



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

ILES VILELA SOARES

**EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL: UMA ANÁLISE ALÉM DA MOTIVAÇÃO
FINANCEIRA**

FORTALEZA

2016

ILES VILELA SOARES

EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL: UMA ANÁLISE ALÉM DA MOTIVAÇÃO
FINANCEIRA

Monografia apresentada ao Curso de Administração do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito para obtenção do Título de Bacharel em Administração de Empresas.

Orientador: Prof. Me. João
Wagner Mourão e Silva Filho

FORTALEZA

2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S654e Soares, Iles Vilela.
Empreendedorismo Sustentável : Uma análise além da motivação financeira / Iles Vilela
Soares. – 2016.
63 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará,
Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração,
Fortaleza, 2016.

Orientação: Prof. Me. João Wagner Mourão e Silva Filho.

1. Empreendedorismo sustentável. 2. Sustentabilidade. 3. Motivações. 4. Obstáculos. I.
Título.

CDD 658

ILES VILELA SOARES

EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL: UMA ANÁLISE ALÉM DA MOTIVAÇÃO
FINANCEIRA

Monografia apresentada ao Curso de Administração do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito para obtenção do Título de Bacharel em Administração de Empresas.

Orientador: Prof. Me. João Wagner Mourão e Silva Filho

Aprovada em: ___/___/_____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. João Wagner Mourão e Silva Filho (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Carlos Manta Pinto de Araújo
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, ao meu orientador, Professor Mestre João Wagner Mourão e Silva Filho, pelas críticas, ensinamentos e por acreditar em mim.

Aos empreendedores entrevistados, que inspiram a crescer de modo sustentável e humano em um mundo cada vez mais predatório.

Aos meus pais, Ismail Soares e Vera Lúcia Vilela Soares, por todo amor e carinho que devotaram a mim e por todo apoio que dedicaram nessa jornada.

Às minhas irmãs, Franciane Vilela e Isabella Vilela, a quem tento ser referência.

Ao Renan Marques por todo o companheirismo e amizade, que mesmo nos momentos de dificuldade me motivou a seguir em frente.

A todos os amigos da Inova Empresa Júnior, que foram importantes inspirações na minha vida acadêmica e profissional.

Aos amigos Isadora Neves, Leonardo Melo e Priscila Almeida, pelas infindáveis conversas na cantina da FEAAC que agora seguirão por nossas vidas.

Aos amigos da Ambev, Renata França, Caroline Egyed, Isabel Moura e Tales Oliveira, por sempre estarem prontos para me apoiar quando for preciso.

"Aqueles que se sentem satisfeitos sentam-se e nada fazem. Os insatisfeitos são os únicos benfeitores do mundo."
(Walter S. Landor)

RESUMO

O presente trabalho tem como principal objetivo identificar as motivações presentes no processo de criação e desenvolvimento de empreendimentos sustentáveis, assim como explorar as dificuldades encontradas pelos empreendedores na condução de seus negócios. Esse estudo tem por base uma investigação exploratória, com coleta de dados qualitativos, através de entrevistas realizadas com quatro empreendedores sustentáveis de empresas diversas. O estudo compara as motivações de empreendedores comerciais, que foram levantadas através de estudo bibliográfico, e empreendedores sustentáveis. Entre as principais semelhanças, destacam-se a paixão, a identificação de oportunidades e a influência de pessoas próximas. As diferenças encontradas foram o altruísmo, a consciência ambiental e as experiências como voluntariados e ativistas de causas sociais e ambientais. As dificuldades de obter financiamento e encontrar pessoas envolvidas com as causas que defendem constituem-se nas principais dificuldades encontradas pelos empreendedores, mas que com a persistência e paixão que demonstram nas entrevistas, conseguem superar esses obstáculos e produzir riquezas econômicas, sociais e ambientais para a sociedade.

Palavras-chave: Empreendedorismo sustentável, sustentabilidade, motivações, obstáculos.

ABSTRACT

The aim of this study is to identify the motivations present in the process of creation and development of sustainable enterprises, as well as explore the difficulties encountered by entrepreneurs in the conduct of its business. This study is based on an exploratory research with qualitative data collection through interviews with four sustainable entrepreneurs from various companies. The study compares the motivations of commercial entrepreneurs, who were raised by bibliographical study, and sustainable entrepreneurs. Among the main similarities, it highlights the passion, the identification of opportunities and the influence of people close. Differences were altruism, environmental awareness and experiences as a volunteer and activists of social and environmental causes. The difficulties to obtain financing and meet people involved with the causes that they defend constitute the main difficulties encountered by entrepreneurs, but with persistence and passion they had demonstrate in interviews, or motivation, they can overcome these obstacles and produce economic wealth, social and environmental benefits for society.

Keywords: sustainable entrepreneurship , sustainability , motivations , obstacles.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 - Evolução das taxas de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento.....	17
Figura 1 - Ação Empreendedora.....	19
Figura 2 - O triângulo fractal de McDonough e Braungart.....	28
Figura 3 - O modelo de empreendedorismo sustentável.....	32

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - As seis dimensões da capacidade empreendedora.....	22
Quadro 2 - As principais motivações para iniciativa empreendedora.....	24
Quadro 3 - Dimensões de análise do estudo e perguntas da entrevista.....	36
Quadro 4 - Apresentação dos empreendimentos sustentáveis.....	39
Quadro 5 - Motivações de empreendedores comerciais e sustentáveis.....	53

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Problemas da pesquisa e objetivos.....	13
1.2 Justificativa do estudo	14
1.3 Estrutura do trabalho.....	15
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
2.1 Empreendedorismo	16
2.1.1 Perfil empreendedor	20
2.1.2 Motivações do empreendedor	23
2.2 Desenvolvimento Sustentável	25
2.2.1 Dimensões do Desenvolvimento Sustentável.....	26
2.2.2 Desenvolvimento Sustentável nas organizações.....	27
2.3 Empreendedorismo Sustentável	30
3 METODOLOGIA.....	35
3.2 Caracterização dos entrevistados	38
3.3 Método de análise.....	40
4 RESULTADOS	41
4.1 Entrada na atividade empreendedora	41
4.2 Motivações	42
4.3 Reconhecimento	45
4.4 Realização	46
4.5 Expectativas.....	47
4.6 Competências do empreendedor sustentável	50
4.7 Representações	51
4.8 Diferenças nas características de empreendedores sustentáveis e comerciais	52

5 CONCLUSÃO.....	55
5.1 Limitações do estudo	56
REFERÊNCIAS.....	57
APÊNDICE - ROTEIRO DE ENTREVISTA APLICADO AOS EMPREENDEDORES SUSTENTÁVEIS.....	62

1 INTRODUÇÃO

O debate acerca do desequilíbrio do meio ambiente nunca foi tão forte quanto nos dias de hoje. O desenfreado crescimento industrial experimentado pela nossa sociedade, aliado ao aumento populacional, desenvolvimento tecnológico e a predominância do pensamento de que nosso planeta possuía recursos ilimitados, causaram fortes impactos negativos ao meio ambiente.

Para Borges *et al.* (2013), somente a partir da década de 1960 se passou a questionar o modelo de desenvolvimento vigente e os impactos sociais e ambientais dele decorrentes. A Conferência de Estocolmo, realizada em 1972, foi um dos frutos dessa mudança de paradigma e marcou o início dos debates sobre as questões ecológicas:

Chegamos a um momento da história em que devemos orientar nossos atos em todo o mundo com particular atenção às conseqüências que podem ter para o meio ambiente. Por ignorância ou indiferença, podemos causar danos imensos e irreparáveis ao meio ambiente da terra do qual dependem nossa vida e nosso bem-estar. Ao contrário, com um conhecimento mais profundo e uma ação mais prudente, podemos conseguir para nós mesmos e para nossa posteridade, condições melhores de vida, em um meio ambiente mais de acordo com as necessidades e aspirações do homem. (DECLARAÇÃO DA CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE O MEIO AMBIENTE HUMANO, 1972, p. 7).

Mas apenas em 1987, através do relatório da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, *Our Common Future*, o conceito de desenvolvimento sustentável foi definido como sendo "aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades." (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1988, p. 121).

Atualmente, o mercado já possui exigências legais que enquadram as empresas em políticas para reduzir seu impacto negativo ao meio ambiente e potencializar os benefícios que geram à sociedade. Segundo Silva e Quelhas (2006), os investidores têm privilegiado empresas socialmente responsáveis, sustentáveis e rentáveis, uma vez que consideram que essas empresas agregam mais valor ao acionista ao longo prazo, já que apresentam-se mais preparadas para enfrentar os riscos econômicos, sociais e ambientais.

O enfoque econômico, antes preponderante no planejamento, vem sendo substituído por um conceito mais amplo de desenvolvimento sustentável, no qual as metas de crescimento estão associadas aos esforços de redução dos efeitos nocivos ao meio ambiente (STROBEL *et al.*, 2004). É nesse cenário que surge o conceito de empreendedorismo sustentável.

De acordo com Boszczowski e Teixeira (2012), o empreendedorismo é considerado como elemento fundamental no processo de desenvolvimento econômico, contudo, seu papel na sociedade não se restringe apenas à esfera econômica, mas envolve a melhoria da qualidade ambiental e abrange o desenvolvimento social.

Para Larson (2000), é possível identificar uma força emergente e fundamental para promover mudanças nos negócios e na sociedade, a inovação sustentável. O potencial para revolucionar tecnologias, produtos e mercados ganha destaque como uma área de grandes oportunidades para o empreendedorismo.

A força empreendedora é considerada por muitos como a principal fonte de mudança dos problemas sociais e ambientais da sociedade. Analisando sob a ótica da teoria da destruição criativa, elaborada por Schumpeter (1934), os empreendedores ambientais são vistos como destruidores dos convencionais métodos de produção, produtos, mercados e padrões de consumo, substituindo-os por produtos e serviços que possuem características sustentáveis. (SCHALTEGGER; WAGNER, 2010).

Hockerts e Wustenhagen (2010) enfatizam a teoria da destruição criativa no empreendedorismo sustentável ao afirmarem que a descoberta e exploração de oportunidades econômicas, por meio da geração de desequilíbrios de mercado, permite aos empreendedores iniciarem a transformação de um setor para um estado social e ambientalmente mais sustentável.

Borges *et al.* (2013, p.79) definem o empreendedorismo sustentável como "a descoberta, o desenvolvimento e a exploração de oportunidades ligadas aos nichos sociais e ambientais que geram ganhos econômicos e melhoria social e ambiental."

Enquanto alguns autores defendem que o termo empreendedorismo sustentável deve ser aplicado a empreendedores que integram propósitos ambientais e sociais no mesmo empreendimento (PARRISH, 2009; YOUNG;

TILLEY, 2006), outros autores defendem que o empreendedorismo sustentável pode ser observado em empreendimentos que exploram apenas um nicho, social ou ambiental, sem excluir a possibilidade da integração. (BORGES *et al.*, 2013; ABRAHAMSSON, 2007).

Apesar do intenso debate na sociedade e da gradual mudança de comportamento do consumidor, Ginsberg e Bloom (2004) alertam que quando o consumidor deve escolher entre um produto sustentável e um produto mais agressivo ao meio ambiente, eles sempre preferem o produto sustentável, desde que os outros atributos sejam equivalentes. Caso contrário, o consumidor irá optar pelo produto que supre suas necessidades em detrimento da sustentabilidade.

O grande desafio enfrentado pelos empreendedores que possuem o propósito primordial de contribuir com a melhoria do bem-estar social e ambiental é desenvolver produtos e tecnologias sustentáveis, que atinjam sucesso econômico e se provem como alternativa viável aos produtos e tecnologias convencionais. (GERLACH, 2000).

1.1 Problemas da pesquisa e objetivos

É possível assumir que o empreendedor comercial tem, dentre outras, a motivação de obtenção de lucro. Não obstante, o empreendedor sustentável também. Porém, outras motivações podem estar presentes nesse tipo de empreendedor que diferem das motivações tradicionais. Pressupõe-se, assim, divergência entre os dois perfis.

Para o desenvolvimento desse trabalho, foi definido o problema da pesquisa sendo: Quais as principais características relacionadas com os indivíduos que assumem riscos em empreendimentos sustentáveis?

Dessa forma, o objetivo geral desse trabalho é analisar, através de entrevistas com empreendedores que exploram nichos ambientais, sociais ou ambos, as principais características relativas aos indivíduos que exploraram essas oportunidades.

Os objetivos específicos são:

1. Descrever as características de empreendedores tradicionais, encontradas na literatura;

2. Identificar as características dos empreendedores sustentáveis;
3. Comparar as características identificadas nos empreendedores sustentáveis com as dos empreendedores comerciais.

Ressalta-se que tais características dizem respeito às principais motivações, competências, desafios e obstáculos enfrentados pelos empreendedores sustentáveis.

1.2 Justificativa do estudo

Segundo Parrish (2010), a partir da década de 1990, houve um crescimento na demanda por negócios ligados à qualidade do meio ambiente, na tentativa de reverter os danos causados pela indústria, revelando novas oportunidades aos empreendedores.

Vários autores abordaram o tema desde então, mas de acordo com Borges *et al.* (2013, p.91), "há uma série de particularidades no processo empreendedor sustentável que precisam ser exploradas em novos estudos". Segundo os autores, há indícios de que empreendedores sustentáveis têm similaridades, mas também divergem dos empreendedores tradicionais em termos de traços de personalidade, objetivos e fontes de motivação.

Este estudo, focado nas características dos empreendedores sustentáveis, possui grande importância, uma vez que o empreendedorismo tem hoje um papel fundamental na sociedade, contribuindo para a promoção do emprego, a inovação e mudanças tecnológicas gerando, desta forma, crescimento econômico e maior bem-estar social. (SHANE; LOCKE; COLLINS, 2003).

Embora o termo empreendedorismo sustentável esteja sendo bastante explorado na literatura, não foi encontrado um estudo sobre as motivações que levam os empreendedores a explorarem as oportunidades sustentáveis, oferecendo soluções inovadoras e criativas para os problemas sociais e ambientais.

Por fim, Shane, Locke e Collins (2003), afirmam que as motivações humanas influenciam a forma como as pessoas vão procurar oportunidades, explorar recursos e conduzir o processo de empreender. Portanto, estudar as motivações e as demais características de empreendedores sustentáveis é de

fundamental importância para compreensão acerca dos empreendedores que atuam nesse nicho..

1.3 Estrutura do trabalho

O presente trabalho se estrutura em cinco seções: introdução, referencial teórico, metodologia, resultados e conclusão.

A presente seção, a introdução, apresenta as linhas gerais da pesquisa realizada, assim como a problemática do estudo, o objetivo geral e os específicos. Além disso, o contexto e os motivos que tornam esse trabalho relevante no meio acadêmico.

A segunda seção deste trabalho, o referencial teórico, aborda os temas: Empreendedorismo, Sustentabilidade e Empreendedorismo Sustentável respectivamente, apresentando o embasamento teórico relevante para o trabalho.

Na terceira seção será apresentada a metodologia utilizada para condução do estudo em campo, assim como suas premissas e limitações.

Na quarta seção são apresentados os resultados da pesquisa de campo, com a finalidade de responder aos questionamentos levantados no início do estudo. Neste segmento do trabalho busca-se, primordialmente, o alcance dos objetivos definidos, geral e específicos.

Por fim, na quinta seção, apresenta-se a conclusão do trabalho, que faz uma síntese do estudo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica aborda o empreendedorismo quanto ao aspecto histórico, as competências e habilidades do empreendedor, a sustentabilidade na sociedade moderna e o empreendedorismo sustentável.

2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo sempre esteve presente nas sociedades ao longo da história, embora sua forma de manifestação fosse variada. Para Hisrich e Peters (2004), é possível apontar a atividade empreendedora nas explorações de Marco Pólo, uma vez que assumia riscos físicos e emocionais para vender suas mercadorias no Oriente através de um empréstimo concedido por um capitalista.

Na Idade Média, a atividade empreendedora não estava ligada à riscos, uma vez que os empreendedores eram pessoas que administravam ou participavam de grandes obras de produção, especialmente nas áreas de engenharia e arquitetura. No século XVII estabeleceu-se a relação entre assumir riscos e empreender, uma vez que o empreendedor era o responsável pelos lucros e prejuízos de suas atividades. (HISRIC; PETERS, 2004).

Utilizada na literatura pela primeira vez em 1725 pelo economista Richard Cantillon, para designar um indivíduo que assume riscos, a palavra empreendedor, derivada da palavra francesa *entrepreneur*, nunca foi tão empregada quanto nos dias atuais. (CHIAVENATO, 2012).

Com as revoluções tecnológicas e sociais, o termo empreendedor foi ganhando novas abordagens diferentes daquelas que o originaram. Se antes o termo era utilizado para indicar um indivíduo que assumia riscos financeiros e emocionais em busca de lucro econômico, hoje, o termo empreendedorismo, pode ser empregado em ações coletivas que visam a redução da desigualdade social, problemas ambientais ou até mesmo em ações individuais que promovam inovações em ambientes corporativos. (ZEN; FRACASSO, 2008).

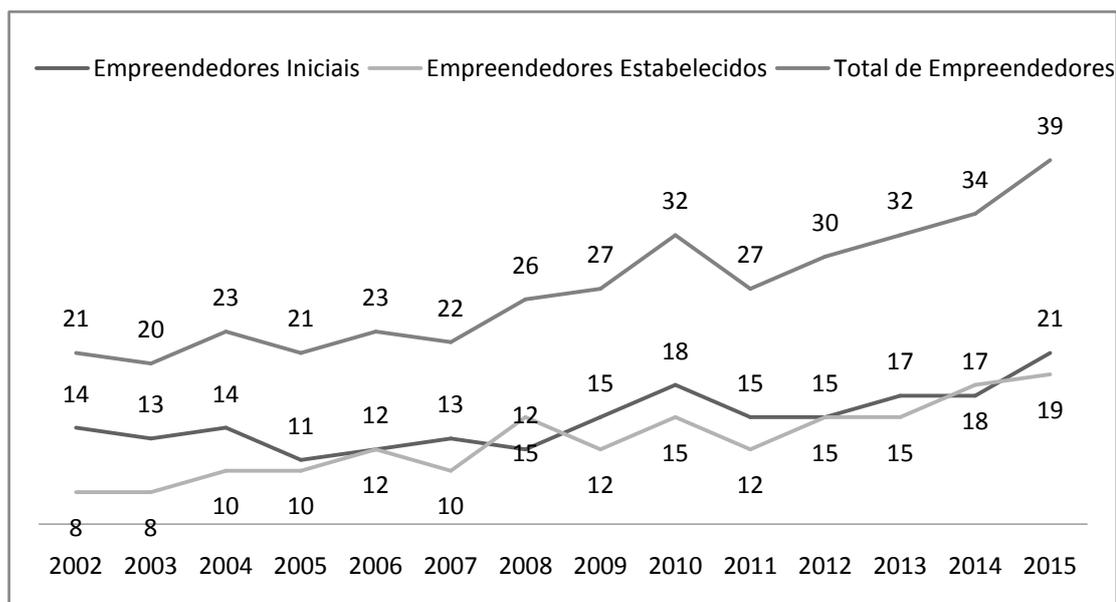
De acordo com Dornelas (2008), o uso do conceito de empreendedorismo foi bastante difundido no Brasil a partir do final da década de 1990, uma vez que a preocupação com a criação de empresas duradouras e a necessidade da diminuição

das altas taxas de mortalidade dos empreendimentos no país eram razões para a popularidade do termo.

Nessa época, Zen e Fracasso (2008) apontam que houve uma ampliação sobre o tema nas publicações e debates acadêmicos, além de um crescimento da literatura para apoio ao desenvolvimento de novos negócios, tal como o material didático para micro e pequenas empresas, disponibilizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Segundo dados do relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) o Brasil é o primeiro país do mundo no ranking de empreendedorismo, tendo alcançado a sua maior taxa de empreendedorismo (39,3%) em 2015, conforme apresentado no gráfico 1.

Gráfico 1 - Evolução das taxas de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento.



Fonte: Relatório GEM Brasil (2015).

Dornelas (2008) analisa esse crescimento no número de empreendedores como uma resposta ao avanço tecnológico, a sofisticação da economia e dos meios de produção. Uma vez que a competição tornou-se mais acirrada, fez-se necessário a formalização do conhecimento empreendedor e a adoção de paradigmas diferentes por parte dos empresários.

Por isso, o momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando

barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para sociedade. (DORNELAS, 2008, p.21).

Apesar de ser amplamente utilizada no dias atuais, o conceito da palavra empreendedorismo não possui um consenso entre a comunidade acadêmica. Segundo Baggio e Baggio (2014), há duas teorias principais que abordam o empreendedorismo: a teoria econômica e a teoria comportamentalista.

A teoria econômica procurou entender o papel do empreendedor e seu impacto na economia. Para tal, o empreendedor é o responsável pela realização de novas combinações, como abertura de novos mercados, introdução de novos métodos de produção ou comercialização, conquista de novas fontes de oferta de matérias-primas e estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, abrangendo, assim, as coisas novas e as novas maneiras de se fazer. (SCHUMPETER, 1982 *apud* FUZETTI, 2009).

Já a teoria comportamentalista, buscou entender as motivações e o comportamento humano. Os teóricos dessa vertente consideram que o empreendedor busca realização pessoal e identificaram sistemas de valores como um elemento fundamental para a explicação do comportamento empreendedor. (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

É importante ressaltar que a teoria comportamentalista não surgiu para se contrapor à teoria econômica, mas sim para ampliá-la. "Os economistas que associaram o empreendedor à inovação e os comportamentalistas que enfatizaram os aspectos atitudinais, como a criatividade e a intuição". (ZARPELLON, 2010, p. 48).

Para esse trabalho, adota-se a seguinte definição de empreendedorismo: empreendedorismo é o processo de criação de valor pela utilização de formas diferentes dos recursos, buscando explorar uma oportunidade. (STEVENSON, 1993 *apud* DORNELAS, 2003).

Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o empreendedorismo está ligado ao desenvolvimento das nações, uma vez que tem papel importante na criação e crescimento dos negócios. Os mesmos defendem que "o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o

aumento de produção e renda per capita: envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade.” (SILVA; MACHADO, 2008, p. 12).

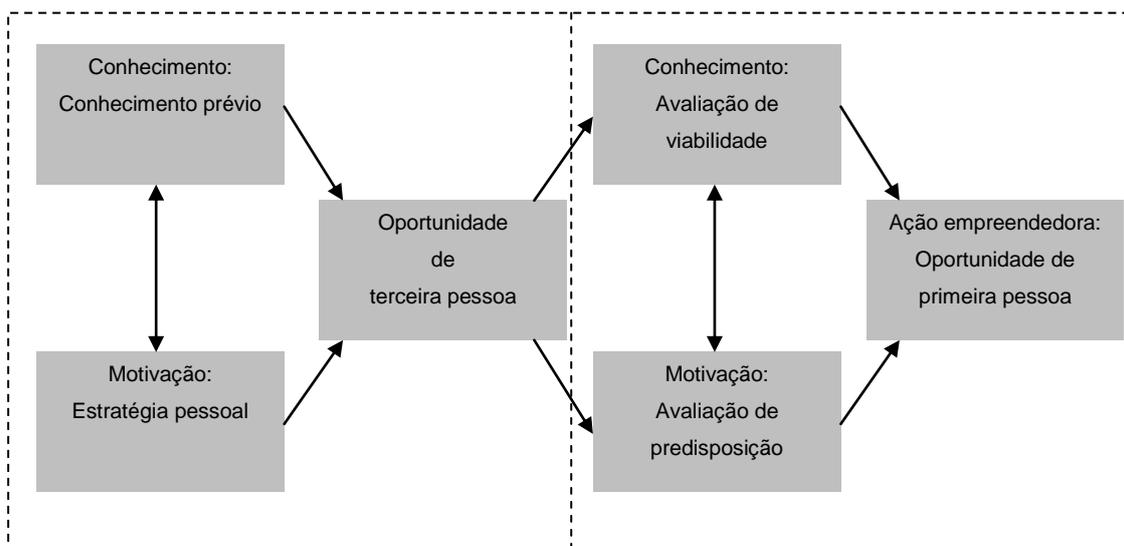
Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o empreendedorismo envolve dois princípios básicos: uma oportunidade lucrativa e um indivíduo empreendedor.

Oportunidades lucrativas são situações nas quais novos bens, serviços, matérias-primas e métodos organizacionais podem ser introduzidos e vendidos por um valor maior que seu custo de produção. Já um indivíduo empreendedor é o agente responsável por reconhecer, analisar e explorar essa oportunidade. Quando esse cenário ocorre, temos a ação empreendedora, que nada mais é que a decisão do indivíduo em explorar essa situação e introduzir novos produtos e/ou processos no mercado por meio de uma nova ou já estabelecida organização. (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

McMullen e Shepherd (2006), subdividem a ação empreendedora em dois estágios: o primeiro estágio é a percepção por um indivíduo de que há uma oportunidade a ser explorada por alguém, denominado estágio de atenção; o segundo estágio, denominado de estágio de avaliação, é quando o indivíduo deve determinar se a oportunidade é viável para ser explorada por ele.

Na figura 1, destaca-se o mecanismo que envolve a ação empreendedora:

Figura 1 - Ação empreendedora.



Fonte: McMullen e Shepherd (2006, p.140).

Para McMullen e Shepherd (2006), a ação empreendedora envolve o conhecimento, pois os indivíduos que conhecem o mercado ou a tecnologia serão mais capazes de reconhecer as oportunidades e a motivação para agir diante da oportunidade, caso seja avaliada como viável.

De acordo com Shane e Venkataraman (2000), nem todos os empreendedores em potencial irão explorar uma oportunidade da mesma maneira. Para os autores, existem diferenças pessoais que influenciarão a ação empreendedora.

Indivíduos com maior capital, experiência ou conhecimento, tendem a reduzir os custos e maximizar os lucros sobre um investimento, tornando-os mais propensos a explorar as oportunidades. Assim como pessoas com maior auto-controle, inteligência emocional e otimismo estão mais propensas a se tornarem empreendedores, uma vez que ações empreendedoras significam desafios e, frequentemente, são encaradas com ceticismo pela maioria. (SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

Dornelas (2008) contrapõe o pensamento de que a criação de empresas está necessariamente ligada ao desenvolvimento econômico, uma vez que há o empreendedorismo de necessidade.

Quando o empreendedor inicia uma atividade por falta de opção, normalmente o desemprego, cria uma empresa com pouco ou nenhum planejamento, na maioria das vezes. Esse tipo de negócio costuma ser informal e ter uma alta taxa de fracasso, o que não contribui com o desenvolvimento econômico.

Apesar do cenário considerado, principalmente nos países em desenvolvimento, como o Brasil, há ainda uma grande parte de empreendedores de oportunidade, que criam empresas com um planejamento sólido e objetivos claros, promovendo desenvolvimento econômico através da geração de lucro, empregos, riquezas e melhorias sociais e ambientais.

2.1.1 Perfil empreendedor

Há inúmeras críticas sobre a definição de um perfil para o empreendedor, como podem ser vistas no trecho a seguir:

É quase covarde a proposição de que se o candidato a empresário não cumprir os quesitos estabelecidos ou não se 'transformar' neles, corre o risco de ser derrotado impiedosamente por si mesmo, ficando sugerido que a derrota é decorrência de suas 'fraquezas', mais do que das ferozes condições de mercado de economias atrasadas. (SILVA; BASSANI, 2007, p.72)

Mesmo diante dessas colocações, o empreendedorismo tem sido bastante útil para a melhoria do desempenho de inúmeros interessados, potencializando o resultado de indivíduos que buscam suprir uma necessidade ou aproveitar uma oportunidade. (ZARPELLON, 2010).

Inúmeros autores definem o perfil empreendedor como um conjunto de características padrões que são essenciais para o sucesso, entretanto, é difícil definir e medir essas características, pois os resultados dependem de definições exatas acerca do perfil do indivíduo.

Por isso a quantidade de particularidades detectadas por estes vários pesquisadores cresce exponencialmente, dificultando a definição do que seja o perfil exato do empreendedor. Academicamente, vem-se, ao longo dos anos, tentando desvendar este enigma tão instigante, e com ele responder às perguntas: Quais características compõem o Perfil Empreendedor? Como este perfil evoluiu? Como se adaptou às novas exigências do mundo dos negócios? (FILARDI; BARROS; FISCHMANN, 2014, p.128).

Dornelas (2008) defende algumas características que são comuns à maioria das pesquisas, como a coragem em se arriscar, a visão das chances apresentadas pelo mercado, a interação do indivíduo e o empreendimento, a limitação das possibilidades, a firmeza de ação, a iniciativa, a celeridade e o pensamento positivo.

Através de uma extensa pesquisa bibliográfica, Filardi, Barros e Fischmann (2014) analisaram 156 publicações sobre o perfil empreendedor entre os anos de 1983 e 2014. O resultado da pesquisa revelou uma transição do perfil auto centrado, soberano, autônomo e independente do empreendedor do séculoXX, para um perfil empreendedor muito mais relacional, baseado em competências interpessoais e sociais e focado nas demandas do ambiente externo.

Algumas características mantiveram-se presentes na maioria das publicações e firmaram-se, segundo os autores citados acima, como fundamentais para o perfil empreendedor contemporâneo. São elas: Tolerante a risco, líder, inovador, pró-ativo, corajoso, ambicioso, independente, interpessoal, comunicativo,

qualificado, controlador, com necessidade de realização e orientado para resultado. (FILARDI; BARROS; FISCHMANN, 2014).

Segundo Stevenson (2001), a capacidade de empreender não é formada por um conjunto de características de personalidade ou uma função econômica, mas um padrão coeso e mensurável de comportamento gerencial. O autor classifica, em uma abordagem administrativa, a capacidade empreendedora, apresentada em seis dimensões críticas para prática dos negócios, conforme quadro 1.

Quadro 1 - As seis dimensões da capacidade empreendedora.

Dimensão	Empreendedor	Administrador
Orientação estratégica	A orientação empreendedora enfatiza a oportunidade.	Tende a procurar as oportunidades onde estão os seus recursos.
Comprometimento com a oportunidade	Está disposto a agir em um horizonte de tempo muito breve e buscar uma oportunidade rapidamente.	Move-se lentamente
Comprometimento dos recursos	Comprometimento de recursos em múltiplos estágios com um comprometimento mínimo em cada estágio.	Analisa cuidadosamente os recursos depois de tomada a decisão de agir.
Controle sobre recursos	O empreendedor é proficiente no uso de habilidades, talentos e idéias dos outros.	Aprende que há recursos que nunca se deve possuir ou empregar (recursos temporários).
Estrutura administrativa	A capacidade administrativa deve ser essencial para o empreendedor.	Emprega ferramentas distintas do empreendedor.
Filosofia de recompensas	As empresas empreendedoras tendem a basear a remuneração no desempenho.	Frequentemente relacionada à promoção para níveis hierárquicos de maior responsabilidade.

Fonte: Adaptado de Stevenson (2001).

Entre o promotor (empreendedor), que confia na sua capacidade de capturar uma oportunidade independentemente dos recursos disponíveis, e o guardião (administrador) que enfatiza a utilização eficaz dos recursos existentes, existe um espectro de comportamentos possíveis para o empreendedor. (STEVENSON, 2001).

Entretanto, apesar das competências empreendedoras e gerenciais que são estabelecidas pelos estudiosos como fatores determinantes para ocasionar altas taxas de empreendedorismo e possibilitam a perpetuação de novas e pequenas empresas, o incremento do empreendedorismo também depende da infra-estrutura industrial do país, das políticas públicas e do suporte das agências governamentais. (PUGA, 2000).

2.1.2 Motivações do empreendedor

A motivação é uma importante ponte entre a intenção e ação. Ela é usada para explicar o esforço e a persistência sobre uma dada ação do indivíduo. Na criação de novos negócios, a motivação tem papel fundamental, uma vez que influencia a tomada de decisão. (SHANE; LOCKE; COLLINS, 2003).

Para Locke (2000 *apud* Braga, Proença e Ferreira, 2014), a motivação influencia o empreendedor de três formas: influencia na escolha do indivíduo, ou seja, a direção da ação, influencia a intensidade da ação, baseada na importância, no valor que a ação possui para o empreendedor e influencia a persistência da ação.

Braga, Proença e Ferreira (2014) subdividem as teorias que estudam as motivações de empreender entre teoria de conteúdo e teoria de processo.

As teorias da motivação de conteúdo tentam compreender o porquê de dado comportamento, ou seja, procuram identificar os fatores específicos que levam as pessoas a fazerem algo. Já as teorias da motivação de processos focam-se em compreender como o processo de motivação se inicia, é sustentado e interrompido. (BRAGA; PROENÇA; FERREIRA, 2014).

Na teoria de motivação de conteúdo, Shane, Locke e Collins (2003), afirmam, com base nos estudos de McClelland (1961), que a necessidade de autorealização é um traço comum na motivação dos empreendedores, ou seja, indivíduos com essa característica possuem maior propensão para se dedicarem a atividades ou tarefas que envolvem responsabilidades e que demandem um esforço individual e, por isso, é provável que essas pessoas prefiram tornar-se empreendedores do que desempenhar outro tipo de papel.

Na teoria de motivação de processos, Segal, Borgia e Schoenfeld (2005) defendem que um indivíduo irá adotar, entre os vários comportamentos, aquele que o levará ao alcance do resultado desejado. As pessoas são capazes de pensar em objetivos e resultados futuros, de decidir quais deles são os mais desejados e se é viável perseguir o alcance desses objetivos.

Autoeficácia é a crença da pessoa nas suas capacidades para reunir e aplicar os recursos, ferramentas e competências pessoais necessários para atingir um certo nível de realização em certa tarefa, ou seja, a autoeficácia

serve de moderador entre os objetivos e a performance. (BRAGA; PROENÇA; FERREIRA, 2014, p.28).

Indivíduos com alto grau de autoeficácia têm maior propensão para o empreendedorismo e acreditam que possuem uma ideia viável para o negócio e que ela é concretizável. Pelo contrário, indivíduos com baixo nível de autoeficácia não acreditam poder ter sucesso e, por isso, aplicarão menos esforço.

O fator paixão também surge na literatura e está relacionado com uma paixão pelo trabalho e por servir a sociedade e a sua empresa sem interesses por trás. São pessoas que gostam daquilo que fazem e que têm prazer em construir algo de novo e torná-lo lucrativo. (SHANE; LOCKE; COLLINS, 2003).

Para o presente trabalho, será considerado as nove motivações para iniciativa empreendedora definidas por Braga, Proença e Ferreira (2014), após extensa pesquisa bibliográfica, que podem ser vistas no quadro 2. São elas:

Quadro 2 - As principais motivações para iniciativa empreendedora:

Motivações	Descrição
Inovação	Intenção da pessoa de atingir algo novo desenvolver um novo produto/serviço continuar a aprender, desenvolvimento pessoal.
Independência	Desejo de liberdade, controle e flexibilidade na gestão do tempo e do trabalho.
Reconhecimento	Obtenção de status, aprovação e reconhecimento por parte dos outros ser respeitado pela família, amigos e comunidade.
Influência	Desejo do indivíduo de seguir tradições familiares ou o exemplo de outros significativos.
Sucesso financeiro	Intenção de ganhar mais dinheiro alcançar segurança financeira.
Autorealização	Perseguição de objetivos pessoais liderar e motivar os outros desafio pessoal resolver um problema complexo.
Necessidade de segurança	Ter um emprego seguro, ter proteção contra perda de rendimentos ou doença.
Insatisfação profissional	Insatisfação com a ocupação profissional, dificuldade em encontrar o emprego certo.
Paixão	Paixão pelo trabalho, servir os colaboradores e a sociedade desinteressadamente, gosto pela criação de uma organização.

Fonte: Adaptado de Braga, Proença e Ferreira (2014).

É importante salientar que as motivações que influenciam os processos de empreendedorismo podem mudar de uma fase do processo para outra, como, por exemplo, a fase de reconhecimento de uma oportunidade para a fase de desenvolvimento efetivo de uma ideia, uma vez que o processo de criação de novos negócios é dinâmico. (HESSELS; GELDEREN; THURIK, 2008).

2.2 Desenvolvimento Sustentável

A reflexão sobre a intensificação dos problemas sócio-ambientais como os processos de urbanização acelerada, o crescimento e a desigualdade da distribuição geográfica, a expansão do uso de energia, o consumo excessivo sobre os recursos não-renováveis, contaminação dos recursos naturais, a intensificação do efeito estufa e a redução da camada de ozônio e suas implicações sobre o equilíbrio climático têm impactado a opinião pública e atraído atenção para uma realidade pouco observada até a década de 1970. (LIMA, 1997).

Em 1972, com a realização da Conferência de Estocolmo, rompe-se a ideia de ausência de limites para exploração dos recursos da natureza, contrapondo-se claramente à concepção dominante de crescimento contínuo da sociedade industrial. No ano seguinte, surge o conceito de Ecodesenvolvimento, que entende que a satisfação das necessidades das gerações futuras devem ser garantidas através de um limite de consumo. (LAYRARGUES, 1997).

A partir da já consolidada constatação de que o planeta é um só e finito, surge em 1983 a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, que publica em 1988 o relatório intitulado *Nosso Futuro Comum*. A grande contribuição do relatório foi, sem dúvida, a elaboração de um novo conceito:

O conceito de desenvolvimento sustentável tem, é claro, limites – não limites absolutos, mas limitações impostas pelo estágio atual da tecnologia e da organização social, no tocante aos recursos ambientais, e pela capacidade da biosfera de absorver os efeitos da atividade humana. Mas tanto a tecnologia quanto a organização social podem ser geridas e aprimoradas a fim de proporcionar uma nova era de crescimento econômico. (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1988, p.9).

A definição de desenvolvimento sustentável mais difundida é a que considera que o homem deve satisfazer às necessidades da geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras. Essa definição deixa claro um

dos princípios básicos de desenvolvimento sustentável, a visão de longo prazo, uma vez que os interesses das futuras gerações devem ser considerados.

De acordo com Layrargues (1997), a diferença entre o ecodesenvolvimento e o desenvolvimento sustentável é que o último acredita que o crescimento econômico pode continuar indefinidamente, desde que ocorram modificações tecnológicas no sentido de tornar sobretudo os insumos energéticos mais econômicos e eficientes.

Para Constanza (1991), o conceito de desenvolvimento sustentável ou sustentabilidade, deve ser inserido na relação dinâmica entre o sistema econômico humano e o sistema ecológico do planeta. Para que seja considerado sustentável, essa relação deve permitir a continuidade indefinida da vida humana, com crescimento e desenvolvimento da cultura, observando-se que os efeitos da atividade humana não prejudique a biodiversidade, a complexidade e as funções do sistema ecológico de suporte à vida.

Sendo assim, é necessário entender o desenvolvimento sustentável entre suas dimensões, tornando-a mais fácil de compreender e avaliar sua implementação.

2.2.1 Dimensões do Desenvolvimento Sustentável

Segundo Quelhas, Alves e Filardo (2003), o desenvolvimento sustentável pressupõe interdisciplinaridade, na medida em que sua evolução nos leva a trabalhar com três macro-temas que compõe o chamado tripé da sustentabilidade, ou seja, os aspectos ambientais, sociais e econômicos.

Para Nascimento (2011), trabalhar com apenas três dimensões do desenvolvimento sustentável se deve ao fato de que a questão da sustentabilidade coloca no centro do debate interesses de natureza geral e não aqueles específicos de grupos ou classes sociais, porém, não é possível pensar em sustentabilidade sem considerar outras esferas.

Sachs (2007) propõe um dos esquemas mais aceitos, que desagregam o desenvolvimento sustentável em seis esferas:

1. Dimensão Social: princípio da equidade, distribuição de renda e de bens, princípio da igualdade de direitos, dignidade humana e princípio de solidariedade dos laços sociais.
2. Dimensão Cultural: valorização das culturas tradicionais, garantia a oportunidade de acesso à informação e ao conhecimento e investimentos na construção ou reforma de equipamentos culturais.
3. Dimensão Ecológica ou Ambiental: compreensão e respeito as dinâmicas do meio ambiente, entendimento que o ser humano é apenas uma das partes deste ambiente e melhoria e controle do uso de recursos naturais, respeitando sua capacidade de renovação.
4. Dimensão Econômica: geração de trabalho de forma digna, promoção do desenvolvimento das potencialidades locais e a diversificação de setores e atividades econômicas.
5. Dimensão Espacial e Territorial: equilíbrio de configurações rural-urbanas, melhoria nos assentamentos humanos, diminuição das disparidades sociais.
6. Dimensão Política Nacional e Internacional: motivação e mobilização da participação ativa das pessoas, favorecendo seu acesso às informações, permitindo maior compreensão dos problemas e oportunidades, superação das práticas e políticas de exclusão e busca do consenso nas decisões coletivas.

A noção de sustentabilidade implica uma necessária inter-relação entre justiça social, qualidade de vida equilíbrio ambiental e a necessidade de desenvolvimento com capacidade de suporte, sem ignorar as dimensões políticas e econômicas que são o plano de fundo das ações de sustentabilidade. (MELO; MARTINS, 2008).

Como o objetivo desse trabalho é analisar a sustentabilidade em empresas, faz-se necessário aprofundar o tema dentro das organizações.

2.2.2 Desenvolvimento Sustentável nas organizações

Para Coral (2002), a globalização impõe novas formas de negócios. Uma vez que a competição tornou-se global, as empresas devem ser flexíveis, rápidas,

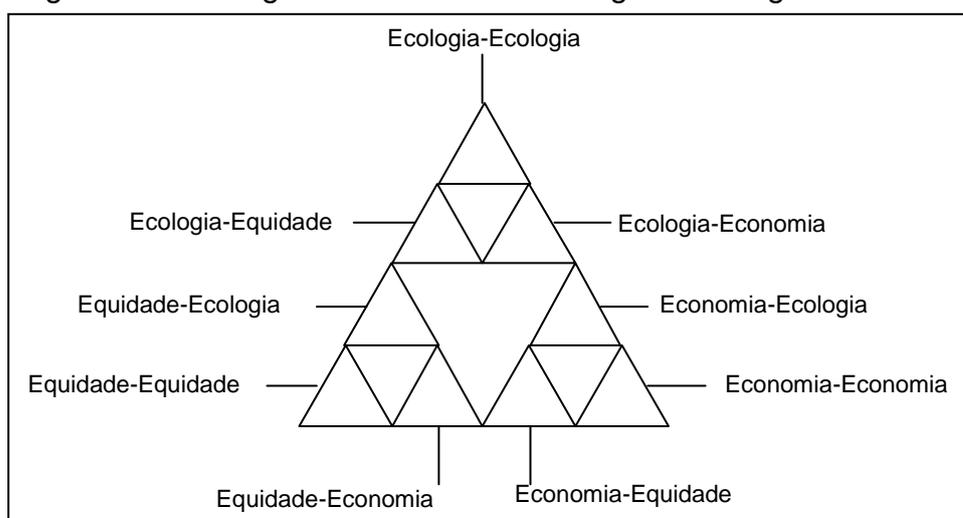
inovadoras e pró-ativas e uma forma de obter vantagem competitiva no mercado é através da sustentabilidade. Seja pela pressão do consumidor ou por leis mais rígidas, as organizações estão mais atentas ao desenvolvimento sustentável.

Segundo Almeida (2002), para ser considerada sustentável, uma empresa deve buscar, em todas suas ações e decisões, a ecoeficiência, que consiste em produzir mais e com melhor qualidade gerando menos poluição e utilizando uma menor quantidade de recursos naturais. As organizações devem modificar seus processos produtivos ou, até mesmo, todo o seu negócio para que se tornem sustentáveis.

Vinha (2003) enfatiza que o custo financeiro da redução do passivo ambiental, como também a administração dos conflitos sociais, na maior parte dos casos, tem um custo mais alto do que a decisão de respeitar os direitos humanos e o meio ambiente. Além disso, a opção da empresa de ignorar as dimensões ambiental e social prejudica a imagem que a opinião pública tem sobre a corporação, dificultando a implementação de novos projetos e a renovação de contratos.

McDonough e Braungart (2002) definem que, para uma empresa alcançar a sustentabilidade, ela deve apresentar níveis consideráveis de sustentabilidade segundo nove critérios, apresentados na figura 2.

Figura 2 - O triângulo fractal de McDonough e Braungart



Fonte: McDonough e Braungart (2002, p.256).

Cada ponta do triângulo, composta por ecologia, economia e equidade, simboliza uma âncora para o espectro de valores defendidos pelo modelo.

Para entendimento do modelo, é preciso assumir que existem interações entre os valores. Os autores admitem que toda decisão tomada pela organização está conectada e possui um impacto sobre estes três valores principais, todos os quais participam de uma relevância igualitária mediante todos os processos. (MCDONOUGH; BRAUNGART, 2002).

A interação entre estes valores em perspectiva promove a constituição de nove relacionamentos:

1. Economia-Economia: analisa se os produtos e serviços oferecidos pelas organizações participam de um lucro considerável.
2. Economia-Ecologia: verifica a eficiência da utilização de recursos naturais e a redução de gastos gerais no processo produtivo.
3. Economia-Equidade: preocupa-se com o fato dos funcionários estarem produzindo algo que eles possam aprender sobre, viver com e, principalmente, adquirir.
4. Equidade-Equidade: investiga se as atividades operacionais das organizações melhorarão a qualidade de vida de seus stakeholders e auxiliarão a restaurar os ecossistemas.
5. Equidade-Ecologia: questiona por quais as maneiras os produtos e serviços disponibilizados pelas organizações poderiam melhorar as condições de saúde dos funcionários e stakeholders.
6. Equidade-Economia: defende a igualdade entre os sexos quanto a remunerações iguais para as mesmas funções. Procura recompensar e honrar cada funcionário, independente de raça, sexo, nacionalidade ou religião.
7. Ecologia-Ecologia: verifica se as organizações estão cumprindo suas obrigações legais. Também se preocupa em observar se as organizações estão criando novos comportamentos, ainda não previstos em leis, que possam beneficiar diversas comunidades.
8. Ecologia-Equidade: investiga se os produtos e serviços ofertados pelas organizações têm influência sobre o equilíbrio ecológico das comunidades direta e indiretamente atingidas por suas operações.

9. Ecologia-Economia: estuda uma estratégia ecológica economicamente viável que propicie uma utilização eficaz de recursos naturais.

A disseminação do conceito de sustentabilidade influencia diretamente o comportamento das empresas, pois elas estão se deparando com problemas não somente econômicos, mas também sociais e ambientais. Essas mudanças afetam de forma intensa o ambiente social e político em que a empresa atua, criando novas diretrizes e limitações para que ela possa operar de forma eficaz, segundo uma ótica que leve em conta apenas a maximização do retorno financeiro a seus proprietários (MAIMON, 1996).

Cappellin e Giuliani (1999) indicam que embora todas as empresas possuam como característica comum o lucro e o cálculo da rentabilidade, elas podem seguir orientações diferenciadas para atingir tal objetivo. Ou seja, o objetivo primordial continua sendo o lucro, mas ela passa a analisar o impacto de suas atividades no meio ambiente e social.

2.3 Empreendedorismo Sustentável

De acordo com Boszczowski e Teixeira (2012), o empreendedorismo sustentável é um tema de pesquisa novo e interdisciplinar. Tradicionalmente, o estudo das organizações foi desenvolvido separado do campo relacionado com a biosfera e a comunidade, assim, faz-se necessária uma mudança no campo de estudo dos negócios, de forma a inserir uma visão tanto nos domínios econômicos quanto nas questões sociais e ambientais das organizações.

É essa visão integrada que proporciona o entendimento do conceito de empreendedorismo sustentável:

Empreendedorismo sustentável está focado na preservação da natureza, suporte à vida e à comunidade na busca de oportunidades percebidas para criar produtos, processos e serviços para o ganho, onde o ganho é amplamente interpretado de forma a incluir os ganhos econômicos e não econômicos para os indivíduos, para a economia e a sociedade. (SHEPHERD; PATZELT, 2011, p.138).

Parrish (2007) coloca que o empreendedorismo sustentável é definido como o comportamento inovador de atores que estão procurando valores ambientais e sociais como objetivos principais e vantagem competitiva em suas organizações. Desta maneira, a inovação reflete crescimento econômico com proteção ambiental,

trabalhando em uma situação ganha-ganha, mesmo operando em um mercado competitivo.

O empreendedorismo sustentável é considerado um processo que cria empresas, as quais, em sua interação com os humanos e os sistemas ecológicos, podem vir a contribuir para sua recuperação.

Segundo Companys e McMullen (2007), as principais fontes de oportunidades são: mudanças na informação disponível para a sociedade sobre seus recursos naturais; mudanças nas interpretações ou preferências por meio de inovações culturais; ou mudanças no interpretador, no próprio ambiente em que ele está inserido.

O potencial de uma oportunidade para gerar valor econômico, social ou ambiental está relacionado à sua capacidade de expandir a fronteira de produção, ou seja, o quanto ela possibilita a introdução de novos bens e serviços que maximizem, de forma integrada, a solução dos problemas sociais, ambientais e econômicos da sociedade. (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA,2012).

Para Borges *et al.* (2003) o empreendedorismo sustentável é frequentemente visto na literatura pelo viés ambiental, enquanto o social é desconsiderado por ser difícil de identificar, ficando ao encargo das ONGs esse papel. Porém, os autores classificaram os nichos social e ambiental em categorias que facilitam sua identificação.

Para o nicho ambiental, Borges *et al.* (2003) criaram quatro categorias de negócios: produtos ecoeficientes, turismo e lazer na natureza, agricultura orgânica e extrativismo e reciclagem e reutilização. Para o nicho social, os autores definiram quatro categorias: produtos para grupos com necessidades especiais, microcrédito, comércio justo e negócios na base da pirâmide (serviços de comunicação ou bens de consumo ofertados de forma mais acessível para a população carente, por exemplo).

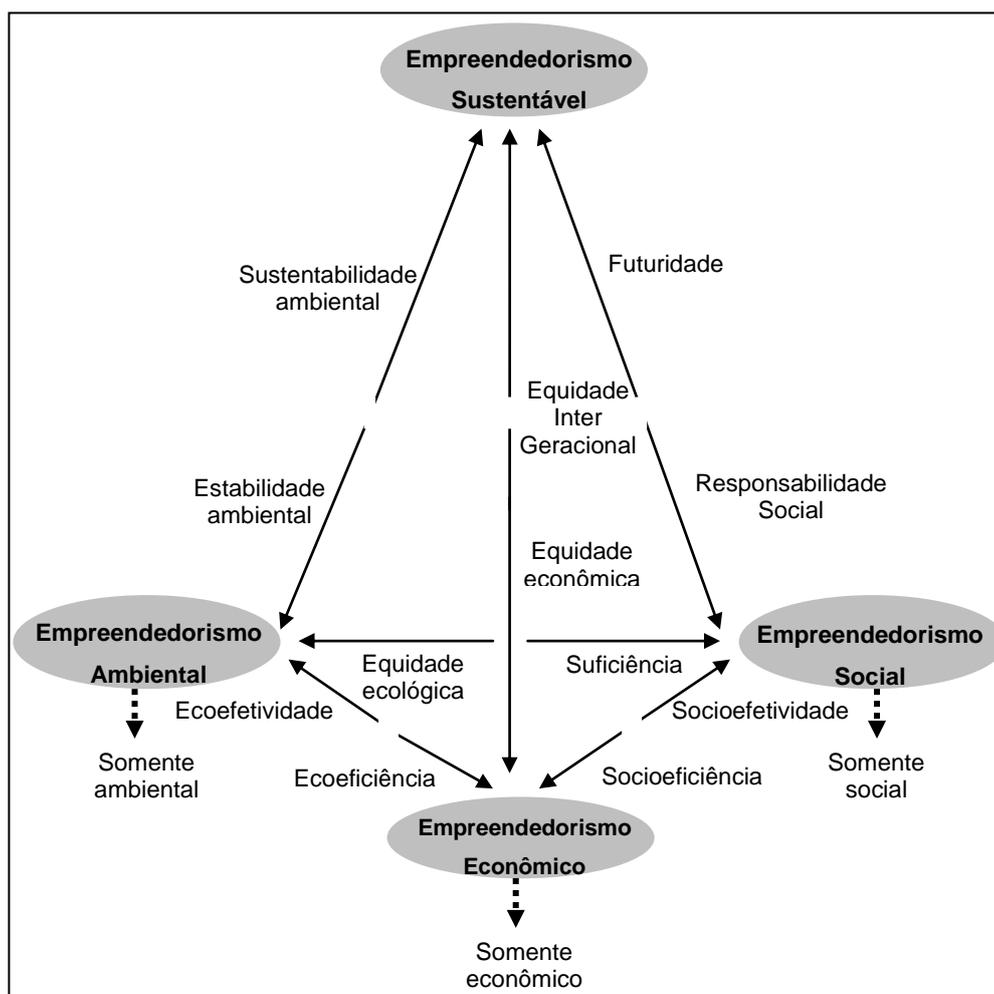
Dessa forma, Borges *et al.* (2003) consideram que um negócio que explore um nicho social ou ambiental, pode ser considerado um empreendimento sustentável, uma vez que impacta positivamente na sociedade, independente da motivação. Assim como Abrahamsson (2007) que descreve o empreendedorismo sustentável como novos empreendimentos lucrativos que perseguem uma causa ambiental ou social.

Young e Tilley (2006) elaboraram um modelo de empreendedorismo sustentável baseado no modelo de McDonough e Braungart (2002) discutido anteriormente. Para os autores, o modelo do Triângulo Fractal não considera que os objetivos sociais, ambientais e econômicos estão simultaneamente presentes em um propósito único de sustentabilidade.

Segundo Young e Tilley (2006), o modelo do Triângulo Fractal reconhece apenas metas isoladas de desenvolvimento sustentável e não maximiza os esforços para a sustentabilidade de fato.

Portanto, Young e Tilley (2006) apresentam um novo modelo de desenvolvimento sustentável na figura 3, que engloba simultaneamente as três dimensões básicas da sustentabilidade: economia, meio ambiente e sociedade.

Figura 3 - O modelo de empreendedorismo sustentável



Fonte: Young e Tilley (2006).

O modelo, que é uma evolução da Pirâmide Fractal de McDonough e Braungart (2002) traz novos elementos para interação entre as esferas econômica, ambiental e social:

- 1) O relacionamento entre economia e empreendedorismo sustentável envolve:
 - a) Equidade econômica: justa distribuição da riqueza entre as gerações presentes e as futuras.
 - b) Equidade intergeracional: refere-se a prosperidade econômica das futuras gerações deve ser considerada nas decisões e operações empresariais.
- 2) O relacionamento entre meio ambiente e empreendedorismo sustentável envolve:
 - a) Estabilidade ambiental: esforço para alcançar a estabilidade ambiental e, onde necessário, restaurar os diversos ecossistemas.
 - b) Sustentabilidade ambiental: considerar a sustentabilidade do meio ambiente no longo-prazo nas decisões e operações empresariais.
- 3) O relacionamento entre empreendedorismo social e empreendedorismo sustentável envolve as variáveis:
 - a) Responsabilidade social: empresas e indivíduos assumem responsabilidade pelos impactos positivos e negativos, diretos e indiretos sobre as gerações presentes.
 - b) Futuridade: considerar o bem-estar social das gerações futuras nas decisões e operações empresariais.

Young e Tilley (2006) reconhecem que seu modelo é bastante complexo e que ainda precisa ser testado em pesquisas mais amplas para verificar se é possível um empreendimento ser verdadeiramente sustentável dentro das restrições estruturais da economia liberal.

Borges *et al.* (2013) salientam que as ações sustentáveis de cunho ambiental ou social, podem ser o meio ou o objetivo do empreendedor. Para uns, o objetivo principal com o empreendimento é o lucro, e a exploração de um negócio social ou ambiental é o meio utilizado para isso. Para outros, o objetivo é colaborar para o desenvolvimento sustentável, e o lucro proporcionado pelo negócio é apenas um meio de manter uma empresa e um estilo de vida compatível com os valores da sustentabilidade.

Parrish (2008) considera que, quando o objetivo de geração de valor econômico de uma empresa é diminuído, o potencial de contribuição para o desenvolvimento sustentável aumenta.

Schlange (2007) posiciona o conceito relacionando os empreendedores sustentáveis com seus *stakeholders*. Dessa forma, eles seriam aqueles que visualizam seus empreendimentos como parte de um contexto social amplo e contribuiriam para uma melhoria geral das condições de vida da sociedade.

Schaltegger e Wagner (2011) na sua caracterização de diferentes tipos de empreendedorismo orientados para a sustentabilidade, apontam diferentes tipos de empreendimentos que podem ser classificados em relação à orientação para a sustentabilidade, usando os seguintes critérios: motivação, objetivo, papel dos objetivos econômicos, papel dos objetivos não mercadológicos e desafios do desenvolvimento organizacional. Nesse caso, o empreendedor considerado sustentável foi apresentado como aquele cuja motivação principal é resolver problemas sociais e ambientais por meio de um negócio de sucesso.

O objetivo principal desse tipo de empreendedor, de acordo com essa classificação, é criar desenvolvimento sustentável a partir das atividades corporativas empreendidas. Aqui a geração de lucro é tanto um meio quanto um fim para o empreendedor sustentável, mas ele também persegue objetivos não mercadológicos para contribuir com o desenvolvimento sustentável. (SCHALTEGGER; WAGNER, 2011)

Hall, Daneke e Lenox (2010) afirmam que ainda é cedo para saber se os empreendedores ditos sustentáveis irão conseguir alcançar o desafio de integrar a sustentabilidade em seus negócios e operações de forma efetiva a ponto de causarem a transformação social que alguns autores proclamam que eles podem fazer.

3 METODOLOGIA

Esse trabalho baseia-se em uma pesquisa de abordagem qualitativa, com natureza exploratória.

A abordagem qualitativa faz-se necessária para estudos em que o tema não possui uma teoria bem desenvolvida, como é o caso das características dos empreendedores sustentáveis. Assim como a abordagem exploratória, que tem por objetivo familiarizar-se com o fenômeno e não requer a formulação de hipóteses, mas a definição de objetivos, uma vez que há pouco conhecimento sobre o problema a ser estudado. (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2006).

Nesse estudo, priorizou-se o contato direto com os empreendedores por meio de entrevistas estruturadas, que permite ao pesquisador fazer perguntas adicionais para elucidar questões que não ficaram muito claras ou recompor o contexto da entrevista, caso o entrevistado desvie do tema central. (BONI; QUARESMA, 2005).

Para Boni e Quaresma (2005), as entrevistas pessoais constituem o método mais adequado para entender o comportamento das pessoas, compreender de perto as suas motivações e ter a possibilidade de abordar, de modo mais aprofundado o assunto, explorando as diversas questões motivacionais.

Considerando a já referida falta de estudos empíricos sobre as características dos empreendedores no empreendedorismo sustentável, não se assumiu no início da investigação que se conheciam as grandes questões deste estudo, pautando-se todo o processo de investigação pela procura de compreensão e descoberta em relação à temática, com base no que os empreendedores entrevistados poderiam evidenciar.

As perguntas, que podem ser vistas no quadro 3, foram selecionadas com base nas motivações empreendedoras elencadas por Braga, Proença e Ferreira (2014), citadas no referencial teórico. Cada motivação resultou na formulação de algumas questões que tornam os processos de análise e inferência possíveis.

Dessa forma, é possível analisar se os empreendedores sustentáveis entrevistados apresentam as mesmas características de um empreendedor comercial ou se é possível identificar diferenças. Além disso, de que forma as motivações se modificam ou permanecem no decorrer do projeto.

Quadro 3 - Dimensões de análise do estudo e perguntas da entrevista.

Dimensão de Análise	Perguntas
Entrada na atividade empreendedora	Q1. Como teve início a sua prática empreendedora?
Motivações	Q2. Quais foram as suas principais motivações na criação deste projeto?
	Q3. As motivações que teve para criar o seu projeto são as mesmas hoje em dia ou se alteraram?
	Q4. Já esteve envolvido na criação de algum projeto de empreendedorismo comercial? Se sim, que motivações teve para o criar? São diferentes das que teve para criar este projeto?
	Q5. (Em caso de resposta negativa na questão anterior) Porque criou uma iniciativa social e não comercial?
	Q6. Antes de criar o seu projeto já fez voluntariado nesta área? E atualmente? Isso influenciou de alguma forma o projeto em que se envolveu?
	Q7. O que acha de ser o seu próprio chefe?
	Q8. Sente que há forte risco associado a este projeto? Que outras situações na sua vida considera terem sido situações em que correu risco? Gosta de correr riscos?
Reconhecimento	Q9. Sente que o fato de ter o sua próprio empresa lhe confere um reconhecimento que não teria anteriormente? Esta também foi uma motivação para criar este projeto? E hoje em dia serve como fator motivador?

Realização	Q10. Sente-se realizado? A sua realização pessoal ou profissional esteve dependente da criação deste projeto?
Expectativas	Q11. Como surgiu a vontade de ser empreendedor?
	Q12. Sempre teve expectativas de ter o seu próprio empreendimento? Foi algo planeado?
	Q13. Quais eram as suas expectativas iniciais diante da criação do projeto? Foram cumpridas?
	Q14. Possui outras pessoas na família/próximas que tenham criados projetos empreendedores? Sente que isso influenciou de alguma forma a sua vontade de prosseguir com um projeto próprio?
	Q15. Principais obstáculos com que se deparou no início da criação do projeto? E hoje em dia? Como tem ultrapassado esses obstáculos?
	Q16. Estava preparado para enfrentar essas dificuldades? Caso não, e se hoje soubesse que iria enfrentar essas dificuldades, avançaria com o projeto na mesma?
	Q17. Acha que esses obstáculos são suficientemente fortes para inviabilizar as motivações de um potencial empreendedor sustentável?
Competências do empreendedor sustentável	Q18. Quais acha que devem ser as capacidades e competências de um empreendedor sustentável para obter sucesso?

Representações	Q19. Acha que existem diferenças entre um empreendedor comercial e um empreendedor sustentável? Quais?
	Q20. O que recomendaria a outros empreendedores sustentáveis?
	Q21. O que mudou em você? Que efeitos teve e o que tem representado para você ser um empreendedor sustentável?
	Q22. Quais considera serem os aspetos positivos e negativos de ser um empreendedor sustentável?

Fonte: Adaptado de Braga, Proença e Ferreira (2014).

A partir das entrevistas, será possível comparar as características encontradas na literatura, a respeito das motivações empreendedoras tradicionais, com as motivações encontradas em empreendedores que exploram nichos ambientais ou sociais.

3.2 Caracterização dos entrevistados

Os empreendedores entrevistados foram selecionados através de seus projetos. Uma vez identificada a exploração de um nicho social, ambiental ou ambos, as pessoas responsáveis pela empresa foram contatadas através de e-mail e telefonemas.

As entrevistas apresentadas foram disponibilizadas através do interesse e disponibilidade dos entrevistados. Algumas entrevistas solicitadas foram recusadas ou inviabilizadas pela falta de tempo dos empreendedores. Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas em sua totalidade, com exceção da entrevista realizada através do *skype*. A média de tempo das entrevistas foi de 40min.

No quadro 4, uma breve apresentação dos empreendimentos:

Quadro 4 - Apresentação dos empreendimentos sustentáveis.

Nome da empresa	Ano de fundação	Descrição
	2015	Cafeteria criada para incentivar o uso do modal de bicicleta na cidade de Fortaleza. Acredita que a bicicleta é uma ferramenta de humanização, integração social e respeito ao meio ambiente.
	2010	Clínica de exames laboratoriais e consultas médicas a preços populares. Trabalha a inclusão de pessoas de baixa renda através do acesso à consultas e exames com baixo preço. Além de práticas de sustentabilidade ambiental nas dependências da clínica.
 Babado Coletivo	2013	Reúne várias marcas de roupas autorais cearenses que não teriam força para se desenvolver isoladas e fortalece o comércio de moda local. Trabalha com regionalismo e o conceito de comércio justo.
	2015	Welo (We Love) é um movimento pelo amor na modernidade, ele utiliza-se da transmídia para repassar uma mensagem de carinho importante para os dias atuais.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Todos os empreendimentos encontram-se em funcionamento, apresentando sustentabilidade financeira. Os empreendedores concordaram em ter seus empreendimentos revelados, porém, preferiram não ser identificados para não haver associação com os depoimentos apresentados.

O perfil dos entrevistados é semelhante. Todos os entrevistados são do sexo masculino. Os entrevistados possuem alto nível de instrução, tendo todos cursado ensino superior completo e um com o título de doutorado. Dos quatro entrevistados, três estavam na faixa etária de 25 a 30 anos, sendo o outro na faixa de 35 a 40 anos.

Em situação anterior à criação do empreendimento, um entrevistado encontravam-se desempregado, um trabalhava em empresa de terceiros, um trabalhava no setor público e um possuía uma empresa anteriormente.

Inicialmente, os entrevistados foram questionados sobre os conceitos de sustentabilidade e empreendedorismo sustentável, de acordo com o nível de

conhecimento, o entrevistador esclarecia os conceitos e dava início as perguntas semiestruturadas.

3.3 Método de análise

Para análise das entrevistas, foi utilizado o método de análise de conteúdo que, segundo Campos (2004, p.611), " é compreendida como um conjunto de técnicas de pesquisa cujo objetivo é a busca do sentido ou dos sentidos de um documento."

Bastante utilizada para pesquisas qualitativas, o método tem por finalidade permitir a produção de inferências: "o ato de inferir significa a realização de uma operação lógica, pela qual se admite uma proposição em virtude de sua ligação com outras proposições já aceitas como verdadeiras." (BARDIN, 2006, p.39).

Segundo esse ponto de vista, produzir inferência, em análise de conteúdo significa, não somente produzir suposições subliminares acerca de determinada mensagem, mas em embasá-las com pressupostos teóricos de diversas concepções. Todo conteúdo foi analisado segundo levantamento bibliográfico realizado na fundamentação teórica desse trabalho.

Foi utilizada a técnica proposta por Badin (2006), que consiste em três partes:

1. Pré-análise: consiste na leitura geral do material em análise, para sistematizar as ideias iniciais sustentadas pelo referencial teórico. No caso das entrevistas, todo o material deve ser transcrito.
2. Exploração do material: consiste na codificação do texto, considerando os recortes do texto em unidades de registro. Esses recortes são categorizados segundo palavras-chave, as quais permitem inferência do conteúdo.
3. Interpretação: consiste em captar os conteúdos latentes contidos no material coletado, respaldado pelo referencial teórico do trabalho.

A análise dos resultados e sua discussão constituirão os capítulos seguintes deste trabalho.

4 RESULTADOS

Nesse capítulo serão apresentados os dados recolhidos junto aos empreendedores sustentáveis. Por solicitação destes, apesar de todos os empreendimentos estarem identificados, os empreendedores não serão identificados, sendo expostos através de uma sigla (ES) que designa empreendedor sustentável e um número.

Os resultados serão apresentados através dos trechos dos depoimentos que evidenciam as características analisadas. Serão omitidas as primeiras perguntas que tinham como objetivo apenas auferir o grau de conhecimento dos entrevistados acerca do tema e elucidar o conceito de empreendedorismo sustentável.

4.1 Entrada na atividade empreendedora

Essa parte do questionário tem como objetivo entender como o empreendedorismo sustentável surge na vida das pessoas, ou seja, de que forma ele se inicia.

Confirmando o que foi encontrado na literatura por Braga, Proença e Ferreira (2014), os empreendedores envolvidos na pesquisa relataram a identificação de uma oportunidade ambiental ou social, com base em suas vivências e experiências profissionais.

"Quando surgiram as ciclofaixas eu comecei a gostar desse negócio de me deslocar de bicicleta. [...] e isso foi se transformando em um estilo de vida, só que também tinha muito preconceito das pessoas e medo. Eu resolvi que deveria fazer alguma coisa para melhorar isso." (ES1)

"Como todo mundo sabe, o SUS é sempre sobrecarregado [...]. Então nós vimos que tinha uma parte da população que precisava de atendimento médico, mas que não podia pagar um plano de saúde." (ES2)

"É muito difícil conseguir espaço quando você começa um negócio de roupas regionais. E foi aí que eu vi que haviam muitos empreendedores iguais a mim, e que alguém precisava uni-los". (ES3)

“Eu sentia a necessidade de tornar meu trabalho útil ao mesmo tempo em que eu queria exercer minha profissão. Foi então que vi que existia a oportunidade de mudar a vida das pessoas através da tecnologia.” (ES4)

4.2 Motivações

Identificar as motivações que levam empreendedores a assumirem riscos em empreendimentos sustentáveis é um dos objetivos desse trabalho. Para tanto, foram realizadas perguntas que pudessem identificar o que impulsionava os empreendedores, como elas se modificavam ao longo do tempo e as diferenças com as motivações de um empreendimento comercial, caso tivessem essa experiência anterior.

Nas entrevistas realizadas pode-se destacar o altruísmo como fator evidente:

“É importante quando você abraça uma causa. Claro que o dinheiro é importante ou como você vai conseguir mudar a sociedade se não consegue se manter? Só não é o que me tira da cama todos os dias.” (ES1)

“Eu tinha interesse de poder contribuir. Precisava ganhar dinheiro, mas também tinha que ter sentido. E ajudar as pessoas era o sentido que eu tinha na minha vida profissional.” (ES2)

“Se não fosse o fato de saber que eu contribuo com a vida das pessoas, humanizo as relações de trabalho, eu acho que não teria persistido tanto nessa ideia.” (ES3)

“Depois que pude aprender sobre empreendedorismo, foi o que me levou a querer aplicar todo meu aprendizado em algo de impacto social, algo que eu pudesse transformar a vida das pessoas.” (ES4)

É possível destacar também o fato de que o empreendedorismo permite aos empreendedores serem mais livres para inovar e usarem a criatividade em seus negócios e que, o fato de não ter chefe, contribuiu para o início do empreendimento:

"Acho que é a melhor coisa de ser empreendedor. Você não depende de ninguém para te dizer o que fazer e pode seguir suas próprias regras." (ES1)

"Eu que já tive chefe sei que tem vantagens e desvantagens. Você é mais livre e autônomo, mas se algo der errado, é sua inteira responsabilidade. Claro que compensa." (ES3)

"É ótimo saber que você não tem chefe e pode fazer o que quiser. Você fica mais livre para desenvolver suas ideias, gerenciar o tempo como bem entende." (ES3)

"Isso foi colocado por mim como a minha meta pessoal. Sabia que não ia me adaptar a trabalhar para os outros. Tinha que ter meu próprio negócio." (E4)

Outro fator recorrente nas entrevistas foi o fato de que os empreendedores têm consciência dos riscos dos seus projetos, mas que não consiste em um fator de desmotivação:

"Gosto sim dessa dinâmica, acho que a vida segura no escritório me enfadava demais. E abrir negócio é isso. É correr riscos, acreditar nos seus sonhos e correr atrás dos objetivos." (ES1)

"Olha, não sei se gostar de correr riscos é palavra certa. Mas eu gosto de desafios. Então me arrisquei muito no começo." (ES2)

"Eu nem pensava muito nos riscos. Acho que sempre fui otimista. Não é minha área, empreender, pra mim, foi bem questão de 'dar a cara a tapa'." (ES3)

"Com certeza, risco é uma coisa que sempre tem quando se trabalha numa linha vanguardista. Eu me sinto muito mais seguro em trabalhar em um negocio que pode vir a não da certo do que andar na rua e sofre algum tipo de violência – como andar na rua é algo inevitável e estamos todos passivos a isto, porque não correr o risco fazendo história?" (ES4)

Diferente das motivações dos empreendedores comerciais, nessa pesquisa foi analisado se o fato de ter sido voluntário em algum momento, contribuiu para o início da empresa. Dos quatro empreendedores, três já tinham tido experiências como voluntários:

"É, nesse caso foi o que definiu toda a visão do negócio. Eu só enxerguei essa possibilidade porque eu participava dessa realidade." (ES1)

"Desde a faculdade eu sempre estava envolvido em projetos sociais. Assim que comecei a estudar, já participava de projetos, então isso definiu muito o que eu queria fazer da minha vida." (ES2)

"Eu sempre desenvolvi algum tipo de trabalho voluntário, foi em um desses trabalhos que conheci o meu atual sócio. Se eu não tivesse participado desses movimentos, teria limitado muito as possibilidades do meu negócio ter sucesso" (ES3)

Quando questionados a respeito das mudanças nas motivações ao longo da vida útil do projeto, todos os empreendedores afirmaram que as motivações iniciais se mantêm, mas que, com a maturidade da empresa, novas motivações surgem, como a possibilidade de expansão da empresa:

"Pra mim nada mudou, eu acho que tenho pouco tempo de empresa, ainda não conquistei muita coisa." (ES1)

"Eu acredito que ainda são as mesmas, mas também tem muita coisa nova que me motiva hoje. Eu tenho muitos planos de crescer. Novos desafios aí pela frente." (ES2)

"Os sentimentos que eu tinha no começo ainda são os mesmo hoje em dia. Acordo ansioso para estar aqui e ver tudo funcionando. Mas com a possibilidade que surgiu de expandir a empresa para outras localidades, me sinto ainda mais motivado pelo desafio." (ES3)

"Acredito que as motivações fazem parte de um processo evolutivo, mas sempre embasada em princípios que nos alavancaram. A motivação de transformar e impactar a vidas das pessoas está sempre presente como uma das principais motivações." (ES4)

Finalizando o bloco de perguntas a respeito das motivações, os empreendedores foram questionados a respeito de suas experiências com empreendimentos comerciais. Dos quatro empreendedores, apenas dois possuíam experiências empreendedoras anteriores. Eles revelam que as motivações são diferentes:

"Eu tinha um empresa antes dessa, mas era bem convencional. Fiz para poder comercializar meu trabalho. Só quando me veio a consciência que eu poderia atuar na comunidade, foi que eu mudei e tudo passou a fazer mais sentido pra mim." (ES3)

"A minha primeira empresa foi de desenvolvimento de aplicativos e jogos. A motivação com certeza é diferente, a motivação de criar esta empresa foi para trabalharmos na área e criarmos mercado onde poderíamos atuar. A empresa veio de um lado muito humano, nascida de uma historia que ocorreu na minha vida pessoal e que acabou impactando milhares de pessoas. A partir deste fato vi que poderia fazer algo de real impacto e para transformar a vida das pessoas." (ES4)

Os demais empreendedores revelaram porque criaram empreendimentos sustentáveis e não comerciais:

"Porque uma iniciativa comercial, como você fala, eu já estava. Mesmo não sendo o dono ou um dos fundadores, eu já fazia parte de uma empresa assim e sentia falta, justamente, de ter esse lado mais social e ambiental. De dar algum retorno para a minha cidade, de contribuir positivamente." (ES1)

"Eu queria não só me manter, queria ajudar, também. A natureza da minha profissão é servir, então eu só fiz unir o útil ao agradável." (ES2)

4.3 Reconhecimento

Na literatura, o reconhecimento é apontado como um dos fatores motivacionais para os empreendedores. Nesse estudo, foi identificado o

reconhecimento como um fator importante para os empreendedores, porém, os mesmos afirmaram que não se constituiu como uma motivação para empreender:

"O reconhecimento existe, eu mesmo já saí no jornal falando sobre meu empreendimento, mas não acho que isso me motive. Acredito que tem coisas mais importantes, isso é apenas reflexo do meu trabalho." (E1)

"Acho que o reconhecimento vem sempre que você conquista algo. Na época tive muito reconhecimento da minha família, meus pais, minha esposa. Hoje o reconhecimento já vem de várias formas, mas sem ele continuaria a fazer meu trabalho da mesma forma, afinal, eu acredito nele, mesmo que as pessoas não acreditem." (E2)

"Eu acho até que essa entrevista é uma forma de reconhecimento, você está vendo que a minha empresa está conquistando coisas boas para a sociedade. Mas no começo era o contrário, todo mundo me perguntava como eu ia fazer para ganhar dinheiro." (E3)

"Por abrir um negocio pioneiro na área de desenvolvimento, pude ter um reconhecimento em larga escala. Acredito que o reconhecimento com certeza motiva a continuarmos, é de certa forma, uma garantia que estamos indo no caminho certo, mas não é o que buscamos como objetivo." (E4)

4.4 Realização

Juntamente com a necessidade de reconhecimento, a necessidade de realização aparece na literatura como uma das motivações para o empreendedor comercial. Na pesquisa, apesar do empreendimento estar relacionado com a realização, os empreendedores não colocam o empreendimento como dependência para a realização:

"Eu me sinto feliz com o que faço, mas sei que sou apenas um grão no deserto. Não me considero realizado pelo meu trabalho porque sei que tem muita coisa para mudar, até em mim mesmo. Ainda estou começando com esse lance de sustentabilidade." (ES1)

"Hoje me sinto realizado pelo trabalho que desenvolvi, mas é claro que essa é apenas uma parte das minhas realizações. Para a pessoa se considerar

satisfeita, ela precisa se realizar na vida pessoal, profissional e familiar".
(ES2)

"No me caso, não. Eu já me considerava realizado com a minha outra empresa. Mas estou feliz com esse novo trabalho, era o que faltava na minha outra empresa, gerar o bem." (ES3)

"Acredito que o senso de sucesso para a nossa geração é fazer o que se gosta e com uma formação plural, onde não se tem mais um rótulo singular, como por exemplo, hoje você pode ser fotógrafo, mergulhador e em algum momento da sua vida você desenvolve um projeto social para consciência ambiental e preservação dos mares através de fotos subaquáticas. É assim que me sinto realizado, por fazer o que amo e ser o que sou." (ES4)

4.5 Expectativas

Conforme discutido no referencial teórico, as expectativas dos empreendedores podem definir o grau de esforço que os mesmos colocarão no projeto. Não apenas no início, mas no decorrer da vida da empresa. Por isso, é importante analisar como se deu o processo de motivação através das expectativas de se tornar um empreendedor, até o ponto em que as expectativas estão sendo cumpridas ou não.

Quando questionados se tinham a intenção de serem empreendedores, apenas um entrevistados revelou possuir essa intenção:

"Eu sou filho de comerciante. Meu pai tinha aquelas famosas bodegas de interior, conhece? Pois é, eu sempre quis ter um negócio só meu." (E2)

Para os demais, o empreendimento surgiu em algum momento, mas não fazia parte dos planos de carreira iniciais:

"Eu era contabilista, no máximo imaginava abrir minha empresa de contabilidade com alguns amigos, mas não eram planos concretos. Só fui considerar abrir a minha empresa depois de me sentir muito insatisfeito com meu trabalho anterior." (ES1)

"Foi uma oportunidade que surgiu devido a um dinheiro de família e começou bem informal. Eu só fui me regularizar como empreendedor quando já estava tomando proporções maiores, quando tive que contratar funcionários." (ES3)

"Não tinha essa visão na faculdade, meu curso não tinha essa formação. O empreendimento só surgiu porque eu vi que o mercado não estava absorvendo os profissionais, então decidi abrir minha própria empresa" (ES4)

Questionados a respeito das expectativas iniciais, dois empreendedores revelaram que as expectativas foram cumpridas:

"Eu queria ajudar as pessoas mais carentes e acho que consegui. O reconhecimento delas pelo meu trabalho é meu indicador de sucesso. E, além disso, eu consigo me manter financeiramente, que era algo que eu precisava garantir, já que tenho uma esposa e duas filhas. (ES2)

"Consegui o que me propus a fazer. É claro que ainda tenho muitas ideias para colocar pra frente, mas minhas expectativas iniciais foram cumpridas." (ES3)

Os outros dois empreendedores, consideram que seus empreendimentos ainda são recentes e não atingiram a maturidade suficiente para cumprir as expectativas:

"Olha, no começo eu nem esperava muita coisa, sabe? Era algo novo na cidade, os meus amigos sempre me incentivaram, mas também teve muita gente que achava que o negócio não ia pegar. Ainda é cedo pra dizer que vou cumprir as expectativas." (ES1)

"Ainda estamos trabalhando no desenvolvimento e aplicação em uma escala maior do nosso projeto. Nossa expectativa sempre foi sobre a receptividade de um projeto tão abstrato. E o que ta sendo uma coisa muito boa o que nos motiva cada vez mais a continuarmos." (ES4)

A respeito de pessoas próximas com negócios, citada na literatura como fonte de motivação para empreendedores comerciais, os empreendedores

entrevistados revelam ter influência também, apesar de destacarem pouca influência no fator sustentável:

"Tive muita influência de amigos, embora eles trabalhem com empreendedorismo tradicional, nenhum tem essa preocupação sustentável tão forte, mas me ajudaram bastante na gestão do negócio." (ES1)

"Meu pais sempre tiveram muita influência, já que cresci no comercio deles e sabia que tinha vocação para negócios." (E2).

"Procurei me espelhar em alguns amigos que já tinham montado uma empresa, a experiência deles me ajudou bastante." (E3)

"A minha família tem algumas empresas, mas em ramos completamente diferentes. É claro que, no fim das contas, você cresce com certa proximidade com o assunto, então acho que isso me influenciou sim." (E4)

Como parte dos objetivos desse trabalho, as dificuldades encontradas pelos empreendedores sustentáveis se fazem relevantes no estudo. Os empreendedores foram questionados a respeito das principais dificuldades encontradas e revelam que a mudança na forma de pensar e a cultura são as principais barreiras:

"A minha maior dificuldade foi entender o público. Como é algo pioneiro na cidade, eu não sabia se teria público para o negócio. Não tinha muitas referências, esse modelo de negócio é mais comum na Europa, mas lá a cultura é diferente." (E1)

"Eu tive muita dificuldade em encontrar pessoas interessadas em trabalhar na empresa, afinal, tem que ter paixão pelo que faz, já que a remuneração financeira é um pouco menor que a média do mercado." (E2)

"A mentalidade das pessoas. No começo foi difícil trabalhar com a moda regional, as pessoas preferem pagar mais caro em marcas de fora, sem mesmo saber as origens do material e os processo pelos quais as peças [de roupa] passam." (E3)

"Principal obstáculo no inicial era como levantar dinheiro para investir em um projeto tão abstrato, mas mesmo assim conseguimos investimentos para poder tocar o negócio. Hoje dia ultrapassamos os obstáculos acreditando muito que o que fazemos tem potencial de transformação." (E4)

Nenhum empreendedor afirmou que estava preparado para enfrentar as dificuldades que encontrou, mas que não foram pontos negativos para a motivação, apenas obstáculos a serem superados através da criatividade e inovação.

"Eu sabia que estaria arriscando em território desconhecido e não havia como me preparar para isso. Não existia nada semelhante à minha realidade. O único empreendimento com proposta semelhante ficava em São Paulo e, mesmo eu visitando, o público era diferente. Tive que superar essa dificuldade apostando na inovação e criatividade. Tenho várias ações para atrair o público, como copos de água gratuito para quem chega pedalando." (ES1)

"Olha, o que eu sempre li muito nesses livros de administração é que a pessoa que quer abrir o próprio negócio vai enfrentar muitos problemas, mas a perseverança é que define se você vai ter sucesso ou não. Não existe nenhuma fórmula mágica, mas em qualquer tipo de negócio, se você não persiste, não dá certo." (ES2)

"Eu desenvolvi vários conceitos através do marketing da minha empresa e direcionei para o público certo. As pessoas que usam meus produtos, precisam se envolver com a proposta da marca, entender que trabalhamos com o comércio justo, onde todos na cadeia de produção são remunerados de forma decente, com tecidos naturais e, alguns, até reciclados." (E3)

"Foi difícil vender a minha ideia para conseguir financiamento, mas uma vez que encontrei as pessoas certas, os obstáculos foram caindo." (E4)

4.6 Competências do empreendedor sustentável

Quando questionados acerca das competências necessárias para ser um empreendedor sustentável, as respostas ficaram divididas entre competências técnicas e pessoais:

"Eu acho que além de saber gerenciar um negócio, que isso envolve muitas coisas, tem que ter paixão, tem que ter vontade. Não é só anunciar que você é sustentável, é preciso incorporar isso na sua vida e fazer com que seja natural." (ES1)

"Eu acho que você precisa ter muita informação. Hoje em dia as coisas mudam muito rápido, se você não estiver atento, fica perdido. Há dez anos atrás você mal ouvia falar de sustentabilidade, agora tudo gira em torno disso. Acho que isso é um pouco de altruísmo. Não adianta você querer dizer que é sustentável se você não tiver interesse genuíno nisso, senão vira só propaganda, como muita empresa faz." (ES2)

"Poderia citar várias competências e habilidades, mas eu acho que o vai fazer a diferença é a determinação. Se você é capaz de sonhar e realizar, você atinge o sucesso. Mas claro, tem que ter estudo, principalmente na parte das finanças." (ES3)

"A minha principal competência é: vontade. Enquanto qualquer ser humano tiver esta, ele será capaz de qualquer coisa, inclusive sucesso." (ES4)

4.7 Representações

O estudo das representações que os empreendedores sustentáveis tem de si mesmos completa a investigação das diferentes motivações que podem ser encontradas nesse tipo de empreendedor.

Os entrevistados foram questionados a respeito das diferenças entre empreendedores sustentáveis e comerciais. Para todos, a principal diferença está no fato de ter uma preocupação em propor uma solução a um problema social ou ambiental e não ter o lucro como principal objetivo:

"Eu acho que a diferença principal está em ter uma preocupação com o meio ambiente e a sociedade. Ter a consciência que você pode contribuir com o meio ambiente e a comunidade é o primeiro passo. Isso não pode ser apenas uma resposta à pressão da sociedade, você tem que realmente se importar, pois vai precisar criar maneiras para atingir esse objetivo." (ES1)

"Para ser sincero, eu acho que pessoas que só tem a preocupação com o lucro dificilmente vão optar pela sustentabilidade. Como isso ainda é muito

recente, as tecnologias ainda são muito caras, é preciso aceitar que terão custos extras." (ES2)

"A diferença está na cultura do empreendedor. Se ele se importa com o mundo em que vive, se ele entende que toda ação que faz e todo produto que vende impacta no meio ambiente e na sociedade, ele terá alguma ação para minimizar isso. Mas quando a pessoa só está preocupada em quanto pode lucrar, ela se torna um empreendedor comercial, como tantos." (ES3)

"Uma diferença básica: egoísmo. Enquanto o empreendedor sustentável fala no plural, nós, o empreendedor comercial fala no singular, eu." (ES4)

Quando questionados a respeito das mudanças que tiveram ao iniciarem o empreendimento sustentável, os empreendedores citaram mudanças na vida pessoal, como maior conscientização de seu papel enquanto indivíduo inseridos em uma comunidade:

"Foi uma grande mudança no meu estilo de vida. Desde começar a separar o lixo, até a só consumir produtos de empresas com ações sociais e ambientais. Eu me vi em mundo novo, muito mais preocupado do que conformado." (ES1)

"Acho que foram as pessoas que eu conheci, o ciclo de amizades que modificou. Passei a ter contato com pessoas que tem a mesma forma de pensar e isso só faz atrair mais pessoas assim." (ES2)

"Eu me tornei mais forte. Agora estou mais disposto a lutar pelas causas que acredito. Sempre fui muito envolvido com o social, por influência da minha família, mas agora, sinto que isso faz parte de mim." (ES3)

"Eu nunca parei para pensar nisso, mas de cabeça, me vejo bem mais engajado nas ações que eu acredito." (ES4)

4.8 Diferenças nas características de empreendedores sustentáveis e comerciais

Confrontando os resultados obtidos através da pesquisa bibliográfica sobre as motivações dos empreendedores comerciais com os resultados obtidos

através da pesquisa exploratória apresentada nesse capítulo, é possível identificar similaridades, mas também diferenças entre os empreendedores.

Todas as evidências coletadas através dos depoimentos dos empreendedores foram apresentadas e serão sintetizadas para comparação entre as motivações de empreendedores comerciais e sustentáveis. O quadro 5 resume as motivações analisadas nos dois casos.

Quadro 5 - Características de empreendedores comerciais e sustentáveis.

Características	Empreendedorismo Comercial	Empreendedorismo sustentável
Independência	X	X
Reconhecimento	X	-
Realização	X	-
Influências	X	X
Sucesso financeiro	X	-
Paixão	X	X
Insatisfação com trabalho	X	X
Voluntariado	-	X
Reconhecimento de oportunidades	X	X
Altruísmo	-	X
Consciência ambiental	-	X

Fonte: Elaborado pelo autor

A independência em ambos os casos é observada através da necessidade dos empreendedores em serem autônomos, terem a possibilidade de colocar suas ideias em prática, mesmo que arriscadas, ou seja, inovar.

O reconhecimento dos empreendedores sustentáveis não se mostrou como um fator de motivação intrínseco a todos, uma vez que, para os mesmos, o reconhecimento é uma consequência do trabalho que desenvolvem, já que atuam propondo soluções a problemas ambientais ou sociais. Para eles, o reconhecimento surge mais como uma certeza de que estão impactando positivamente na sociedade.

A realização, ao contrário dos empreendedores comerciais, é subjetiva para os empreendedores sustentáveis. Os entrevistados colocaram a realização como parte de uma vida mais equilibrada, em que é preciso ser realizado em outras esferas da vida pessoal. Seus conceitos de realização não dependiam exclusivamente do sucesso do empreendimento, para eles a realização estava em cumprir com seu papel de colaborar com o meio ambiente e a sociedade.

As influências de pessoas próximas aos empreendedores foi um ponto em comum entre o empreendedorismo sustentável e o comercial, uma vez que,

através dos depoimentos, foi possível identificar que os empreendedores buscam obter aprendizados com as pessoas do seu ciclo social que também empreendem.

Já o sucesso financeiro não foi colocado em nenhum momento como motivação dos empreendedores sustentáveis, uma vez que todos reconheceram que, para atuar em nichos sociais e ambientais, muitas vezes, os custos são maiores.

A paixão e insatisfação com o trabalho foi um ponto comum encontrado nos empreendedores comerciais e sustentáveis. Apesar da paixão ser um atributo subjetivo, todos os empreendedores relatam em seus depoimentos trechos que se colocam motivados por aquilo que acreditam, mesmo que exija alguns sacrifícios. A insatisfação com o trabalho também foi motivação para os empreendedores se arriscarem em seus projetos atuais.

O voluntariado, que não é encontrado como fator de motivação no empreendedorismo comercial, é bastante explorado pelo empreendedor sustentável, uma vez que os entrevistados revelaram ter sido um fator decisivo na criação e sucesso de suas empresas.

De forma semelhante, encontramos em vários trechos das entrevistas as motivações derivadas de um comportamento altruísta e de consciência ambiental. Todos os entrevistados concordam que esses sentimentos devem ser genuínos nos empreendedores para que os objetivos do empreendimento sejam alcançados.

Essas motivações não foram encontradas na literatura que aborda as motivações de empreendedores comerciais, sendo a principal diferença apontada pelos entrevistados.

Por fim, o reconhecimento de oportunidades se mostra presente em ambos empreendedores, comerciais e sustentáveis. Como foi explorado no referencial teórico, a identificação de oportunidades é fator determinante para um empreendimento, já que é através de lacunas nos mercados, que os empreendedores atendem necessidades.

5 CONCLUSÃO

Esse trabalho pretende contribuir para o enriquecimento dos estudos sobre empreendedorismo sustentável através de casos reais de empreendedores sustentáveis que já estão atuando no mercado e, através de depoimentos, revelam as motivações, dificuldades e expectativas no processo de criação dessas empresas, de um ponto de vista pessoal. Espera-se que uma das atribuições práticas seja a de contribuir com empreendedores que desejam atuar nos nichos sociais e ambientais.

Procura, também, entender o processo empreendedor como forma de estímulo do desenvolvimento econômico e solução de problemas ambientais e sociais. A prática sustentável pode tornar o empreendimento mais complexo, uma vez que o empreendedor terá que assumir os custos e as dificuldades de implantação em um mercado que é receptivo aos produtos responsáveis social e ambientalmente, mas muitas vezes escolhem produtos mais baratos ou que agregam outros atributos.

Explora as motivações que levam os empreendedores sustentáveis a arriscarem recursos e tempo na tentativa de produzir bens e serviços que atuem nas soluções dos problemas da sociedade, ou seja, possibilitam a introdução de novos bens e serviços que maximizam, de forma integrada, a solução dos problemas sociais, ambientais e econômicos da sociedade.

Foi possível concluir que as motivações estão muito ligadas com o perfil do empreendedor, na medida que tem um interesse pessoal e genuíno na resolução de problemas sociais e ambientais, além das experiências que possui nesse campo, seja como voluntário ou ativista de alguma causa. Motivações diretamente ligadas ao nível de indignação com a forma de atuação de empresas que desprezam os impactos ambientais e sociais negativos que causam ou governos que não estão comprometidos com a mudança de uma cultura de consumo insustentável.

A crença dos empreendedores que contribuíram com esse trabalho de que é possível promover mudança nas pessoas que são impactadas pelos seus negócios os motiva ainda mais. Claramente, a geração de lucro não é um objetivo primordial para o empreendedor sustentável, embora a capacidade do

empreendimento em manter financeiramente não só o empreendedor, mas também os funcionários seja importante, há outras nuances que os motivam a ir em frente.

Este estudo levanta ainda quais são os principais obstáculos enfrentados pelos que se arriscam em negócios sustentáveis. As dificuldades encontradas não só para financiamento, mas para encontrar pessoas com as mesmas características, que abracem as causas sociais e ambientais e acreditem no sonho de mudar o mundo, taxado muitas vezes de idealistas.

Por fim, é também um reconhecimento ao trabalho que tem sido feito pelos empreendedores sustentáveis, quebrando paradigmas e inovando o que antes pensava-se ser utopia.

5.1 Limitações do estudo

Devido ao caráter qualitativo e exploratório, com o método de pesquisa realizado através de entrevistas, o estudo não permite tirar conclusões generalistas e representativas de um ponto de vista estatístico, uma vez que entrevistas podem conduzir a respostas ambíguas e induzidas, devido a presença do entrevistador. Dessa forma, a utilização de uma amostra maior, com método de pesquisa quantitativo, poderia validar os resultados obtidos nesse estudo.

Além disso, seria interessante conduzir esse estudo em outros locais, já que a cultura, infra-estrutura da indústria, políticas governamentais e economia influenciam a propensão para a ação empreendedora.

REFERÊNCIAS

- ABRAHAMSSON, A. **Sustainopreneurship – business with a cause: Conceptualizing entrepreneurship for sustainability**. Master Thesis, Växjö University, Faculty of Humanities and Social Sciences, School of Management and Economics. Sweden, 2007
- ALMEIDA, F. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.
- BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: conceitos e definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 2014. <Disponível: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>>. Acesso em 24 mai. 2016.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2006.
- BONI, V; QUARESMA, S. J. **Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais**. Em Tese, v. 2, n. 1, p. 68-80, 2005.
- BORGES, C.; BORGES, M. M.; FERREIRA, V. R. S.; NAJBERG, E.; TETE, M. F. **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.
- BOSZCZOWSKI, A. K.; TEIXEIRA, R. M. **O Empreendedorismo Sustentável e o Processo Empreendedor: Em Busca de Oportunidades de Novos Negócios como Solução para Problemas Sociais e Ambientais**. *Revista Economia & Gestão*, p. 141-168, 2012.
- BRAGA, J.; PROENÇA, M. T.; FERREIRA, M. R. **Motivações no empreendedorismo social**. *Investigação e Intervenção em Recursos Humanos*, v. 1, n. 1, 2014.
- CAMPOS, C. J. G. **Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde**. *Rev Bras Enferm*, 57(5), 611-4, 2004.
- CAPPELLIN, P.; GIULIANI, G. M. **Os herdeiros: estudo de caso das empresas de porte médio da região serrana do estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro. Sette Letras, p. 278 - 300, 1999.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A; DA SILVA, R. **Metodologia científica**, v. 6, 2006.
- CHIAVENATO, I. **Dando asas ao espírito empreendedor**. 4ª ed. São Paulo: Manole, 2012.
- COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**. Fundação Getúlio Vargas. Rio, 1988.

COMPANYS, Y.; McMULLEN, J. S. **Strategic Entrepreneurs at Work: The Nature, Discovery, and Exploitation of Entrepreneurial Opportunities**. Small Business Economics, v. 28, n. 4, p. 273-283, 2007.

CORAL, E. **Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial**. 2002. Disponível em : <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/82705>>. Acesso em 08 de Junho, 2016

COSTANZA, R. **Ecological economics: the science and management of sustainability**. New York. Columbia Press, 1991.

DECLARAÇÃO DA CONFERÊNCIA das Nações Unidas sobre o meio ambiente humano. 1972. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/estocolmo1972.pdf>>. Acesso em: 30 mai. 2016

DYLLICK, T.; HOCKERTS, K. **Beyond the case of corporate sustainability**. Business Strategy and the Environment, v.11, p.130-141, 2002. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/bse.323/full>> Acesso em: 23 de Junho, 2016.

Dornelas, J. C. A. **Empreendedorismo Corporativo**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2003.

_____, _____. **Empreendedorismo, transformando idéias em negócios**. São Paulo: Campus, 2008.

FUZETTI, D. L. K. . **Empreendedorismo na visão schumpeteriana como fator de estratégia de inovação empresarial: Estudo em uma metalúrgica**. 7º Congresso de Pesquisa da Universidade Metodista de Piracicaba, 2009. Disponível em: <<http://www.unimep.br/phpg/mostraacademica/anais/7mostra/3/131.pdf>>. Acesso em 24 mai. 2016

FRANCO, A. **Capital social**. Brasília: Millennium, 2001.

FILARDI, F.; BARROS, F. D.; FISCHMANN, A. A. **Do Homo Empreendedor ao Empreendedor Contemporâneo: Evolução das Características Empreendedoras de 1848 a 2014**. Revista Ibero-Americana de Estratégia, 2014.

GEM — Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Global, 2015.

GERLACH, A. **Sustainable entrepreneurship and innovation**. Centre for Sustainability Management: University of Lüneberg. Lüneberg, Germany. 2000.

GINSBERG, J. M.; BLOOM, P. N. **Choosing the right green marketing strategy**. MIT Sloan Management Review, p. 79-84, 2004.

- HALL, J. K.; DANEKE, G. A.; LENOX, M. J. **Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions**. *Journal of Business Venturing*, 25, 439–448, 2010.
- HESSELS, J.; GELDEREN, M.; THURIK, R. **Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers**. *Small Business Economy*, Vol. 31, pp. 323-339, 2008.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Artmed, 2014.
- HOCKERTS, K., WÜSTENHAGEN, R. **Greening Goliaths versus emerging Davids - Theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship**. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 481-492, 2010.
- LAYRARGUES, P. P. **Do ecodesenvolvimento ao desenvolvimento sustentável: evolução de um conceito**. *Revista Proposta*, v. 25, n. 71, p. 5-10, 1997.
- LARSON, A. L. **Sustainable innovation through an entrepreneurship lens**. *Business strategy and the environment*, v. 9, n. 5, p. 304, 2000.
- LIMA, C. G. F. **O debate da sustentabilidade na sociedade insustentável**. *Revista de ciências sociais-política e trabalho*, 1997.
- MAIMON, D. **Passaporte verde: gestão ambiental e competitividade**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.
- McDONOUGH, W.; BRAUNGART, M. **Design for the triple bottom line: new tools for sustainable commerce**. *Corporate Environmental Strategy*, v.9, n.3, p.251-258, 2002.
- MCMULLEN, J. S.; SHEPHERD, D. A. **Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur**. *Academy of Management review*, v. 31, n. 1, p. 132-152, 2006.
- MELO, C. K.; MARTINS, J. R. **Dimensões da sustentabilidade**. *AMAZÔNIA LEGAL*, v. 2, n. 3, p. 93-103, 2008.
- NASCIMENTO, E. P. **Trajatória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico**. *Estudos avançados*, v. 26, n. 74, p. 51-64, 2012.
- PARRISH, B. D. **Sustainability-driven entrepreneurship: principles of organization design**. *Journal of Business Venturing*, 2009. Disponível em: <DOI: 10.1016/j.jbusvent.2009.05.005>. Acesso em: 02 mai. 2016.

_____, _____. **Sustainability entrepreneurship: innovations in the logics of organizing.** World Symposium On Sustainable Entrepreneurship. Leeds United Kingdom, 2007.

PUGA, Fernando Pimentel. **Experiências de apoio às micro e pequenas e médias empresas nos Estados Unidos, na Itália e em Taiwan.** Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES: Rio de Janeiro, 2000.

QUELHAS, O. L. G.; ALVES, M. S.; FILARDO, P. S. **As práticas da gestão da segurança em obras de pequeno porte: integração com os conceitos de sustentabilidade.** Revista Produção On Line, v. 4. n. 2, 2003. Disponível em: <http://producaoonline.org.br/index.php/rpo/article/view/309>. Acesso em: 20 jun. 2016.

SEGAL, G.; BORGIA, D.; SCHOENFELD, J. **The motivation to become an entrepreneur,** International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Vol. 11 Iss: 1 pp. 42 – 57, 2005

SCHALTEGGER, S; WAGNER, M. Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. Business strategy and the environment, v. 20, n. 4, p. 222-237, 2011.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. **The promise of entrepreneurship as a field of research.** Academy of management review, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

SHANE, S.; LOCKE, E. A.; COLLINS, C. **Entrepreneurial motivation.** Human Resource Management Review, Vol. 13, pp. 257-79, 2003.

SHEPHERD, D.A., and PATZELT, H. **Sustainable entrepreneurship: Entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed.** Entrepreneurship: Theory & Practice, p. 137-163, 2011.

SCHLANGE, L. E. **Stakeholder Perception in Sustainable Entrepreneurship: The Role of Managerial and Organizational Cognition.** First World Symposium on Sustainable Entrepreneurship as part of the Corporate Responsibility Research Conference. University of Leeds, 2007.

SILVA, L. F.; BASSANI, C. L. **Evolucionismo: a face oculta do empreendedorismo.** Em: Brazilian Business Review, v 4, N° 1, pp. 60-73, 2007.

SILVA, J. M.; MACHADO, H. V. **Empreendedorismo e políticas públicas em pequenos municípios paranaenses: interpretações, participações e desdobramentos.** Revista Pretexto, v. 9, n. 4, 2008.

SILVA, L. S. A. D.; QUELHAS, O. L. G. **Sustentabilidade empresarial e o impacto no custo de capital próprio das empresas de capital aberto.** *Gestão & Produção*, 13(3), 385-395, 2006.

STEVENSON, H. **As seis dimensões da capacidade empreendedora.** In Dominando os Desafios do Empreendedor, organizado por Sue Birley e Daniel F. Muzyka. São Paulo: Makron Books, 2001.

STROBEL, J. S.; CORAL, E.; SELIG, P. M. **Indicadores de sustentabilidade corporativa: uma análise comparativa.** In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 28., Curitiba, 2004, Anais...Curitiba: ANPAD, 2004.

VINHA, V. G. **As empresas e o desenvolvimento sustentável: da eco-eficiência à responsabilidade social corporativa.** Rio de Janeiro: Elsevier, p.173 – 196, 2003.

YOUNG, W.; TILLEY, F. **Can businesses move beyond efficiency? The shift toward effectiveness and equity in the corporate sustainability debate.** Business Strategy and the Environment, v. 6, n. 15, p. 402-415, 2006.

ZARPELLON, S. C. **O empreendedorismo e a teoria econômica institucional.** Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía, p. 47-55. 2010.

ZEN, A. C.; FRACASSO, E. M. **Quem é o empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor.** RAM. Revista de Administração Mackenzie, v. 9, n. 8, p. 135-150, 2008.

APÊNDICE - ROTEIRO DE ENTREVISTA APLICADO AOS EMPREENDEDORES SUSTENTÁVEIS

Roteiro de entrevista

Identificação da empresa;

Setor de atuação;

Porte da organização;

Ano de fundação;

1) Compreensão do tema:

a. O que entende por sustentabilidade?

b. O que entende por empreendedorismo sustentável?

2) Perguntas:

Q1. Como teve início a sua prática empreendedora?

Q2. Quais foram as suas principais motivações na criação deste projeto?

Q3. As motivações que teve para criar o seu projeto são as mesmas hoje em dia ou se alteraram?

Q4. Já esteve envolvido na criação de algum projeto de empreendedorismo comercial?

Se sim, que motivações teve para o criar? São diferentes das que teve para criar este projeto?

Q5. (Em caso de resposta negativa na questão anterior) Porque criou uma iniciativa social e não comercial?

Q6. Antes de criar o seu projeto já fez voluntariado nesta área? E atualmente? Isso influenciou de alguma forma o projeto em que se envolveu?

Q7. O que acha de ser o seu próprio chefe?

Q8. Sente que há forte risco associado a este projeto?

Que outras situações na sua vida considera terem sido situações em que correu risco? Gosta de correr riscos?

Q9. Sente que o fato de ter o sua próprio empresa lhe confere um reconhecimento que não teria anteriormente? Esta também foi uma motivação para criar este projeto? E hoje em dia serve como fator motivador?

Q10. Sente-se realizado? A sua realização pessoal ou profissional esteve dependente da criação deste projeto?

Q11. Como surgiu a vontade de ser empreendedor?

Q12. Sempre teve expectativas de ter o seu próprio empreendimento? Foi algo planejado?

Q13. Quais eram as suas expectativas iniciais diante da criação do projeto? Foram cumpridas?

Q14. Possui outras pessoas na família/próximas que tenham criados projetos empreendedores?

Sente que isso influenciou de alguma forma a sua vontade de prosseguir com um projeto próprio?

Q15. Principais obstáculos com que se deparou no início da criação do projeto?

E hoje em dia? Como tem ultrapassado esses obstáculos?

Q16. Estava preparado para enfrentar essas dificuldades? Caso não, e se hoje soubesse que iria enfrentar essas dificuldades, avançaria com o projeto na mesma?

Q17. Acha que esses obstáculos são suficientemente fortes para inviabilizar as motivações de um potencial empreendedor sustentável?

Q18. Quais acha que devem ser as capacidades e competências de um empreendedor sustentável para obter sucesso?

Q19. Acha que existem diferenças entre um empreendedor comercial e um empreendedor sustentável? Quais?

Q20. O que recomendaria a outros empreendedores sustentáveis?

Q21. O que mudou em você? Que efeitos teve e o que tem representado para você ser um empreendedor sustentável?

Q22. Quais considera serem os aspetos positivos e negativos de ser um empreendedor sustentável?