

DIGNITÁ: DE PROJETO DE EXTENSÃO A MARCA SUSTENTÁVEL

Giovana Godoy da Costa (UEM)

Natalia dos Reis Martins (UEM)

Alessandro Santos da Rocha (UEM)

ra129532@uem.br

Resumo: O projeto de extensão Dignitá, iniciado em 2021 pela Enactus UEM, surgiu a partir da necessidade de enfrentar duas problemáticas: a destinação inadequada de lonas vinílicas, que possuem lenta decomposição e causam impactos ambientais, e a carência de renda e visibilidade de paratletas da Associação Kings e de seus familiares. Para responder a esses desafios, o grupo estruturou uma proposta de reaproveitamento do material, transformando-o em bolsas e acessórios esportivos. A metodologia adotada envolveu a coleta de lonas doadas, sua higienização e posterior utilização na produção de artigos confeccionados por mulheres em situação de vulnerabilidade, previamente capacitadas para atuar na linha de produção. Além disso, parte dos lucros obtidos com as vendas foi revertida diretamente para a comunidade parceira, promovendo empoderamento econômico e inclusão produtiva. Os resultados alcançados até o momento demonstram impactos significativos, como a reutilização de mais de 80 kg de lonas, a redução de emissões de CO₂ e a geração de renda complementar aos paratletas, aliados à criação de uma loja virtual e ao fortalecimento da marca no mercado sustentável. Conclui-se que a trajetória do Dignitá evidencia o potencial de iniciativas que articulam inovação social, responsabilidade ambiental e desenvolvimento comunitário, consolidando-se como um modelo promissor de negócio de impacto com perspectivas de expansão.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Empoderamento; Paratletas; Economia Solidária; Inovação Social.

1. Introdução

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Senado Federal, Instituto de Pesquisa Data Senado, com atletas integrantes do Comitê Paralímpico Brasileiro, quase 1 a cada 3 paratletas desistem do esporte por falta de patrocínio (SENADO). Segundo dados do Medium (Marques, 2017), a realidade paralímpica brasileira revela

que 59% vivem com até dois salários mínimos, além de 67% dependerem exclusivamente do esporte como fonte de renda.

Nesse contexto, nasceu o Projeto Dignitá, desenvolvido pela Enactus UEM, buscando resolver duas problemáticas: diminuir o descarte irregular de lonas vinílicas, materiais que não são recicláveis, na natureza e empoderar um grupo de paratletas ao produzir e vender acessórios esportivos feitos com essas lonas.

Nesse contexto, o objetivo do presente resumo é descrever a história crescente onde o Dignitá deixou de ser um projeto ligado a Enactus UEM e hoje é uma marca que está em constante crescimento.

Este projeto atua em parceria com os paratletas da Associação Kings e foi criado em 2021, com o objetivo de empoderar de forma social e econômica os jogadores deste time.

2. Metodologia

O projeto Dignitá surgiu para reduzir os impactos ambientais do descarte inadequado de materiais publicitários em lona vinílica, como banners e outdoors, que podem levar até 400 anos para se decompor na natureza (BRASIL, 2005). A metodologia consistiu em identificar o problema ambiental e transformá-lo em solução socioeconômica, ressignificando a durabilidade da lona vinílica para criar produtos resistentes, como bolsas e acessórios esportivos.

A partir dessa premissa, estabeleceu-se uma parceria com a Associação Kings, localizada em Maringá (PR), composta por paratletas de basquete e handebol em cadeira de rodas. Esta comunidade, mesmo com conquistas nacionais, enfrenta limitações financeiras devido à escassez de patrocínios e de visibilidade.

O projeto foi estruturado com dois objetivos, incentivar financeiramente a Associação Kings por meio da produção e comercialização de acessórios confeccionados com lona vinílica reutilizada e promover o reaproveitamento de resíduos sólidos, evitando o descarte incorreto de lonas.

A matéria-prima utilizada é oriunda de parceiros interessados em dar uma destinação correta aos materiais que possuem. Após a triagem e higienização das lonas, os materiais são transformados em produtos utilitários.

O modelo de negócio adotado prevê que 40% do lucro obtido com as vendas seja revertido diretamente à comunidade parceira, promovendo o empoderamento social e econômico dos envolvidos.

Inicialmente produzidos pelos próprios jogadores, os itens passaram a ser confeccionados por mulheres em situação de vulnerabilidade, capacitadas para a produção. O modelo garantiu inclusão produtiva e renda, com repasse de cerca de 15% do custo de cada produto às costureiras.

Os produtos sempre tiveram como princípio a inclusão funcional, sendo desenvolvidos com base nas necessidades específicas dos paratletas.

A metodologia aplicada, portanto, articula práticas de sustentabilidade ambiental com estratégias de inclusão social e geração de renda, constituindo-se como uma proposta inovadora e interdisciplinar de enfrentamento a problemas ambientais e sociais locais.

3. Resultados e Discussão

A implementação do projeto Dignitá gerou impactos significativos tanto no aspecto socioeconômico quanto ambiental.

No período de três meses de operação em 2024, foram vendidos oito produtos, resultando em mais de R\$ 200,00 de lucro líquido revertido à Associação Kings. Esse processo possibilitou a reutilização de mais de 80 kg de lona vinílica, o que corresponde à redução de mais de 120 kg de emissão de CO₂.

Além disso, para aprimorar o posicionamento da marca e profissionalizar as ações do projeto, investiu-se em consultorias especializadas nas áreas de vendas e marketing. Essa medida estratégica contribuiu para o fortalecimento da identidade do Dignitá e para a consolidação de sua presença no mercado.

Um dos marcos do período foi o lançamento oficial da loja virtual, que ampliou a presença digital da marca e proporcionou um novo canal de vendas passivas.

Com foco na experiência do consumidor final, foram realizadas melhorias no design e na funcionalidade dos produtos. As inovações incluíram a introdução de alças mais resistentes, acabamento refinado com viés de costura e a disponibilização de novas opções de cores, o que agregou valor ao produto.

Após a consolidação das suas operações e validação dos seus impactos sociais, ambientais e econômicos, o projeto Dignitá passou a ser oficialmente reconhecido como um modelo de negócio sustentável. Com isso, a Enactus, atuando como incubadora de iniciativas de impacto, concedeu ao Dignitá o status de marca independente, reconhecendo sua viabilidade e autonomia enquanto empreendimento social. Esse marco representa a transição do Dignitá de um projeto incubado para uma marca consolidada, com capacidade de gerar transformação contínua e autossuficiente, saindo oficialmente do Time Enactus UEM.

4. Considerações

Iniciada como um projeto da Enactus em 2021, a Dignitá trilhou uma trajetória de crescimento pautada na inovação social e sustentabilidade ambiental. Ao longo desse percurso, a iniciativa evoluiu de um experimento universitário para uma marca consolidada, com impacto real e mensurável na vida de pessoas e no meio ambiente.

Atualmente, possuindo como fundadores, Natália Martins e José Pedro Costa, a Dignitá configura-se como uma marca de impacto. A marca busca se tornar referência em práticas sustentáveis

O próximo passo da Dignitá é a consolidação no mercado de produtos sustentáveis e acessíveis, com o compromisso contínuo com a responsabilidade social e ambiental.

Referências

BRASIL. **Consumo Sustentável: Manual de educação**. Brasília: Consumers International/ MMA/ MEC/ IDEC, 2005. 160 p. ISBN 85-87166-73-5.

MARQUES, Arthur. **Realidade paralímpica**. 2017. Disponível em: <https://medium.com/betaredacao/realidade-paral%C3%ADmpica-e51d637e2b81> .

Acesso em: 20 agosto de 2025

SENADO FEDERAL; INSTITUTO DE PESQUISA DATASENADO. **Paratletas e o esporte paralímpico no Brasil**. Brasília: Senado Federal, Instituto de Pesquisa DataSenado, dez. 2017. 111 p. (Pesquisa DataSenado). **p. 7**. Disponível em: <https://www2.senado.gov.br/bdsf/handle/id/603474> Acesso em: 20 agosto de 2025.