




Motivações e ações sustentáveis implementadas por empreendedores nas dimensões econômica, ambiental e social: estudo de casos múltiplos em micro e pequenos negócios

Motivations and sustainable actions implemented by entrepreneurs in the economic, environmental and social dimensions: multiple case studies in micro and small businesses




Motivaciones y acciones sostenibles implementadas por emprendedores en las dimensiones económica, ambiental y social: estudio de casos múltiples en micro y pequeñas empresas

Autoria

Maralysa Cavalcanti

 Universidade Federal de Sergipe (UFS)
 maralysas@gmail.com
 <https://orcid.org/0009-0008-7261-8244>

Rivanda Meira Teixeira

 Universidade Federal de Sergipe (UFS)
 rivandateixeira@gmail.com
 <https://orcid.org/0000-0003-3056-6032>

RESUMO

Contextualização: O empreendedorismo sustentável, que combina empreendedorismo com uma perspectiva de sustentabilidade, é um subcampo relevante e atual da pesquisa em empreendedorismo. Ele aborda a integração de práticas sustentáveis nos negócios, considerando os impactos econômicos, ambientais e sociais. **Lacuna e Questão de Pesquisa:** Apesar do crescente interesse no empreendedorismo sustentável, há uma lacuna na compreensão das motivações e ações sustentáveis específicas implementadas por empreendedores de micro e pequenos negócios. A questão norteadora deste estudo é: quais são as motivações e ações sustentáveis adotadas por esses empreendedores nas dimensões econômica, ambiental e social? **Objetivo:** O objetivo principal é investigar as motivações e ações sustentáveis dos empreendedores de micro e pequenos negócios, considerando as três dimensões da sustentabilidade. Isso será alcançado desenvolvendo categorias e elementos de análise a partir de um modelo conceitual, e aplicando-os em uma pesquisa empírica. **Metodologia:** Este estudo adota uma abordagem fenomenológica e interpretativa, sendo exploratório e descritivo. A estratégia de múltiplos casos é utilizada para coletar dados por meio de entrevistas semiestruturadas, análise de documentos e observação direta não participante. Seis negócios na Grande Aracaju foram selecionados devido às suas características sustentáveis. **Contribuições/Resultados Esperados:** Espera-se que este estudo forneça insights sobre as motivações e ações sustentáveis dos empreendedores de micro e pequenos negócios, contribuindo para a compreensão do empreendedorismo sustentável. Os resultados podem destacar desafios enfrentados pelos empreendedores, bem como áreas de progresso em relação às práticas sustentáveis, proporcionando uma base para futuras pesquisas e intervenções práticas.

Palavras-chave: Empreendedorismo sustentável. Ação empreendedora. Motivações empreendedoras. Sustentabilidade.

ABSTRACT

Contextualização: The phenomenon of entrepreneurship combined with a sustainability perspective is commonly referred to as sustainable entrepreneurship, which can be considered a relevant and current subfield of entrepreneurship research. It addresses the integration of sustainable practices into businesses, considering economic, environmental, and social impacts. **Presentation of the Gap and Research Question:** Despite the growing interest in sustainable entrepreneurship, there is a gap in understanding the specific sustainable motivations and actions implemented by micro and small business entrepreneurs. The guiding question of this study is: what are the motivations and sustainable actions adopted by these entrepreneurs in the economic, environmental, and social dimensions? **Objective:** The main objective is to investigate the motivations and sustainable actions of micro and small business entrepreneurs, considering the three dimensions of sustainability. This will be achieved by developing categories and elements of analysis from a conceptual model and applying them in empirical research. **Methodology:** This study adopts a phenomenological and interpretative approach, being exploratory and descriptive. The multiple case strategy is used to collect data through semi-structured interviews, document analysis, and non-participant direct observation. Six businesses in the Greater Aracaju area were selected due to their sustainable characteristics. **Contributions/Expect Results:** It is expected that this study will provide insights into the motivations and sustainable actions of micro and small business entrepreneurs, contributing to the understanding of sustainable entrepreneurship. The results may highlight challenges faced by entrepreneurs, as well as areas of progress in sustainable practices, providing a basis for future research and practical interventions.

Keywords: Sustainable Entrepreneurship. Entrepreneurial Action. Entrepreneurial Motivations. Sustainability.

RESUMEN

Contextualización del tema: El emprendimiento sostenible, un subcampo relevante de la investigación en emprendimiento, combina la perspectiva empresarial con prácticas sostenibles, abarcando impactos económicos, ambientales y sociales. **Vacío y Pregunta de Investigación:** A pesar del creciente interés, persiste un vacío en la comprensión de las motivaciones y acciones sostenibles específicas adoptadas por emprendedores de micro y pequeñas empresas. Este estudio busca responder: ¿Cuáles son las motivaciones y acciones sostenibles adoptadas por estos emprendedores en las dimensiones económica, ambiental y social? **Objetivo:** Investigar las motivaciones y acciones sostenibles de estos emprendedores en las tres dimensiones de la sostenibilidad. Para ello, se desarrollarán categorías y elementos de análisis basados en un modelo conceptual y aplicados a investigación empírica. **Metodología:** Con un enfoque fenomenológico e interpretativo, este estudio exploratorio y descriptivo utiliza la estrategia de múltiples casos. La recopilación de datos incluye entrevistas semiestructuradas, análisis de documentos y observación no participante. Seis empresas sostenibles del área metropolitana de Aracaju fueron seleccionadas como muestra. **Contribuciones/Resultados Esperados:** Este estudio pretende aportar ideas sobre las motivaciones y acciones sostenibles de emprendedores de micro y pequeñas empresas, contribuyendo al conocimiento del emprendimiento sostenible. Los resultados podrán identificar desafíos enfrentados por estos emprendedores y señalar áreas de mejora en prácticas sostenibles, sirviendo como base para futuras investigaciones e intervenciones prácticas.

Palabras clave: Emprendimiento Sostenible. Acción Empresarial. Motivaciones Empresariales. Sostenibilidad.

■ INTRODUÇÃO

A possibilidade de escassez de insumos imprescindíveis ao funcionamento dos mercados despertou a necessidade de estudar o empreendedorismo sob uma nova perspectiva, que desmistifica o objetivo das organizações orientadas somente para o lucro. Essa nova perspectiva, alia práticas sociais e ambientais em conjunto com a necessidade de alcançar vantagem competitiva. Parrish (2009) e D'Souza e Mishra (2022) afirmam que o empreendedorismo detém a capacidade de contribuir para o alcance dos objetivos organizacionais, das políticas públicas e do avanço de tecnologias, porém seu foco de ação ampliou-se, e surgiu a necessidade de sua contribuição para com o ambiente e a sociedade.

Tradicionalmente, as atividades empreendedoras têm sido motivadas pela criação de valor econômico, no entanto, argumentam Anand et. al. (2021), o aumento da conscientização sobre questões sociais e ambientais fez com que o empreendedorismo incorpore missões sociais e ambientais. Para esses autores, o empreendedorismo sustentável tem atraído significativa atenção acadêmica nas últimas décadas e já é reconhecido como um domínio de pesquisa distinto, é válido ressaltar que o empreendedorismo sustentável transforma falhas de mercado em oportunidades de negócio para o desenvolvimento sustentável ligando a economia, a sociedade e o meio ambiente (Watson et al., 2023).

O fenômeno do empreendedorismo combinado com uma perspectiva de sustentabilidade é comumente referido como empreendedorismo sustentável (Patzelt; Shepherd, 2011) que pode ser considerado um subcampo cada vez mais importante da pesquisa em empreendedorismo (Gast et al., 2017). Terminologias variadas surgiram sobre empreendedorismo sustentável e diferentes termos como “ecoempreendedorismo” (Schaltegger, 2002), “empreendedorismo ambiental” (Linnanen, 2002), “empreendedorismo de desenvolvimento sustentável” (Cohen & Winn, 2007), e “empreendedorismo verde” (Taylor & Walley, 2003) têm sido usados alternadamente.

As publicações nesse subcampo focam diferentes objetos como a gestão das dimensões sustentáveis ou o *triple bottom line* (Dixon & Clifford, 2006; Young & Tilley, 2006), as motivações para os empreendedores adotarem práticas sustentáveis (Schlange, 2006), as teorias que permeiam o empreendedorismo verde (Scharper, 2002); as classificações dos empreendedores sustentáveis (Taylor & Walley, 2003; Schaltegger, 2002) e a exploração de oportunidades empreendedoras (Cohen & Winn, 2007; Dean & McMullen, 2005). No que tange, especialmente, às motivações dos empreendedores sustentáveis é reconhecido que as pesquisas que abordam essa temática ainda são escassas (ST-Jean & Labelle, 2018; Kania & Teixeira, 2019; O'Brien & Goralski, 2020; Freitas & Silva, 2023) e que existe a necessidade de estudos voltados para delineamento de seu perfil e melhor compreensão dos motivos que levam o empreendedor a adotar essas práticas sustentáveis (Santos & Teixeira, 2021). Para Parrish (2009), o ecoempreendedor pode ser visto como a

figura central na busca de soluções para a degradação ambiental, o que difere dos demais empreendedores que tem motivações puramente econômicas.

Este estudo atrela as motivações às ações sustentáveis praticadas pelos empreendedores sergipanos e, por meio do levantamento da literatura sobre empreendedorismo sustentável criou um modelo conceitual no intuito de identificar tais ações e motivações considerando as dimensões econômica, ambiental e social.

Vale destacar que essa pesquisa enfatizou não somente os negócios que foram criados com perspectivas sustentáveis, mas também os empreendimentos já consolidados no mercado que adotaram práticas socioambientalmente responsáveis, por descobrirem uma falha de mercado, uma oportunidade ou para atender seu público alvo.

O foco dessa pesquisa são empresas de micro e pequeno porte localizadas na Grande Aracaju, no estado de Sergipe, pertencentes aos três setores da economia: indústria, comércio e serviços e que possuem características sustentáveis como os produtos comercializados, as embalagens e o processo produtivo.

A pesquisa destaca as principais motivações e ações sustentáveis praticadas pelos empreendedores de micro e pequeno negócios. Cabe aqui justificar o interesse pelo tema, primeiramente, pela exploração recente dos termos empreendedorismo e sustentabilidade de maneira conjunta. Essa intersecção, ainda incipiente, já foi responsável por modificar economias e processos organizacionais em prol do equilíbrio entre a saúde financeira, a equidade social e a resiliência ambiental (Kuckertz & Wagner, 2010).

Considerando esse contexto, surge a questão norteadora deste estudo: quais as motivações e ações sustentáveis implementadas pelos empreendedores de micro e pequenos negócios nas dimensões econômica, ambiental e social?

Vale destacar que essa pesquisa enfatizou não somente os negócios que foram criados com perspectivas sustentáveis, mas também os empreendimentos já existentes que adotaram práticas socioambientalmente responsáveis. O foco dessa pesquisa são empresas de micro e pequeno porte localizadas na Grande Aracaju, no estado de Sergipe, pertencentes aos três setores da economia: indústria, comércio e serviços e que possuem características sustentáveis como os produtos comercializados, as embalagens e o processo produtivo.

A contribuição teórica deste estudo, ao analisar as motivações e ações dos empreendedores com base em um modelo conceitual, é ampliar a compreensão do empreendedorismo sustentável, a partir da análise das dimensões econômicas, sociais e ambientais de forma conjunta. Em termos práticos, espera contribuir com os elaboradores de políticas públicas e com as instituições de apoio a atividades empreendedoras na elaboração de políticas específicas e programas voltadas para apoio e subsídio de empreendimentos ambientalmente sustentáveis.

■ EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL

O empreendedorismo sustentável é um campo de pesquisa em expansão (Duarte & Silva, 2023; Oliveira & Gimenez, 2020), ligado à necessidade crescente de demandas por soluções inovadoras e eficazes para os desafios socioambientais contemporâneos. Atualmente, o conceito de empreendedorismo sustentável vai muito além da criação e gestão de negócios que possuem objetivos econômicos, ambientais e sociais, evoluindo para um processo multifacetado que engloba a criação, gestão e desenvolvimento de negócios que contribuem para um futuro mais sustentável (Kuckertz & Wagner, 2021; Duarte & Silva, 2023; Freitas & Silva, 2023).

Cohen e Winn (2007, p.35) defendem que as pesquisas sobre empreendedorismo sustentável se voltam para a investigação de “como as oportunidades de bens e serviços futuros são descobertos, criados, e explorados, por quem e com quais consequências econômicas, psicológicas, sociais e ambientais. Nesse sentido, para Belz e Binder (2017) o empreendedorismo sustentável deve reconhecer, desenvolver e aproveitar as oportunidades dos indivíduos para criar bens e serviços com benefícios sociais, econômicos e ecológicos. Da mesma forma, a ideia principal do empreendedorismo sustentável é que as atividades realizadas pelos empreendedores não devem destruir os ambientes ecológicos e sociais em que operam (Muñoz & Cohen, 2018; Jacobi, 2023).

O empreendedorismo sustentável pode ser definido como “a descoberta, criação e exploração de oportunidades para criar bens e serviços futuros que sustentam o ambiente natural e / ou comunitário e proporcionam ganhos de desenvolvimento para os outros” (Patzelt & Shepherd, 2011, p. 632; Watson et al., 2023). Parrish (2009) apresenta um conceito mais integrado ao de desenvolvimento sustentável, considerando-o como o tipo de empreendedorismo que explicitamente introduz dimensões tanto sociais quanto ambientais ao desenvolvimento de uma empresa com o objetivo de crescimento econômico.

Schlange (2006) sugere a ideia de um empreendimento qualificado orientado pela sustentabilidade que combina oportunidades e intenções para simultaneamente criar valor a partir de uma perspectiva econômica, social e ecológica. Por sua vez, Young e Tilley (2006) argumentaram que as ações ambientais, sociais e econômicas convergiam de maneira tridimensional para o empreendedorismo sustentável, permitindo uma integração elementos que atuam de forma uníssona.

Perez (2002) sintetiza que a sustentabilidade é um componente essencial para orientar o empreendedorismo em direção a um crescimento econômico mais equilibrado e duradouro, Mazzucato e Perez (2022) ainda afirmam que o desafio atual é “mudar a forma como a economia real funciona,[...] por meio de uma direção política que seja inteligente e que tire partido da economia verde”, favorecendo o equilíbrio entre os conceitos de sustentabilidade, empreendedorismo e empreendedorismo sustentável.

A tabela 1 apresenta um resumo de cada uma das três dimensões sob os preceitos da sustentabilidade, do empreendedorismo e do empreendedorismo sustentável.

Motivações e ações sustentáveis implementadas por empreendedores nas dimensões econômica, ambiental e social: estudo de casos múltiplos em micro e pequenos negócios

Tabela 1

Comparativo das Dimensões da Sustentabilidade, Empreendedorismo e Empreendedorismo Sustentável

Dimensões	Sustentabilidade	Empreendedorismo	Empreendedorismo sustentável
Econômica	Gestão eficiente de recursos (Sachs, 1993)	Gestão dos recursos para alcançar vantagem competitiva (Low & Macmillan, 1988)	Gestão dos recursos e busca de oportunidades, aliando vantagem competitiva e preservação do meio natural (Sharper, 2002).
Social	Alcance de um patamar razoável de homogeneidade social; distribuição justa de renda e igualdade no acesso aos recursos e serviços sociais (Santos et al., 2006).	Iniciativas sem fins lucrativos em busca de estratégias de financiamento ou de mecanismos de gestão e de criação de valor social (Mair & Martí, 2006).	Práticas de responsabilidade social empresarial, ou seja, as preocupações com o meio ambiente e as comunidades onde as organizações estão (ETHOS, 2012).
Ambiental	Limitar o consumo de combustíveis fósseis, reciclando, reduzindo a poluição, investindo em pesquisa de tecnologias limpas e assegurando o cumprimento de regras para a proteção ambiental (Sachs, 1993).	A <i>performance</i> de uma organização é resultado da interação desta com o ambiente interno e externo (Houben et al., 1999).	A adoção das práticas de negócios ambientalmente responsáveis mantém as organizações no mercado e/ou abrem um leque de oportunidades empresariais (Sharper, 2002).

Nota. Elaborado com base na revisão teórica

Em síntese, é possível argumentar que os empreendedores e o empreendedorismo sustentável podem desempenhar um papel importante na busca de sustentabilidade, sem subestimar ou negligenciar a necessidade de uma abordagem sistêmica, redes e esforços colaborativos para lidar com as complexidades de muitos problemas ecológicos e sociais (Eller et al., 2020).

■ MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS SUSTENTÁVEIS

Ao contrário dos empreendedores de motivações puramente econômicas, típicos dos negócios não sustentáveis, as motivações dos empreendedores sustentáveis são tratadas de forma diferenciada pelos estudiosos do tema (Kaniak & Teixeira, 2018). Embora a literatura sobre empresas atuando em atividades sustentáveis esteja em crescimento, ainda existem poucos estudos sobre quem é o empreendedor que cria e gerencia essas empresas (Patzelt & Shepherd; 2011; Walley & Taylor, 2002; Duarte & Silva, 2023). A questão chave, volta-se para o entendimento dos motivos que levam o empreendedor a investir em empresas sustentáveis, pois ele diferencia-se do empreendedor com motivações puramente econômicas por sua abordagem holística e orientada para o longo prazo dos negócios, abrangendo um compromisso com o bem-estar social e ambiental (Duarte & Silva, 2023).

Pastakia (2002) e Santos (2021) advogam que as motivações são induzidas tanto por forças internas quanto por forças externas. As forças internas lidam principalmente com ideologias e preocupações estratégicas, são os valores, planos e metas que contribuem para uma sociedade sustentável. As forças externas relacionam-se com o desenvolvimento socioeconômico legal do ambiente em que o negócio está inserido, revelam-se nas preocupações econômicas, sociais e ambientais que rodeiam os negócios. Além disso, é importante ressaltar que os empreendedores podem enfrentar dificuldades para empreender sustentavelmente, Young e Tiley (2006) afirmam que a maioria dos empreendimentos tem dificuldades em explorar a

sustentabilidade ambiental. O estudo de Basu et al., (2008) cita os negócios com estratégias voltadas para a sustentabilidade são mais caros do que os que não consideram a sustentabilidade. Além disso, a complexidade e a interconexão dos problemas socioambientais contemporâneos exigem abordagens integradas e colaborativas, o que pode ser difícil de alcançar em um contexto empresarial altamente competitivo e individualista (Bansal & Song, 2017). Ademais, ao analisar a literatura pôde-se verificar que os empreendedores sustentáveis têm sido caracterizados de acordo com tipologias que são propostas por meio de suas motivações/dificuldades para iniciar ou se manter no negócio.

Schaltegger (2002) propôs uma tipologia com cinco tipos ecoempreendedores: *alternative actors*, *bioneers*, *ecopreneurs*, *environmental administrators* e *environmental managers*. Linnanen (2002) também classificou os empreendedores sustentáveis com base em dois critérios principais: o desejo de mudar o mundo e o desejo de ganhar dinheiro. Na visão de Walley & Taylor (2002), as variáveis mais importantes para caracterizar os empreendedores verdes são a motivação de mudar as estruturas de sociedade atuais, que variam de leve à forte, e a motivação de empreender, que varia de uma orientação puramente econômica a uma orientação para a sustentabilidade, criando dessa forma quatro grandes tipos de empreendedores verdes: o *innovative opportunist*, o *visionary champion*; o *ethical maverick*; e último tipo, intitulado *ad hoc enviropreneur*, é o empreendedor acidental. Kirwood & Walton (2010) classificaram cinco grandes motivadores para os ecoempreendedores: valores verdes, ganhar o sustento, paixão, ser seu próprio chefe e percepção de lacuna no mercado. Schlange (2006) também buscou identificar as motivações dos chamados *ecopreneurs* e constatou que as motivações de empreendedores sustentáveis se concentram nas dimensões sociais, pois eles promovem e conduzem atividades com valores sociais e econômicos no nível regional. Por sua vez Oscanova (2010) caracterizou as fontes de motivações internas como preocupações ideológicas dos problemas sociais e ambientais provenientes da influência da família, amigos, experiência anterior, rede de contatos e educação.

Este estudo buscou ampliar o conhecimento das motivações para empreender equilibrando aspectos econômicos, ambientais e sociais e propôs um modelo conceitual abrangendo aspectos abordados por diferentes modelos apresentados na literatura, adaptando-o à realidade de empresas sergipanas.

■ MODELO CONCEITUAL DO ESTUDO

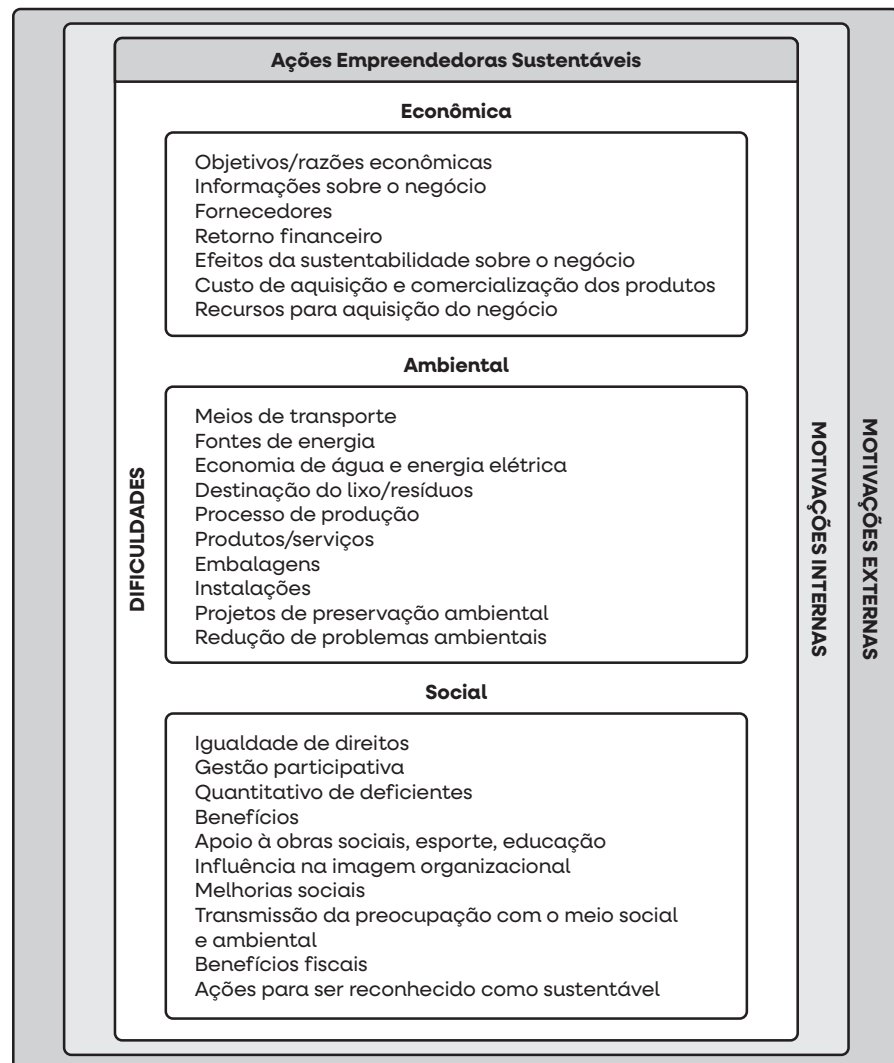
O modelo conceitual proposto para este estudo deu ênfase ao tripé da sustentabilidade (Dixon & Clifford, 2006; Young & Tilley, 2006), às características das dimensões da sustentabilidade propostas por Schlange (2006), ampliando a cada dimensão aspectos também observados na literatura como: os custos de aquisição e comercialização dos produtos (Morish et al., 2011), os recursos para a aquisição do negócio (Sharper, 2002), os serviços com perspectiva ecológica (Basu et al., 2008), os efeitos econômicos da sustentabilidade sobre o negócio (Pimentel et al., 2012), a redução de problemas ambientais (Sachs, 1993; Klewitz & Zeyen, 2010), o apoio às obras sociais, esportes e educação

(Bansal & Both, 2000), a influência de ações sociais na imagem organizacional, as melhorias sociais na comunidade, benefícios oferecidos e recebidos (Pimentel et al., 2012) e as ações para que a empresa possa ser reconhecida como sustentável (Fenker & Ferreira, 2011; Morish et al., 2011).

Salienta-se que, além das dimensões sustentáveis a adaptação do modelo considerou as motivações internas e externas para que o empreendedor criasse ou transformasse a sua empresa em uma empresa sustentável (Pastakia, 2002; Taylor & Waley, 2003; Schlange, 2006; Oscanoa, 2010; Klewitz & Zeyen, 2010; Pascual et al., 2011). Cabe, também, ressaltar que a nomenclatura para a dimensão ecológica, foi substituída por dimensão ambiental, no intuito de dar ênfase ao ambiente e não na interação dos organismos com os organismos (Odum & Barrett, 1988). O modelo conceitual proposto também considera as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores no que se refere a implementação dessas ações (Figura1).

Figura 1

Modelo Conceitual do Estudo



Nota. Elaborado com base na revisão da literatura

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No que se refere à classificação, essa pesquisa pode ser considerada como qualitativa, pois foram adotadas técnicas de coleta, codificação e análise dos dados, no intuito de gerar resultados a partir do significado das categorias analíticas e não da frequência em que os fenômenos ocorrem (Easterby-smith et al.,1999). Este estudo adotou a estratégia de casos múltiplos, que segundo Yin (2005) parte da premissa de que existe pouca informação sobre o tema, logo mais de uma empresa analisada pode trazer informações complementares sobre um assunto pouco explorado. Para Eisenhardt (1989), diferentes casos frequentemente enfatizam os aspectos complementares do fenômeno e, reunindo os padrões individuais, o pesquisador pode extrair um retrato teórico mais completo.

Em relação aos critérios de qualidade verificou-se a validade de construto com a utilização de múltiplas fontes de evidência (como entrevistas, documentos e observação), de encadeamento de evidências e revisão da minuta do caso pelos entrevistados; a validade interna não foi adotada nesta pesquisa já que a mesma classifica-se como exploratória e não fez proposições causais; a validade externa no que se refere à generalização analítica e finalmente a confiabilidade com o uso de protocolo de pesquisa e arquivo em banco de dados (Yin,2010), foi assim verificado se empreendedores e empresas de diferentes formações, setores e tamanhos apresentam as características do empreendedorismo sustentável.

A coleta de evidências foi realizada por meio de seis entrevistas pessoais semiestruturadas com os empreendedores de cada negócio e pela análise de documentos, como *folders*, os *sites* ou *homepages* disponíveis e licenças ambientais, caso existissem. Esses documentos foram utilizados nas descrições e análise de cada caso e na confrontação com os depoimentos dos entrevistados. Além disso foi realizada observação direta não participante, das instalações das empresas, produtos, serviços, processos e práticas ambientais. A tabela 02 apresenta informações sobre os entrevistados e os documentos consultados que subsidiaram a análise.

Tabela 02

Entrevistados e Documentos Consultados

Empreendimento	Entrevistado	Duração entrevista	Documentos consultados
Ecooffice	Proprietário	1h e 20 min	Documentos e informações disponíveis no Site, folder.
Aruanã Eco Praia Hotel	Proprietário	1h e 43 min	Documentos e informações disponíveis no site, licença ambiental, folder, planta baixa do empreendimento.
Recigraxe	Sócia-Proprietária	1h e 51 min	Documentos e informações disponíveis no Site, folder, licença ambiental, documentos de liberação de funcionamento.
Reciclaria	Proprietária	1h e 28 min	Documentos e folder.
Hotel Pousada do Sol	Sócio-Proprietário	1h e 17 min	Documentos e informações disponíveis no site, licença ambiental, folder, planta baixa do empreendimento.
Ecociiclo	Proprietário	1 h e 18 min	Documentos e folder.

Nota. Elaborado com base na descrição individual dos casos

Motivações e ações sustentáveis implementadas por empreendedores nas dimensões econômica, ambiental e social: estudo de casos múltiplos em micro e pequenos negócios

Yin (2010) destaca que qualquer aplicação da lógica de amostragem aos estudos de caso estaria mal direcionada, pois esses não se preocupam com a incidência dos fenômenos. Segundo Eisenhardt (1989) um número ideal para estudo de casos múltiplos ficaria entre quatro e dez casos. Abaixo disso, considera que seria difícil gerar uma teoria mais complexa ou ainda sua base empírica poderia não ser convincente. Para esse estudo foram escolhidas seis empresas localizadas no estado de Sergipe com características sustentáveis, essas características podem estar, simplesmente, no nome escolhido para a empresa como também nos produtos e /ou serviços adquiridos ou comercializados, nas embalagens utilizadas demonstrando a preocupação com a reciclagem e nos processos de produção menos poluentes para o ambiente. É interessante destacar que esse estudo não se restringe às empresas criadas com estratégias sustentáveis, fizeram parte, também, as empresas que se adaptaram a essas práticas pós criação. Os elementos extraídos da entrevista transcrita foram classificados e agrupados segundo as categorias analíticas e elementos de análise baseados no modelo conceitual do estudo (tabela 03).

Tabela 03

Questões de pesquisa, categorias e elementos de análise

QUESTÃO DE PESQUISA	CATEGORIAS DE ANÁLISE	ELEMENTOS DE ANÁLISE
Quais as características dos empreendimentos e o perfil dos empreendedores?	Características dos empreendimentos sustentáveis	Ano de fundação, setor, localização, número de empregados, concepção do nome, concorrentes.
	Perfil dos empreendedores sustentáveis	Sexo, idade, estado civil, formação, experiência anterior como empreendedor, percepção de oportunidade.
Quais as motivações internas e externas que fazem o empreendedor sergipano investir em sustentabilidade?	Motivações Internas Pastakia (2002); Taylor e Waley (2003); Schlange (2006); Oscanoa (2010).	Família, amigos, educação, experiência, rede de contatos, motivações para abrir o negócio.
	Motivações externas Pastakia (2002); Taylor e Waley (2003); Schlange (2006); Oscanoa (2010).	Leis e regulamentos, demandas do mercado, agentes externos, acesso a financiamentos, oportunidade para criar ou tornar o negócio sustentável, motivações para abrir o negócio.
Que ações são realizadas por esses empreendedores nas dimensões econômica, social e ambiental?	Ações Dimensão Econômica Sharper (2002); Schlange (2006); Pimentel et al. (2012); Morrish et al. (2011).	Objetivos/razões econômicas, informações sobre o negócio, fornecedores, retorno financeiro, efeitos da sustentabilidade sobre o negócio, custo de aquisição e comercialização dos produtos, recursos para aquisição do negócio.
	Ações Dimensão Ambiental Sachs (1993); Bansal & Roth (2000); Schlange (2006); Basu et al. (2008); Aligieri et al. (2009); Pimentel et al. (2012); Klewitz & Zeyen (2010).	Meios de transporte, fontes de energia, economia de água e energia elétrica, destinação do lixo/resíduos, processo de produção, produtos/serviços, embalagens, instalações, projetos de preservação ambiental, redução de problemas ambientais.
	Ações Dimensão Social Asley et al. (2000); Bansal & Roth (2000); Young & Tiley (2006); Pimentel et al. (2012); Frenker & Ferreira (2011); Ethos (2012).	Igualdade de direitos, gestão participativa, portadores de necessidades especiais, benefícios, apoio às obras sociais, esporte, educação, influência na imagem organizacional, melhorias sociais, transmissão da preocupação com o meio ambiente, benefícios fiscais, ações para ser reconhecido como sustentável.
Quais as dificuldades enfrentadas na adoção das práticas sustentáveis?	Dificuldades Enfrentadas Pimentel et al. (2012).	Dificuldades para a contratação de fornecedores, para adoção de fontes alternativas, economizar água e energia elétrica, vendas dos produtos, implantação de práticas sustentáveis.

Nota. Elaborado com base na revisão da literatura

A análise de conteúdo foi realizada conforme as três fases propostas por Bardin (2002): pré-análise; exploração e tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

Na fase de pré-análise todas as entrevistas foram transcritas e foi criada uma pasta para cada caso, reunido todas as evidências. Na fase de exploração do material, as transcrições foram analisadas com base em categorias analíticas definidas previamente, permitindo a exploração do conteúdo. Na fase de tratamento dos resultados, inferência e interpretação, os dados foram minuciosamente analisados para identificar padrões e tendências.

Esse estudo adotou a análise qualitativa de conteúdo, reproduzindo trechos das entrevistas por meio de citações fornecidas pelos atores da pesquisa. A seguir os casos foram descritos individualmente e os depoimentos mais relevantes dos entrevistados foram destacados como evidências. Na sequência, foi realizada a análise comparativa dos seis casos (*cross case analysis*) com base em Eisenhardt (1989), no qual os dados são ordenados ressaltando diferenças e similitudes dos empreendimentos estudados. Nesse momento foi realizada a comparação com a literatura, que é a generalização analítica de Yin (2010) na qual se utiliza teoria previamente desenvolvida com o qual se deve comparar os resultados empíricos do estudo de caso.

■ ANÁLISE COMPARATIVA DOS CASOS

Nessa seção é apresentada a análise dos casos, de maneira comparativa (*cross case analysis*) com base nas categorias analíticas do estudo: características dos empreendimentos, perfil dos empreendedores, motivações internas e externas, ações nas dimensões econômica, ambiental e social e as dificuldades enfrentadas na adoção dessas ações.

Características dos Empreendimentos Sustentáveis

Os empreendimentos objeto deste estudo são caracterizados pelo nome, ano de fundação, área de atuação, localização geográfica, número de empregados e uma breve explicação da escolha do nome do empreendimento. A tabela 04 a seguir apresenta um resumo das características dos empreendimentos estudados.

Motivações e ações sustentáveis implementadas por empreendedores nas dimensões econômica, ambiental e social: estudo de casos múltiplos em micro e pequenos negócios

Tabela 04

Características dos empreendimentos estudados

Nome Empreendimento	Ano Fundação	Área Atuação	Localização	nº empr.	Concepção do nome do empreendimento
Ecooffice	2010	Comércio/serviços	Bairro Suissa	4	Baseado em ações sustentáveis, deriva de escritório ecológico.
Aruanã Eco Praia Hotel	2009	Serviços	Praia de Aruana	36	Une aspectos da região, cuidados ambientais e localização.
Recigraxe	2003	Indústria	Cantinho do Céu - São Cristóvão	8	Representa a razão de ser do negócio; reciclagem de ácido graxo.
Reciclaria	2011	Comércio/serviços	Bairro Aeroporto	5	Sustenta os objetivos do negócio; reciclagem de coisas e pessoas.
Hotel Pousada do Sol	1986	Serviços	Orla de Atalaia	38	Adquirido por meio de benchmarking realizado em viagens.
Ecociiclo	2009	Comércio/serviços	Bairro Luzia	8	Encaixa as condições ecológicas à aquisição de um veículo não poluente.

Nota. Elaborado com base na descrição individual dos casos

Após análise do perfil dos empreendedores entrevistados, percebeu-se que a idade média dos entrevistados é relativamente alta, aproximadamente 47 anos, ou seja, pôde-se constatar que as empresas objeto de estudo não são geridas por empreendedores jovens, o estado civil oscila entre viúvo, casado e solteiro e o gênero está distribuído entre homens e mulheres. Os proprietários da Ecociiclo e do Hotel Pousada do Sol não tinham experiência como empreendedores antes de criar os seus negócios, todavia os demais entrevistados já possuíam ou trabalhavam em setores semelhantes aos dos seus empreendimentos. Essas informações estão descritas na tabela 05.

Tabela 05

Perfil dos entrevistados

Empreendimento	Idade	Formação educacional	Experiência como empreendedor
Ecooffice	37 anos	Superior incompleto: informática.	Não tinha experiência, mas possui experiência no ramo de informática.
Aruanã Eco Praia Hotel	44 anos	Técnico em agropecuária.	Tinha experiência como empreendedor no ramo de alimentos e de motéis.
Recigraxe	36 anos	Superior completo - nutrição.	Tinha experiência como empreendedora do ramo de vendas porta-a-porta.
Reciclaria	55 anos	Superior completo- odontologia. Especialização: saúde pública e odontologia social.	Não tinha experiência como empreendedora, trabalhou em uma ONG.
Hotel Pousada do Sol	51 anos	Superior completo: Turismo. Especialização: Gestão hotelaria.	Nenhum dos integrantes da família possui experiência como empreendedor.
Ecociiclo	58 anos	Superior completo: Biologia. Especialização: Planejamento e gestão ambiental.	Não tinha experiência como empreendedor

Nota. Elaborado com base na descrição individual dos casos

Motivações Internas e Externas

Quanto as motivações dos entrevistados para se tornarem empreendedores sustentáveis (Quadro 05), cabe destacar que a Ecociiclo, o Aruanã, o Hotel Pousada do Sol abriram seus negócios impulsionados pela oportunidade de mercado, o entrevistado da Ecooffice buscou a independência financeira, a empreendedora da Reciclaria, a realização pessoal e, a entrevistada da Recigraxe, motivou-se por necessidade. Pastakia (2002) afirma que as motivações dos *ecopreneurs* são induzidas tanto por forças internas quanto por forças externas, todavia, em contraponto a essa afirmativa, observou-se que um dos empreendedores dos negócios estudados declarou não ter sido motivado internamente (Recigraxe) e outro externamente, (Ecooffice) para criar empreendimentos preocupados com a sustentabilidade.

Com relação a essas fontes, notou-se que cada empreendedor apresentou particularidades. Verificou-se que a família foi a fonte de motivação mais citada entre os entrevistados, seja pelos hábitos familiares (Ecociiclo), pelos incentivos dos filhos, pais e irmãos (Reciclaria, Hotel Pousada do Sol) ou pelo apoio da esposa (Ecooffice). Vale ressaltar que outros estudiosos como Taylor e Waley (2003) já haviam constatado que os motivos que levaram alguns empreendedores a iniciarem negócios sustentáveis estão ligados às influências socioculturais leves, como contatos pessoais e educação, bem como estruturas pesadas como as regulações e influências econômicas, essas últimas, caracterizadas, nessa pesquisa como fatores de motivação externa.

As motivações externas revelam-se nas preocupações econômicas, sociais e ambientais que rodeiam os negócios (Pastakia, 2002). No tocante às fontes de motivação externa, destacam-se as demandas de mercado como principal razão para adotar características sustentáveis para a Ecociiclo, a Reciclaria, o Aruanã e o Hotel Pousada do Sol, sendo que este último considerou tal aspecto como fonte de motivação a partir do ano de 2002. Outra fonte de motivação externa que merece destaque é o apoio do SEBRAE, citado por três entrevistados (Hotel Pousada do Sol, Aruanã e Recigraxe) como fonte de incentivo e apoio para a concepção dos empreendimentos e/ou para traçar rotinas e diretrizes organizacionais. Foi possível observar que apenas a empreendedora da Ecociiclo declarou que as Leis e Normas ambientais foram fontes de motivação externa para adotar um negócio com características sustentáveis, citando a Lei nº 6938/81, como base para ações praticadas no seu negócio.

Quando se trata das oportunidades visualizadas pelos empreendedores para criar ou tornar o negócio sustentável, constatou-se que o Aruanã Eco Praia Hotel, a Ecociiclo e a Reciclaria identificaram a possibilidade de atuar em um nicho ainda pouco explorado no mercado sergipano, fato semelhante a pesquisa de Pascual, Klink e Grisales (2011) e ao estudo de Schlange (2006) onde o autor afirma que a visão empreendedora para ter um negócio sustentável era criar algo inovador, que até então era inexistente. Essas informações podem ser observadas no Tabela 06.

Motivações e ações sustentáveis implementadas por empreendedores nas dimensões econômica, ambiental e social: estudo de casos múltiplos em micro e pequenos negócios

Tabela 06

Motivações sustentáveis

Empreendimento	Motivações para abrir o negócio	Fontes de motivação interna	Fontes de motivação externa
Ecooffice	Independência financeira	Esposa	Não percebeu oportunidade sustentável ao abrir negócio.
Aruanã Eco Praia Hotel	Oportunidade de mercado	Formação educacional	Demanda de mercado, SEBRAE
Recigraxe	Necessidade	Não teve motivações internas	Empresários de Salvador, SEBRAE.
Reciclaria	Realização Pessoal	Família.	Demanda de mercado
Hotel Pousada do Sol	Oportunidade de mercado	Família, rede de contatos	Demanda de mercado, SEBRAE
Ecociiclo	Oportunidade de mercado	Família, formação educacional	Demanda de mercado, leis e normas ambientais

Nota. Elaborado com base na descrição individual dos casos

Ações na Dimensão Econômica

As ações na dimensão econômica contemplam os objetivos econômicos no que diz respeito à criação do negócio, bem como as informações obtidas sobre o empreendimento, a contratação de fornecedores da região, os retornos financeiros ao investir em práticas sustentáveis, as vendas relacionadas à sustentabilidade e a perspectiva de crescimento do negócio sob a ótica do empreendedor. De acordo com Sharper (2002) a dimensão econômica é responsável pela gestão dos recursos e pela busca de oportunidades, aliando a vantagem competitiva à preservação ambiental. Observou-se que as razões econômicas para criar os empreendimentos confundem-se com as motivações para que os entrevistados se tornassem empreendedores. É interessante destacar que essas razões divergiram entre os entrevistados, salvo os empreendedores do Aruanã e da Ecociiclo que decidiram abrir os seus negócios vislumbrando o retorno financeiro.

Tang, Kacmar e Busenitz (2010) advogam que as informações favorecem a integração de novos conhecimentos e a adaptação a novas situações, discutem sobre as redes de contato dos empreendedores e ressaltam os aspectos da evolução e do julgamento de informações adquiridas, no intuito de transformá-las em novas oportunidades. Nesse estudo, foi identificado que a internet é o canal de informações comum a todos os entrevistados na busca de dados sobre empreendimentos similares aos que decidiram investir, entretanto as redes de contato (Aruanã e Ecociiclo), viagens (Aruanã e Hotel Pousada do Sol), a influência de profissionais como o empresário de Salvador (Recigraxe) e o arquiteto (Hotel Pousada do Sol), bem como as diretrizes estipuladas pela franqueadora (Ecooffice) e os estudos sobre o tema (Ecociiclo) foram também citados como fontes de informação sobre os empreendimentos.

Com exceção da Ecooffice, os demais empreendimentos utilizam materiais e insumos de fornecedores regionais, entretanto alguns fornecedores de insumos e materiais específicos estão localizados nos estados de São Paulo, Minas Gerais e Santa Catarina. A importância da melhoria do relacionamento com fornecedores da região, desperta, segundo Schlange

(2006), a criação de valor da região como um todo, tal qual a disseminação de práticas socialmente responsáveis.

As questões relacionadas à sustentabilidade afetam quatro dos seis negócios estudados de maneira positiva. Nos casos do Aruanã e da Recigraxe, os empreendedores associaram o aumento da consciência da população ao aumento da necessidade em consumir produtos e serviços socioambientalmente responsáveis. Em contrapartida, os entrevistados da Ecooffice e da Ecociiclo sopesam os efeitos negativos em relação às questões ambientais, tendo em vista que a população ainda não desenvolveu uma consciência ambiental suficiente para adquirir produtos ou serviços socioambientalmente corretos.

O empreendedor do Hotel Pousada do Sol considera que atrai um público diferenciado por meio da comercialização de produtos e serviços com apelo ambiental e, a Reciclaria relaciona positivamente os aspectos sociais e ambientais às vendas, porém ressalta que a consciência da população ainda é incipiente. Apenas a Reciclaria não coloca os interesses econômicos como preponderantes, pois as ações ambientais e sociais aparecem nas suas falas como mais relevantes, nas demais empresas percebe-se que a necessidade de lucro e de sobrevivência do negócio podem ser até mais importantes do que as ações sociais e ambientais. A tabela 07 apresenta, de forma resumida, as principais ações econômicas.

Tabela 07

Ações na dimensão econômica

Empreendimento	Razão econômica	Informações	Fornecedores	Como afetam o negócio
Ecooffice	Independência financeira	De uma franqueada e de e-mails.	Provenientes do Sul e Sudeste, indicados pelo franqueador.	Negativamente
Aruanã Eco Praia Hotel	Situação de mercado favorável	Rede de contatos e viagens.	Majoria dos fornecedores da região e dos estados de SC e SP.	Positivamente
Recigraxe	Necessidade de gerar renda	Empresário de Salvador e de pesquisas na internet.	Majoria dos fornecedores da região, materiais específicos são adquiridos no Sul e Sudeste.	Positivamente
Reciclaria	Não revela razões econômicas	Conhecimento do sócio, cursos e internet.	Todos os fornecedores são da região.	Positivamente
Hotel Pousada do Sol	Ter mais uma fonte de renda para a família	Arquiteto, viagens e internet.	Parte dos fornecedores da região, parte do Sul e Sudeste.	Positivamente
Ecociiclo	Mercado favorável	Internet e estudos sobre o negócio.	Parte dos fornecedores regionais e dos estados de MG, SP e SC.	Negativamente

Nota. Elaborado com base na descrição individual dos casos

Ações na Dimensão Ambiental

A dimensão ambiental, proposta por Schlange (2006), contempla o uso de veículos e combustíveis ecologicamente corretos, as fontes alternativas de energia e/ou o uso eficiente de energia elétrica, a minimização das emissões e resíduos poluentes, o processo de produção e os produtos comercializados. Verificou-se que todos os empreendimentos adotam automóveis, veículos utilitários e caminhões para realizar entregas e receber materiais dos

fornecedores. O combustível é a gasolina ou o *diesel* por terem valores de mercado mais acessíveis do que o álcool. É importante salientar que o Aruanã Eco Praia Hotel utiliza biocombustível para o funcionamento do gerador e a Ecociiclo adota a bicicleta como veículo de entrega para produtos de pequeno peso e dimensões.

No que se refere às fontes alternativas de energia, o Aruanã Eco Praia Hotel e o Hotel Pousada do Sol utilizam a energia solar para aquecimento dos chuveiros das unidades habitacionais e a Reciclaria, através da força do vento ilumina toda sua área verde, os demais empreendimentos não adotam essa prática. Foi possível observar que, no tocante as práticas para economizar energia elétrica todos os empreendimentos executam ações nesse intuito, destacam-se o Aruanã Eco Praia Hotel e o Hotel Pousada do Sol que inovaram e investiram em equipamentos inteligentes, lâmpadas frias e estrutura, enquanto os demais negócios implantaram ações diretas com funcionários. Constatou-se que todos os empreendimentos estudados canalizam esforços para economizar água por meio de poços artesianos (Aruanã, Hotel Pousada do Sol e Reciclaria), de torneiras com temporizadores (Ecooffice, Aruanã, Hotel Pousada do Sol), de descargas sanitárias reguladas (Aruanã, Hotel Pousada do Sol), bem como do reuso da água (Recigraxe, Hotel Pousada do Sol) e de panfletos e *folders* distribuídos no intento de conscientizar funcionários e clientes (Aruanã, Hotel Pousada do Sol).

O empreendimento mais estruturado no que se refere às campanhas de conscientização para economia de água e de energia elétrica é o Aruanã Eco Praia Hotel, tendo em vista que utiliza o setor de recursos humanos para ministrar palestras, disponibilizar treinamentos e acompanhar diariamente a rotina de cada funcionário. Essa prática também foi observada nos estudos de Fedozzi et al., (2012) e Nowduri (2012) que postulam que uma das condições para implantar a sustentabilidade é investir na educação dos funcionários em relação às questões sustentáveis. Destaca-se também, o Hotel Pousada do Sol, que por meio de uma parceria com o SEBRAE, ofertou cursos para todos os funcionários a fim de que todos soubessem a necessidade de economizar água e energia elétrica.

É relevante mencionar que os empreendedores dos demais negócios não realizam campanhas de conscientização interna para economia de água e energia elétrica, entretanto todos pontuaram que é por meio de conversas informais e reuniões que transmitem essas preocupações para os funcionários. O descarte do lixo e resíduos é feito por todos os empreendimentos. Foi observado que a Recigraxe é o único negócio que não utiliza coletores seletivos, os demais, adquiriram ou adaptaram recipientes para a correta destinação de cada tipo de resíduo. A Ecooffice reutiliza folhas de papel para os testes de impressão e a Recigraxe utiliza parte do resíduo da decantação do óleo comestível para alimentar a caldeira e parte é vendida como ração para criadouros de camarão. Essa preocupação é evidente também sob a ótica de Aligleri et al., (2009, p. 156) quando os autores ressaltam que as “empresas precisam preocupar-se com o descarte de embalagens, volume de lixo gerado e armazenagem de produtos pós-consumo”. Assim como é feito para economizar água e energia elétrica, os empreendedores, por meio de conversas informais e/ou reuniões transmitem as diretrizes e informações necessárias para que os funcionários descartem o lixo e resíduos de maneira correta. O Aruanã, a Reciclaria e o Hotel Pousada do Sol realizam treinamentos específicos para a implantação dessas ações. Todos

Motivações e ações sustentáveis implementadas por empreendedores nas dimensões econômica, ambiental e social: estudo de casos múltiplos em micro e pequenos negócios

os entrevistados dos empreendimentos estudados consideram que com a atuação dos seus negócios minimizam algum tipo de dano ambiental como a diminuição da poluição dos rios (Ecooffice, Recigraxe, Hotel Pousada do Sol e Ecociiclo), a redução da poluição do ar por meio da utilização de bio-combustível (Aruanã), o menor gasto com energia elétrica e a preservação de áreas verdes (Aruanã, Hotel Pousada do Sol e Reciclaria). A tabela 08 apresenta resumo dessas ações:

Tabela 08

Ações na dimensão ambiental

Empreendimento	Veículos/combustível	Fonte alternativa	Economia de energia e água	Destinação de lixo e resíduos
Ecooffice	Carro, moto, caminhão Gasolina/diesel	Não há	Lâmpadas frias, torneiras com temporizador e conscientização dos funcionários	Coleta seletiva, reaproveitamento de papel.
Aruanã Eco Praia Hotel	Carro, van, caminhão Gasolina/diesel	Solar	Boiler, lâmpadas frias, fechadura inteligente, poço artesiano, torneira com sensores, descargas sanitárias reguladas, panfletos de conscientização	Coleta seletiva
Recigraxe	Carro, caminhão Gasolina/diesel	Não há	Não tem aparelhos de ar-condicionado, uso de sanitizante.	Reaproveita resíduos para aquecimento da caldeira e ração para camarão.
Reciclaria	Carro, caminhão Gasolina/diesel	Eólica	Planejamento dos horários de funcionamento das máquinas, equipamentos sem resistência elétrica, poço artesiano.	Coleta seletiva, reaproveitamento de alimentos
Hotel Pousada do Sol	Carro, caminhão Gasolina/diesel	Solar	Boiler, splits, lâmpadas frias, fechaduras inteligentes, poço artesiano, descargas reguladas, torneiras com temporizador.	Coleta seletiva
Ecociiclo	Carro, moto, caminhão, bicicleta Gasolina/diesel	Não há	Conscientização dos funcionários, observação das rotinas de consumo.	Coleta seletiva

Nota. Elaborado com base na descrição individual dos casos

Constatou-se que todos os empreendimentos analisados comercializam produtos e/ou serviços menos agressivos ao meio ambiente. Destaca-se, nesse âmbito, a Reciclaria tendo em vista que todos os produtos vendidos, sejam do ateliê, sejam da marcenaria são confeccionados a partir de resíduos doados, recolhidos nas ruas e de madeira de demolição. Cabe aqui apontar o estudo de Bansal e Roth (2000) que enfatiza que as empresas atualmente competem pela efetividade dos resultados ambientais, seja ‘apagando’ as luzes, reciclando lixo, utilizando processos ambientalmente eficientes ou produtos confiáveis. Com exceção da Ecociiclo, os demais negócios não adotam projetos de preservação ambiental, percebeu-se que os empreendedores se equivocam quando questionados a respeito de tal iniciativa, visto que consideram que manter áreas verdes, cultivar hortas e distribuir panfletos caracterizam-se como projetos de preservação ambiental.

Quanto ao uso de embalagens que ofereçam menores danos ao ambiente, apenas a Ecociiclo não utiliza embalagens ecologicamente corretas, pois os produtos são comercializados com as embalagens dos fornecedores, para preservar a marca e a garantia dos produtos. No caso particular da Ecooffice, a franqueadora exige que todos os cartuchos e toners recarrega-

dos sejam entregues ao cliente final, em embalagens confeccionadas com papel reciclado e tinta ecológica, situação discrepante dos demais negócios analisados, pois a iniciativa de utilização de embalagens ecologicamente corretas partiu dos próprios empreendedores.

Nos empreendimentos analisados, observou-se que os proprietários buscaram adaptar as instalações e o layout das empresas com a intenção de diminuir os impactos ambientais. Merece destaque o Aruanã Eco Praia Hotel, que desde a concepção de sua estrutura o empreendedor preocupou-se em edificar sem agredir a topografia da região, projetou ambientes explorando materiais e recursos ecologicamente corretos, além de planejar a iluminação de áreas comuns aproveitando a luz solar. Em igual sentido destaca-se a Reciclaria, visto que a proposta do negócio é ser essencialmente sustentável, para tanto, foi possível observar que alguns ambientes são feitos de bambu e cobertos com folhas secas de coqueiro, que o chão é de terra e que muitos móveis são feitos a partir da reciclagem de caixotes de frutas. Nesse sentido, é importante frisar que os outros empreendimentos se utilizam de estratégias como a pintura com tinta branca em paredes e portas, a utilização de telhas e pisos ecológicos e áreas de maior circulação projetadas com pedras naturais. Essa preocupação foi também identificada por Schaltegger e Wagner (2011) no qual os autores afirmam que as organizações devem mudar os processos de negócios para que possam se adequar ao mercado.

Todos os entrevistados dos empreendimentos estudados consideraram que com a atuação dos seus negócios minimizam algum tipo de dano ambiental como a diminuição da poluição dos rios (Ecooffice, Recigraxe, Hotel Pousada do Sol e Ecociiclo), a redução da poluição do ar por meio da utilização de biocombustível (Aruanã), o menor gasto com energia elétrica e a preservação de áreas verdes (Aruanã, Hotel Pousada do Sol e Reciclaria). A tabela 09 apresenta resumo dessas ações:

Motivações e ações sustentáveis implementadas por empreendedores nas dimensões econômica, ambiental e social: estudo de casos múltiplos em micro e pequenos negócios

Tabela 09

Ações na dimensão ambiental

Empreendimento	Produtos	Embalagens	Instalações	Projetos de preservação ambiental	Redução de problemas ambientais
Ecooffice	Menos agressivos, recargas ecológicas	Todas de material reciclado.	Paredes e portas brancas, vitrine para entrada de luz solar.	Não possui	Descarte de água com resíduos fora da rede de esgotamento, coleta do lixo seco.
Aruanã Eco Praia Hotel	Frutas orgânicas e parcerias com empresas de turismo ecológico e de aventura.	Não utiliza embalagens.	Piso de cimento queimado, móveis de material reciclado, áreas iluminadas com luz solar, telhas ecológicas.	Não possui	Redução dos alagamentos da circunvizinhança, conscientização dos hóspedes e funcionários.
Recigraxe	Produtos de limpeza provenientes de óleo reciclado.	Algumas de material reciclado e biodegradável.	Pé direito alto, paredes brancas.	Não possui	Diminuição da poluição dos rios.
Reciclaria	Artesanato ecológico, moveis de madeira de demolição, alimentação natural.	Sacolas de papel	Chão de areia, cobertura com palhas de coqueiros, estruturas de bambu.	Não possui	Reciclagem de lixo, redução do abate dos animais, preservação de áreas verdes.
Hotel Pousada do Sol	Produtos naturais e da região, brindes de material reciclado	Não utiliza embalagens, usa na limpeza cozinha material não agressivo	Chão de pedras, utilização de eucalipto tratado, paredes claras, piso ecológico.	Não possui	Diminuição do consumo de energia elétrica, água e construção do esgotamento sanitário da região.
Ecociiclo	Bicicletas, desengraxante biodegradável	Utiliza embalagens plásticas.	Paredes e móveis brancos, telhas transparentes, lâmpadas frias, vitrine ampla.	Possui	Plantio de árvores, diminuição da poluição.

Nota. Elaborado com base na descrição individual dos casos

Ações na Dimensão Social

Um dos fatores de análise da dimensão social é a igualdade de direitos entre homens e mulheres, diante disso, percebeu-se que todos os empreendimentos pesquisados contratam pessoas tanto do sexo masculino quanto do sexo feminino. Esse quantitativo varia com as características das atividades desempenhadas, a exemplo dos hotéis que admitem mais mulheres do que homens (serviços de governanta) e da Recigraxe, que possui percentual expressivo de integrantes do sexo masculino, visto que as atividades desempenhadas exigem força física.

Os cargos de gerência são ocupados por mulheres com exceção dos hotéis que dividem igualmente o número de gerentes. Não há deficientes no quadro de funcionários de nenhum dos empreendimentos analisados. No que se refere à gestão participativa, todos os entrevistados ressaltaram que os funcionários participam e sugerem propostas nas reuniões ou conversas informais realizadas para apresentar decisões acerca do negócio. Evidencia-se que a participação nas decisões do Aruanã está diretamente relacionada à mudança de categoria do hotel, já a Recigraxe permite que os funcionários tenham total conhecimento das decisões.

No tocante aos benefícios oferecidos, observou-se que todas as empresas pagam os benefícios legais, além de acrescentar com planos de

Motivações e ações sustentáveis implementadas por empreendedores nas dimensões econômica, ambiental e social: estudo de casos múltiplos em micro e pequenos negócios

saúde e participação nos resultados (Aruanã), refeições subsidiadas e prêmios de produtividade (Reciclaria), participações em cursos e confraternizações em datas festivas (Recigraxe, Hotel Pousada do Sol e Ecociiclo). A Ecooffice é o único negócio em que o empreendedor remunera apenas com os benefícios legais embora esteja no seu planejamento a implantação de benefícios como folgas e bônus por produtividade. Esses achados coincidem com o estudo de Pimentel et al., (2012) e Chaves e Lima (2021) que mostraram que as pequenas e médias indústrias do Ceará oferecem benefícios aos funcionários, além do que é determinado por lei. A tabela 10 apresenta o resumo dessas ações

Tabela 10

Ações na dimensão social

Empreendimento	Igualdade de direitos/ cargos de gerência	Gestão participativa	Benefícios
Ecooffice	Mulheres e homens empregados, gerência-mulher	Funcionários participam das decisões	Apenas benefícios legais
Aruanã Eco Praia Hotel	Maioria de mulheres, cargos de gerência igualmente divididos	Funcionários participam das decisões	Benefícios legais, plano de saúde e distribuição dos lucros
Recigraxe	Maioria de homens na gerência	Funcionários de áreas estratégicas participam das decisões	Benefícios legais, confraternizações
Reciclaria	Mulheres e homens empregados, gerência -mulher	Funcionários participam das decisões	Benefícios legais, refeições no local e prêmios de produtividade
Hotel Pousada do Sol	Maioria de mulheres, cargos de gerência igualmente divididos	Funcionários participam das decisões	Benefícios legais, cursos de capacitação, comemoração em datas festivas
Ecociiclo	Maioria de homens em cargo de gerência	Funcionários participam das decisões	Benefícios legais, aquisição de produtos com preço de custo.

Nota. Elaborado com base na descrição individual dos casos

Os empreendimentos estudados apoiam obras sociais, atividades esportivas e/ou educacionais. Observou-se que alguns empreendimentos fazem doações esporádicas (Ecooffice) enquanto outros reservam uma quantia anual para investir nessas práticas. É válido destacar que, no caso particular da Reciclaria as práticas sociais estão incutidas nas rotinas do negócio, já que o empreendimento disponibiliza aulas e cursos para a comunidade. Verificou-se também que o apoio para atletas da região é prática comum de dois empreendimentos; a Ecociiclo, que apoia e patrocina ciclistas em competições locais e nacionais e o Hotel Pousada do Sol que patrocina o campeão de judô do estado e surfistas locais.

Observou-se que as razões para investir em práticas sociais oscilam de empreendedor para empreendedor (Bansal & Roth, 2000). Nesse sentido, foi possível notar que alguns realizam ações sociais para benefício dos seus negócios, é o caso da Recigraxe e da Reciclaria, pois os efeitos de suas ações sociais resultam no aumento do volume de óleo arrecadado e na renda gerada para reinvestir no empreendimento, respectivamente. Constatou-se que o entrevistado do Hotel Pousada do Sol pratica esse tipo de ação por notar que outros hotéis também realizam doações ou patrocínios, fato antagônico aos demais empreendedores que justificam que suas razões partem da sensação de bem-estar em ajudar os outros (Ecooffice, Ecociiclo) ou do próprio sentimento de associativismo incutido na sua cultura (Aruanã).

É unânime entre os entrevistados que a realização de ações de natureza social impacta positivamente.

De acordo com Young e Tiley (2006) essas ações podem ser chamadas de socioefetividade, ou seja, as empresas realizam atividades visualizando mudanças sociais, com o intuito de gerar impactos positivos e sustentáveis na comunidade onde estão inseridas. A opinião dos entrevistados variou no que tange as melhorias na comunidade. O entrevistado da Ecooffice declarou que a participação da empresa ainda é pequena na comunidade onde está inserida e por isso, não considera que a beneficia. Salvo o Aruanã Eco Praia Hotel, único empreendimento analisado que fica afastado de residências, os demais empreendedores julgam que a geração de empregos para a população circunvizinha aos seus negócios pode ser interpretada como melhoria na comunidade. A Recigraxe e o Aruanã apontam a drenagem de águas pluviais e a construção do sistema de esgotamento como melhorias significativas para as comunidades onde estão inseridos. Esse resultado difere do encontrado no estudo de Pimentel et al. (2012), no qual os autores destacam que as empresas pesquisadas tinham índice quase nulo de atividades relacionadas às comunidades onde estavam inseridas. Assim como nas outras dimensões, as conversas rotineiras e informais são os pontos comuns em que a preocupação com a sociedade e com o meio ambiente é transmitida para os funcionários, todavia, além desse meio de comunicação outras ferramentas são utilizadas para transmitir a importância socioambiental, a exemplo dos treinamentos (Recigraxe, Hotel Pousada do Sol, Aruanã) e das ações do próprio empreendedor (Reciclaria, Ecociiclo). Um aspecto interessante é que o processo seletivo do Aruanã Eco Praia Hotel serve de ferramenta para filtrar funcionários potenciais que demonstram preocupação socioambiental, o que facilita a posterior transmissão da preocupação com os ambientes sociais e naturais.

Todos adotam ações para serem reconhecidos como sustentáveis seja pela divulgação por meio de panfletos (Ecooffice, Recigraxe, Ecociiclo) ou em redes sociais (Reciclaria, Hotel Pousado do Sol), pela associação a órgãos estratégicos no setor de atuação, como é o caso do Aruanã, associado a SBClass, através de palestras de conscientização (Recigraxe), no site do empreendimento, em sites específicos do ramo de atuação (Hotel Pousada do Sol) ou pela promoção de eventos como passeios ciclísticos (Ecociiclo). A tabela 11 apresenta resumo dessas ações sociais.

Motivações e ações sustentáveis implementadas por empreendedores nas dimensões econômica, ambiental e social: estudo de casos múltiplos em micro e pequenos negócios

Tabela 11

Ações Sociais

Apoio	Melhorias sociais	Comunicação	Reconhecimento
Esporadicamente	Não há	Conversas informais	Divulgação em panfletos.
Obras sociais, educacionais e teatro.	Limitadas pois o hotel é afastado das residências	Treinamentos e reuniões.	Site, facebook, associação ao SBClass.
Palestras em instituições.	Geração de empregos, melhoria na comunidade.	Conversas informais e reuniões.	Palestras
Cursos e aulas para a comunidade.	Auxílio a comunidade local	Ação da empreendedora.	Divulgação no facebook.
Obras sociais, e atletas da região.	Empregos e doações	Conversas informais, reuniões e treinamentos.	Divulgação site, booking.com e facebook.
Obras sociais e atletas da região.	Inclusão das pessoas.	Conversas informais, reuniões.	panfletos, eventos e passeios ciclísticos.

Nota. Elaborado com base na descrição individual dos casos

Dificuldades Enfrentadas

Autores como Young e Tiley (2006) afirmam que a maioria dos empreendimentos tem dificuldade de explorar a suficiência, a futuridade e, principalmente, a sustentabilidade ambiental. Nessa pesquisa, as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores sustentáveis dizem respeito à contratação de fornecedores, comercialização dos produtos/serviços, adoção de fontes alternativas de energia, economia de água e energia elétrica e implantação de práticas sustentáveis.

Os empreendimentos consolidados há mais tempo no mercado apresentaram dificuldades para a contratação de fornecedores devido à falta de acesso a tecnologia. Hoje, os entrevistados ressaltaram que não há dificuldade para contratar ou contatar fornecedores, no entanto a entrevistada da Recigraxe citou que a burocracia e a exigência de certidões negativas são consideradas entraves nesse processo de contratação. Quanto às dificuldades para adoção de fontes alternativas de energia, o entrevistado do Hotel Pousada do Sol, à época da implantação das placas de aquecimento solar, apontou como dificuldade a inexistência de mão-de-obra especializada no mercado sergipano para fabricação e instalação deste tipo de equipamento. Os outros dois empreendimentos que possuem fontes alternativas de energia (Aruanã Eco Praia Hotel e Reciclaria) não apontaram dificuldades nesse quesito.

No que se refere às dificuldades para economizar energia elétrica e água, com exceção dos empreendedores da Ecooffice e do Hotel Pousada do Sol, os demais, elencam que a conscientização dos funcionários é a principal barreira quando se trata desse tipo de economia. É importante destacar que, o entrevistado do Hotel Pousada do Sol pontuou que o custo para manter o sistema de reuso de água em funcionamento é uma das dificuldades enfrentadas pelo empreendimento, já o entrevistado do Aruanã Eco Praia Hotel salientou que o elevado valor de aquisição desse tipo de sistema é também uma dificuldade.

Quanto à venda dos produtos, os entrevistados dos hotéis e da Ecociiclo declararam que não há dificuldades para a comercialização e atrelaram o aumento da consciência da população à crescente procura por produtos/serviços com preocupação ecológica. Por sua vez, os empreendedores da Ecooffice, Recigraxe e Reciclaria asseguraram que há dificuldade na venda de produtos ou serviços com perspectiva ecológica, e curiosamente todos afirmaram que a população necessita desenvolver a consciência ambiental. É interessante frisar que, o estudo de Linnanen (2002) concluiu que quando se refere às dificuldades, criar mercado é mais difícil para os empreendedores ambientais, ressalta que o raciocínio ético esbarra na cultura empresarial, pois a comunidade e a economia não estão maduras o suficiente para financiar as inovações ambientais.

No que tange às dificuldades para a implantação de práticas sustentáveis a Ecooffice tem dificuldades em realizar ações sociais devido à pequena quantidade de capital de giro. O entrevistado do Aruanã Eco Praia Hotel afirmou que, em função do custo, houve dificuldade na aquisição de material para a construção da estrutura física. A Recigraxe considera o aumento das exigências legais como um entrave para a implantação de práticas sustentáveis, já a Reciclaria, elege como dificuldade, a manutenção da horta e o recrutamento de pessoas para realizar serviços voluntários e, a implantação correta do processo de reciclagem na Ecociiclo foi uma dificuldade apontada pela empreendedora quando se refere a essas práticas. A tabela 12 sintetiza tais informações.

Motivações e ações sustentáveis implementadas por empreendedores nas dimensões econômica, ambiental e social: estudo de casos múltiplos em micro e pequenos negócios

Tabela 12

Dificuldades enfrentadas

Empreendimento	Contratação de fornecedores	Adoção de fontes alternativas de energia	Ações para economizar energia elétrica e água	Venda dos produtos	Implantação de práticas sustentáveis
Ecooffice	Não houve dificuldades em contratá-los	Não possui fontes alternativas de energia.	Não há.	A população precisa desenvolver a consciência ambiental.	Capital de giro insuficiente para realizar ações sociais representativas.
Aruanã Eco Praia Hotel	Na criação do negócio houve dificuldades em contratá-los, hoje não existem dificuldades.	Não possui dificuldades.	Conscientização dos funcionários. Custo de aquisição do sistema de reuso de água.	Não há.	Custo de aquisição dos materiais para construção do negócio.
Recigraxe	Burocracia no preenchimento dos cadastros apontada como dificuldade.	Não possui fontes alternativas de energia.	Conscientização dos funcionários.	A população precisa desenvolver a consciência ambiental.	Aumento das exigências legais.
Reciclaria	Não houve dificuldades em contratá-los.	Não possui dificuldades.	Conscientização dos funcionários.	A população precisa desenvolver a consciência ambiental.	Manter a horta e contratar voluntários.
Hotel Pousada do Sol	Houve dificuldades em contratá-los na criação do negócio por falta de tecnologia e acesso ao local, hoje não há dificuldades.	Dificuldade para contratação de mão-de-obra especializada para implantação de placas de aquecimento solar.	Custo de manutenção do sistema de reuso de água.	Não há.	Manter as áreas verdes da empresa.
Ecociiclo	Não houve dificuldades em contratá-los.	Não possui fontes alternativas de energia.	Conscientização dos funcionários.	Não há.	Implantação do processo de reciclagem.

Nota. Elaborado com base na descrição individual dos casos

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A filosofia sustentável não deve ser adotada somente por empreendimentos que comercializam produtos e/ou serviços com essas características, todas as empresas presentes no mercado poderiam praticar ações no intuito da preservação ambiental. A realidade empreendedora sustentável ainda é incipiente, poucos negócios apoiam-se no tripé da sustentabilidade e praticam ações nas dimensões econômica, ambiental e social com equilíbrio.

Com base nos casos analisados, este estudo aponta evidências que os empreendedores praticam ações sustentáveis, como a aquisição e comercialização de produtos ecológicos, a utilização de fontes alternativas de energia, os esforços para economizar água e energia elétrica, os meios para descartar lixo e resíduos sem poluir o ambiente, o apoio às obras sociais, atletas e eventos voltados para a educação, bem como as melhorias nas comunidades as quais suas empresas estão inseridas.

As ações praticadas nas dimensões da sustentabilidade, podem ser utilizadas por esses empreendedores, como estratégia para obter maiores ganhos e incrementar os negócios. Os custos iniciais de implantação de fontes alternativas de energia ou de equipamentos e produtos ecoeficientes são compensados com o retorno financeiro e com o provável aumento do número de clientes, já que o mercado se mostra cada vez mais exigente quanto à preservação do meio natural. Nota-se que esse tipo de empreendedor realça quaisquer características sustentáveis existentes em seus negócios utilizando redes sociais, *sites*, panfletos, *folders* e integrando as responsabilidades ambiental e social nas declarações de missão e visão organizacional.

Observa-se ainda que, nos casos analisados, esses tipos de práticas causam satisfação aos empreendedores não somente por conta dos retornos financeiros, mas também por estarem contribuindo com o meio ambiente e com a comunidade em que estão inseridos. Satisfação essa, observada em diversos momentos da pesquisa, desde o primeiro contato, até as visitas *in loco* nas quais os entrevistados expressavam orgulho em possuir um empreendimento no qual as preocupações ambientais e sociais eram visíveis. Ficou evidente nesses casos que, mesmo com dificuldades em relação aos custos dos produtos sustentáveis e da conscientização dos públicos internos e externos, os empreendedores estão evoluindo, paulatinamente, com relação às ações que compõem o tripé da sustentabilidade, apesar dos muitos desafios ainda existentes.

Sugere-se que outras pesquisas sejam realizadas como utilizando outros modelos disponíveis na literatura como o modelo de Schirmer et al. (2012), que expõe de maneira detalhada cada uma das dimensões da sustentabilidade, considerando que a intersecção entre duas dimensões resulta em ações socioeconômicas, ecoeficientes e/ou socioambientais.



REFERÊNCIAS

- Aligleri, L., & Kruglianskas, I. (2009). *Gestão socioambiental: Responsabilidade e sustentabilidade do negócio*. Atlas.
- Anand, A., Argade, P., Barkemeyer, R., & Salignac, F. (2021). Trends and patterns in sustainable entrepreneurship research: A bibliometric review and research agenda. *Journal of Business Venturing*, 36(3), Article 106110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106110>
- Bansal, P., & Roth, K. (2000). Why companies go green: A model of ecological responsiveness. *The Academy of Management Journal*, 43(4), 717–736. <https://doi.org/10.2307/1556363>
- Basu, A., Osland, A., & Solt, M. (2008). A new course on sustainability entrepreneurship. In *The NCIIA 12th Annual Meeting* (pp. 71–78). National Collegiate Inventors and Innovators Alliance.
- Belz, F. M., & Binder, J. K. (2017). Sustainable entrepreneurship: A convergent process model. *Business Strategy and the Environment*, 26(1), 1–17. <https://doi.org/10.1002/bse.1887>
- Bos-Brouwers, H. (2010). Sustainable innovation processes within small and medium-sized enterprises. *Business Strategy and the Environment*, 19(7), 417–435. <https://doi.org/10.1002/bse.652>
- Chaves, R., & Lima, L. C. de. (2021). Análise da gestão de remuneração nas melhores empresas para trabalhar em 2019, no Brasil. *Percursos Acadêmicos*, 11(2), 45–63.
- Cohen, B., & Winn, M. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 29–49. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.12.001>
- Dean, T. J., & McMullen, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 50–76. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.09.003>
- Dixon, S. E., & Clifford, A. (2007). Ecopreneurship—A new approach to managing the triple bottom line. *Journal of Organizational Change Management*, 20(3), 326–345. <https://doi.org/10.1108/09534810710740164>
- Duarte, R., & Silva, J. E. D. (2023). Empreendedorismo sustentável: Uma revisão da literatura sobre as motivações dos empreendedores. *Revista de Administração Contemporânea*, 27(1), e200265. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2023200265.en>

- D'Souza, D. M., & Mishra, S. (2022). Sustainable entrepreneurship and its role in achieving the sustainable development goals. *Journal of Business Ethics*, 181(1), 1–22. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04849-3>
- Easterby-Smith, M., Thorpe, R., & Lowe, A. (1999). *Pesquisa gerencial em administração*. Pioneira.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532–550. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308385>
- Eller, F. J., Gielnik, M. M., Wimmer, H., Thölke, C., Holzapfel, S., Tegtmeier, S., & Halberstadt, J. (2020). Identifying business opportunities for sustainable development: Longitudinal and experimental evidence contributing to the field of sustainable entrepreneurship. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1387–1403. <https://doi.org/10.1002/bse.2437>
- Fedozi, C. V., Rizzo, F. M., Wendler, M. F., Bortolin, R. M., & Alberton, A. (2012). Pousada Recanto da Natureza: Empreendedorismo verde para um futuro sustentável. *Revista Alcance*, 19(1), 119–137.
- Fenker, E. A., & Ferreira, E. (2011). Sustentabilidade: Economia e ecologia sustentáveis? In *Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, 25. ANPAD.
- Freitas, I. D. S., & Silva, J. E. D. (2023). Empreendedorismo sustentável: Uma revisão da literatura sobre as motivações dos empreendedores. *Revista de Administração Contemporânea*, 27(1), e200265. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2023200265.en>
- Gast, J., Gundolf, K., & Cesinger, B. (2017). Doing business in a green way: A systematic review of the ecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions. *Journal of Cleaner Production*, 147, 44–56. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.065>
- Houben, G., Lenie, K., & Vanhoof, K. (1999). A knowledge-based SWOT-analysis system as an instrument for strategic planning in small and medium-sized enterprises. *Decision Support Systems*, 26(2), 125–135. [https://doi.org/10.1016/S0167-9236\(99\)00024-X](https://doi.org/10.1016/S0167-9236(99)00024-X)
- Instituto Ethos de Responsabilidade Social. (2012). *Indicadores de responsabilidade social*. Recuperado de <http://www.ethos.org.br>
- Jacobi, P. (2023). *Educação ambiental, cidadania e sustentabilidade*. Cadernos de Pesquisa.
- Kaniak, V., & Teixeira, R. M. (2019). Motivações de pequenos ecoempreendedores para criarem negócios sustentáveis no setor de turismo: Um estudo multicaso na região metropolitana de Curitiba. *Revista Turismo: Visão e Ação*, 21(1), 66–90.

- Kuckertz, A., & Wagner, M. (2010). The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions: Investigating the role of business experience. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 524–539. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.001>
- Kuckertz, A., & Wagner, M. (2021). Sustainable entrepreneurship: A review and future directions. *Journal of Business Venturing Insights*, 14, e00212. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00212>
- Linnanen, L. (2002). An insider's experience with environmental entrepreneurship. *Greener Management International*, 38, 71–80.
- Low, M. B., & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of Management*, 14(2), 139–161. <https://doi.org/10.1177/014920638801400202>
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36–44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Mazzucato, M., & Perez, C. (2022). Redirecting growth: Inclusive, sustainable and innovation-led. In E. S. Reinert & I. Harvold Kvangraven (Eds.), *Modern guide to uneven economic development*. Elgar.
- Morrish, S. C., Miles, M. P., & Polonky, M. J. (2011). An exploratory study of sustainability as a stimulus for corporate entrepreneurship. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18(3), 162–171. <https://doi.org/10.1002/csr.271>
- Muñoz, P., & Cohen, B. (2018). Sustainable entrepreneurship research: Taking stock and looking ahead. *Business Strategy and the Environment*, 27(3), 300–322. <https://doi.org/10.1002/bse.2000>
- Nowduri, S. (2012). Framework for sustainability entrepreneurship for small and medium enterprises (SMEs) in an emerging economy. *World Journal of Management*, 4(1), 51–66.
- O'Brien, J., & Goralski, M. (2020). Motivations for sustainable entrepreneurship: A review and future research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 242, 118539. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118539>
- Odum, E. P., & Barrett, G. W. (1988). *Fundamentos de ecologia* (4ª ed.). Thomson Pioneira.
- Oscanoa, M. (2010). *Is clean green?* (Master Thesis, Umea School of Business).
- Parrish, B. D. (2009). Sustainability-driven entrepreneurship: Principles of organization design. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 510–523. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.01.003>
- Pascual, O., Klink, A., & Grisales, J. (2011). *Create impact! Handbook for sustainable entrepreneurship*. Colophon.

- Pastakia, A. (2002). Assessing ecopreneurship in the context of a developing country: The case of India. *Greener Management International*, 38, 93–108.
- Patzelt, H., & Shepherd, D. A. (2011). Recognizing opportunities for sustainable development. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 35(4), 631–652. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00386.x>
- Pimentel, T. A. B., Oliveira, L. G. L., & Reinaldo, H. O. A. (2012). Análise do empreendedorismo sustentável em micro, pequenas e médias indústrias do Ceará. *Revista UNA*, 17(4), 85–104.
- Sachs, I. (1993). *Estratégias de transição para o século XXI – Desenvolvimento e meio ambiente*. Studio Nobel.
- Santos, S., Andreoli, C., & Silva, C. (2006). As organizações e o desenvolvimento sustentável. *Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD)*, Curitiba, PR.
- Santos, D. de A. (2021). *Proposta de modelo de maturidade em sustentabilidade: O caso da cadeia produtiva no ambiente da indústria 4.0* (Tese de doutorado, Universidade Federal Fluminense).
- Santos, J. A. dos, & Teixeira, R. M. (2021). Aspectos motivacionais que impulsionam ecoempreendedores a criarem seus negócios: Estudo multicase no setor de turismo. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, 6(2), 66–92.
- Schaltegger, S. (2002). A framework for ecopreneurship: Leading bioneers and environmental managers to ecopreneurship. *Greener Management International*, 38, 45–58.
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainable innovation: Categories and interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 222–237. <https://doi.org/10.1002/bse.682>
- Schlange, L. E. (2006). What drives sustainable entrepreneurs. *Applied Business and Entrepreneurship Association International Proceedings*, 1–11.
- Schirmer, M., Lyon, K., Armstrong, J. E., & Farrell, C. (2012). A socio-ecological adaptive approach to contaminated mega-site management: From ‘control and correct’ to ‘coping with change’. *Journal of Contaminant Hydrology*, 127(4), 101–109. <https://doi.org/10.1016/j.jconhyd.2011.06.006>
- Sharper, M. (2002). The essence of ecopreneurship. In *Greenleaf Publishing, Environmental Entrepreneurship* (pp. 26–30).
- St-Jean, E., & Labelle, F. (2018). Wanting to change the world, is it too much of a good thing? How sustainable orientation shapes entrepreneurial behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(6), 1075–1086. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-03-2018-0151>

- Symposium on Sustainable Entrepreneurship. (2007). *Proceedings*. University of Leeds, UK.
- Taylor, D., & Walley, E. (2003). The green entrepreneur: Visionary, maverick or opportunist? *Manchester Metropolitan University Business School*.
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. In J. Katz & R. Brockhaus (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth* (pp. 119–138). JAI Press.
- Yin, R. K. (2010). *Estudo de caso: Planejamento e métodos* (4ª ed.). Bookman.
- Young, W., & Tilley, F. (2006). Can sustainable entrepreneurs become the true wealth generators of the future? *Greener Management International*, 55, 19–92.
- Watson, R., Nielsen, K. R., Wilson, H. N., MacDonald, E. K., Mera, C., & Reisch, L. (2023). Policy for sustainable entrepreneurship: A crowdsourced framework. *Journal of Cleaner Production*, 383, Article 135234. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.135234>



NOTAS

Licença de Uso

Os autores cedem à **Revista de Ciências da Administração** os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a **Licença Creative Commons Attribution (CC BY) 4.0 International**. Esta licença permite que terceiros remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico. Os autores têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em site pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico.

Editora

Universidade Federal de Santa Catarina. Departamento de Ciências da Administração. Publicação no **Portal de Periódicos UFSC**. As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

Editores

- Rosalia Aldraci Barbosa Lavarda
- Leandro Dorneles dos Santos

Histórico

Recebido em:	24-04-2022
Aprovado em:	18-12-2024
Publicado em:	11-08-2025