



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

## EMPREENDEDORISMO SOCIAL COMO AGENTE DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL E O DESIGNER EMPREENDEDOR

*Social entrepreneurship as a social transformation agent and the  
entrepreneurial designer*

De Abreu, Monique Cristiane ; Mestranda; Universidade Estadual de Santa Catarina,  
monique\_c.a@hotmail.com<sup>1</sup>

Da Rosa, Lucas; PhD; Universidade Estadual de Santa Catarina,  
darosa.lucas@gmail.com<sup>2</sup>

Silveira, Icléia; PhD; Universidade Estadual de Santa Catarina,  
icleiasilveira@gmail.com<sup>3</sup>

**Resumo:** O empreendedorismo de modo geral surge em meio a necessidade de ocupar lacunas no mercado ou em serviços, no qual o governo ou grandes empresas não conseguem suprir a demanda exigida pelo consumidor. Se tratando do empreendedorismo de impacto social, ele surge com as mesmas características do empreendimento de forma geral, mas se ressalta que seus serviços ou produtos visam impactar a sociedade, por meio de suas ações sustentáveis e justas. O objetivo deste artigo, é apontar as principais características de um empreendimento de impacto social, também conhecido negócio social e compreender as motivações do Designer como empreendedor. Foi realizada pesquisa bibliográfica de livros, artigos e dissertações *online* sobre o assunto abordado, diferenciar o negócio social de projeto ou programa beneficente é uma problemática recorrente no meio social, e buscar compreender as motivações que os empreendedores possuem para se arriscar em algo independente ao Designer.

**Palavras chave:** Empreendedorismo; impacto social; designer social.

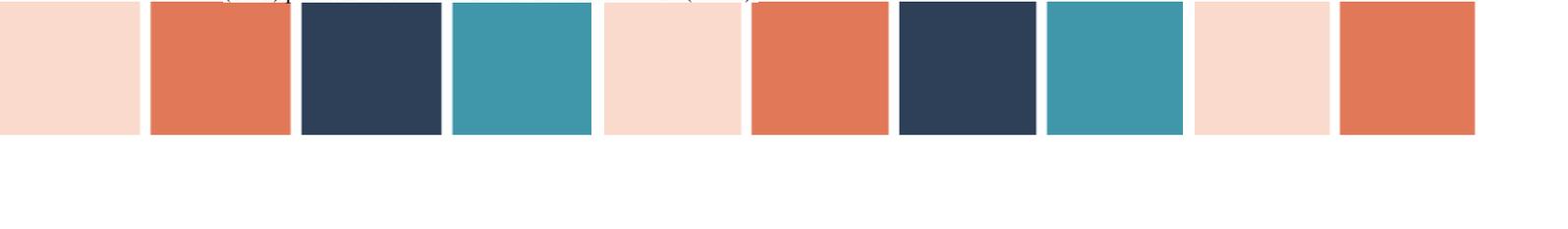
**Abstract:** Entrepreneurship in general arises amid the need to fill gaps in the market or services, in which the government or large companies cannot meet the demand demanded by the consumer. When it comes to social impact entrepreneurship, it appears with the same characteristics of the enterprise in general, but it is emphasized that its services or products aim to impact society, through its sustainable and fair actions. The aim of this article is to point out the main characteristics of a social impact enterprise, also known as a social business and to understand the motivations of the Designer as an entrepreneur. Bibliographic research of books, articles and

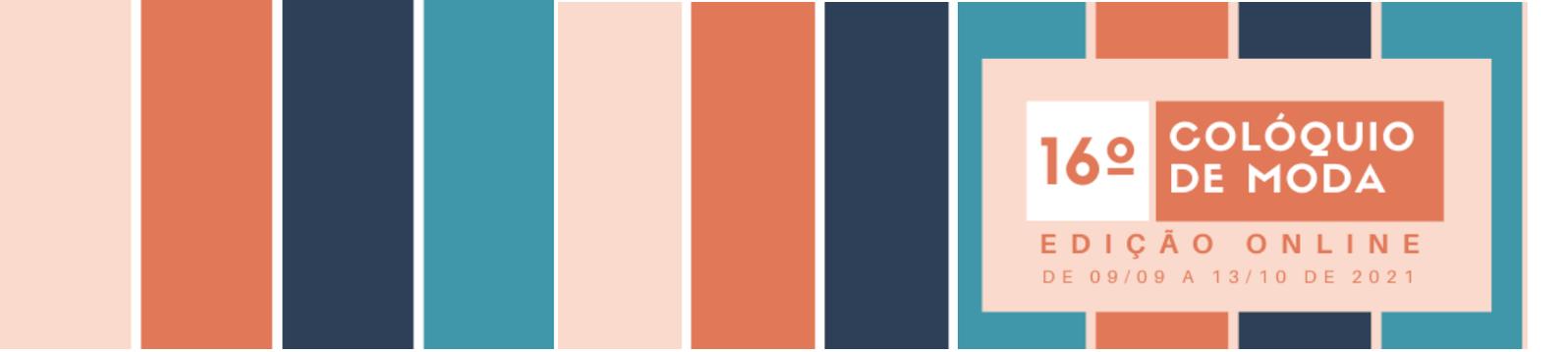
---

<sup>1</sup>Designer de moda (2017), graduada pela Universidade do Estado de Santa Catarina. Mestranda do Mestrado Profissional em Design de Vestuário e Moda (previsão de término em 2022).

<sup>2</sup>Doutor em Design (Ano 2012) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Atualmente é professor efetivo na UDESC, trabalhando no Bacharelado em Moda e no Programa de Pós-Graduação do Mestrado Profissional de Design de Vestuário e Moda (PPGModa). Tem experiência no Setor de Moda, com ênfase na Tecnologia do Vestuário.

<sup>3</sup>Doutora em Design (2011) pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Mestre em Engenharia da Produção (2003) pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Especialista em Desenho Industrial, Estilismo e Modelagem de Moda (1992) pela Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

dissertations was carried out online on the subject addressed, differentiating the social business from a project or charitable program is a recurring problem in the social environment, and seeking to understand the motivations that entrepreneurs have to take risks in something independent from the Designer.

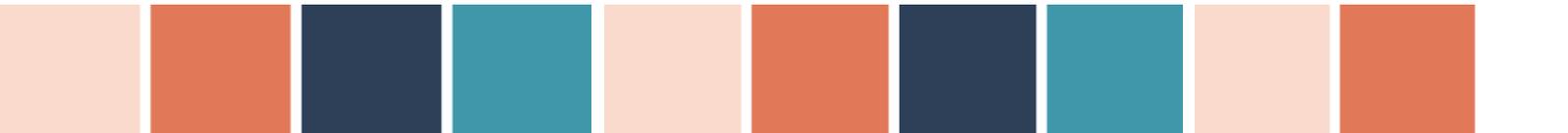
**Keywords:** Entrepreneurship; social impact; social designer.

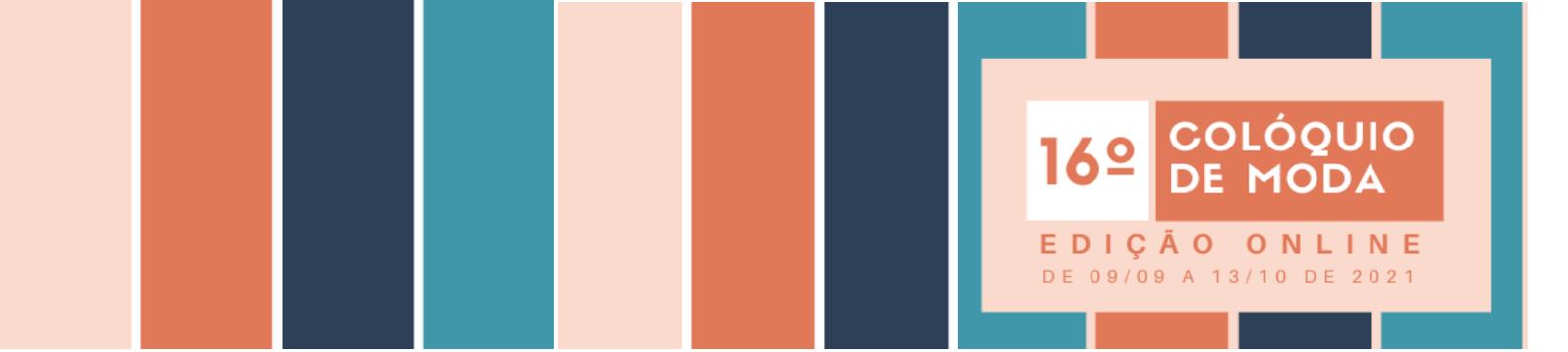
## Introdução

O empreendedorismo social possui ligação com a transformação social por intermédio da educação e formação empreendedora. Nesse sentido, dependendo da necessidade de empreender, se relaciona com a área educacional, saúde, meio ambiente, geração de renda, dentre outras, ou seja, possui relação com a geração de produtos e serviços que tendem a beneficiar a sociedade. Quando ao empreendedorismo remete-se a proposta de atender o mercado que possa pagar pelo serviço oferecido, ou seja, a finalidade é gerar lucro para o empreendedor ou investidores.

No contexto da sociedade contemporânea, observa-se que para além da lucratividade, muitas empresas passaram a ser cobradas pela forma de gerenciamento de resíduos que afetam o meio ambiente e seus impactos sociais na comunidade. Em outras palavras, o empreendedorismo social não tem somente a finalidade de gerar lucro, mas tem como objetivo principal resolver problemas sociais, ou seja, se tornar um agente de transformação da coletividade.

A proposta de valor do empreendedor social tem como base, estimular a população local, geralmente em situação de vulnerabilidade socioeconômica e civil, a inovar de forma significativa sendo capaz de transformar sua própria vida e o local que está inserido na sociedade. Nos últimos anos, em especial, por conta da crise mundial que se revelou a partir de 2008, alcançou muitos setores da economia tiveram resultados desfavoráveis, e no Brasil não foi diferente. A partir de 2019 os problemas econômicos em nível mundial se agravam por conta da pandemia ocasionada pela COVID-19, e empreender tem sido uma das saídas para gerar renda e recurso para a sobrevivência dos brasileiros.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Diante do exposto, o objetivo dessa pesquisa é compreender as características do empreendedorismo de impacto social e sua atuação como agente de transformação social, as diferenças da instituição beneficente, as características e motivações do *designer* como empreendedor de impacto social.

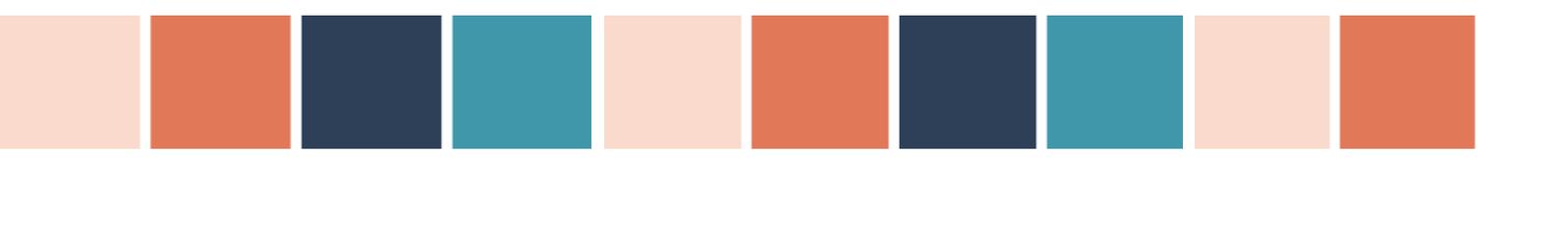
O estudo tem o caráter de pesquisa básica, qualitativa e descritiva. Os procedimentos técnicos tiveram como base a pesquisa bibliográfica, de livros, teses, dissertações e artigos científicos para realizar o embasamento teórico, a fim de buscar conhecimento sobre estudos que se relacionam ao tema, empreendedorismo social, negócio social de impacto.

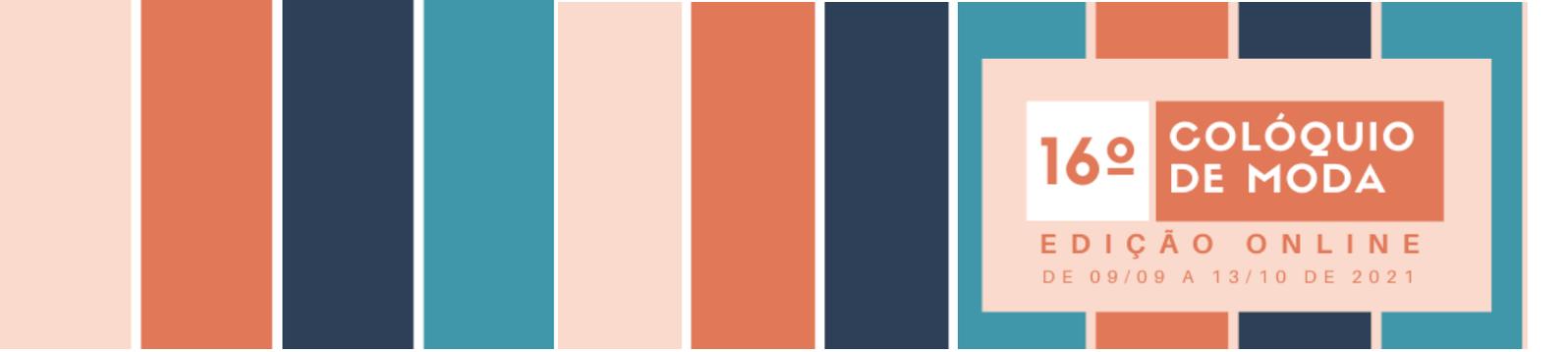
A importância do tema desta pesquisa está relacionada com o desenvolvimento de programas e projetos sociais que buscam por meio do empreendimento de impacto social, agir como agente de transformação individual e coletivo. E percebendo a necessidade de bases para nortear e elaborar esses empreendimentos, autores como Muhammad Yunus, Fernando Dolabela, Francisco Paulo de Melo Neto e César Froes serão citados para que a construção deste artigo seja de forma efetiva e com embasamento em diretrizes coerentes.

### **Empresa social, negócio social e empreendedorismo de impacto social**

O empreendedorismo de impacto social vem conquistando um espaço relevante no mundo, onde está não somente em organizações sem fins lucrativos, mas está presente em empresas privadas que apresentam características de inclusão social, sustentabilidade financeira, ambiental e até mesmo cultural. Diminuir impactos sócio-ambientais, é a nova realidade do empreendedorismo, que busca de alguma forma promover qualidade de vida ao meio em que está inserido, e transformação no modo de pensar o consumo de um determinado produto.

Princípios ligados a culturas que valorizam pequenos negócios tendem a favorecer o desenvolvimento do empreendedorismo





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

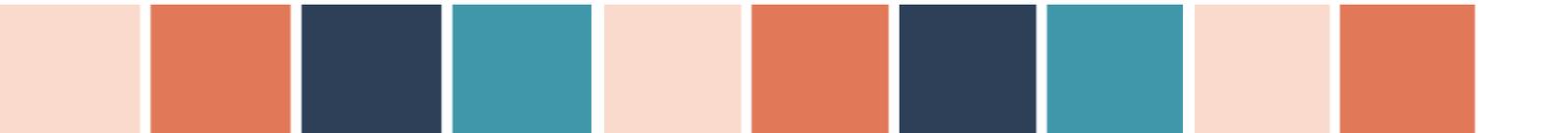
Segundo Dolabela, os pequenos e médios empreendimentos são responsáveis pelas crescentes taxas de empregos formal e informal, pela inovação tecnológica e por uma parcela significativa na economia do país. A pequena empresa surge quando há necessidade de suprir lacunas não atendidas pelas grandes empresas, geralmente atendendo em um nicho específico que demanda do empreendedor, criatividade em perceber uma oportunidade diferente no mercado, contribuindo para o desenvolvimento econômico e benéfico a sociedade.

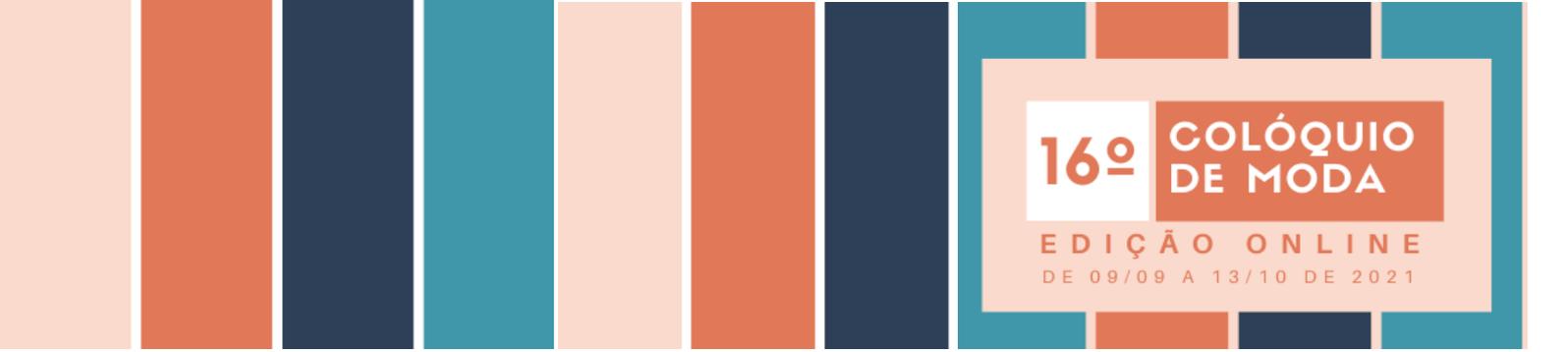
É importante ressaltar que ‘a empresa social não é uma instituição de caridade. É uma empresa em todos os sentidos. Ela deve recuperar todas as suas despesas e, ao mesmo tempo, alcançar seus objetivos sociais’(YUNUS, 2008, p. 36). Um negócio social é administrado de forma diferente a de uma instituição beneficente, que busca com seus recursos criar benefícios a sociedade, sem obter lucro para si, mas ambas visam impactar a sociedade.

Uma empresa social é administrada com os mesmos princípios que uma empresa tradicional, busca recuperar seus custos operacionais ou mais para cumprir com seu papel social, com a execução dos serviços prestados ou vendidos. Segundo Yunus, uma empresa social fornece benefícios à sociedade quando ela produz algo com boa qualidade, a preços justos ou até mais baratos, pois o foco nas vendas não se resume a maximizar seu lucro.

Um aspecto importante a se destacar é que uma empresa social, se difere de uma instituição beneficente ou ONG, pois ela tem como um dos objetivos recuperar aquilo que foi investido. A empresa social pode ter um ou mais investidores e pode também pertencer a uma instituição beneficente, mas o lucro geralmente é revertido para ela mesma, sem retornar para os investidores que muitas vezes se tornam os próprios donos.

Outra aspecto que Yunus aborda, e que é importante entender, é que empresa social e empreendedorismo social não são a mesma coisa, a empresa social faz parte do empreendedorismo social, porém nem todos empreendimentos sociais visam gerar lucro como as empresas sociais. Mas andam lado a lado, com seus valores, responsabilidades e impactos sociais.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

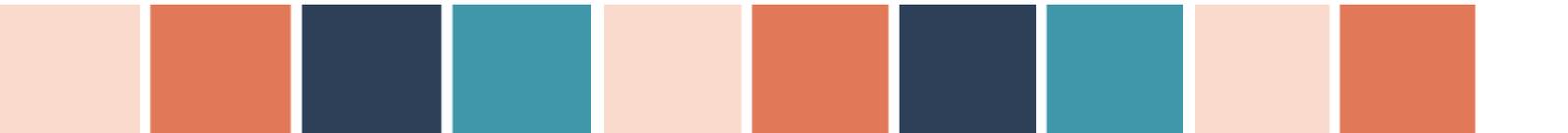
Para Melo Neto e Froes, a empresa social contribui para disseminar novos valores que restauram a solidariedade, a dignidade, o compromisso social e qualidade de vida de todos que vivem em sociedade.

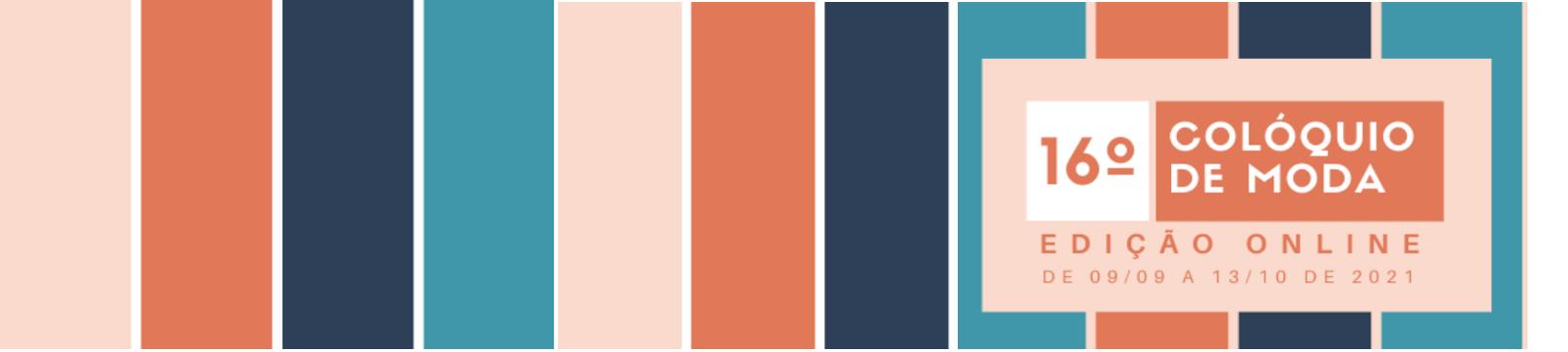
Se tratando de responsabilidade social, é possível perceber um índice maior em pequenas e médias empresas, do que em grandes empresas que geralmente investem mais em ações sociais e filantrópicas, mas não captam resultados para si. A responsabilidade social age com o objetivo de garantir que seus produtos são corretos perante a sua produção, por isso muitas vezes investem em programas educativos e de preservação sócio-ambiental, desta forma visa desenvolver um bom relacionamento com a comunidade em que está inserida a empresa, e busca garantir satisfação aos seus colaboradores valorizando suas capacidades e talentos, alcançando assim o objetivo de aumentar sua produtividade.

Para Melo Neto e Froes (2004, p. 42), o importante para a empresa definir a sua visão de responsabilidade social é a escolha do seu principal foco de atuação, estratégia de ação e papel principal. O foco de atuação de muitas empresas é geralmente na consciência ecológica ou na capacitação de funcionários ou oficinas na comunidade, a estratégia de ação pode ser desde *marketing* de relacionamento com seus consumidores, marketing institucional com seus colaboradores, e os negócios sociais que estas empresas investem. E o último ponto a ser definido, no papel principal da responsabilidade social, que busca disseminar valores, conhecimentos e novas visões de como impactar socialmente.

### **Características e motivações de um designer como empreendedor de impacto social**

O empreendedor social gera valor para a sociedade e um impacto positivo aos seus beneficiários, busca ousar e ser criativo em suas realizações empreendedoras proporcionando inovações e negócios de sucesso. Porém isso não quer dizer que todo empreendedorismo social seja lucrativo, mas visa sempre a melhoria da comunidade onde





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

está localizada, diminuindo assim, a desigualdade social. O empreendedor é o indivíduo que descobre ou está em estado de alerta para obter informação e captar oportunidades que outros não percebem (MACHADO, 2013, p. 26).

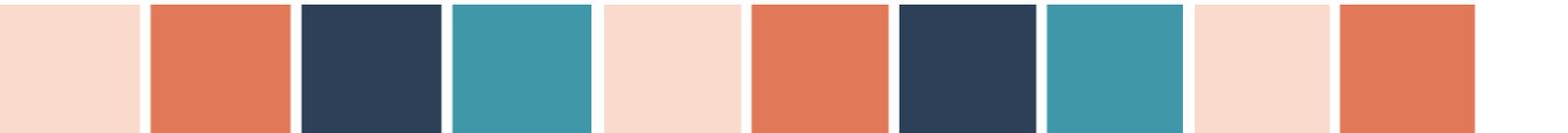
O empreendedorismo de modo geral é pouco abordado na grade curricular nos cursos de Design de Moda, e de uma certa forma os designers de moda formados que querem empreender, necessitam de uma maior preparação durante a criação dos seus negócios, e por tanto necessitam ter uma motivação e capacitação para além de apenas criar peças de vestuário ou acessórios.

Assim como na fase de idealização, do desenvolvimento dos negócios e projetos, é importante ressaltar a necessidade de desenvolver um nível mínimo da gestão empresarial, na grade curricular da moda. Atuar como negócio independente ou com ONG muda a natureza da prática do designer (FLETCHER e GROSE, 2011, p.171). O designer como dissipador de um novo conceito de empreender traz à tona o uso da criatividade e da tecnologia de forma atualizada na produção e execução das tarefas.

Mais do que exercer sua função de criador, o designer passa a gerir muitas partes ou até mesmo todo o projeto, quando se refere ao negócio independente ou em um empreendimento de impacto social. Para um designer de moda trabalhar como empreendedor social, além de ter uma atitude de liderança, autonomia, inovação, criatividade, precisa entender de estratégias de negócios, sabendo como identificar problemas, bem como, os principais aspectos para desenvolver projetos sociais, que possam trazer uma solução.

Além de fazer uso de processos criativos, esse profissional, tem que atuar como um gestor de todos os processos que envolvem o empreendedorismo social. Uma empresa social é projetada e dirigida como um empreendimento, que procura alcançar objetivos sociais (YUNUS, 2008, p. 37). Portanto, o foco principal está em promover ações que possam impactar na vida da sociedade de modo sustentável, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social.

Várias teorias tentam descrever o que move os indivíduos a empreender, quando se trata de empresa social ou empreendedorismo de impacto social.



Para Braga (2013), uma motivação evidente é, a auto realização em se tornar idealizador de um empreendimento, e indivíduos com essa característica, possuem uma predisposição para se dedicarem a funções ou tarefas que envolvam uma maior responsabilidade, que intentem um empenho especial e o quanto a pessoa está disposta a dedicar nas atividades, diz muito sobre o quanto ela está focada em alcançar o objetivo pretendido.

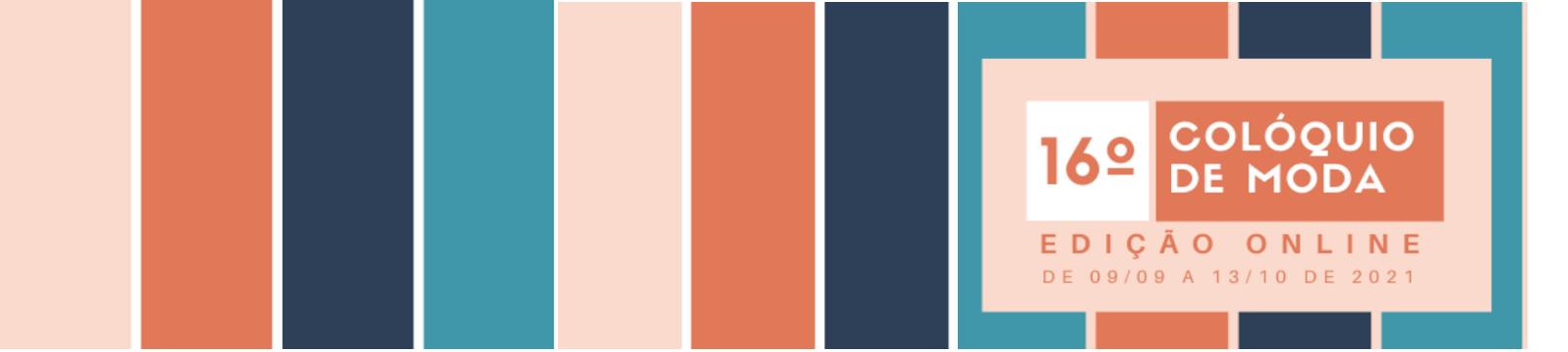
Outra característica, é que o indivíduo possui uma alta necessidade de reconhecimento, e iniciar um novo negócio de modo geral envolve em aceitar os riscos, responsabilidades e zelo com as finanças do empreendimento, bem como a demanda de descobertas de formas criativas e inovadoras de desenvolver produtos ou os serviços prestados.

De acordo com as colocações de Braga (2013), existe uma teoria que ações externas podem impulsionar ao empreendedorismo, como por exemplo, a insatisfação com o seu cargo que está exercendo na empresa, a falta de responsabilidades ou crescimento, contribuem para que um indivíduo com características empreendedoras busque uma oportunidade para empreender.

O empreendedor social tem um olhar diferenciado para o negócio, que visa lucro mais não é o seu foco primário, pois ele entende que muitos problemas sociais podem ser sanados, quando empreende de forma a impactar correta. Dentre os muitos problemas que o mundo enfrenta como a pobreza, o aquecimento global, as pandemias, o e muitos outros. O empreendedorismo social é cada vez mais reconhecido como a solução para esses mesmos problemas sociais. (Sud et al, 2009)

O empreendedor social, segundo (BRAGA 2013) muitas vezes tem sido ligado muito às instituições de filantropia, igrejas, setor não-lucrativo e voluntário. Nomeado terceiro setor vem expandindo em diversas áreas, quer a nível de solucionar os problemas sociais, quer na criação de oportunidades empregos, crescimento da economia e pelo preenchimento das lacunas às quais o Estado não consegue solucionar.

É certo que, a melhor maneira de se trabalhar nesse segmento é combinar os setores privados e públicos, deste modo unindo as capacidades e conhecimentos de ambas



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

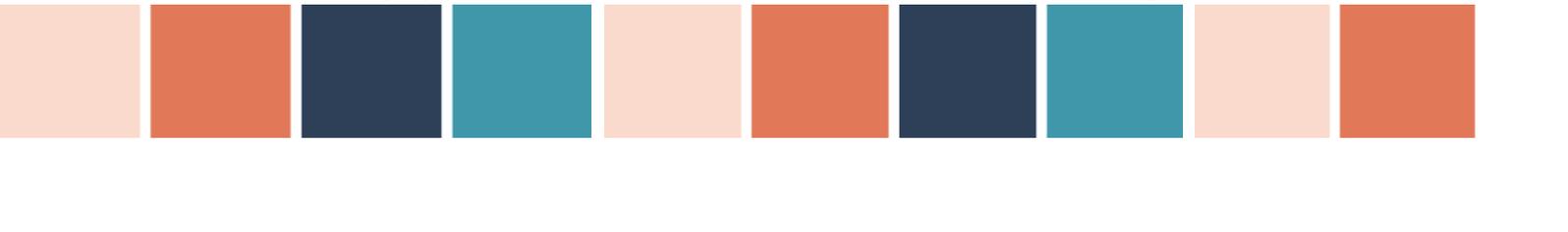
as partes, favorecendo para que a transformação social e os benefícios, sejam mais eficazes na atuação. O designer como empreendedor e criador independente do governo, possibilita ao designer, de forma livre a escolha dos projetos que serão realizados, e a conexão dos próprios designer com a cadeia produtiva, com outros designer, artesãos, e comunidades em torno do empreendimento, que muitas vezes são menos favorecidas, com o surgimento de postos de trabalhos naquela determinada área (FLETCHER, 2011).

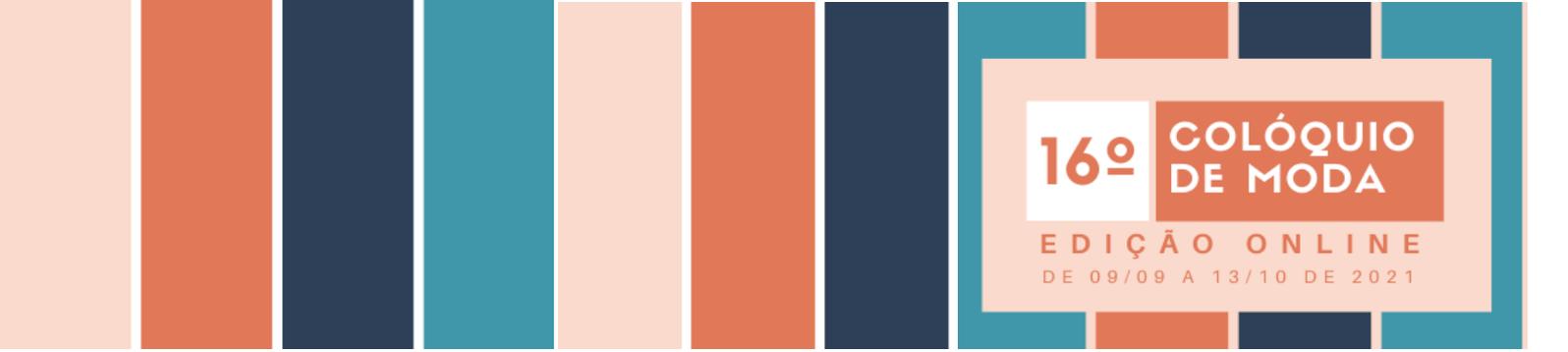
O trabalho do designer local demanda um instinto criativo e de organização em muitos níveis para que funcione na prática o negócio, é necessário conhecer sobre o efeito do negócio no local de realização do projeto, nos produtores locais e região como um todo, e as tomadas de decisões serão sempre feitas com a presença efetiva de todos os envolvidos.

Um designer no papel de empreendedor, vai além da sua capacidade de projetar, e criar soluções para um determinado segmento, o designer empreendedor tem a responsabilidade de ser o líder que impulsiona o projeto junto com os indivíduos que fazem parte do negócio social.

### **Considerações Finais**

Atendendo a questão do objetivo da pesquisa, observou-se que o empreendimento de forma tradicional busca destaque no produto ou no serviço que vende, mas quando se trata do empreendedor social, este para além da entrega de um excelente produto ou serviço, tem como objetivo impactar a comunidade e os colaboradores do empresa social, seja com investimentos em educação local, na redução dos impactos na natureza e ao uso de recursos naturais, a obter um lucro justo na venda do seu produto final. Diante desse contexto, entendeu-se que o designer como empreendedor social, possui características específicas como a liderança, autonomia nas decisões, busca sempre estar alinhado à inovação, desenvolver produtos criativos, precisa conhecer como administrar um negócio, sabendo como identificar os problemas e propor soluções. Se tratando do empreendedor social, é necessário conhecer, que os principais aspectos para se desenvolver projetos sociais com a comunidade em que está inserida a empresa e também





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

entender quais são os problemas daquela comunidade, e como a empresa social pode contribuir para junto com eles solucionar o problema. Nesse sentido, é importante entender o Designer como um agente de transformação social, que busca novas formas de empreender e projetar. É importante destacar, que o negócio social, visa lucrar de forma justa e não é a mesma coisa que uma instituição beneficente, que não busca lucro para si.

### Referências

YUNUS, M. **Criando um negócio social**: como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

**COVID-19: tudo sobre coronavírus, sintomas e como se prevenir**. Disponível em: <<https://dasa.com.br/coronavirus#lp-pom-block-3213/>>. Acesso em: 02 nov. 2020

YUNUS, Muhammad. **Um mundo sem pobreza**: a empresa social e o futuro do capitalismo. São Paulo: Ática, 2008.

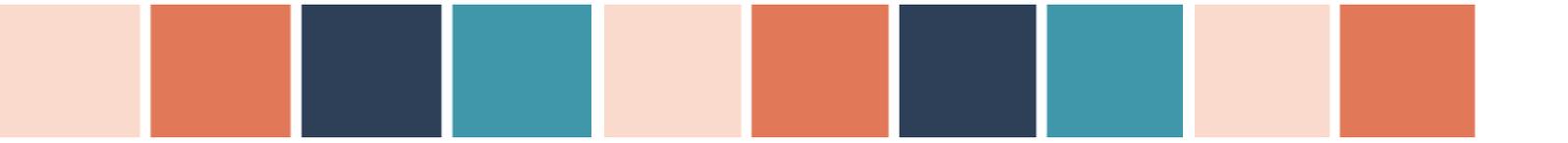
DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

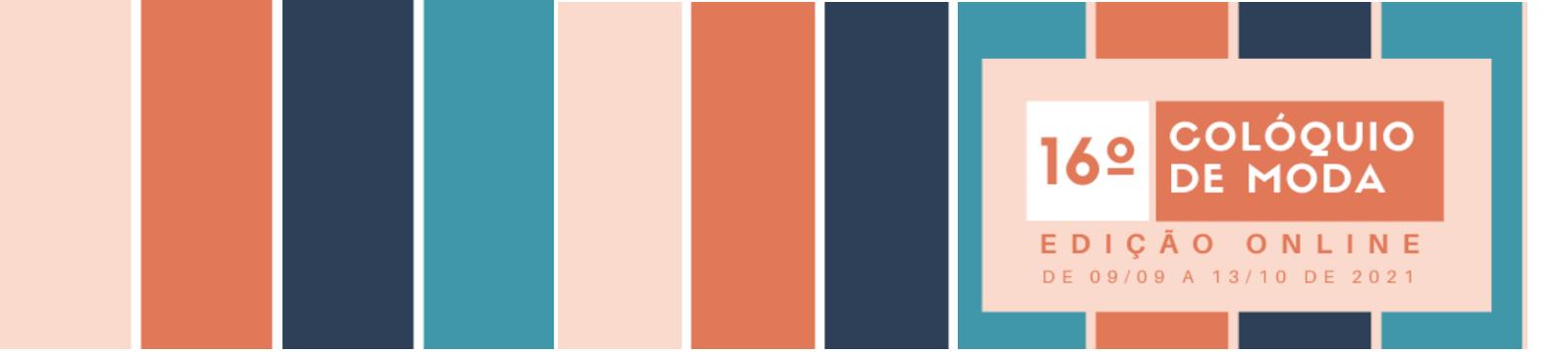
Sud, M.; VanSandt, C. e Baugous, A. (2009), "**Social Entrepreneurship: the role of Institutions**", Journal of Business Ethics, Vol.85, Disponível em: <[file:///C:/Users/willi/Documents/MESTRADO/Procedimentos%20Meted%C3%B3logico/Empreendedorismo%20social\\_%20o%20papel%20das%20institui%C3%A7%C3%B5es.pdf/](file:///C:/Users/willi/Documents/MESTRADO/Procedimentos%20Meted%C3%B3logico/Empreendedorismo%20social_%20o%20papel%20das%20institui%C3%A7%C3%B5es.pdf/)> Acesso em: 25 nov. 2020

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda & sustentabilidade: design para mudança**. São Paulo: Senac São Paulo, 2011. Tradução de: Janaína Marcoantonio.

BRAGA, Joana. **MOTIVAÇÕES NO EMPREENDEDORISMO SOCIAL**. 2013. 118 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Gestão de Serviços, Faculdade de Economia Universidade do Porto, Porto, 2013. Disponível em: <<file:///C:/Users/willi/Documents/MESTRADO/Procedimentos%20Meted%C3%B3logico/>





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

co/MOTIVA%C3%87%C3%95ES%20NO%20EMPREENDEDORISMO%20SOCIAL  
<pdf/>. Acesso em: 15 out. 2020

UFSC. **Jovens Empreendedores**:: capacitação em empreendedorismo. Florianópolis:  
Laboratório de Ensino A Distância, 1999.

CHAVES, Thiago José de; MEZZARI, Laís. **Guia prático para negócios de impacto  
social**. Jundiaí: Paco, 2016.

SUD, Mukesh *et al.* Empreendedorismo social: o papel das instituições. **Journal Of  
Business Ethics**, [s. l], p. 1-17, 2009. Disponível em:  
<file:///C:/Users/willi/Downloads/Social\_Entrepreneurship\_The\_Role\_of\_Inst.pdf/>  
Acesso em: 25 nov. 2020

MACHADO, Hilka Pelizza Vier. **Empreendedorismo, oportunidades e cultura**:  
seleção de casos no contexto brasileiro. Maringá: Eduem, 2013.

LEE, Matilda. **Eco chic**: o guia de moda ética para a consumidora consciente. São  
Paulo: Larousse, 2009.

