

## **Gestão colaborativa e inovação em microempresas do ramo feminino no Bom Retiro (SP)**

Andresa Tatiana da Silva<sup>1</sup>  
João Victor Perfeito Bueno<sup>1</sup>  
Karina Tatiane Lucio<sup>1</sup>  
Katyete Tainara Santana Lopes<sup>1</sup>  
Bruna Moreira dos Santos Caetano<sup>2</sup>  
Samaris Ramiro Pereira<sup>3</sup>

### **RESUMO**

Este artigo investiga como microempresas atuantes no ramo feminino da moda, localizadas no bairro do Bom Retiro, São Paulo (SP), têm utilizado práticas de economia colaborativa no primeiro semestre de 2025 para manter seus negócios sustentáveis, inovadores e resilientes frente aos desafios estruturais e territoriais. A pesquisa adota abordagem qualitativa, de natureza exploratória, articulando uma revisão integrativa da literatura com uma pesquisa de campo baseada em questionário de opinião e observação direta no território. Os resultados parciais indicam que práticas como compartilhamento de espaços, compras coletivas, parcerias em eventos e trocas de serviços têm sido utilizadas por empreendedoras para reduzir custos, ampliar a visibilidade e fortalecer redes de apoio. Além disso, 80% das entrevistadas afirmaram adotar ações sustentáveis, como reaproveitamento de materiais e logística reversa, demonstrando alinhamento prático com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs), mesmo sem nomeá-los diretamente. As evidências coletadas reforçam o papel da economia colaborativa não apenas como estratégia de sobrevivência, mas como instrumento de transformação local e inovação social. O estudo contribui para a compreensão de modelos alternativos de gestão ancorados na coletividade, no território e na solidariedade empreendedora.

**Palavras-chave:** Economia colaborativa; Moda feminina; Microempreendedorismo; Sustentabilidade; Bom Retiro, São Paulo (SP).

---

<sup>1</sup> Graduando (a) em Gestão Empresarial, FATEC SP

<sup>2</sup> Professora Coorientadora do Curso de Gestão Empresarial EaD. Fatec São Paulo

<sup>3</sup> Professora Orientadora do Curso de Gestão Empresarial EaD. Fatec São Paulo

## 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a economia colaborativa tem emergido como alternativa estratégica para micro e pequenos negócios que atuam no ramo feminino, especialmente em setores como moda e acessórios. Essa abordagem rompe com o modelo competitivo tradicional e promove práticas baseadas em compartilhamento de recursos, apoio mútuo, inovação social e valorização de redes locais (COSTA et al., 2024). No contexto brasileiro, esse modelo ganha relevância à medida que pequenos empreendimentos enfrentam barreiras estruturais como falta de acesso a crédito, alta rotatividade de mercado e escassez de políticas públicas específicas (DIAS, 2024).

No setor de moda, caracterizado por ciclos de tendência acelerados, pressão por inovação e alto custo operacional, práticas colaborativas vêm sendo adotadas para garantir a viabilidade de negócios que atuam com foco no público feminino (BATISTA et al., 2021). Tais práticas incluem o uso de coworkings de moda, compartilhamento de equipamentos, compras coletivas de insumos, apoio cruzado na divulgação de produtos e até parcerias em vendas presenciais e online (SILVA; MORGENSTERN, 2022). Estudos recentes apontam que essas estratégias são eficazes para promover sustentabilidade, fortalecer vínculos territoriais e gerar inovação a partir da solidariedade e do uso racional de recursos (CZRNSHAK et al., 2025; SOBREIRA; SILVA; ROMERO, 2021).

O bairro do Bom Retiro, na cidade de São Paulo (SP), representa um ambiente propício para observar esse fenômeno, por concentrar um histórico Arranjo Produtivo Local (APL) voltado à moda, com forte presença de microempresas especializadas em vestuário e acessórios. Embora nem todas as empresas sejam lideradas por mulheres, há predominância de iniciativas voltadas ao consumo feminino, em que a gestão colaborativa e as redes de apoio informal têm papel determinante na sustentabilidade dos negócios (GIGLIO et al., 2024; MORAIS et al., 2024).

As práticas de economia colaborativa observadas nesse território não se limitam ao compartilhamento de recursos físicos, mas envolvem também a criação de redes de confiança, a gestão descentralizada e a articulação de saberes locais com demandas de mercado — elementos que estão alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs), especialmente os de igualdade de gênero (ODS 5), trabalho decente

(ODS 8) e consumo responsável (ODS 12), mesmo que as empreendedoras nem sempre utilizem essa linguagem institucional (FLEITAS, 2024; COSTA D'ÁVILA, 2024).

Diante desse cenário, o presente estudo propõe-se a investigar de que forma microempresas do setor de moda e acessórios, atuantes no bairro do Bom Retiro (SP), têm utilizado práticas de economia colaborativa no primeiro semestre de 2025 para fortalecer seus negócios, superar desafios estruturais e ampliar seu alcance no mercado. A partir dessa questão, estabelece-se como objetivo geral compreender como essas microempresas, inseridas no ramo feminino da moda, aplicam estratégias colaborativas em suas dinâmicas de gestão, considerando os aspectos econômicos, sociais e territoriais que influenciam seu funcionamento.

Para alcançar tal finalidade, a pesquisa busca identificar as práticas colaborativas mais utilizadas por essas empresas, analisando os impactos dessas ações sobre a sustentabilidade e a inovação social no contexto em que estão inseridas. Além disso, procura-se investigar de que maneira tais práticas influenciam a resiliência dos negócios, especialmente durante períodos de crise, como o enfrentado durante a pandemia de COVID-19.

Pretende-se relacionar as ações observadas com políticas públicas voltadas à inclusão produtiva, considerando ainda sua articulação com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs) da Agenda 2030, em especial os objetivos de número 5 (igualdade de gênero), 8 (trabalho decente e crescimento econômico) e 12 (consumo e produção responsáveis). Embora esses marcos internacionais não substituam os objetivos específicos do presente artigo, eles oferecem um referencial útil para a análise das práticas locais à luz de compromissos globais com o desenvolvimento sustentável e a justiça social.

Ao buscar compreender como a economia colaborativa se materializa em práticas concretas de gestão no ramo feminino da moda, este trabalho pretende contribuir com uma leitura crítica e atualizada sobre modelos de negócios mais justos, inclusivos e sustentáveis, ancorados no território, na solidariedade empreendedora e na construção coletiva de alternativas econômicas alinhadas às metas globais de desenvolvimento.

## **2 REFERÊNCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Economia colaborativa no setor de moda e sua aplicabilidade na gestão**

A economia colaborativa se consolida como um modelo de organização produtiva que promove o compartilhamento de recursos, a cooperação entre agentes e a criação de valor coletivo, sobretudo entre micro e pequenas empresas em setores dinâmicos como o da moda. Ao contrário dos modelos tradicionais centrados na competição e maximização de lucro, a economia colaborativa estimula a construção de soluções baseadas em confiança, redes de apoio e uso racional de recursos (BATISTA et al., 2021).

No setor de moda, essas práticas se manifestam por meio de estratégias como o uso compartilhado de equipamentos, o aluguel coletivo de espaços e a promoção conjunta de produtos. A literatura recente destaca que esse modelo tem potencial para fortalecer negócios de menor porte, especialmente aqueles voltados ao público feminino, ao integrar práticas sustentáveis e fortalecer vínculos territoriais (COSTA et al., 2024). Além disso, estudos apontam que a inovação e a circularidade na moda são impulsionadas por práticas colaborativas que ampliam o ciclo de vida dos produtos, reduzindo o impacto ambiental e os custos operacionais (CZRNSHAK et al., 2025).

No contexto do bairro do Bom Retiro, em São Paulo, essas estratégias ganham contornos específicos, sendo articuladas à tradição têxtil e à forte presença de negócios voltados ao consumo feminino. Ainda que nem todas as empresas sejam geridas por mulheres, a predominância de produtos voltados a esse público reforça a relevância das práticas colaborativas como ferramenta de gestão adaptada ao perfil local (GOMES; SOARES FILHO; MIRANDA, 2020).

### **2.2 Redes de apoio, espaços colaborativos e solidariedade produtiva**

A economia colaborativa no setor da moda não é apenas um modelo gerencial, mas também uma prática social sustentada em redes de confiança e solidariedade. O compartilhamento de experiências, saberes e estratégias entre empreendedores tem se revelado fundamental para garantir a sobrevivência e o crescimento dos negócios, especialmente em ambientes urbanos com alta rotatividade e concorrência.

Segundo Silva e Morgenstern (2022), o crescimento de coworkings e ateliês compartilhados no setor de moda demonstra como o uso coletivo de infraestrutura pode viabilizar a atuação de pequenos negócios em locais com custos elevados. Essas redes permitem não apenas a redução de despesas, mas também o fortalecimento de laços comunitários, impulsionando uma lógica de cooperação que supera a individualização típica do mercado.

A dimensão colaborativa ganha ainda mais força quando associada a arranjos produtivos locais, como no caso de Juruia (MG), onde estudos demonstraram que a governança colaborativa influencia diretamente nos resultados econômicos e sociais dos negócios (GIGLIO et al., 2024). Essa lógica também se aplica ao Bom Retiro, onde o território é palco de trocas informais e dinâmicas de apoio mútuo entre empreendedores do ramo feminino.

### **2.3 Sustentabilidade, inovação social e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs)**

A adoção de práticas colaborativas pelas microempresas de moda está fortemente alinhada aos princípios da sustentabilidade, especialmente quando se considera a Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs). Estratégias como o reaproveitamento de materiais, o uso coletivo de insumos e a redução de resíduos têm sido incorporadas às rotinas produtivas de forma espontânea, mesmo quando não nomeadas pelas empreendedoras como ações sustentáveis.

De acordo com Sobreira, Silva e Romero (2021), o consumo colaborativo na moda é um dos caminhos para conciliar inovação e responsabilidade socioambiental. Práticas de *slow fashion* e de compartilhamento de roupas permitem reduzir o impacto ambiental da produção em larga escala, ao mesmo tempo em que ampliam o acesso a produtos de qualidade. Essa lógica também contribui para a construção de modelos de negócio mais éticos e conscientes, articulando inclusão produtiva, inovação social e compromisso com o território (FLEITAS, 2024).

Além disso, há um alinhamento claro com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs) 5, 8 e 12, que tratam da igualdade de gênero, do trabalho decente e da produção e consumo responsáveis, respectivamente. Essas ações demonstram que

as microempresas do setor de moda, mesmo em contextos de vulnerabilidade, são capazes de integrar soluções que impactam positivamente o meio ambiente, a comunidade e o ecossistema local de negócios (COSTA D'ÁVILA, 2024).

Segundo o SEBRAE (2022), muitas dessas práticas sustentáveis e colaborativas têm surgido da experiência cotidiana das empreendedoras, que, mesmo sem apoio formal ou formação técnica, implementam inovações locais a partir da realidade de seus territórios e redes de apoio informais.

## **2.4 Empreendedorismo no ramo feminino e desafios estruturais**

Apesar do avanço das práticas colaborativas, empreendedoras do ramo feminino ainda enfrentam barreiras históricas, que vão desde a informalidade e falta de crédito até a sobrecarga de tarefas familiares. Tais dificuldades afetam principalmente mulheres que atuam em segmentos populares da moda, limitando seu crescimento e dificultando o acesso a políticas públicas e incentivos formais (DIAS, 2024).

Relatório da ONU Mulheres (2022), em parceria com o Ministério Público do Trabalho e o UNOPS, evidencia que trabalhadoras da cadeia da confecção em São Paulo, especialmente em polos como o Bom Retiro, permanecem em condições de informalidade, baixa remuneração e jornadas extensas, o que reforça a urgência de políticas inclusivas e a importância das redes colaborativas como alternativa de resistência.

Nesse cenário, o apoio mútuo e a criação de redes de cooperação tornam-se estratégias fundamentais de resistência e inovação. De acordo com Moraes et al. (2024), a competitividade feminina está associada à capacidade de construir redes horizontais de apoio, nas quais as trocas de experiências e a colaboração substituem a lógica da concorrência, fortalecendo a autoestima e promovendo soluções locais adaptadas ao cotidiano.

Assim, a economia colaborativa, quando inserida em contextos urbanos e periféricos, ultrapassa a gestão de recursos e se afirma como instrumento de transformação social e ampliação de oportunidades para grupos historicamente marginalizados.

### **3 MATERIAIS E MÉTODOS**

O presente estudo adota uma abordagem qualitativa, de natureza exploratória, por ser a mais adequada à compreensão de fenômenos sociais que envolvem subjetividade, territorialidade e redes de cooperação. Conforme defendem Creswell e Creswell (2021) e Dias (2024), a pesquisa qualitativa permite interpretar os significados atribuídos pelos sujeitos às suas experiências, considerando o contexto social, cultural e histórico em que estão inseridos. A escolha desse método se justifica pela intenção de compreender como se manifestam, na prática, as estratégias de gestão colaborativa em microempresas que atuam no ramo feminino da moda, localizadas no bairro do Bom Retiro (SP).

O delineamento exploratório foi adotado devido ao caráter ainda pouco documentado do tema, especialmente em recortes locais e no contexto da economia colaborativa aplicada à moda (BATISTA et al., 2021). O estudo busca mapear práticas reais de microempreendimentos com foco no público feminino, identificando como a colaboração contribui para a sustentabilidade, a inovação social e a permanência dessas empresas no mercado. O bairro do Bom Retiro, tradicional polo têxtil e de confecção, foi escolhido por reunir características que favorecem a observação direta dessas práticas: diversidade cultural, alta concentração de microempresas familiares e forte ligação entre trabalho e identidade territorial (GIGLIO et al., 2024).

#### **3.1 Materiais e procedimentos de coleta**

A pesquisa foi organizada em duas etapas complementares. A primeira etapa consistiu em uma revisão integrativa da literatura, conforme os procedimentos descritos por Toronto e Remington (2020). Foram selecionadas publicações acadêmicas e institucionais que abordam os temas economia colaborativa, inovação social, redes de apoio, empreendedorismo feminino e sustentabilidade, priorizando artigos publicados entre 2020 e 2025. As buscas foram realizadas em bases científicas amplamente acessíveis, como SciELO, Google Scholar, repositórios universitários e periódicos institucionais, com o objetivo de reunir e sistematizar evidências que fundamentassem o estudo de campo.

A segunda etapa corresponde à pesquisa de campo, realizada no mês de setembro de 2025, por meio da aplicação de um questionário de opinião e de entrevistas semiestruturadas com microempreendedoras atuantes no bairro do Bom Retiro. A amostragem foi intencional, composta por 15 participantes, selecionadas entre gestoras de negócios voltados ao público feminino (moda e acessórios). Foram incluídas empreendedoras que adotam práticas colaborativas, como compartilhamento de espaços, compras coletivas, trocas de serviços e parcerias em divulgação. O instrumento de coleta buscou captar percepções sobre os benefícios, dificuldades e impactos dessas práticas no cotidiano dos negócios.

### **3.2 Análise dos dados e procedimentos éticos**

Os dados coletados foram analisados segundo a técnica de análise temática de conteúdo, conforme os princípios de Bardin (2020), complementados pelas diretrizes de Creswell e Creswell (2021). Essa técnica permite identificar categorias, padrões e recorrências discursivas, possibilitando uma leitura interpretativa das falas e das respostas. A partir dessa sistematização, foi possível estabelecer relações entre as práticas colaborativas e seus efeitos sociais, econômicos e sustentáveis no contexto local.

A pesquisa respeitou integralmente os princípios éticos previstos na Resolução nº 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde, assegurando anonimato, confidencialidade e consentimento livre e esclarecido às participantes. Todas as entrevistadas assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), com explicações sobre os objetivos, riscos e benefícios do estudo.

### **3.3 Registros visuais**

Para contextualizar o ambiente da pesquisa, foram registradas imagens do território visitado, representando o cotidiano urbano e comercial do bairro.



Figura 1 – Vista geral da Rua José Paulino, principal eixo comercial do bairro



Figura 2 – Fachadas típicas das microempresas de moda no Bom Retiro



Figura 3 – Interior de uma galeria com lojas femininas



Figura 4 – Movimento urbano no entorno das lojas observadas na pesquisa



Fonte das Figuras 1, 2, 3 e 4: Dos autores (2025)

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Os dados obtidos por meio da revisão integrativa da literatura e da pesquisa de campo evidenciam que a economia colaborativa tem desempenhado um papel estratégico na sustentabilidade e inovação das microempresas do ramo feminino da moda e acessórios no bairro do Bom Retiro (SP). As práticas colaborativas observadas — em grande parte intuitivas e desenvolvidas de forma informal — mostraram-se essenciais para fortalecer vínculos comunitários, reduzir custos operacionais e ampliar redes de apoio, mantendo os negócios ativos mesmo em contextos de instabilidade econômica (BATISTA et al., 2021; GIGLIO et al., 2024).

A literatura recente reforça que ações como compartilhamento de espaços, uso coletivo de equipamentos e campanhas de divulgação conjuntas estão diretamente associadas ao aumento da resiliência e da competitividade de microempresas (COSTA et al., 2024; CZRNSHAK et al., 2025). Essa realidade se mostrou ainda mais evidente em regiões urbanas dinâmicas, como o Bom Retiro, onde o ritmo acelerado do comércio e a proximidade física entre empreendedores criam um ambiente fértil para a cooperação. Nesses espaços, o tempo é escasso, os custos são altos e a confiança torna-se o principal ativo para a continuidade das parcerias.

### **4.1 Coleta de dados e panorama local**

Durante a visita exploratória realizada em 19 de setembro de 2025, foram aplicados questionários e realizadas entrevistas rápidas com microempreendedoras locais. O trajeto teve início no Terminal Barra Funda, seguindo até a Rua José Paulino, principal via comercial do bairro e eixo das lojas e ateliês de moda.

A observação direta revelou um ambiente marcado por alta rotatividade de clientes, múltiplos atendimentos simultâneos e profissionais multitarefas, o que exigiu adaptação metodológica para a coleta dos dados. De um total de 40 abordagens, 15 empreendedoras aceitaram participar da pesquisa — todas com consentimento formal. Devido à resistência ao formulário digital e à proibição de fotografias internas, os registros foram realizados manualmente e transcritos posteriormente. Esse comportamento reforça a importância da ética e da privacidade na pesquisa social, conforme a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018) e a Resolução CNS nº 510/2016.

Com 15 respostas válidas, verificou-se que 60% das empreendedoras já participaram de parcerias ou redes de apoio, e 80% afirmaram adotar práticas sustentáveis em seus negócios. A média de importância atribuída à economia colaborativa foi 4,47 em uma escala de 1 a 5, chegando a 4,78 entre aquelas que já tinham experiência prévia em parcerias. Esses resultados confirmam as análises de Batista et al. (2021) e Costa et al. (2024), que associam o comportamento colaborativo ao ganho de eficiência, redução de custos e fortalecimento de redes locais.

Gráfico 1 – Consentimento das participantes quanto ao uso dos dados

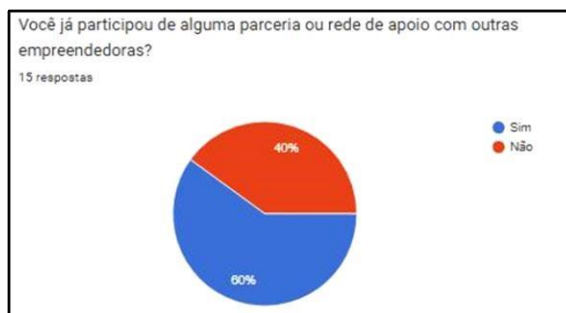


Fonte: Dos autores (2025)

## 4.2 Práticas de colaboração e redes de apoio

A análise dos questionários revelou que 60% das entrevistadas já participaram de parcerias com outras empreendedoras, confirmando a presença de redes de apoio produtivo e afetivo no território (Gráfico 2). Esses dados corroboram Moraes et al. (2024) e Dias (2024), que destacam a cooperação entre mulheres empreendedoras como elemento essencial para o êxito em ambientes de alta competitividade.

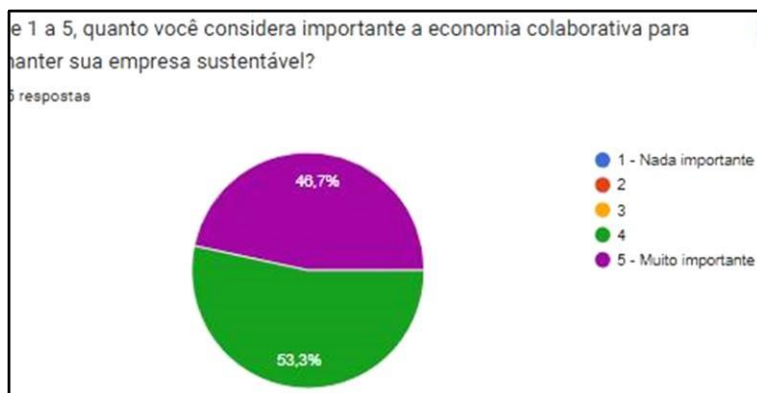
Gráfico 2 – Participação em redes de apoio ou parcerias entre empreendedoras



Fonte: Dos autores (2025)

No tocante à importância da economia colaborativa para a sustentabilidade, todas as participantes atribuíram notas altas (4 ou 5), demonstrando consciência prática e reconhecimento do valor da cooperação (Gráfico 3). Essa percepção converge com Sobreira, Silva e Romero (2021), que identificam a economia colaborativa como caminho viável para conciliar viabilidade econômica e responsabilidade social no setor da moda.

Gráfico 3 – Importância da economia colaborativa para a sustentabilidade

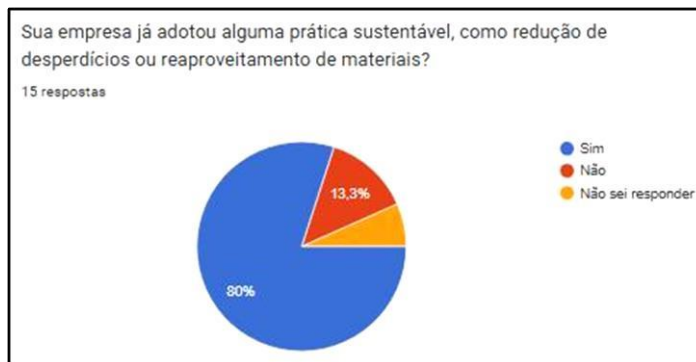


Fonte: Dos autores (2025)

### 4.3 Sustentabilidade e inovação social

Um dos achados mais significativos refere-se à adoção de práticas sustentáveis: 80% das entrevistadas afirmaram realizar reaproveitamento de tecidos, logística reversa de embalagens, controle de desperdício e doação de peças fora de linha (Gráfico 4). Essas ações, ainda que simples e espontâneas, revelam aderência prática aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs) — especialmente o ODS 8 (trabalho decente e crescimento econômico) e o ODS 12 (consumo e produção responsáveis) (FLEITAS, 2024; COSTA D'ÁVILA, 2024).

Gráfico 4 – Adoção de práticas sustentáveis pelas empresas



Fonte: Dos autores (2025)

Nos relatos qualitativos, as empreendedoras destacaram benefícios concretos da colaboração, como redução de custos, visibilidade conjunta, trocas de experiências e segurança comercial. Esses elementos aparecem de forma recorrente nos discursos, revelando que a prática colaborativa se consolida não apenas como estratégia de sobrevivência no mercado, mas como um modo de reorganizar coletivamente o trabalho e o sentido de pertencimento.

Alguns depoimentos exemplificam essa percepção: “Compartilhar experiências e contatos ajuda a aumentar as vendas e atrair clientes.” e “Redes de apoio ajudam a trocar informações de mercado e tendências.” Tais afirmações evidenciam que a cooperação entre mulheres empreendedoras ultrapassa o campo econômico e adquire dimensões simbólicas, afetivas e políticas, marcadas pela solidariedade e pela construção de confiança mútua.

A partir dessa perspectiva, a colaboração pode ser compreendida como um capital relacional, que amplia as possibilidades de inserção e permanência no mercado, favorecendo a autonomia e a visibilidade das empreendedoras em um setor historicamente marcado pela informalidade e pela competição. Como observam Giglio et al. (2024), o compartilhamento de saberes e recursos entre pares constitui uma forma de empoderamento coletivo, em que o sucesso individual é percebido como conquista do grupo.

Dessa forma, as falas analisadas reforçam que a economia colaborativa, além de representar um arranjo econômico alternativo, constitui também uma experiência de transformação social e identitária, permitindo que essas mulheres se reconheçam como parte ativa de uma coletividade solidária e inovadora.

Figura 1 – Depoimentos sobre os benefícios da colaboração entre empreendedoras

Você considera que a colaboração entre empreendedoras ajuda no crescimento dos negócios? Por quê?

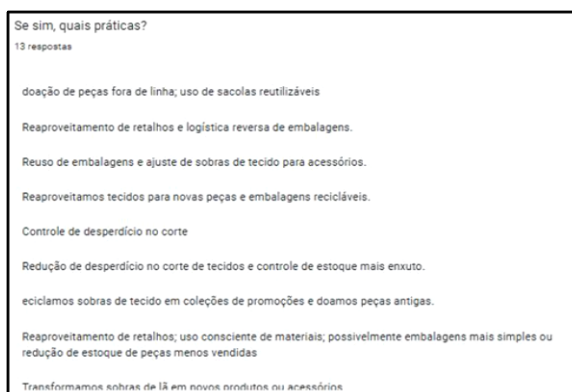
15 respostas

- Sim – aumenta visibilidade, compartilha custos, favorece tradição
- Sim, porque dá mais alcance e divide custos de publicidade.
- sim, porque pode reduzir custos e trazer novas ideias.
- Sim, porque compartilhar experiências e contatos ajuda a aumentar vendas e atrair clientes.
- Sim, porque traz mais segurança e aprendizado.
- Sim, pois facilita o aprendizado e ajuda a enfrentar a concorrência.
- Sim, porque redes de apoio ajudam a trocar informações de mercado e tendências.
- Sim – porque permite reduzir custos
- Sim, pois fortalece todas no bairro.

Fonte: Dos autores (2025)

As formas de colaboração mais citadas incluem participação em eventos conjuntos, grupos de WhatsApp entre lojistas, campanhas digitais colaborativas e parcerias com costureiras e fornecedores locais. Também foram mencionadas ações específicas em nichos de moda, como o plus size e desfiles comunitários, revelando um ambiente de inovação solidária e governança informal, ainda que muitas vezes invisibilizado pelas políticas públicas.

Figura 2 – Formas de colaboração entre empreendedoras



Fonte: Dos autores (2025)

#### 4.4 Consolidação e perspectivas

Quanto ao tempo de atuação, 60% das empreendedoras estão no mercado há mais de cinco anos (Gráfico 5), o que demonstra maturidade empresarial e estabilidade relacional — fatores que favorecem a construção de redes de confiança e trocas produtivas duradouras.

Gráfico 5 – Tempo de funcionamento das empresas entrevistadas



Fonte: Dos autores (2025)

De modo geral, os resultados confirmam que a economia colaborativa no setor de moda do Bom Retiro funciona não apenas como estratégia de sobrevivência, mas como um instrumento de transformação social e inovação local. As evidências apontam que, mesmo diante de limitações estruturais, essas mulheres constroem modelos de gestão pautados na resiliência, sustentabilidade e solidariedade, em sintonia com os princípios da Agenda 2030 e com a literatura contemporânea sobre gestão colaborativa (BATISTA et al., 2021; SILVA; MORGENSTERN, 2022).

As análises realizadas permitiram aprofundar a compreensão sobre os dados e estabelecer relações com políticas públicas de inclusão produtiva, evidenciando práticas que se mostram replicáveis em outros territórios com perfil socioeconômico semelhante.

Os resultados detalhados da pesquisa de campo, com a distribuição percentual das respostas e representações gráficas, encontram-se no **Apêndice A**, elaborado pelos autores a partir dos dados coletados em setembro de 2025.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo compreender de que forma microempresas do ramo feminino da moda, localizadas no bairro do Bom Retiro (SP), têm utilizado práticas de economia colaborativa para manter a sustentabilidade, fortalecer seus negócios e criar alternativas de inovação social. A pesquisa partiu da ideia de que, em contextos de alta competitividade e restrições econômicas, a colaboração pode representar não apenas uma estratégia de sobrevivência, mas também um novo modo de organizar o trabalho e construir redes de apoio entre empreendedoras.

Ao longo da investigação, foi possível observar que as práticas colaborativas se mostram muito presentes na realidade das microempresas estudadas, ainda que muitas vezes ocorram de maneira informal. A pesquisa revelou que ações simples, como o compartilhamento de espaços, a compra conjunta de materiais, a troca de serviços e a divulgação coletiva de produtos, têm grande impacto na redução de custos, no aumento da visibilidade das marcas e no fortalecimento dos laços de confiança entre as gestoras. Essas práticas indicam uma forma de gestão mais solidária, capaz de equilibrar os interesses individuais e coletivos dentro de um mesmo território.



De modo geral, os resultados apontam que a economia colaborativa vem contribuindo para a resiliência e a permanência dessas empreendedoras no mercado. Em um ambiente caracterizado por alta rotatividade e margens financeiras reduzidas, a cooperação se apresenta como um fator de estabilidade e de crescimento. As empreendedoras que participaram do estudo demonstraram compreender, ainda que intuitivamente, que o trabalho em rede é uma forma de enfrentar desafios estruturais, como a informalidade, a dificuldade de acesso ao crédito e a ausência de políticas públicas voltadas ao microempreendedorismo feminino.

Outro ponto importante identificado foi a presença de ações sustentáveis nas rotinas produtivas das empresas pesquisadas. A maioria das entrevistadas afirmou reaproveitar tecidos, utilizar sacolas reutilizáveis, controlar desperdícios e realizar doações de peças fora de linha. Essas atitudes mostram uma aproximação prática com os princípios dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs), principalmente os de trabalho decente e crescimento econômico (ODS 8) e de consumo e produção responsáveis (ODS 12). Mesmo sem utilizar a terminologia institucional da Agenda 2030, as empreendedoras demonstraram um comportamento compatível com a busca por um modelo produtivo mais ético e consciente.

Além disso, os dados reforçam que o perfil das participantes, marcado pela experiência, autonomia e senso comunitário, é um fator que impulsiona a inovação e a adaptação dos negócios. A convivência diária entre empreendedoras de perfis distintos gera aprendizado coletivo e estimula a criação de redes de apoio e parcerias duradouras, que vão muito além das trocas comerciais. Essa rede de solidariedade se mostrou um elemento-chave para a continuidade das empresas e para o fortalecimento da autoestima e do protagonismo das mulheres envolvidas.

Com base nos achados, conclui-se que a gestão colaborativa tem potencial para transformar os pequenos negócios em instrumentos de desenvolvimento local e inclusão produtiva. As experiências observadas no Bom Retiro demonstram que a cooperação entre empreendedoras cria oportunidades de aprendizado mútuo e amplia as possibilidades de inserção social e econômica das mulheres no setor da moda. Assim, a colaboração deixa de ser apenas uma necessidade prática e passa a representar



também um valor coletivo e humano, que dá novo sentido à forma de empreender e de se relacionar com o território.

A pesquisa cumpriu seus objetivos, pois conseguiu demonstrar que a economia colaborativa, no contexto das microempresas femininas do Bom Retiro, é um caminho viável para fortalecer negócios, promover sustentabilidade e gerar inovação social. Ao mesmo tempo, o estudo revelou limitações, como o número reduzido de participantes e a resistência inicial à coleta de dados, o que reforça a importância de ampliar futuras investigações. Seria relevante, por exemplo, realizar estudos comparativos com outros polos de moda, como Brás (SP) ou Juruaia (MG), para verificar se práticas semelhantes ocorrem em contextos diferentes e quais fatores locais mais influenciam o êxito da gestão colaborativa.

Por fim, acredita-se que os resultados obtidos contribuem para o avanço das discussões sobre empreendedorismo feminino, sustentabilidade e inovação social, especialmente dentro da realidade das microempresas brasileiras. O estudo evidencia que a força da economia colaborativa está no compartilhamento de experiências, no apoio mútuo e na construção conjunta de soluções, valores que tornam a gestão mais humana e alinhada aos desafios contemporâneos. Dessa forma, a pesquisa reafirma a importância da solidariedade, da coletividade e do compromisso social como bases para o fortalecimento de uma economia mais justa, sustentável e inclusiva.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2020.

BATISTA, K. et al. **Consumo colaborativo de moda**: modelo de negócio guarda-roupa compartilhado para micro e pequenas empresas. *Revista de Design, Tecnologia e Sociedade*, v. 8, n. 2, 2021. DOI: <https://doi.org/10.48075/rbts.v8i2.356443169>.

COSTA D'ÁVILA, S. M. C. **As tecnologias de gestão colaborativa no Brasil**. *Revista Brasileira de Tecnologias Sociais*, v. 5, n. 1, 2024. DOI: <https://doi.org/10.14210/rbts.v11n1.p51-66>.

COSTA, M. R. C. et al. **Conectando elementos do compartilhamento de roupas**. *Brazilian Business Review*, v. 21, n. 2, 2024. DOI: <https://doi.org/10.15728/bbr.2021.1182.pt>.

CRESWELL, J. W.; CRESWELL, J. D. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 6. ed. Porto Alegre: Penso, 2021.

CZRNSHAK, T. et al. **A comprehensive analysis of circular fashion in small firms**. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 29, n. 1, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2025240239.por>.

DIAS, R. S. A. **Empreendedorismo feminino**: desafios e oportunidades. *Revista GESec*, v. 15, n. 2, 2024. DOI: <https://doi.org/10.7769/gesec.v15i9.3950>.

FLEITAS, J. A. **Empreendedorismo feminino e marketing digital**: uma análise em territórios de fronteira. *Revista Boca de Cena*, v. 6, n. 3, 2024. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13855258>.

GIGLIO, E. et al. **Associação entre governança colaborativa e resultados**: caso do APL de moda íntima de Juruaia (MG). *Estudos em Gestão e Políticas Públicas*, v. 13, n. 1, 2024. DOI: <https://doi.org/10.22136/est20241846>.

GOMES, M. C. B.; SOARES FILHO, S. G.; MIRANDA, R. M. **Empreendedorismo feminino no setor de moda**: análise das estratégias em arranjos produtivos locais. *Revista Interdisciplinar de Empreendedorismo*, v. 6, n. 1, 2020. Disponível em [https://rbgn.fecap.br/RBGN/article/view/1508/pdf\\_63](https://rbgn.fecap.br/RBGN/article/view/1508/pdf_63) Acesso em 20 abr. 2025.

MORAIS, M. de O. et al. **Competitividade feminina e suas interfaces**. *Research, Society and Development*, v. 13, n. 4, 2024. DOI: <https://doi.org/10.33448/rsd-v13i9.46911>.

ONU MULHERES; MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO; UNOPS. **Mulheres na confecção**: gênero e condições de trabalho na indústria da moda em São Paulo. [S.l.]: ONU Mulheres, 2022. Disponível em <https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2022/09/2022-09-relatorio-mulheres-confeccao.pdf>. Acesso em 20 abr. 2025.

SOBREIRA, É. M. C.; SILVA, C. R. M.; ROMERO, C. B. A. **Consumo colaborativo de moda e slow fashion**: percursos para uma moda sustentável. *Revista de Moda, Cultura e Consumo*, v. 11, n. 3, 2021. DOI:10.5965/1982615x14342021035

SILVA, B.; MORGENSTERN, E. **Coworking de moda**: o crescimento de espaços de trabalho compartilhados. In: *Seminário de Moda e Design da UFSC*, v. 6, 2022. Disponível em <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/245080>. Acesso em 28 set. 2025.

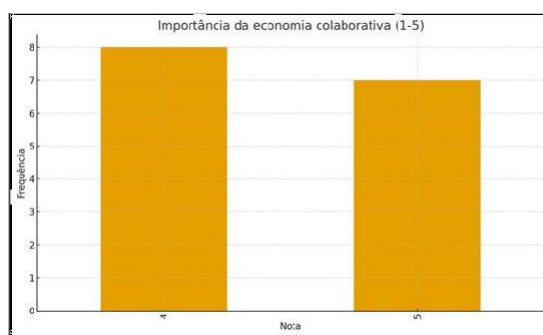
TORONTO, C. E.; REMINGTON, R. **A step-by-step guide to conducting an integrative review**. Berlim: Springer, 2020.

## Apêndice A – Tabelas e Gráficos da Pesquisa de Campo

O presente apêndice consolida os dados obtidos por meio do questionário aplicado a 15 empreendedoras do ramo de moda e acessórios do bairro do Bom Retiro (SP), em setembro de 2025. Os gráficos elaborados pelos autores, com base nas respostas das participantes, ilustram as principais tendências observadas quanto à adoção de práticas colaborativas, redes de apoio e sustentabilidade nos negócios analisados.

### Gráfico 1 – Importância da economia colaborativa para a sustentabilidade

Este gráfico evidencia a percepção das empreendedoras sobre a relevância da economia colaborativa para a manutenção e o crescimento de seus negócios. Observa-se que todas as participantes atribuíram notas altas (4 ou 5), confirmando o reconhecimento da colaboração como elemento central da sustentabilidade no setor de moda.



Fonte: Dos autores (2025)

### Gráfico 2 – Participação em parcerias ou redes de apoio

O gráfico apresenta a proporção de empreendedoras que já participaram de parcerias ou redes de apoio no setor. Verifica-se que 60% afirmaram ter vivenciado experiências colaborativas, demonstrando que a criação de vínculos e trocas produtivas é prática recorrente entre as microempresas locais.



Fonte: Dos autores (2025)

### Gráfico 3 – Adoção de práticas sustentáveis pelas empresas

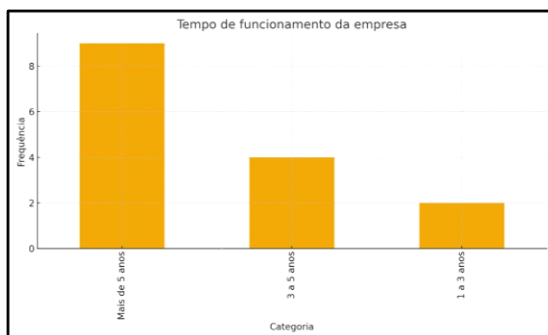
Neste gráfico, são destacadas as respostas referentes à adoção de práticas sustentáveis nos processos produtivos e de comercialização. O dado de 80% de adesão indica um forte comprometimento das empreendedoras com a redução de impactos ambientais, o reaproveitamento de materiais e a responsabilidade socioambiental.



Fonte: Dos autores (2025)

### Gráfico 4 – Tempo de funcionamento das empresas entrevistadas

O quarto gráfico mostra o tempo de atuação das empresas participantes, revelando que 60% estão em atividade há mais de cinco anos. Esse indicador reforça o caráter consolidado dessas microempresas e sua capacidade de permanecer no mercado, mesmo diante de desafios econômicos e estruturais.



Fonte: Dos autores (2025)

A inclusão deste apêndice justifica-se pela necessidade de apresentar, de forma visual e sistematizada, os dados coletados na pesquisa de campo, favorecendo a compreensão dos resultados discutidos no corpo do texto. As representações gráficas permitem identificar com clareza os padrões de comportamento e as correlações entre práticas colaborativas, sustentabilidade e fortalecimento econômico das empreendedoras.

Assim, o Apêndice A complementa a análise qualitativa e reforça a coerência entre os achados empíricos e a fundamentação teórica, conferindo transparência metodológica e robustez às conclusões.