



DESAFIOS DO DESIGN FRENTE AOS NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO: UM OLHAR SOBRE O EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

Felipe Petik Pasqualotto, mestrando
Universidade Federal de Santa Catarina

Eugenio Andrés Díaz Merino, PhD
Universidade Federal de Santa Catarina
eugenio.merino@ufsc.br

Giselle Schmidt Alves Díaz Merino, Dr^a
Universidade Federal de Santa Catarina
Universidade do Estado de Santa Catarina
gisellemerino@gmail.com

Marilia Matos Gonçalves, Dr^a
Universidade Federal de Santa Catarina
marilinhamt@gmail.com

Resumo: A partir dos anos 1990 diversas iniciativas que tinham como objetivo o bem social viram nas práticas de mercado a solução para os problemas de financiamento de suas atividades até então. Sob diferentes alcunhas e formas de organização estes empreendimentos possuíam em comum o desejo de associar dois conceitos até então considerados incompatíveis: a geração de impacto social e o lucro. Assim, foi concebido aquilo que é conhecido hoje como Empreendedorismo Social. Uma vez que a prática foi adotada de forma espontânea e empregada na solução de problemas sociais em contextos muito diversos cabe hoje à academia absorver seus preceitos na consolidação deste novo modelo de fazer negócios e na ampliação de seus resultados. Sabendo-se que o Design como área de conhecimento tem se preocupado em contribuir para o desenvolvimento de práticas comerciais mais sustentáveis, é objetivo deste artigo identificar o estado da arte em relação a inserção das práticas denominadas Empreendedorismo Social dentro do campo de conhecimento do Design. No cumprimento deste objetivo foi realizado inicialmente um estudo exploratório no Portal Capes para entender quais os termos mais utilizados nos estudos acadêmicos da área. Uma vez definidos os termos, foi feita uma revisão sistemática em duas conhecidas bases de dados acadêmicos - “Banco de teses e Dissertações – BDTD” (Nacional) e “ProQuest” (Internacional). Na elaboração deste panorama sobre a convergência dos temas foram utilizados os termos “empreendedorismo social” e “design” para determinar onde estão organizados os materiais de estudo da área; como estão organizados e, principalmente, qual a melhor forma de utilizá-los. Na base de dados

internacional Proquest foram encontrados sete (07) trabalhos de relevância e na base nacional BDTD não foram identificados trabalhos de cumprissem os requisitos de busca. A análise destes resultados mostrou um desequilíbrio entre a produção acadêmica nacional e internacional sobre Empreendedorismo Social sob a perspectiva do Design e a falta de transversalidade destas práticas como um todo no meio acadêmico. A partir destas conclusões o trabalho busca incentivar a difusão e consolidação das práticas de empreendedorismo social no Brasil e dentro do campo do Design acreditando que a íntima relação entre as áreas possa ser de extremo usufruto da sociedade como um todo.

Palavras-chave: Design, empreendedorismo social, negócios sociais.

Abstract: *After the 90's several social oriented initiatives found on market tools the solution to their problems in financing its activities. Under different names and methods of organization these enterprises had in common the intention to associate two concepts until then considered incongruous: positive social impact and profit. Thus, it was formulated what today is known as Social Entrepreneurship. Once the practice started spontaneously and was used in solving social problems on diverse social contexts, today is part of the Academy's role to incorporate its precepts to not only strength the practice of this new business model, but also to maximize its results. Aware that Design as a knowledge area has shown its concern in contributing to the development of more sustainable commercial practices, this paper aims to identify the state of the art on the activities under the name Social Entrepreneurship in Design theories. To reach this objective it was conducted an exploratory study on "Portal Capes" to identify the relations commonly used in such studies. Determined the terms to be used a systematic review was performed on two well knows academic database – "Banco de teses e Dissertações – BDTD" (for Brazil) e "ProQuest" (international). On the construction of this overview on the convergence of the subjects in scientific production the terms searched were "social entrepreneurship" and "design"; focusing on determine where the scientific production is taking place, how its organized and, specially, the best way of using it. On the international database Proquest were found seven (07) relevant scientific studies, while on the national one BDTD were not found any scientific works meeting the established criteria. The analysis on the results revealed an imbalance on the national and international scientific production on Social Entrepreneurship under the perspective of Design and the lack of integration of these practices in the Academy at large. From these conclusions this paper seeks to encourage the dissemination and entrenchment of social entrepreneurship in Brazil and inside Design, believing that the close relation of the two subjects can generate positive consequences to society as a whole.*

Keywords: Design, social entrepreneurship, social business.

1. INTRODUÇÃO

Frente à avaliação crítica dos sistemas econômicos de orientação capitalista neoliberal e da série de dilemas sociais gerados por ele (LIPOVETSKY, 2013; DUFOUR, 2013) e ainda dos anseios de uma nova geração de empreendedores disposta a se envolver em questões sociais (BARKI, 2015) surgiram iniciativas agrupadas sob o nome Empreendedorismo Social. Sob diferentes alcunhas e conceituações este novo modelo de negócios nasceu a partir da associação de dois conceitos aparentemente incompatíveis: retorno financeiro e geração de impacto social positivo (ibidem, 2015).

Uma vez que esta nova forma de pensar negócios surgiu de forma espontânea em contextos culturais diversos ficou a critério da academia identificar seus preceitos gerais a ponto de compreender como atuam tais organizações e quais seus impactos em nossa cultura organizacional como um todo. Às Ciências Sociais Aplicadas relacionadas ao tema cabe o papel de absorver esta inovação no cumprimento de um de seus desígnios máximos: influenciar a vida das pessoas.

Partindo do pressuposto que uma das atribuições do Design é auxiliar as instituições a decidirem que tipos de promessa de entrega pretendem oferecer (BATEY, 2010) se faz necessária uma investigação dos aspectos que distinguem o empreendedorismo social dos modelos tradicionais de negócios para que o Design possa auxiliar efetivamente estas organizações a atingirem seus objetivos. Se o Design não pode se dissociar do contexto social em que atua (KUYPER, 1995) que tipo de associações o Design tem realizado com a prática do Empreendedorismo social?

Ante o exposto, esta pesquisa tem como objetivo delinear um panorama das práticas denominadas Empreendedorismo Social dentro da produção científica atual, mais especificamente no campo de conhecimento do Design. Para tanto, foi realizado - sob uma perspectiva exploratória - levantamento inicial da produção científica relacionada ao tema Empreendedorismo Social como base para uma revisão sistemática específica do assunto dentro da área de Design.

Como referencial teórico foram utilizados os trabalhos de Oliveira (2004), Dees (2007) e Yunus Social Business (2016) para pesquisa sobre o termo “empreendedorismo social”, suas variantes e conceituações; e os trabalhos de Mozota (2002), Batey (2007) e do NGD (Núcleo de Gestão de Design – UFSC) sobre inovação social e Design (Design Social). Com foco na identificação dos pontos de conexão (no âmbito acadêmico) entre Empreendedorismo Social e o Design, foi utilizada a base de dados do Portal Capes para a realização de um estudo exploratório para a definição de termos utilizados em estudos acadêmicos. Uma vez definidos os termos, foram adotadas as bases do Banco de teses e Dissertações (BDTD) e Proquest para a realização de uma revisão sistemática sobre a produção acadêmica a respeito do assunto. Os termos de busca foram: “empreendedorismo social” e “design”.

Acreditando que a íntima relação entre as áreas possa ser de extremo usufruto da sociedade como um todo, o trabalho analisou os resultados encontrados não somente para incentivar as práticas de empreendedorismo social, mas também para fortalecer o papel social do Design. Para tanto, é apresentado a seguir: a fundamentação teórica acerca do empreendedorismo social e design, indicação dos procedimentos metodológicos seguidos de uma apresentação e discussão dos dados coletados.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 Sobre Empreendedorismo Social

O que hoje é conhecido como “empreendedorismo social” teve início a partir das Organizações Não Governamentais (ONGs) criadas após a Revolução Industrial para suprir a aparente ineficiência do Estado em solucionar problemas sociais (ALMEIDA, 2006). Buscando se diferenciar da filantropia religiosa, estas organizações buscaram se estabelecer formalmente perante o Estado em suas intenções de atuarem em prol de algum impacto social positivo, ainda assim dependendo da “boa-vontade” de financiadores públicos e privados no sustento de suas atividades.

Mesmo possuindo motivações muitas vezes legítimas e apresentarem resultados positivos sobre as causas nas quais atuavam as ONGs foram amplamente criticadas tanto pelo processo de desresponsabilização do Estado, quanto pelas linhas ideológicas que levaram a criação de muitas delas. Dependendo quase que exclusivamente de doações proveniente de partidos políticos ou igrejas sua atuação passou a ser associada à mesma ineficiência do poder público (OLIVEIRA, 2008).

Foi buscando aprimorar a atuação do Terceiro Setor que algumas organizações viram nas metodologias de mercado a solução para os dilemas vividos pelas ONGs. Resolvendo os desafios comuns a qualquer instituição prestadora de serviço (de qualquer natureza) através de ferramentas antes utilizadas exclusivamente no universo empresarial, tais organizações puderam não apenas aumentar a efetividade de suas ações de impacto social positivo como puderam tornar estas organizações financeiramente sustentáveis. (MOREIRA e URRIOLAGOITIA, 2011; NICHOLS, 2006; BULL, 2008)

Quando organizações de cunho social passaram a utilizar ferramentas e metodologias de mercado, passaram a ser conhecidas como iniciativas de “Empreendedorismo Social”; termo predominantemente norte-americano para o que também foi chamado de “economia social”, “negócios sociais” e em muitos países da Europa, como “empresa social”.

Segundo Dees (2007) o conceito de empreendedorismo social surgiu nos anos 1980, a partir do trabalho realizado por Bill Drayton. Drayton – que se dedicava a identificar e apoiar atividades inovadoras sociais ao redor do mundo (através de uma organização chamada Ashoka) se uniu a Ed Skloot – promotor de um programa mundial de suporte à pequenas e médias empresas. Juntos passaram a auxiliar estas organizações com intuito encontrarem novas fontes de renda – a ponto de se tornarem autossustentáveis – e com isso, maximizar o impacto social que se propunham efetivar.

Com o intuito de apresentar as diferentes concepções acerca do termo, apresenta-se (Figura 01) o resultado do estudo realizado por Oliveira (2004) ao traçar um panorama sobre o conceito de empreendedorismo social a partir de diferentes organizações ao redor do mundo.

Ao empregar o mesmo empenho, criatividade e desenvoltura na resolução de problemas sociais que empregariam em qualquer outro tipo de negócio. Em suma, o termo surge para evidenciar a atividade de empreendedores que consideram as práticas de mercado uma tática potencialmente propícia para cumprir de forma eficaz seu objetivo: a geração de impacto social positivo (DEES, 2007).

Figura 01: Conceitos sobre empreendedorismo social – visão internacional

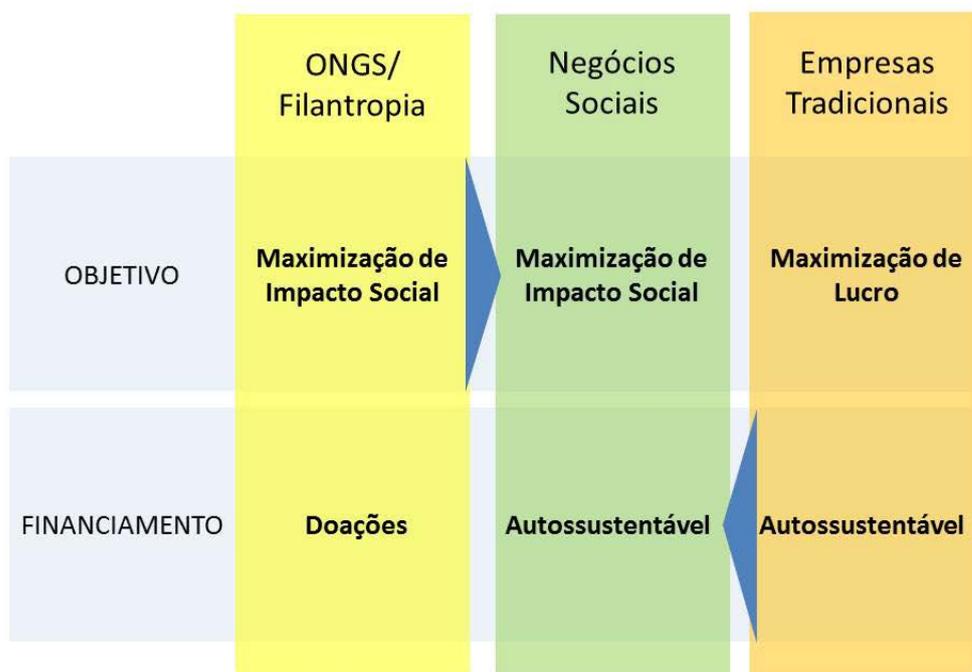
ORGANIZAÇÃO	ENTENDIMENTO
School Social Entrepreneurship - SSE, Uk-Reino Unido	"É alguém que trabalha de uma maneira empresarial, mas para um público ou um benefício social, em lugar de ganhar dinheiro. Empreendedores sociais podem trabalhar em negócios éticos, órgãos governamentais, públicos, voluntários e comunitários [...] Empreendedores sociais nunca dizem 'não pode ser feito'."
Canadian Center Social Entrepreneurship - CCSE, Canadá	"Um empreendedor social vem de qualquer setor, com as características de empresários tradicionais de visão, criatividade e determinação, e empregam e focalizam na inovação social [...] Indivíduos que [...] combinam seu pragmatismo com habilidades profissionais, perspicácias."
Foud Schwab, Suíça	"São agentes de intercambiação da sociedade por meio de: proposta de criação de idéias úteis para resolver problemas sociais, combinando práticas e conhecimentos de inovação, criando assim novos procedimentos e serviços; criação de parcerias e formas/meios de auto-sustentabilidade dos projetos; transformação das comunidades graças às associações estratégicas; utilização de enfoques baseados no mercado para resolver os problemas sociais; identificação de novos mercados e oportunidades para financiar uma missão social. [...] características comuns aos empreendedores sociais: apontam idéias inovadoras e vêem oportunidades onde outros não vêem nada; combinam risco e valor com critério e sabedoria; estão acostumados a resolver problemas concretos, são visionários com sentido prático, cuja motivação é a melhoria de vida das pessoas, e trabalham 24 horas do dia para conseguir seu objetivo social."
The Institute Social Entrepreneurs - ISE, EUA	"Empreendedores sociais são executivos do setor sem fins lucrativos que prestam maior atenção às forças do mercado sem perder de vista sua missão (social) e são orientados por um duplo propósito: empreender programas que funcionem e estejam disponíveis às pessoas (o empreendedorismo social é base nas competências de uma organização), tornando-as menos dependentes do governo e da caridade."
Ashoka, Estados Unidos	"Os empreendedores sociais são indivíduos visionários que possuem capacidade empreendedora e criatividade para promover mudanças sociais de longo alcance em seus campos de atividade. São inovadores sociais que deixarão sua marca na história."
Erwing Marion, Kauffman Foundation	"Empreendimentos sem fins lucrativos são o reconhecimento de oportunidade de cumprimento de uma missão para criar e sustentar um valor social, sem se ater exclusivamente aos recursos."

Fonte: OLIVEIRA, 2004: 11

De acordo com a Yunus Social Business (2014) é possível afirmar ainda que os negócios sociais são as organizações que tem a estrutura de uma empresa tradicional e os objetivos de uma ONG (Figura 02). Segundo esta mesma organização, a premissa dos negócios sociais só se cumpre verdadeiramente quando não há a distribuição de dividendos e todo o lucro do negócio é reinvestido na própria organização – premissa não obrigatória em muitos dos modelos em execução atualmente.

Independente da forma de distribuição de lucros, este artigo busca identificar de que maneira o conceito por trás destas organizações tem se difundido no meio acadêmico como um todo, mais especificamente no que tange o Design dentro da perspectiva apresentada a seguir.

Figura 02: Conceituação de Negócios Sociais



Fonte: YUNUS SOCIAL BUSINESS, 2016

2.2 Sobre Design

Não ignorando as acaloradas discussões sobre a importância do Design no atual contexto econômico e a associação natural entre a área e a produção de objetos industriais, este trabalho toma como base as reflexões de Mozota (2002) sobre o papel intangível do Design para destacar a importância da discussão do empreendedorismo Social dentro desta área do conhecimento.

Se sem o contexto social o Design não existe (KUYPER, 1995) e se cabe ao Design auxiliar as organizações a pensar estrategicamente o tipo de promessa de entrega que pretendem oferecer (BATEY, 2010), fica evidente a necessidade de que este esteja a par das novas práticas sociais – especialmente aquelas que assim como design buscam melhorar a vida das pessoas.

Emprestando o mesmo sinônimo que diferenciou o Empreendedorismo Social das práticas tradicionais de negócios, o Design chegou a estabelecer uma vertente específica para evidenciar esta sua potencialidade: o Design Social. O termo surge com o intuito de ratificar o erro comum de ligar a atuação dos designers exclusivamente à criação de artigos de luxo e beleza e evidenciar aquela que seria a tarefa primordial do profissional da área: facilitar o cumprimento de tarefas e necessidades básicas do homem.

Preocupado em conscientizar aos próprios profissionais da área em relação à ética, qualidade de vida, questões ambientais e o pensamento global, Fornasier, Martins e Merino (2012) apontam cinco possibilidades de ação do Design Social, como podemos observar na Figura 03:

Figura 03: Ações do Design Social



Fonte: FORNASIER, MARTINS e MERINO 2012 - p.4

Se, de acordo com o exposto é possível afirmar que o Design como área de conhecimento já se mostra atento à necessidade de práticas mais sustentáveis e já iniciou uma discussão de suas próprias teorias com o intuito de descobrir como pode auxiliar organizações orientadas por estes princípios, este artigo tenta delinear um panorama das práticas denominadas Empreendedorismo Social dentro da produção científica atual do Design de acordo com as premissas explicitadas a seguir.

2.3 Revisão Sistemática sobre Empreendedorismo Social e Design

A fim de nortear a elaboração do panorama das práticas denominadas Empreendedorismo Social dentro do campo de conhecimento do Design e com isso definir termos utilizados nesse meio, foi realizada uma pesquisa exploratória sobre os temas na base de dados “Portal Capes”.

A investigação nesta base de dados buscou identificar não somente como e onde estão organizados os trabalhos de relevância, como também a melhor forma de utilizar estas informações na subsequente revisão sistemática. Foram pesquisados os trabalhos produzidos nos últimos 10 anos utilizando os dois principais termos empregados para denominar o empreendedorismo social: “empreendedorismo social” e “negócio social” (e suas variantes em inglês: “*social entrepreneurship*” e “*social business*”);

Utilizando os termos em inglês de forma aditiva (“*social entrepreneurship*” OR “*social business*”) na busca por títulos de trabalhos foram encontrados 698 resultados, contra apenas 44 utilizando os termos em português (“empreendedorismo social” OR “negócio social”).

Uma vez que é foco desta pesquisa a produção acadêmica nacional sobre o tema, foram analisados os 13 trabalhos encontrados através da utilização dos termos em português e organizados dentro do tópico “Empreendedorismo Social”. Como resultados é possível apontar:

- ✂ a predominância do estudo do tema na língua inglesa, especialmente através do compartilhamento de experiências locais em um idioma de maior difusão – o número de trabalhos internacionais é aproximadamente 15 vezes maior que a produção em português nesta plataforma;
- ✂ a redundância dos termos “empreendedorismo social” e “negócios sociais” – todas as ocorrências para o segundo termo traziam o primeiro obrigatoriamente;
- ✂ a hegemonia da área de Administração de Empresas no trato acadêmico do assunto – todos os trabalhos encontrados foram produzidos e/ou estão vinculados as Ciências da Administração, Economia ou Gestão de empresas;

✂ a expressiva produção científica sobre o tema em publicações científicas (artigos) e a baixa formalização do tema na forma de trabalhos de conclusão de curso – dos 13 trabalhos encontrados apenas 03 são fruto de tese/dissertação sendo apenas 02 em instituições brasileiras;

Cabe ressaltar que nesta etapa exploratória não houve nenhuma ocorrência relevante no cruzamento dos termos “empreendedorismo social” e “design”; nos resultados em inglês a palavra “design” foi empregada no sentido de “planejar” (*to design*), não configurando convergência entre as duas áreas de conhecimento.

A partir dos resultados obtidos na etapa exploratória foi executada uma revisão sistemática sobre a produção acadêmica de empreendedorismo social no Brasil e no mundo. Para tal foram selecionadas as bases “Banco de Teses e Dissertações – BDTD” para produção nacional e “ProQuest” para produção internacional.

Não obtendo resultados ao utilizar os mesmos termos chave da etapa exploratória (“empreendedorismo social” AND “design”), na base BDTD foi utilizado somente o termo “empreendedorismo social”. Como resultado foram encontrados 40 trabalhos (12 teses e 28 dissertações) provenientes quase que em sua totalidade das Ciências da Administração: Economia, Gestão de Empresas, Empreendedorismo, Terceiro Setor. Cabe ressaltar que as quatro instituições com mais trabalhos publicados sobre o tema: FGV (07), USP (07), UFSC (05) e UFRN (04), a Universidade Federal de Santa Catarina figura em 3º lugar destacando-se por ter como local de geração deste conhecimento, a área de Engenharia de Produção.

Já na base de dados “ProQuest”, a pesquisa pode ser realizada a partir dos dois temas principais, retornando 51 trabalhos produzidos nos últimos 10 anos através da pesquisa “social entrepreneurship” AND “design”. Para fins de comparação os autores apenas consideraram os 22 resultados em teses e dissertações, que, além de provenientes das Ciências da Administração também foram encontrados na Psicologia Organizacional, na Sociologia, nas Ciências Políticas e até mesmo no próprio Design.

É relevante apontar que, devido ao uso na língua inglesa do termo *design* para expressar a ideia de planejar (*to design*), foi necessária uma leitura dos resumos dos trabalhos encontrados na identificação daqueles que realmente se tratavam do campo de conhecimento do Design. Assim, dos 22 resultados obtidos a partir da pesquisa de termos, apenas 07 puderam ser considerados como convergentes (Anexo 0), trazendo em seu conteúdo de forma direta ou indireta a articulação de práticas metodológicas do Design em prol de iniciativas de empreendedorismo social.

Com o intuito de melhor compreender os dados obtidos e identificar o estado da arte do conhecimento sobre Empreendedorismo Social por parte do Design foi gerado o Quadro 01, o qual será analisado nas nas conclusões a seguir.

Quadro 01: Quadro síntese da Revisão Sistemática

	BDTD (Nacional)	PROQUEST (Internacional)
String de Busca	"empreendedorismo social" ¹	"social entrepreneurship" AND "design"
Critérios de Seleção	Produção dos últimos 10 anos (2006-2016)	Produção dos últimos 10 anos (2006-2016)
Resultados Obtidos	40	51
Tipo de Material	12 Teses 28 Dissertações	22 Teses/Dissertações 29 Artigos em Periódicos
Áreas Temáticas	Ciências da Administração Economia Gestão de Empresas Empreendedorismo Terceiro Setor	Ciências da Administração Economia Gestão de Empresas Empreendedorismo Terceiro Setor Sociologia Ciência Política Psicologia Organizacional Design
Convergência Emp. Social X Design	0	7 ²

¹ Uma vez que a busca por "empreendedorismo social" AND "design" não apresentou nenhum resultado optou-se por avaliar os resultados relacionados somente a primeira área tema desta pesquisa

² Para fins de comparação foram avaliadas somente as Teses/Dissertações (22), das quais a leitura dos resumos pode identificar a relação entre as duas áreas

Fonte: elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada

3. CONCLUSÃO

Os resultados encontrados mostram um evidente desequilíbrio entre a produção acadêmica nacional e internacional quando se trata de Empreendedorismo Social e a falta de transversalidade destas práticas como um todo no meio acadêmico – especialmente na área do Design.

Considerando que ambas as áreas de conhecimento hoje compartilham o desejo de uma sociedade melhor através de práticas mais sustentáveis – seja na forma de fazer negócios ou na produção de bens e serviços que facilitem a vida do homem – acredita-se que a íntima relação entre estes possa ser de extremo usufruto da sociedade como um todo.

Se na produção científica internacional já é possível identificar uma maior consolidação das práticas sociais de fazer negócios e uma maior transversalidade sobre o tema, no Brasil a produção acadêmica ainda se dá de forma restrita dentro das Ciências da Administração, preocupadas com a discussão ontológica do termo e das práticas abrigadas sob ele.

Apesar de limitados à apenas duas bases de dados, os resultados podem servir de amostragem inicial para futuros trabalhos que colaborem para a consolidação deste modelo sustentável de fazer negócios e sua difusão nas demais áreas de

conhecimento. Acreditando que os negócios sociais podem se beneficiar amplamente de práticas e metodologias típicas do Design, este trabalho busca tornar explícita a necessidade de uma maior convergência entre os temas.

Cabe ressaltar que o departamento de Engenharia do Conhecimento/UFSC (mesma instituição a qual este trabalho está vinculado) não apenas tem despontado como polo de conhecimento acerca das práticas do empreendedorismo social, como é precursora no estudo do tema a partir da ótica da Engenharia de produção – servindo de incentivo e solo fértil para o desenvolvimento de futuros trabalhos.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, V. **O Terceiro Setor na economia do conhecimento**. Instituto Superior Miguel Torga, Revista Interações, n.11,p. 53-83. out./2006.
- BARKI, Edgard. **Negócios de Impacto: tendência ou modismo?** GVexecutivo, São Paulo, vol. 14, n.1, p.14-17, 2015
- BATEY, Mark. **O significado da marca: como as marcas ganham vida na mente dos consumidores**. Tradução: Gabriel Zide Neto. Rio de Janeiro: Best Business, 2010.
- BRAUNGART, Michael; MCDONOUGH, William. **Cradle to cradle: criar e reciclar ilimitadamente**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2014.
- BULL, M. **Challenging tensions: critical, theoretical and empirical perspectives on social enterprise**. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, v.14,n. 5, 268- 275, 2008.
- DEES, J. G. **Taking social entrepreneurship seriously**. Society, 44(3), p. 24–31,2007.
- DUFOUR, Dany-Robert. **A cidade perversa: liberalismo e pornografia**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013. 389 p.
- FIGUEIREDO, Luiz Fernando Gonçalves de et al. Aplicação do design em casos de Inovação social do Estado de Santa Catarina, Brasil. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN, 5., 2009, São Paulo. **Anais...** . São Paulo: Ciped, 2009. p. 1510 - 1516.
- FORNASIER, Cleuza B.; MARTINS, Rosane F.; MERINO, Eugenio. **Da responsabilidade social imposta ao design social movido pela razão**. 2012. 8 f. Tese (Doutorado) - Curso de Design, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2012.
- KUYPER, Jan. Design é uma arte social. In: MANU, Alexander (org.). Revista da aldeia humana. Florianópolis: SENAI / LBDI, 1995.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **O capitalismo estético na era da globalização**. Lisboa: Edições 70, 2014. 490 p. Tradução de: Luis Filipe Sarmiento.
- MOREIRA, P.; URRIOLAGOITIA, L. **El emprendimiento social**. IN: Revista Española del Tercer Sector,. v.17, p. 17-40, Janeiro/Abril, 2011.
- MOZOTA, Brigitte Borja de. Design management. Paris : Éditions d'Organization, 2002.
- NICHOLLS, A. **Social Entrepreneurship: New paradigms of sustainable social change**. Oxford: Oxford University Press. 2006.

OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo social no Brasil**: atual configuração, perspectivas e desafios: notas introdutórias. In: Revista da FAE, Curitiba. v.7, n.2, p.11-18, jul./dez. 2004

OLIVEIRA, E.M. **Empreendedorismo Social**: da teoria à prática, do sonho à realidade: ferramentas e estratégias. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2008.

OLIVEIRA, Edson Marques. **Empreendedorismo social no Brasil**: fundamentos e estratégias. 2004. Tese (Doutorado)- Universidade Estadual Paulista - Unesp, Franca, 2004.

YUNUS SOCIAL BUSINESS (Santa Catarina). Representante Regional (Org.). **Palestra de lançamento "Yunus Social Business Santa Catarina"**. Florianópolis: Yunus Social Business, 2016. 32 slides, color, 25x20cm.

ANEXO 01 – Listagem de trabalhos encontrados na base ProQuest

Documento 1 de 7

Women entrepreneurs: a study of fashion designers of great britain

Documento 2 de 7

Faces on Design: A Partnership between Clients, Students and Community Volunteers

Documento 3 de 7

Re-Imagining Specialized STEM Academies: Igniting and Nurturing "Decidedly Different Minds", by Design

Documento 4 de 7

The inspirational leadership of social entrepreneur and philanthropist Malcolm Harris

Documento 5 de 7

Pedagogy of invention: A design approach to project-based learning or creating unschooled spaces through design thinking

Documento 6 de 7

Social entrepreneurship and wealth-building plans: Creative strategies for working class Americans.

Documento 7 de 7

The clinic and the community: Exploring the role of the designed environment in the creation of social value