



Faculdade de Tecnologia de Americana "Ministro Ralph Biasi"

VALERIA CRISTINA CHIEUS

**"IMIGRAÇÃO COREANA E O POLO ATACADISTA DO BOM RETIRO:
UMA HISTÓRIA DE SUCESSO E DESAFIOS"**

AMERICANA/SP

2024

VALERIA CRISTINA CHIEUS

**"IMIGRAÇÃO COREANA E O POLO ATACADISTA DO BOM RETIRO:
UMA HISTÓRIA DE SUCESSO E DESAFIOS"**

**Trabalho de Conclusão de Curso, desenvolvido
em cumprimento à exigência curricular do Curso
Superior de Tecnologia em Produção Têxtil pelo
CEETEPS/Faculdade de Tecnologia de Americana
“Ministro Ralph Biasi”**

Área de Concentração: EMPREENDEDORISMO

Orientador: Prof.^a Me MARIA ADELINA PEREIRA

Americana/SP

2024

**FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Fatec
Americana Ministro Ralph Biasi- CEETEPS
Dados Internacionais de Catalogação-na-
fonte**

CHIEUS, Valéria Cristina

Imigração coreana e o polo atacadista do
Bom Retiro : uma história de sucesso e desafios.. /
Valéria Cristina Chieus – Americana, 2024.

49f.

Monografia (Curso Superior de Tecnologia
em Produção Têxtil) - - Faculdade de Tecnologia de
Americana Ministro Ralph Biasi – Centro Estadual de
Educação Tecnológica Paula Souza

Orientadora: Profa. Ms. Maria Adelina Pereira

1. Confecção – roupas femininas 2.
Empreendedorismo 3. Imigração. I. CHIEUS, Valéria
Cristina II. PEREIRA, Maria Adelina III. Centro
Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza –
Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro
Ralph Biasi

CDU: 687.12

658.3-05

314742

Elaborada pelo autor por meio de sistema
automático gerador de ficha catalográfica da Fatec
de Americana Ministro Ralph Biasi.

VALERIA CRISTINA CHIEUS

**"IMIGRAÇÃO COREANA E O POLO ATACADISTA DO BOM RETIRO:
UMA HISTÓRIA DE SUCESSO E DESAFIOS"**

Trabalho de Graduação, apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Curso Superior de Tecnologia em Produção Têxtil pelo Centro Paula Souza – FATEC Faculdade de Tecnologia de Americana, Ralph Biasi.

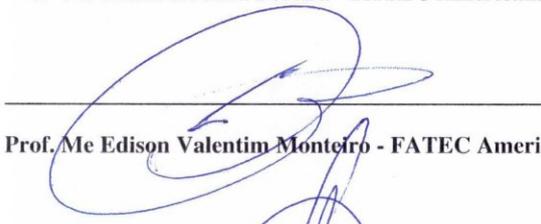
Área de Concentração: Empreendedorismo

Americana, 20 de junho de 2024

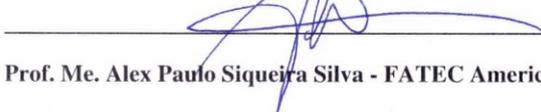
BANCA EXAMINADORA:



Prof^ª Me Maria Adelina Pereira - FATEC Americana/SP



Prof. Me Edison Valentim Monteiro - FATEC Americana/SP



Prof. Me. Alex Paulo Siqueira Silva - FATEC Americana/SP

AGRADECIMENTOS

Agradeço a meu filho, Bruno, por toda compreensão durante essa jornada acadêmica. Compartilhamos juntos o vestibular e os estudos. Tivemos paciência e incentivamos um ao outro.

Aos meus colegas de faculdade, meu agradecimento especial por compartilharmos conhecimentos, experiências e desafios ao longo desses anos.

Aos meus professores na Fatec Americana, agradeço por todo o conhecimento transmitido, pela dedicação e pelo incentivo constante. Suas orientações contribuíram para o desenvolvimento deste trabalho.

Por fim, expresso minha gratidão a todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para a minha formação acadêmica. Seja através de palavras de incentivo, apoio emocional ou suporte técnico, cada gesto foi fundamental para minha trajetória.

방문객

“나를 찾아오는 사람
인상적인 일이네요
그는 자신의 과거를 가져오고
당신의 선물, 그럼에도 불구하고
그 사람과 함께하는 당신의 미래.
당신의 평생이 함께합니다.
연약하기 때문에,
아마도 이전에 깨졌을 수도 있고,
그의 마음이 오고 있어
당신의 마음을 찾아.”

O Visitante

“Alguém que vem me visitar
É uma coisa impressionante
ele traz seu passado,
seu presente, e ainda,
seu futuro junto com ele.
sua vida inteira vem junto.
Por ser frágil,
e talvez ter sido partido antes,
o coração dele está vindo
em busca do seu coração.”

Chong Hyon Jong in “Ilha – Antologia Poética”

Esse poema ensina o valor dos encontros. Os Imigrantes, são os nossos Visitantes.

RESUMO

O bairro do Bom Retiro, situado em São Paulo, destacou-se como um importante polo comercial, especialmente no segmento de moda feminina. Ao longo dos anos, o comércio atacadista de roupas femininas no Bom Retiro passou por significativas transformações, moldando sua identidade e influenciando o cenário econômico da região. Um marco importante nesse desenvolvimento foi a chegada da imigração coreana, que desempenhou um papel fundamental na consolidação do polo têxtil no bairro. Através desse estudo, investiga-se como a colaboração entre os comerciantes coreanos e a população local tem impulsionado a transformação socioeconômica da região. O estudo analisa como os imigrantes coreanos desenvolveram a expansão do setor de vestuário no bairro, desde o estabelecimento das primeiras lojas até o fortalecimento das relações comerciais, elevando o Bom Retiro a um dos principais polos atacadistas do país. Neste contexto, explora-se os motivos pelos quais o Bom Retiro continua a ser um destino imperdível para compradores e turistas, destacando sua rica história, sua diversidade cultural e seu papel vital na economia local e nacional. Mais do que um centro comercial, o Bom Retiro é um símbolo de perseverança, criatividade e sucesso, enriquecido pela herança e pelo espírito empreendedor dos imigrantes coreanos que o chamam de lar.

Palavras-chave: Confecção; Empreendedorismo; Imigração.

ABSTRACT

The Bom Retiro neighborhood, located in São Paulo, stood out as an important commercial hub, especially in the women's fashion segment. Over the years, the wholesale women's clothing trade in Bom Retiro has undergone significant transformations, shaping its identity, and influencing the region's economic scenario. An important milestone in this development was the arrival of Korean immigration, which played a fundamental role in consolidating the textile hub in the neighborhood. Through this study, we investigate how collaboration between Korean traders and the local population has driven the socioeconomic transformation of the region. The study analyzes how Korean immigrants developed the expansion of the clothing sector in the neighborhood, from the establishment of the first stores to the strengthening of commercial relations, elevating Bom Retiro to one of the main wholesale hubs in the country. In this context, we explore the reasons why Bom Retiro continues to be an unmissable destination for shoppers and tourists, highlighting its rich history, its cultural diversity, and its vital role in the local and national economy. More than a shopping center, Bom Retiro is a symbol of perseverance, creativity, and success, enriched by the heritage and enterprising spirit of the Korean immigrants who call it home.

Keywords: Confection; Entrepreneurship; Immigration.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Edifícios com 2 ou 3 pavimentos.....	14
Figura 2 - Hospedaria dos Imigrantes	18
Figura 3 - Entrada da Rua José Paulino no Bom Retiro	24
Figura 4 - Sinagoga Kehilat Israel	24
Figura 5 - Estação da Luz.....	25
Figura 6 - Mapa do Bom Retiro	25
Figura 7 - Rua Aimorés, no Bom Retiro, São Paulo	26
Figura 8- Galeria do Bom Retiro (Aigo Livraria)	27
Figura 9 - Situação existente na Rua José Paulino	28
Figura 10 - Limpeza do Bom Retiro.....	30

LISTA DE SIGLAS

ABIV	Associação Brasileira da indústria do Vestuário
ICMS	Imposto sobre circulação de mercadorias
KYE	Espécie de consórcio existente entre os coreanos, cuja constituição objetiva iniciar algo em comum
MEIs	Microempreendedores Individuais
MTR SINIR	Manifesto de transporte de resíduos

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 HISTÓRICO DO POLO DE VESTUÁRIO DO BOM RETIRO	12
3 A CONTRIBUIÇÃO DA COMUNIDADE COREANA na FORMAÇÃO DO POLO DE VESTUÁRIO DO BOM RETIRO.....	17
3.1 A Formação das Confeccões.	20
3.2 O Bom Retiro, Explorando as Ruas do Comércio Atacadista.	23
3.3 A Localização das Empresas (<i>Clusters</i>)	30
3.4 Bom Retiro: Perfil do Consumidor e Ambiente Urbano.....	34
4 INOVAÇÕES, ADAPTAÇÕES E NOVAS DEMANDAS.....	38
4.1 O Trabalho e Importância dos Representantes do Comércio do Bom Retiro.	40
4.2 O Bom Retiro Recicla	42
5 CONCLUSÃO.....	44
REFERÊNCIAS.....	45
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48

1 INTRODUÇÃO

O bairro do Bom Retiro, no coração de São Paulo, emerge como um mosaico cultural e econômico, onde as tramas da imigração e da indústria se entrelaçam para contar uma história única e cativante. No epicentro desse relato, destacam-se os imigrantes coreanos, cuja jornada desde as décadas de 70 até os dias atuais delinea uma narrativa de superação, resiliência e contribuição significativa para a indústria da moda brasileira.

No presente, as confecções coreanas no Bom Retiro são mais do que simples estabelecimentos comerciais; são embaixadoras de uma tradição resiliente e inovadora. A moda feminina, a pronta-entrega, o alcance nacional, a terceirização eficiente e a gestão familiar moldam o cenário atual, onde cada ponto na trama do Bom Retiro conta uma história de sucesso, perseverança e legado.

O presente estudo visa aprofundar a compreensão da contribuição desses empreendedores para a indústria têxtil do Bom Retiro, examinando suas ações e efeitos na economia local. Explora as mudanças significativas que os imigrantes coreanos, implementaram, no bairro Bom Retiro, em suas confecções de roupas e estratégias de venda no contexto do comércio atacadista de multimarcas.

Com base em uma pesquisa bibliográfica, análise documental e na visita feita por mim ao bairro investigou-se como essas transformações refletem as adaptações dos empreendedores coreanos às demandas do mercado contemporâneo. Este estudo contribui para a compreensão das dinâmicas culturais e econômicas no Bom Retiro.

2 HISTÓRICO DO POLO DE VESTUÁRIO DO BOM RETIRO

A evolução de um bairro pode ser vista como uma narrativa dinâmica e multifacetada, refletindo o tecer contínuo de culturas, histórias e empreendimento. No coração da cidade de São Paulo, o bairro do Bom Retiro se destaca como um polo de vestuário com uma rica história de transformação e prosperidade, especialmente no que diz respeito à indústria têxtil.

O início do século XIX marcou o começo de um grande fluxo migratório para o Brasil, especialmente para a cidade de São Paulo. Diversos grupos de imigrantes foram atraídos pelas oportunidades oferecidas pela crescente economia brasileira.

A história do Bom Retiro é marcada por uma diversidade de grupos étnicos que se estabeleceram na região ao longo do tempo. Antes mesmo da formação do bairro, a área testemunhou a presença de estrangeiros. Com a apresentação do Jardim Botânico, chácaras foram usadas como retiro de fim de semana para as elites, incluindo engenheiros associados à construção da ferrovia e à comunidade inglesa de São Paulo.

No final do século XIX, portugueses e italianos conseguiram ocupar o bairro. Entre 1900 e 1940, os italianos se tornaram uma população estrangeira dominante. O século XX trouxe ainda uma nova dinâmica com a presença dos judeus e, ao longo desse período, gregos, armênios e sírios também se estabeleceram no Bom Retiro.

A partir dos anos 1960, a comunidade coreana começou a se fixar no bairro, e nas décadas seguintes, imigrantes latino-americanos, como bolivianos, peruanos e, mais recentemente, paraguaios. Esse fluxo migratório diversificado contribuiu para a riqueza cultural e étnica do Bom Retiro, moldando sua identidade ao longo dos anos.

O artigo de Feldman, publicado em 2013, surge como uma peça central para compreender a evolução das indústrias e confecções no Bom Retiro. A partir da investigação das influências de grupos étnicos, particularmente judeus e coreanos, Feldman aponta como a indústria de vestuário se tornou o alicerce para a construção da identidade mutante do bairro. Ela identificou a concentração de atividades comerciais ligadas à produção têxtil como uma constante nesse processo, alinhando-se com o estudo de Oscar Egídio de Araújo, datado de 1940.

No final do século XIX, a concentração de ingleses teve um impacto significativo na história do bairro e na cultura do Brasil. Um marco importante foi a introdução do *football*, esporte inglês que mais tarde se tornaria conhecido como futebol. Em 1910, na Rua dos Imigrantes, hoje Rua José Paulino, foi fundado o Corinthians, um clube paulistano renomado

até os dias de hoje. Os primeiros artilheiros do futebol amador, praticados em campos de chão batido, eram predominantemente operários que trabalhavam no bairro.

“Às 20h30min do dia 1 de setembro de 1910, à luz de um lampião na esquina das Rua José Paulino (a época Rua dos Imigrantes), e Rua Cônego Martins, um grupo de operários fundou o Sport Club Corinthians Paulista”. (Corinthians,2023, p. 1).

A presença dos imigrantes no Bom Retiro é marcada pela proliferação de pequenos negócios autônomos, uma característica dos estágios iniciais de urbanização do bairro, coincidindo com a chegada das grandes indústrias. Os portugueses, por exemplo, além de participarem do trabalho nas fábricas, também se destacaram na abertura de pequenos estabelecimentos, especialmente no setor alimentício. Os italianos, por sua vez, constituíram a maior parte da mão de obra assalariada nas indústrias da época, mas também diversificaram suas atividades, estabelecendo diversos negócios no bairro, como sapatarias, marcenarias, fábricas de massas, calçados, chapéus e alfaiatarias. Esses empreendimentos muitas vezes operavam em locais improvisados, como fundos de armazéns e estalagens, refletindo uma interseção entre comércio e indústria. Houve a especialização do Bom Retiro na produção e comercialização de roupas e acessórios. Os judeus desempenharam um papel significativo nesse processo, criando pequenas indústrias e estabelecimentos de venda de roupas, fios, máquinas e outros elementos relacionados à produção e comercialização de roupas.

“Bairro proletário, bairro fabril, bairro operário. Até a terceira década do século XX são estes os termos que aparecem nos estudos sobre a cidade de São Paulo para qualificar o bairro do Bom Retiro”. (Feldman,2013, p.1).

Truzzi destaca, a dura condição de trabalho enfrentada pelos operários, principalmente mulheres e crianças, que constituíam grande parte da força de trabalho. O texto de Truzzi, é uma fonte rica de informações sobre o contexto histórico das condições de trabalho, segurança limitada e longas jornadas, proporcionando uma visão detalhada da realidade enfrentada pelos trabalhadores.

“Assim, do ponto de vista da formação da cidade de São Paulo, o Bom Retiro integra, ao lado do Brás e da Luz, o primeiro conjunto de bairros operários da capital”. (Truzzi ,2001, p.3).

Durante o período de 1945 a 1959, ocorreu uma significativa transformação na paisagem urbana do Bom Retiro, que estava associada à comunidade italiana. Nesse intervalo de tempo, houve uma série de demolições das construções italianas originais. Em seu lugar, começaram a surgir edifícios de dois a três pavimentos, liderados pela comunidade judaica.

Enquanto o comércio tradicional busca ocupar o nível térreo para interagir diretamente com as ruas e clientes, as edificações comerciais no bairro evoluíram verticalmente. Essa verticalização permite a inclusão de espaços destinados à produção e ao armazenamento nos andares superiores, otimizando o processo de produção e venda. Essa abordagem é uma herança da colônia judaica, que introduziu a prática de produzir e vender diretamente ao consumidor, resultando em uma nova tipologia de edifícios de uso misto entre comércio e indústria. Posteriormente, os confeccionistas coreanos, mesmo adotando uma modalidade atacadista, conseguiram adaptar esses espaços verticalizados às suas necessidades sem demandar alterações significativas na estrutura existente.

Figura 1 - Edifícios com 2 ou 3 pavimentos



Fonte: Foto de Manuela Stelzer

Uma das principais contribuições do artigo de Feldmann é a análise da lógica por trás dessas transformações. A autora destaca que o Bom Retiro não sofreu a lógica dominante de demolição que foi observado em outras partes da cidade, mas sim se apropriou das estruturas físicas preexistentes. Além disso, o bairro passou a associar moradia e trabalho, com muitos estabelecimentos comerciais incorporando o trabalho ao espaço da habitação.

Segundo o artigo de Truzzi, na década de 1950, o desenvolvimento comercial remodelou a paisagem, os edifícios residenciais substituíram habitações modestas e muitos casarões foram adaptados para uso comercial. O autor destaca a migração de judeus para outros bairros à medida que suas atividades comerciais prosperavam, transformando o Bom Retiro em uma área predominantemente comercial.

A introdução dos coreanos nos anos 60 marca outra transição étnica no bairro. O autor destaca que os coreanos inicialmente se estabeleceram na Vila Coreana no bairro da Liberdade, um ambiente familiar devido à presença japonesa e aos aluguéis acessíveis. A localização no bairro japonês facilitou a comunicação e proporcionou certo anonimato, permitindo que os coreanos se misturassem a uma comunidade já adaptada e atenuassem possíveis choques culturais. A região da Liberdade era uma fonte de informações para os coreanos, pois havia jornais e revistas em japonês em circulação, e a maioria dos imigrantes coreanos era fluente em japonês devido à educação sob o domínio japonês na Coreia.

A chegada dos coreanos adicionou uma nova camada à diversidade étnica do Bom Retiro, proporcionando um ponto de vista sobre como as mudanças na composição demográfica moldaram a identidade do bairro. Esta nova onda de imigração contribuiu para a continuidade do desenvolvimento industrial e de confecções no Bom Retiro, consolidando-o como um polo multicultural.

Inicialmente, os primeiros coreanos direcionaram-se ao bairro não para morar, mas para trabalhar, principalmente no setor de confecção, especialmente na costura. Muitos deles não tinham experiência prévia nesse ramo, mas a natureza de baixo custo e risco da costura atraiu-os, permitindo que empregassem toda a família e acumulassem recursos de maneira mais eficaz.

A partir da década de 70, os coreanos começaram a abrir suas próprias lojas no Bom Retiro, seguindo uma trajetória dos judeus que já estavam envolvidos no comércio e na indústria têxtil.

Houve uma transição entre a comunidade judaica e coreana nos negócios do Bom Retiro. Os judeus perceberam que locar propriedades comerciais para os coreanos era um negócio rentável e estável, o que facilitava a transição. Essa transição transmitiu uma parceria de firmeza entre as duas comunidades, especialmente nas imobiliárias do bairro.

Essa coexistência pacífica se baseava em um acordo tácito: os coreanos pagavam o preço pedido pelos judeus pelos imóveis e negócios, e desde que as negociações fossem justas, a relação funcionava harmoniosamente. Eventuais discordâncias giravam em torno de questões financeiras, e quando não era possível chegar a um acordo, cada parte buscava alternativas, sem

que isso gerasse ressentimentos. Em suma, a relação entre os dois grupos era pragmática e baseada no respeito mútuo, sem espaço para rivalidades.

"Há inúmeros depoimentos de judeus que venderam imóveis a coreanos, seduzidos por propostas irrecusáveis: 'Eles abrem uma mala de dólares em cima do seu balcão'. Na opinião de muitos, os coreanos modernizaram o comércio do bairro. Conforme apurou uma matéria publicada em 1982, 'os comerciantes tradicionais do Bom Retiro e Brás costumam brincar entre eles dizendo que os coreanos, em busca de ponto para instalar suas lojas, fazem sempre duas perguntas. A primeira é 'Quanto custa?'. A segunda, independente do preço pedido, nunca muda: 'Quando o senhor desocupa?'. Nessas condições, para boa parte dos judeus previamente instalados, a invasão coreana soou como uma bênção, recrudescendo a disputa por pontos comerciais, que passaram a ser avaliados em dólares." (Truzzi, 2001, p. 15)

O espírito de colaboração entre os membros da família e a capacidade de formação de redes internas foram fundamentais para a rápida ascensão econômica dos coreanos. O conceito de "*kye*", um consórcio para reunir capitais para objetivos específicos, como a montagem de um negócio, foi destacado como uma prática que acelerou o sucesso econômico dos coreanos. A prática tradicional coreana do "*kye*" era utilizada para lidar com grandes despesas, como casamentos, funerais e festas de aniversário sexagenário dos pais. Esse sistema informal envolvia a contribuição financeira dos consorciados, baseando-se na confiança mútua, permitindo a arrecadação de uma soma significativa em dinheiro.

Desde a pesquisa de Oscar Egídio de Araújo até as investigações mais recentes de Feldman, a identificação da influência étnica, principalmente judeus e coreanos, como uma força motriz por trás do desenvolvimento industrial, é notória. A evolução das atividades têxteis, retratada ao longo do tempo por esses autores, culminou na mutação étnica e econômica do bairro, moldando-o em um polo distinto de vestuário multicultural.

3 A CONTRIBUIÇÃO DA COMUNIDADE COREANA NA FORMAÇÃO DO POLO DE VESTUÁRIO DO BOM RETIRO.

No estudo de Park, 2013, na década de 1960, uma onda de emigração, saída espontânea de um país, ocorreu na Coreia do Sul durante seu período de industrialização. Fatores como superpopulação, desemprego e escassez de recursos naturais impulsionaram esse movimento. A explosão demográfica resultante do retorno maciço de coreanos que estavam no exterior durante a colonização japonesa exacerbou problemas sociais, como desemprego, escassez de alimentos e habitação inadequada.

Diante do contexto histórico desafiador enfrentado pela população sul-coreana e das medidas governamentais adotadas para lidar com questões sociais crescentes, muitos coreanos optaram por imigrar em busca de realizações pessoais e de uma vida melhor, ou seja, uma imigração laboral. Além disso, a busca por uma educação mais promissora para seus filhos motivou a emigração, enquanto outros foram impulsionados pelo interesse em explorar novos territórios. Essa diáspora reflete a complexidade das razões por trás das decisões migratórias dos sul-coreanos na época.

Segundo o artigo publicado pela Agência Brasil, 2023, estima-se que mais de 50 mil coreanos vivem hoje no Brasil. Em 2023, comemorou-se os 60 anos de imigração Coreana no Brasil (1963-2023). A imigração coreana no Brasil tem raízes que remontam às décadas de 1950 e 1960, quando um número significativo de coreanos começou a chegar ao país em busca de oportunidades econômicas e melhores condições de vida. O Brasil se tornou um destino atraente devido à sua política de imigração aberta na época.

A viagem no navio Tjitalengka, levou 55 dias até chegar no Porto de Santos no Brasil, em 12 de fevereiro de 1963. De Santos, foram levados de ônibus para São Paulo para a Hospedaria de Imigrantes. Eram 17 famílias de 92 pessoas e 11 passageiros ex-militares, num total de 103 coreanos que chegaram à hospedaria para posterior trabalho no campo. Alguns coreanos já estavam no Brasil antes dessa imigração oficial. Eram jovens que chegaram em 1956 e vieram para o Brasil como prisioneiros de guerra e foram de grande importância no assentamento das famílias recém-chegadas.

Figura 2 - Hospedaria dos Imigrantes



Fonte: Museu da Imigração do Estado de São Paulo

No decorrer da pesquisa, foi possível analisar uma entrevista conduzida por Thiago Haruo, gestor de Pesquisa do Museu da Imigração, concedida à Agência Brasil, 2023. Haruo destaca um aspecto da imigração coreana para o Brasil na década de 60, ressaltando que os imigrantes eram frequentemente provenientes da classe média, capazes de angariar recursos para a empreitada.

Na tentativa de estabelecer uma nova vida no Brasil, muitos desses imigrantes foram inicialmente direcionados para a Hospedaria de Imigrantes, aguardando a oportunidade de se estabelecerem em Miracatu, cidade situada a 140 quilômetros de São Paulo. No entanto, essa jornada teve reviravoltas inesperadas, pois o terreno prometido não correspondia às expectativas. Além das condições desfavoráveis do solo, a terra já estava ocupada por outros trabalhadores, configurando uma fraude. Diante dessa adversidade, os primeiros coreanos optaram por não prosseguir com a compra das terras, direcionando sua atenção para o comércio como alternativa.

À medida que as décadas de 60 e 70 testemunhavam uma intensa migração interna do campo para a cidade no Brasil, os coreanos, munidos de experiência comercial e educação, optaram por não permanecer no setor agrícola. O comércio tornou-se, assim, um campo de atuação predominante. Em particular, destaca-se o empenho das mulheres, que, apesar das barreiras linguísticas, se dedicavam a vender roupas. A falta de alternativas tornou o árduo trabalho em pequenas empresas atrativo, se não a única opção viável.

Alguns imigrantes coreanos com recursos financeiros, abriram negócios próprios, incluindo confecções de agasalhos e blusas a partir de 1965, que empregaram a maioria dos coreanos na época. Os comerciantes coreanos acumularam capital e se deslocaram do Glicério para o Brás e, posteriormente, para o Bom Retiro.

O governo brasileiro proibiu a imigração coreana a partir de 1968, mas o crescimento econômico da colônia coreana permitiu que novos imigrantes continuassem chegando, muitos deles ilegais, o que mudou o perfil da imigração.

Imigrantes coreanos ilegais viajavam para o Brasil por meio de países vizinhos como o Paraguai e a Bolívia e eram atraídos pela rede de informações sobre oportunidades de trabalho na próspera indústria de fabricação de São Paulo. Os ilegais forneceram mão de obra barata para a indústria de confecção, contribuindo para a competitividade dos coreanos nos polos têxteis do Bom Retiro e do Brás.

A mão de obra barata dos sul-coreanos pode ser atribuída às condições precárias de trabalho em seu país de origem, que estava passando por uma transição inicial para o capitalismo. As condições eram ainda mais desafiadoras devido ao legado do domínio japonês e aos impactos da guerra, sob a influência norte-americana. Essa realidade demonstra a árdua jornada da comunidade coreana em busca de melhores condições de vida no Brasil, marcada por longas horas de trabalho e baixos salários.

Nos primeiros tempos, muitos pais coreanos dedicavam-se inteiramente ao trabalho, resultando em uma situação em que os filhos enfrentavam a solidão como um dos principais desafios, conforme observado por Kang, 1993. O estudo destaca que a ausência dos pais era tão marcante, que algumas crianças estavam habituadas a lidar com a separação desde cedo. As responsabilidades que normalmente cabiam aos pais, como lidar com pagamentos e buscar os filhos, eram transferidas para os próprios filhos, que tinham que enfrentar desafios como percorrer longas distâncias sozinhos. Apesar das dificuldades, os pais tinham o desejo constante de que seus filhos alcançassem o sucesso, especialmente por meio da participação ativa na sociedade brasileira por meio da educação. Destaca-se o comprometimento de muitos pais em proporcionar aos seus filhos uma educação de excelência, matriculando-os nas melhores escolas e instituições estrangeiras que oferecem ensino de idiomas como inglês ou francês, visando prepará-los para oportunidades de especialização e melhores perspectivas profissionais, segundo Choi, 1991. Esse investimento educacional permanece evidente nos descendentes dos imigrantes coreanos no Brasil até os dias atuais.

3.1 A Formação das Confeccões.

“Os coreanos chegaram, ajudam o Brasil a construir todo um repertório relacionado à economia e essa ideia de multiculturalidade. São muito especializados na área de tecidos, confeccões, de comércio, ajudam o Brasil a trabalhar especialmente no setor do atacado de moda”. (BRAGA apud KIM, 2011, p. 35)

Os imigrantes coreanos, em busca de sobrevivência, praticavam inicialmente o *bendê*, que era a venda de produtos de casa em casa, adaptando a palavra vender do português à sua língua. Esse termo se refere à venda de produtos trazidos da Coreia que se acreditava que valesse a pena vender. Inicialmente, os imigrantes coreanos perceberam que as roupas ofereciam os maiores lucros devido à sua qualidade superior em comparação aos produtos locais. O ciclo de vendas ao domicílio foi sucedido pela costura, que se tornou uma alternativa para garantir o sustento, explica o estudo de Yang, 2011. A atividade de costura tornou-se atraente para os recém-chegados devido à baixa necessidade de capital com muitas fábricas oferecendo prazos estendidos para pagamento, ao risco reduzido e à oportunidade de envolver toda a família no empreendimento, Truzzi, 2001.

É relevante destacar que, na época, o Bom Retiro era predominantemente habitado por comerciantes judeus com forte ligação com a indústria têxtil e confecção. Esses comerciantes perceberam nos coreanos potencial mão de obra e, com o tempo, passaram a empregá-los como costureiros. Além disso, muitos comerciantes judeus começaram a encomendar roupas aos imigrantes coreanos e até mesmo contratá-los como vendedores. Esse processo gradual reflete a integração dos coreanos nas atividades comerciais do bairro, relata Truzzi, 2001.

Década de 70 - Os Pioneiros

Na década de 70, os coreanos com recursos limitados desempenhavam mão de obra em casa ou em escritórios de costura, contribuindo para outros confeccionistas do Bom Retiro. Yang (2011) destaca, que alguns imigrantes eram originários de zonas comerciais de destaque em Seul e outras grandes cidades da Coreia, esses empreendedores já possuíam experiência no ramo de confeccões. Munidos de técnicas de costura e um entendimento das tendências da moda, os coreanos puderam aproveitar esses conhecimentos no Brasil, oferecendo tecidos e roupas de melhor qualidade. Mesmo os comerciantes mais experientes optavam por trabalhar como vendedores em lojas por alguns anos, adquirindo familiaridade com o idioma e os costumes locais antes de estabelecerem seus próprios negócios. Este exemplo ilustra a resiliência e adaptabilidade dos empreendedores que moldaram o cenário comercial do bairro.

Alguns coreanos financeiramente mais estáveis inauguravam butiques, pequenas lojas varejistas de roupas, em diversos bairros de São Paulo. Confeccionistas de maior porte, que também atuavam como varejistas e atacadistas, começaram a se estabelecer no Bom Retiro, centralizando a produção de oficinas caseiras e organizando a distribuição para butiques.

Década de 80 - Entrada Massiva dos Coreanos e Adoção da Pronta-Entrega

A década de 80 testemunhou um aumento significativo no número de confecções coreanas no Bom Retiro. Os coreanos estruturavam seus negócios, antecipando-se ao crescimento econômico futuro. Fatores externos, como a decadência do comércio de rua e o envelhecimento da primeira geração de imigrantes, influenciavam essa mudança. A entrada em massa dos coreanos coincidiu com a adoção generalizada da pronta-entrega como estratégia de negócios. O sucesso era impulsionado pelo acúmulo de capital, pelo êxito dos pioneiros, pela oferta de produtos competitivos e pela chegada da geração 1.5, grupo de indivíduos nascidos na Coreia, mas que migraram para o Brasil na infância, construindo sua identidade e formação cultural majoritariamente em solo brasileiro.

A pronta-entrega, impulsionada pela cultura coreana de produzir rápido, e pela busca incessante pelo sucesso, se consolidou como uma estratégia vencedora no polo atacadista do Bom Retiro. Para os varejistas, a possibilidade de abastecer seus estoques conforme as demandas do momento, sem a necessidade de agendar a produção com meses de antecedência, era um atrativo irresistível. No entanto, o sucesso da pronta-entrega não se deve unicamente aos méritos dos confeccionistas coreanos ou a um planejamento estratégico meticuloso. Sua adoção, em grande parte, parece ser fruto de circunstâncias históricas. Diante da fragilidade dos canais de venda nas décadas anteriores, os comerciantes criaram o hábito de produzir primeiro e buscar clientes posteriormente. A pronta-entrega, nesse contexto, também representa uma estratégia de sobrevivência, herdada da época em que as mulheres saíam de porta em porta vendendo o que a família costurava em casa

Década de 90: Qualidade e Sofisticação

Nos anos 1990, a comunidade coreana enfrentou uma crise econômica, resultando em uma reestruturação significativa nas confecções, marcando uma mudança qualitativa notável. A abertura do mercado brasileiro trouxe sofisticação aos produtos coreanos. A necessidade de diferenciar-se da roupa barata importada da Ásia impulsionou as confecções a buscar um posicionamento exclusivo no mercado, evitando a concorrência direta. Enquanto as confecções dos anos 1980 lucravam com a venda em grande escala de produtos acessíveis, as da década de

1990 focavam na qualidade. A falta de formação profissional levou os confeccionistas a criar réplicas das tendências internacionais. Os coreanos buscaram alternativas como viagens a cidades influentes nesse mercado, a exemplo de Nova York. Essas viagens visavam conhecer as últimas tendências e trazê-las para o Brasil. Um fenômeno curioso decorrente desse movimento foi o surgimento de empresas de viagens especializadas em oferecer excursões para interessados em explorar esses centros de referência na moda.

Nesses estudos de Chi (2016) sobre as décadas, também mostra que o modelo de confecção coreana predominante em empresas de pequeno e médio porte no bairro do Bom Retiro, em São Paulo, é caracterizado por uma estrutura enxuta e flexível. Comumente empregando entre vinte e cinquenta pessoas, a maioria brasileiros contratados regularmente, essas empresas possuem diversos setores internos, como administração, desenho de produtos, modelagem, corte, acabamento, estoque e *showroom* de venda. No entanto, é pouco comum encontrar confecções onde a costura seja realizada internamente. Em vez disso, adotam uma produção flexível e terceirizada, o que permite reduzir significativamente os custos fixos. Essa organização enxuta, aliada à participação ativa dos donos na produção, garante um processo ágil e eficiente. A mulher, geralmente, assume o papel central do negócio, desenhando as roupas e atendendo os clientes, enquanto o homem administra o pessoal e as finanças.

A linha de produção das confecções, é descrita por Silva (2012): o processo inicia-se com a etapa de idealização, onde ocorre a seleção de tecidos, cores e modelos de roupas, conduzida por profissionais como designers e gestores de moda. Em seguida, na etapa de preparação, ocorre o corte dos modelos de roupas e a modelagem por numeração, realizados por profissionais especializados, que possuem formação técnica ou experiência prática. Esta fase é controlada pelas empresas contratantes, como lojas, marcas e redes varejistas. Posteriormente, na etapa de montagem, a mão de obra desempenha um papel importante na costura das peças. Essa fase é a que mais gera emprego, sendo um ponto de atração para migrantes, incluindo nordestinos no passado e imigrantes atualmente. Além disso, é importante destacar a etapa de acabamento, que envolve a verificação da qualidade das peças, corte de fios, lavagem, passadoria e embalagem, realizados por mão de obra menos qualificada. Essa fase conclui o processo de produção, preparando as peças para distribuição, e permite a utilização de mão de obra menos qualificada, como imigrantes recém-chegados ao Brasil. O acabamento pode ser realizado na mesma oficina de costura, em outras oficinas ou em locais específicos para controle de qualidade, dependendo da estrutura da oficina ou das necessidades do cliente.

Esses empresários também investiram recursos para revitalizar as ruas, transformando-as de menos valorizadas para as mais caras da cidade. Esse processo é celebrado como um apagamento positivo dos vestígios materiais da história, sendo motivo de orgulho para a colônia coreana. Enquanto alguns dos confeccionistas mais antigos enfrentam a necessidade de trocar de geração, a ausência de herdeiros diretos os leva a optar por mudanças nas modalidades de produção para garantir a continuidade de seus negócios. A segunda geração, por sua vez, encontra-se dividida em relação à sucessão dos negócios familiares. Enquanto alguns herdam as confecções de seus pais, há uma considerável evasão para outros setores mais especializados.

3.2 O Bom Retiro, Explorando as Ruas do Comércio Atacadista.

O Bom Retiro, na área central de São Paulo passou por muitas transformações, de região que recebia muitos imigrantes por estar ao lado da estação da Luz, para centro fundamental da indústria da moda brasileira. Hoje, além de lar para a comunidade coreana e outras comunidades estrangeiras, é relevante polo de moda brasileira em São Paulo onde, segundo dados da Prefeitura de São Paulo, em 2020, o bairro tinha 3.832 empresas formais gerando mais de 62.024 empregos formais com renda média de R\$ 3.319,75. Em 2021, atividade mais frequente, era de confecção de artigos do vestuário e acessórios, que representa vinte e cinco por cento do total dos estabelecimentos do distrito. Dos empregados formais no bairro, quarenta e três por cento são mulheres.

O comércio, que move a economia do bairro, atrai milhares de lojistas e revendedores de moda de todo o país e se tornou um importantíssimo Centro de Moda de grandes fabricantes, para quem quer moda pronta-entrega de qualidade com um preço justo.

O Bom Retiro é uma mescla de várias culturas. É possível encontrar na região judeus ortodoxos, restaurantes e docerias de comida judaica, a sinagoga mais antiga de São Paulo e o Taib – Teatro Alternativo Israelita Brasileiro, cantinas italianas e instituições ligadas à Igreja Católica (como o colégio Santa Inês e Igreja Dom Bosco). Igrejas presbiterianas, restaurantes e a maioria dos estabelecimentos comerciais marcam a presença coreana. Há ainda restaurantes gregos, lituanos, bolivianos entre outros.

O bairro possui também uma importante herança patrimonial e cultural da cidade. Ele abriga a Pinacoteca do Estado de São Paulo, o Museu de Arte Sacra de São Paulo, o Museu da Língua Portuguesa, a Estação da Luz e o Centro de Estudos Musicais – Tom Jobim.

O artigo de Toji, argumenta que as diversas ondas de identidade, incluindo grupos como os coreanos, moldaram não apenas o cenário econômico, mas também a identidade cultural da área. Toji enfatiza como essas influências se manifestam nas práticas comerciais, nas formas de comércio e na arquitetura comercial característica do bairro.

Figura 3 - Entrada da Rua José Paulino no Bom Retiro



Fonte: Manuela Stelzer

Figura 4 - Sinagoga Kehilat Israel



Fonte: Programa Shalom Brasil, página Facebook

Figura 5 - Estação da Luz



Fonte: TPA Empreendimentos (2023)

Figura 6 - Mapa do Bom Retiro



Fonte: Site Map of São Paulo.

As principais ruas do comércio no Bom Retiro oferecem uma rica diversidade de opções para os consumidores. A Rua José Paulino, conhecida por atrair “sacoleiros” do país inteiro que vão em busca de vestuário feminino, destacando-se especialmente no segmento de moda festa. Próxima a importantes espaços culturais, como a Pinacoteca, tornou-se um ponto de referência

na região. Paralela a ela, a Rua Ribeiro de Lima, que se transforma na Rua João Teodoro ao cruzar o Parque da Luz, é relevante no comércio de roupas, com destaque para moda *Plus Size*. Já a Rua Aimorés, central e prestigiada, é reconhecida por produtos de alta qualidade e vitrines cuidadosamente apresentadas, valorizada pela comunidade coreana. A Rua Silva Pinto é especializada em roupas para senhoras e tamanhos maiores, enquanto a Rua Júlio Conceição é uma referência na compra de tecidos, oferecendo uma variedade de opções. Por sua vez, a Rua Três Rios, considerada uma das mais legais do mundo, segunda a Revista Britânica Time Out por sua identidade diversificada, incluindo a Oficina Cultural Oswald de Andrade e fluxo intenso de veículos e pedestres. Essas ruas formam o cenário vibrante e diversificado do comércio no Bom Retiro, atendendo às diversas necessidades e preferências dos consumidores.

O mercado imobiliário nessas áreas está aquecido, com uma alta demanda por imóveis menores, de até duzentos metros quadrados, e preços de aluguel até vinte e cinco por cento mais altos do que antes da pandemia do Coronavírus. A recuperação é atribuída ao retorno dos eventos em São Paulo, atraindo mais clientes para as áreas tradicionais de comércio, além de empresas estruturadas que aproveitam as oportunidades em espaços vagos. O artigo publicado no Diário do Comércio em 2023, destaca a alta demanda por espaços comerciais no bairro. Essa procura impulsionou os preços dos aluguéis, com um aumento de até trinta por cento em alguns casos. Considerando a rede de clientes da Imobiliária Hai, o maior valor de locação negociado na região depois da pandemia é de vinte e seis mil reais mensais.

Figura 7 - Rua Aimorés, no Bom Retiro, São Paulo



Fonte :Gazeta SP. (2023, dezembro).

No estudo de Chi, mostra que o Bom Retiro possui ainda, uma característica notável em seu centro comercial: a presença de galerias que funcionam como extensões das calçadas, conectando a Rua José Paulino a outras ruas adjacentes. Os compradores que circulam pela Rua José Paulino têm acesso livre a essas galerias, que se integram perfeitamente ao espaço público e privado. Essas galerias permanecem abertas durante o dia, proporcionando uma maior quantidade de estabelecimentos comerciais em contato direto com os pedestres e facilitando a circulação das pessoas.

Figura 8- Galeria do Bom Retiro (Aigo Livraria)



Fonte: Aigo Livros

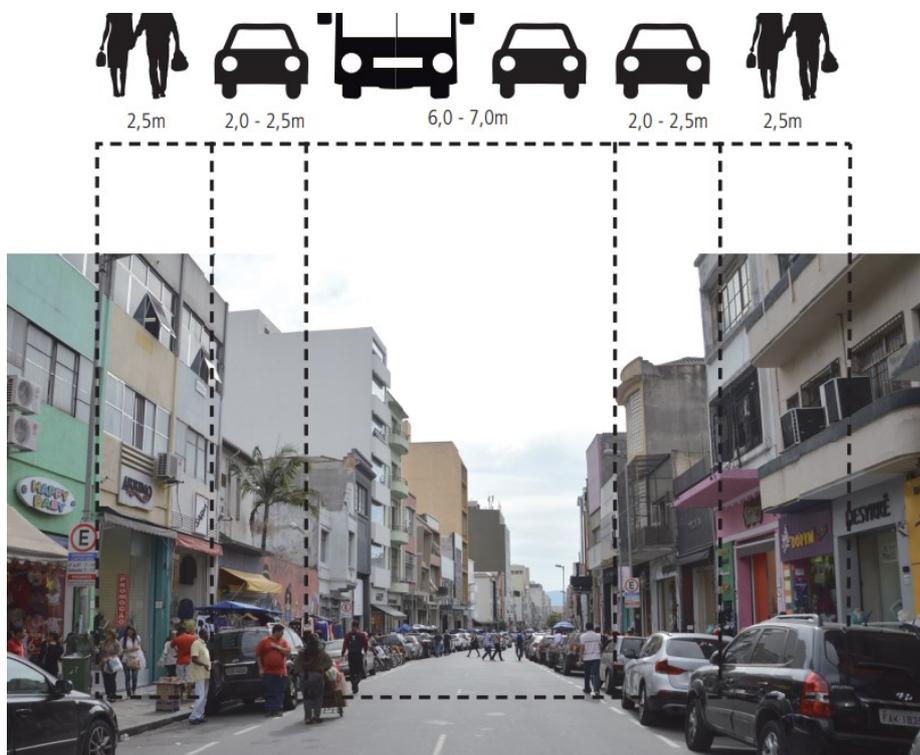
Essas galerias têm raízes na história da colônia judaica e refletem a organização do polo têxtil da época em torno do eixo comercial da Rua José Paulino. No entanto, o texto observa que, atualmente, essa tipologia de espaço comercial não é mais tão valorizada, pois o comércio de rua está enfrentando desafios significativos.

Allan Jacobs, ressalta a importância fundamental das ruas como elementos que transcendem meramente o propósito de facilitar deslocamentos e acesso à propriedade. Segundo o autor, uma boa rua desempenha um papel central na promoção da comunidade, interação pública e participação ativa da sociedade.

A principal ênfase recai sobre o papel das ruas em reunir pessoas e estimular a construção de comunidades. O autor enfatiza que as boas ruas não permitem apenas a interação entre indivíduos, mas o incentivam a trabalhar. Elas transmitem um ambiente onde pessoas de diversos gêneros, classes e idades podem se encontrar e interagir.

O autor Jeff Speck, defende a *General Theory of Walkability*, que se baseia na ideia de que o espaço para se caminhar deve possuir quatro condições principais: ser útil, seguro, confortável e interessante.

Figura 9 - Situação existente na Rua José Paulino



Fonte: Larissa Arakawa Martins (dezembro, 2015)

Os compradores do Bom Retiro, são na maioria mulheres, donas de lojas de varejo que se vestem de maneira confortável, mas elegante, uma vez que fazer compras envolve muita caminhada com suas malas de rodinhas e negociações profissionais com os atacadistas. No entanto, para atender efetivamente a essa demanda crescente e proporcionar uma experiência segura aos clientes, é fundamental que as ruas e os espaços públicos do bairro sejam bem estruturados e sejam protegidos.

Para otimizar a experiência dos clientes e garantir que o Bom Retiro continue prosperando como um destino de compras, é necessário considerar algumas melhorias. Isso

inclui a manutenção adequada das calçadas, a criação de áreas de descanso, a implementação de medidas de segurança, como iluminação adequada e travessias seguras para pedestres, e o estímulo ao uso de meios de transporte alternativos, como bicicletas. Além disso, o bairro poderia se beneficiar de espaços públicos bem projetados que incentivassem a interação comunitária e criassem um ambiente mais agradável para os visitantes. Isso pode incluir praças, áreas verdes e espaços para eventos culturais ou feiras.

Segundo o estudo *Ciclo Logística: entregas de bicicleta e triciclo no Bom Retiro*, (2018), o cenário de entregas no Bom Retiro revela um total expressivo de duzentas e duas bicicletas e triciclos sendo utilizados para esse fim. Essa prática envolve uma força de trabalho composta por duzentos e vinte indivíduos dedicados às entregas por meio de bicicletas, sendo notável que noventa e sete por cento desses trabalhadores são homens, enquanto três por cento são mulheres. Surpreendentemente, vinte e cinco por cento dos estabelecimentos locais contam com colaboradores exclusivamente envolvidos em entregas por bicicleta. Esse grupo representa cinquenta e três pessoas, correspondendo a vinte e quatro por cento de todos os entregadores do bairro. Esses dados destacam a significativa presença e relevância das bicicletas como meio de entrega no contexto do Bom Retiro.

O Projeto Bom Retiro, idealizado pela comunidade local, trouxe melhorias como enterramento da fiação elétrica, reforma do sistema de esgoto, padronização de calçadas, reforma e modernização de lojas, construção de centro de apoio ao visitante, novos estacionamentos, criação de logomarca, equipamentos culturais, escola superior de moda e complexos hoteleiros.

Essas iniciativas visavam não apenas melhorar a infraestrutura, mas também promover o desenvolvimento econômico e a imagem do Bom Retiro como centro de moda, com a contribuição significativa da comunidade coreana.

O cônsul sul-coreano Insang Hwang, propôs em 2021, a implementação de um projeto de embelezamento no Bom Retiro, visando impulsionar o turismo local e valorizar as diversas comunidades na região, reconhecida como Polo Cultural Coreano desde 2010. O foco inclui o fortalecimento da segurança em parceria com a Polícia Militar, considerando até a instalação de uma base militar para garantir a proteção dos residentes e trabalhadores. A limpeza das ruas, realizada em colaboração com moradores e trabalhadores locais, é outra prioridade para criar um ambiente mais limpo e agradável. O projeto também propõe pontos culturais nas principais vias, oferecendo variedades como comida, vestuário e música. O consulado e o governo sul-coreano expressam disposição em apoiar São Paulo e o Brasil.

Figura 10 - Limpeza do Bom Retiro



Fonte: Insang Hwang – página no Facebook

O Bom Retiro, embora tenha resistido por mais tempo em comparação com outros centros comerciais da cidade, está começando a sentir os efeitos das novas tendências e mudanças no comércio. A dinâmica do comércio atacadista de confecção também está passando por mudanças drásticas devido à globalização, avanços tecnológicos e tendências de consumo. A importância da digitalização e da presença online para os atacadistas de moda, destacando como as plataformas de comércio eletrônico estão evoluindo a maneira como as roupas são distribuídas e vendidas.

“Ou seja, polos físicos tradicionais, terão de evoluir se quiserem competir com os canais on-line, fornecendo melhores serviços aos clientes e mais informações sobre produtos e compras na loja”. (Moore,2013).

3.3 A Localização das Empresas (*Clusters*)

Lewis, 1992, relata que para onde quer que olhemos, a cooperação está se acelerando. Duas forças básicas estão por trás desses notáveis acontecimentos: o progresso da tecnologia e a globalização dos mercados. Esse novo impulso afeta todas as empresas, em todas as partes.

As consequências são enormes. Dada a tremenda importância da tecnologia para a vantagem competitiva e o crescimento econômico, esta é uma mudança fundamental nos negócios e na economia mundiais. O valor desaparece depressa em um ambiente competitivo que muda constantemente. Portanto, o tempo necessário para se desenvolver e comercializar um produto é crítico.

No cenário competitivo do comércio atacadista de roupas no bairro Bom Retiro em São Paulo, a formação de *clusters* comerciais se baseia em uma série de fatores, incluindo a proximidade geográfica, a disponibilidade de mão de obra qualificada e a presença histórica de empresas do setor. O termo *cluster* refere-se a uma concentração geográfica de empresas similares ou complementares que operam em um mesmo setor, interagindo de forma colaborativa ou competitiva para atingir vantagens estratégicas e atrair a atenção dos consumidores.

A diferenciação é uma estratégia fundamental para os comerciantes do Bom Retiro, uma vez que a concorrência é intensa dentro deste *cluster*. Para atrair a atenção dos consumidores, os comerciantes adotam diversas estratégias, tais como a variedade de produtos, preços competitivos, qualidade do atendimento ao cliente, design de vitrines, e até mesmo a identificação com nichos específicos de mercado, como moda jovem, moda *plus size*, entre outros.

Vamos identificar algumas das principais competências competitivas observadas nesse contexto:

- a. **Variedade de Produtos:** Comerciantes no Bom Retiro buscam oferecer uma ampla gama de produtos, desde roupas casuais até itens de moda específicos, como moda festa, moda jovem, moda *plus size*, entre outros. Essa variedade atende a diferentes preferências e necessidades dos consumidores.
- b. **Preços Competitivos:** A competitividade de preço é uma característica marcante, com muitos comerciantes oferecendo preços atrativos para atrair consumidores conscientes do valor.
- c. **Qualidade do Produto:** Garantir a qualidade das roupas vendidas é uma estratégia importante. Os consumidores esperam produtos duráveis e bem-feitos, o que ajuda a criar fidelidade à marca. Segundo Moore, a era de roupas baratas e descartáveis pode talvez nunca nos deixar completamente,

mas, talvez por meio de uma combinação de maior consciência social e ambiental, e de maior aproximação entre consumidores e marcas, veremos uma indústria mais evoluída que dá mais importância à qualidade do que à quantidade.

- d. **Design de Vitrine:** O bom uso de vitrines atrativas e atraentes é comum no Bom Retiro. Uma vitrine bem projetada e atualizado com as tendências de moda, pode atrair a atenção de transeuntes e potenciais compradores,
- e. **Atendimento ao Cliente:** A excelência no atendimento ao cliente é uma característica notável. Muitos comerciantes investem em treinamento de equipe para oferecer um serviço personalizado e eficiente.
- f. **Marketing e Publicidade:** Investir em estratégias de marketing e publicidade, incluindo mídias sociais e promoções especiais, é comum para atrair clientes. Para Moore, a disponibilidade dos canais digitais, garantindo comunicação em tempo real, resulta em feedback e contato instantâneos com o cliente.
- g. **Rede de Contatos:** Estabelecer uma rede de contatos sólida dentro do *cluster* e com fornecedores é importante para manter uma oferta consistente e de qualidade.
- h. **Localização Estratégica:** Estar em uma área de grande movimento e fácil acesso é uma vantagem competitiva. Uma boa localização estratégica para um comércio atacadista, especialmente em meio a *clusters* comerciais, é essencial para o sucesso do negócio.

Nesse contexto, é possível fazer referência a Michael E. Porter, um autor reconhecido por suas contribuições para a estratégia competitiva e a importância da localização. Escolher um endereço inadequado para um comércio atacadista pode resultar em vários problemas e colocar o comércio em uma posição de desvantagem competitiva em relação a empresas concorrentes que escolheram endereços mais estratégicos. A distância dos clientes pode gerar altos custos de transporte e dificultar o atendimento das demandas do mercado, enquanto a falta de acesso a redes de transporte e logística pode aumentar os custos de distribuição. Além disso, o isolamento de parceiros comerciais pode dificultar a gestão da cadeia de suprimentos e as oportunidades de colaboração. Portanto, estabelecer relações sólidas com fornecedores é essencial para garantir a disponibilidade de estoque e condições comerciais favoráveis.

Tomé e Fittipaldi (2016) argumentam que, em um mundo cada vez mais interconectado, compreender os complexos mecanismos que influenciam as relações entre as pessoas e os lugares tornou-se um desafio para pesquisadores e estudiosos das ciências sociais. No cerne dessa compreensão reside a análise de três elementos interdependentes e intrinsecamente humanos: a cognitividade, a afetividade e a atividade cooperativa. Esses aspectos, frequentemente utilizados para explorar as relações entre indivíduos e seus ambientes, desempenham um papel fundamental em moldar nossa percepção, sentimentos e ações em relação a espaços físicos e sociais.

Exemplos Práticos dos Aspectos do *Cluster* Comercial no Bom Retiro.

Exemplo Prático - Cognitividade em um *Cluster* de Moda:

No contexto do bairro Bom Retiro, um consumidor em busca de roupas da moda atual e preços acessíveis se depara com uma série de elementos que ativam sua cognitividade durante suas compras. Ao chegar ao local, ele percebe a vasta variedade de lojas de moda ao redor, o que o leva a formar a ideia de que encontrará uma ampla gama de estilos, designs e tamanhos disponíveis. Ao comparar preços e estilos entre as diferentes lojas, sua cognitividade é estimulada, assim como durante a interação com os comerciantes, onde ele aprende sobre ofertas especiais e descontos. Ao longo de suas visitas, suas preferências são gradualmente moldadas com base em sua experiência de compra, destacando como a percepção, conhecimento prévio, comparação, aprendizagem e desenvolvimento de preferências são aspectos da cognição que influenciam as decisões dos consumidores no cluster de moda do Bom Retiro.

Exemplo Prático - Afetividade em um *Cluster* de Moda:

Imagine um consumidor que cresceu na região próxima ao Bom Retiro e, desde a infância, acompanhava sua mãe em visitas ao bairro para comprar roupas. Essas experiências compartilhadas criaram memórias afetivas ligadas ao cluster de moda. Agora, como adulto, ele continua a frequentar o Bom Retiro, não apenas pelo valor econômico das compras, mas também pela nostalgia e conexões emocionais que ele associa ao bairro. Essas memórias afetivas influenciam sua decisão de retornar ao Bom Retiro sempre que precisa de roupas novas.

Outro exemplo de afetividade, é a Expressão Cultural: Participação emocional em eventos culturais do bairro, demonstrando uma conexão profunda com a identidade cultural do *cluster*.

Exemplo Prático - Atividade Cooperativa em um *Cluster* de Moda:

Em um cluster de moda, ter postura ativa significa ter a capacidade de agir proativamente e de forma empreendedora para identificar oportunidades, estabelecer conexões e colaborações com outros atores do setor, e buscar soluções para os desafios enfrentados.

Considere um grupo de amigos que mora em diferentes partes da cidade de São Paulo. Eles planejam um dia de compras no Bom Retiro e se organizam para ir juntos. Durante a visita, eles não apenas fazem compras, mas também compartilham dicas sobre as melhores lojas, produtos e preços entre si. Eles também postam fotos e avaliações positivas nas redes sociais, incentivando outros a visitar o bairro. Essas ações demonstram como a atividade cooperativa dos consumidores vai além das compras individuais e influencia a promoção e a sustentabilidade do *cluster* de moda do Bom Retiro.

Esses aspectos adicionam uma dimensão humana e social significativa à dinâmica do polo de moda e contribuem para sua vitalidade e sucesso contínuo.

3.4 Bom Retiro: Perfil do Consumidor e Ambiente Urbano.

Autores renomados, como Kotler, ressaltam a importância do canal de distribuição e da logística no comércio atacadista. Eles destacam como o atacadista desempenha um papel intermediário fundamental, ligando os fabricantes de roupas aos varejistas, permitindo que as peças cheguem ao mercado de forma eficiente.

O administrador, ao buscar a qualidade e a satisfação do cliente, está efetivamente trabalhando na fidelização dos clientes, implementando táticas para cultivá-los e mantê-los. No ambiente de negócios atual, atender e satisfazer o cliente é uma função essencial para o crescimento e a prosperidade das organizações.

O comércio atacadista de confecções é uma parte da indústria da moda, desempenhando um papel importante na distribuição e disponibilidade de roupas para consumidores. Além disso, autores como Kotler e Armstrong também enfatizam a necessidade de atender às necessidades e desejos dos clientes. No comércio atacadista de confecção, isso se traduz em compreender as tendências da moda, adaptar-se às mudanças nas preferências dos consumidores e fornecer produtos de qualidade que atendam às demandas do mercado.

Segundo Chi (2016), o bairro abrigava aproximadamente 1.400 das 1.700 lojas que possuem fábricas próprias, solidificando sua identidade como um centro dedicado à indústria

têxtil e à comercialização de produtos de fabricação local. O foco principal é a moda feminina, com uma estimativa de que aproximadamente cinquenta e cinco por cento da produção de moda feminina no Brasil provém do Bom Retiro. Apesar de seu tamanho relativamente pequeno, o polo têxtil do Bom Retiro é altamente concentrado, com a Rua José Paulino, Aimorés e algumas ruas adjacentes atuando como epicentro dessa intensa atividade econômica. A grande vantagem da Rua Aimorés, uma das principais vias do Bom Retiro, é seu prestígio consolidado como um polo de moda e comércio atacadista. A Rua Aimorés concentra muitos dos principais atacadistas, o que torna a busca e a seleção de produtos mais eficientes para as lojas multimarcas. A principal vantagem oferecida por esses comércios multimarcas é a ampla variedade de produtos disponíveis, abrangendo categorias como moda, eletrônicos, acessórios e beleza. Essa diversidade atrai os consumidores, proporcionando-lhes a conveniência de explorar diferentes opções em um único local. Além disso, as lojas multimarcas têm a flexibilidade de adaptar seu estoque às tendências de mercado e às preferências dos clientes, garantindo uma oferta alinhada com as demandas em constante evolução.

A localização dos escritórios das marcas acima dos pontos de venda na Rua Aimorés cria uma conexão física entre os consumidores e os processos de produção e desenvolvimento. Isso pode influenciar positivamente a confiança dos consumidores nas marcas e sua fidelidade. O fato de algumas marcas controlarem quase todas as etapas de produção, enquanto outras terceirizam partes do processo, pode influenciar a percepção dos consumidores em relação à qualidade e origem das peças de moda. Isso pode ser um fator relevante nas decisões de compra.

A maioria das lojas do Bom Retiro, especialmente aquelas localizadas na rua Aimorés e áreas adjacentes, tradicionalmente se concentram principalmente nas vendas no atacado em vez de varejo. A região do Bom Retiro comercializa no atacado de segunda a sexta-feira. Aos sábados, algumas lojas oferecem produtos tanto para o atacado quanto para o varejo, e algumas costumam oferecer preços mais acessíveis nesse dia enquanto outras permanecem fechadas, atendendo exclusivamente ao atacado. Existem várias razões para essa preferência:

- a) **Modelo de Negócio Tradicional:** O Bom Retiro é historicamente conhecido como um polo de moda atacadista, onde lojas são especializadas em atender a outros vendedores, como lojas multimarcas, butiques e pequenas redes varejistas. Isso se tornou parte da cultura e da identidade do bairro.
- b) **Preferência do Público-Alvo:** As lojas do Bom Retiro muitas vezes oferecem preços e condições de compra mais vantajosos para compradores em grande

quantidade. Portanto, seu público-alvo principal são comerciantes e empresários do setor de moda que precisam abastecer suas próprias lojas.

- c) **Quantidade Mínima de Peças:** Um dos critérios para compras no atacado nas lojas do Bom Retiro é a quantidade mínima de peças que os compradores devem adquirir. Essa quantidade varia de loja para loja, mas geralmente é significativamente maior do que o que um consumidor individual compraria. Por exemplo, pode ser necessário comprar uma dúzia ou mais de uma mesma peça de roupa.
- d) **Dias de Atendimento:** Muitas lojas no Bom Retiro têm dias específicos da semana em que atendem exclusivamente a clientes no atacado, reservando outros dias para vendas a varejo. Isso é feito para acomodar as necessidades de diferentes tipos de compradores.
- e) **Documentação Comercial:** Compradores no atacado geralmente precisam apresentar documentos comerciais, como CNPJ e comprovantes de que são comerciantes, para se qualificarem para compras no atacado.
- f) **Preços e Descontos:** Os preços e descontos oferecidos para compras no atacado tendem a ser mais atrativos do que aqueles oferecidos para compras de varejo, ou que incentivam os compradores a adquirirem em grande quantidade.

O público-alvo do Bom Retiro pode ser segmentado da seguinte forma:

- a) **Turistas:** Este grupo inclui visitantes que vão ao bairro Bom Retiro, mas que não têm o hábito de retornar com frequência. São pessoas que estão de passagem pela região devido ao turismo ou outras atividades, e podem fazer compras.
- b) **Compradores Eventuais:** Os compradores eventuais são aqueles que, apesar de não comprarem com frequência constante, são frequentadores regulares do bairro. Isso significa que eles têm o hábito de visitar o Bom Retiro de tempos em tempos para fazer compras, mesmo que não seja uma prática diária ou semanal.
- c) **Compradores Frequentes:** Este grupo é composto por clientes que visitam o bairro com frequência, muitas vezes em um mês. São que consumidores têm um alto envolvimento com o Bom Retiro e são clientes regulares de empresas locais.

Além disso, há uma subdivisão com base no volume de peças adquiridas pelos compradores:

- a) **Cientes de Atacado:** São compradores que adquirem grandes quantidades de peças e geralmente são representantes de lojas localizadas em diversos lugares, incluindo bairros de São Paulo, outras cidades do Brasil e até mesmo de outros países, com destaque para o Mercosul e algumas nações africanas. Eles compram em grande volume para vender em suas próprias lojas.
- b) **Cientes de Varejo:** Este grupo inclui compradores que adquirem peças em menor quantidade, de acordo com a política de vendas da empresa vendedora, e geralmente são consumidores finais que compram para uso pessoal.

4 INOVAÇÕES, ADAPTAÇÕES E NOVAS DEMANDAS

De acordo com informações fornecidas durante as entrevistas realizadas no podcast *Costurando as Pontas da ABIV* (Associação Brasileira da Indústria do Vestuário), que discute questões práticas do dia a dia, inovações de mercado e cases de sucesso dentro do segmento de moda, o Bom Retiro está enfrentando desafios significativos à medida que o mercado da moda se torna mais integrado e tecnológico. No entanto, os comerciantes estão adotando estratégias diversas para manter o comércio em alta, incluindo o uso de marketing, diversificação de produtos e presença online, na esperança de recuperar sua posição como um importante polo comercial na cidade de São Paulo. A competição é acirrada, e as lojas precisam entender a nova lógica do mercado no Bom Retiro. A padronização dos produtos e a concorrência intensa entre lojas atacadistas com públicos-alvo semelhantes levaram à redução dos preços, afetando os lucros. Muitas lojas migraram para o ambiente digital para melhorar a experiência do cliente. A convergência entre o mundo físico e digital é vista como uma abordagem eficaz para o sucesso no comércio da região.

Uma das principais tendências é a adoção de tecnologia para otimizar processos de negócios. Desde a implementação de sistemas de gestão até o uso de plataformas de comércio eletrônico, os comerciantes estão alinhando suas operações com as expectativas dos consumidores digitais modernos. Além disso, a criação de presença online e o uso estratégico das redes sociais têm ampliado o alcance de seus produtos.

A abertura das importações proporcionou aos consumidores brasileiros acessibilidade a produtos de moda com preços mais competitivos, ampliando suas opções de compra. A disponibilidade de produtos importados globalizou a moda no Brasil, permitindo que os consumidores acompanhassem as tendências internacionais.

A conformidade com obrigações e regulamentações comerciais emerge como um desafio, com questões ligadas a licenças, impostos e normas regulatórias impondo obstáculos administrativos que requerem investimento de recursos e tempo. Na área tributária, por exemplo, o ICMS exerce um impacto significativo na estrutura das confecções. As alíquotas variáveis, determinadas por cada estado, obrigam as empresas a se ajustarem às especificidades tributárias em cada ponto de venda. Em operações interestaduais de compra e venda, o ICMS é dividido entre os estados de origem e destino, complicando ainda mais a gestão tributária. Além disso, ao adquirir insumos de outros estados, as confecções devem considerar a incidência do diferencial de alíquota, o que pode aumentar os custos operacionais. A localização estratégica das confecções também é influenciada pelos benefícios fiscais oferecidos por determinados

estados, que buscam atrair a indústria de moda com incentivos econômicos. Em um Brasil diversificado, a gestão tributária na confecção de roupas demanda uma abordagem estratégica, considerando tanto as especificidades do setor quanto as nuances fiscais regionais. Compreender esses fatores permite aos empreendedores tomar decisões informadas, promovendo o sucesso de suas operações.

Diante das constantes inovações, novas demandas e adaptações necessárias ao cenário comercial atual, os comerciantes buscam alternativas para se manterem competitivos e atenderem às expectativas do mercado.

Os comerciantes do Bom Retiro estão adotando diversas estratégias de marketing para atrair os consumidores. Isso inclui investimentos em campanhas bem planejadas, aproveitando as redes sociais para promover suas marcas e produtos. Além disso, eventos luxuosos e coquetéis são organizados para proporcionar uma experiência de compra diferenciada. Com muitos consumidores optando por compras online, ter uma presença digital sólida amplia o alcance das lojas do Bom Retiro para todo o país.

Acompanhar as últimas tendências de moda e adaptar rapidamente a produção para atendê-las é essencial para manter a relevância. Investir na experiência do cliente oferecendo um atendimento excepcional e um ambiente de loja atraente. Isso não apenas fideliza os clientes existentes, mas também atrai novos consumidores.

As multimarcas explodiram depois da Pandemia do Coronavírus, muitas pessoas físicas que perderam seus empregos, tornaram-se MEIs (Microempreendedores Individuais). Multimarca hoje, podem ser *personal stylist*, profissional que trabalha com indivíduos para ajudá-los a desenvolver e aprimorar sua imagem pessoal ou *influencers*, que é alguém que tem a capacidade de afetar as decisões, com grande círculo de amigos. O artigo de Capasso, Bertoline, Mazzei, *et al.*, explora uma faceta intrigante do cenário da moda em São Paulo, focando nas blogueiras do atacado. O texto descreve essas blogueiras como jovens, estilosas e carismáticas, muitas vezes descritas por sua beleza e estilo marcantes. Eles desempenham um papel significativo na promoção do comércio de moda no Bom Retiro. Além disso, eventos como coquetéis luxuosos têm se mostrado eficazes não apenas para exibir produtos, mas também para seduzir os consumidores, proporcionando experiências que geram conforto e disposição para comprar.

E como a confecção atende esse novo público? Sendo mais maleável na venda, já que esse perfil compra menos, mas com maior frequência, atendendo com rapidez através de automatização, mas mantendo o relacionamento físico de contato com essas multimarcas, O mercado da moda, tende a permanecer híbrido pelo público-alvo. Os polos, antes tinham três a

quatro lojas físicas, mas agora, foram diminuindo e até alguns, trabalham com porta fechada, só vendendo apenas no digital. O ideal atualmente, é que se tenha uma loja conceito física, num ponto comercial privilegiado para fortalecer a marca, e atraindo o público com eventos, mantendo a identidade do polo que, no Bom Retiro é o comércio de moda feminina, com produto de qualidade superior e de moda fast fashion, segundo Walid, fundador e presidente da Vesti, plataforma de software B2B para fabricantes e revendedores de moda, em entrevista ao podcast da Abiv, Costurando as Pontas. Lembrando ainda, que no digital não existe ponto comercial e sim aplicativos para compras, que quanto mais interativos e informativos, melhor para o cliente.

Assim, o Bom Retiro, que antes era definido por concreto e prédios, está passando por uma transformação digital, adaptando-se ao universo das redes sociais e da tecnologia para enfrentar os desafios contemporâneos do comércio varejista.

4.1 O Trabalho e Importância dos Representantes do Comércio do Bom Retiro.

Durante a pesquisa para este tópico, foi analisada a entrevista de Matteo Kim no podcast Gyopcast, onde ele compartilha suas experiências como empresário e empreendedor. Kim relata sua incursão no mundo das startups e do mercado digital enquanto tentava resolver processos em sua confecção. Ele também aborda, o importante papel dos representantes de moda. Segundo Kim, esses profissionais são responsáveis pela ligação entre os produtos oferecidos pelos fabricantes e pelas necessidades das lojas de varejo, moldando diretamente a oferta disponível nos pontos de venda.

Os representantes das lojas atuam como intermediários entre os dois lados da cadeia de suprimentos: os fabricantes, que transportam roupas e acessórios, e os varejistas, que buscam oferecer produtos atraentes e atualizados aos consumidores. Seu trabalho é extremamente diversificado e envolve desde a seleção e negociação de produtos o acompanhamento do desempenho de vendas até o ajuste de estratégias conforme as demandas do mercado.

A seleção de produtos é uma das funções-chave dos representantes das lojas. Eles precisam estar atualizados sobre as tendências da moda, compreender os gostos e os hábitos dos consumidores e considerar os fatores sazonais ao escolher quais produtos adquirir dos fabricantes.

A habilidade de prever o que será bem-sucedido em vitrines e prateleiras é essencial para evitar estoques não vendidos e garantir que as lojas estejam sempre destinadas aos clientes. Além disso, os representantes são responsáveis por negociar com os fabricantes e fornecedores.

Essas implicações podem envolver questões como preços, prazos de pagamento, condições de entrega e disponibilidade de produtos. Sua capacidade de negociar com sucesso influencia diretamente os custos e a rentabilidade das lojas de varejo.

A importância dos representantes das lojas nos pontos de venda é evidente ao considerar o impacto direto que eles têm sobre o mix de produtos e a oferta das lojas. Além disso, sua interação constante com os compradores e sua capacidade de se adaptar rapidamente as estratégias em resposta às mudanças no mercado permitem que as lojas se mantenham competitivas e relevantes.

As opiniões dos lojistas em relação aos representantes das lojas podem variar. Alguns lojistas veem esses profissionais como uma fonte valiosa de conhecimento e acesso a produtos diversos, permitindo que mantenham uma seleção competitiva em suas lojas. A expertise dos representantes em identificar tendências e negociar com fabricantes pode ser vista como um diferencial importante.

No entanto, outros lojistas podem sentir que a presença dos representantes adiciona uma camada adicional de custos e complexidade. Dependendo do sucesso, as margens de lucro dos lojistas podem ser sustentadas. Além disso, a dependência dos representantes pode criar uma falta de autonomia na seleção de produtos, o que pode ser um ponto de atrito para alguns lojistas que desejam exercer maior controle sobre suas escolhas.

Apesar dos benefícios que os representantes das lojas podem oferecer, alguns lojistas podem ter preocupações em relação a esse modelo. Eles podem ter que os representantes estejam mais focados em vender produtos específicos, em vez de selecionar produtos que atendam às suas necessidades individuais. Isso pode levar a uma percepção de pressão de vendas indesejada.

Além disso, os lojistas precisam estar cientes de que as comissões pagas aos representantes podem afetar a margem de lucro, tornando essencial uma negociação justa e transparente, que são fundamentais para garantir que ambas as partes se beneficiem mutuamente nas relações comerciais.

A remuneração dos representantes das lojas no Bom Retiro pode variar, mas geralmente envolve uma combinação de comissões, bônus e/ou refeições. Os detalhes específicos do acordo podem ser negociados entre o representante e o lojista. Normalmente, os representantes recebem uma comissão sobre as vendas realizadas aos lojistas que eles representam.

Embora haja variações nas observadas dos lojistas sobre os benefícios e desafios trazidos pelos representantes, a relação entre esses dois grupos continua a ser uma parte essencial da dinâmica do comércio atacadista na região.

4.2 O Bom Retiro Recicla

Em 2019, a ABIV, juntamente com a parceira Nunes & Lucato, lançou o projeto Bom Retiro Recicla. O projeto tem como objetivo promover a coleta e a destinação correta dos resíduos têxteis das confecções associadas.

O projeto funciona da seguinte forma: as confecções participantes do projeto colocam um ponto de coleta de resíduos têxteis em seus estabelecimentos. Os resíduos são coletados duas ou três vezes por semana dos associados que demonstram interesse em participar do programa de reciclagem, por uma empresa terceirizada e encaminhados para parceiros recicladores. Os resíduos são acondicionados em sacos transparentes de até quinze quilos, permitindo visualizar o conteúdo. Quem coleta, fornece aos participantes um documento de rastreabilidade denominado MTR SINIR (Manifesto de Transporte de Resíduos), que acompanha o resíduo desde a geração até a destinação final. Esse documento oferece informações sobre quem gerou o resíduo, quem o transportou e quem o recebeu, garantindo transparência e responsabilidade ambiental ao longo de toda a cadeia. Ao receber o resíduo, o receptor deve declarar as ações que serão realizadas com o material. Os participantes do projeto recebem documentos que fornecem informações sobre a rastreabilidade e a volumetria dos resíduos, demonstrando o compromisso com a reciclagem e a redução do impacto ambiental.

Destaca-se a importância do MTR SINIR como uma ferramenta digital que não apenas indica o potencial energético dos resíduos, mas também identifica oportunidades de aproveitamento, contribuindo para a economia circular e para a sustentabilidade ambiental. Esses dados foram extraídos do episódio "Como ser mais sustentável sem pesar na rotina da confecção?" do Podcast Costurando as Pontas, em entrevista com Ana Lucato em outubro de 2023.

Os resíduos têxteis coletados pelo projeto Bom Retiro Recicla são transformados em novos produtos, como fibras, fios, tecidos e até mesmo roupas. Os produtos reciclados são vendidos para empresas de diversos setores, como a indústria têxtil, a indústria automobilística e a indústria de construção civil. O projeto Bom Retiro Recicla é um modelo de gestão de resíduos têxteis que pode ser replicado em outros polos têxteis do Brasil. O projeto tem como principais benefícios:

- a) **Redução do impacto ambiental:** O projeto contribui para a redução do impacto ambiental causado pelos resíduos têxteis. Ao invés de serem descartados de forma incorreta, os resíduos têxteis são transformados em novos produtos, evitando a poluição do meio ambiente.

- b) **Geração de emprego e renda:** O projeto gera emprego e renda para trabalhadores da reciclagem. A empresa terceirizada que coleta os resíduos têxteis emprega cerca de cem pessoas.
- c) **Incentivo à economia circular:** O projeto incentiva a economia circular, um modelo de produção e consumo que busca reduzir o desperdício e o uso de recursos naturais.

Segundo a ABIV, o projeto já teve um impacto significativo na redução da geração de resíduos têxteis no Bom Retiro. Em 2022, o projeto coletou cerca de cento e quinze toneladas de resíduos têxteis. Isso representa uma redução de vinte por cento na geração de resíduos têxteis no bairro.

O projeto também tem gerado benefícios econômicos para as confecções participantes. As confecções que participam do projeto pagam uma taxa mensal para a coleta dos resíduos têxteis. Essa taxa é menor do que o custo de descartar os resíduos de forma incorreta. Isso também melhora a imagem do polo comercial do Bom Retiro e das confecções que aderem ao programa.

Além disso, o projeto tem gerado conscientização ambiental entre os trabalhadores do setor têxtil. Os trabalhadores das confecções participantes do projeto estão mais conscientes sobre a importância da reciclagem e da preservação do meio ambiente.

Perspectivas:

O projeto Bom Retiro Recicla tem o potencial de ser replicado em outros polos têxteis do Brasil. O projeto é uma solução eficaz para o problema da geração de resíduos têxteis e pode contribuir para a sustentabilidade do setor têxtil brasileiro.

Para que o projeto seja replicado com sucesso, é importante que haja a participação da indústria têxtil, do poder público e da sociedade civil. A indústria têxtil deve estar comprometida com a sustentabilidade e deve investir em projetos de reciclagem. O poder público deve criar políticas públicas que incentivem a reciclagem de resíduos têxteis. E a sociedade civil deve conscientizar a população sobre a importância da reciclagem.

5 CONCLUSÃO

Em suma, esta pesquisa explorou a comunidade coreana no polo atacadista do Bom Retiro, revelando uma narrativa rica em inovação, competição e transformação urbana. Ao longo do estudo, evidenciou-se como a chegada dos coreanos redefiniu não apenas o cenário econômico, mas também a dinâmica espacial e cultural dessa região emblemática de São Paulo. Destacou-se a influência dos coreanos na moda rápida, pronta-entrega e na busca incessante por qualidade, consolidando sua posição de destaque no comércio de confecções.

A natureza inovadora dos coreanos foi discutida não apenas como empreendedores, mas como agentes de mudança na configuração do mercado de moda e nos padrões de consumo. Este estudo revela que o Bom Retiro transcende seu papel meramente comercial, tornando-se um polo dinâmico onde culturas se entrelaçam, inovações prosperam e a competição estimula o crescimento.

A integração da comunidade coreana no Polo do Bom Retiro vai além do aspecto econômico, abrangendo laços culturais, tradições e relações interpessoais que desempenham papel fundamental na coesão social da região. A troca constante de conhecimentos e colaboração entre diferentes grupos reflete a diversidade característica desta parte única da cidade.

Concluo este trabalho destacando a resiliência e vitalidade da comunidade coreana, que supera desafios e contribui significativamente para o desenvolvimento local. As lições aprendidas são valiosas não apenas para compreender a dinâmica do Polo do Bom Retiro, mas também para explorar possibilidades de integração cultural em outras áreas urbanas.

Espera-se que esta pesquisa sirva como ponto de partida para futuras iniciativas e estudos que fortaleçam os laços entre comunidades étnicas e polos comerciais urbanos. A compreensão aprofundada das interações entre comércio e comunidade é importante para o desenvolvimento sustentável e inclusivo das áreas urbanas, e também para que as oficinas tenham mais colaboradores com formação têxtil.

Que este trabalho contribua para uma apreciação mais abrangente da complexidade e riqueza das relações entre o Polo do Bom Retiro e a comunidade coreana, incentivando o respeito pela diversidade e promovendo o diálogo intercultural em nosso tecido social.

REFERÊNCIAS

ABIV - Associação Brasileira da Indústria de Vestuário. Disponível em: <https://abiv.org/>. Acesso em 10 out. 2023.

ABIV - Associação Brasileira das Indústrias do Vestuário. Podcast Costurando as Pontas. YouTube, <https://www.youtube.com/@abivoficial>. Episódios: Como as confecções podem se diferenciar no mundo físico e digital, Como ser mais sustentável sem pesar na rotina da confecção, Como uma plataforma digital pode ajudar as confecções e como empreender no atacado, varejo e em franquias. Acesso em: 31 out. 2023.

AGÊNCIA BRASIL, PATRICIA CRUZ, E. - Não sou de lá e nem daqui URL: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-06/nao-sou-de-la-e-nem-daqui-diz-coreano-que-vive-ha-57-anos-no-brasil> / Data de Publicação: 25/06/2023. Acesso em 20 jan. 2024.

ARAÚJO, Oscar Egídio de (1940) Enquistamentos Étnicos. Revista do Arquivo Municipal.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO SETOR DE BICICLETAS - ALIANÇA BIKE, LABORATÓRIO DE MOBILIDADE SUSTENTÁVEL - LABMOB (UFRJ) - Ciclo logística: entregas de bicicleta e triciclo no Bom Retiro, São Paulo, jan. 2018

CAPASSO, Bruna; BERTOLINE, Gabriela; MAZZEI, Larissa; STELZER, Manuela; BARDIN, Nayara. Bom Retiro: A Caça ao Consumidor. *Médium*, 06 junho de 2018. Disponível em: <https://medium.com/@labdejo2018/bom-retiro-a-ca%C3%A7a-ao-consumidor-3f96a917b1e6>. Acesso em: 20 out. 2023.

CHI, Jung Yun. O Bom Retiro dos Coreanos: Descrição de um Enclave Étnico. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

CHOI, Keum Joa. Além do arco-íris: a imigração coreana no Brasil. Dissertação (Mestrado em História), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1991.

CONSULADO-GERAL DA REPÚBLICA DA COREIA DO SUL NO BRASIL. Disponível em: <https://overseas.mofa.go.kr/br-saopaulo-pt/index.do>. Acesso em 10 out. 2023

CORINTHIANS. Clube: história. São Paulo: Corinthians Sport Club, 2023. Disponível em: <https://www.corinthians.com.br/clube/historia>. Acesso em: 20 mar. 2024.

CÔRTEZ, Tiago Rangel; SILVA, Carlos Freire da. Migrantes na costura em São Paulo: Paraguaios, bolivianos e brasileiros na indústria de confecções. *Travessia - Revista do Migrante*, São Paulo, n. 74, jan./jun. 2014.

DIÁRIO DO COMÉRCIO. Lojistas retornam ao Bom Retiro e há escassez de pontos. Disponível em: <https://dcomercio.com.br/publicacao/s/lojistas-retornam-ao-bom-retiro-e-ha-escassez-de-pontos>, acesso em 23/03/2024.

FELDMAN, Sarah. Bom Retiro: Bairro Múltiplo, Identidade Étnica Mutante. Recife: ANPUR, 2013

HAI IMÓVEIS. Disponível em: <https://www.hai.com.br/imoveis/locacao/sp/sao-paulo/bom-retiro/>. Acesso em 24 mar 2024.

JACOBS, Allan B.; *Great Streets*. Cambridge, Mass: MIT Press, 1993

KANG, Sam. Socialização de jovens imigrantes coreanos. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

KIM, Yoo Na. *Na Moda 3: tendências e estilo pessoal*, Editora Yamato, 2011

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. *Princípios de Marketing*. 9. ed. São Paulo, Editora Pearson, 2003.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de Marketing*. 15. ed. São Paulo, Pearson Education do Brasil, 2018.

LEWIS, Jordan D.; *Alianças Estratégicas*, São Paulo, Editora Pioneira, 1992.

MOORE, Gwyneth. Promoção de Moda. Tradução de Edson Furmankiewicz. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

PARK, Hee Jin. Ninguém se lembra dos perdedores: A história da emigração agrícola coreana para a América do Sul. Dissertação de Doutorado – The Australian National University, Canberra, 2013.

Prefeitura de São Paulo. Dados do Distrito Bom Retiro. Disponível em: <https://www.negocios.prefeitura.sp.gov.br/dados/distrito/Bom%20Retiro>. Acesso em: 20/04/2024.

PORTER, Michael E. Estratégia Competitiva: Técnicas Para Análise de Indústrias e da Concorrência. Editora Atlas, Abril de 2005.

SILVA, S. C. da. Circuito espacial produtivo das confecções e exploração do trabalho na metrópole de São Paulo. Os dois circuitos da economia urbana nos bairros do Brás e Bom Retiro (SP). 2012. 328 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2012.

SPECK, Jeff (2013). Walkable City: How Downtown Can Save America, One Step at a Time. North Point Press.

TOJI, Simone / IPHAN – SP - Breve História do Comércio no Bom Retiro: Imigração e Culturas em Movimento

TOMÉ, I. M., & FITTIPALDI, M. A. S. (2016). Identidade regional no cluster comercial de confecções do Bom Retiro. Desenvolvimento Regional em debate, 6(3), 149-163.

TRUZZI, Oswaldo. Etnias em convívio: o bairro do Bom Retiro em São Paulo. Estudo Históricos, Rio de Janeiro, n. 27, 2001.

YANG, Eun Mi. A “Geração 1.5” dos coreanos em São Paulo: identidade, alteridade e educação. 2011. 506 p. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Alice Rangel de Paiva. O avesso da moda: trabalho em domicílio na indústria da confecção. São Paulo: Ed. Hucitec, 1986

ANDRADE, Stephanie Silveira Guerra de. Indústria e comércio de moda no centro de São Paulo: Rua José Paulino (1928-1980). 2018. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo.

BOM RETIRO E MUITOS POVOS

Documentário produzido a partir do Inventário Nacional de Referências Culturais do bairro do Bom Retiro- Iphan. Disponível em:

<https://youtu.be/HVg56upd6JI?si=5jBkiD6f3X4UbDs6>. Acesso em 11 mar. 2024

CDL SÃO PAULO. Câmara de Dirigentes Lojistas de São Paulo. Disponível em: <https://www.cd lsp.com.br/>. Acesso em: set. 2023

DERTÔNIO, Hilário. O Bairro do Bom Retiro: história dos bairros de São Paulo. São Paulo, Secretaria de Educação e Cultura, 1971

FAREWELL, N. Documentário Diário da Imigração. Disponível em <https://youtu.be/W1xTHUpXvc4?si=QEB8tXex-xkrAA6P>. Acesso em 10 out. 2023.

FERNANDES, Fátima. Lojas voltam a ser ocupadas no Bom Retiro e no Brás. Diário do Comércio, 28/06/2022. Disponível em: <https://dcomercio.com.br/publicacao/s/lojas-voltam-a-ser-ocupadas-no-bom-retiro-e-no-bras>. Acesso em 23 abr. 2024.

GYOPOCAST. Podcast Gyopocast.

Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCsfQZjBe8DVnAidSMnVIBOg>. Acesso em 10 out. 2023.

KANG, Sam. Estudo transversal sobre a saúde mental de imigrantes coreanos em São Paulo. Tese (Doutorado em Ciências) – Universidade Federal de São Paulo / Escola Paulista de Medicina, São Paulo, 2006

KONTIC, Branislav. Aprendizado e metrópole: a reestruturação produtiva da indústria de vestuário em São Paulo. São Paulo: dissertação de mestrado, sociologia – USP, 2001

MARTINS, Larissa Arakawa. A importância das calçadas na requalificação urbana e a urbanística do Bom Retiro. Trabalho Final de Graduação, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, dezembro de 2015

OLIVEIRA, Abrahão de. O Bairro Multicultural de São Paulo – A História

SILVA, E. (2003). Projeto Bom Retiro: da moda copiada ao "distrito fashion". Folha de S. Paulo, São Paulo, 23 mar. 2003. Caderno Cotidiano, p. 4.

SILVA, Silvana Cristina da. Circuito espacial produtivo das confecções e exploração do trabalho na metrópole de São Paulo. Os dois circuitos da economia urbana nos bairros do Brás e Bom Retiro (SP). 2012. 288 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2012.

SOLOMON, Michael R. O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo. Editora Bookman; 11ª edição (20 Janeiro 2016)