



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

RICARDO MENEZES CARVALHO

**EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL:
UM ESTUDO DE CASO NA PLANETA LIMPO**

São Cristóvão
2019

RICARDO MENEZES CARVALHO

EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL:
UM ESTUDO DE CASO NA PLANETA LIMPO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe, em cumprimento às normas do Estágio Curricular regulamentadas pela Resolução nº 69/2012/CONEPE, para obtenção da Graduação em Administração de Empresas.

Área: Empreendedorismo Sustentável

Orientadora: Prof.^a Dra. Iracema Machado de Aragão Gomes

Coordenadora: Prof.^a MSc. Maria Teresa Gomes Lins

São Cristóvão - Sergipe
2019

Ficha Catalográfica

RICARDO MENEZES CARVALHO

**EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL:
UM ESTUDO DE CASO NA PLANETA LIMPO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em 22/03/2019 ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe, em cumprimento às normas conforme Resolução nº 69/2012/CONEPE, para a obtenção da Graduação em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Dra. Iracema Machado de Aragão Gomes **(UFS)**
(Presidente - Orientadora)

Prof. MSc. Diego Araújo Reis **(IFS)**
(Examinador – Externo)

MSc. Amanda Luiza Soares Silva **(UFS)**
(Examinador – Interno)

São Cristóvão - Sergipe
2019

Aos meus pais Emerson e Patrícia, pela base,
incentivo e apoio nas horas mais difíceis. Ao
meu irmão Paulo, por me entender e me ouvir.
À Gabi, por todos os momentos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus e a todas as forças do universo que tornaram possível a conclusão desse trabalho e dessa fase da minha vida. Mais uma etapa concluída.

Chegar até aqui não foi fácil, as fases anteriores foram árduas e difíceis, mas não tanto quanto essa. O processo de elaborar o TCC foi tão profundo que abalou minhas estruturas e tive que me reconstruir para finalizá-lo. Ao longo do caminho me questionei e evolui, reinventei-me e chego a esse momento mais forte e preparado do que iniciei. As lágrimas e momentos de descrença serviram de combustível que, com ajuda, transformei em motivação e empenho.

Agradeço a meus pais Emerson e Patrícia, por terem acreditado em mim quando eu mesmo já não acreditava tanto quanto gostaria.

À minha orientadora Professora **Iracema Machado de Aragão Gomes**, por não ter desistido de mim, nem do TCC, quando o horizonte não apresentava evolução, obrigado especialmente pelas múltiplas aprendizagens.

À minha namorada Gabi, por estar em todos os momentos ao meu lado, literalmente, do início ao fim do curso, por me ajudar de todas as formas, pelos puxões de orelha, por entender minhas ausências em diversas oportunidades, e por ser presença na hora de celebrar as conquistas.

Ao meu irmão Paulo, pelos ensinamentos, pelo companheirismo e, por saber me perdoar.

Aos meus amigos: Arthur, Geras, Felipão, Bebeto, Fernando, Ricardinho, Gustavo e o pessoal do grupo de *WhatsApp* “Diretoria Do Respeito”, que sempre me incentivaram e se interessaram por meu trabalho e sua evolução, bem como por terem “cobrado” a conclusão do curso.

À família Meireles Carvalho e dos Santos Menezes. A família é à base de tudo, é a quem recorrer nos momentos difíceis, e ela esteve presente sempre.

À Planeta Limpo, por abrir as portas para a vivência da experiência profissional e por possibilitar esse trabalho, muito obrigado a todos, especialmente a Noemi, Carol e Djeane que contribuíram diretamente para a realização do TCC.

Aos outros lugares que passei profissionalmente, EJAUFS Consultoria, M&C Engenharia e Duchas Corona. Muito obrigado a todos.

CARVALHO, Ricardo Menezes. **Empreendedorismo Sustentável: um estudo de caso na Planeta Limpo**. 2019. 71 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Sergipe, Sergipe. 2019.

RESUMO

O mundo vem passando por uma série de transformações e questionamentos, um dos quesitos mais importantes debatidos foi a forma como utilizamos os recursos naturais para consumo e produção. A partir dessa reflexão foram construídos os conceitos de sustentabilidade, posteriormente desenvolvimento sustentável e por fim empreendedorismo sustentável. O empreendedorismo sustentável é composto pelo tripé economia, meio ambiente e social. O presente estudo teve como objetivo avaliar se a empresa Planeta Limpo é uma empresa sustentável, por meio do levantamento das suas ações sustentáveis, dificuldades e benefícios de pô-las em prática, motivação para aplica-las e identificar qual forma de empreendedorismo sustentável a organização se enquadra. Este trabalho teve abordagem metodológica qualitativa, do tipo descritiva, com dados obtidos por meio de entrevista semiestruturada. É um estudo de caso único, com análise de conteúdo. Os principais resultados obtidos foram que a Planeta Limpo pode sim ser considerada uma empresa sustentável, que tem ações sustentáveis internas e externas à empresa, cujos impactos ambientais e sociais são positivos. As barreiras identificadas foram a mudança de cultura da empresa, identificação de fornecedores aptos à exigência da empresa, a concorrência de preços mais baixos e clientes com pouca sensibilidade ambiental. Os benefícios encontrados foram a melhoria do serviço, evolução da empresa, atuação em mercados melhores e mais exigentes, bem como a economia de insumos e capital. A motivação foi identificada pela vontade de melhorar a prestação de serviços, parcerias com clientes maiores e mais exigentes e contribuição com a melhora da questão ambiental e social. Por fim, a organização foi classificada, segundo trabalho de Borges et al. (2013), como negócio ambiental na vertente de produtos eco eficientes, sustentabilidade como meio e utilização de responsabilidade social empresarial. Pelo estudo de Brasil et al. (2014), como ecoempreendedor.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Desenvolvimento Sustentável. Empreendedorismo. Empreendedorismo Sustentável.

CARVALHO, Ricardo Menezes. **Sustainable Entrepreneurship: a case study on the Clean Planet**. 2019. 71 f. Completion of course work (Graduation in Economics) - Federal University of Sergipe, Sergipe. 2019.

ABSTRACT

The world has been going through a series of transformations and questions, one of the most important issues debated was the way we use natural resources for consumption and production. From this reflection were built the concepts of sustainability, later sustainable development and finally sustainable entrepreneurship. Sustainable entrepreneurship is composed of the tripod economy, environment and social. The objective of this study was to evaluate whether the company Planeta Limpo is a sustainable company, by surveying its sustainable actions, difficulties and benefits of putting them into practice, motivation to apply them and identify which form of sustainable entrepreneurship the organization it fits. This work had a qualitative methodological approach, of the descriptive type, with data obtained through a semi - structured interview. It is a unique case study with content analysis. The main results obtained were that Planeta Limpo can be considered a sustainable company, which has sustainable actions internal and external to the company, whose environmental and social impacts are positive. The barriers identified were the company's change of culture, finding suppliers able to meet the company's demand, competition from lower prices and customers with less environmental sensitivity. The benefits were the improvement of the service, evolution of the company, acting in better and more demanding markets, as well as the economy of inputs and money. The motivation was identified by the desire to improve service delivery, partnerships with larger and more demanding clients and contribute to the improvement of environmental and social issues. Finally, the organization was classified as, according to work by Borges et al (2013) environmental business in eco-efficient products, sustainability as a medium and use of corporate social responsibility. By the study of Brasil et al (2014), as eco-entrepreneur.

Key Words: Sustainability. Sustainable development. Entrepreneurship. Sustainable Entrepreneurship.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Critérios de Sustentabilidade.....	21
Quadro 2 – Principais Eventos sobre Meio Ambiente.....	23
Quadro 3 – Tipos de Empreendedorismo Orientados à Sustentabilidade.....	35
Quadro 4 – Tipos de Empreendedorismo Sustentável.....	37
Quadro 5 – Estado da Arte.....	44
Quadro 6 – Principais Questões do Roteiro de Entrevista.....	49
Quadro 7 – Principais Resultados.....	64

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	JUSTIFICATIVA	14
1.2	PROBLEMA	16
1.3	OBJETIVOS	17
1.3.1	Objetivo Geral	17
1.3.2	Objetivos Específicos	17
2	LEVANTAMENTO TEÓRICO	18
2.1	SUSTENTABILIDADE	18
2.2	DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	22
2.3	EMPREENDEDORISMO	27
2.4	EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL	31
2.5	ESTADO DA ARTE	37
2.5.1	Empreendedorismo Sustentável e criação de um empreendimento sustentável	37
2.5.2	Motivações e Ações Sustentáveis Implementadas por Empreendedores do Setor Hoteleiro	38
2.5.3	Empreendedorismo Sustentável e a Identificação de Oportunidades	39
2.5.4	Empreendedorismo Sustentável, Uma Agenda para Empreendedores de MPes	40
2.5.5	Empreendedorismo Sustentável e as Dimensões de Schlange	41
2.5.6	Empreendedorismo Sustentável: proposição de uma tipologia e sugestões de pesquisa	43
2.5.7	Resumo dos estudos	434
3	METODOLOGIA	46
3.1	CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO	46
3.2	MÉTODO E ESTRATÉGIA DE PESQUISA	47
3.3	FONTES DE EVIDÊNCIAS	48
3.4	UNIDADES DE ANÁLISE	49
3.5	PROTOCOLO DE ESTUDO DE CASO (YIN)	51
3.6	CRITÉRIOS DE VALIDADE E CONFIABILIDADE	51

3.7	ANÁLISE DOS DADOS.....	52
3.8	LIMITAÇÕES DO ESTUDO	52
3.9	SUGESTÕES DE PESQUISA.....	53
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	54
4.1	AÇÕES	56
4.2	BARREIRAS E BENEFÍCIOS.....	60
4.3	MOTIVAÇÃO	62
4.4	CLASSIFICAÇÃO.....	63
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
5.1	RESPOSTAS SOBRE AS QUESTÕES DE PESQUISA	66
5.2	SUGESTÕES À EMPRESA ESTUDADA.....	68
	REFERÊNCIAS	70
	APÊNDICES.....	73
	APÊNDICE A – SOLICITAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO PARA USO DO NOME DA EMPRESA NA PESQUISA.....	74
	APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	75

1 INTRODUÇÃO

Para se discutir sobre empreendedorismo sustentável é necessário voltar ao século passado, quando se iniciou a discussão sobre sustentabilidade e desenvolvimento sustentável. Note-se que os três conceitos estão interligados, sendo necessária a compreensão de sustentabilidade para seguir pelo desenvolvimento sustentável e chegar ao empreendedorismo sustentável.

O embrião do debate sobre a sustentabilidade começa quando o ser humano se dá conta de que a forma como se produz e se consome o que é produzido está exaurindo os recursos naturais, que conflita com a crença de que a matéria prima retirada da natureza seria inesgotável. Conforme Dias (2011), a forma de exploração industrial, utilizando recursos provenientes da natureza, foi incontestemente durante todo o século XIX e parte do século XX. Ainda seguindo Dias (2011, p. 7), “a visão equivocada de que os recursos naturais eram ilimitados e estavam à disposição do homem somente começou a ser questionada na década dos anos 1970”.

Constatações de perda de áreas verdes, contaminação de áreas naturais e diminuição de recursos da natureza chamaram a atenção da comunidade científica mundial e estudos e conferências começaram a ser elaborados. A partir desses encontros mundiais o conceito de sustentabilidade foi estabelecido.

Pela forma como essas discussões científicas trataram a questão ecológica e econômica, os dois assuntos ficaram estreitamente interligados, formando a base para a consolidação do desenvolvimento sustentável. A partir da definição base de sustentabilidade, o conceito foi confrontado ao modelo econômico preponderante e seus meios de produção, uma vez que os mesmos contribuíram para o acelerado uso dos recursos naturais. Essa visão é corroborada por Veiga (2011), tendo o autor registrado que “as raízes do debate sobre o seu sentido (sustentabilidade) estão nas reflexões de duas disciplinas consideradas científicas: ecologia e economia” (VEIGA, 2011, p. 17). É ressaltada a importância de se discutir juntamente negócios (economia) e natureza (ecologia), pois ambos estão intrinsecamente ligados, de modo que ações em um afetam, diretamente, o outro. Basta observar que, se retiramos os insumos para a maior parte da produção do meio ambiente, ou seja, a economia é dependente do estado em que se encontram os recursos naturais.

A sustentabilidade não deve ser encarada como algo impeditivo ao desenvolvimento, mas sim como uma forma de fazer diferente, ou seja, uma

transição para um novo modelo de economia, que se baseia em modelos de desenvolvimento e paradigmas que sejam capazes de incluir socioeconomicamente setores excluídos da população, e se relacione com a natureza de forma menos devastadora (PEREIRA; SILVA; CARBONARI, 2011). Uma nova economia que integre harmonicamente o meio ambiente, o social e o desenvolvimento.

Esse novo modelo de abordagem econômica, baseado no desenvolvimento sustentável e seus paradigmas, encontra no empreendedorismo sustentável o meio prático para se tornar real. Essa nova forma traz à tona várias oportunidades a explorar, seja na inovação, criação de produtos e serviços novos, diferentes nichos de mercado e campos de atuação, ou seja, solo fértil para que o empreendedor atue de forma sustentável. Brunelli e Cohen (2012, p. 10) trazem que o empreendedorismo sustentável trabalha com “oferta de produtos e serviços inovadores, adoção de processos diferenciados para absorver os pilares da sustentabilidade na prática do negócio e a própria postura empreendedora”. Os mesmos autores também ressaltam que as motivações do empreendedor sustentável, diferente do empreendedor tradicional, vão além do retorno financeiro.

O empreendedorismo sustentável entra nessa discussão como forma de tornar palpável a base conceitual do desenvolvimento sustentável, que foram firmadas a partir do conceito de sustentabilidade. Como colocado por Brunelli e Cohen (2012), os empreendedores sustentáveis contribuem para o processo de desenvolvimento sustentável. Os gestores de empresas sustentáveis podem assim atuar através de medidas sustentáveis colaborando para o avanço em questões sociais e ambientais.

A maneira de colocar em prática o tripé (economia, meio ambiente e social), base do desenvolvimento sustentável, é por meio do empreendedorismo sustentável, pois como afirmado por Borges et al. (2014, p. 2) “o empreendedorismo, que sempre foi visto como um agente de transformação social, em especial para o econômico, passou a ser considerado também o veículo que pode colaborar para o desenvolvimento sustentável”.

Diante do que foi exposto e da relevância do conteúdo, buscou-se no cenário sergipano empresa que pudesse conter tais características. Para tal o presente trabalho buscou investigar se a Planeta Limpo pode ser considerada uma empresa sustentável. A Planeta Limpo é uma empresa sergipana, localizada em Aracaju, que atua no ramo de coleta e destinação de resíduos. Tem atuação no mercado público

e privado, com operações em sete estados da federação e tem como principais parceiros comerciais Construtora Celi, Universidade Federal de Sergipe, Prefeitura de Neópolis, Fafen, Transpetro, Petrobras e HTB.

A metodologia da pesquisa foi de caráter bibliográfico e se utilizou de entrevistas realizadas com os gestores da empresa analisada, por meio de entrevista semiestruturada. Para tanto, o estudo está dividido nas seguintes seções: introdução, referencial teórico, apresentação da empresa estudada, metodologia, análise de resultados, conclusão e referências.

O primeiro, dos cinco capítulos, apresenta a introdução, justificativa, problema, objetivo geral e objetivos específicos. O segundo capítulo apresenta o levantamento teórico, que dará embasamento para o tema abordado neste trabalho, além de facilitar a sua compreensão. Foram abordados os seguintes tópicos: sustentabilidade, desenvolvimento sustentável, empreendedorismo, empreendedorismo sustentável e responsabilidade social empresarial. Nesse mesmo capítulo, se apresentaram também os estudos realizados sobre o tema, cuja importância é apresentar os aspectos já abordados por outros autores.

No terceiro capítulo, metodologia, descreve como foi feita a pesquisa, a coleta de dados, os métodos e estratégias do estudo e, por fim, a maneira como esses dados foram analisados.

Os capítulos quatro e cinco, respectivamente, apresentam os resultados obtidos através das análises dos dados coletados, e a exposição das considerações finais feitas por meio do cruzamento das informações dos resultados obtidos com as teorias descritas no referencial teórico.

1.1 JUSTIFICATIVA

Este trabalho de conclusão de curso visa contribuir para o conhecimento em empreendedorismo sustentável, temática esta que embora já tenha produção acadêmica no Brasil e no estado de Sergipe, ainda se caracteriza como nova, segundo Borges et al. (2013), e com quantidade pequena de trabalhos publicados. Até o presente momento não foi identificado trabalho acadêmico que abordasse o referido tema dessa maneira e nem que estudasse empresa com similares características. Há ainda um vasto campo a ser abordado nesse tema, conforme Borges et al. (2013) afirmam e sugerem, e é nesse vácuo acadêmico que esse trabalho pretende atuar.

A lacuna a ser explorada é a identificação da forma de empreendedorismo sustentável em determinada empresa, bem como a motivação, dificuldades, resultados, dentre outros aspectos que envolvem a escolha de empreender sustentavelmente, se mostram importantes para a discussão da temática, uma vez que os resultados obtidos através de tal pesquisa podem promover novas ações nesse campo. Estudos de caso dessa magnitude e na área de atuação da empresa estudada, atividade fim (coleta e destinação de resíduos), não são comuns, portanto pode-se considerar assim o tema dessa produção científica relevante e de certa forma novo, ou seja, uma lacuna científica.

Outros autores que já contribuíram para a temática, também reforçam que empreendedorismo sustentável é um tema recente, a exemplo de Boszczowski e Teixeira (2012), e que existe a necessidade de exploração da relação entre o sustentável e o empreendedorismo, conforme Brasil e Nogueira (2016).

A importância da sustentabilidade para o mundo dos negócios, em que o empreendedorismo está incluído, já é um fato consumado que pode ser comprovado com a variedade de publicações acadêmicas e não acadêmicas como, por exemplo, o Guia Exame de Sustentabilidade (promovido pela revista Exame), o Índice Dow Jones de Sustentabilidade (promovido pela Bolsa de Valores de Nova York), o Índice de Sustentabilidade Empresarial (promovido pela BM & FBOVESPA, bolsa de valores do Brasil), o Prêmio Ozires Silva de Empreendedorismo Sustentável (iniciativa do Instituto Superior de Administração e Economia – ISAE), o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), a elaboração por parte do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), de Indicadores de Desenvolvimento Sustentável, dentre outros.

Uma das pesquisas mais relevantes sobre a temática sustentável no mundo corporativo foi feita pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), publicada em 2013. Ela demonstra que: “59,5% dos empresários veem a sustentabilidade como uma oportunidade de ganho; 62,7% dos empresários atribuem algum critério de sustentabilidade ambiental na avaliação dos fornecedores” (SEBRAE, 2013, p.06). Além dos percentuais importantes registrados pela pesquisa, algumas conclusões foram tiradas, tais como: “os empresários entrevistados atribuem elevada importância às questões do meio ambiente”.

Na mesma linha de raciocínio, outro dado interessante da mesma pesquisa é atribuído à percepção de que programas de preservação do meio ambiente podem

atrair novos clientes, uma pequena parcela, 21,6%, acha que tais programas “não afetam diretamente o aumento no número de clientes”, ademais, 59,7% dos entrevistados “estimulam ações de proteção ambiental” (SEBRAE, 2013, p.75). A pesquisa também abordou as principais dificuldades, na visão dos entrevistados, que podem servir como os três principais empecilhos para implementar ações de sustentabilidade, cujos resultados foram: “falta de informação sobre o tema (18,3%), a dificuldade em encontrar parceiros para cooperação (16,6%) e o preço a pagar para adotar ações (11,2%)”. (SEBRAE, 2013, p.79).

A partir dos dados fornecidos pela pesquisa do SEBRAE (2013), pode-se concluir que o empreendedor acha que a sustentabilidade pode ser uma oportunidade de ganho, que programas ambientais podem atrair novos clientes, além de já estimular ações de proteção ambiental, portanto o empreendedorismo sustentável pode ser uma boa oportunidade de empreender um negócio.

Averiguar se uma empresa é ou não sustentável se torna relevante num contexto em que empresas se atestam como sustentáveis. Em um dos estudos que embasam teoricamente esse trabalho, Pimentel, Reinaldo e Oliveira (2010), as empresas observadas não foram consideradas sustentáveis. Outros estudos, como Brasil e Nogueira (2016), que estão citados no referencial teórico partem do pressuposto de que as empresas estudadas são sustentáveis, ponto de partida diferente do presente trabalho.

1.2 PROBLEMA

De acordo com o que foi exposto na justificativa, e levando em consideração os outros trabalhos no tema, uma lacuna pode ser explorada contribuindo para o debate do empreendedorismo sustentável: se determinada empresa pode ser considerada sustentável. Porém, é preciso avaliar se a empresa pode ser considerada sustentável, se a forma de empreendedorismo sustentável adotada e questões ligadas a essa escolha tais como: motivação, dificuldades, oportunidades, benefícios, se mostram importantes, pois o possível benefício desse tipo de escolha pode promover uma onda de sustentabilidade no meio e levar mais empreendedores a empreender de forma sustentável. Desta forma, pergunta-se: **A Planeta Limpo pode ser considerada como uma empresa de empreendedorismo sustentável?**

1.3 OBJETIVOS

Segundo Creswell (2007, p. 100), “a declaração de objetivo estabelece a direção para a pesquisa”. O autor continua discorrendo sobre o assunto afirmando que “o objetivo estabelece os propósitos, a intenção e a ideia central de uma proposta ou estudo” (CRESWELL, p. 101). Estabelecer o objetivo significa estabelecer o norte da pesquisa, o fio condutor para um trabalho acadêmico. Os objetivos são divididos em geral e específicos.

1.3.1 Objetivo Geral

O objetivo geral serve como caminho a ser seguido para que uma pesquisa consiga sucesso ao que se propõe, busca a compreensão geral do todo, relacionar-se à ideia central (MARCONI; LAKATOS, 2010).

O objetivo geral dessa pesquisa é:

Identificar se a Planeta Limpo é uma empresa onde se pratica empreendedorismo sustentável.

1.3.2 Objetivos Específicos

Conforme Marconi e Lakatos (2010, p. 247), os objetivos específicos “compreende etapas intermediárias, que, sob aspectos instrumentais, permite o objetivo geral”.

Para o alcance do objetivo geral, foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- 1 – Levantar ações sustentáveis da empresa Planeta Limpo;
- 2 – Analisar dificuldades e benefícios das ações sustentáveis praticadas pela empresa;
- 3 – Identificar a motivação de empreender, de forma sustentável, da empresa Planeta Limpo;
- 4 – Identificar a forma de empreendedorismo sustentável praticada pela empresa Planeta Limpo.

2 LEVANTAMENTO TEÓRICO

Conforme Vergara (2009, p. 29) “denomina-se referencial teórico o capítulo do projeto que tem por objetivo apresentar os estudos sobre o tema, ou especificamente sobre o problema, já realizados por outros autores”. A autora complementa afirmando que esse capítulo promove uma revisão da existente literatura de tema específico, englobando acervo de críticas e teorias, bem como trabalhos realizados que utilizam essa referência. Apresenta o material científico existente sobre o assunto, estado da arte, promovendo consistência e contextualização à pesquisa (VERGARA, 2009).

Ainda sobre o referencial teórico, Vergara (2009) complementa que o autor de uma nova pesquisa sobre assunto específico aponta suas preferências e preocupações acerca da bibliografia consultada, discordâncias ou lacunas com os pontos, na visão do pesquisador, que necessitam ser confirmados.

2.1 SUSTENTABILIDADE

Conforme explanado na introdução deste trabalho, o tema sustentabilidade começou a ser discutido em fóruns mundiais. Uma das primeiras conferências a ser realizada foi a de Estocolmo, em 1972. Batizada de Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano foi realizada pela Organização das Nações Unidas (ONU), cujo foco foi “a preocupação com o meio ambiente e os impactos do modelo de desenvolvimento para o futuro do planeta” (Scotto; Carvalho; Guimarães, 2011, p. 20), além de ter colocado “a dimensão do meio ambiente na agenda internacional” (SACHS, 2009, p. 48).

Cabe destacar que a sustentabilidade colocou em xeque o modelo de desenvolvimento econômico de então, baseado na exploração extensiva dos recursos naturais.

Da supramencionada conferência resultou um documento com cerca de 109 recomendações, o Plano de Ação para o Meio Ambiente Humano. Outro legado do encontro foi a propagação do termo sustentabilidade, embora o seu uso e significado já fossem usuais, o conceito foi popularizado a partir da conferência (BOFF, 2015). A discussão sobre a forma de produção e de sociedade ficou diretamente relacionada à sustentabilidade.

Apesar da frutífera discussão do seu significado, não há um consenso em torno do conceito de sustentabilidade, com várias vertentes colaborando para o debate do tema, discutido de forma ampla (SILVA; REIS; AMÂNCIO, 2014). Há também a crítica de que o termo teria perdido sua identidade, já que tem sido utilizado para exprimir significados tão distintos entre si e com relação ao seu sentido original (VEIGA, 2010).

Serão expostas algumas dessas vertentes em torno da temática para que uma ideia base possa ser revista, bem como breve levantamento histórico. Moreira, Lima e Tótaró (2014) colocam a sustentabilidade como um dos maiores desafios da contemporaneidade da nossa sociedade, uma vez que é preciso continuar o desenvolvimento social e econômico, porém respeitando o meio ambiente.

Os conceitos de desenvolvimento sustentável e sustentabilidade ganharam certa notoriedade nos tempos recentes, porém não há uma única ideia consensual acerca dessas temáticas. Ambos os significados não são exatamente delimitados ou homogêneos, gerando campos diversos de disputas e concepções diferentes de mundo (SCOTTO; CARVALHO; GUIMARÃES, 2011). Embora os dois conceitos estejam atrelados, (Silva, Reis e Amâncio, 2014, p. 91) defendem que “a noção de sustentabilidade não se resume à sua relação com o desenvolvimento”, ou seja, são espectros independentes que se complementam e foram interligados.

Para Sachs (2009), o termo sustentabilidade tem várias dimensões, mas comumente ele é associado ao meio ambiente, à sustentabilidade ambiental. Sachs descreve as demais dimensões da sustentabilidade, são elas de ordem: social, cultural, territorial, econômica e política.

O referido autor também define critérios para cada um desses aspectos da sustentabilidade, sendo eles: **1) Social:** busca alcançar patamar razoável de homogeneidade social; justa distribuição de renda; ampla oferta de emprego pleno e/ou autônomos com desempenho e vida de qualidade; serviços sociais com igualdade em acesso e recursos. **2) Cultural:** tradição e inovação em equilíbrio, nas mudanças que vem ocorrendo; autonomia técnica e intelectual para elaboração de um projeto nacional integrado e endógeno, opondo-se a copiar, de forma idêntica sem levar em conta aspectos nacionais, os modelos que vem de outras nações; estar seguro de si, enquanto nação e projeto para o desenvolvimento, ao se abrir para aos outros países e tendências internacionais. **3) Ecológica:** produzir com recursos renováveis, preservando o potencial do capital natural; reduzir e limitar ao

máximo o uso dos recursos não-renováveis. **4) Ambiental:** respeitar os limites do ecossistema natural e sua capacidade de auto regeneração e autodepuração. **5) Territorial:** balancear as configurações urbanas e rurais, coibir êxodo rural, equilibrando investimentos públicos entre as áreas rurais e urbanas, tornando o campo mais atrativo e com melhores oportunidades de desenvolvimento, sejam elas de trabalho ou de vida; avanços, no sentido de melhorar a vivência no ambiente urbano; superar/equilibrar as diferenças entre as regiões; desenvolvimento ambientalmente planejado, seguramente elaborado, para áreas ecologicamente frágeis. Conservação da biodiversidade, proposta pelo Ecodesenvolvimento.

E os três últimos aspectos com seus referidos critérios definidos pelo imediatamente supracitado autor, é **6) Econômico:** desenvolvimento econômico entre setores de forma equilibrada; segurança alimentar a todos, principalmente os mais carentes; recursos e capacidade de modernização dos instrumentos de produção, de forma continuada para equiparação de tecnologia, nível de autonomia na pesquisa científica e tecnológica razoável; soberania na inserção na economia internacional. **7) Política Nacional:** democracia afinada aos termos estabelecidos pelos direitos humanos universais; ampliação da capacidade de desenvolvimento do Estado para implementar o projeto nacional, levando-se em conta a parceria com todos os empreendedores; coesão social a níveis razoáveis. **8) Política Internacional:** garantia da paz e promoção da cooperação internacional por meio do sistema de prevenção de guerras da ONU; um pacote Norte-Sul de co-desenvolvimento, baseando-se em princípios de igualdade (compartilhamento de responsabilidade em favorecimento do parceiro mais fraco); efetivo controle do sistema internacional financeiro e de negócios; efetivo controle institucional da aplicação do Princípio da Precaução na gestão dos recursos naturais e do meio ambiente, prevenção contra mudanças globais negativas, proteger a diversidade biológica (e cultural), e gestão do patrimônio global, promovendo herança comum da humanidade para as próximas gerações; sistema efetivo de cooperação científica e tecnológica internacional, tendo a eliminação parcial do caráter de *commodity* da ciência e tecnologia, também como propriedade da herança comum da humanidade (SACHS, 2009).

O quadro 1 a seguir apresenta, de forma resumida, os critérios de sustentabilidade propostos por Sachs (2009).

Quadro 1 - Critérios de Sustentabilidade

Quadro Resumo - Critérios de Sustentabilidade	
1) Social	Homogeneidade social, justa distribuição de renda, ampla oferta de emprego, acesso a serviços sociais.
2) Cultural	Tradição e inovação, autonomia técnica e intelectual, nacionalidade e inspiração internacional.
3) Ecológica	Recursos renováveis, preservando o potencial do capital natural, redução de recursos não renováveis.
4) Ambiental	Respeitar os limites do ecossistema natural e sua capacidade de autorregeneração e autodepuração.
5) Territorial	Equilíbrio entre urbano e rural, evitar êxodo rural e tornar o campo mais atrativo. Equilibrar diferenças regionais, desenvolvimento ambientalmente planejado.
6) Econômico	Desenvolvimento econômico entre setores de forma equilibrada, segurança alimentar, soberania internacional, modernização dos meios de produção.
7) Política Nacional	Democracia afinada aos termos estabelecidos pelos direitos humanos universais, coesão social.
8) Política Internacional	Garantia da paz, aplicação do Princípio da Preocupação na gestão dos recursos naturais, proteção da diversidade biológica e cultural.

Fonte: Sachs (2009)

Conforme Dias (2011), a sustentabilidade empresarial deve ser pautada em três vertentes equilibradas e interdependentes. A **econômica** diz respeito à sobrevivência da empresa. Uma vez que as organizações precisam ser rentáveis, financeiramente viáveis, ou seja, dar retorno ao capital empregado. Em termos **sociais**, a organização deve oferecer condições boas de trabalho, procurar promover a diversidade cultural do meio em que está inserida no ambiente de trabalho, gerar oportunidades a pessoas com deficiências, além de participar das atividades socioculturais na comunidade ao entorno das instalações físicas da empresa. Por fim, na vertente **ambiental**, a máxima ecoeficiência nos processos produtivos deve ser um objetivo a ser alcançado, além de incentivar uma postura de

responsabilidade ambiental, evitando ao máximo, contaminar o ambiente natural, desenvolvendo assim, uma cultura ambiental na organização.

Ainda de acordo com o autor, o “*Triple Bottom Line*” ou três Ps (*People, Planet and Profit*), como é conhecido, e que juntos formam o tripé da sustentabilidade, pode ser tanto aplicado no ambiente micro, quanto macro da vida humana. *People* trata do capital humano da empresa ou da sociedade, *Planet* se refere ao capital natural da empresa ou da sociedade e *Profit* trata do resultado econômico, positivo, de uma organização ou da sociedade (DIAS, 2011).

2.2 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Os debates acadêmicos sobre a sustentabilidade evoluíram para o tema desenvolvimento sustentável, seguindo o levantamento histórico a respeito da temática. Durante a década de 1980 prosseguiu a frutífera discussão dos rumos que deveriam ser seguidos na busca para a sustentabilidade, nas mudanças que deveriam ser implementadas. A maior contribuição desse período foi a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CMMAD), no ano de 1984, que teve como presidente a primeira-ministra da Noruega, Gro Brundtland.

Como resultado da comissão, foi confeccionado o relatório Brundtland ou “Our Common Future” (Nosso Futuro Comum), como ficou conhecido. A comissão se reuniu pela primeira vez em 1984 e publicou suas análises em 1987 (SCOTTO, CARVALHO; GUIMARÃES, 2011). Segundo Boff (2015, p. 34), na comissão “já aparece claramente à expressão ‘desenvolvimento sustentável’”. Além da firmação definitiva do conceito de desenvolvimento sustentável, um objetivo a ser perseguido e alcançado, o relatório se baseia em três tópicos principais, a saber: preocupações comuns, desafios comuns e esforços comuns. Ele traça um panorama e ideais a serem atingidos, que devem ser um objetivo comum a todos. Com essa abordagem, a questão ambiental deve ser encarada como uma problemática global, pois, apesar de afetar mais a uns do que a outros, os efeitos negativos atingem a todos.

Em 1992 ocorreu mais uma Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente. Oficialmente batizada de Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), que “popularizou o conceito de desenvolvimento sustentável, tornando as questões ambientais e de desenvolvimento indissolúvelmente ligadas” (DIAS, 2011, p. 22).

Quadro 2 – Principais Eventos sobre Meio Ambiente

Ano	Evento
1972	Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, em Estocolmo – Início oficial da discussão acerca da sustentabilidade e propagação do termo.
1984	Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CMMAD) – Início da discussão para o relatório “Nosso Futuro Comum”.
1987	Publicação do relatório “ <i>Our Common Future</i> ” ou relatório Brundtland – Surgimento e divulgação do conceito de desenvolvimento sustentável.
1992	Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente (CNUMAD), Eco 92, no Rio de Janeiro – Popularização do conceito de desenvolvimento sustentável.

Fonte: Elaborado pelo autor (2019)

A sustentabilidade é um conceito que aborda o meio ambiente, o social e o econômico, que traz a ideia de que esses três panoramas devem andar juntos. Para que esses três aspectos gerem riqueza, é preciso que haja desenvolvimento, porém um desenvolvimento sustentável, em que exista o lucro para as empresas, mas respeitando os limites da natureza (de preferência trabalhando em prol do meio ambiente), buscando a inclusão social, seja da comunidade local ou das regiões mais pobres, e a valorização e respeito aos trabalhadores, ou seja, conforme explicitado por Sachs (2009, p.54) “abordagem fundamentada na harmonização de objetivos sociais, ambientais e econômicos”.

A partir da base estabelecida pela sustentabilidade é que se deve promover o desenvolvimento, que conforme Sachs (2009, p.35), ocorre “ao atender simultaneamente os critérios de relevância social, prudência ecológica e viabilidade econômica, os três pilares do desenvolvimento sustentável”. As políticas públicas devem se fundamentar no conceito de desenvolvimento sustentável, propondo que os objetivos do desenvolvimento social e econômico sejam definidos nos termos da sustentabilidade (PEREIRA; SILVA; CARBONARI, 2011).

Sachs (2008) em um de seus trabalhos descreve os cinco pilares do desenvolvimento sustentável (DS), formado pelo social, ambiental, territorial, econômico e político, e que podem ser considerados uma variação mais específica dos três âmbitos do DS. Segundo o autor, o político pode ser inserido dentro do social, englobando conceitos como cidadania, direitos políticos e democracia. O

ambiental tem um quê de social, ambiental e econômico, uma vez que aborda acerca da distribuição de territórios, populações e suas atividades; e essa transição para o desenvolvimento sustentável requer uma mudança de pensamento econômico, consumo e produção, levando em conta os pilares expostos pelo autor e que nos previnem no sentido de que, mudar não será necessariamente fácil.

Conforme mencionado no início desse trabalho, as comissões internacionais se atentaram à forma como o desenvolvimento econômico se dava, o que resultou num desordenado crescimento econômico, “em que se utilizavam grandes quantidades de energia e de recursos naturais, que acabaram por configurar um quadro de degradação contínua do meio ambiente” (DIAS, 2011, p.6). Valendo realçar que a origem da decisão em se promover a I Conferência sobre Meio Ambiente Humano, pela ONU, foi dada a partir da preocupação com o futuro do planeta, por conta do modelo de desenvolvimento e seus impactos no meio ambiente (SCOTTO; CARVALHO; GUIMARÃES, 2011). De modo que, só a partir da firmação do conceito de sustentabilidade, foi feita a crítica ao modelo de desenvolvimento de então.

Durante a década de 1940, quando da reconstrução dos territórios destruídos durante a segunda guerra mundial, havia a ideia de que crescimento e progresso poderiam se estender de forma ilimitada, esse ideário povoou o imaginário das potências industrializadas de então (SCOTTO; CARVALHO; GUIMARÃES, 2011). Esse conjunto de ideias perdurou até que o debate acerca das condições ambientais de então foi feito pelos encontros promovidos pela ONU.

As alterações promovidas ao longo dos séculos XX e XXI nos ecossistemas pelos seres humanos, com a utilização de recursos naturais como insumo para os mais variados intuitos, beneficiaram bilhões de pessoas, porém a um custo muito alto, enfraquecendo a capacidade da natureza de se regenerar e oferecer seus recursos (ALMEIDA, 2007). Essas alterações acarretaram problemas ambientais que são nitidamente sentidos pelos habitantes da Terra, tais como: extinção e eminente extinção de várias espécies, aquecimento global, problemática da camada de ozônio, efeito estufa, derretimento das geleiras nos polos, poluição do meio ambiente, dentre outros, que já são de conhecimento popular e constantemente estão sendo abordados pelos meios de comunicação.

Almeida (2007) traz a tona o conceito consolidado pela Avaliação Ecosistêmica do Milênio, esse conceito demonstra que a natureza fornece serviços

ecossistêmicos ao Homem. A Avaliação Ecosistêmica do Milênio (AEM) foi encomendada pelo ex-secretário-geral da ONU, Kofi Annan, tendo como ponto de partida realizar uma ressonância do uso da natureza pelo ser humano até então, em 2000. A avaliação constatou que o estado em que se encontrava o suporte dos recursos naturais utilizado pelos homens era preocupante (PEREIRA; SILVA; CARBONARI, 2011). Lançada em 2005, a já referida avaliação foi formulada a partir dos resultados de quatro convenções referentes a questões ambientais (áreas úmidas, biodiversidade, clima e desertificação). Formada por 1.360 especialistas de 95 nações, que foram a campo e compilaram dados e informações, cujo trabalho foi revisado por outros oitocentos entendidos do assunto, listaram 24 serviços ambientais vitais à existência da humanidade, cuja quantia de quinze estava perdendo forças e correndo sérios riscos de existência (ALMEIDA, 2007).

Segundo Almeida (2007, p. 13) os serviços ambientais são “benefícios que os seres humanos obtêm da natureza e que são produzidos pelas interações que ocorrem no interior dos ecossistemas”. Para o mesmo autor os Ecossistemas são sistemas de interação complexos onde ocorrem interações entre os organismos vivos e o ambiente abiótico em que se encontram (ALMEIDA, 2007). Conforme constatado em Pereira, Silva e Carbonari, (2011), a manutenção do equilíbrio do ecossistema é fundamental para assegurar a sobrevivência das espécies na Terra, além da qualidade de vida dos humanos e a diversidade de espécies. Os serviços ambientais podem ser divididos em de suporte, de provisão, reguladores e culturais. Os culturais abordam aspectos relativos à cultura propriamente dita, como culinária, religiosidade, espiritualismo, educação, etc. Os reguladores, como o nome sugere, abarcam a regulação do meio ambiente, clima, qualidade da água, enchentes, dentre outros. Os de provisão estão ligados aos insumos que são utilizados para alimentação, fabricação de produtos, combustíveis, mineração. Os de suporte estão diretamente ligados à produção de oxigênio, a formação dos solos, ao sequestro de carbono, e a ciclagem de nutrientes (ALMEIDA, 2007).

A partir das décadas de 1960 e 1970 é que foi percebida a inviabilidade de linha de pensamento, uma vez que a questão dos recursos naturais foi colocada no centro da pauta, por meio de vários documentos, valendo destacar o Relatório Meadows, que concluiu que a forma como o crescimento se dava seria impossível de ser sustentada, sob o risco de se esgotarem os recursos naturais (SCOTTO; CARVALHO; GUIMARÃES, 2011).

Dessa crítica, explicitada por Pereira, Silva e Carbonari, (2011, p.69) “ao modelo de crescimento adotado tanto por países desenvolvidos quanto por países em desenvolvimento baseado na exploração excessiva dos recursos naturais”, ao modelo de crescimento adotado surgiu o conceito de desenvolvimento sustentável, que segundo a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), tendo como pedra fundamental o Relatório Brundtland, mais conhecido como Nosso Futuro Comum, pode ser definido como “capaz de garantir as necessidades do presente sem comprometer a capacidade de as gerações futuras atenderem também as suas” (CMMAD, 1991, p. 9). “Esse relatório apresentou um novo olhar sobre o desenvolvimento” (PEREIRA; SILVA; CARBONARI, 2011, p.69). Conforme Veiga (2010, p.138), “o crescimento da população e da produção não deve levar a humanidade a ultrapassar a capacidade de regeneração dos recursos e da absorção dos dejetos”.

Embora o conceito de desenvolvimento sustentável tenha sido elaborado no final do século XX, ele ainda não está totalmente estabelecido para o público comum, passando por uma fase de maturação até que se possa estar completamente incorporado e seu conceito se traduza na prática. Houve avanços, porém não na dimensão necessária para que se afaste o fantasma da problemática social e ambiental (ALMEIDA, 2007). O mesmo autor ressalta a importância do surgimento de lideranças empresariais com essa consciência de desenvolvimento sustentável, visto que “a revolução do desenvolvimento sustentável imporá uma profunda renovação no mundo corporativo” (ALMEIDA, 2007, p.4).

Sachs (2009) expõe que o desenvolvimento sustentável diverge das forças do mercado, que se aplicam sem restrições, como já exposto, utilizando os recursos naturais de forma exaustiva, além da questão social. A questão que se põe é: como aliar duas ideias, desenvolvimento e sustentabilidade, que aparentemente se mostram opostas, pois no século passado, de uma forma geral, o desenvolvimento se deu à custa da exploração desenfreada da natureza.

Conforme visto, a ideia de desenvolvimento permeada durante a revolução industrial até a formulação do conceito de desenvolvimento sustentável pode caracterizar o desenvolvimento desse período como utilizador dos recursos naturais acima da capacidade da natureza de se regenerar, acima do equilíbrio dinâmico dos recursos naturais, um “modelo de crescimento econômico pautado pelo capital especulativo, pelo consumo sem limite e pela cultura do individualismo” (PEREIRA;

SILVA; CARBONARI, 2011, p. 6). O desenvolvimento sustentável propõe que o desenvolvimento continue a acontecer, porém respeitando os limites dos ecossistemas.

2.3 EMPREENDEDORISMO

O Empreendedorismo é um tema muito relevante para a economia, para a geração de emprego e renda e, conseqüentemente, para o crescimento econômico do local onde ele esteja sendo realizado. Em épocas de crise, como Dornelas (2008) aponta, o ato de empreender pode ser uma saída à falta de emprego, criando novos negócios. Degen (2009) em consonância com Dornelas caracteriza o período de crise como sendo um período de oportunidades.

O empreendedorismo se baseia na figura do empreendedor, assim, é importante considerar, que as pessoas que empreendem, segundo Dornelas (2008, p. 5) “são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado”. Para se compreender completamente o conceito por trás de um tema, é importante saber o significado e a origem do mesmo. Degen (2009) nos presta esse serviço, contextualizando que o termo empreendedor deriva da palavra em língua inglesa *entrepreneur*, que vem do termo francês *entreprende*, que se originou da junção de duas palavras em latim, *inter* (reciprocidade) e *prehendre* (comprador). A combinação dessas duas palavras resulta no termo intermediário.

Dornelas (2008, p. 22) define empreendedorismo como “envolvimento de pessoas e processos, que em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”. A partir dessa afirmação, entendemos que, para se empreender é necessário ter uma ideia, algo que não existe ou fazer diferente da maneira daquilo que já existe, ou ainda, identificar uma oportunidade e colocar em ação o que foi pensado. Para Hisrich, Peters e Shepherd (2014, p. 6) “o empreendedor segue o que acredita ser uma oportunidade” e Dornelas (2008, p. 23) complementa com a seguinte frase, “o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela”. Os termos ideia, criatividade e oportunidade andam lado a lado no certame do empreendedorismo.

Baron e Shane (2016) definem o empreendedorismo como uma área de estudos que busca investigar como surgem as oportunidades para criação de novos

serviços ou produtos, novos mercados, processos produtivos, modos de organizar as tecnologias existentes ou insumos, e como pessoas específicas as descobrem, exploram e desenvolvem. Como enfatizado por outros autores, temos no estudo do empreendedorismo palavras chave como: oportunidade, criação, exploração e desenvolvimento que estão interligadas a criatividade e ideias.

Degen (2009) aponta quais são os motivos mais usuais que levam pessoas a empreender: desejo de elevar a renda; vontade de sair da rotina de empregado e poder implementar ideias próprias; ser o próprio patrão e por consequência definir o futuro e não ter que dar satisfação a terceiros; provar a si próprio e a seus pares a capacidade de empreender; vontade de obter benefícios e reconhecimento a partir de suas ações e, por fim, gerar benefícios à sociedade.

Quando se escreve sobre empreender, possuir o próprio negócio, ser chefe de si mesmo, pode se ter uma visão turva do que é de fato o empreendedorismo, uma vez que o risco nesse tipo de atuação é constante. Algumas características são marcante nos empreendedores, Dornelas (2008) traz algumas, a saber: habilidade de criar algo novo; estar comprometido e devotado para fazer o empreendimento dar certo, calculando riscos e tomando decisões, além de lidar com as falhas e erros que elas possam acarretar. Para o já mencionado autor, os empreendedores de sucesso são aqueles que:

[...] estão sempre atrás de novas ideias de negócio e de verdadeiras oportunidades de mercado, ficando atentos a tudo que ocorre à sua volta. São curiosos e questionadores, não aceitando a primeira explicação dada sobre os fatos. (DORNELAS, 2008, p. 41).

Nesta mesma perspectiva reforçadora da identidade empreendedora, é apontada como característica importante no perfil dos empreendedores, “seu inconformismo irracional com a situação atual das coisas e sua ânsia por mudanças” (DEGEN, 2009, p. 14).

As fases do processo empreendedor podem ser estabelecidas em quatro, conforme retirado de Dornelas (2008, p. 26), são elas: “identificar e avaliar a oportunidade; desenvolver o plano de negócios; determinar e captar os recursos necessários; e gerenciar a empresa criada”. Não necessariamente as fases devem seguir esse roteiro, podendo ocorrer de forma variada e sem prejuízos ao empreendimento, como concordam Baron e Shane (2016, p. 15) ao explicarem que “não queremos sugerir que o empreendedorismo pode ser prontamente dividido em

fases claras e facilmente distinguíveis. Na verdade, o processo é complexo demais para que isso ocorra”. Os autores que tratam da temática do empreendedorismo buscam com a divisão do ato de empreender em fases transformá-lo num processo lógico e que supostamente tem início, meio e fim. Vale ressaltar que a prática nem sempre segue a lógica do que foi teorizado, porém seguir a teoria pode ser um facilitador, uma vez que ela foi desenvolvida se apoiando nas experiências passadas e serve como base para negócios futuros.

Baron e Shane (2016, p. 12) corroborando com a visão dos referidos autores, expõem que “o processo empreendedor começa quando uma ou mais pessoas reconhecem uma oportunidade”. Trazem ainda que “as oportunidades têm potencial de gerar valor econômico e são vistas como desejáveis na sociedade em que ocorrem”. Hisrich, Peters e Shepherd (2014) apontam sete áreas de tendências que podem gerar negócios, são elas: verde; energia limpa; orientação orgânica; econômica; social; saúde; web. Baron e Shane (2016) também elencam alguns campos que se configuram em campo fértil de oportunidades, tais como: mudança tecnológica; mudança política e regulamentar; mudança social e demográfica.

Podemos observar que os campos citados têm algo em comum, a mudança. Vivemos numa época de constantes mudanças, principalmente de hábitos e costumes, o que por sua vez amplia as oportunidades de empreender. Estar atento às modificações as quais a sociedade está exposta, bem como as regras que a regem, é de suma importância para o empreendedorismo.

A segunda etapa, por mais que seja um processo formal, e já determinado com passo a passo pré-estabelecido, se configura em um processo trabalhoso para pessoas que estejam empreendendo pela primeira vez. Fazer o plano de negócios envolve colocar ideias e pensamentos no papel, atividade nem sempre fácil, porém de importância única para reduzir riscos, a partir do levantamento do mercado (DORNELAS, 2008).

O terceiro passo, determinar e captar recursos enfatiza a extensão do que foi idealizado no plano de negócios, destacando a captação como sendo um ponto crucial e nem sempre fácil. Há inúmeros meios de angariar recursos, desde recorrer a instituições financeiras (destacando o plano de negócios como facilitador para receber o montante requisitado), economias previamente resguardadas ou apoio de amigos e familiares. Não esquecendo a modalidade anjo, investidor externo que

aporta dinheiro no negócio para que o mesmo possa iniciar, se desenvolver ou alavancar (DORNELAS, 2008).

Por fim, a quarta etapa, gerenciar a criação. Por mais que a ideia seja boa, que os recursos necessários para iniciar o empreendimento estejam garantidos, equipe selecionada e pronta para atuar, esses aspectos por si só não são garantia de que a empreitada dê certo. Gerenciar pode aparentar ser a parte mais fácil, porém não é, visto que é no dia a dia das operações que os problemas começam a surgir, sendo necessário que sejam resolvidos. Nesse ponto entra o estilo de gestão do empreendedor na prática (DORNELAS, 2008).

Dornelas (2008) nos elucida com relação à diferença entre ideia e oportunidade. As ideias não precisam ser únicas ou originais para a criação de um negócio, o que de fato é relevante é a maneira como a ideia é utilizada para ser base de um produto ou serviço que venha crescer uma empresa. As oportunidades é que se configuram como únicas, podendo aparecer poucas vezes no horizonte do empreendedor. Hisrich, Peters e Shepherd (2014) apontam que dentre as fontes de ideias mais relevantes, para os novos empreendedores, se destacam: consumidores; produtos e serviços existentes; canais de distribuição; governo federal; pesquisa e desenvolvimento. Estar atento ao mercado, concorrentes e o mundo ao redor de maneira geral é fundamental para ter boas ideias.

As ideias proliferam de maneira usual na mente dos empreendedores, porém devem ser testadas e debatidas para que após o crivo da crítica (potenciais clientes, amigos próximos e ou empreendedores mais experientes) sejam postas em prática, “uma ideia sozinha não vale de nada; em empreendedorismo, elas surgem diariamente. O que importa é saber desenvolvê-las, implementá-las e construir um negócio de sucesso” (DORNELAS, 2008, p.37).

Fator crucial na atividade empreendedora, por mais que seja clichê, é ter a ideia certa no momento certo ou como classifica Dornelas (2008, p. 39) “*timing* da ideia”. Tentar comercializar *smartphones* numa localidade que não tenha sinal telefônico ou abranja cobertura de internet, possivelmente, não será um negócio rentável, embora esse tipo de aparelho celular seja vendido em larga escala. Estar inteirado das tendências do mercado ou da sociedade também se mostra um componente importante nesse processo, pois Hisrich, Peters e Shepherd (2014, p. 72) afirmam que “as tendências muitas vezes representam as melhores oportunidades para iniciar um novo empreendimento”.

Posteriormente, ter uma boa ideia e estar num ambiente propício para transformá-la em atividade econômica, é um facilitador no bom andamento do negócio experiência no ramo de atuação. Dornelas (2008, p. 40) vaticina “procure criar negócios em áreas em que você conhece, em que tem alguma experiência, já trabalhou, ou tem sócios que já trabalharam no ramo”. Cabe destacar que não ter experiência no ramo de atuação seja um implicativo de fracasso, porém se configura num facilitador.

Dornelas (2008, p.41) nos explica que “novas ideias surgem quando a mente da pessoa está aberta para que isso ocorra, ou seja, quando está preparada para experiências novas”. Hisrich, Peters e Shepherd (2014, p. 76) ressaltam “que a ideia é a base para o negócio”. Está cercado de informações é um recurso essencial para se ter novas ideias, “estar bem informado é o dever de qualquer empreendedor” (DORNELAS, 2008, p. 41). Degen (2009, p. 28) segue nessa linha de pensamento e coloca que é essencial que o empreendedor esteja sempre atento e informado, pois o empreendedor sabe que “suas chances de sucesso com um negócio próprio aumentam com o aumento de seu conhecimento sobre negócios”. No mundo hiperconectado em que vivemos, a informação está fartamente à disposição, sendo necessário filtrar o que é ou não relevante e que venha a agregar.

Pode-se dizer que o empreendedorismo se baseia em oportunidades e ou falhas de mercado, sendo papel do empreendedor identificá-las e por meio de ideias e criatividade aponta soluções para esses dois aspectos. No campo do meio ambiente e do social, pelo estado em que se encontram (desigualdade social e uso incorreto dos recursos naturais), existem oportunidades e falhas de mercado, ou seja, amplo horizonte para atuação dos empreendedores. Nesse contexto emerge o empreendedorismo sustentável, atividade empreendedora com foco não exclusivo em somente gerar riqueza, mas também com olhos voltados para o social e o ambiental.

2.4 EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL

Degen (2009, p. 4) aponta que “os empreendedores estão cada vez mais conscientes de que o sucesso de seus negócios só é sustentável se a sociedade e o meio ambiente em que atuam também estiverem bem”. Hisrich, Peters e Shepherd (2014) caracterizam o desenvolvimento sustentável como sendo uma das questões contemporâneas e que o empreendedorismo pode ter um impacto positivo sobre

essa temática. Corroborando, Degen (2009) coloca que a partir do arcabouço teórico que envolve o desenvolvimento sustentável, ou seja, responsabilidade ambiental e social, podem se basear os empreendedores para produzir bens e serviços, conseqüentemente gerar emprego, buscando reduzir a desigualdade econômica brasileira.

Boszczowski e Teixeira (2012, p. 1) procuram diferenciar o empreendedorismo do empreendedorismo sustentável e os seus objetivos da seguinte forma, “enquanto o empreendedorismo tem seu foco na criação de valor, o empreendedorismo sustentável amplia esse objetivo e engloba também o desenvolvimento sustentável e seus benefícios sociais e ambientais”.

A perspectiva do desenvolvimento sustentável, no horizonte dos empreendedores, com finalidade de retorno financeiro, levando em conta o social e o meio ambiente, ou como descreve Dalmoro:

[...] na tentativa de encontrar estratégias sustentáveis, os empreendedores, sujeitos que estão à frente no processo de inovação e mudança, utilizam-se de diversas alternativas que alimentam um novo campo de estudo denominado empreendedorismo sustentável. (2009, p. 88).

Ainda a respeito do mesmo tema, Majid e Koe (2012, p. 298) reforçam que “o empreendedorismo sustentável é um conceito que liga desenvolvimento sustentável ao empreendedorismo”, configurando-se como uma forma de tornar palpável e obter resultados econômicos, ambientais e sociais a partir dos preceitos do desenvolvimento sustentável.

Brasil et al. (2014, p. 19) declaram que “os empreendedores devem detectar oportunidades que sustentem o meio ambiente, a comunidade e a economia”, ou seja, empreender sustentavelmente. Boszczowski e Teixeira (2012, p. 141) seguem nesse tocante afirmando que “o conceito de empreendedorismo sustentável envolve, portanto, identificação, criação exploração de novos negócios que encontrem, no desenvolvimento econômico, a solução de um problema ambiental e social”.

Hisrich, Peters e Shepherd (2014) afirmam que o foco do empreendedorismo sustentável é o suporte a vida e a comunidade e preservação da natureza, buscando novas oportunidades que possam gerar ganhos econômicos e não econômicos a indivíduos, à sociedade e à economia. Complementando, Boszczowski e Teixeira (2012) mostram que o empreendedor sustentável tem campo amplo de atuação a

partir das oportunidades que as falhas de mercado, leiam-se problemas sociais e ambientais, legaram a nossa sociedade podendo assim prover bem-estar social e ambiental.

Dalmoro (2009, p. 101) atesta que “este tipo de empreendedorismo une a visão tradicional do empreendedorismo com os pilares da sustentabilidade, formados pela sustentabilidade econômica, social e ambiental”. Nassif, Siqueira e Lima (2013, p. 8) seguem nessa linha ao afirmarem que o propósito do empreendedorismo sustentável é “integrar o conceito de sustentabilidade aos modelos de negócios empreendedores”, similar ao que Cavalcanti e Teixeira (2013, p. 1) afirmam que “surge o empreendedorismo sustentável: agregando o empreendedorismo e a sustentabilidade”.

Freita e Teixeira (2014, p. 155) classificam o empreendedor sustentável como aquele que “procura contribuir para solucionar problemas ambientais e sociais através da realização de um empreendimento de sucesso”. Notadamente o sucesso financeiro, sustentabilidade econômica, deve ser alcançado para que a empresa sustentável possa contribuir para as outras duas dimensões, mas não devem ser o foco exclusivo do empreendedor. Boszczowski e Teixeira (2012, p. 151) afirmam que o principal objetivo do empreendedorismo sustentável seria “produzir bens e serviços que atuem nas soluções dos problemas da sociedade”.

O empreendedorismo sustentável procura gerar valor nas suas três principais áreas de atuação, econômica, social e ambiental, que devem se encontrar em harmonia e provendo frutos e resultados, como aferido por Pimentel, Reinaldo e Oliveira (2010, p. 6), da seguinte forma, “um empreendimento é sustentável quando é ambientalmente sustentável, socialmente sustentável e economicamente sustentável”. Barbieri e Cajazeira (2016, p. 55) corroboram afirmando que uma empresa sustentável é “aquela que orienta suas atividades para alcançar resultados positivos nessas três dimensões da sustentabilidade que lhe são específicas”.

Dalmoro (2009, p. 92) ressalta que o empreendedorismo “foi fundado com fortes conexões com o campo econômico”, ou seja, com olhos voltados prioritariamente ao lucro, mas que se expandiu para o social e ambiental. Boszczowski e Teixeira (2012, p. 161) caracterizam as oportunidades de atuação de negócios sustentáveis como sendo aquelas que “proporcionam aos empreendedores a possibilidade de solucionarem falhas de mercado ambientalmente relevantes de forma a aumentar o bem-estar social e promover o desenvolvimento sustentável da

sociedade”. Dalmoro (2009) afirma que além do valor econômico, fundamentado no lucro e possibilitando a sobrevivência da empresa, há na dimensão social, criação de valores culturais e sociais.

Dalmoro (2009, p. 97) ressalta que “a criação de valor é uma das características da ação empreendedora, no caso do empreendedorismo sustentável, esta deve englobar os valores econômico, social e ambiental”. Porém, essa criação de valor não necessariamente é posta em prática facilmente, como Nassif, Siqueira e Lima (2013, p. 14) atestam que “não se trata de uma tarefa simples e fácil, pois irá requerer das pessoas um despojamento de usos e costumes enraizados”.

Dalmoro (2009, p. 96) traz que “o processo de empreender sustentavelmente inicia na formação da visão empreendedora. Propósitos sociais, econômicos e ambientais figuram com primazia desde o início da empresa”. O autor quer nos mostrar que o empreendedor sustentável inicia suas atividades com foco em obter resultados nas três vertentes, e não a partir do desempenho econômico favorável, atuar nas demais vertentes, porém nem sempre o processo ocorre dessa maneira. Hirisch, Peters e Shepherd (2014, p. 23) ressaltam a importância de proporcionar “ganhos para terceiros”. O próprio Dalmoro (2009, p. 97) em sua pesquisa atesta que “algumas atividades realizadas no âmbito social ou ecológico exigem esforços econômicos”, nem sempre é possível desempenhar em todas as áreas desde o início das atividades.

Dalmoro (2009) nos alerta para outros quesitos que se fazem importantes, a exemplo da rede de contato e de tratar a temática em toda a organização, isso quer dizer que:

[...] a criação de um empreendimento sustentável passa por uma rede de contatos sustentável.

[...] a questão do empreendedorismo sustentável não pode ser vista somente do ponto de vista do empreendedor e, sim, disseminada por toda a organização. Todos os empregados podem ser envolvidos na busca da sustentabilidade na cultura da empresa. (DALMORO, 2009, p. 97).

Os dois fatos anteriormente mencionados nos mostram que uma rede de contatos sustentáveis se faz necessário para se empreender sustentavelmente, e que é fundamental que todos os colaboradores entendam e atuem com a consciência da sustentabilidade, uma vez que um empreendimento sustentável que conta com funcionários sem essa consciência terá dificuldade em atuar corretamente. Assim, é preciso que todos estejam comprometidos com os valores.

Nassif, Siqueira e Lima (2013, p. 13) aglutinam essas afirmativas e sintetizam da seguinte forma “é necessário considerar os interesses dos *stakeholders*, bem como o envolvimento dos mesmos com o desenvolvimento sustentável, da educação e da participação da comunidade”. É preciso que as partes interessadas estejam conscientes e participando do novo processo, envolvendo todos os que estão diretamente ou indiretamente ligados ao empreendimento.

Brasil et al. (2014) desmembram o empreendedorismo orientado à sustentabilidade em empreendedor social, empreendedor sustentável, empreendedor institucional e ecoempreendedor. O primeiro tem seu foco voltado ao plano social, ou seja, ética, respeito e valorização do fator humano, porém abrange outras áreas, como afirma Brasil et al. (2014, p. 16) “fica entendido que o empreendedorismo social é uma atividade de cunho eminentemente social, mas que não está desassociada do ambiental”.

O ecoempreendedor, ou *ecopreneur*, atua no sentido de inovar e criar bases de crescimento econômico que respeitem o meio ambiente, utilizando menos recursos naturais, servindo de solução para problemas ambientais. São empreendedores que buscam conciliar melhoria do meio ambiente e desenvolvimento econômico, atuando para resolução dos problemas ambientais. Empreender institucionalmente significa atuar dentro de uma instituição modificando-a internamente, pondo em prática novas medidas, promovendo inovação dentro da instituição (BRASIL et al., 2014).

Quadro 3 – Tipos de Empreendedorismo Orientados à Sustentabilidade

Tipo	Caracterização
Ecoempreendedor	Pressupõe agir de maneira que suas atividades respeitem o meio ambiente, tenham mais eficiência ambiental em seus processos, gerando lucro para a empresa.
Empreendedor Social	Tem como principal objetivo criar valor social, promover a melhoria da sociedade, contribuir para solucionar problemas sociais, o foco no negócio não é o lucro.
Empreendedor Institucional	Atua de dentro para fora, inova internamente para criar valor e modificar positivamente a instituição, melhorando ou criando atividades.

Empreendedor Sustentável	Agi de forma a criar valor tanto no âmbito social quanto ambiental, modificando positivamente os problemas nessas duas áreas, que são utilizados como meios e fins para atingir o lucro.
--------------------------	--

Fonte: Brasil et al. (2014)

O empreendedorismo sustentável pressupõe criar valor, através da exploração de oportunidades em três dimensões, econômica, social e ambiental. A dimensão econômica está ligada diretamente aos resultados positivos que o empreendimento gera, ou seja, sua viabilidade, naturalmente sem agredir o ambiente natural. O aspecto social engloba ações como a responsabilidade social empresarial, comportamento ético, comunicação transparente, questões de caráter social externas e internas à empresa, além de integração e desenvolvimento da comunidade ao entorno e *stakeholders*. Por fim, ao que cerne à ambiental, utilizar de maneira consciente e equilibrada, respeitando os limites dos recursos naturais (CAVALCANTI; TEIXEIRA, 2013).

Nesse sentido, abrangem-se principalmente mudanças no sentido da sustentabilidade. O empreendedorismo sustentável é uma forma de aglutinar todos esses campos de atuação, portanto atuar de forma ambiental, social e institucional obtendo resultados em todas as áreas (BRASIL et al., 2014). Cavalcanti e Teixeira (2013, p. 3) corroboram com essa linha de pensamento afirmando que “o empreendedorismo sustentável é a aglutinação dos propósitos das dimensões da sustentabilidade e do empreendedorismo”. Majid e Koe (2012, p. 298) concluem e completam o que foi explicitado no parágrafo anterior, de que o “empreendedorismo sustentável pode ser considerado um guarda chuva conceitual para empreendedorismo ambiental, empreendedorismo verde, ecoempreendedorismo e empreendedorismo social”.

Borges et al. (2013) trazem a tona três indicadores a respeito do empreendedorismo sustentável: nicho de sustentabilidade explorado, papel da sustentabilidade e uso da responsabilidade social. O primeiro indicador refere-se aos dois principais nichos de atuação do empreendedor sustentável, ambiental e social. O ambiental subdivide-se em produtos eco eficientes, reciclagem e reutilização, agricultura orgânica e ativismo, turismo e lazer na natureza. Por sua vez, o social abrange tópicos dentre os quais negócios na base da pirâmide, microcrédito, comércio justo e produtos para grupos com necessidades especiais.

O segundo indicador exprime a sustentabilidade como meio, forma pela qual o empreendimento irá obter ganhos financeiros, seu objetivo e como fim, o ganho financeiro é uma forma da empresa se sustentar financeiramente e poder atuar no campo da sustentabilidade. O terceiro aborda se há ou não práticas de responsabilidade social empresarial por parte da empresa, como os autores destacam, não necessariamente por se tratar de um empreendimento sustentável existe RSE (BORGES et al. 2013).

Quadro 4 – Tipos de Empreendedorismo Sustentável

Indicador	Tipo
Nicho da sustentabilidade explorado	Negócio ambiental Negócio social
Papel da sustentabilidade	Sustentabilidade como meio Sustentabilidade como objetivo
Uso da responsabilidade social empresarial	Com responsabilidade social empresarial Sem responsabilidade social empresarial

Fonte: Borges et al. (2013, p. 84)

2.5 ESTADO DA ARTE

Neste capítulo serão expostos trabalhos científicos, em ordem decrescente de data de publicação, de outros autores que se relacionam com o tema apresentado neste estudo. Os trabalhos que serão expostos no estado da arte serviram de sustentação para a elaboração do referencial teórico, complementados pelos demais trabalhos científicos lidos na elaboração deste estudo.

2.5.1 Empreendedorismo Sustentável e criação de um empreendimento sustentável

O estudo desenvolvido por Brasil e Nogueira (2016), **Empreendedorismo Sustentável: estudo de caso sobre o processo de criação de um empreendedorismo sustentável**, teve como objetivo compreender como ocorre o processo de criação de um empreendimento sustentável, buscando identificar dificuldades e desafios nesse campo.

A pesquisa ocorreu na forma de estudo de caso de uma empresa privada considerada sustentável, localizada na cidade de Maringá-PR.

O estudo apontou que a criação de um empreendimento sustentável ocorre de forma única, a partir do reconhecimento de oportunidades singulares, por meio de um empreendedor atento às variações do mercado, utilizando-se de sua rede de contatos e investindo na inovação. A empreendedora optou por empreender dessa forma por conta da sua identificação com o conceito de sustentabilidade. As três vertentes do tripé da sustentabilidade não são tratadas da mesma forma pela empresa, cuja tendência é priorizar o aspecto ambiental, embora haja também presença forte da vertente social. Dentre as principais barreiras encontradas para empreender sustentavelmente, pode-se destacar a identificação de fornecedor que atendesse os critérios estabelecidos pela empresa, aceitação do público consumidor em comprar produtos sustentáveis, porém de preço mais elevado.

Como pontos de sustentabilidade do negócio foram apontados as seguintes características: fornecedores ambientalmente corretos; parceria com organizações sem fins lucrativos e cooperativas; oferecimento de cursos gratuitos de artesanato à comunidade ao redor da empresa; adesão ao Pacto Global; ambiente de trabalho harmonioso e respeitoso, além da parceria com as pessoas da comunidade que foram capacitadas pela companhia.

2.5.2 Motivações e Ações Sustentáveis Implementadas por Empreendedores do Setor Hoteleiro

O estudo produzido por Cavalcanti e Teixeira (2015), **Motivação e Ações Sustentáveis Implementadas por Empreendedores do Setor Hoteleiro**, buscou como objetivo principal analisar as motivações e ações sustentáveis implementadas pelos empreendedores do setor hoteleiro em Aracaju/SE, considerando as dimensões da sustentabilidade econômica, ambiental e social. As empresas estudadas foram: Aruanã Eco Praia Hotel e Hotel Pousada do Sol.

A pesquisa foi exploratória e descritiva, adotando a estratégia de casos múltiplos. A coleta de dados foi feita através de entrevistas pessoais semiestruturadas com os empreendedores, além de observação direta não participante e análise de documentos, a avaliação foi por meio da análise de conteúdo. Foi traçado o perfil dos dois gestores e levantamento das informações de suas respectivas empresas. Ambos os gestores são do sexo masculino e de meia idade, além de terem escolaridade acima do nível médio. O empreendedor do Aruanã já tinha experiências prévias com empreendedorismo e no ramo e o do

Pousada do Sol não. As duas empresas têm número de funcionários parecido, 36 e 38, sendo o Aruanã mais recente (2009) e a Pousada do Sol mais antiga (1986).

O estudo detectou como motivações para abertura dos referidos empreendimentos, a oportunidade de mercado e, para adoção de características sustentáveis, demanda do mercado e apoio do SEBRAE. A motivação interna para o empreendimento Sol veio do incentivo familiar. Para o Aruanã, a formação educacional do empreendedor também foi importante para traçar rumos sustentáveis em seu negócio.

Levando em conta a dimensão ambiental, os gestores adotaram as seguintes ações, o Aruanã utiliza biocombustível para funcionamento do gerador. Os dois empreendimentos utilizam energia solar e buscam a economia de energia através de lâmpadas frias e estrutura, além de economizarem água se utilizando de poços artesianos. Ambos fazem coleta seletiva.

No tocante à dimensão social, a Pousada do Sol incentiva e apoia a capacitação dos colaboradores e promove confraternizações em datas festivas, já o Aruanã concede plano de saúde e participação nos resultados aos seus colaboradores.

A dimensão econômica foi identificada como a mais importante para os empreendedores, porém os dois gestores colocam as duas outras dimensões como de suma importância nos seus negócios.

Por fim, os gestores relataram algumas dificuldades que se apresentaram ao longo da efetivação das ações sustentáveis. Hotel Pousada do Sol relatou a dificuldade, à época, para adquirir e instalar as placas de energia solar. Já o Eco Praia apontou a conscientização dos funcionários para economizar água e energia como principal empecilho.

2.5.3 Empreendedorismo Sustentável e a Identificação de Oportunidades

No trabalho de Freita e Teixeira (2014), **Empreendedorismo Sustentável e a Identificação de Oportunidades: história oral de empreendedores de negócios sustentáveis**, teve como principal objetivo analisar como ocorre a identificação de oportunidades na criação de negócios sustentáveis. Traçou-se o perfil dos empreendedores (E1 e E2) e dos empreendimentos sustentáveis; identificação das fontes de oportunidades; conhecimento prévio sobre o mercado; demonstração das formas de identificação de oportunidades em negócios sustentáveis.

A pesquisa foi feita pelo método da história oral a partir de entrevista semiestruturada.

E1, proprietário de um salão de festas que tem iniciativas sustentáveis. As principais ações são uso sustentável dos recursos naturais durante o uso do salão, utilização de iluminação natural, utensílios que possam ser utilizados mais de uma vez, controle de poluição sonora, além de coleta seletiva e reaproveitamento de resíduos sólidos. E1 possui nível superior e mestrado, do sexo masculino, casado e pai de um filho. Funcionário público, o empreendedor vem de uma família de funcionários públicos, porém o incentivo da mãe fez com que a vontade de empreender surgisse. A fonte de oportunidade de empreender surgiu a partir da ideia de familiares, pois o empreendedor possuía um espaço que poderia ser aproveitado como salão de festas. Mesmo sem entender muito do ramo, ele pesquisou e procurou saber mais sobre essa atividade. O ramo de negócio se encaixaria bem em suas atividades profissionais pela flexibilidade de horários.

E2, estudado é do sexo feminino, de 55 anos, três filhos e casada. Formada em odontologia, E2, era funcionária pública de carreira. Imersa no interesse em sustentabilidade, a empreendedora após fazer cursos voltados a essa temática resolveu sair do emprego público e empreender no ramo que se identificava e acreditava, unindo assim crença, satisfação profissional e geração de renda.

A identificação do negócio se deu a partir da observação das demandas sociais e ecológicas, além de questões filosóficas. O foco do negócio é transformar lixo e móveis ou madeiras oriundos de demolições em objetos de arte e móveis novos. A comunidade em volta do empreendimento é atendida com capacitações, aulas de dança e outras modalidades e também sendo empregada.

2.5.4 Empreendedorismo Sustentável: Uma Agenda para Empreendedores de MPEs

A pesquisa de Nassif, Siqueira e Lima (2013), **Empreendedorismo Sustentável, Uma Agenda para Empreendedores de MPEs**, de caráter teórico, teve como objetivo discutir as ações e comportamentos relacionados ao empreendedorismo sustentável, que estão diretamente ligados ao senso de urgência na melhoria das condições de vida no meio ambiente e no que a sustentabilidade pode oferecer para o sucesso dos negócios.

Os autores também buscaram em Borges et al. (2013) indicadores para empreendedorismo sustentável, que seriam: nicho de sustentabilidade explorado (negócio ambiental ou social), papel da sustentabilidade (meio ou objetivo) e uso da responsabilidade social empresarial (com ou sem).

Nassif, Siqueira e Lima (2013) concluíram que empreender de maneira sustentável não é tarefa fácil, porém necessária para a melhoria das condições ambientais e sociais. O empreendimento que carrega essas características pode perder um pouco de competitividade ou estarem com precificação um pouco acima do mercado convencional, porém atributos de sustentabilidade são importantes e promover mudanças na cultura dos negócios se faz necessário.

2.5.5 Empreendedorismo Sustentável e as Dimensões de Schlange

O trabalho acadêmico desenvolvido por Cavalcanti e Teixeira (2013), **Empreendedorismo Sustentável e as Dimensões de Schlange: um estudo multicascos em pequenas empresas Sergipanas**, teve como pretensão identificar ações empreendedoras sustentáveis que micro e pequenas empresas adotaram, baseando-se nos indicadores estabelecidos por Schlange em trabalho desenvolvido em 2006. Foram selecionadas quatro empresas, A (comércio de móveis e artesanatos reciclados e comida natural e orgânica), B (produtos de informática e papelaria), C (tinta imobiliária) e D (bicicletas, peças e acessórios). A forma de coleta de dados foi por meio de entrevistas pessoais feitas com empreendedores de quatro organizações que possuem características voltadas às práticas sustentáveis.

Foi traçado o perfil dos quatro empreendedores, três de idade média para avançada e um com menos de 40 anos. Todos os quatro empreendedores possuem formação superior, empreendimentos recentes e que se enquadram como micro e pequenas empresas.

Cavalcanti e Teixeira (2013) apud Schlange (2006), que elaborou um modelo baseado nos processos de *input* (compras e aquisições) – *transformation* (persistência, potencial de crescimento, missão da empresa, entendimento dos colaboradores acerca dos objetivos sustentáveis) – *output* (cooperação e relacionamento com parceiros locais). O autor aglutinou as três dimensões da sustentabilidade aos processos de entrada, transformação e saída, relatando as características econômicas, sociais e ecológicas em cada um desses processos.

A dimensão econômica foi analisada a partir dos critérios compras, missão e cooperação. As empresas compram os insumos na região ou buscam primeiro fornecedores locais, apenas um, que tem uma franquía, é que compra itens obrigatoriamente fora de Sergipe. Foi constatada que a orientação das empresas é voltada a sustentabilidade, ou seja, o lucro não é o objetivo único das organizações, embora ele seja importante para a viabilidade do negócio. No aspecto cooperação foi compreendido que as parcerias e cooperações são importantes para que a sustentabilidade seja atingida, alguns dos parceiros relatados foram marceneiros, prefeitura municipal e catadores.

A dimensão ecológica foi abordada com os critérios energia (fonte de energia alternativa e uso eficiente de recursos energéticos), resíduos/processo produtivo e produtos (adoção de perspectiva ecológica aos produtos). Nenhuma empresa utiliza energia de fonte alternativa, porém todas buscam a economia e aproveitamento ao máximo da energia natural. O processo produtivo e os resíduos que eles geram também foram avaliados. As empresas se mostraram preocupadas com esses resíduos e quando não há possibilidade de reaproveitá-los, é destinada a coleta de forma seletiva ou transformado em algo que possa ser utilizado. Por fim, na dimensão produto, foi avaliada a adoção de produtos com perspectivas ecológicas, e os resultados colhidos foram a utilização de produtos ou insumos com certificação e biodegradáveis, embalagens feitas de produtos reciclados, além de cuidado com itens químicos.

A dimensão social está relacionada ao processo de entrada, a igualdade de direitos, que estão inseridos no contexto interno e externo à organização. O critério avaliado foi o da gestão participativa em objetivos do negócio e no apoio à comunidade. A pesquisa pode obter dos entrevistados que ambos tentam envolver de alguma forma os colaboradores na resolução de problemas ou situações da empresa e buscam ajudar a comunidade ao redor ou de lugares que frequentam, seja doando dinheiro ou prestando algum tipo de serviço.

Foi concluído que os empreendimentos analisados desenvolveram medidas sustentáveis nas dimensões ambiental, econômica e social. De uma forma geral foi observado que nessas organizações os gestores buscam equilíbrio entre os pilares do empreendedorismo sustentável, porém, como ressaltado, com intensidades diferentes em cada um dos pilares, ou seja, agem de forma diferente a cada uma das dimensões do modelo.

2.5.6 Empreendedorismo Sustentável: proposição de uma tipologia e sugestões de pesquisa

No trabalho de Borges et al. (2013), **Empreendedorismo Sustentável: proposição de uma tipologia e sugestões de pesquisa**, o objetivo foi propor uma tipologia das diferentes categorias de empreendedorismo sustentável. A construção dessa tipologia foi feita a partir da revisão da literatura acerca do tema empreendedorismo sustentável.

A tipologia estabelecida apresentou três indicadores: nicho de negócio explorado (ambiental ou social), motivação da incorporação da sustentabilidade (meio ou objetivo) e utilização ou não de pressupostos de responsabilidade social empresarial na empresa.

Negócio ambiental, na pesquisa dos autores, ficou subdividido em produtos eco eficiente, turismo e lazer na natureza, agricultura orgânica e extrativismo e reciclagem e reutilização. Já os negócios sociais foram categorizados em produtos para grupos com necessidades especiais, microcrédito, comércio justo e negócios na base da pirâmide. O aspecto motivacional foi estabelecido em meio, ou seja, quando empreender sustentavelmente é um caminho para geração de dividendos; ou objetivo, quando o fator mais importante é promover melhorias na questão ambiental e/ou social. Por fim, foi levantada a questão de empreender com ou sem responsabilidade social empresarial. A diferença está em não se ater em simplesmente cumprir com as obrigações trabalhistas perante os colaboradores da empresa e *stakeholders*. Praticar a responsabilidade social empresarial pode ser um fator de complexidade para o empreendedor sustentável que emerge, pois essa prática eleva os custos de um empreendimento.

O trabalho conclui que empreender sustentavelmente não é uma tarefa simples, uma vez que medidas nesse sentido podem elevar os custos do empreendimento e, conseqüente, perda de competitividade, o que estaria no centro da discussão do desenvolvimento de produtos que conciliem sustentabilidade e competitividade. Os autores também concluem que o campo de empreendedorismo sustentável é vasto para pesquisas e novos trabalhos acadêmicos, uma vez que a literatura presente é insuficiente para responder a todas as questões que envolvem a temática.

2.5.7 Resumo dos estudos

O quadro 5 apresenta, em ordem cronológica, um resumo dos estudos que foram realizados sobre o tema pesquisado, representando o estado da arte.

Quadro 5 – Estado da Arte

Autor - Título	Objetivos	Principais Resultados
Nogueira e Brasil (2016) Empreendedorismo Sustentável: estudo de um caso sobre o processo de criação de um empreendimento sustentável.	Compreender como ocorre o processo de criação de um empreendimento sustentável, buscando identificar dificuldades e desafios nesse campo.	A criação de um empreendimento sustentável ocorre a partir do reconhecimento de oportunidades únicas, atentando-se às variações do mercado e utilizando-se de rede de contato, além da inovação. A empresa estudada não tratou as vertentes do tripé da sustentabilidade de forma equânime, pendendo para o ambiental. Dificuldade em encontrar fornecedores e aceitação do público geral por produtos sustentáveis.
Cavalcanti e Teixeira (2015) Motivações e Ações Sustentáveis Implementadas por Empreendedores do Setor Hoteleiro	Analisar as motivações e ações sustentáveis implementadas pelos empreendedores do setor hoteleiro (Hotel Pousada do Sol e Aruanã Eco Praia Hotel), considerando as dimensões da sustentabilidade econômica, ambiental e social.	Ambiental: Aruanã utiliza biocombustível para funcionamento do gerador. Os estabelecimentos utilizam energia solar e buscam a economia de energia através de lâmpadas frias e estrutura física, além de economizarem água se utilizando de poços artesianos. Ambos fazem coleta seletiva. Social: Pousada do Sol incentiva e apoia a capacitação dos colaboradores e promove confraternizações em datas festivas. Já o Aruanã concede plano de saúde e participação nos resultados aos seus colaboradores. Econômica: identificada como a mais importante para os empreendedores. Dificuldades: Pousada do Sol, adquirir e instalar as placas de energia solar. Eco Praia, conscientização dos funcionários para economizar água e energia.
Freita e Teixeira (2014) Empreendedorismo Sustentável e a Identificação de Oportunidades: história oral de empreendedores de negócios sustentáveis.	Analisar como ocorre a identificação de oportunidades na criação de negócios sustentáveis, traçando perfil dos empreendedores e dos empreendimentos (E1 e E2).	E1 - mestrado, sexo masculino, casado, um filho, funcionário público. A fonte de oportunidade de empreender surgiu a partir da ideia de familiares. E2 - sexo feminino, de 55 anos, três filhos e casada. Formada em odontologia, a empreendedora era funcionária pública de carreira e entusiasta do tema sustentabilidade. A identificação do negócio se deu a partir da observação das demandas sociais e ecológicas, além de questões filosóficas.

<p>Nassif, Siqueira e Lima (2013) Empreendedorismo Sustentável, Uma Agenda para Empreendedores de MPEs.</p>	<p>Discutir as ações e comportamentos relacionados ao empreendedorismo sustentável, o que a sustentabilidade pode oferecer para o sucesso dos negócios.</p>	<p>Empreender de maneira sustentável não é tarefa fácil, porém necessária para a melhora das condições ambientais e sociais. O empreendimento que carrega essas características pode perder um pouco de competitividade ou estar com precificação um pouco acima do mercado convencional, porém atributos sustentáveis são importantes e promover mudanças na cultura dos negócios se faz necessário.</p>
<p>Cavalcanti e Teixeira (2013) Empreendedorismo Sustentável e as Dimensões de Schlange: um estudo multicase em pequenas empresas Sergipanas.</p>	<p>Identificar ações empreendedoras sustentáveis que micro e pequenas empresas adotaram, baseando-se nos indicadores estabelecidos por Schlange em 2006.</p>	<p>Os empreendimentos analisados (A, B, C e D) desenvolvem medidas sustentáveis nas dimensões ambiental, econômica e social. De forma geral os gestores buscam equilíbrio entre os pilares do empreendedorismo sustentável, porém com intensidades diferentes em cada um dos pilares. B e C predominância da dimensão econômica, em segundo lugar a ambiental e, em terceiro, a social. A e D predominam as dimensões ambientais e sociais, sendo A social e D ambiental. A questão econômica fica atrás das outras duas nos negócios A e D.</p>
<p>Borges <i>et al.</i> (2013) Empreendedorismo Sustentável: proposição de uma tipologia e sugestões de pesquisa.</p>	<p>Propor uma tipologia das diferentes categorias de empreendedorismo sustentável. A construção dessa tipologia foi feita a partir da revisão da literatura acerca do tema empreendedorismo sustentável.</p>	<p>Três indicadores: nicho de negócio explorado (ambiental ou social), motivação da incorporação da sustentabilidade (meio ou objetivo) e utilização ou não de responsabilidade social empresarial na empresa. Medidas desse tipo podem elevar os custos e perda de competitividade, o que estaria no centro da discussão do desenvolvimento de produtos que conciliem sustentabilidade e competitividade. A temática é vasta para pesquisas e novos trabalhos acadêmicos.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor (2019)

3 METODOLOGIA

Neste capítulo será descrita a metodologia adotada para alcançar os objetivos da pesquisa, de acordo com o problema de pesquisa e objeto de estudo. O capítulo subdivide-se da seguinte maneira: caracterização do estudo, método e estratégia de pesquisa, fontes de evidências, unidade de análise, protocolo de estudo de caso, critérios de validade e confiabilidade, análise dos dados e limitações do estudo.

O presente trabalho se caracteriza como uma pesquisa científica, cuja atribuição e resultados Gressler (2007, p. 23) ressalta que “conquistas na saúde, nos meios de comunicação e transporte, na genética, no melhoramento de plantas e animais e no aproveitamento da energia elétrica, entre outras”, ou seja, através de trabalhos científicos a sociedade avança, evolui nas mais variadas áreas. No quesito “entre outras”, incorporamos o campo da administração, que através desse tipo de pesquisa vem evoluindo e melhorando. Martins e Theóphilo (2009, p. 1) descrevem que o conhecimento científico advém de “investigação metódica e sistemática da realidade. Transcende os fatos e fenômenos em si mesmos, analisa-os para descobrir suas causas e concluir sobre leis gerais que regem e é delimitado pela necessidade de comprovação concreta”.

Marconi e Lakatos (2010, p. 218) mostram quais as condições para se realizar uma pesquisa científica, devendo ser elaborados “de acordo com normas preestabelecidas e com os fins a que se destinam”. Pode-se também destacar a importância dos trabalhos serem inéditos ou originais, pois contribuem “para a ampliação de conhecimentos ou a compressão de certos problemas, mas também servirem de modelo ou oferecer subsídios para outros trabalhos” (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 218).

Toda pesquisa científica deve ter uma metodologia para que se possa colher e analisar os resultados da mesma, como conceitua Gressler (2007, p. 48) “a metodologia desenvolve a preocupação em torno de como captar e manipular a realidade, questionando a cientificidade da produção tida como científica”.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO

A presente pesquisa terá uma abordagem qualitativa que segundo Gressler (2007, p. 49) “é utilizada quando se busca descrever a complexidade de determinado problema, não envolvendo manipulação de variáveis e estudos

experimentais”. Creswell (2007, p. 46) traz que na pesquisa qualitativa “os investigadores usam a literatura de maneira consistente com as suposições de aprendizado do participante, e não para prescrever as questões que precisam ser respondidas do ponto de vista do pesquisador”. Vale destacar que a maior preocupação dessa abordagem é “com a descrição e apresentação da realidade tal como é em sua essência, sem o propósito de introduzir informações substanciais nela” (GRESSLER, 2007, p. 49).

A pesquisa será descritiva, ou seja, tem por finalidade descrever o fenômeno estudado. Gressler (2007) afirma que a pesquisa descritiva tem por objetivo, apresentar, de forma sistemática, características e fatos apresentados por um determinado agrupamento de pessoas ou área de interesse. A autora complementa que esse tipo de pesquisa é utilizada para:

[...] descrever fenômenos existentes, situações presentes e eventos, identificar problemas e justificar condições, compara e avaliar o que os outros estão desenvolvendo em situações e problemas similares, visando aclarar situações para futuros planos e decisões. (GRESSLER, 2007, p. 59).

3.2 MÉTODO E ESTRATÉGIA DE PESQUISA

O método, utilizado nessa pesquisa foi o estudo de caso, que segundo Gil (2009, p. 2) “há situações em que um estudo de caso é muito mais recomendado que um levantamento de campo ou experimento”, com essa crença em comum que foi escolhida essa modalidade. Martins e Theóphilo (2009, p. 62) afirmam que o objetivo do estudo de caso é “o estudo de uma unidade social que se analisa profunda e intensamente”, cuja análise foi feita pelo prisma da temática.

O estudo de caso “permite que os investigadores retenham as características holísticas e significativas da vida real – como (...) os processos organizacionais e administrativos” (YIN, 2010, p. 24). Gil (2009, p. 1) complementa afirmando que “estudos de caso constituem hoje um dos delineamentos mais praticados no âmbito das Ciências Humanas e Sociais”, confirmado por Gressler (2007, p. 61) “o estudo de caso tem sido uma estratégia comum de pesquisa de psicologia, sociologia, ciência política, administração e do planejamento social”.

Dentre as modalidades de estudo de caso, foi adotada a forma estudo de caso único, tendo em vista que uma empresa foi estudada. Conforme Yin (2010), o

estudo de caso único tem a capacidade de referendar, confrontar ou abrir leque para determinada teoria, ou seja, confirmar se um conhecimento acadêmico está correto ou se há maiores contribuições para esse conhecimento e ampliar o seu debate. Yin (2010) reforça que estudos de caso único preconizam cuidadosa investigação a fim de evitar conclusões equivocadas, além do não comprometimento com o caso único antes do descobrimento de todas as principais preocupações.

3.3 FONTES DE EVIDÊNCIAS

Dentre as formas de se obter informações para esse tipo de pesquisa, foi escolhida a entrevista semiestruturada, que está disponível no Apêndice B. Marconi e Lakatos (2010, p. 149) afirmam que a coleta de dados é a “etapa em que se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta dos dados previstos”. As referidas autoras ressaltam que é fundamental que haja um rigoroso controle na aplicação do instrumento de pesquisa, evitando assim defeitos e erros, além de resultados tendenciosos (MARCONI; LAKATOS, 2010).

Gressler (2007, p. 178) descreve a entrevista como sendo “uma conversação envolvendo duas ou mais pessoas com o propósito de se obter informações para uma investigação”. É uma conversa que tem objetivo traçado, ou seja, não se trata de uma simples conversa, sendo ela “efetuada face a face, de maneira metódica; proporciona ao entrevistado, verbalmente, a informação necessária” (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 179). Vergara (2009, p. 52) define entrevista como “procedimento no qual você faz perguntas a alguém que, oralmente, lhe responde. A presença física de ambos é necessária no momento da entrevista, mas, se você dispõe de mídia interativa, ela se torna dispensável”. Marconi e Lakatos (2010, p. 179) completam afirmando que “é um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social”.

Dentre as várias opções de entrevistas, foi escolhida a semiestruturada, que segundo Gressler (2007, p. 179) “é construída em torno de um corpo de questões do qual o entrevistador parte para uma exploração em profundidade”. Despadronizada ou não estruturada, é uma modalidade de entrevista em que o entrevistador tem liberdade para explorar além do roteiro previamente elaborado, ou seja, abordar aspectos que não estavam previstos (MARKONI; LAKATOS, 2010).

O quadro abaixo traz as perguntas mais relevantes para atingir os objetivos traçados pelo presente trabalho.

Quadro 6 – Principais Questões do Roteiro de Entrevista

Questões	Variável Pesquisada	Objetivo Específico
Há práticas da empresa na dimensão social?	Ações sociais.	1° - Levantar ações sustentáveis.
Há práticas da empresa na dimensão ambiental? Quais são?	Ações ambientais.	1° - Levantar ações sustentáveis.
Há práticas da empresa na dimensão econômica? Quais são?	Economia de recursos.	2° - benefícios das ações sustentáveis.
Quais dificuldades e barreiras enfrentadas para o desenvolvimento das atividades de forma sustentável?	Dificuldades.	2° - dificuldades e barreiras das ações sustentáveis.
Quais benefícios/resultados alcançados pelo desenvolvimento das atividades de forma sustentável?	Benefícios.	2° - benefícios das ações sustentáveis.
O que motivou a empreender de forma sustentável?	Motivação.	3° - identificar a motivação de empreender de forma sustentável.

3.4 UNIDADES DE ANÁLISE

A unidade de análise considerada foi a sede administrativa da empresa Planeta Limpo em Aracaju, sendo a entrevista realizada com a Diretora de Novos Negócios e Procuradora. Também foram abordadas Djeane, gerente operacional, e Carol, responsável pelo Sistema de Gestão Integrado (SGI) da empresa, para dúvidas e detalhamento de atividades e ações da empresa.

A empresa Planeta Indústria e Serviços LTDA, cujo nome fantasia é Planeta Limpo, foi fundada em 2007, pelos seguintes sujeitos: por Neide Barbosa de Mendonça, Luiz Carlos de Mendonça e Altair Pereira Santos, tendo como atividade principal locação de caixas coletoras e público alvo pessoas físicas que estivessem realizando reformas em seus imóveis.

No ano de 2009, a empresa foi adquirida por Clélio Afonso de Carvalho Primo e Nívia Marília Lima Soares, tendo como figuras a frente da gestão Noemi Leite Lima e Pedro Soares dos Santos Junior. Os sócios Clélio e Nívia possuem perfil de investidor, e Noemi e Pedro são procuradores da empresa, ela é diretora de novos

negócios e ele diretor financeiro, respectivamente. A empresa é de caráter familiar, pois Clélio e Noemi são casados e Nívia e Pedro são filhos de Noemi. Após a compra da empresa, o objetivo social da mesma foi ampliado para desempenhar mais atividades tais como: coleta e destinação de resíduos não perigosos, coleta e destinação de resíduos perigosos, transporte rodoviário de resíduos, dentre outros.

Ao longo do tempo o empreendimento buscou novos mercados e clientes. Inicialmente suas atividades se restringiam à Aracaju, posteriormente ao estado de Sergipe, porém recentemente ampliou sua atuação para os estados da Bahia, Alagoas, Ceará, Rio Grande do Norte, Amazonas e Pará, por intermédio de contratos com a Petrobrás (AL, CE, RN e SE), Transpetro (AM e PA) e FAFEN (BA).

A atuação local é de âmbito público e privado, tendo como principais clientes a Universidade Federal de Sergipe, município de Neópolis e construtoras como Celi e Nassal, além de atender empresas terceirizadas que atuam na construção da usina termo elétrica no porto de Sergipe. A principal atividade da organização era o serviço de coleta e destinação de resíduos da construção civil, porém hoje o mercado mais importante é o Petrobras, coletando e destinando resíduos diretos e indiretos da produção da estatal e suas subsidiárias. A companhia também atuou prestando serviço similar com resíduos hospitalares, atendendo hospitais em Aracaju.

O corpo diretivo da empresa é composto por: Noemi, procuradora e diretora de novos negócios; Pedro, diretor financeiro; e Clarissa, diretora administrativa e jurídica. A parte gerencial é composta por: Djeane, que gerencia os contratos em Sergipe e Bahia; por Andréa, que por sua vez está à frente da gestão dos contratos no Ceará, Rio Grande do Norte, Amazonas e Pará; e Andrey em atividades em Alagoas.

O empreendimento conta hoje com cerca de duzentos funcionários espalhados da seguinte forma: vinte em Aracaju, no setor administrativo e na prestação do serviço na capital e arredores, vinte e cinco em Neópolis, trinta nos estados RN e CE e trinta no AM e PA e quase cem em contrato entre os estados de SE e AL. A sede em Aracaju serve como central, bem como núcleo administrativo para todos os contratos da empresa.

A Planeta Limpo faz parte de um grupo de empresas capitaneadas por Noemi e Pedro, as outras organizações são: A&J, locação de veículos leves e pesados; Inove Serviços, terceirização de mão-de-obra, conservação e manutenção predial;

Planeta Sustentável, criada recentemente, atuará com beneficiamento e destinação de resíduos da construção civil. No momento de elaboração do estudo, a Sustentável estava em processo de licenciamento, portanto não se encontrava em atividade.

3.5 PROTOCOLO DE ESTUDO DE CASO (YIN)

Segundo Yin (2010, p. 106) o protocolo de estudo de caso “é uma maneira importante de aumentar a confiabilidade da pesquisa de estudo de caso e se destina a orientar o investigador na realização da coleta de dados”.

Para o presente estudo foram adotadas as seguintes atividades do protocolo de pesquisa: visão geral do projeto do estudo de caso, procedimentos de campo, questões de estudo de caso e guia para o relatório do estudo de caso.

Com base nas atividades descritas acima foram realizadas as seguintes tarefas:

1. Após escolha do caso, foi realizado contato com a diretora da empresa e apresentada a proposta;
2. Levantamento de dados sobre a Planeta Indústria e Serviços e suas atividades;
3. Elaboração das questões para o roteiro de entrevista;
4. Agendamento da entrevista com antecedência, por e-mail com data e horário, com a diretora da Planeta Indústria Serviços Ltda;
5. Realização da entrevista;
6. Análise das informações coletadas;
7. Elaboração das conclusões diante do material coletado e compilação do relatório.

3.6 CRITÉRIOS DE VALIDADE E CONFIABILIDADE

Conforme Yin (2010), a credibilidade dos estudos de caso pode ser aferida baseada em critérios de qualidade, tais como validade interna, externa e confiabilidade. Acerca da validade interna, Yin (2010), classifica como um fator de preocupação para estudos de caso, no momento da explicação do por que a situação y levou a situação x, deixando de identificar uma terceira situação que corrobora para a situação x, ou seja, as causas que levam a determinados eventos e todos os fatores envolvidos. O autor também destaca as inferências como motivo de

preocupação, no momento em que determinado evento não possa ser observado diretamente.

Para o quesito validade externa, Yin (2010), demonstra preocupação no tocante à generalização das descobertas de um estudo de caso, na possibilidade delas serem identificadas e aplicadas em outros estudos. Por último, Yin (2010) aponta a confiabilidade como sendo de suma importância, tendo em vista o objetivo de que pesquisadores diferentes utilizando os mesmos procedimentos, variáveis e objetos de estudo (estudo de caso) cheguem a conclusões e achados similares. Para Yin (2010, p. 68), “a meta da confiabilidade é minimizar os erros e as parcialidades no estudo”.

3.7 ANÁLISE DOS DADOS

Segundo Gressler (2007, p. 2000), “análise é a discussão, a argumentação e explicação nas quais o pesquisador se fundamenta para anunciar as proposições”, ou seja, é o momento em que o material coletado em campo é relacionado com as teorias utilizadas no referencial teórico. Gil (2009) aponta que a maior parte das pesquisas qualitativas, assim como o estudo de caso, a interpretação e a análise de certa maneira ocorrem ao mesmo tempo que a coleta.

Gil (2009, p. 91) assegura que a “análise e interpretação de dados nos estudos de caso é uma atividade complexa” corroborando com Yin (2010, p. 155) que afirma “é um dos aspectos menos desenvolvidos e mais difíceis dos estudos de caso”.

A forma de análise adotada no presente trabalho é a análise de conteúdo que segundo Gil (2009, p. 98) é “um procedimento aplicável a qualquer comunicação escrita”. Bardin (2006, p. 44) afirma que a análise de conteúdo “aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”.

3.8 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Pelo fato de não ter havido acompanhamento detalhado dos custos que foram impactados com as medidas sustentáveis, não foi possível aferir resultados financeiros das ações, tais como economia de dinheiro, montante investido para que as ações se realizassem, bem como avaliação do custo-benefício, embora a

sensação seja de satisfação com as medidas adotadas e que os objetivos traçados foram alcançados.

Dentro da organização, até o momento de aplicação do questionário, não existia setor específico com a incumbência de acompanhar e avaliar as mudanças pelas quais a empresa passou, além dos benefícios, de forma monetária. Não foi feito relatório detalhado do antes e depois das ações. Entretanto, apesar da diretoria não ter os números exatos em mãos e poder fazer uma avaliação mais completa, é notório o benefício de tais ações.

Outra limitação do estudo foi poder apurar e investigar o tamanho do impacto nas vidas dos colaboradores, em termos de saúde e meio ambiente, aprendidas na Planeta Limpo (via Diálogos Diários de Segurança, palestras, instruções), pois não há o acompanhamento desses resultados fora do âmbito da organização. Os colaboradores não foram indagados, de forma clara, a respeito do que aprenderam dentro da empresa em assuntos como meio ambiente, saúde e segurança e que incorporaram em seu cotidiano e das pessoas as quais tem relações, ou seja, que levaram para fora do ambiente de trabalho.

3.9 SUGESTÕES DE PESQUISA

Nesta seção foram sugeridos alguns temas para futuros estudos a respeito do tema do presente trabalho. Em trabalhos de objetivos parecidos ao que foi desenvolvido, podem ser abordados aspectos de impacto na comunidade ao entorno da empresa cujas ações a atingem, a modificação que ações internas podem promover nos colaboradores afetados tanto na empresa quanto em seu lar ou comunidade, esmiuçar detalhes técnicos das atividades de empresas sustentáveis, estudar questões de custo benefício em ser uma empresa sustentável, ganho ou perda de mercado em se caracterizar como empreendedorismo sustentável.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste capítulo serão apresentados os resultados obtidos através da pesquisa, por meio da aplicação do questionário em entrevista.

Embora não tenha sido o foco do trabalho traçar o perfil da gestora ou como se deu a oportunidade de empreender, consta no questionário perguntas com essas duas temáticas e relata-las é relevante como contextualização.

A principal gestora da empresa é Noemi, diretora de novos negócios e procuradora da empresa. Natural de Neópolis, não houve na família exemplos de empreendedores, mas seu pai, funcionário público que teve passagem por cargos políticos, tinha perfil de liderança que a inspirou ao longo da sua carreira. Com formação em pedagogia, Noemi foi professora na região em que nasceu e posteriormente se transferiu para municípios maiores no estado ao passar em concurso público para o magistério. Enquanto ensinava, já apresentava iniciativas empreendedoras, comercializando cosméticos, com bom desempenho como vendedora.

Após anos ensinando, prestou concurso para o Banco do Estado de Sergipe (BANESE). Iniciou sua jornada no banco como agente de serviço bancário, depois se tornou caixa (tesoureira) e por fim chegou ao posto de gerente. A trajetória envolveu cursos específicos e seleções internas. Como gerente de negócios e posteriormente geral, já morando em Aracaju, teve desempenho relevante em vendas, inclusive ganhando prêmios internos, oito, pela performance. Pela função e por contato com gestores e empreendedores, Noemi, aprendeu e se interessou pela temática.

A oportunidade de negócio ocorreu através do filho, Pedro Júnior, diretor financeiro da empresa. Pedro identificou a Planeta Limpo, pois tinha interesse pela área de transportes e conhecia um motorista da empresa, além de ter insistido na aquisição. Após se aposentar do Banese e com um imóvel e o fundo de garantia a disposição, a empresa foi adquirida por Noemi e seu filho. A casa foi dada como entrada para a compra da empresa e o capital ajudou a alavancar as operações e quitar o restante da aquisição. Inicialmente Pedro estava à frente da operação e posteriormente Noemi assumiu conjuntamente as ações do empreendimento.

O presente estudo atuou de forma a verificar, primeiramente, se a empresa pode ser considerada como empresa sustentável, caso sim, qual a sua forma de

empreendedorismo sustentável, as ações tomadas nesse sentido e as dificuldades e benefícios delas, além da motivação em adotá-las.

A empresa Planeta Limpo atua nos ramos de coleta e destinação de resíduos (construção civil, mas com atuação também nos resíduos de saúde e comuns, não perigosos, perigoso, além de efluentes e derivados da produção de petróleo), serviço de limpeza pública (coleta e destinação de resíduos municipais, varrição e conservação de vias públicas), bem como em gerenciamento de resíduos. É uma empresa certificada ISO 9001, ISO 14001 e OHSAS 18001. Essas certificações em conjunto formam o sistema de gestão integrado (SGI) da organização.

As certificações permitiram que a empresa pudesse estabelecer padrões e nível de excelência para suas atividades, tanto interna, quanto externamente. Atuando em consenso ao que preconizam as normas, a Planeta tem procedimentos para a execução de suas atividades, sejam internas ou externas, seguindo diretrizes que enfocam no meio ambiente, processos e qualidade, além de na saúde e segurança ocupacional.

Seguindo o que é preconizado pelas normas, as atividades desenvolvidas têm procedimentos que respeitam o meio ambiente e buscam minimizar impactos, seja na execução dos serviços ou na relação com *stakeholders*. Como por exemplo, os caminhões da empresa passam por manutenções frequentes, visando o melhor desempenho, e a minimização de riscos aos colaboradores, além de impactar, da menor maneira possível, o ar com emissão de gases.

Antes da saída dos caminhões é feito rigoroso *checklist* das condições do veículo, além de frequentes testes de opacidade e emissão de gases poluentes. Motoristas e operadores também fazem parte da avaliação diária, levando em consideração equipamentos de proteção e condições de trabalho. Essas medidas minimizam os riscos inerentes as atividades e têm gerado resultados satisfatórios, a exemplo de nenhum registro de acidente e incidente no ano passado, tanto com colaboradores, quanto ambientais.

O mesmo cuidado é tomado na escolha de fornecedores, exigindo-se deles toda a documentação de operação e o correto tratamento de seus resíduos, como por exemplo, lava jatos, oficinas mecânicas, postos de combustíveis e lojas que vendem insumos (tais como: pneus, EPIs e instrumentos para varrição e capinação).

Periodicamente a empresa exige os comprovantes e certificados de manejo correto da água contaminada do lava jato, do armazenamento e destinação de óleo

e resíduo, não aproveitados, das oficinas mecânicas e postos de combustíveis, e certificação das ferramentas que contenham madeira, tais como vassouras e outros utensílios utilizados na varrição e coleta pública. Há, conforme Nogueira e Brasil (2016) preocupação em saber a procedência dos insumos utilizados, e de critérios na seleção de fornecedores que atendam a níveis sociais e ambientais elevados.

Também há o cuidado em contratar empresas cujos funcionários sejam habilitados para o cumprimento do serviço, mediante comprovação técnica e apresentação de cursos que estão de acordo às normas regulamentadoras (NR). As compras e contratações atendem a critérios ambientais, e de segurança e saúde.

Existe controle muito rígido com a coleta e destinação dos resíduos coletados, respeitando sempre a legislação e órgãos fiscalizadores, com o destino final correto e respaldado por documentação de pesagem, certificado de destino e medição. Infelizmente o descarte irregular de resíduos ainda é presente em Sergipe, e nem sempre, o consumidor tem noção dos prejuízos dessas práticas ou exige que a empresa que está coletando apresente licenças ou comprovação da destinação correta.

Levando em consideração as informações colhidas em entrevistas e comparando com o material que fundamenta o referencial teórico que embasa o estudo, tendo em vista os objetivos desse trabalho, podem-se fazer as análises que seguem.

4.1 AÇÕES

Foram levantadas ações que a empresa faz acerca da dimensão social, ambiental e econômica no cotidiano, cujo referencial teórico separa e explica.

Levando em conta o público interno e externo, foram identificadas medidas implementadas de forma singular ou cotidiana por parte da companhia. Ao público externo, a empresa procura, dentro das suas limitações, contribuir com a comunidade ao seu redor.

A Planeta Limpo fica localizada na entrada do loteamento Pantanal, área carente da capital em que o poder público não atua de forma efetiva, cujas ruas são de terra batida, não há saneamento, além de outros problemas de infraestrutura e sociais. Dentre as **ações** relatadas, voltadas ao **entorno** foram identificadas: doação de brinquedos para o dia das crianças, apoio a associação de moradores do bairro,

com doações de insumos e materiais diversos em datas comemorativas como natal, bem como uso de maquinário (retroescavadeira) para reparos paliativos na rua de acesso ao Pantanal. Medidas similares foram relatadas por Cavalcanti e Teixeira (2013), cujas empresas estudadas também agem de forma social, apoiando atividades esportivas, doando alimentos, em apoio a entidades de filantropia.

Foram identificadas **ações** cuja comunidade foi beneficiada indiretamente: nos eventos que a empresa promove para seus colaboradores, datas festivas como São João, os moradores da comunidade são “contratados” para vigiar os veículos e são comprados alimentos, tais como comidas típicas e serviço de espetinho, de fornecedores ou de moradores das proximidades. As missas que são celebradas na Planeta Limpo são abertas à comunidade, bem como o convite é estendido aos moradores.

Iniciativas de perfil similares apontadas ao longo do questionário remetem a cidade de Neópolis, localidade ligada histórica e familiarmente aos gestores da empresa, além de prestação de serviços. Foi relatado o fornecimento de material esportivo aos colaboradores da empresa, que residem lá, para lazer. A empresa “patrocina” o time dos funcionários que jogam futebol regularmente. Medida parecida foi constatada no artigo de Cavalcanti e Teixeira (2015, p. 103) cujos “empreendimentos estudados apoiam obras sociais, atividades esportivas e/ou educacionais”.

Outras **ações** que ocorreram no referido município foram campanhas de conscientização da população para a questão dos resíduos (sua importância, reciclagem, questões ambientais, segregação e destinação correta), além da coleta seletiva durante o carnaval da cidade. A empresa também busca contratar mão-de-obra local, inclusive para atividades que ocorrem em Aracaju, vários dos motoristas dos caminhões da empresa são de Neópolis e tiveram ajuda para se firmar na capital.

Nas entrevistas, relatos apontaram para **parcerias** em eventos acadêmicos, ligados à temática da empresa e de caráter cultural, como por exemplo: “Semana Lixo Zero Aracaju” em que apoiou o evento como um todo e integrantes ministraram a palestra “A importância da segregação de resíduos da construção civil em obras e sua destinação adequada” em 2018; 35º Festival de Artes de São Cristóvão (FASC), 2018, apoiando o evento e fornecendo recipientes para a coleta e segregação dos resíduos gerados durante o festival; suporte à “Feirinha do Empreendedor” de 2017.

As **iniciativas internas** podem ser divididas entre **social** e **ambiental**. Do ponto de vista dos funcionários, há a preocupação latente com a saúde e segurança dos colaboradores, tanto da sede como os que estão na operação, tendo em vista a OHSAS 18001. Para o pessoal do escritório, os riscos de saúde e segurança são menores, mas o cuidado com ergonomia e postura no ambiente de trabalho é constante. São fornecidos itens como descanso para os pés e duas telas de computador, aos que necessitam, bem como suporte para altura dos notebooks.

O ambiente de trabalho, que passou por recente reforma, leva em consideração o conforto do colaborador, no espaço físico e nos móveis adquiridos, utilização de luz natural e suporte para alimentação dos funcionários, com refeitório e copa que permitem cozinhar e se alimentar de maneira confortável, bem como banheiro e vestiário equipados. Há também área comum com sofás e televisão, para conforto dos integrantes da organização poder relaxar nos momentos de descanso.

Situação semelhante é registrada no trabalho de Cavalcanti e Teixeira (2013, p. 12) que observaram que “os empresários pesquisados investiram na estrutura dos seus empreendimentos, tornando-os mais agradáveis e seguros a seus funcionários”. Também está em conformidade com o “ambiente de trabalho respeitoso, harmonioso e de colaboração, bem como na relação com a comunidade em que está inserida”, observado em (BRASIL; NOGUEIRA, 2016, p. 188).

Outra postura positiva identificada em prol dos colaboradores é na capacitação dos mesmos. Alguns funcionários tiveram apoio parcial ou integral da empresa para realizar cursos, como por exemplo, pós-graduação para a gerente operacional da empresa em Aracaju, curso de gestão de projetos para diretora administrativa e o estagiário de administração. As referidas festas comemorativas, como os tradicionais São João e a confraternização de final de ano são sempre realizadas com toda a estrutura para que o colaborador se sinta valorizado e possa fortalecer os laços com a empresa e os colegas de trabalho. Ações como as descritas se enquadram no que o trabalho de Cavalcanti e Teixeira (2015) trata como benefícios além do que os obrigatórios por lei, ofertada aos colaboradores.

O técnico de segurança faz integração com todos os colaboradores e frequentemente são feitas “reciclagens” desses conteúdos via palestras ou diálogo diário de segurança (DDS). Nos DDS são abordados temas de saúde ligados direta e indiretamente ao trabalho, podendo e devendo ser incorporados às famílias dos colaboradores, como questões de saúde, bem estar, higiene, etc., conforme

explanado por Nassif, Siqueira e Lima (2013, p. 14) “pois somente dessa maneira será possível criar hábitos de sustentabilidade e incorporá-los à cultura organizacional, levando isso para a sociedade e para as famílias”.

Outra preocupação permanente é com relação ao uso de equipamentos de proteção individual (EPI), obrigatórios e extras, e equipamentos de proteção coletiva (EPC), necessários ao desenvolvimento das atividades.

Observando pelo aspecto **ambiental**, algumas ações puderam ser notadas, a saber: como é feita coleta seletiva na empresa e os resíduos separados são entregues a cooperativas parceiras da Planeta Limpo; economia de energia no escritório; aproveitamento de luz natural; redução do uso do ar-condicionado (de manhã cedo, final de tarde ou horários mais frescos é comum desligar o aparelho); investimento em paisagismo e área verde com plantas frutíferas; reutilização de papel (rascunho) e redução do seu uso. Foi abolido o uso de descartáveis para bebida ou alimentação (cada funcionário recebeu copo personalizado), redução do uso de água (torneiras com menos consumo e de modalidade que abrem e fecham automaticamente). São práticas que passaram por adaptar as instalações, bem como o *layout* do empreendimento para minimizar o impacto ambiental da construção, conforme também constatado por Cavalcanti e Teixeira (2015).

Quanto a preocupação no uso da energia elétrica, uma vez que não há outra fonte de energia para o funcionamento da sede, foi identificada similaridade com o estudo de Cavalcanti e Teixeira (2013), cujas empresas estudadas utilizam energia tradicional, porém há preocupação com economia no uso da eletricidade, visando diminuir custos e preservar os recursos naturais.

A redução dos insumos de escritório e a doação de resíduos recicláveis também foram observadas em (CAVALCANTI; TEIXEIRA, 2013).

As **ações internas** da empresa, DDS, palestras, orientações, conscientizações extrapolam o ambiente de trabalho e são incorporadas ao âmbito pessoal dos colaboradores, que gera impacto positivo nas vidas e nos familiares deles. O foco em ações desse tipo traz resultados importantes, conforme foi apurado na pesquisa, tendo em vista que o índice de doenças entre os trabalhadores da empresa é pequeno, quando não mínimo, levando em consideração que eles estão expostos a resíduos que podem ser perigosos e contaminantes, bem como sendo a atividade considerada de risco, envolvendo adicionais de insalubridade.

As práticas da empresa estão em consonância com os resultados apresentados em Cavalcanti e Teixeira (2015) ao observarem que as empresas estudadas põem em prática ações com o objetivo de economizar energia elétrica e que esses empreendimentos investiram e inovaram ao investir em equipamentos inteligentes e em estrutura, bem como na implantação de ações diretas com os colaboradores.

As autoras levantaram também campanhas internas de conscientização, como por exemplo; treinamentos, palestras e acompanhamento dos funcionários (CAVALCANTI; TEIXEIRA, 2015), práticas identificáveis também na Planeta Limpo.

Cavalcanti e Teixeira (2015, p. 101) aferiram que há transmissão de “diretrizes e informações necessárias para que os funcionários descartem o lixo e resíduos de maneira correta, salienta-se também que esses negócios realizam treinamentos específicos para a implantação dessas ações”, bem como foi notado na empresa estudada.

As ações observadas na Planeta faz com que os serviços prestados pela empresa sejam menos agressivos ao meio ambiente, conforme constatado na pesquisa de Cavalcanti e Teixeira (2015).

4.2 BARREIRAS E BENEFÍCIOS

Para que o objetivo fosse alcançado algumas barreiras tiveram que ser transpostas. A principal **superação** foi com relação à cultura da empresa e dos colaboradores. Inicialmente a conscientização não foi assimilada na primeira reunião, foram necessárias várias palestras, DDS e conversas para que as novas práticas fossem postas no cotidiano da Planeta. Ainda hoje essas ações e fiscalizações são necessárias, mas em menor grau e mais especificamente com mudanças de rotina ou abordagem. Conscientizar os funcionários também foi barreira ressaltada no estudo de Cavalcanti e Teixeira (2015), principalmente no tocante a economia de água e energia elétrica. Nassif, Siqueira e Lima (2013, p. 14) levantam também essa dificuldade “não se trata de tarefa simples e fácil, pois irá requerer das pessoas um despojamento de usos e costumes enraizados”.

Encontrar fornecedores que atendam as demandas da empresa também se mostra uma **dificuldade**. Fornecedores que estão com todas as licenças em dia, que tenham certificados para execução de serviço, e que façam a destinação correta

dos resíduos de suas atividades, não é tarefa simples. Outro limitador é de ordem financeira, normalmente a venda de produtos ou serviços que estão em consonância com a exigência do empreendimento tem preço acima do normal que é cobrado no mercado. Por vezes, apenas um fornecedor atende a necessidade da Planeta Limpo.

Dificuldades com fornecedores também se mostraram empecilho no estudo de Cavalcanti e Teixeira (2015, p. 104) relatando que uma das empresas “apresentou dificuldades para contratação de fornecedores devido à falta de acesso a tecnologia”, bem como “dificuldade a inexistência de mão-de-obra especializada no mercado sergipano” para fornecimento de serviços ou produtos. Nogueira e Brasil (2016) também constataram que dificuldades foram identificadas ao encontrar fornecedores que atendessem de maneira social ou ambientalmente, correta a empresa estudada.

No mercado em que a Planeta Limpo iniciou suas atividades, pessoas físicas e pequenas construtoras, a adoção das medidas preconizadas pelas certificações elevou os preços praticados e houve perda de clientes para os concorrentes. Embora os serviços tenham melhorado essa parcela do mercado não valorizou a mudança, e pelo preço um pouco mais elevado, deixou de contratar a Planeta. Nogueira e Brasil (2016, p. 185) também relataram que a empresa objeto de estudo, por conta de seleção mais apurada de fornecedores “apresentavam valor um pouco maior que os produtos convencionais e os consumidores, no geral, ainda não tinham uma consciência preocupada com questões ambientais e sociais o suficiente”.

Apesar das barreiras a serem vencidas, a empresa obteve **benefícios** das ações tomadas. Houve **economia** na compra mensal de material de consumo, como por exemplo, em utensílios descartáveis, redução da conta de energia e água. Como pode ser observado em resposta com relação à economia do material de consumo:

[...] não tenho o valor, mas sei que esse item já cortei da minha lista, não compro mais. (Diretora de Novos Negócios - Noemi).

Conforme retratado em Cavalcanti e Teixeira (2015, p. 99) “ações ecologicamente corretas estão ligadas à redução de custos do negócio”, o que ocorreu também na empresa objeto de estudo.

Tendo como exemplo o trecho da entrevista, que reflete de maneira geral a apuração da economia proveniente de tais ações, não foi possível aferir resultados quantitativos a respeito do **aspecto econômico**, principalmente no que tange a economia de recursos, sejam eles monetários ou insumos. O acompanhamento dos impactos não foi realizado de maneira sistemática, porém há o entendimento de que a empresa obteve ganhos com as medidas adotadas. Também não foi possível identificar o montante investido em todas as ações, sejam elas ambientais ou sociais. Não foi efetuado controle rígido e apurado da vertente econômica para que a conta investimento x resultado fosse apresentada de maneira satisfatória.

A Planeta Limpo furou a barreira do mercado de grandes *players* e por meio das suas certificações e melhoria dos serviços passou a atender clientes como Petrobras, Transpetro, Fafen e empresas de engenharia, fora do estado de Sergipe. A empresa é hoje reconhecida fora dos limites territoriais do estado e pode alcançar voos maiores.

4.3 MOTIVAÇÃO

A motivação para atuar da forma descrita vem por dois horizontes que são complementares. A gestão da empresa, buscando novos mercados e clientes melhores, tinha por objetivo melhorar seus serviços, o que a levou a buscar as certificações. Elevando os padrões de execução de suas atividades a empresa buscava atender contratantes do porte da Petrobrás e similares. O objetivo foi alcançado, principalmente com a empresa de petróleo, hoje a Planeta atua em três contratos com a referida S.A. De forma interna e externa, as duas metas foram alcançadas. Observando-se esse contexto e relacionando-o com o que afirmou Nassif, Siqueira e Lima (2013, p. 6) “as grandes empresas vão pressionar as pequenas a terem comportamento sustentável”, a Planeta, a fim de atender grandes companhias, buscou melhorar seus processos e se tornar mais sustentável.

Observa-se que as motivações têm paralelo com as relatadas no estudo de Brasil e Nogueira (2016, p. 185) cuja empresa tinha por “objetivo não apenas constituir um negócio de sucesso, bem como de promover, por meio de suas atividades, ações benéficas ao meio ambiente e ao social”.

Por meio dos selos, as portas se abriram para parceiros mais exigentes, tais como a Petrobras e empresas de fora de Sergipe, tendo alcançado o objetivo. Hoje

a Planeta atua em três contratos com a referida S.A. e conseguiu chamar a atenção de firmas além-fronteiras sergipanas, sendo contratada por empresas de fora para prestação de serviços no estado. Exemplo disso é a sua parceria com a HTB Engenharia, que está participando da construção da termoeletrica no porto de Sergipe. Por meio dos certificados a empresa Planeta Limpo obteve diferencial no mercado por desempenhar suas atividades com menor impacto, esse fator vai de encontro ao que Nassif, Siqueira e Lima (2013, p. 8-9) afirmam ao enfatizar que “reduzir o impacto ambiental e engajar-se em iniciativas de responsabilidade social empresarial têm objetivo de gerar vantagem competitiva”.

A motivação da empresa tem paralelo com o que foi levantado no artigo de Cavalcanti e Teixeira (2015, p. 99), cuja motivação em promover modificações veio através de “demandas de mercado como principal razão para adotar características sustentáveis”. As demandas da Planeta foram a atuação em mercados mais exigentes, por meio das certificações.

Foi relatado que contratos com entes públicos têm maiores chances de atrasos em pagamentos, o que já ocorreu com a empresa. Durante um determinado período, os principais parceiros da empresa eram da esfera pública; prefeitura municipal de Neópolis, UFS e Emurb. Além disso, o principal mercado privado que a empresa atuava da construção civil, vinha passando por baixa, com poucas obras e, conseqüentemente, menos serviços para os envolvidos.

4.4 CLASSIFICAÇÃO

Na tipologia definida por Borges et al. (2013), o nicho de atuação da Planeta seria o negócio ambiental, uma vez que a empresa atua na coleta e destinação de resíduos, contribuindo com o meio ambiente através do correto gerenciamento e manejo desse material. Dentre as categorias de negócio ambiental, a que se enquadra melhor a Planeta seria “produtos eco eficientes”, pois são “produtos mais eficientes energeticamente ou com baixo impacto ambiental” (BORGES et al., 2013, p.85), tendo em vista que os procedimentos visam melhorar o aproveitamento dos recursos e causar o menor impacto ambiental possível.

Continuando a classificação da empresa segundo referido artigo, o papel da sustentabilidade na Planeta seria melhor enquadrado como meio, pois o intuito é de obter lucro colaborando com o meio ambiente. Por fim, no tocante a inserção de

responsabilidade sócio ambiental, sua presença foi observada na companhia, através da relação e preocupação com os colaboradores e com o entorno. Ações diretas e indiretas em benefício da comunidade foram relacionadas e, com relação ao público interno, diversas medidas, além do que rege a legislação puderam ser levantadas.

Levando em consideração os diversos tipos de empreendedorismo sustentável que o artigo de Brasil et al. (2014) listam, a Planeta Limpo se encaixa melhor em ecoempreendedor, pois atua de forma a contribuir com a redução de problemas ambientais, com enfoque no lucro das suas atividades, integrando os assuntos ambientais com os econômicos.

Quadro 7 – Principais Resultados

Categoria	Principais Resultados
Ações sociais internas	Ambiente de trabalho equipado, confortável e estrutura de apoio aos colaboradores; capacitação dos colaboradores; integração e comemoração de festividades para os funcionários; DDS sobre saúde e segurança.
Ações sociais externas	Doação de materiais a associação do bairro; uso de maquinário para reparos paliativos nas ruas do entorno; compra de alimentos e comidas típicas na comunidade para eventos da empresa; apoio em eventos culturais e acadêmicos; apoio a atividades esportivas em Neópolis.
Ações ambientais internas	Coleta seletiva; economia de energia e água; reutilização de material de escritório; abolido uso de descartáveis para comida e bebida; DDS sobre resíduos e meio ambiente.
Ações ambientais externas	Manutenção preventiva dos caminhões visando menor emissão de gases e minimizar acidentes ambientais; atuar de forma ambientalmente correta na prestação do serviço; relação e escolha de fornecedores que atuem conforme legislação ambiental; campanhas de conscientização sobre meio ambiente e resíduos em Neópolis.
Barreiras	Mudança de cultura da empresa e colaboradores; encontrar fornecedores que atendessem as exigências; conscientizar clientes e demonstrar valor.

Benefícios	Melhora nos serviços prestados; atuar em mercados mais exigentes e com empresas maiores; economia em insumos e recursos naturais utilizados.
Motivação	Melhorar a prestação dos serviços; diferencial no mercado/vantagem competitiva; parcerias comerciais melhores e bons pagadores; contribuir com a melhora da questão ambiental e social.
Classificação Borges et al. (2013)	Negócio ambiental; vertente produtos eco eficientes; sustentabilidade como meio; usa responsabilidade social empresarial.
Classificação Brasil et al. (2014)	Ecoempreendedor.

Fonte: Elaborado pelo autor (2019)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O capítulo que se segue apresenta as respostas ao problema do estudo. Será averiguado se foram encontradas respostas às perguntas e se o objetivo foi alcançado.

5.1 RESPOSTAS SOBRE AS QUESTÕES DE PESQUISA

O problema da pesquisa é:

A Planeta Limpo pode ser considerada como uma empresa de empreendedorismo sustentável?

Após coleta de dados e análise dos mesmos, levando em consideração o problema de pesquisa e seu objetivo geral, podemos concluir que a empresa Planeta Limpo pode sim, ser considerada como uma empresa sustentável.

Atendendo aos objetivos específicos, ações sustentáveis, dificuldades e benefícios dessas ações, motivação para adotá-las e classificação da empresa, o resultado concluído é reforçado. Cada um dos objetivos específicos foi corroborado por literatura relevante sobre o tema, o que respalda a conclusão do trabalho.

Seguindo o que rege o **primeiro objetivo específico**; levantar ações sustentáveis praticadas na empresa objeto de estudo, foram identificadas ações tanto no âmbito ambiental, quanto social. Ambas as dimensões atuam de forma interna e externa à organização, impactando dentro e fora das dimensões físicas da empresa. Foram listadas no âmbito social externo: apoio a comunidade ao entorno à empresa através de doações a associação do conjunto; uso de equipamento para beneficiamento de rua do bairro; e contratação de moradores do entorno em eventos da companhia. No âmbito social interno temos: investimento de capacitação dos colaboradores; estrutura física para conforto dos colaboradores; festividades para divertimento e integração do quadro de funcionários; apoio a atividade física dos integrantes da organização; e conversas e orientações a respeito da saúde dentro e fora da organização.

Do ponto de vista ambiental, as seguintes ações internas foram registradas: ações para economia de recursos hídricos e elétricos; coleta seletiva e parceria com empresas de reciclagem; e não utilização de descartáveis para alimentação e bebida. Externamente foram levantadas: relações comerciais com fornecedores que atendam a critérios ambientais como produtos certificados; descarte correto de

resíduo e licenças ambientais para operar; preocupação e manutenção dos veículos visando diminuir poluentes e causar acidentes que comprometam o meio ambiente; e atuação dentro da legislação que rege o ramo de atividade, e parte legal da empresa sempre em dia.

Para atender o **segundo objetivo específico**, tendo em vista as dificuldades em adotar tais medidas e os benefícios delas, foi observado os seguintes pontos: as principais dificuldades percebidas estavam ligadas a mudança cultura dentro da empresa enquanto instituição e dos colaboradores que dela fazem parte; encontrar fornecedores que atendam as exigências da empresa; conscientizar os clientes e, demonstrar valor, além de justificar o preço dos serviços.

Os benefícios listados foram: melhora nos serviços prestados; minimização de acidentes e incidentes; atuar em mercados mais exigentes e com empresas maiores; fornecimento de melhores instalações e condições de trabalho; economia em insumos e recursos naturais utilizados pela empresa.

Visando o **terceiro objetivo específico**, foram identificadas as motivações para adotar tais medidas: melhorar a prestação dos seus serviços; parcerias comerciais com clientes maiores, mais exigentes e melhores pagadores; e contribuir com melhora da questão ambiental e social.

Por fim, à luz do **quarto objetivo específico**, a empresa pôde ser classificada como espaço de empreendedorismo sustentável, a partir da classificação definida por dois trabalhos científicos diferentes. Levando em consideração a tipologia proposta por Borges et al. (2013) a Planeta Limpo atende os requisitos de negócio ambiental na vertente produtos eco eficientes, que tem a sustentabilidade como meio e usa responsabilidade social empresarial.

Dentre os diversos tipos de empreendedorismo sustentável, abordados no trabalho de Brasil et al. (2014), o modelo da empresa se enquadra como ecoempreendedor.

Levando em consideração a equidade das três vertentes do empreendedorismo sustentável, foi observado que elas não estão no mesmo patamar. O aspecto econômico e ambiental tem foco maior do que o social. Situações similares foram observadas nos trabalhos de Cavalcanti e Teixeira (2013), Cavalcanti e Teixeira (2015) e Brasil e Nogueira (2016). Ambos os trabalhos ressaltaram o lado econômico em primeiro lugar, o que também pode ser constatado na Planeta Limpo. Hierarquicamente na empresa estudada, a importância dada

número um seria ao econômico, segundo ambiental e por fim social. A diferença entre as duas primeiras é pequena, mas para a terceira a distância é maior. A vertente social fica abaixo das outras pelo fato das ações externas à empresa não terem tanta estrutura e foco quanto a econômica e ambiental.

5.2 SUGESTÕES À EMPRESA ESTUDADA

Através do estudo e da observação das atividades da empresa foram elaboradas sugestões que, sendo postas em prática, podem ou não, contribuir para percepção dos resultados das ações sustentáveis adotadas.

A Planeta Limpo poderia aplicar questionários ou entrevistar seus colaboradores para saber o impacto da mudança em seu cotidiano, dentro e fora da empresa, das medidas ambientais e sócias que adota. Aferir esses resultados pode fortalecer a sensação de bem estar e identificar outros pontos que podem ser reforçados.

As ações que enfatizam a comunidade e seu entorno também poderiam ser aferidas e identificadas a serem feitas para contribuir ainda mais com ela. À medida que beneficiam ao bairro no qual a Planeta está situada, não são contínuas nem são frutos de planos estratégicos, mas que essa realidade pode mudar, incluindo a comunidade no planejamento estratégico da companhia, e promover ações estruturadas e contínuas.

Uma vez que a empresa atua coletando e destinando resíduos, ela poderia ampliar seus serviços e trabalhar beneficiando os resíduos que transporta. Assim, partir para a reciclagem ou modificação desse resíduo seria o próximo passo na cadeia, bem como armazenamento e gerenciamento do material que coleta.

Visando a economia de água, poderia ser adotado sistema de reaproveitamento de água de chuva para molhar a área verde da empresa, bem como utilizar em sanitários.

Por fim, com a finalidade de reduzir o consumo de energia e contribuir ainda mais para o meio ambiente, seria de extrema relevância adotar a geração de energia fotovoltaica (solar) no espaço em que se localiza o prédio da empresa.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Fernando. **Os Desafios da Sustentabilidade**: uma ruptura urgente. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade Social Empresarial e Empresa Sustentável**: da teoria à prática. 3. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2016.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2006.
- BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2016.
- BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade**: o que é: o que não é. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2015.
- BORGES, Cândido; BORGES, Marcos Martins; FERREIRA, Vicente da Rocha Soares; NAJBERG, Estela; TETE, Marcelo Ferreira. Empreendedorismo Sustentável: proposição de uma tipologia e sugestões de pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n. 1, p. 77-100, 2013.
- BORGES, Cândido; NAJBERG, Estela; TETE, Marcelo Ferreira; BORGES, Marcos Martins; FREITAG, Maria Salete Batista; LIMONGI, Ricardo; FERREIRA, Vicente da Rocha Soares. **Empreendedorismo Sustentável**. São Paulo: Saraiva, 2014.
- BOSZCZOWSKI, Anna Karina; TEIXEIRA, Rivanda Meira. O Empreendedorismo e o Processo Empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais. **Revista Economia & Gestão** – v. 12, n. 29, maio/agosto. 2012.
- BRASIL, Marcus Vinicius de Oliveira; BIZARIA, Fabiana Pinto de Almeida; TASSIGNY, Mônica Mota; POMPEU, Randal Martins; OLIVEIRA, Francisco Correia de. Os Diversos Tipos de Empreendedorismo Sustentável. **Revista Científica da Escola de Gestão e Negócios**. Ano 4, nº 1, ago. 2014 – jan. 2015. 2014.
- BRASIL, Sandra Aparecida; NOGUEIRA, Clariana Ribeiro. Empreendedorismo Sustentável: estudo de caso sobre o processo de criação de um empreendimento sustentável. **Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, v. 5, n. 5, Mar. 2016, p. 172-196.
- BRUNELLI, Mariana; COHEN, Marcos. Definições, Diferenças e Semelhanças entre Empreendedorismo Sustentável e Ambiental: análise do estado da arte da literatura entre 1990 e 2012. **Anais... XXXVI ENCONTRO DA ANPAD**. Rio de Janeiro/RJ – 22 a 26 de setembro de 2012.
- CAVALCANTI, Maralyza Correia de Souza; TEIXEIRA, Rivanda Meira. **Motivações e Ações Sustentáveis Implementadas por Empreendedores do Setor Hoteleiro**. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**. Vol. 4, N. 1. Janeiro/Abril. 2015, p. 92-107.

CAVALCANTI, Maralysa Correia de Sousa; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo Sustentável e as Dimensões de Schlange: um estudo multicascos em pequenas empresas Sergipanas. **Anais... VI ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA**. Bento Gonçalves/RS – 19 a 21 de maio de 2013.

CMMAD – Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (1991). **Nosso Futuro Comum**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativos, quantitativos e mistos**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DEGEN, Ronaldo Jean. **O Empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DALMORO, Marlon. A visão da Sustentabilidade na Atividade Empreendedora: uma análise a partir de empresas incubadas. **Revista Gestão Organizacional**. Vol. 2, N.1, Jan/Jun. 2009.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FREITA, Rony Klay Viana de; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo Sustentável e a Identificação de Oportunidades: história oral de empreendedores de negócios sustentáveis. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**. Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, jan./mar. 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Estudo de Caso: projetos e relatórios**. São Paulo: Atlas, 2009.

GRESSLER, Lori Alice. **Introdução à Pesquisa: projetos e relatórios**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2007.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.

MAJID, Izaidin Abdul; KOE, Wei-Loon. Sustainable Entrepreneurship (SE): a revised model based on triple bottom line (TBL). **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**. v. 2, n. 6, Jun. 2012.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Renato Carlos. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MOREIRA, Janaina Lorena; LIMA, Laisy Garcia Ribeiro.; TÓTARO, Leila Said. **Empreendedorismo Sustentável: o valor de negócios ambientais**. E-xacta, Belo Horizonte, v. 6, n. 2, p. 177-189, 2014.

NASSIF, Vânia Maria Jorge; SIQUEIRA, João Paulo Lara; LIMA, Edmilson Oliveira. Empreendedorismo sustentável, Uma Agenda para Empreendedores de MPes. **Anais... II SINGEP e I S2IS**. São Paulo/SP – 07 e 08/11/2013.

PEREIRA, Adriana Camargo; SILVA, Gibson Zucca da; CARBONARI, Maria Elisa Ehrardt. **Sustentabilidade, Responsabilidade Social e Meio Ambiente**. São Paulo: Saraiva, 2011.

PIMENTEL, Themisa Araújo Barroso; REINALDO, Hugo Osvaldo Acosta.; OLIVEIRA, Leonel Góis Lima. Empreendedorismo Sustentável: estudo multicaso da implementação da sustentabilidade em empresas incubadas. In.: VI ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. Recife/PE, **Anais...** Recife, 14 a 16 de abril de 2010.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento**: incluyente, sustentável, sustentado. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SCOTTO, Gabriela; CARVALHO, Isabel Cristina de Moura; GUIMARÃES, Leandro Belinaso. **Desenvolvimento Sustentável**. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.

SEBRAE. **Pesquisa sobre Sustentabilidade – Relatório Final**. Brasília: SEBRAE, Dezembro/2013.

SILVA, Sabrina Soares da; REIS, Ricardo Pereira; AMÂNCIO, Robson. Conceitos Atribuídos à Sustentabilidade em Organizações de Diferentes Setores. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 90-103, dez. 2014.

VEIGA, José Eli da. **Desenvolvimento Sustentável**: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

VEIGA, José Eli da. **Sustentabilidade**: a legitimação de um valor. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 2011.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

APÊNDICES

APÊNDICE A – SOLICITAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO PARA USO DO NOME DA EMPRESA NA PESQUISA

SOLICITAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO PARA PESQUISA

Através do presente instrumento, solicitamos da Diretora e Procuradora da **Planeta Indústria e Serviços LTDA** autorização para realização da pesquisa integrante do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do acadêmico **Ricardo Menezes Carvalho**, orientada pela Prof.^a Dra. Iracema Machado de Aragão Gomes, tendo como título preliminar: **“EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL: UM ESTUDO DE CASO NA PLANETA LIMPO”**, bem como a autorização do uso do nome da PLANETA INDÚSTRIA E SERVIÇOS LTDA na pesquisa.

O trabalho tem como objetivo Identificar se a Planeta Limpo pode ser considerada sustentável.

A coleta de dados ocorreu através de entrevistas com os gestores da empresa entre os dias 21/11/2018 a 31/01/2019.

A presente pesquisa é requisito para a conclusão do curso de Administração - Bacharelado, na Universidade Federal de Sergipe.

Nestes termos, peço deferimento.

São Cristóvão, 4 de fevereiro de 2019.

Deferido ()

Indeferido ()

Assinatura e carimbo do gestor

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Prezado (a) respondente,

Esta pesquisa tem como objetivo identificar a forma de empreendedorismo sustentável adotada pela empresa Planeta Indústria e Serviços LTDA. Solicito sua colaboração para responder a essa entrevista expressando sua sincera opinião.

Antecipadamente, agradeço.

Ricardo Menezes Carvalho - Graduando em Administração – UFS

Roteiro de Entrevista com os Gestores da Empresa Estudada

Perfil Gestor:

- 1) sexo
- 2) idade
- 3) estado civil
- 4) naturalidade
- 5) histórico familiar, há empreendedores na família?
- 6) formação/escolaridade
- 7) experiência profissional anterior.

Perfil Empreendimento:

- 1) como conheceu a empresa?
- 2) qual motivo de adquirir a empresa
- 3) tinha conhecimento do setor de atuação da empresa?
- 4) como foi a identificação de oportunidade de adquirir a empresa?
- 5) houve incentivo para adquirir a empresa? Se sim, de quem?
- 6) ano da aquisição
- 7) quais modificações feitas na empresa após aquisição?
- 8) motivo de fazer tais mudanças?
- 9) mercado de atuação
- 10) concorrentes

- 11) principais atividades desenvolvidas
- 12) principais clientes
- 13) missão, visão e valores da empresa

Empreendedorismo Sustentável:

- 1) qual a relação com a temática sustentabilidade e empreendedorismo sustentável?
- 2) há práticas da empresa na dimensão social? Quais são? (investimento em capacitação, benefícios além dos obrigatórios em lei, confraternizações ou festividades, ações na comunidade ao entorno da empresa, igualdade entre os sexos, gestão participativa, curso, apoio a obras sociais).
- 3) há práticas da empresa na dimensão ambiental? Quais são? (redução no uso de insumos, energia, utilização de insumos sustentáveis, layout).
- 4) há práticas da empresa na dimensão econômica? Quais os resultados alcançados? (resultados financeiros de outras ações ambientais ou sociais).
- 5) quais dificuldades e barreiras enfrentadas para o desenvolvimento das atividades de forma sustentável?
- 6) quais benefícios/resultados alcançados pelo desenvolvimento das atividades de forma sustentável?
- 7) quais foram os investimentos feitos ao longo da gestão para a sustentabilidade?
- 8) quais os investimentos/planos futuros para o negócio sustentável?
- 9) o que entende ser empreendedorismo sustentável?
- 10) considera a Planeta Limpo uma empresa sustentável?
- 11) houve inovação na maneira de executar o serviço?
- 12) o que motivou a empreender de forma sustentável?