

Intersecção entre Propriedade Intelectual e Microempreendedorismo em Lojas Colaborativas

Intersection Between Intellectual Property and Micro-Entrepreneurship in Collaborative Stores

Alexsandro de Brito Almeida¹, Sônia Marise Salles Carvalho¹,
Tânia Cristina da Silva Cruz¹, Tiago Magalhães Machado¹

¹Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil

Resumo

Este trabalho teve por objetivo investigar a produção acadêmica acerca da interseção propriedade intelectual e inovação e lojas colaborativas – considerando que representam a principal porta de entrada para microempreendedores, oferecendo oportunidades para o desenvolvimento de negócios inovadores – destacando uma lacuna na literatura sobre a interseção entre propriedade intelectual e microempreendedorismo nesse nicho. Para tanto, realizou-se uma revisão sistemática da literatura, com imersão nas principais bases acadêmicas brasileiras. Os termos de busca foram selecionados para abranger as conexões entre esses temas e responder à seguinte questão: o que tem sido produzido academicamente sobre a proteção intelectual para empreendedores de lojas colaborativas? Os resultados evidenciam a escassez de produções acadêmicas que abordam essa interseção, revelando tendências, desafios e oportunidades no campo da proteção intelectual para esses empreendedores, contribuindo para o avanço do debate acadêmico e prático sobre o assunto. A revisão sistemática permitiu mapear as produções científicas existentes e identificar lacunas que podem orientar futuras pesquisas.

Palavras-chave: Lojas Colaborativas; Ativos Intelectuais; Produção Acadêmica.

Abstract

Collaborative stores represent an important gateway for microentrepreneurs, offering opportunities for the development of innovative businesses. However, the lack of knowledge of the mechanisms for protecting intellectual assets reveals a weakness in the management of these entrepreneurs. Given this scenario, there is a gap in the literature on the intersection between intellectual property and microentrepreneurship, raising the question: what has been produced academically about intellectual protection for collaborative store entrepreneurs? This study conducted a systematic review of the literature, with immersion in the main Brazilian academic databases. The search terms were selected to cover the connections between these themes. The results highlight the scarcity of academic productions that address the intersection between intellectual property and collaborative stores, revealing trends, challenges and opportunities in the field of intellectual protection for these entrepreneurs. This study contributes to the advancement of the academic and practical debate on the subject, highlighting the need for greater attention to the protection of intellectual assets in the context of microentrepreneurship. The systematic review made it possible to map existing scientific productions and identify gaps that can guide future research.

Keywords: Collaborative Stores; Intellectual Assets; Academic Production.

Áreas Tecnológicas: Propriedade Intelectual. Inovação e Desenvolvimento.



1 Introdução

As lojas colaborativas emergiram como um modelo de negócios inovador, especialmente para microempreendedores que enfrentam desafios financeiros e de gestão para manter espaços físicos próprios. Esses ambientes permitem que empreendedores iniciantes compartilhem custos e infraestrutura, ao mesmo tempo que promovem a troca de ideias e de experiências (Marques, 2021; Villarinho, 2025). Com a capacidade de abrigar dezenas de marcas em um único espaço, as lojas colaborativas se tornaram um catalisador para a exposição e a comercialização de produtos e serviços, muitas vezes associados a ativos intelectuais, como marcas, desenhos industriais e obras artísticas (Sebrae, 2024a; Sebrae, 2022).

Lojas colaborativas são espaços que reúnem uma diversidade de produtos e serviços, desde itens de moda e decoração até alimentos e cosméticos, dependendo do nicho da loja. Esses ambientes surgiram como uma solução para microempreendedores que enfrentam dificuldades financeiras ou falta de conhecimento para manter um espaço físico próprio.

As lojas colaborativas poderiam ser comparadas a *shoppings*, só que numa escala bem menor. Enquanto os espaços dos *shoppings* são ocupados por dezenas de grandes marcas que oferecem diversos produtos e serviços, as lojas colaborativas são ocupadas por dezenas de “marcas minúsculas” de diversas atividades, produtos e serviços.

Lojas colaborativas chegam a ter 80 e 160 espaços para alocar (são chamados de ‘box’ ou ‘caixinhas’), o que significa na prática, para nosso interesse, que uma loja colaborativa pode comportar de 80 a 160 marcas, que geralmente carecem de proteção intelectual e podem promover a inovação, tanto às próprias marcas quanto aos ativos expostos por elas, em alguns casos, pois permitem que *designers*, estilistas, artesãos, artistas, escritores, criativos aluguem prateleiras, araras ou boxes para expor, comercializar e promover suas peças, trabalhos e criações (Sebrae, 2024b; Sebrae, 2022; Sebrae, 2014).

Para se ter uma ideia do mercado que pode abraçar, dados do Sebrae (2025) apontam que o mercado de artesanato movimentou R\$ 100 bilhões ao ano, o que equivale a cerca de 3% do PIB do país. Esse dado é importante, pois como citado parte dos expositores que participam de lojas colaborativas é formada por artesãos.

No entanto, apesar do potencial inovador e criativo desses espaços, observa-se uma lacuna significativa no que diz respeito à proteção da Propriedade Intelectual (PI) entre os microempreendedores que atuam nesses ambientes. A propriedade intelectual, que abrange direitos autorais, marcas, patentes e outros ativos intangíveis, é fundamental para garantir a segurança jurídica e o crescimento

sustentável dos negócios (Cavalheiro, 2019). A falta de conscientização e de acesso a informações sobre PI pode limitar o potencial de inovação e de competitividade desses empreendedores, especialmente em um contexto em que a inovação é um elemento central para o sucesso.

A propriedade intelectual abrange os direitos inerentes à atividade intelectual abrangendo o Direito Autoral (direito do autor, direitos conexos, programas de computador), a Propriedade Industrial (marca, patente, desenho industrial, indicação geográfica, segredo industrial, repressão à concorrência desleal) e a Proteção *Sui Generis* (topografia de circuito integrado, cultivares, conhecimento tradicional) (OMPI; INPI, 2018). Assim, percebe-se quanto a propriedade intelectual está inserida em lojas colaborativas, que devem se familiarizar com essa relação e com a consequente conscientização da proteção de seus ativos intelectuais, principalmente suas marcas.

Conforme apontado no *Manual de Oslo*, criado pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2005, p. 55), para orientar acerca dos métodos de inovação nos países industrializados – são quatro os tipos de inovações: Inovação de Produto (bens e serviços), Inovação Organizacional, Inovação de Processo e Inovação de Marketing. Uma inovação é a implementação de um produto (que pode ser um bem ou um serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização, no local de trabalho ou nas relações externas.

Já a Lei Brasileira da Inovação (Lei n. 10.973/2004) conceitua inovação em seu artigo 2º, inciso IV, como a introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo e social que resulte em novos produtos, serviços ou processos ou que compreenda a agregação de novas funcionalidades ou características a produto, serviço ou processo já existente que possa resultar em melhorias e em efetivo ganho de qualidade ou desempenho (Brasil, 2004).

A inovação é um importante elemento de competitividade, as lojas colaborativas, por si, podem ser consideradas um modelo de negócios inovador e grande parte delas, por abraçarem marcas de empreendedores criativos, sujeita esses expositores a um ambiente criativo e de inovação, principalmente pelo fato de a maioria deles trabalhar com ativos intelectuais, sejam obras artísticas ou produtos e serviços.

Está intimamente ligada à propriedade intelectual e sua proteção, pois garante direitos exclusivos sobre o uso e exploração de ativos originados na inovação. E as modalidades de proteção poderão ser utilizadas intensamente na elaboração dos planos de empreendimento.

Em se tratando de propriedade intelectual, um ativo que faz parte da proteção industrial e indissociável de todos os

expositores de lojas colaborativas é a “marca”. A marca é um instrumento capaz de multiplicar o preço de um produto ou serviço (Cavalheiro, 2019). Merece especial atenção a escolha do nome do empreendimento, e o registro da marca deve anteceder a implementação do empreendimento, pois o uso de marca existente ou de marcas “irregistráveis” inviabilizará o registro e impedirá o crescimento do empreendimento. “Vale a pena ressaltar que atualmente todas as empresas que obtiveram sucesso na introdução de produtos e serviços em grande escala no mundo possuem registros de propriedade intelectual” (Cavalheiro, 2019, p. 6).

Nesse cenário, este estudo tem como objetivo mapear a produção acadêmica sobre a intersecção entre propriedade intelectual, inovação e empreendedorismo em lojas colaborativas. A pergunta central que orienta a pesquisa é: *O que a academia vem produzindo acerca da relação entre lojas colaborativas e propriedade intelectual?* Por meio de uma revisão sistemática da literatura em bases acadêmicas como SciELO, Capes Periódicos e Google Acadêmico, buscase identificar tendências, desafios e oportunidades no campo da proteção intelectual para microempreendedores, contribuindo para o avanço do debate acadêmico e prático sobre o tema.

A relevância deste estudo reside no potencial impacto para empreendedores expositores em lojas colaborativas, proprietários desses espaços e pesquisadores interessados na temática. Ao explorar a relação entre propriedade intelectual e microempreendedorismo, o trabalho pretende não apenas destacar a importância da proteção intelectual, mas também fornecer *insights* que possam fomentar a inovação e o crescimento sustentável desses negócios. Além disso, a pesquisa busca evidenciar como a apropriação adequada dos direitos de PI pode conferir vantagens competitivas, como segurança jurídica, valorização de ativos e inibição de práticas de concorrência desleal (Oliveira, 2019).

Quadro 1 – Booleanos e termos essenciais na intersecção da PI e lojas colaborativas

TERMO 1	OPERADOR BOOLEANO	TERMO 2	BASE DE BUSCA
lojas colaborativas	AND	Microempreendedorismo	BDN-UnB Repositório UnB Cadernos de Prospecção SciELO Periódicos Capes Scholar Google Oasis
lojas colaborativas	AND	Propriedade Intelectual	
lojas colaborativas	AND	Transferência Tecnológica	
lojas colaborativas	AND	Inovação	
lojas colaborativas	AND	Proteção Intelectual	
lojas colaborativas	AND	Proteção de Marcas	
lojas colaborativas	AND	Direito Autoral	
microempreendedorismo	AND	Propriedade Intelectual	
microempreendedorismo	AND	Transferência Tecnológica	
microempreendedorismo	AND	Inovação	
microempreendedorismo	AND	Proteção Intelectual	
microempreendedorismo	AND	Proteção de Marcas	
microempreendedorismo	AND	Direito Autoral	

Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo (2025)

2 Metodologia

Esta pesquisa é de natureza exploratória, uma vez que investiga um tópico ainda pouco estudado, com procedimento de levantamento bibliográfico e documental, com abordagem qualitativa com extração e análise de dados de bases de busca acadêmicas, com análise descritiva dos resultados (Brasileiro, 2021). Como metodologia, foram realizadas buscas dos termos isolados “lojas colaborativas”; “loja colaborativa”; “microempreendedor”; “microempreendedorismo”; “empreendedor”; e com o operador booleano “AND”, como exposto no Quadro 1, nos repositórios acadêmicos da Universidade de Brasília (UnB) (<https://bdm.unb.br> e <http://repositorio.unb.br>), nos periódicos Cadernos de Prospecção (<https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/index>), na biblioteca científica eletrônica Scielo (<https://www.scielo.br/>), nos periódicos Capes (<https://www-periodicos-capes-gov-br.ez1.periodicos.capes.gov.br/index.php/buscador-primo.html>), no buscador Google (<https://www.google.com/>), no Google Acadêmico (https://scholar.google.com.br/schhp?hl=pt-BR&as_sdt=0,5) no portal Oasis (<https://oasisbr.ibict.br/vufind/>).

O operador booleano AND foi utilizado, pois o objeto de pesquisa se dá com a coexistência do termo “loja colaborativa” associado a termos relacionados a propriedade intelectual e à inovação.

Inicialmente, foram realizadas buscas no Google e encontrados diversos resultados conforme mostra o Gráfico 1, mas como o foco deste trabalho é a produção acadêmica em relação às lojas colaborativas e à propriedade intelectual, esses achados foram separados dos demais encontrados em *sites* de buscas de produções acadêmicas (Quadro 3 e Gráfico 2).

Foram utilizados para a busca os termos “lojas colaborativas” e seu singular por estes serem os termos centrais deste trabalho juntamente com o termo “propriedade intelectual”. Os termos “empreendedor” e “microempreendedorismo” foram adotados por estarem associados diretamente com os expositores que participam das lojas colaborativas, enquanto os termos “direito autoral”, “proteção intelectual”, “transferência tecnológica”, “proteção de marcas” estão relacionados com a propriedade intelectual sem deixar de lado o termo “inovação”, geralmente atrelado a empreendedores e à proteção intelectual, afinal não há como falar em propriedade intelectual sem falar em inovação.

Essas bases, já citadas, foram escolhidas pelo fato de se acreditar que representam expressiva gama na busca por trabalhos acadêmicos e sua produção aqui no Brasil.

A Biblioteca Digital da Produção Intelectual Discente da Universidade de Brasília (BDM) é um serviço de informação para o armazenamento, preservação e disseminação da produção intelectual dos discentes de graduação e especialização.

Repositório Institucional da UnB (RiUnB) é um conjunto de serviços oferecidos pela Biblioteca Central para a gestão e disseminação da produção científica da Universidade de Brasília. O acervo digital é composto de teses e de dissertações defendidas na UnB a partir de 2006.

Revista eletrônica *Cadernos de Prospecção*, de acesso livre sobre produção e difusão do conhecimento tecnológico. Publica artigos originais de estudos de Prospecções Tecnológicas de Assuntos Específicos, envolvendo Propriedade Intelectual, Transferência de Tecnologia e Inovação.

Scientific Electronic Library Online (Scielo) é uma biblioteca virtual de revistas científicas. A versão utilizada foi a Scielobr, com publicações científicas brasileiras. Um dos mais conhecidos e utilizados buscadores de publicações e produções científicas e acadêmicas.

Capes Periódicos – Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), reúne e disponibiliza conteúdos produzidos nacionalmente e outros assinados com editoras internacionais a instituições de ensino e pesquisa no Brasil.

Google Busca – Serviço de buscas/ pesquisas na internet sobre qualquer tipo de assunto ou conteúdo. Foi utilizado por se tratar do primeiro local utilizado por

usuários “comuns” na busca de qualquer documento. A desvantagem é que não traz somente produções acadêmicas, eixo deste trabalho.

Google Acadêmico – Ferramenta da empresa Google que possibilita a localização de artigos, teses, dissertações e publicações de cunho acadêmico de interesse a pesquisadores.

Oasis – Portal brasileiro de publicações e dados científicos em acesso aberto (Oasisbr) é um mecanismo de busca multidisciplinar que permite o acesso gratuito à produção científica de autores vinculados a universidades e institutos de pesquisa brasileiros.

Posteriormente, foram visitados documentos encontrados que possuíam associação com o termo “lojas colaborativas” (foco do trabalho) e lidos os resumos para ver o alinhamento com a temática do trabalho. Os achados com relação direta com a temática deste estudo foram lidos para posterior análise e comparação e composição dos dados dos achados.

Quanto às possíveis limitações do estudo, apesar da seleção de bases representativas, é possível que estudos relevantes não tenham sido indexados ou estejam disponíveis em outras plataformas. A escolha dos termos de busca pode ter excluído estudos que utilizam terminologias diferentes, e alguns documentos podem estar restritos a assinaturas ou não disponíveis em acesso aberto.

Para representação visual dos achados neste trabalho, optou-se por trazer um quadro com os termos utilizados na pesquisa (Quadro 1), um gráfico hierárquico (Gráfico 2) com os mesmos achados e um gráfico de barras (Gráfico 1) com acréscimo de pesquisas realizadas no Google, além dos Gráficos 3 e 4 que ilustram os resultados do termo com maior retorno nas bases e representação das interseções.

3 Resultados e Discussão

Considerando que o portal da indústria classifica os tipos de empresas segundo dois critérios: faturamento ou número de funcionários (Quadro 2), o perfil dos empreendedores em lojas colaborativas é composto majoritariamente de Microempreendedores Individuais (MEIs) e nanoempreendedores e microempreendedores (alguns cresceram no ambiente de lojas colaborativas), que buscam uma base sólida para o desenvolvimento de seus negócios.

Quadro 2 – Classificação/porte empreendedores/empresas

CLASSIFICAÇÃO/PORTE	FATURAMENTO ANUAL		NÚMERO DE EMPREGADOS	
	Na Indústria	No Comércio e serviços	Na Indústria	No Comércio e serviços
Nanoempreendedores	-	Até R\$ 40,5 mil	-	1 (um)
Microempreendedores Individuais – MEIs	-	Mais de R\$ 40,5 mil e menos ou igual a R\$ 81 mil	-	Até dois
Microempresas	Até R\$ 360 mil		Até 19	Até 9
Pequenas Empresas	Mais de R\$ 360 mil e menos ou igual a R\$ 4,8 milhões		De 20 a 99	De 10 a 49
Médias Empresas	Mais de R\$ 4,8 milhões e menos ou igual a R\$ 300 milhões		De 100 a 499	De 50 a 99
Grandes Empresas	Mais de R\$ 300 milhões		500 ou mais	100 ou mais
Empresário ou Firma Individual	Até R\$ 360 mil (ME) e até R\$4,8 milhões (EPP)		Sem limite	
Eireli – Empresa Individual de Responsabilidade Limitada	Sem limite			

Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo com base em dados do Sebrae (2024c), do Portal da Indústria (2024) e de Brasil (2025)

Percebe-se uma pequena produção acerca da temática de propriedade intelectual para pequenos e médios empreendedores, mas, quando se trata de nano ou microempreendedores ou empreendedores que não se incluem nessas categorias/ definições, é escassa e até inexistente a produção referencial.

Os resultados encontrados no mecanismo Google indicam que o termo “lojas colaborativas” já é bastante procurado por usuários e com bastantes resultados que podem subsidiar possíveis dúvidas quanto ao conceito e funcionamento de lojas colaborativas. Sites como Sebrae trazem inclusive passos para abertura de lojas colaborativas, mas nesses mesmos sites não foram encontradas informações de interesse a expositores e pretensos expositores em lojas colaborativas. O termo com maior número de achados foi “empreendedor”, pois está diretamente relacionado às atividades de geração de renda para quem pensa em gerir seus projetos e sonhos. “Microempreendedor”, termo utilizado na designação de uma das categorias de expositores em lojas colaborativas e derivação dos tipos de empreendedores, é o segundo termo com mais achados.

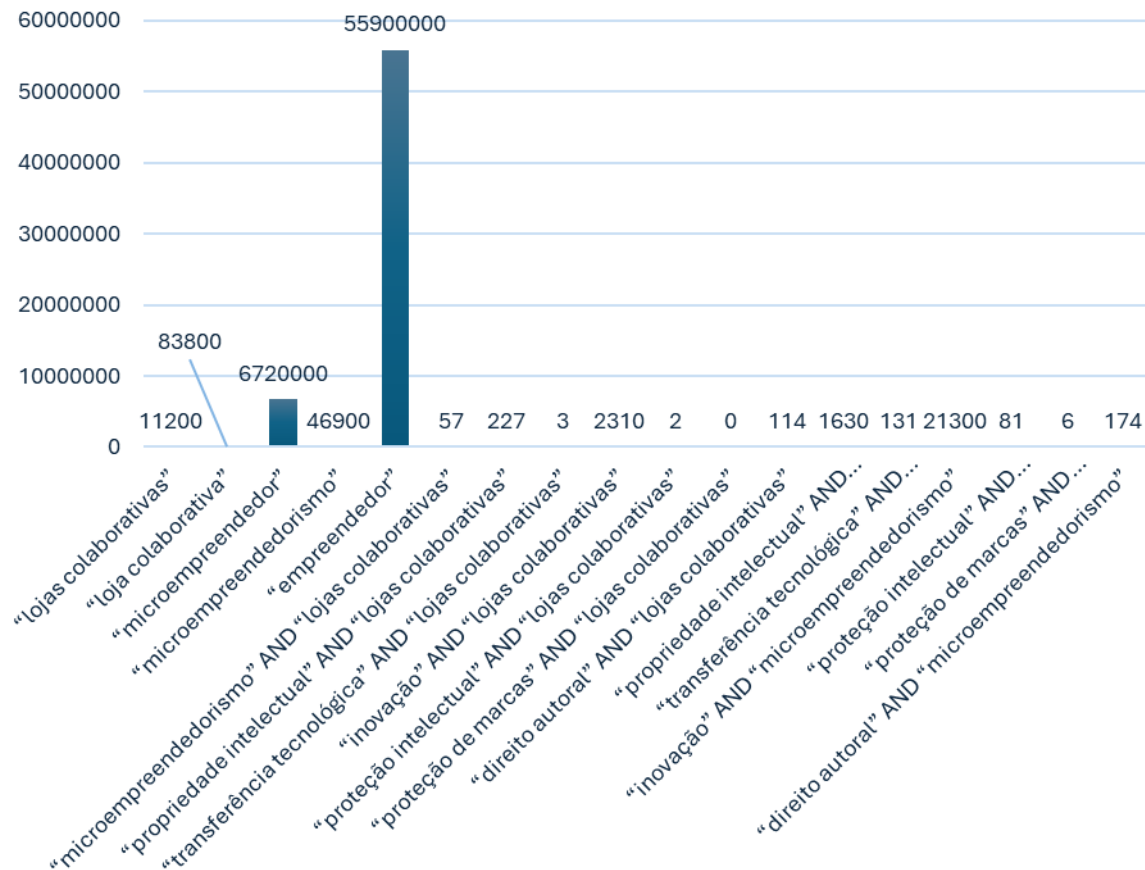
O Gráfico 1 ainda revela que até no mecanismo de busca geral Google, ao procurar pelos termos associados “proteção de marcas” AND “lojas colaborativas”, retorna “0” (zero) como resultado. Para essa busca conjugada, a

única base que retornou resultados foi a BDN-UnB, com um resultado até expressivo (372 resultados), sem filtros.

Quando os termos são voltados para a propriedade intelectual associados com “lojas colaborativas” e mesmo “microempreendedorismo”, os achados são proporcionalmente muito poucos, o que pode denotar uma escassez de preocupação com a proteção dos ativos desses empreendedores minúsculos e micros. Até porque a conjugação desses termos não representa a preocupação com os expositores em lojas colaborativas e sim, da própria loja colaborativa, seja de suas marcas ou relacionadas a franquias de lojas já consolidadas. Mas, por sorte, os achados da conjugação de termos como “inovação” e “microempreendedorismo” e, “propriedade intelectual” e “microempreendedorismo” mostram uma luz em campos que podem ser explorados e estão diretamente relacionados às lojas colaborativas.

Para o público em geral, o Google costuma ser o primeiro recurso utilizado para sanar dúvidas. Dessa forma, é provável que potenciais empreendedores também recorram a essa ferramenta para fundamentar seus projetos. Por esse motivo, incorporou-se a este estudo uma busca realizada no Google com os mesmos termos empregados na pesquisa por produções acadêmicas, a fim de complementar a análise. Os resultados dessa etapa estão apresentados no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Resultados das buscas dos mesmos termos realizadas no Google



Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo (2024)

A revisão sistemática da literatura revelou uma lacuna significativa na produção acadêmica sobre a proteção intelectual de micro e nanoempreendedores. Termos como “proteção de marcas” AND “microempreendedorismo” e “propriedade intelectual” AND “lojas colaborativas” retornaram resultados nulos ou insignificantes na maioria das bases de dados pesquisadas (Quadro 3). Isso sugere que há um desinteresse ou desconhecimento sobre a importância da PI para esses empreendedores, que, muitas vezes, carecem de recursos e de orientação para proteger seus ativos intelectuais.

Por outro lado, termos como “inovação” AND “microempreendedorismo” e “proteção de marcas” AND “lojas colaborativas” apresentaram um número relativamente maior de resultados, indicando que esses temas estão começando a ganhar atenção na academia. No entanto, a maioria dos estudos encontrados não aborda especificamente as necessidades dos expositores em lojas colaborativas, focando em empreendedores de maior escala ou em modelos de negócios consolidados.

A análise dos resultados por base de dados (Quadro 3) revelou disparidades significativas. O Google Acadêmico

foi a plataforma com o maior volume de resultados, representando mais de 88% do total de achados. Em contraste, bases como *Cadernos de Prospecção* e Scielo retornaram números muito menores ou até mesmo zero para determinados termos. Essa diferença pode ser atribuída à abrangência e aos critérios de indexação de cada plataforma, mas também levanta questões sobre a visibilidade e a acessibilidade de pesquisas especializadas.

A predominância do termo “empreendedor” (92,48% dos resultados) reflete um viés na literatura em focar nos modelos consolidados, negligenciando atores periféricos. Drahos (2002) argumenta que sistemas de PI são frequentemente desenhados para grandes corporações, marginalizando microempreendedores. Isso se confirma na ausência de estudos sobre a aplicação de marcas coletivas em lojas colaborativas, um mecanismo que poderia fortalecer a identidade coletiva e reduzir custos individuais (Marques, 2021).

O Quadro 3 traz os resultados do escopo deste trabalho: a busca por produções acadêmicas relacionadas à proteção intelectual e lojas colaborativas.

A busca por “proteção de marcas” AND “microempreendedorismo”, como destacado em amarelo no Quadro 3, retornou zero resultados nas bases pesquisadas – em todas, inclusive no Google, conforme descrito no início deste tópico –, o que pode indicar um desinteresse em pesquisas que envolvam a proteção do maior ativo desses microempreendedores, comparado com os pouquíssimos resultados dos termos associados à proteção intelectual: “direito autoral” AND “microempreendedorismo”, “proteção intelectual” AND “microempreendedorismo”, “transferência tecnológica” AND “microempreendedorismo”.

Duas das bases utilizadas para as buscas (*Cadernos de Prospecção* e Scielo) só retornaram resultados para o termo “empreendedor” entre os termos pesquisados, e numa quantidade inferior às outras bases de buscas, como destacado em cor laranja no Quadro 3.

Na cor cinza, no Quadro 3, destaca-se os achados de termos pesquisados que só foram apresentados na busca em somente uma das bases utilizadas no trabalho. Com destaque para a BDN-UnB e o Google Acadêmico nas pesquisas dos termos “transferência tecnológica” AND “lojas colaborativas”, “proteção intelectual” AND “lojas colaborativas”, “proteção de marcas” AND “lojas colaborativas”, e “propriedade intelectual” AND “microempreendedorismo”, “transferência tecnológica” AND “microempreendedorismo”, “proteção intelectual” AND “microempreendedorismo” e “direito autoral” AND “microempreendedorismo”, respectivamente.

O Quadro 3 ainda mostra o total de achados por base de busca utilizada neste trabalho, e os maiores números ficam com o Google Acadêmico, Oasis, Capes, BDN-UnB, Repositório UnB, Scielo e *Revista de Prospecção*.

Foram utilizadas as cores amarela para os casos em que todos os campos de todas as bases de pesquisa retornaram “0” (zero) como resultado; o azul para os campos que retornaram “0” (zero) como resultado em bases específicas; o cinza para os termos que só retornaram resultados em apenas uma base de pesquisa; o laranja para bases que só retornaram resultados para somente um termo pesquisado; e o verde para o maior número de achados.

Se filtrássemos para que os termos estivessem integralmente, quando os termos aparecem simultaneamente no título ou no texto, ou nos títulos das produções acadêmicas os resultados poderiam ser zerados majoritariamente.

Os campos em azul do Quadro 3 apresentam a dimensão da falta de produção acadêmica para os termos utilizados nas buscas das bases utilizadas neste trabalho, e mais uma vez apresenta a amplitude do campo a ser explorado.

Na leitura de alguns trabalhos acadêmicos encontrados nas buscas, foi possível perceber o direcionamento em relação às próprias lojas colaborativas em si, mas não exatamente com seus expositores que são a principal preocupação deste trabalho, a proteção dos ativos intelectuais dos empreendedores nano e micro.

A última coluna do Quadro 3 mostra a escassez de produção com relação a determinados termos nas buscas nas bases de busca acadêmica. O termo “lojas colaborativas” se aproxima de 10% do termo “microempreendedor”. Enquanto os termos “microempreendedorismo” AND “lojas colaborativas”, “transferência tecnológica” AND “lojas colaborativas”, “transferência tecnológica” AND “microempreendedorismo”, “proteção intelectual” AND “microempreendedorismo” e “direito autoral” AND “microempreendedorismo”, sem contar “proteção de marcas” AND “microempreendedorismo”, ficam abaixo de 10 (dez) resultados, na soma, encontrados nas buscas, indicando termos e temas com excelentes oportunidades para serem explorados em trabalhos acadêmicos.

Pelos achados, a associação entre os termos “inovação” AND “microempreendedorismo”, “proteção de marcas” AND “lojas colaborativas” e “proteção intelectual” AND “lojas colaborativas” apresenta os maiores números de achados, nessa ordem. Pode-se inferir que a inovação por microempreendedores tem atraído alguns pesquisadores.

Como a revista *Cadernos de Prospecção* publica artigos originais de estudos de Prospecções Tecnológicas de Assuntos Específicos envolvendo Propriedade Intelectual, Transferência de Tecnologia e Inovação, teria sido interessante se fossem encontrados resultados nas buscas por termos como: “microempreendedorismo” e “lojas colaborativas”, pois os achados só foram listados quando a busca se deu pelo termo “empreendedorismo” isoladamente, o que não significa que estejam incluídos empreendedores menores e aspirantes.

Considerando o total de achados para todos os termos pesquisados, o Google Acadêmico é o que apresenta maior retorno, com dez vezes mais trabalhos que o Oasis, que apresentou o segundo maior volume de retorno. O Google Acadêmico também foi a base com maior número de retornos, considerando-se a variedade de termos pesquisados, seguido do BDN-UnB e Oasis, respectivamente.

Os termos associados com menores números de achados foram: “proteção intelectual” AND “microempreendedorismo”, “direito autoral” AND “microempreendedorismo”, “microempreendedorismo” AND “lojas colaborativas” e, “proteção intelectual” AND “lojas colaborativas”.

Mais de 57% dos campos dos termos utilizados na pesquisa retornaram “0” (zero) como resultado. Somente o campo de pesquisa utilizando o termo “empreendedor” retornou resultado positivo diferente de zero em todas as bases utilizadas neste trabalho, sendo responsável por mais de 92% dos resultados encontrados.

A integração entre lojas colaborativas e instituições de fomento à PI, programas de capacitação e parcerias com órgãos como o Sebrae e o INPI poderiam desempenhar um papel crucial na superação dos desafios do acesso dos empreendedores a informações e recursos, promovendo a conscientização e facilitando o acesso aos mecanismos de proteção intelectual.

Quadro 3 – Destaque dos resultados da pesquisa em que somente uma base de busca retornou resultados e em que nenhuma retornou resultados

TERMO PESQUISADO	BASE DE BUSCA E QUANTIDADE DE RESULTADOS ENCONTRADOS							TOTAL DE ACHADOS POR TERMO
	BDM-UNB	REPOSITÓRIO UNB	CADERNOS DE PROSPECÇÃO	SCIELO	CAPES	GOOGLE ACADEMICO	OASIS	
“lojas colaborativas”	943	112	0	0	2	138	15	1.210
“loja colaborativa”	943	112	0	0	2	179	15	1.251
“microempreendedor”	38	38	0	0	201	11.800	710	12.787
“microempreendedorismo”	3	3	0	0	14	1.160	56	1236
“empreendedor”	587	1.028	16	173	4.259	197.000	18.499	221.562
“microempreendedorismo” AND “lojas colaborativas”	0	1	0	0	0	5	0	6
“propriedade intelectual” AND “lojas colaborativas”	29	78	0	0	0	29	0	136
“transferência tecnológica” AND “lojas colaborativas”	8	0	0	0	0	0	0	8
“inovação” AND “lojas colaborativas”	3	0	0	0	0	86	1	90
“proteção intelectual” AND “lojas colaborativas”	11	0	0	0	0	0	0	11
“proteção de marcas” AND “lojas colaborativas”	372	0	0	0	0	0	0	372
“direito autoral” AND “lojas colaborativas”	31	0	0	0	0	4	0	35
“propriedade intelectual” AND “microempreendedorismo”	0	0	0	0	0	81	0	81
“transferência tecnológica” AND “microempreendedorismo”	0	0	0	0	0	6	0	6
“inovação” AND “microempreendedorismo”	0	0	0	0	2	750	9	761
“proteção intelectual” AND “microempreendedorismo”	0	0	0	0	0	3	0	3
“proteção de marcas” AND “microempreendedorismo”	0	0	0	0	0	0	0	0
“direito autoral” AND “microempreendedorismo”	0	0	0	0	0	4	0	4
Total de achados por base	2.968	1.372	16	173	4.480	211.245	19.305	239.559

Nota: Buscas realizadas em junho de 2024.
Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo (2024)

Gráfico 2 – Hierarquia dos resultados das buscas dos mesmos termos encontrados no Quadro 1



Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo (2024)

O Gráfico 2 evidencia a predominância de produções acadêmicas voltadas para determinados temas ou termos, como “empreendedor”, enquanto outros permanecem pouco explorados, especialmente aqueles relacionados a microempreendedores e empreendedores de menor porte – em particular os informais, que muitas vezes sequer são categorizados, apesar de sua contribuição significativa para a economia do país.

Entre os termos pesquisados, “empreendedor” domina o retorno de resultados com 92,48%, seguido do termo “microempreendedor” com 5,33%, restando 0,001% para os termos associados “proteção intelectual” AND “microempreendedorismo”.

O mesmo termo, “empreendedor”, em diferentes bases, Google Acadêmico e Oasis já é significativo. O resultado para esse termo retornado pelo Oasis não chega a 10% do resultado retornado pelo Google Acadêmico, cabendo um questionamento: será que a base do Google Acadêmico é mais ampla? Ou pesquisaria tipos de documentos mais diversificados? Ou outro motivo?

Na base da *Cadernos de Prospecção* foram encontrados 16 resultados para o termo “empreendedor” entre os termos utilizados neste trabalho no intervalo de tempo de 2009 a 2025, resultando como publicações os títulos:

1) Pensamento Empreendedor, uma Alternativa para a Internalização do Empreendedorismo.

- 2) Panorama sobre Métricas e Parâmetros do Empreendedorismo, sua Evolução e Mapeamento Patentário – RSL.
- 3) Tendências no Uso de Inteligência Artificial e sua Influência na Requalificação da Força de Trabalho no Setor Público.
- 4) Educação Empreendedora: uma análise da metodologia do ensino de empreendedorismo no ensino médio do IFCE, Câmpus Cedro.
- 5) Marcas Coletivas: análise da marca coletiva “Vinho de Inverno” na viticultura do Distrito Federal.
- 6) Estudo dos Registros de Marcas em Empresas do Vale do Taquari, RS: diagnóstico e propostas para melhoramentos.
- 7) Plataforma Web de Indicadores Nacionais de CT&I: uma ferramenta de apoio à gestão na Setec/AP.
- 8) Mapeamento Tecnológico de Equipamentos de Aferição da Qualidade do Gesso.
- 9) Impactos da Covid-19 na Economia: limites, desafios e políticas.
- 10) Educação Empreendedora na Base da Inovação: análise de um Case de sucesso no empreendedorismo catarinense de base universitária.
- 11) Atitudes, Habilidades e Aspirações no Ecossistema de Empreendedorismo da América Latina.

- 12) Prospecção Tecnológica, Propriedade Intelectual e Inovação.
- 13) Capacidade Inovativa sobre a Ótica Patentária Brasileira do Emprego de Nanotecnologias na Indústria Têxtil.
- 14) Avaliação da Capacidade Inovativa sobre a Ótica Patentária Brasileira do Emprego de Biotecnologias na Indústria Têxtil.
- 15) Avaliação de Patentes e Inovação. Métodos e Problemas.
- 16) Cooperação Intra-Acadêmica: Pesquisador-Agente Apoiando Pesquisador-Empreendedor.

Porém nenhum dos textos abordam a intersecção “empreendedor” e “lojas colaborativas”. Empreendedores expositores nessas lojas possuem perfis e competências diferenciadas, desde o tipo e estrutura do empreendimento até a visão comercial de suas marcas.

Quando se pensa no termo “loja colaborativa”, eixo do tema objeto deste estudo, pode ser observado no Gráfico 3 a quantidade de achados que teve maior ocorrência na base da Biblioteca Digital da Produção Intelectual Discente da Universidade de Brasília (BDM) composta de trabalhos de graduação com 943 achados, não significando que os trabalhos sejam sobre a temática de lojas colaborativas, mas que aparecem em algum momento nos textos dos

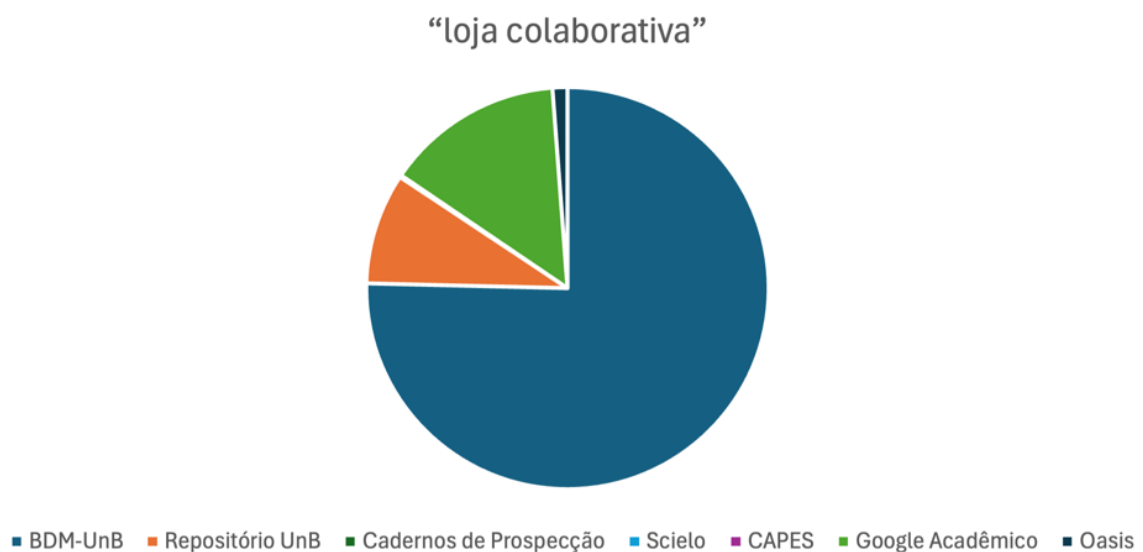
graduandos. Seguido dos achados no Google Acadêmico (179) e do Repositório Institucional da UnB, composto de produções acadêmicas das pós-graduações, com 112 resultados. Há uma pequena fatia de 15 achados no Oasis, e com apenas dois achados a base Capes.

A escassez de pesquisas sobre a proteção intelectual de microempreendedores e expositores em lojas colaborativas tem implicações práticas significativas. A falta de conscientização sobre a importância da PI pode resultar em perdas econômicas, desincentivo à inovação e aumento da informalidade. Além disso, a complexidade e o custo associados ao registro de marcas e patentes podem ser barreiras intransponíveis para muitos microempreendedores.

No entanto, os resultados também apontam para oportunidades promissoras. A associação entre inovação e microempreendedorismo, por exemplo, sugere um campo fértil para pesquisas futuras. Estratégias para simplificar e democratizar o acesso à propriedade intelectual, como programas de assistência técnica e financeira, podem ser exploradas para atender às necessidades desses empreendedores.

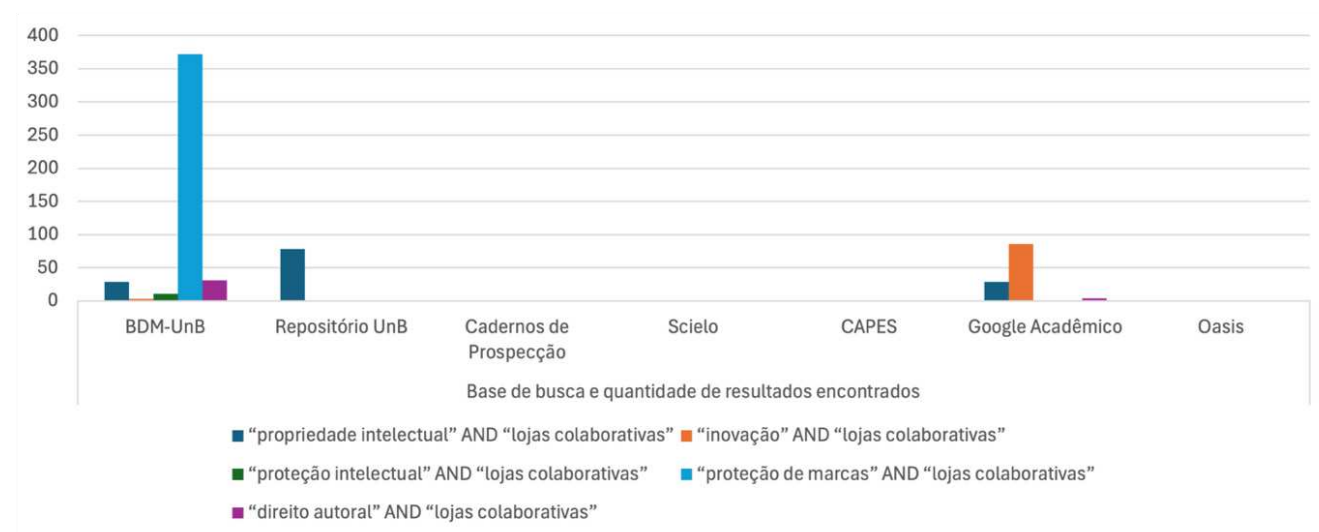
O Gráfico 4 mostra os achados para as intersecções da propriedade intelectual, inovação e lojas colaborativas, intersecções do eixo deste trabalho. Com os melhores resultados para os termos “proteção de marca” AND “lojas colaborativas” e dos termos “propriedade intelectual” AND “lojas colaborativas”, seguido de “inovação” AND “lojas colaborativas”.

Gráfico 3 – Proporção dos achados pesquisando o termo central do trabalho



Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo (2024)

Gráfico 4 – Resultados das interseções Propriedade Intelectual, Inovação e Lojas Colaborativas



Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo (2024)

A análise dos dados apresentados no Quadro 3 e nos Gráficos 1, 2, 3 e 4 revela uma lacuna significativa na produção acadêmica voltada para a proteção intelectual de microempreendedores e expositores em lojas colaborativas. A ausência de resultados para termos como “proteção de marcas” AND “microempreendedorismo” e “proteção intelectual” AND “lojas colaborativas” sugere que há uma desconexão entre as discussões sobre empreendedorismo e as necessidades práticas desses atores econômicos. Essa lacuna pode ser atribuída à falta de conscientização sobre a importância da propriedade intelectual para microempreendedores, bem como à escassez de políticas públicas e iniciativas acadêmicas que abordem essa interseção.

Além disso, a predominância do termo “empreendedor” nos resultados das buscas, em detrimento de termos mais específicos como “microempreendedor” e “lojas colaborativas”, reflete uma tendência da literatura acadêmica de focar em empreendedores de maior escala ou em modelos de negócios consolidados. Isso pode ser problemático, uma vez que microempreendedores e expositores em lojas colaborativas enfrentam desafios únicos, como a falta de recursos financeiros e técnicos para proteger suas marcas e inovações. A ausência de pesquisas que abordem essas particularidades limita o desenvolvimento de ferramentas e estratégias adequadas a esse público.

Outro aspecto relevante é a disparidade entre os resultados obtidos no Google Acadêmico e em outras bases de dados, como o Oasis e a BDN-UnB. Enquanto o Google Acadêmico apresentou um volume significativamente maior de resultados, outras bases retornaram números muito menores ou até mesmo zero para determinados termos.

Essa diferença pode ser explicada pela abrangência e pelos critérios de indexação de cada plataforma, mas também levanta questões sobre a acessibilidade e a visibilidade de pesquisas especializadas. É possível que muitos estudos relevantes não estejam sendo devidamente indexados ou divulgados, o que limita seu impacto e utilidade para pesquisadores e profissionais.

A escassez de pesquisas sobre a proteção intelectual de microempreendedores e expositores em lojas colaborativas também pode estar relacionada à percepção de que esses temas são de menor relevância acadêmica ou prática. No entanto, essa visão é equivocada, uma vez que microempreendedores representam uma parcela significativa da economia, especialmente em países em desenvolvimento como o Brasil. A falta de proteção adequada para seus ativos intelectuais pode resultar em perdas econômicas, desincentivo à inovação e aumento da informalidade. Portanto, é essencial que a academia e os formuladores de políticas reconheçam a importância desses temas e incentivem pesquisas que abordem suas particularidades.

Uma possível explicação para a baixa incidência de pesquisas sobre a proteção intelectual de microempreendedores é a complexidade e o custo associados ao registro de marcas e patentes. Muitos microempreendedores podem não ter conhecimento sobre os procedimentos necessários ou podem considerar o processo burocrático e dispendioso. Nesse contexto, é fundamental que pesquisas futuras explorem estratégias para simplificar e democratizar o acesso à propriedade intelectual, como a criação de programas de assistência técnica e financeira voltados para microempreendedores.

Apesar dos desafios identificados, os resultados deste trabalho também apontam para oportunidades promissoras. A associação entre os termos “inovação” AND “microempreendedorismo” e “proteção de marcas” AND “lojas colaborativas” apresentou um número relativamente maior de achados, sugerindo que esses temas estão começando a ganhar atenção na academia. Esses achados podem servir como ponto de partida para pesquisas futuras que explorem, por exemplo, como a inovação pode ser incentivada e protegida no contexto das lojas colaborativas, ou como estratégias de proteção intelectual podem contribuir para o crescimento e a sustentabilidade de microempreendedores.

Por fim, é importante destacar o papel das instituições de ensino e pesquisa no fomento a estudos sobre propriedade intelectual e microempreendedorismo. A inclusão desses temas em programas de pós-graduação, a promoção de eventos acadêmicos e a criação de grupos de pesquisa interdisciplinares podem contribuir para o avanço do conhecimento nessa área. Além disso, parcerias entre universidades, órgãos governamentais e organizações do terceiro setor podem facilitar o desenvolvimento de políticas públicas e iniciativas práticas que atendam às necessidades dos microempreendedores.

4 Considerações Finais

Este estudo evidenciou que a proteção intelectual em lojas colaborativas permanece um tema negligenciado, apesar de seu potencial para impulsionar a inovação e a formalização de microempreendedores. Apenas 0,05% da produção acadêmica analisada abordou termos como “PI” AND “microempreendedorismo”, confirmando a hipótese inicial de uma lacuna estrutural.

Os resultados indicam que há uma produção considerável em relação ao termo “empreendedor”, mas não estritamente do perfil de empreendedor que “aluga” espaços em lojas colaborativas, formado por nanos e microempreendedores, artesãos, criativos, pessoas físicas empreendedoras com capital minúsculo no sentido de classificação dos tamanhos de empreendedores.

As próprias lojas colaborativas podem exercer esse papel de levar informação e conhecimento acerca da propriedade intelectual para seus locatários/marcas.

A produção que aborda microempreendedores também é considerável. Tanto microempreendedores quanto empreendedores, pelos resultados das buscas, se entrelaçam ou se cruzam em algum momento com os termos e com a temática da inovação e da propriedade intelectual. O principal ativo de expositores em lojas criativas, sem dúvida, se trata de suas marcas. Considerando-se o resultado das buscas a relação dos termos “proteção de marcas” e

“microempreendedorismo” e “proteção de marcas” e “lojas colaborativas” se mostrou escasso ou inexistente como a relação dos primeiros termos (“proteção de marcas” e “microempreendedorismo”).

Uma vantagem da produção sobre propriedade intelectual para empreendedores minúsculos está no fato de que ainda incipiente em seus projetos, podem reduzir a probabilidade de não conseguirem registrar suas marcas ou produtos ou serviços quando já estiverem estruturados economicamente.

A discussão sobre inovação nas lojas colaborativas também revelou a necessidade de uma abordagem mais abrangente, que considere não apenas a inovação de produtos, mas também a inovação organizacional e de marketing (OCDE, 2005). Por exemplo, a adoção de estratégias colaborativas para promoção e comercialização de marcas pode ampliar o impacto desses negócios, ao mesmo tempo que fortalece a proteção coletiva dos ativos intelectuais.

Os resultados deste trabalho evidenciam uma lacuna significativa na produção acadêmica voltada para a proteção intelectual de microempreendedores e expositores em lojas colaborativas. A predominância de pesquisas sobre empreendedores de maior escala e a escassez de estudos sobre temas específicos, como a proteção de marcas e a transferência tecnológica, sugerem a necessidade de uma mudança de foco na agenda de pesquisa. Além disso, a disparidade entre os resultados obtidos em diferentes bases de dados indica a importância de aprimorar a indexação e a divulgação de pesquisas especializadas.

Como contribuição prática, sugere-se a criação de *hubs* de inovação em lojas colaborativas, integrando capacitação em PI, mentoria jurídica e subsídios para registros. Cavalheiro (2019) destaca que 75% das *startups* fracassam por negligenciar a PI, um risco que também ameaça os microempreendedores.

5 Perspectivas Futuras

A produção acerca da interseção dos termos/temas objetos da pesquisa ainda é insipiente, mas acredita-se num crescimento, já que lojas colaborativas têm se tornado objetos de pesquisa, principalmente em trabalhos de conclusão de cursos de graduação, abrindo caminhos para estudos com abordagem nos expositores que compõem e estruturam essas lojas.

Para superar os desafios identificados, é essencial que pesquisas futuras explorem estratégias para simplificar e democratizar o acesso à propriedade intelectual, bem como o papel de tecnologias emergentes nesse processo. Além disso, é fundamental que instituições de ensino e pesquisa,

órgãos governamentais e organizações do terceiro setor colaborem para promover estudos e iniciativas práticas que atendam às necessidades dos microempreendedores. A inclusão desses temas em programas de pós-graduação e a promoção de eventos acadêmicos também pode contribuir para o avanço do conhecimento nessa área.

Para futuras pesquisas, recomenda-se explorar: o impacto de marcas coletivas em lojas colaborativas (ex.: “Vinho de Inverno” no DF (Magalhães; Aveni, 2024) conforme indicado na *Cadernos de Prospecção*, 2024); e a eficácia de plataformas digitais de registro de PI para empreendedores informais; a relação entre PI e sustentabilidade em negócios colaborativos, tema emergente em OCDE (2023). Outros mercados com potencial para a proteção intelectual encontram-se em feiras e eventos expositivos e colaborativos – dos quais participam muitos empreendedores nômades, e encontra-se a oferta de produtos e serviços de artesanos, *designers*, artistas etc.

Referências

- BRASIL. Lei n. 10.973, de 2 de dezembro de 2004. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2 dez. 2004. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp214.htm. Acesso em: 23 jan. 2025.
- BRASIL. Lei Complementar n. 214, de 16 de janeiro de 2025. Institui o Imposto sobre Bens e Serviços (IBS), a Contribuição Social sobre Bens e Serviços (CBS) e o Imposto Seletivo (IS); cria o Comitê Gestor do IBS e altera a legislação tributária. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 2025. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp214.htm. Acesso em: 23 jan. 2025.
- BRASILEIRO, A. M. M. **Como produzir textos acadêmicos e científicos**. São Paulo: Contexto, 2021.
- CAVALHEIRO, Gabriel Marcuzzo. **Guia da propriedade intelectual para empreendedores**. [S.l.]: Edição do Kindle, 2019.
- CNI – CONSELHO NACIONAL DA INDÚSTRIA. **Propriedade intelectual para micro e pequenas empresas**. Brasília, DF: CNI, 2017.
- DRAHOS, P. **Global intellectual property law**. [S.l.]: Edward Elgar Publishing, 2002.
- MAGALHÃES, L. M.; AVENI, A. Marcas Coletivas: análise da marca coletiva “Vinho de Inverno” na viticultura do Distrito Federal. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, v. 17, n. 1, p. 18-32, ago. 2024. DOI: 10.9771/cp.v17i1.55669.
- MARQUES, José Roberto. Loja colaborativa: entenda seu conceito e funcionamento. **Instituto Brasileiro de Coaching**, 2021. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/porta/loja-colaborativa-entenda-seu-conceito-e-funcionamento/>. Acesso em: 1º fev. 2025.
- OCDE – ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. Manual de Oslo: diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. ed. Paris: OCDE, 2005. Disponível em: <https://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>. Acesso em: 22 maio 2024.
- OLIVEIRA, Elton Henrique Alves de. **Propriedade intelectual para startups: ênfase em marca, patente, programa de computador e desenho industrial**. [S.l.]: Edição do Kindle, 2019.
- OMPI – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL; INPI – ORGANIZAÇÃO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Curso geral de propriedade intelectual: DL101PBR**. Brasília, DF: OMPI; INPI, 2018.
- PORTAL DA INDÚSTRIA. **Qual a definição de micro e pequena empresa?** 2024. Disponível em: <https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/micro-e-pequena-empresa/>. Acesso em: 21 maio 2024.
- SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Economia criativa: artesanato do hobby ao empreendimento em Imperatriz**. 2025. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/economia-criativa-artesanato-de-hobby-a-empreendimento-em-imperatriz_ac945ae30c2e7810VgnVCM1000001b00320aRCRD. Acesso em: 1º fev. 2025.
- SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Ideias de negócio: loja colaborativa**. 2024a. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/loja-colaborativa,8af2251092cff610VgnVCM1000004c00210aRCRD#apresentacao-de-negocio>. Acesso em: 21 maio 2024.
- SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Lojas colaborativas (2015): veja quais são as vantagens de investir numa loja colaborativa**. 2024b. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/veja-quais-sao-as-vantagens-de-investir-numa-lojacolaborativa,9cf34cd7eb34f410VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 24 set. 2024.
- SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Tudo o que você precisa saber sobre o EIRELI**. 2024c. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/go/artigos/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-eireli,0b5960ef67f4d610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 21 maio 2024.
- SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS

MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Lojas colaborativas como oportunidade**. Boletim Artesanato, 2014. Disponível em: http://www.sebraemercados.com.br/wp-content/uploads/2015/10/2014_04_24_BO_Fev_Artesanato_LojasColaborativas.pdf. Acesso em: 22 ago. 2024.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Loja colaborativa: o que é, como funciona, vantagens e como participar**. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/loja-colaborativa-o-que-e-como-funciona-vantagens-e-como-participar,3a5a33e06c9cf510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 1º fev. 2025.

VILLARINHO, Wanderley. 5 motivos para investir em uma loja colaborativa. **Vem ver! Ipog**, 2025. Disponível em: <https://blog.ipog.edu.br/gestao-e-negocios/loja-colaborativa/>. Acesso em: 1º fev. 2025.

Sobre os Autores

Alexsandro de Brito Almeida

E-mail: alexsandroefi@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-3350-2810>

Especialista em Gestão e Políticas Públicas em Gênero e Raça pela Universidade de Brasília em 2016. Mestrando em Propriedade Intelectual e Transferência da Tecnologia para a Inovação pela Universidade de Brasília.

Endereço profissional: Endossa BsB, CLS 306, Bloco A, Loja 30, Asa Sul, Brasília, DF. CEP: 70353-510.

Sônia Marise Salles Carvalho

E-mail: smarises1960@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3069-1298>

Doutora em Sociologia do Trabalho pela Universidade de Brasília em 2008.

Endereço profissional: UnB, Câmpus Universitário Darcy Ribeiro, Asa Norte, Brasília, DF. CEP: 70910-900.

Tânia Cristina da Silva Cruz

E-mail: taniacristina75@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5673-6784>

Doutora em Sociologia do Trabalho pela Universidade de Brasília em 2006.

Endereço profissional: UnB, Campus Universitário Darcy Ribeiro, Asa Norte, Brasília, DF. CEP: 70910-900.

Tiago Magalhães Machado

E-mail: advogadotiago@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-0169-2486>

Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência da Tecnologia para a Inovação pela PROFNIT – Universidade de Brasília em 2024.

Endereço profissional: UnB, Câmpus Universitário Darcy Ribeiro, Asa Norte, Brasília, DF. CEP: 70910-900.