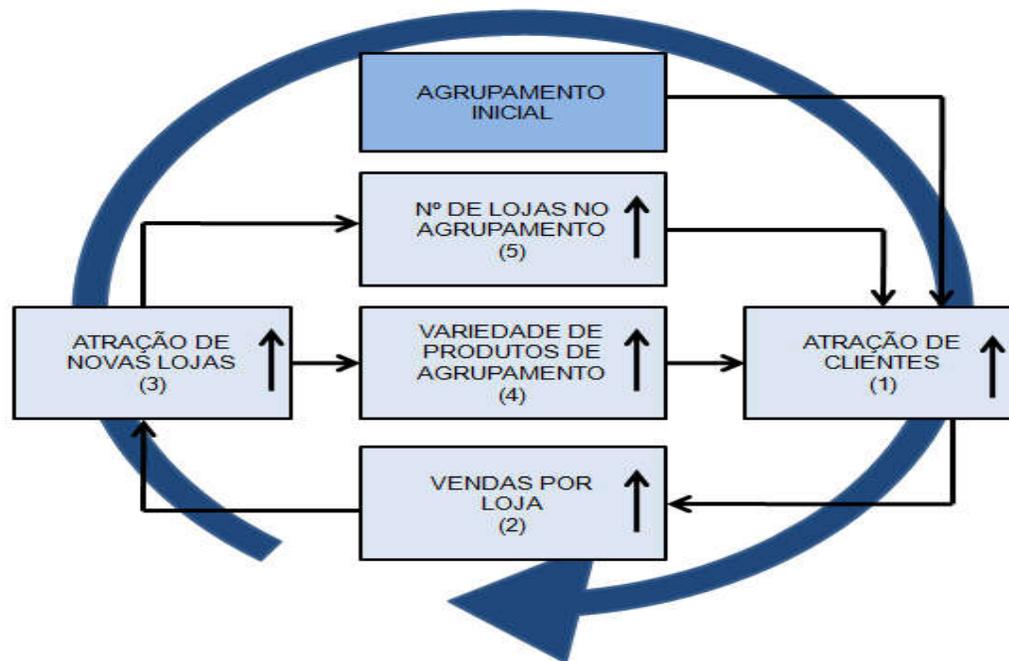
Essas concentrações comerciais podem ser compreendidas como modelos de *clusters* comerciais, potencializado o desenvolvimento regional onde o *cluster* está inserido, além de trazer vantagens locais e estímulo para a competitividade local (ZACCARELLI *et al*, 2008). Quanto as suas localizações os *clusters* comerciais se diferem, tornando sendo os *clusters* como uma espécie de complemento para os segmentos industriais, um transbordamento das atividades industriais para os comércios (SIQUEIRA *et al*, 2010).

Desse modo, os agrupamentos comerciais podem desenvolver uma elevada competitividade em uma determinada localidade, tornando-se em um modelo de agrupamento capaz de obter vantagens locais (TELLES *et al*, 2013). Donaire *et al* (2013) descrevem que um *cluster* comercial possui características interdependentes e forte traço de competitividade, dessa forma, empresas atraem novas empresas, criando competição e estímulos para desenvolvimento do próprio *cluster*.

Um *cluster* comercial está condicionado aos fatores territoriais existentes e correlacionado com a cultura comercial local. Sendo assim, a concentração geográfica constitui-se como a base para o processo de caracterização de um *cluster*, proporcionando atratividade de clientes e vantagens locais para clientes e comerciantes (AGUIAR; PEREIRA; DONAIRE, 2014; SIQUEIRA *et al*, 2015). Dessa forma, um agrupamento comercial torna-se vantajoso sobretudo para os efeitos econômicos locais, proporcionando o encadeamento das industriais inseridas na região com a criação de cadeias e redes industriais locais (COSTA;

DONAIRE; GASPAR, 2017). A Figura 2 apresenta o processo de formação de um *cluster* comercial.

Figura 2 – Formação de um *cluster* comercial



Fonte: Zaccarelli *et al*, (2008).

Nota-se que de acordo com a Figura 2, um agrupamento inicial surge sob forma espontânea, estimulando a atratividade de clientes e consequentemente a atração de novas lojas. Nesse contexto é importante destacar as contribuições teóricas de Zaccarelli *et al* (2008) estabelecendo onze fundamentos como métricas a serem mensuradas durante o processo de caracterização de um *cluster* comercial.

Para tanto os nove primeiros fundamentos acontecem sob forma espontânea já os seus, dois últimos fundamentos necessitam de uma intervenção caracterizada com o termo de governança. O Quadro 1 apresenta os fundamentos segundo Zaccarelli *et al* (2008) e seus impactos na competitividade, ou seja, os possíveis aspectos encontrados em uma estrutura de *cluster*.

Quadro 1 – Efeito dos fundamentos sobre a competitividade

Fundamento	Impacto na competitividade(Efeitos)
1. Concentração geográfica	Percepção dos clientes de variedade superior, poder ampliado de escolha de fornecedores e maior confiabilidade de preços.
2. Abrangência de negócios viáveis e relevantes	Custos de busca e de 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	Lucros equilibrados devido à competição entre os negócios.
5. Complementaridade por	Favorecimento da presença e estabelecimento de novos negócios e apórtedereceita adicional.
6. Cooperação entre empresas do cluster de	Aumento da capacidade competitiva do cluster de forma integrada, devido à impossibilidade de contenção de troca de informações entre negócios.
7. Substituição seletiva de	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	Aumento da motivação e satisfação com o reconhecimento da comunidade em relação ao status atribuído relacionado ao trabalho.
10. Caráter evolucionário por introdução	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 cluster em termos de lucro agregado.

Fonte: Zaccarelli *et al.* (2008, p. 24).

Neste contexto enquanto contribuição teórica, Zaccarelli *et al.* (2008) apresenta os seus onze fundamentos para caracterizar e identificar uma estrutura de *cluster* comercial, sendo necessário mensurar cada um de seus onze fundamentos (métricas) para identificar o estágio de formação de um *cluster* comercial.

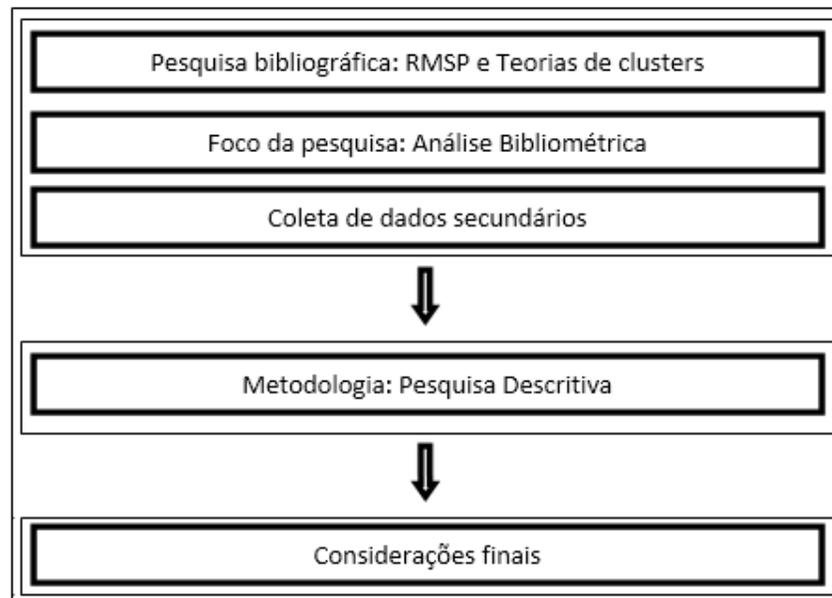
3. Metodologia

O presente artigo possui como metodologia uma pesquisa descritiva, caracterizando a produção científica nacional sobre *clusters* comerciais inseridos na

Região Metropolitana de São Paulo por meio das publicações disponíveis em revistas acadêmicas e eventos científicos entre os anos de 2011 a 2017. Para tanto foi realizado um levantamento na base de dados Spell sobre a produção científica de *clusters* comerciais concentrados territorialmente na RMSP. A pesquisa retornou com quatro resultados, sendo três publicações da Revista Gestão & Regionalidade (2011, 2013 e 2017) e uma publicação da Anpad (2013). Por meio de pesquisas realizadas na internet também foi encontrado um artigo em periódico internacional Revista Espacios (2016). Os eventos científicos SIMPOI, EGEPE, SEMEAD e CONAD completam o levantamento, totalizando nove artigos encontrados referente a temática *clusters* comerciais identificados na RMSP.

As pesquisas classificadas como descritivas possuem como propósito apresentar as características de uma determinada população ou de um determinado fenômeno (GIL, 2010). Matias Pereira (2010) corrobora, afirmando que os estudos descritivos têm como objetivo a descrição das características de uma determinada população, grupo, e/ou fenômeno. Quanto ao uso da técnica da bibliometria Quevedo-Silva *et al* (2015) afirmam que se trata de uma técnica muito utilizada na área de ciências sociais aplicada, capaz de orientar pesquisas futuras e suas possíveis tendências. A Figura 3 apresenta o modelo teórico da presente pesquisa.

Figura 3 – Modelo Teórico de Pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Para conduzir a presente análise bibliométrica e sua posterior comparação dos *clusters* comerciais pesquisados foi realizado uma pesquisa inserida sob o contexto de cinco questões que norteiam a publicação sobre *clusters* comerciais, em especial os *clusters* comerciais concentrados territorialmente na RMSP, a saber:

1. Quais revistas e quais eventos científicos foram pesquisados?
2. Quais os clusters comerciais pesquisados?
3. Quais os autores e as obras mais referenciadas?
4. Palavras-chave?
5. Quais os métodos de pesquisa adotados, procedimentos metodológicos?

Dessa forma, a apresentação e análise dos dados ficam caracterizado sob a dinâmica das cinco questões, sendo detalhados no tópico a seguir.

4. Apresentação e análise de resultado

A apresentação e análise dos resultados apresentam dados de artigos publicados em periódicos, eventos científicos, congressos e simpósios entre os anos de 2011 e 2017. De acordo com a presente análise, também foram destacadas as palavras-chave, alinhadas com a proposta de cada artigo científico e os procedimentos metodológicos utilizados na condução de cada pesquisa com suas respectivas abordagens e tipos de pesquisa.

4.1 Periódicos e eventos acadêmicos pesquisados

Como tópico inicial, a apresentar e análise dos resultados apresenta os periódicos e os seus respectivos eventos acadêmicos, sob uma ordem cronológica de acordo com o ano de publicação. O Quadro 2 apresenta esse conjunto de informações, determinando o título dos artigos pesquisados e a nomenclatura correta dos periódicos e eventos acadêmicos inseridos nessa análise.

Quadro 2 - Periódicos e eventos acadêmicos pesquisados

ORDEM	ANO	TITULO	NOME REVISTA / EVENTO CIENTIFICO
1	2011	Clusters Comerciais: Um Estudo Sobre Concentrações de Bares na	Gestão & Regionalidade

Cidade de São Paulo			
2	2013	Atratividade em Clusters Comerciais: Um Estudo Comparativo de Dois Clusters da Cidade de São Paulo	Gestão & Regionalidade
3	2013	Proposição de Métricas para Avaliação da Competitividade em Clusters: Uma Aplicação no Grupamento Têxtil e de Confecções do Brás	Encontro de Estudos em Estratégias – VI ANPAD
4	2014	Polo Varejista do Bom Retiro: Cluster de Negócios da Moda	Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais - SIMPOI
5	2014	Concentração Varejista de Produtos Evangélicos na Cidade De São Paulo: Um Estudo da Rua Conde de Sarzedas	Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas - VIII Egepe

Continua

Continuação do Quadro 2

6	2014	Análise das Vantagens Competitivas de um Cluster Comercial Varejista: Estudo de Caso da Rua Jurubatuba	Seminários em Administração - XVII SemeAd
7	2015	Empreendedorismo em Modelos de Clusters Comerciais: Estudo Exploratório Sobre Aglomerações de Lojas com Perfil Voltado Para o Ramo de Casamentos na Grande São Paulo	Congresso Nacional de Administração - XX Conad
8	2016	Clusters Comerciais: Pesquisa Exploratória Acerca do Cluster de Essências Localizado em São Paulo e sua Vantagem Competitiva Local	Revista Espacios
9	2017	Clusters Comerciais: Estudo sobre uma Aglomeração de Lojas Têxteis em São Paulo	Gestão & Regionalidade

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

De acordo com o Quadro 2, nota-se que o ano de 2014 concentra 3 publicações sobre os *clusters* comerciais, todos extraídos de eventos científicos (SIMPOI, Egepe e SemeAd) demonstrando a importância dos eventos no processo inicial de publicações de uma pesquisa científica. Desse modo, a pesquisa corrobora com Campello (2000), quando a autora afirma que os eventos de cunho científicos são importantes por desempenharem diversas funções, tais como: aperfeiçoamento

dos trabalhos de forma substancial, reflexão do estado da arte, e comunicação informal com seus pares sobre possíveis pesquisas.

4.2 Clusters pesquisados

O fenômeno da concentração geográfica torna-se o fundamento base para o processo de caracterização e mensuração de um *cluster* (PORTER, 1998; ZACCARELLI *et al*, 2008). O Quadro 3 apresenta os *clusters* comerciais pesquisados com suas respectivas localidades.

Quadro 3 - Clusters comerciais pesquisados

ORDEM	LOCALIDADE	ENDEREÇO
1	Vila Madalena E Vila Olímpia	Não Definido
2	São Paulo	Rua São Caetano, Rua José Paulino, Alameda Gabriel Monteiro E Silva, Rua Teodoro Sampaio
3	Brás	Não Definido
4	Bom Retiro	Não Definido
5	Centro	Rua Conde De Sarzedas
6	São Bernardo Do Campo	Rua Jurubatuba
7	Mauá	Rua Campos Sales
8	Sé	Não Definido
9	Brás	Não Definido

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

É possível notar que, de acordo com o Quadro 3 a cidade de São Paulo, configura-se como a cidade que possui a maior concentração de *clusters* comerciais pesquisados (Vila Madalena e Vila Olímpia, Bras, Bom Retiro, Bairro Centro) com forte atratividade a atividade comercial. Zaccarelli *et al* (2008) descrevem que o fenômeno da concentração geográfica consiste na base para o processo de formação de um *cluster* comercial. Dessa forma, os comércios podem auferir vantagens locacionais por estarem localizados em determinada região.

4.3 Autores e obras mais referenciadas

Na condução da presente análise também foi verificado quais as obras teóricas mais referenciadas e os seus respectivos autores. O Quadro 4 apresenta sob forma resumida os principais teóricos sobre clusters e as obras mais referenciadas.

Quadro 4 - Autores e obras mais referenciadas

ORDEM	QUAIS AUTORES	OBRAS MAIS REFERENCIADAS
1	Marshall	Princípios de Economia
2	Parente, Marshall	Varejo no Brasil: gestão e estratégia, Princípios de Economia
3	Zacarelli, Poter	Clusters e Redes de Negócios. Uma nova visão para a gestão dos negócios, Clusters and the New Economics of Competition
4	Zacarelli	Clusters e Redes de Negócios. Uma nova visão para a gestão dos negócios,
5	Zacarelli, Telles	Clusters e redes de negócios: uma nova visão para a gestão dos negócios, The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research
6	Zacarelli, Telles	Estratégia e sucesso nas empresas, Atratividade em clusters comerciais: um estudo comparativo de dois clusters da cidade de São Paulo
7	Zacarelli, Telles	Clusters e redes de negócios: uma nova visão para a gestão dos negócios, Clusters comerciais: um estudo sobre concentrações de bares na cidade de São Paulo
8	Zacarelli	Clusters e redes de negócios: uma nova visão para a gestão dos negócios
9	Zacarelli, Poter	Clusters e redes de negócios: uma nova visão para a gestão dos negócios, Harvard Business Review.

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

O Quadro 4 destaca os autores Zacarelli *et al* (2008), sendo citado em sete dos nove artigos pesquisados. Também possuindo domínio sob o contexto estratégico, o escritor Telles (2013) se destaca em três dos nove artigos pesquisados, trazendo como suas contribuições uma visão estratégica para a formação dos *clusters* comerciais. A temática sobre *clusters* comerciais está relacionada aos estudos em estratégia. De acordo com Siqueira *et al* (2015), as estratégias adotadas em *clusters* comerciais elevam o grau de competitividade entre os comerciantes do *clusters* e estimulam a atratividade de clientes dentro do aglomerado.

4.4 Palavras-chave inseridas dos artigos

A importância das palavras-chave inseridas em um artigo científico é o fato que sua correta utilização serve como base para futuras pesquisas relacionadas ao

tema que se pretende abordar. O Quadro 5 apresenta o título dos artigos e suas respectivas palavras-chaves.

Quadro 5 - Palavras chaves inseridas dos artigos

ORDEM	ANO	TITULO	PALAVRAS-CHAVE
1	2011	Clusters Comerciais: Um Estudo Sobre Concentrações de Bares na Cidade de São Paulo	Clusters De Negócios, Clusters Comerciais, Estratégia Em Clusters Comerciais
2	2013	Atratividade em Clusters Comerciais: Um Estudo Comparativo de Dois Clusters da Cidade de São Paulo	Atratividade De Clientes; Cluster Comercial; Atratividade De Clusters; Concentrações Comerciais
3	2013	Proposição de Métricas para Avaliação da Competitividade em Clusters: Uma Aplicação no Grupamento Têxtil e de Confeções do Brás	Não informado
4	2014	Polo Varejista do Bom Retiro: Cluster de Negócios da Moda	Competitividade, Cluster De Negócios, Varejo De Fast Fashion
5	2014	Concentração Varejista de Produtos Evangélicos na Cidade De São Paulo: Um Estudo da Rua Conde de Sarzedas	Cluster. Cluster Comercial. Varejo. Produtos Evangélicos
6	2014	Análise das Vantagens Competitivas de um Cluster Comercial Varejista: Estudo de Caso da Rua Jurubatuba	Estratégia, Cluster, Varejo
7	2015	Empreendedorismo em Modelos de Clusters Comerciais: Estudo Exploratório Sobre Aglomerações de Lojas com Perfil Voltado Para o Ramo de Casamentos na Grande São Paulo	Empreendedorismo, Clusters Comercial, Segmento De Lojas De Noivas
8	2016	Clusters Comerciais: Pesquisa Exploratória Acerca do Cluster de Essências Localizado em São Paulo e sua Vantagem Competitiva Local	Cluster Comercial; Competitividade, Vantagem Competitiva Local
9	2016	Clusters Comerciais: Estudo sobre uma Aglomeração de Lojas Têxteis em São Paulo	Cluster Comercial, Segmento Têxtil, Características Comerciais Locais

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Nota-se por meio do Quadro 5 que os textos científicos pesquisados apresentam o termo “*cluster*” como predominante enquanto palavras-chave. Outros termos também foram utilizados sob forma correta, tais como: competitividade, vantagem competitiva local, concentrações e atratividade. Para Borba, Van Der Laan e Chini (2012) o uso das palavras-chave têm como premissa a representação do conteúdo presente no documento. Torna-se a representação informacional das características contidas no corpo dos documentos, sendo compatíveis com o assunto abordado.

4.5 Procedimentos metodológicos utilizados

Para a condução de qualquer estudo científico é preciso compreender o correto uso das abordagens classificadas como: quantitativas e qualitativas. Também sendo importante classificar o tipo de pesquisa: exploratória e descritiva. O Quadro 6 apresenta os procedimentos metodológicos utilizados nos artigos pesquisados, suas abordagens e tipos de pesquisas utilizadas na condução dos trabalhos científicos.

Quadro 6 - Procedimentos metodológicos utilizados

ORDEM	ANO	TITULO	PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS UTILIZADOS
1	2011	Clusters Comerciais: Um Estudo Sobre Concentrações de Bares na Cidade de São Paulo	Abordagem qualitativa, quantitativa e tipo pesquisa exploratória
2	2013	Atratividade em Clusters Comerciais: Um Estudo Comparativo de Dois Clusters da Cidade de São Paulo	Abordagem quantitativa e tipo pesquisa descritivo
3	2013	Proposição de Métricas para Avaliação da Competitividade em Clusters: Uma Aplicação no Grupamento Têxtil e de Confecções do Brás	Abordagem qualitativa e tipo pesquisa exploratória
4	2014	Polo Varejista do Bom Retiro: Cluster de Negócios da Moda	Abordagem qualitativa e tipo pesquisa descritiva
5	2014	Concentração Varejista de Produtos Evangélicos na Cidade	Pesquisa descritiva

De São Paulo: Um Estudo da Rua Conde de Sarzedas			
6	2014	Análise das Vantagens Competitivas de um Cluster Comercial Varejista: Estudo de Caso da Rua Jurubatuba	Abordagem qualitativa e tipo pesquisa exploratória
7	2015	Empreendedorismo em Modelos de Clusters Comerciais: Estudo Exploratório Sobre Aglomerações de Lojas com Perfil Voltado Para o Ramo de Casamentos na Grande São Paulo	Abordagem qualitativa e tipo pesquisa exploratória
8	2016	Clusters Comerciais: Pesquisa Exploratória Acerca do Cluster de Essências Localizado em São Paulo e sua Vantagem Competitiva Local	Abordagem qualitativa e tipo pesquisa exploratória
9	2016	Clusters Comerciais: Estudo sobre uma Aglomeração de Lojas Têxteis em São Paulo	Pesquisa descritiva

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Por meio do Quadro 6 é possível caracterizar que a abordagem predominante foi a qualitativa, e o tipo de pesquisa mais utilizada foi a exploratória. As pesquisas qualitativas são utilizadas para alcançar dados não mensurados por meio de tratamentos estatísticos e de quantificação dos dados, refere-se a comportamentos, movimentos sociais, fenômenos culturais e características sobre o funcionamento organizacional (STRAUSS; CORBIN, 2008). Já a classificação do tipo de pesquisa caracteriza as pesquisas exploratórias como sendo capazes de proporcionar maiores compreensões sobre o fenômeno estudado, a fim de, se obter maiores esclarecimentos conceituais (GIL, 2010).

Considerações finais

Com base na presente análise bibliométrica, sobre as pesquisas envolvendo a dinâmica dos *clusters* comerciais concentrados territorialmente na RMSP pode-se explicar sob as seguintes considerações finais. O fenômeno da concentração geográfica está inserido em todos artigos científicos pesquisados entre os anos de 2011 e 2017. A concentração geográfica em uma determinada região segundo

Zaccarelli *et al* (2008) surge sob forma espontânea, de modo que, suas espontaneidades atraia uma gama de clientes proporcionando um aumento no grau de motivação para consumir no *cluster*.

Também é importante analisar que os *clusters* comerciais que estão territorialmente inseridos na cidade de São Paulo possuem uma importante força regional, com a cidade de São Paulo comportando a maioria dos *clusters* comerciais pesquisados. Nesse contexto cabe ressaltar que Zaccarelli *et al* (2008), possui o maior número de obras referenciadas, demonstrando sua importância teórica sobre o termo *cluster* comercial.

A abordagem mais utilizada para a condução metodológica dos artigos é caracterizada como qualitativa, não predominando o uso de procedimentos estatísticos para o processo de análise dos resultados. Enquanto tipo de pesquisa, é destaque para a nomenclatura pesquisa exploratória.

Cabe assegurar que os resultados alcançados ao termino da pesquisa evidenciam o crescimento dos *clusters* comerciais proporcionando o aumento de competitividade e estimulando a atratividade local. Enquanto limitações, o artigo teve seus esforços concentrados unicamente na Região Metropolitana de São Paulo, sugerindo a possibilidade de replicação do presente estudo em uma perspectiva futura para confronto dos resultados, e também propor novas diretrizes (Quais revistas e quais eventos científicos foram pesquisados? Quais os *clusters* comerciais pesquisados? Quais os autores e as obras mais referenciadas? Palavras-chave? e Quais os métodos de pesquisa adotados, procedimentos metodológicos?), dessa forma, havendo a possibilidade de acrescentar novos questionamentos para uma posterior análise da produção científica sobre *cluster* comerciais concentrados territorialmente na RMSP ou em outra região.

Referências

AGUIAR, Helder de Souza; PEREIRA, Cristina Espinheira Costa; DONAIRE, Denis. Polo Varejista do Bom Retiro: Clusters de Negócio da Moda, **XX Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais – SIMPOI**. p.1-16, 2014.

ALTHEMAN, Edman; ROMBOLI, Silton Marcell; SIQUEIRA, João Paulo Lara de; TELLES, Renato. Clusters Comercial: Um Estudo Sobre Concentração de Bares

na Cidade de São Paulo, **Gestão & Regionalidade**. v. 27, n. 81, p.1-14, Set/Dez, 2011.

BORBA, Diego dos Santos; VAN DER LAAN, Regina Helena; CHINI, Bernadete Ros. Palavras-chave: convergências e diferenciações entre a linguagem natural e a terminologia. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 17, n. 2, p.26-36, Abr./Jun. 2012.

BRASIL, Lei complementar Nº 14, de 8 de junho de 1973. Dispõe sobre a criação de Estados e Territórios.

CAMPELLO, Bernadete Santos. Encontros científicos. In: CAMPELLO, Bernadete Santos; CENDÒN, Beatriz Valadares; KREMER, Jeannette Marguerite (Org). **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte : Editora UFMG, 2000.

COSTA, Esdras da Silva; COSTA, Rogério Sarkis; COSTA, Aline dos santos Belloto; Empreendedorismo em Modelos de Clusters Comerciais: Estudo Exploratória Sobre Aglomeração de Lojas com Perfil Voltado para o Ramo de Casamentos na Grande São Paulo, **XX Congresso Nacional de Administração – CONAD**. Goiânia, 30 a 31, Outubro, p.1-15, 2015.

COSTA; Esdras da Silva; DONAIRE, Denis; GASPAR, Marcos Antonio. Clusters Comerciais: Estudo Sobre uma Aglomeração de Lojas Têxteis em São Paulo, **Gestão & Regionalidade**. v. 33, n. 98, p.1-16, Mai/Ago, 2017.

DONAIRE, Denis; MARCOS, Antonio Gaspar; SIQUEIRA, João Paulo Lara de; TELLES, Renato. Atratividade em Clusters Comerciais: Um Estudo Comparativo de Dois Clusters da Cidade de São Paulo, **Gestão & Regionalidade**. v. 29, n. 85, p.1-16, Jan/Abr, 2013.

DONAIRE, Denis; GASPAR, Marco Antonio; SILVA, Rosângela Sarmento; FITTIPALDI, Marco Aurélio Sanches. 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, 2013.

EMPLASA – Empresa Paulista de Planejamento Metropolitano. Disponível em: <www.emplasa.sp.gov.br/RMSP/2018>. Acesso em: 15 de março de 2018.

FARINA; Milton Carlos; COSTA; Esdras da Silva; COSTA, Rogério Sárkis. Clusters Comerciais: Pesquisa Exploratória Acerca do Clusters de essências Localizado em São Paulo e sua Vantagem Competitiva Local, **Revista Espacios**. v. 37, n. 25, p.1-16, 2016.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GASPAR, Marcos Antonio; SILVA, Rosângela Sarmento; ZUCHINI, Vinícius Dantino; RENZO, Gabriel; SOUZA, João Vitor Murari. Análise das Vantagens Competitivas de um Cluster Comercial Varejista. Estudo de Edison Fernandes; SARTURI, Greici. Proposição de Métricas para Avaliação Caso da Rua Jurubatuba. **XVII Seminários em Administração – SemeAd**. p.1-14, Outubro, 2014.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: < <https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 19 de Março de 2018.

MARICATO, Erminia. Metrôpoles desgovernadas. **Estudos Avançados**. v. 25, n. 71, p.7-22, 2011.

MARSHALL, Alfred. **Princípios de economia**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

MATIAS PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PARENTE, Juracy Gomes; BRANDÃO, Marcelo Moll; MIOTTO, ANA Paula; PLUTARCO, Francisata Flávia. Polos varejista de rua ou shopping centers: Espírito Santo, **Brazilian Business Review**, p.162-189, 2012.

PEREIRA, Cristina Espinheira Costa; POLO, Edison Fernandes; SARTURI, Greici. Competitividade em Clusters: Uma Aplicação no Grupamento Têxtil e de Confecções do Brás: **VI Encontro do Estudos em Estratégia – ANPAD**. Bento Gonçalves/RS - 9 a 21, p.1-16, Maio, 2013.

PORTER, Michael. Clusters and the new economics of competition. **Harvard Business School Press**, Cambridge, MA, 1998.
QUEVEDO-SILVA, Filipe; SANTOS, Eduardo Biagi Almeida; BRANDÃO, Marcelo Moll; VILS, Leonardo. Estudo bibliométrico: orientações sobre sua aplicação. **Revista Brasileira de Marketing – ReMark**, v. 15, n. 2. p.246-262, Abr./Jun. 2016.

SÃO PAULO, Lei Complementar Estadual Nº 1.139 de 2011. Dispõe sobre a nova reorganização da Região Metropolitana de São Paulo.

SIQUEIRA, João Paulo Lara; GUIMARÃES, Carlos Inácio Maradei; DONAIRE, Denis; RIMONATO, Irene Pereira de Oliveira; CARELLI, Teresinha de Jesus. Clusters Comerciais: Uma Realidade Estratégica no Varejo. **III Congresso Latino Americano de Varejo – CLAV**, Fundação Getulio Vargas, p.1-16, São Paulo, 2010.

SIQUEIRA, João Paulo Lara; ROCCA, Marcus Eduardo; TELLES, Renato. Atributos e imagem dos clusters de negócios varejistas. **Revista Gestão & Tecnologia**, Pedro Leopoldo, v. 15, n. 2, p.29-49, Mai./Ago. 2015.

SOARES, Paulo Roberto Rodrigues; FEDOZZI, Luciano Joel. Porto Alegre e sua região metropolitana no contexto das contradições da metropolização brasileira contemporânea. **Sociologias**. Porto Alegre, ano 18, n. 42, p.162-197, Mai./Ago, 2016.

SOUZA, Roberto Vidal de; SILVA, Rosângela Sarmiento; DONAIRE, Denis; MINCIOTTI, Silvio Augusto. Concentração Varejista de Produtos Evangélicos na Cidade de São Paulo. Um Estudo da Rua Conde de Sarzedas, **VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE**. Goiânia, 24 a 26, p.1-14, Março, 2014.

STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

TELLES, Renato; SIQUEIRA, João Paulo Lara; DONAIRE, Denis; GASPAR, Marcos Antonio. Atratividade em clusters comerciais: um estudo comparativo de dois clusters da cidade de São Paulo. **Gestão & Regionalidade**, v. 29, n. 85, p.47-62, 2013.

ZACCARELLI, Sergio Baptista; TELLES, Renato; SIQUEIRA, João Paulo Lara; BOAVENTURA, João Mauricio Gama; DONAIRE, Denis. **Clusters e redes de negócios: uma nova visão para a gestão dos negócios**. São Paulo: Atlas, 2008.