



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

IGOR ROGER SOUSA DE SÁ

**EMPREENDEDORISMO VERDE: SUSTENTABILIDADE PARA
DESENVOLVIMENTO DOS NEGÓCIOS**

MOSSORÓ

2023

IGOR ROGER SOUSA DE SÁ

**EMPREENDEDORISMO VERDE: SUSTENTABILIDADE PARA
DESENVOLVIMENTO DOS NEGÓCIOS**

Monografia apresentada a Universidade
Federal Rural do Semi-Árido como requisito
para obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Gustavo da Silva

MOSSORÓ

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do (a) autor (a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data de defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

SS111 Sá, Igor Roger Sousa de.
e EMPREENDEDORISMO VERDE: SUSTENTABILIDADE PARA
DESENVOLVIMENTO DOS NEGÓCIOS / Igor Roger Sousa de
Sá. - 2023.
56 f. : il.

Orientador: Paulo Gustavo da Silva.
Monografia (graduação) - Universidade Federal
Rural do Semi-árido, Curso de Administração,
2023.

1. Empreendedorismo Verde. 2.
Sustentabilidade. 3. Vantagem Competitiva. I.
Silva, Paulo Gustavo da , orient. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada por sistema gerador automático em conformidade
com AACR2 e os dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Biblioteca Campus Mossoró / Setor de Informação e Referência
Bibliotecária: Keina Cristina Santos Sousa e Silva
CRB: 15/120

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (USP) e gentilmente cedido para o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (SISBI-UFERSA), sendo customizado pela Superintendência de Tecnologia da Informação e Comunicação (SUTIC) sob orientação dos bibliotecários da instituição para ser adaptado às necessidades dos alunos dos Cursos de Graduação e Programas de Pós-Graduação da Universidade.

IGOR ROGER DE SÁ

**EMPREENDEADORISMO VERDE: SUSTENTABILIDADE PARA
DESENVOLVIMENTO DOS NEGÓCIOS**

Monografia apresentada a Universidade Federal Rural do Semi-Árido como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Defendida em: 13 / 10 / 2023.

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 PAULO GUSTAVO DA SILVA
Data: 17/10/2023 10:49:55-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Paulo Gustavo da Silva (UFERSA)
Presidente

Documento assinado digitalmente
 JUDSON DA CRUZ GURGEL
Data: 17/10/2023 17:55:55-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Judson da Cruz Gurgel (UFERSA)
Membro Examinador

SUELY XAVIER DOS
SANTOS:

Assinado de forma digital por
SUELY XAVIER DOS
SANTOS:
Dados: 2023.10.17 11:19:07 -03'00'

Profa. Dra. Suely dos Santos Xavier (UFERSA)
Membro Examinador

“Unir-se é um bom começo, manter a união é um progresso, e trabalhar em conjunto é a vitória”

(Henry Ford)

RESUMO

Considerando as mudanças ocorridas no mundo por conta do advento da globalização e consequentemente o aumento da industrialização, observa-se que as questões ambientais são debates que estão sendo recorrentes, visando produções sustentáveis, sistemas mais limpos, e com descarte, bem como reaproveitamento efetuados de forma correta. O objetivo deste estudo será investigar os trabalhos científicos que tratam sobre empreendedorismo verde publicados no Brasil referente aos anos de 2010 a 2020. Tendo em vista isso, o presente estudo trará os conceitos de empreendedorismo verde, como uma maneira de produção sustentável, visando inclusive agregar valor ao produto ou serviço, pois este é um nicho na qual a demanda tende a crescer, acompanhando a população que tem se conscientizado acerca dos problemas ambientais. O estudo está pautado em revisões bibliográficas, de cunho qualitativo e caráter descritivo, que permitiu analisar 13 Artigos e 6 Dissertações/Teses que apresentaram alta relação com tema, pesquisados em bases de dados como Scielo, Web of Science, Google Scholar e a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações. O estudo permitiu que fosse avaliado o potencial da prática do empreendedorismo sustentável como vantagem competitiva, demonstrando que é possível agregar valor ao produto ou serviço, pois cada vez mais, observa-se essa conscientização e preocupação em práticas que causem menos agressões ao meio ambiente. Evidencia-se que esta é uma constante que exige mais estudos, em âmbito mundial, de forma que comece a se pensar em práticas sustentáveis que possam ser aplicadas, pensando-se inclusive nas próximas gerações.

Palavras-chave: Empreendedorismo Verde; Sustentabilidade; Vantagem Competitiva.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	–	Quatro Habilidades necessárias para empreender.....	20
Figura 2	–	Distribuição de empreendedores na sociedade.....	21
Figura 3	–	Processo de empreendedorismo sustentável.....	23

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	OBJETIVO GERAL	10
1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
1.3	JUSTIFICATIVA	10
2	REFERENCIAL TEORICO.....	11
2.1	EMPREENDEDORISMO	11
2.1.1	EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL	12
2.2	FORMAS DE OBTENÇÃO DO LUCRO SUSTENTÁVEL	15
2.3	PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS LIGADAS AO EMPREENDEDORISMO VERDE.....	20
3	METODOLOGIA	38
3.1	ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO.....	40
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	41
4.1	LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO	42
4.1.1	LEVANTAMENTO DE ARTIGOS PUBLICADOS	42
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
	REFERÊNCIAS	51

1 INTRODUÇÃO

No cenário atual, a preocupação com as questões ambientais e a necessidade de práticas mais sustentáveis têm alcançado um protagonismo inegável na sociedade. Diante dos desafios aparentes o Empreendedorismo Verde tem emergido como uma abordagem promissora para conciliar o desenvolvimento dos negócios com a preservação do planeta.

No período de 2010 à 2020, foi observado uma escassez de estudos nacionais aprofundados sobre a temática em questão. Esse cenário é motivo de inquietação, especialmente quando consideramos a importância vital que esse assunto possui para o desenvolvimento contínuo do mercado. Uma compreensão aprofundada dessa temática não apenas aprimora nosso conhecimento, mas também desempenha um papel crucial na orientação de políticas públicas, estratégias empresariais e inovação tecnológica. Além disso, realizar um levantamento atualizado sobre a situação da temática é fundamental para contextualizar as discussões e tomar decisões informadas. Portanto, é imperativo que mais pesquisas sejam conduzidas, a fim de preencher essa lacuna de conhecimento e garantir que o progresso seja alcançado de maneira sustentável e bem informada.

De acordo com Weston *et al.* (2019) e Schaper *et al.* (2014) nos últimos anos, com a crescente preocupação com os problemas ambientais e a necessidade de um desenvolvimento mais voltado a sustentabilidade, têm-se impulsionado uma nova abordagem nos negócios: o empreendedorismo verde. Empreendedores em todo o mundo estão reconhecendo a importância de aliar o sucesso empresarial junto à responsabilidade ambiental, buscando diversas oportunidades de negócios que promovam um negócio sustentável e diminuam os impactos negativos ao meio ambiente.

O empreendedorismo verde pode ser indicado como um conjunto de práticas empreendedoras que buscam estabelecer o sucesso empresarial aliado a responsabilidade ambiental. Abrange a identificação e exploração de oportunidades de negócios que promovam a sustentabilidade ambiental, reduzindo os impactos negativos no meio ambiente e ao mesmo tempo criando certo valor econômico (SCHAPER *et al.*, 2014; HART, 2008).

Segundo Epstein e Buhovac (2014), Porter e Kramer (2011), Eccles, Ioannou e Serafeim (2014), a importância da sustentabilidade nos negócios é cada vez mais reconhecida como um fator crucial para a viabilidade e o sucesso das empresas a longo prazo. Incorporar

práticas sustentáveis em todas as áreas de uma organização traz uma série de benefícios significativos. Aqui estão alguns pontos que destacam a importância da sustentabilidade nos negócios: Responsabilidade social e ambiental, gestão de riscos, eficiência operacional, inovação e diferenciação, atração de talentos e retenção de funcionários e por último reputação e imagem corporativa.

O empreendedorismo verde não se limita apenas a empresas relacionadas a setores tradicionalmente considerados "verdes", como energias renováveis ou reciclagem. Na verdade, abrange uma ampla gama de indústrias e modelos de negócios, desde *startups* inovadoras até grandes corporações que buscam adotar práticas mais sustentáveis. Essa abordagem visa não apenas reduzir os danos ambientais, mas também encontrar oportunidades de negócios lucrativas em meio às demandas crescentes por soluções sustentáveis (HOCKERTS e WÜSTENHAGEN, 2010; DEAN e MCMULLEN, 2007).

Apesar da dificuldade em encontrar artigos recentes que tratem sobre a reciclagem para a produção de produtos e serviços, alguns autores veem o empreendedorismo verde como um potencial vantagem como também uma forma de preservar o meio ambiente. “Como empreender de forma sustentável e se obter lucro?”.

1.1 OBJETIVO GERAL

- Investigar os trabalhos científicos que tratam sobre empreendedorismo verde publicados no Brasil referente aos anos de 2010 a 2020.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Efetuar levantamento bibliográfico dos trabalhos publicados pesquisados no período de 10 anos sobre empreendedorismo verde;
- Identificar se o empreendedorismo verde é uma vantagem competitiva;
- Apresentar os tipos e características do empreendedor sustentável;
- Demonstrar da importância do empreendedorismo verde na gestão estratégica da empresa e sua interferência nos resultados da organização.

1.3 JUSTIFICATIVA

O empreendedorismo verde é um tema de extrema relevância na atualidade, uma vez que enfrentamos desafios ambientais críticos, como as mudanças climáticas, a perda de biodiversidade e a escassez de recursos naturais. O empreendedorismo verde oferece soluções inovadoras para esses problemas, por meio da criação de negócios sustentáveis que visam não apenas o lucro, mas também o benefício do meio ambiente e da sociedade.

O tema foi selecionado por tratar a importância do Empreendedorismo Verde, principalmente na fabricação de produtos a partir daquilo que para muitos é considerado lixo, aplicando de forma sustentável sua produção, para que a geração de resíduos seja minimizada. Hoje em dia o que mais vemos, são empresas que buscam embalagens biodegradáveis, materiais que possam se decompor de forma mais rápida, ou até mesmo materiais que possam ser reutilizados. E a partir disso surgiu a motivação para a elaboração da pesquisa, para buscar entender essa forma de empreender.

2 REFERENCIAL TEORICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

Desde as últimas décadas do século XX, o tema do empreendedorismo vem sendo objeto de maior atenção por parte de governos, empresários, trabalhadores e sociedade de modo geral. Uma das questões centrais que se colocam sobre esse tema é a ampliação da capacidade empreendedora, a qual, até recentemente, foi associada estritamente à qualificação formal de indivíduos (capital humano). Evidencia-se, entretanto, cada vez mais, que tal capacidade não se resume ao aprimoramento de pessoas e empresas isoladamente, por meio do incremento da dotação de trabalhadores qualificados e treinados (ALBAGLI e MACIEL, 2002).

Neste contexto observa-se que o empreendedorismo ocorre com maior facilidade em ambientes que propiciem o seu acontecimento, ou seja, quando há o incentivo para se inovar tanto do meio organizacional como também por parte dos colaboradores, que precisam ser motivados a ter novas ideias e a colocar em prática novos processos que podem melhorar o desempenho da empresa.

Santos (2007) afirma que o empreendedor deve exercer o seu papel o tempo todo, em qualquer lugar, mais ainda: já que a cidade, a comunidade, a ONG, o casal e até ele próprio devem ser vistos como uma empresa, das duas uma: ou o mercado recobre a sociedade inteira ou esta se reduz à esfera econômica.

Observa-se que mesmo que haja modificações e alterações no empreendedorismo ao longo dos anos, este continua sendo um papel central no processo de crescimento da empresa. De acordo com Tragtenberg (2005), antes visto somente como o empresário que detém as ações, ou seja, o capitalista proprietário individual, para se tornar o “capitalista com salário”.

Atualmente, vemos que ocorre o resgate deste profissional atrelado à organização como um empreendedor organizacional, coletivo e intraempreendedor.

Drucker (1987) retrata de forma bastante precisa o conceito de empreendedor elaborado por Say, ao atribuir-lhe o papel de transferir recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento, possibilitando, desse modo, uma maior eficiência e eficácia à economia, alcançando, sobretudo, o equilíbrio financeiro da sua empresa e o máximo de lucros e de vendas.

A degradação do meio ambiente surge a partir da necessidade de exploração de recursos naturais e com a ação humana para aumento das áreas urbanas, para construção de residências, indústrias e comércio, isso de acordo com a demanda populacional que vem crescendo cada vez mais nos últimos anos. A atenção dedicada às questões ambientais como o consumo excessivo dos recursos naturais, o aquecimento global, a destruição da camada do ozônio, a poluição e o consumo excessivo de produtos e serviços com efeitos nefastos para o planeta, é notória (TANNER E KAST, 2003).

O conceito economia verde, surgiu em 2008 no PNUMA (Programa das Nações Unidas para o Meio ambiente), visando o crescimento da economia com base em ações de bem-estar e com riscos ambientais reduzidos, cujo objetivo seria preservar o meio ambiente. Portanto, este termo tem como significado central, conciliar a produção de baixo carbono, o uso eficiente e sustentável dos recursos naturais e a inclusão social. Neste contexto, o empreendedorismo verde, além de necessário por conta da sustentabilidade do planeta e sua manutenção de forma consciente, é uma forma de criar um público-alvo interessado neste segmento que a empresa deseja seguir, criando uma diferenciação do mercado competitivo.

2.1.1 EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL

Para Boszczowski e Teixeira (2012) o empreendedorismo sustentável cria não só valor econômico para as economias locais, mas também desenvolve novos tipos de modelos de negócio que possibilitam o desenvolvimento sustentável e gere benefícios sociais e ambientais para a sociedade, oferecendo ao empreendedor a oportunidade de obter lucros a partir da solução de um problema ambiental e social.

Seguindo este pensamento, surgem os “consumidores verdes”, que são pessoas que estão preocupadas e questionam-se a respeito daquilo que consomem, e qual impacto isto pode trazer para o planeta. Além disso, principalmente com o avanço da tecnologia, vemos

surgir ideias de como produzir de forma que a emissão de gases seja menor, produtos com embalagens biodegradáveis e até processos que não necessitem de recursos hídricos para produção, tudo isto visando a manutenção dos recursos do planeta.

Segundo Santos (2019) o uso do solo ligado a momentos particulares do processo de produção das relações capitalistas é o modo de ocupação de determinado lugar da cidade, a partir da necessidade de realização de determinada ação, seja a de produzir, consumir, habitar ou viver.

O ser humano necessita, para viver, ocupar um determinado lugar no espaço. Só que o ato em si não é meramente o de ocupar uma parcela do espaço; ele envolve o ato de produzir o lugar. Porém algumas práticas podem ser adotadas a fim de diminuir essa degradação ambiental, seja desde que com práticas agropecuárias menos ofensivas, pois além do fator do espaço natural utilizado, temos a emissão de gases poluentes, como também a prática de reciclagem, fazendo a separação do lixo e a diminuição do consumismo. Porém, estas são práticas relacionadas ao consumo em um âmbito global, sendo, portanto, muito difíceis de ser administradas, uma vez que o capitalismo rege sobre o consumo e a produção, onde para se ter lucro, é necessário produzir.

As empresas podem fazer a sua parte, trabalhando de forma mais sustentável, visando uma menor agressão ao meio ambiente, seja com o descarte correto do lixo e até mesmo adotando medidas de reciclagem, pois a separação do lixo utilizado, ajuda em muito em qual será o seu destino.

Podemos citar a título de exemplo, o cenário atual vivenciado por conta da pandemia do COVID-19, pois ao se verificar as imagens por satélite, vemos uma atmosfera mais limpa, ou seja, o fato de ficarmos em casa e diminuirmos a circulação, bem como consumo, e as indústrias diminuírem o seu ritmo, trouxe benefícios ao meio ambiente. Este de longe, está perto de ser o melhor cenário, tendo em vista o caos que estamos vivendo na economia e nos países, porém podemos constatar que a intervenção humana de forma não consciente causa danos irreversíveis ao meio ambiente, e ao mundo como um todo.

De acordo com Filion e Lima (2010), o estudo do empreendedorismo pode ser feito a partir de diferentes perspectivas, uma delas envolve as características dos atores empreendedores, ou seja, a capacidade de trazer novos aspectos que contribuam de uma forma diferenciada para a empresa e de forma positiva, sendo algo inovador.

Diante do mundo globalizado sem fronteiras, onde obter informações se tornou algo acessível a todos, o empreendedorismo faz-se como um processo de desenvolvimento

econômico para a nação, estimulando o crescimento, gerando empregos, novas tecnologias, produtos e serviços. Este processo faz com que apliquemos conhecimentos, com aquilo que se tem aptidão em fazer, associando-se a escassez cada vez mais frequente de emprego, dando forma ao negócio e consequentemente sustento das famílias envolvidas. Para realizar sua função e impulsionar o desenvolvimento econômico, o empresário necessita de duas coisas, segundo Reis (2023) de um pacote de inovações tecnológicas ainda não utilizadas e aptas a serem postas em prática; e, 2. de linhas de crédito de curto e longo prazo, para que possa transformar capital em meios de produção, adotar novos métodos e gerar novos produtos. (REIS, 2023).

Segundo Parisoto (2020) a inovação é um termo econômico e social. Seu critério não se baseia na ciência ou na tecnologia, e sim nas mudanças no ambiente econômico social e no comportamento das pessoas como consumidores e produtores. Em outras palavras uma empresa sabe a hora certa de inovar quando os clientes têm novos anseios, quanto maior o avanço tecnológico e para se manter a competitividade e concorrência perante ao mercado.

Porém para Isaak (2002), o ecoempreendedor, ou seja, aquele que pratica o desenvolvimento sustentável busca transformar um setor da economia em direção à sustentabilidade por meio do lançamento de negócios em setor com design verde, processos verdes e com comprometimento de longo prazo com a sustentabilidade em tudo que é dito e feito. Portanto o desenvolvimento sustentável, procurar satisfazer as necessidades do atual cenário que vivemos, sem comprometer as próximas gerações que virão, tentando minimizar os efeitos, fazendo com que os recursos sejam preservados e não esgotados. De acordo com Araújo (2019): Se tudo for igual, quanto mais empreendedores uma sociedade tiver e quanto maior for o valor dado, nessa sociedade, aos modelos empresariais existentes, maior será o número de jovens que optarão por imitar esses modelos, escolhendo o empreendedorismo como uma opção de carreira. (ARAÚJO, 2019).

Porém, o que mais se vê hoje é como o crescimento demasiado de cidades, indústrias e comércios, está prejudicando o meio ambiente. Pensando nisso, o termo Empreendedor Verde, vem sendo largamente aplicado em diversas instituições, garantindo o crescimento dessas, porém de forma sustentável, visando a preservação do meio ambiente à longo prazo, sem prejudicar o crescimento do negócio. Neste quesito, tanto a empresa quanto meio ambiente saem ganhando, pois há geração de empregos e aquecimento da economia, porém respeitando-se os limites de ambos.

Uslu *et al.* (2015) considera que o empreendedorismo sustentável é o desenvolvimento de um produto e/ou serviço que estabelece um interesse recíproco entre o ambiente e o

empreendedorismo. Contudo podemos dizer que o empreendedorismo verde se apresenta como novas oportunidades de negócio, baseando-se não somente no quesito financeiro e econômico, mas também no conteúdo de preservação do patrimônio natural e social do planeta, trazendo através deste a solução para alguns problemas ecológicos, porém agregando valor econômico para a produção ou para o processo em questão.

Pode-se dizer, portanto que o Empreendedorismo e o Empreendedorismo Verde, se diferem na importância que é a dada para questão ambiental, e como esta pode ser utilizada como vantagem competitiva para o seguimento, sendo que cada vez mais a preocupação com estes fatores e com o legado que deixaremos para as gerações futuras é maior, fazendo gerar esforços para que se possa modificar este cenário.

No contexto do ambientalismo empresarial, segundo Souza (2004), o processo estratégico deliberado passou a ser influenciado por diversos agentes externos, como por exemplo, os investidores e acionistas, que têm interesses na correlação positiva entre as performances econômica e ambiental; instituições de créditos, que associam posturas negativas ambientalmente a riscos financeiros mais elevados; e associações comerciais, religiosas e escolas de negócios, que institucionalizaram demandas ambientais.

Tendo isso em vista, ressalta-se a necessidade de estudar e compreender teorias e práticas do empreendedorismo sustentável, principalmente em no contexto que envolve essas empresas e os *stakeholders*. Evidencia-se que estudos teóricos recentes têm salientado a criação de valores entre empresas e seus stakeholders como condição necessária para a sustentabilidade do negócio (SCHLANGE, 2009).

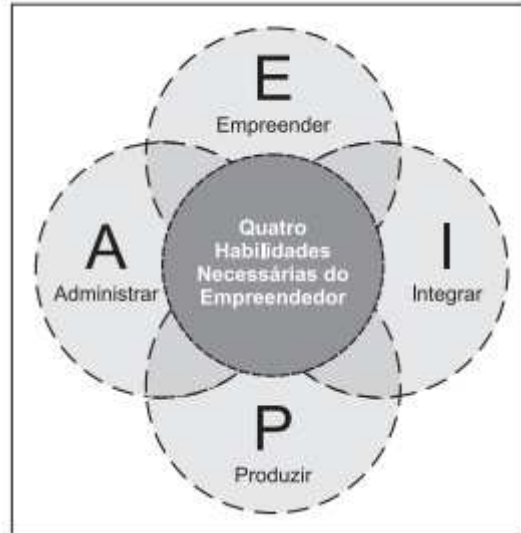
Tendo em vista isto, podemos dizer que esta variável ambiental, cada vez mais vem se tornando uma ferramenta de estratégia competitiva entre as empresas, podendo ser chamada de *Marketing Verde*, uma vez que as empresas se beneficiam desta reputação almejando trazer mais credibilidade ao seu produto ou serviço.

2.2 FORMAS DE OBTENÇÃO DO LUCRO SUSTENTÁVEL

Por conta do crescimento e potencial visto pelo empreendedorismo, muitos pesquisadores e empresas também, focaram seus esforços em estimular a inovação. Percebe-se dessa maneira que fatores psicológicos e sociológicos, além claro das competências específicas de cada área, são características influenciadas por fatores ambientais, econômicos e sociais.

Kerstenetzky e Frenkel (2022) propôs quatro habilidades fundamentais para um empreendedor, demonstradas na figura 1.

Figura 1: Quatro habilidades necessárias para empreender.



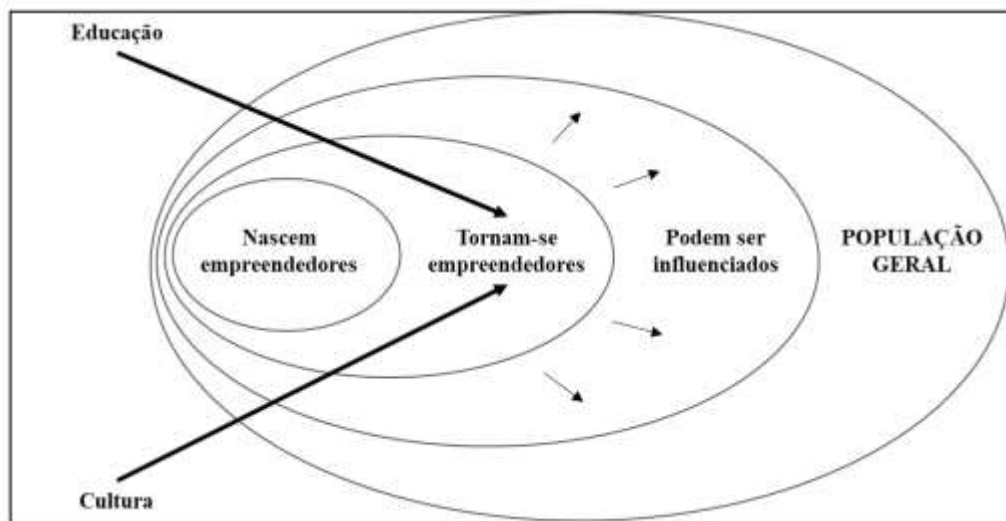
Fonte: Degen (2009)

Segundo Cunha (2004), a palavra empreender, *imprehendere*, tem origem no latim medieval, antes do século XV e significa tentar "empresa laboriosa e difícil", ou ainda, "pôr em execução".

Nesse sentido, o conceito de empreendedorismo de acordo com Silva (2022), é definido como: "... qualquer tentativa de criação e desenvolvimento de novos negócios ou criação de novas empresas, como o trabalho por conta própria, uma nova organização empresarial, ou a expansão de uma empresa já existente, por um indivíduo, uma equipe de pessoas, ou um negócio estabelecido" (SILVA, 2022).

Além das condições econômicas, políticas e sociais, deve-se citar que as questões de ordem individual, como maior ou menos prevalência de características empreendedoras, impactam sobre o potencial empreendedor. Segundo Sarkar (2010), os traços empreendedores são mais prevalentes em alguns indivíduos, no entanto, o empreendedorismo poderá ser promovido através do apoio e da consolidação de uma cultura empreendedora. Na figura 2, pode-se evidenciar o círculo menor representado pelas pessoas inatas, e o círculo maior, pelas pessoas influenciadas pela educação e cultura, culminando em um interesse maior pelo empreender.

Figura 2: Distribuição de empreendedores na sociedade.



Fonte: SARKAR (2010, p.76)

O conceito de empreendedorismo, no século XII, era visto como alguém que incitava brigas. Já no século XVI, o empreendedor era visto como aquelas figuras impostas pelo militarismo. Contudo, no século XVII, o empreendedor era a pessoa que dirigia o negócio, que corria os riscos do mercado e eram inovadores e também focavam em oportunidades de se obter lucro.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE] (2006), o empreendedor pode ser definido como sendo o indivíduo que possui ou busca desenvolver uma atitude de inquietação, ousadia e proatividade na relação com o mundo, condicionada por características pessoais, pela cultura e pelo ambiente, o que favorece a interferência criativa e realizadora, no meio, em busca de ganhos econômicos e sociais.

A palavra empreendedor remete ao significado daquele indivíduo que move todos os seus sonhos para a construção do seu negócio. De certo modo, ser empreendedor, não necessita de um local físico, ou seja, montar uma empresa para empreender, pois as atitudes daquela pessoa o fazem empreendedor.

Laviere (2010), diz que nos cursos de Administração, no Brasil, existe uma tendência para a formação do egresso, tendo-se como referência preparar funcionários para carreiras em grandes empresas.

O termo empreendedorismo já é amplamente utilizado nos dias de hoje, inclusive no meio acadêmico. Revistas acadêmicas internacionais como *“Entrepreneurship Theory and Practice, Entrepreneurship and Regional Development, Journal of Developmental*

Entrepreneurship e *Journal of International Entrepreneurship*” se dedicam exclusivamente ao tema. No Brasil, apesar de não termos revistas específicas sobre o tema, ele é amplamente discutido naquelas que relatam temas envolvendo a administração e o desenvolvimento econômico, em livros e encontros de palestras.

Lopes e Souza (2005) objetivaram especificamente a construção de um instrumento de medição para o perfil empreendedor. Os autores partiram de quatro fatores identificados pela literatura: realização, planejamento e poder, acrescidas do fator inovação. Para se tornar um empreendedor, deve-se ser persistente, competitivo, e lutar para as realizações de suas ideias, confiar em si mesmo e aprender com os próprios erros. Além disso, ter um planejamento futuro, ser otimista acerca dos resultados, arriscar-se, informar-se e aprender sempre, pois o mundo está em constante mudança, sendo necessário estar sempre acompanhando para não ficar parado e de certa forma tornar-se obsoleto.

Desta forma, pode-se dizer que as pessoas devem conquistar e aprender essas funções empreendedores, para que na prática seja possível colocá-las na rotina de seu empreendimento, ou até mesmo em processos quando se tem um negócio já consolidado.

Para Wiklund E Sheperd (2005), a orientação empreendedora contribui positivamente para a performance de pequenas empresas. Os autores afirmam que a orientação empreendedora pode prover a habilidade de descobrir novas oportunidades, facilitando a diferenciação e a criação de vantagem competitiva. O estudo com 413 pequenas empresas, permitiu que os autores concluíssem que uma orientação empreendedora pode ajudar a superar dificuldades decorrentes de ambientes pouco dinâmicos, onde novas oportunidades raramente aparecem, e de mesmo que os recursos financeiros sejam limitados. Segundo eles, pequenas empresas em ambiente sob tais condições podem ter uma performance superior se tiverem uma forte orientação empreendedora.

Medeiros (2022) aponta para algo semelhante ao descrito acima, onde o empreendedorismo é integralmente relacionado a variáveis de ambiente, de estrutura, de estratégia e de personalidade do líder, e que este relacionamento varia sistematicamente e logicamente de um tipo de organização para outro. Segundo ele, em pequenas empresas, o empreendedorismo é predominantemente influenciado pelo líder, sua personalidade, sua força, e sua informação.

Complementando este pensamento, Raats (2018) afirma que assim como o comportamento empreendedor em nível individual pode afetar a ação organizacional, em muitos casos os comportamentos empreendedores individual e organizacional podem ser muito semelhantes, como é o caso de pequenas empresas.

De uma maneira geral, a literatura sugere um “agir” mais autônomo para a orientação empreendedora, caracterizado pela voluntariedade em inovar e correr riscos, sendo mais agressivo perante os concorrentes e atento às necessidades do mercado. Isso pode fazer com a empresa tenha um melhor desempenho no mercado local, podendo abrir portas para um processo de internacionalização das organizações.

Hart e Milsten (2003) reforçam que as empresas devem empreender esforços no sentido de desenvolver capacidades a fim de reorientar suas competências de modo a adotar tecnologias e habilidades mais sustentáveis, pois enfrentam um outro desafio, que consiste na interação e diálogo com os stakeholders, atentando para o desenvolvimento de soluções economicamente interessantes para os problemas sociais e ambientais do futuro.

Evidencia-se que a criação e inovação, interligadas ao conceito do empreendedorismo, podem e devem ser aplicadas no âmbito social e ambiental, não somente com fins exclusivamente financeiro, mas também pensando em uma produção mais sustentável, de forma que no futuro, as ações daquele momento não impactem negativamente no cotidiano das próximas gerações, pois estes serão os que terão que lidar com os problemas causados por não haver uma correta conscientização no presente momento.

Abaixo, segue uma tabela, adaptada de Martens (2010), demonstrando a relação de características que um empreendedor deve ter segundo alguns estudiosos desta área.

Quadro 1: Dimensões da orientação empreendedora adotadas por diferentes estudos

Estudos	Dimensões	Inovatividade	Assumir riscos	Proatividade	Autonomia	Agressividade competitiva
Miller (1983)		X	X	X		
Covin e Slevin (1989, 1991) *		X	X	X		
Covin e Covin (1990) *		X	X	X		X
Guth e Ginsberg (1990)		X	X	X		
Zahra e Covin (1995)		X	X	X		
Lumpkin e Dess (1996)		X	X	X	X	X
Morris <i>et al.</i> (1994)		X	X	X		
Wiklund (1998, 1999)		X	X	X		
Messeghem (2003)		X	X	X		
Richard <i>et al.</i> (2004)		X	X	X		
Mello <i>et al.</i> (2004)		X	X	X		
Mello e Leão (2005) **		X	X	X	X	X
Wiklund e Shepherd (2005)		X	X	X		
Covin <i>et al.</i> (2006)		X	X	X		

Fonte: MARTENS (2010).

Desta maneira, observa-se que embora as cinco dimensões listadas acima, sejam centrais para entender o empreendedorismo, elas podem ocorrer em combinações diferentes, dependendo do tipo de atividade que a empresa atua, verificando o conceito de multidimensionalidade deste conceito.

Schumpeter ao introduzir sua Teoria de Destruição Criativa, dizia que o empreendedor é o agente do processo de destruição criativa, que é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros (BRITO, 2021)

Contudo, verifica-se que as atividades empreendedoras, são extremamente interligadas às operações globais das organizações, fazendo com que a orientação empreendedora possa atuar em sua renovação, melhorando processos e trazendo à tona habilidades nas quais sejam possíveis assumir riscos e possibilitem a competição em meio ao mercado.

O empreendedorismo sustentável reúne diferentes interpretações, podendo ser compreendido como um guarda-chuva conceitual para o empreendedorismo ambiental, o empreendedorismo verde, o empreendedorismo social e outros. (MAJID e KOE, 2012).

Diante disto, a próxima seção abordará o conceito de empreendedorismo verde, e quais as características deste empreendedor, fazendo uma contraposição entre a visão atual que temos do conceito aplicado às empresas e o que isso pode trazer de benéfico, levando-se em consideração o empreendedorismo sustentável como ferramenta competitiva.

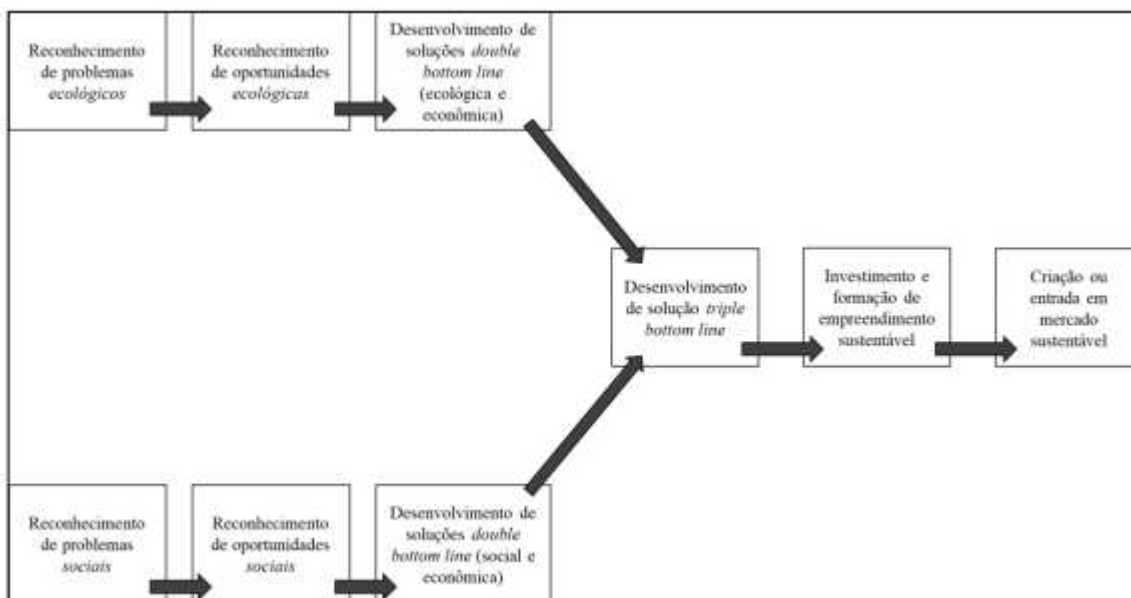
2.3 PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS LIGADAS AO EMPREENDEDORISMO VERDE

O empreendedorismo sustentável ou ecoempreendedorismo, segundo Belz e Binder (2015), é visto como o reconhecimento, desenvolvimento e exploração de oportunidades por indivíduos na criação de futuros produtos e serviços com ganhos econômicos, sociais e ecológicos.

Para que as oportunidades ambientais sejam identificadas é necessário que seja construído uma espécie de radar, de forma que as questões ambientais possam ser identificadas. De acordo com Boszczowski E Teixeira (2009), o reconhecimento de oportunidades de negócios sustentáveis apresenta uma série de requisitos: i) inicialmente o empreendedor deve identificar uma necessidade sob a forma de uma causa ou problema social ou ambiental; ii) o empreendedor deve também identificar os meios de atender tal necessidade, ou seja, criar valor social e ambiental baseado na geração de valor econômico; iii) por último, ele precisa, cognitivamente, unir esses dois conhecimentos em um objeto coerente que pode então, ser chamado de oportunidade de negócios sustentáveis. Abaixo, na

figura 3, exemplifica-se o processo de empreendedorismo sustentável, onde o caminho para o desenvolvimento sustentável depende de escolhas iniciais.

Figura 3: Processo de empreendedorismo sustentável.



Fonte: Belz e Binder (2015).

As ações sustentáveis ou de cunho ambiental podem se apresentar como meio e até mesmo um objetivo para se empreender. Enquanto para uns o principalmente objetivo de um empreendimento é o lucro, para outros o objetivo é colaborar com o desenvolvimento sustentável, sendo o lucro uma consequência para se manter a continuidade de suas atividades.

Parrish (2010) distingue estes dois grupos de empreendedores sustentáveis como os que são movidos pela oportunidade (*opportunity-driven*) ou pela sustentabilidade (*sustainable-driven*). Os primeiros utilizam a sustentabilidade como meio, o segundo como objetivo.

Alguns pesquisadores só consideram empreendedores sustentáveis, aqueles que além dos ganhos financeiros, são motivados pelos ganhos sociais e ambientais com os processos que estabelecem no mercado. Partindo deste conceito, um empreendedor que somente visa o financeiro explorando o esse nicho de sustentabilidade, não seria considerado um ecoempreendedor. Contudo, Hockerts E Wustenhagen (2010) acreditam que os empreendedores que só exploram o nicho da sustentabilidade como meio também são

considerados sustentáveis porque criam valor ambiental ou social graças ao produto ou serviço que oferecem.

O conceito de sustentabilidade é recente, sendo que apenas mais em 2007, os termos “*Sustainable Entrepreneur*” ou “*Sustainable Entrepreneurship*”, traduzidos como empreendedor em desenvolvimento sustentável e empreendedorismo em desenvolvimento sustentável surgiram na vida cotidiana.

Enquanto alguns empreendedores estão altamente engajados com o desenvolvimento do planeta, bem como sua preservação, outros somente criam regras para que a empresa se adeque às questões de proteção ao meio ambiente. Ainda neste contexto e conforme já citado, existem ainda aqueles que só enxergam o empreendedorismo verde como um nicho mercadológico, servindo como meio para de obter cada vez mais lucros. Desta forma, foram seguidos os critérios para o empreendedorismo sustentável propostos por Schlange (2006), apresentados na Tabela 2.

Tabela 1: Critérios do Empreendedorismo Sustentável.

Área	Indicadores	Descrição dos Critérios
Econômica	Aquisição	Uso de materiais de fornecedores regionais
	Persistência	Claras perspectivas para o desenvolvimento da empresa em longo prazo
	Potencial de Crescimento	Objetivos econômicos de crescimento, investimento e orientação à inovação
	Missão	Orientação sustentável como parte integrante do sistema de valor da empresa
	Identificação	Empregados dividem um entendimento comum sobre objetivos sustentáveis
	Cooperação	Relacionamento de longa data com parceiros locais e regionais
Ecológica	Transporte	Uso de meios de transporte ecológicos
	Resíduos	Fontes alternativas de energia e uso eficiente de energia consumida
	Emissões	Redução de emissão de resíduos e desperdício de materiais
	Processo de produção	Redução dos níveis de emissão, exclusão de toxidade
	Produto	Gerenciamento ecológico dos processos de produção
Social/Ética	Igualdade de direitos	Gênero e questões gerais e uso eficiente de energia consumida
	Participação	Gestão participativa nos objetivos do negócio, apoio às atividades da comunidade
	Pessoal	Desenvolvimento ativo das competências dos empregados, esquemas de recompensas
	Ambiente de trabalho	Oferecimento de condições seguras e programas de saúde para os empregados
	Integração regional	Troca de experiências com atividades culturais de economia local/regional
	Comunicação	Honestidade e informações transparentes ao público sobre as atividades do negócio

Fonte: Fonte: SCHLANGE (2006)

Segundo, Barbieri (2011), além das práticas de controle e prevenção da poluição, a empresa procura aproveitar oportunidades mercadológicas e neutralizar ameaças decorrentes de questões ambientais existentes ou que poderão ocorrer no futuro. Desta forma, a empresas conseguem naturalmente, criar cadeias de valores sustentáveis com a produção de bens e serviços ecologicamente corretos.

Prevenções referentes a poluição, visando formas de produção de mais limpas, ampliam as competências de uma empresa e fazendo com que esta obtenha vantagem competitiva em relação as demais. a vantagem competitiva deve ser criada dentro de um escopo mais amplo de legitimidade social. [...] uma estratégia de prevenção da poluição tem por objetivo reduzir as emissões, usando métodos de melhoria contínua focados em objetivos ambientais bem definidos, em vez de depender de caros investimentos de capital “*end-of-pipe*” para controlar as emissões. (ARAÚJO JÚNIOR, 2020)

No estudo de Blanck (2020), a reputação da empresa foi considerada como segundo lugar na ordem de importância entre as forças motrizes para melhor desempenho ambiental das empresas. Deste modo, evidencia-se que os consumidores estão cada vez mais preocupados e conscientes em relação aos impactos ambientais, exigindo do mercado produtos que também acompanhem esta tendência. De uma certa forma, os consumidores estão dispostos a pagar um valor maior por produtos ecologicamente corretos, e estão propensos a não consumir e até mesmo boicotar produtos com uma má reputação ambiental.

Schlange (2006, 2009) argumenta que o empreendedorismo sustentável se concentra em criar valores sustentáveis com base nos fatores econômico, social e ambiental; e que a integração desses fatores contribui para a sobrevivência da empresa no longo prazo, à medida que seus valores são compartilhados entre seus stakeholders. Desse modo, a sustentabilidade se torna fonte de criação de valores na empresa e norteadora dos objetivos do negócio, contribuindo na escolha dos seus stakeholders, uma vez que ambos deverão compartilhar valores e benefícios

A título de exemplo, observamos este processo na indústria de cosméticos. As pessoas procuram produtos que não tenham sido testados em animais, demonstrando a preocupação com o meio ambiente e tudo que o contemple. Mesmo que os produtos sejam mais caros, há um consumo grande e uma preocupação cada vez maior em toda cadeia seguir os mesmos exemplos de algumas empresas. Aqui cabe a ressalva de que os métodos de testagem em

animais são arcaicos, e de fato cabe aos setores produtores encontrarem maneiras ecologicamente corretas para que possam garantir a qualidade dos seus produtos sem que agriçam o meio-ambiente.

Assim, partindo da ideia defendida pelos autores Figge e Schaltegger (2000), Perrini e Tencati (2006) e Shepherd e Patzelt (2011), é possível verificar que o valor sustentável criado por tais tipos de empresas junto aos seus fornecedores pode contribuir para o desenvolvimento sustentável à medida que suas ações relacionadas aos aspectos ambientais e sociais se traduzem em benefícios para os indivíduos, sejam funcionários ou comunidade. Contribuições também podem ser percebidas por meio da conservação dos recursos naturais, da igualdade de oportunidades, apoio à educação e geração de emprego e renda.

Outra questão que podemos levantar, é o consumo de alimentos orgânicos, livres de agrotóxicos. Sabe-se que a utilização de agrotóxicos além de prejudicial ao meio ambiente, também oferece riscos ao ser humano caso o uso seja em níveis altos. Os produtores, encontraram nesta oportunidade, uma vantagem competitiva, onde oferecem alimentos que não expõe riscos à saúde de quem o consome e consequentemente consegue agregar mais valor ao seu produto. Claro que o manejo, e medidas necessárias para que se mantenha o sistema de produção aumentam por conta de todos os cuidados que tem de haver, porém há recompensas, tanto no âmbito financeiro, como no ambiental.

Barbosa (2004) acredita que o crescimento populacional possui impacto evidente na geração de resíduos, inclusive. Sobre o efeito notado pelo crescimento da renda, pesquisas indicam que cada 1% de aumento na renda per capita está associado com o aumento de 0,34% na geração de resíduos sólidos, enquanto cada 1% de aumento na população expande a geração de resíduos em 1,04%.

Desta maneira, podemos verificar que o empreendedorismo é fundamental para o desenvolvimento sustentável empresarial, pois a partir de mudanças ocorridas neste setor é que veremos mudanças no cenário econômico, social e ambiental. O ato de empreender é o um dos que mais gera riqueza no mundo, e se essa fonte mudar os seus conceitos e abordagem como um todo, a sociedade também irá se readaptar à nova realidade. Por isso se torna crucial incentivar a criação de novos negócios empreendedores, pois estes serão responsáveis pela ruptura entre o paradigma que hoje vivemos entre a sociedade e aqueles preocupados com efetividade de suas práticas.

Agora, mais do que nunca, o verdadeiro desenvolvimento só é provável com responsabilidade e compromisso ambiental, então foi seguindo essa linha de pensamento que o Empreendedorismo Ambiental nasceu (DEXHEIMER, 2023).

A responsabilidade social corporativa, é entendida como uma dupla resposta à crise relacionada ao capital. A primeira, pode ser citada como a dominação da empresa nos tempos atuais, onde esta busca se tornar a instituição das instituições. A outra, pode ser vista com mudança nos padrões de concorrência, que obrigam as empresas a mudarem os seus processos com a finalidade de se adequar ao mercado, fazendo com que seja necessária uma adequação aos padrões internacionais, para que estes também possam ser futuros clientes.

De acordo com Fornasier (2020), o que direciona as empresas para o lucro com responsabilidade, em detrimento da pura maximização do lucro, é o fato de que, como “as relações que amarram empresa e contrapartes são relações de poder”, os stakeholders podem se mobilizar e retaliar a empresa que desrespeite normas básicas do trato com a sociedade.

Fornasier (2020) defende que esse movimento não passaria de uma forma de se manter à altura das expectativas do mercado ao mesmo tempo em que se perpetuam as relações de poder, de modo que denomina a “nova” ética demonstrada pelas empresas de ética travestida.

No contexto contemporâneo a literatura de responsabilidade social está em franca ascensão e passou a ser de interesse de muitos agentes e instituições. Muito desse interesse é explicado pelo cenário de desafios e contradições trazido pela globalização, os quais, segundo diferentes autores como Sklair (2002), não devem ser resolvidos tão e somente pela ética corporativa. A globalização transformou a grande corporação em um ator tão ou mais importante do que Estados ou governos (CARROLL e BUCHHOLTZ, 2000). Conflitos relativos à questão ambiental, ao abuso de consumidores, à interferência no âmbito das políticas públicas, além das reivindicações sociais e trabalhistas que remontam aos anos 1960, passaram a ser tidos como “normais” em diversos países ao longo dos últimos 15 anos e, correspondentemente, tratados como “estratégicos” pelas grandes corporações.

Jamali (2006) afirma que a concepção da responsabilidade das organizações em relação ao meio ambiente e a sociedade tem evoluído gradativamente em termos teóricos e termos práticos, uma vez que as empresas passam a compor suas análises pela consideração da função tradicional econômica que possuem (produção, empregos, crescimento), mas com a prerrogativa de observar e garantir a conservação ambiental e a consideração dos impactos sociais e do bem-estar dos seres humanos.

De acordo com Munck e Souza (2009), após a inserção do termo “desenvolvimento sustentável” no cenário internacional, observou-se uma falta de consenso sobre o que realmente tal expressão poderia significar e também sobre o que diferencia o desenvolvimento sustentável da sustentabilidade. Abaixo, segue uma tabela que exemplifica a questão da responsabilidade social.

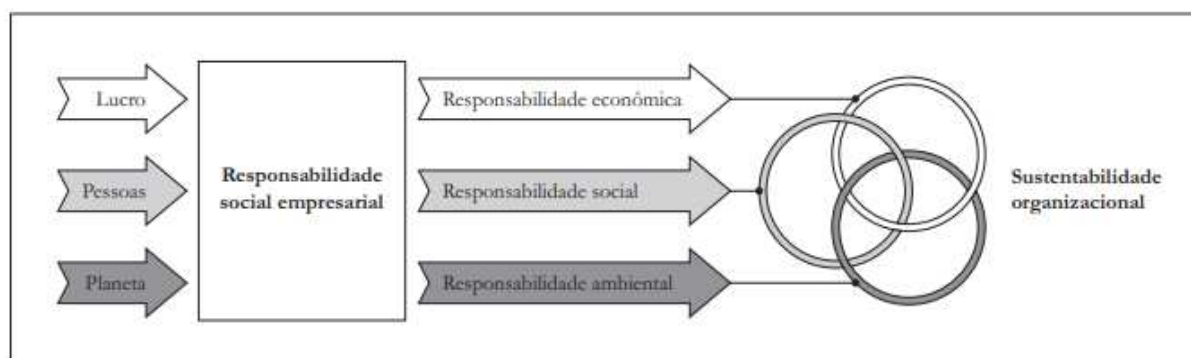
Tabela 2: A evolução histórica das abordagens da responsabilidade social empresarial.

Abordagem	Contextualização	Autores
Acionista	A responsabilidade social de uma organização é diretamente proporcional aos lucros gerados pelo desempenho de suas atividades. O acionista, ator que busca a maximização dos retornos sobre seus investimentos, é a prioridade da empresa. As atividades de responsabilidade social não constam em seus deveres, mas sim representam ações a serem desenvolvidas pelos representantes governamentais. Essa abordagem pode ser interpretada como aquela em que a empresa pratica a responsabilidade social somente em atos que contribuam para o alcance de suas metas de negócios, dentre elas a criação de uma cadeia de valor sustentável (em termos financeiros) e duradoura para os proprietários do empreendimento.	Friedman (1962), Quazi e O'Brien (2000)
Stakeholder	Essa abordagem indica que as organizações não importam apenas em termos contábeis para seus acionistas, mas também por uma série de interesses que deveriam ser analisados, balanceados e atendidos mediante as expectativas dos diversos <i>stakeholders</i> que se relacionam com a empresa, os quais podem afetar ou serem afetados pelas atividades operacionais e pelos objetivos que compõem as rotinas estratégicas das organizações.	Freeman (1984)
Social	Essa abordagem possui seus princípios mais alinhados aos propósitos de uma verdadeira responsabilidade social empresarial, uma vez que admite que as empresas possuem uma responsabilidade sobre a sociedade como um todo, por serem parte integrante de toda a estrutura que rege esta sociedade. As empresas, por consequência dessa responsabilidade, operam por meio de um consentimento público no intuito de suprirem os anseios e necessidades da sociedade.	Göbbels (2002)

Fonte: MUNCK e SOUZA (2009)

Abaixo, segue uma exemplificação da relação entre a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial.

Figura 4: Sustentabilidade organizacional e responsabilidade social empresarial – suas relações



Fonte: Munck e Souza (2009)

Desta forma, pode-se verificar que o conceito de responsabilidade social constitui em uma série de processos que são necessários para o alcance da sustentabilidade organizacional,

sendo esta uma ferramenta que busca o equilíbrio entre tudo e relaciona-se com o operacional da organização.

Contudo, para exemplificar de forma mais clara a pesquisa, abaixo segue uma tabela que faz a diferenciação entre os conceitos de desenvolvimento sustentável, sustentabilidade, sustentabilidade organizacional e responsabilidade social.

Observa-se que a responsabilidade social compreende uma série lógica de acontecimentos necessários para que se consiga alcançar a sustentabilidade organizacional, sendo esta pautada no equilíbrio entre as influências diretas e indiretas em relação principalmente aos processos operacionais da organização. Estes processos, independentemente de quais sejam, são capazes de influenciar a meta em relação a responsabilidade social e consequentemente sustentabilidade, sendo que o empreendedorismo verde, é uma maneira de se conseguir chegar nestes patamares, haja visto que todas as ações são voltadas para práticas sustentáveis, cuja finalidade é buscar o equilíbrio entre produção e meio ambiente.

Observa-se que é necessário destacar que as práticas voltadas para o âmbito sustentável, incluindo a responsabilidade social e o empreendedorismo verde, são nichos de mercado que estão crescendo e possuem um alto valor agregado em relação ao produto ou serviço. Contudo, consumidores aliados a essa pegada ambiental, visando produções limpas, estão dispostos a pagar, tudo pensando nas próximas gerações e no futuro do planeta.

Por fim, essa questão é observada em embalagens biodegradáveis de fraldas descartáveis, embalagens retornáveis de refrigerantes, assim como os canudos, onde só é permitido a comercialização daqueles de papel, fazendo com que haja um comprometimento por parte das empresas em relação a práticas sustentáveis, bem como a questão de responsabilidade social não só com país, mas com o mundo, verificando que as ações corretas de hoje podem modificar o mundo de amanhã.

Segundo o Banco Mundial, em seu documento *“Governance and Development”*, de 1992, a definição geral de governança é “o exercício da autoridade, controle, administração, poder de governo”. Precisando melhor, “é a maneira pela qual o poder é exercido na administração dos recursos sociais e econômicos de um país visando o desenvolvimento”, implicando ainda “a capacidade dos governos de planejar, formular e implementar políticas e cumprir funções”.

Santos (1997) afirma que uma “boa” governança é um requisito fundamental para um desenvolvimento sustentado, que incorpora ao crescimento econômico equidade social e também direitos humanos. Melo e Santos (1997), traz que governança se refere à “ao modus

operandi das políticas governamentais – que inclui, dentre outras, questões ligadas ao formato político institucional do processo decisório, à definição do mix apropriado de financiamento de políticas e ao alcance geral dos programas”.

Dietrich (2001) argumenta que a sistematização de conhecimentos sobre os direitos de controle em uma organização exige uma análise sobre a estrutura de tal organização, dependendo de sua governança e divisão de direitos de decisão, bem como sobre seu processo, dependendo do fluxo de informações e, por conseguinte, sobre as características do sistema gerencial. Assim, ambas as dimensões podem classificar tais processos. Abaixo, segue uma tabela com os princípios da governança corporativa.

Tabela 3: Princípios da Governança corporativa

Princípios	Descrição
Equidade (<i>fairness</i>)	Refere-se ao tratamento igualitário e justo de todos os sócios (cooperados) e demais <i>stakeholders</i> , não sendo aceitas atitudes ou políticas discriminatórias.
Prestação de contas (<i>accountability</i>)	Os agentes da governança devem prestar contas de sua atuação e se responsabilizar integralmente pelas consequências de seus atos e omissões.
Responsabilidade social organizacional	Dever de zelar pela sustentabilidade da cooperativa, visando à sua perenidade e à longevidade. As questões sociais e ambientais devem ser consideradas no âmbito dos negócios e das operações da cooperativa.
Transparência (<i>disclosure</i>)	Relacionado à disponibilização de informações compulsórias e voluntárias para as partes interessadas, principalmente aqueles relevantes para ações gerenciais e que conduzem a criação de valor da cooperativa. A adequada transparência resulta em confiança e legitimação.

Fonte: Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (2009)

Bialoskorski Neto (2006), classifica as organizações de negócios, sob diferentes categorias: A primeira categoria inclui organizações tendo o lucro como seu objetivo econômico principal - fins lucrativos - com os sistemas de controle, de estrutura e de processo inteiramente focados nas atividades que geram o rendimento e com o controle baseado em números econômico-financeiros. A segunda categoria inclui organizações sem objetivos econômicos ou lucrativos, com objetivo de fornecer serviços sociais ou públicos - sem lucros. A terceira categoria, diretamente relacionada a este documento, caracteriza as organizações com um objetivo econômico, mas sem fins lucrativos. [...] o sistema pelo qual as organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre proprietários, conselho de administração, diretoria e órgãos de controle. As boas práticas de governança corporativa convertem princípios em recomendações objetivas, alinhando interesses com a finalidade de preservar e otimizar o valor da organização, facilitando seu acesso ao capital e contribuindo para a sua longevidade. (IBGC, 2009)

Andrade e Rossetti (2009) destacam as mudanças no cenário competitivo, como a maior

estabilidade econômica, a globalização e a maior dificuldade de acesso a recursos a um custo competitivo, junto com as mudanças internas na estrutura de liderança, colocam o atual modelo de governança corporativa no Brasil sob intensa pressão. Está ocorrendo uma mudança rumo a um modelo emergente. Mas há barreiras a esta transição e ainda é cedo para avaliar se ela será suficiente para as empresas competirem globalmente.

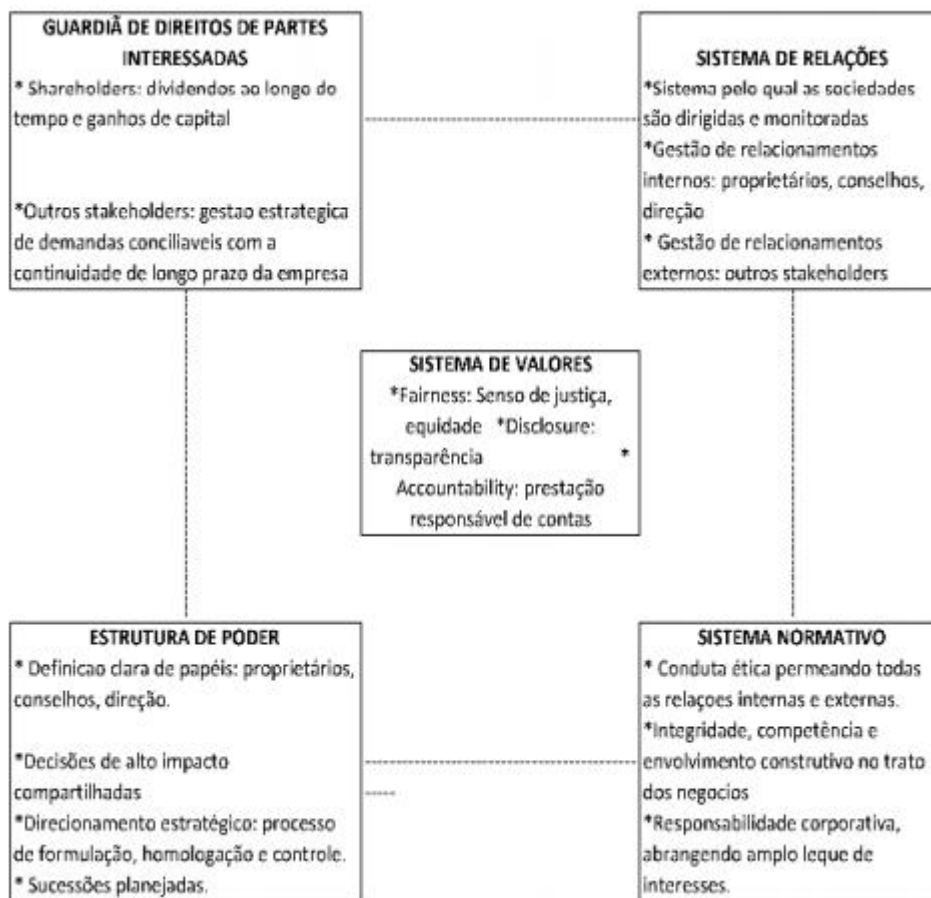
A discussão sobre a importância da fiscalização e controle na estrutura de governança passa por alguns conceitos teóricos importantes tratados na Teoria da Agência – problemas de agência e de comportamento dos agentes. Embora os comportamentos sejam únicos, não passíveis de quantificação, portanto incertos (Da Silva, 2019), são operacionalizados por meio dos conceitos de risco moral, seleção adversa e efeito carona.

Apesar do aprofundamento nos debates sobre governança e da crescente pressão para a adoção das boas práticas de Governança Corporativa, o Brasil ainda se caracteriza pela alta concentração do controle acionário, pela baixa efetividade dos conselhos de administração e pela alta sobreposição entre propriedade e gestão. O que demonstra vasto campo para o incentivo ao conhecimento, ações e divulgação dos preceitos da Governança Corporativa. (IBGC, 2013).

Segundo Desrochers e Fischer (2002), a principal causa de quebra de instituições financeiras decorre de problemas relacionados à governança. Eles identificam duas causas principais. A primeira causa seria de risco moral, definido por eles como o risco de exposição, por exemplo, risco de crédito, risco de taxa de juros, risco de liquidez, riscos assumidos e não contabilizados – off balance. A tomada de decisão pelos dirigentes, sobre o nível de exposição desses riscos, embora sejam próprios da atividade financeira, pode ser no interesse dos acionistas – aumentando a exposição aos riscos de maneira que prejudique os credores (depositantes, poupadores, credores etc.); ou assumindo uma posição mais conservadora, ou seja, com menor alavancagem, dando mais conforto para os credores e menos retorno para os acionistas. Nessa decisão há, portanto, um conflito de interesse entre os credores e acionistas.

Pode-se dizer que existem diferentes definições em relação a governança corporativa, citadas como guardiã, sistema de relações, estrutura de poder e sistema normativo, sendo estas evidenciadas na figura abaixo.

Figura 4: Valores Fundamentais da governança corporativa



Fonte: Andrade e Rosseti (2012)

Segundo os mesmos autores, ainda pode-se dizer que uma das mais importantes dimensões da governança corporativa, são os valores, que promovem a sustentação fazendo com que haja um elo de ligação entre concepções, práticas e gestão.

Diante disso, surge o Código de melhores prática do IBGC, onde é aplicada a qualquer porte de empresa, utilizado para avaliação de práticas que devem ser adotadas, adaptando a estrutura que melhor atende a realidade da empresa, ou seja, desde grande às pequenas empresas utilizam este código como parâmetro para organização dos seus processos. Abaixo segue a separação em temáticas, feita pelo código, demonstrando o conceito de governança corporativa.

Figura 5: Governança Corporativa



Fonte: IBGC (2009, p. 16)

As boas práticas implantadas pela governança corporativa fizeram com que esta tivesse destaque no mercado, pois serviram como um atrativo a investidores, criando valor frente ao mercado competitivo. De acordo com Galvão et al. (2005), a governança aumenta o valor da sociedade, pois fornece maior acesso ao capital, melhora a gestão, diminui os custos, bem com insolvência da empresa. Andrade e Rosseti (2012) citam que a governança corporativa traz mais solidez ao negócio, fazendo com que haja interesse por parte dos mercados.

Neste sentido, para haver uma boa governança corporativa, Galvão et al. (2005) citam que devem ocorrer os processos de transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa.

O primeiro diz respeito ao incentivo e desenvolvimento da comunicação, como chave para solidificação do processo de transparência, devendo este ser claro, rápido, franco, demonstrando confiança aos participantes deste.

O segundo, refere-se a uma tratativa justa e igualitária a todos, que vão desde os cargos de alta gestão, como os clientes, pois todos estão envolvidos neste processo, de forma que fazem parte de uma possível evolução e alcance de metas.

O terceiro, diz respeito a responsabilização e prestação de contas dos elegidos, devendo estes demonstrar de forma transparente os seus atos.

O quarto e último fator desta, diz muito sobre o conceito de responsabilidade, aliado

ao desenvolvimento social que se pretende ter a longo prazo, sendo que os dirigentes devem zelar pela perpetuidade dos negócios, relacionado aos processos e à questão ambiental.

As questões sustentáveis, relacionadas as boas práticas de governança corporativa, vão de encontro com o pensamento “verde” das empresas, fazendo com que estas pensem de forma correta, tendo em vista o legado que deixarão para as outras gerações. Esta questão relacionada as maneiras sustentáveis, vai de encontro com o empreendedorismo verde e desenvolvimento sustentável, fazendo com que neste quesito se possa agregar valor ao produto ou serviço, tendo em vista a conscientização de toda uma sociedade da real necessidade sobre o meio-ambiente, como uma forma de deixar um espaço agradável para sucessão do seu negócio.

Em complemento Oliveira, Medeiros, Terra et al (2012), define que a sustentabilidade está ancorada em três pilares fundamentais: o econômico, o social e o ambiental. Juntos, eles formam um tripé que deverá estar em equilíbrio. Para definir qual produto é preferível em termos ambientais, basta fazer a comparação dos impactos ambientais dos produtos ou processos concorrentes por meio da análise de seus ciclos de vida. O produto sustentável é aquele que apresenta o melhor desempenho ambiental ao longo de seu ciclo de vida, com função, qualidade e nível de satisfação igual, ou melhor, se comparado com um produto-padrão.

Colares (2016), traz descrições de como identificar um produto que se diz sustentável. Na questão produtos chamados de “sustentáveis” sua premissa é a qualidade e durabilidade do produto. Não somente se preocupa com a questão ambiental, mas também se compromete com a sustentabilidade em geral, ou seja, todos os pontos de contato entre o produto e a sociedade. Isso inclui a forma de gestão de resíduos, a legislação social, ambiental e trabalhista.

Um produto sustentável deve favorecer toda a cadeia de produção promovendo o desenvolvimento da economia local. Isso inclui contratar pessoas da comunidade a que pertence por um salário justo, também cuidar do impacto ambiental que está causando, visando produzir com o menor impacto possível. Entre a composição de produtos sustentáveis estão envolvidos os fatores: provenientes de fontes renováveis, feitos com baixo consumo de energia e água, com redução ou anulação do uso de plástico, feitos com boa gestão de resíduos, cuja fabricação não necessita de emissão de gases ou pelo menos evita (MOREIRA et al, 2015).

Sobre a colaboração sustentável que a transição para um futuro mais sustentável necessita da participação e legitimação de todas as partes interessadas neste processo. Assim, a colaboração entre empresas tem o objetivo comum de se desenvolver de forma sustentável, pois trabalhando em conjunto é possível criar legitimidade para tecnologias para reduzir desperdícios e melhorar o desempenho ambiental. Para muitos outros autores, no entanto, trabalhar em conjunto não está relacionado apenas ao relacionamento da organização com a seu meio, mas também com toda a sociedade. O governo, por exemplo, é um elemento fundamental para que ocorram transformações suportáveis, já que governo tem que apoiar qualquer esforço voltado ao bem-estar social (NIESTEN et al, 2017).

Segundo Severo et al (2015) observaram a tendência de aumento da sustentabilidade devido à atual valorização de empresas que possuem sustentabilidade e pesquisas para reduzir custos de compliance. Além disso, foram encontradas as vantagens da prática mais limpa, que, além da competitividade, melhora significativamente o desempenho organizacional de uma empresa, em sua capacidade produtiva, em sua flexibilidade e melhoria dos aspectos de saúde e segurança.

Segundo análise de Silva e Filho (2011), passando de uma fase que somente os lucros gerados para donos e acionistas, eram o contexto e objetivos mais importantes, hoje as organizações tem uma parte de relevante importância na no meio que que está inserida: elas produzem oportunidades e giram a economia, oferecendo produtos e serviços que aumentam a qualidade de a vida das pessoas, ouvem às suas necessidades e geram inovação. Mas junto a essa grande incumbência social é essencial que corporação seja também uma corporação sustentável.

Uma empresa sustentável é o orgulho de seus clientes e de seus próprios integrantes. A razão é simples: há tanto dano ambiental e injustiça social que as pessoas realmente se importam com isso hoje em dia. Portanto, apresentar-se como uma organização que pensa e atua nesse sentido é garantia de durabilidade, dinamismo, competitividade e rentabilidade a longo prazo (SILVA et al, 2011).

Para a sociedade, os benefícios de ter uma empresa de abastecimento e produção sustentável são: Redução dos impactos ambientais e sociais das escolhas de abastecimento; além de economia de água e redução das emissões de gases de efeito estufa, reduzindo a quantidade de resíduos enviados para aterro; reduzindo a poluição da água e do ar; redução do processamento e consumo de recursos naturais, potencializando o desenvolvimento de infraestrutura física e social nas comunidades locais. (JARDIM et Al, 2014).

O conceito de sustentabilidade empresarial é baseado em três pilares: econômico, ambiental e social. A integração total destes esses pilares, faz-se muito importante para a corporação, visto que sua totalidade traz benefícios não somente a instituição, mas também, as pessoas e o planeta. Portanto, ser uma empresa sustentável é sinônimo de inovação, competitividade e diferenciação no mercado (COLARES, 2016).

Hoje, empresas que estão alinhadas com um desenvolvimento sustentável têm um perfil diferencial em licitações e parecerias com empresas de grande porte. Assim, a aquisição de produtos e serviços sustentáveis garante melhor reputação para a empresa e maior poder competitivo no mercado. (SANTOS et al, 2016).

Em suma, do ponto de vista da economia ecológica, o desenvolvimento sustentável deve ser entendido como um processo de melhoria do bem-estar humano baseado na produção de material/energia que garanta um nível de conforto considerado suficiente e estável no mesmo nível de adaptação ao limite termodinâmico. Implica, portanto, um estado de quiescência em que o crescimento do consumo como fator de competição social dá lugar ao crescimento cultural, psicológico e espiritual (ROMEIRO, 2012).

Reduzir o consumo é condição para um mundo sustentável eficaz. Isso só pode ser alcançado se houver um entendimento entre produtores e consumidores, pois o consumo sustentável implica em um modelo de produção pensado para minimizar os desequilíbrios ambientais e sociais. Os pré-requisitos para o consumo sustentável são a reciclagem dos resíduos da produção, o uso de embalagens e produtos biodegradáveis e o uso de tecnologias limpas para o uso inteligente de recursos renováveis. É também um consumo necessário que não compromete as necessidades e aspirações das gerações futuras e tem em conta a satisfação individual e o impacto ambiental e social das decisões de consumo de cada indivíduo (ZANIRATO et al, 2016).

Se a empresa não conseguir convencer seus parceiros de que a instituição de práticas sustentáveis deve ser o objetivo de todos, nenhuma dessas medidas surtirá o efeito desejado. Nessa perspectiva, deve implementar políticas de conscientização que tenham como foco mostrar a seus colaboradores que a sustentabilidade importa. Embora o aprofundamento do conceito de desenvolvimento sustentável seja essencial. Também é importante envolver todos os outros funcionários no processo. Os parceiros devem sentir-se parte ativa de todos os processos implementados, entender por que são importantes, para que possa entender, visualizar e almejar os benefícios dessas práticas a médio e longo prazo (SANTOS et al, 2016).

Na certificação ISO 14000, além das práticas sustentáveis trazerem retornos financeiros significativos, as companhias ainda têm a possibilidade de serem reconhecidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) por meio da certificação ISO 14001. Segundo a ABNT, essa norma é aceita internacionalmente e tem o objetivo de implantar um sistema de gestão ambiental nas empresas através de medidas que visam a utilização eficiente de recursos e a redução de resíduos, a fim de melhorar o desempenho das organizações (ABNT ISO 14001, 2014).

De maneira estratégica, o sistema de gestão ambiental ISO 14001 auxilia empresas dos mais diversos portes e setores a gerenciarem suas atividades de maneira assertiva, visando o desenvolvimento sustentável da empresa. Ao adequar-se à norma, a companhia demonstra aos seus consumidores, fornecedores e ao mercado que está preocupada com as questões ambientais (SILVA et al, 2011).

Entretanto, apesar de muito bem especificado as condições e meios para que uma empresa ou ONG se torne sustentável, é muito fácil somente descrever o que se faz e não fazer na prática. Como o termo sustentável é sim, confirmado já por diversas literaturas, um diferencial competitivo, algumas instituições podem se apossar do termo, mas sem entender seu real significado e todo o processo que se leva para se chegar ao nível de sustentável (JUNIOR et al, 2012).

Se você compra de forma sustentável, pode estar ciente dos custos mais elevado que acompanham muitos produtos sustentáveis. Alguns podem justificar o custo entendendo por que esses produtos exigem preços tão altos, mas para muitos de nós, o custo extra significa apenas que eles podem optar por opções mais baratas e menos sustentáveis. Mas os produtos sustentáveis são mais caros por motivos plausíveis que justificam o valor cobrado (KROSOFSKY, 2021).

Ainda segundo Krososky (2021), a uma série de fatores que tem todo embasamento logico no processo realizado, em comparação com um produto padrão normal, como alto custo de produção, baixas demandas e alto sabotagem.

Embora existam boas razões para o aumento do custo dos produtos sustentáveis, o aumento dos preços muitas vezes cria uma sensação de ridículo entre os consumidores. Os produtos sustentáveis não apenas custam mais do que as pessoas estão dispostas a pagar, mas também contêm uma sensação de pretensão. Se eles forem realmente mais baixos, os negócios sustentáveis ainda podem ser lucrativos. Em vez disso, esses produtos são marcados para criar valor adicional artificialmente percebido (GERHARDT et al, 2020).

Entretanto Krososky (2021) discorda da ideia alegando se isso for verdade, as empresas sustentáveis deveriam fazer ideias sustentáveis e vendê-las como prêmios adicionais. Isso também significa que a empresa pode repensar os preços e ainda obter lucro. É uma teoria interessante, mas não totalmente plausível, principalmente porque há boas evidências de que o valor não é tão notado quanto a real qualidade.

Em geral, deve-se ressaltar que uma empresa não deve analisar apenas seus aspectos econômicos, mas também seus aspectos produtivos. Desenvolvimento consciente, levando em consideração os efeitos negativos notados nos processos aplicados. Isso requer o uso de novos métodos e tecnologias de produção. Para abordar a progressão desses efeitos, por exemplo, reduzindo consumo de material em nacos, consumo de água, total de resíduos gerados, volume emissões para a atmosfera e a quantidade total de águas residuais geradas (SALES et al, 2017)

Quadro 2: Características de Empresas Sustentáveis.

1	Ao adotar um sistema de documentos eletrônicos, o consumo de papel pode ser reduzido de uma só vez, o espaço de arquivo pode ser economizado, a segurança de documentos importantes e confidenciais pode ser melhorada e as pesquisas podem ser aceleradas e economizado tempo. Tudo com a comodidade de enviar documentos a longas distâncias instantaneamente, sem custos de postagem.
2	Separar os resíduos por diferentes tipos, outras alternativas são necessárias. Entre elas estão a busca de parcerias com cooperativas de reciclagem locais para a coleta seletiva de resíduos e a realização de campanhas para reduzir o uso de itens de uso único, como copos plásticos.
3	Toda a cadeia produtiva de um negócio, desde a compra de insumos até a forma como os produtos são distribuídos aos clientes. Isso é importante porque garante que todo o processo produtivo utilize matérias-primas de fontes adequadas e se baseie em práticas que contribuam para o equilíbrio ambiental. Nesse contexto, é necessário formar parcerias com fornecedores que também pratiquem a sustentabilidade em suas atividades de marketing.
4	Essencial contar com processos que mirem na transparência em relação ao público, mostrando o que é feito ao longo da cadeia produtiva do negócio e como ele é capaz de gerar produtos e serviços para os seus consumidores.
5	Deve haver processos que sejam transparentes para o público, mostrando o trabalho na cadeia produtiva de uma empresa e como ela pode produzir produtos e serviços para seus consumidores.
6	Uma revisão holística da infraestrutura, verificação de vazamentos de água, instalações elétricas mal fabricadas e sistemas de ar condicionado é um bom começo para tornar-se uma empresa economicamente sustentável.
7	Uso consciente de recursos, que inclui não apenas a redução do uso de papel na gestão do dia a dia, mas também a redução do consumo de alimentos e materiais de serviço de limpeza, como materiais de uso único
8	Para reduzir o consumo de energia e água, as empresas devem apostar em uma

	combinação de tecnologia e conscientização dos funcionários. Por isso, vale a pena investir em equipamentos para regular o uso desses recursos e desenvolver campanhas de conscientização sobre a necessidade de conservação desses recursos naturais.
9	Incentivar o desenvolvimento sustentável passa necessariamente pelo controle efetivo da emissão de gases tóxicos, que não só poluem o ar, mas também prejudicam muito o meio ambiente como um todo. Como uma das fontes mais importantes dessas substâncias são os automóveis, as empresas devem encontrar formas de ajudar a reduzir o uso desses veículos.
10	Implantar ações específicas, como as indicadas ao longo do post, a empresa que busca ser sustentável deve controlar periodicamente o uso dos seus recursos. Para isso, a companhia precisa analisar todos os seus dados de consumo, como água, energia, papel, materiais descartáveis etc. É necessário obter informações até mesmo sobre os resíduos produzidos
11	Líderes e gestores devem acreditar plenamente no valor e na eficácia da ação sustentável e na relevância dos retornos para a empresa. Eles também devem adquirir conhecimentos específicos sobre o assunto. Por isso, vale a pena investir na capacitação de quem ocupa cargos estratégicos na empresa e fomentar discussões produtivas sobre o tema.

Fonte: Picanço *et al*, 2019. Empreendedorismo e Inovação Sustentável

As políticas de gestão voltadas para o desenvolvimento sustentável podem ser entendidas como Atributos relevantes das operações da empresa, pois pode gerar valor concorrentes, seja pela agregação de valor para os stakeholders ou pela melhor Gestão de recursos. Gerando assim um diferencial competitivo para a empresa (PENA et al, 2016).

Contudo, na próxima seção será apresentada as considerações finais em relação ao empreendedorismo verde na gestão estratégica da empresa e sua interferência nos resultados da organização, tomando como base as contextualizações realizadas a cerca dos termos empreendedor e ecoempreendedor, e trazendo os aspectos positivos de sua utilização não somente para a instituição, como também para a sociedade que usufrui de seus produtos e serviços prestados.

3 METODOLOGIA

A metodologia adotada nesta pesquisa, trata-se de uma pesquisa bibliográfica com base em livros, artigos científicos, teses e dissertações e ferramentas como Web of Science, Scielo, Google Scholar e o Google Acadêmico pertinentes à área escolhida para o trabalho que é o Empreendedorismo Verde, por meio de pesquisas e leitura, contando com diversos autores, cuja finalidade será trazer padrões distintos que possam servir como exemplo e serem trabalhados na sociedade.

Por meio de uma análise da literatura, abordaremos os tópicos mencionados, não com a intenção de esgotar completamente o assunto, mas sim de identificar suas principais abordagens, proporcionando aos leitores um conjunto de recursos para investigação e reflexão sobre o tema. De acordo com Gil (2002), essa pesquisa é construída com base em materiais previamente produzidos, tais como livros e artigos científicos. Por outro lado, conforme Lakatos e Marcone (1990), a revisão bibliográfica engloba todos os documentos previamente publicados sobre o assunto pesquisado, incluindo boletins, periódicos, livros, artigos e outros tipos de publicações.

Segundo Macedo (1994), a pesquisa bibliográfica constitui a investigação de informações documentadas, a escolha de obras pertinentes ao problema em estudo, tais como livros, enciclopédias, artigos, revistas, teses, e outros recursos, que podem ser aproveitados na elaboração de um novo trabalho. Essa modalidade de pesquisa, que figura como uma etapa fundamental no processo de investigação científica, demanda um investimento significativo de tempo, comprometimento e atenção por parte daquele que opta por empregá-la (PIZZANI et al., 2012).

A pesquisa bibliográfica sobre o tema do empreendedorismo verde foi conduzida meticulosamente, abrangendo uma variedade de fontes acadêmicas essenciais para garantir uma análise completa e precisa. As buscas foram realizadas em renomadas bases de dados, como livros e artigos científicos para a produção dos capítulos 4, 5 e 6, e para estes capítulos a pesquisa foi feita com o objetivo de capturar as publicações mais recentes e relevantes utilizando como filtros as seguintes palavras-chave “Empreendedorismo sustentável”, “Meio ambiente”, “Produção”, “Sistemas limpos” e “Vantagem competitiva”, onde todos apresentam muita relação com o tema central.

Na elaboração do capítulo 7, foram utilizados artigos publicados em revistas Qualis (A e B) do último quadriênio (2017-2020), sendo elas, Journal Of Operations And Supply Chain Management, Teaching Public Administration, RAI: revista de administração e inovação, REAd - Revista Eletrônica de Administração, The Journal of Entrepreneurship, Urban Studies e Revista de Administração da UFSM, como também a análise de citações sobre o tema no Google Scholar e no Google Acadêmico, e outros dados analisados foram as Dissertações e Teses presentes na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), no processo de pesquisa, foram aplicados filtros criteriosos para garantir a qualidade e relevância dos materiais coletados. Foram utilizados filtros de data para limitar os resultados no período de dez anos, assegurando que apenas estudos e pesquisas recentes fossem considerados. Além disso, foram empregadas palavras-chave específicas, como “empreendedorismo verde”, “sustentabilidade”, “Empreendedorismo Sustentável”, sendo “Empreendedorismo Verde” a principal palavra chave utilizada para refinar as pesquisas e focar em literatura diretamente relacionada aos temas de interesse.

Esses métodos rigorosos garantiram a obtenção de uma seleção abrangente e atualizada de livros, artigos, revistas científicas, dissertações e teses que foram cruciais para embasar este estudo sobre o empreendedorismo verde.

Quadro 3: Esquema de pesquisa.

Duração da pesquisa	Dois meses
Data da pesquisa	02/08/2023 à 04/10/2023
Bases de dados utilizadas	Web of Science, Scielo, Google Scholar, Google Acadêmico
Palavras-chave utilizadas para filtrar artigos	“empreendedorismo verde”, “sustentabilidade”, “Empreendedorismo Sustentável”, “Empreendedorismo sustentável”, “Meio ambiente”, “Produção”, “Sistemas limpos” e “Vantagem competitiva”,
Artigos encontrados	62 artigos

Artigos que foram utilizados	13 artigos
Teses e dissertações encontradas sobre empreendedorismo na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD)	4472 teses e dissertações
Teses e dissertações utilizadas que apresentaram estrita relação com o tema Empreendedorismo verde.	6 trabalhos publicados

Fonte: Autoria Própria (2023)

A pesquisa teve duração de 2 meses, sendo realizadas em renomadas bases de dados e durante a pesquisa foram encontrados e analisados diversos trabalhos publicados, mas foi necessário utilizar filtros para obter mais precisão na busca e os filtros utilizados foram as palavras-chave e o período de 10 anos (2010-2020). A pesquisa feita em trabalhos nacionais publicados nos deu 13 artigos publicados que apresentaram estrita relação com o tema e por isso foram utilizados, assim com os 6 trabalhos envolvendo teses e dissertações, os trabalhos que não foram utilizados não apresentaram ligação direta com o tema, seguiam abordagens distintas, com isso foram excluídos da pesquisa.

3.1 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

O referencial teórico está organizado em quatro capítulos, sendo que o primeiro aborda o empreendedorismo sustentável, o segundo as formas de obtenção de lucro com a sustentabilidade, o terceiro, as práticas sustentáveis ligadas ao empreendedorismo sustentável, e por fim o quarto sendo um levantamento bibliográfico. Após serão abordadas as considerações finais que tratam sobre as várias visões trazidas de grandes autores sobre o tema abordado, e sua contribuição para a sociedade.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O empreendedorismo tem ganhado destaque desde as últimas décadas do século XX, sendo objeto de atenção por parte de diversos setores da sociedade. Inicialmente associado apenas à qualificação formal dos indivíduos, percebe-se que a capacidade empreendedora vai além do aprimoramento individual. Albagli e Maciel (2002) ressaltam que o empreendedorismo floresce em ambientes propícios à inovação, tanto organizacionais quanto individuais. Santos (2007) amplia essa visão ao afirmar que o empreendedorismo deve permear todas as esferas da vida, transformando desde comunidades até o próprio indivíduo em uma "empresa". Tragtenberg (2005) destaca a transição do empreendedor como mero detentor de ações para um agente ativo, inserido na organização como um empreendedor coletivo.

No contexto do empreendedorismo sustentável, Boszczowski e Teixeira (2012) destacam a criação de modelos de negócios que gerem benefícios econômicos, sociais e ambientais. Surge então a figura dos "consumidores verdes", preocupados com o impacto ambiental de suas escolhas de consumo. A ocupação do espaço urbano também é relevante, pois está ligada às práticas de produção e consumo.

A inovação desempenha um papel crucial no empreendedorismo. Enfatiza-se que a inovação está ligada às mudanças sociais e econômicas, sendo fundamental para a competitividade das empresas. O ecoempreendedorismo, conforme definido por Isaak (2002), busca transformar setores em direção à sustentabilidade, adotando práticas verdes a longo prazo.

No contexto atual, o empreendedorismo verde emerge como uma oportunidade de negócio, combinando aspectos econômicos e preservação ambiental (USLU et al., 2015). É crucial diferenciar o empreendedorismo tradicional do empreendedorismo verde, pois este último coloca uma ênfase especial na sustentabilidade ambiental, representando uma vantagem competitiva no mercado. As empresas, ao adotarem práticas sustentáveis, não apenas preservam o meio ambiente, mas também fortalecem sua reputação e credibilidade por meio do chamado Marketing Verde (SOUZA, 2004).

O empreendedorismo, ao longo dos séculos, tem sido um motor crucial para o crescimento econômico e a inovação. No entanto, à medida que a consciência ambiental se torna cada vez mais premente, surge a necessidade de redefinir o empreendedorismo tradicional para incorporar princípios sustentáveis. Isso deu origem ao empreendedorismo

verde, uma abordagem que não apenas busca o sucesso financeiro, mas também visa a proteção do meio ambiente e o bem-estar social.

Produtos sustentáveis, como definidos por Moreira et al. (2015), devem ser produzidos considerando uma série de fatores. Eles devem ser provenientes de fontes renováveis, ter baixo consumo de energia e água, evitar ou reduzir significativamente o uso de plástico e ser fabricados com uma gestão eficaz de resíduos. Além disso, esses produtos devem favorecer toda a cadeia de produção, incluindo a contratação de mão de obra local a salários justos (MOREIRA et al., 2015).

A colaboração sustentável é fundamental para uma transição bem-sucedida para um futuro mais sustentável. A parceria entre empresas, governo e sociedade é essencial para criar legitimidade para tecnologias que reduzem desperdícios e melhoram o desempenho ambiental (Niesten et al., 2017). Severo et al. (2015) observou que a prática mais limpa não apenas melhora a competitividade, mas também a capacidade produtiva e a flexibilidade de uma empresa.

Apesar dos desafios, as empresas sustentáveis têm a oportunidade de se destacar no mercado. Além de criar um diferencial competitivo, essas empresas desempenham um papel vital na construção de um futuro mais sustentável para todos. Ao adotar práticas sustentáveis, investir em colaborações significativas e promover a transparência, as empresas podem não apenas prosperar nos negócios, mas também contribuir significativamente para o bem-estar social e ambiental.

Após uma análise nos trabalhos encontrados nas bases de dados mencionadas anteriormente, foi encontrado alguns trabalhos que apresentaram estrita ligação com o tema abordado na presente pesquisa. Segue abaixo o resultado do estudo, apresentando os trabalhos publicados relacionados ao tema Empreendedorismo verde.

4.1 LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO

A finalidade deste capítulo foi realizar a análise bibliométrica dos artigos publicados nas Revistas com Qualis (A e B) e as teses e dissertações encontradas na BDTD. Utilizando como palavras-chave “empreendedorismo verde”, “sustentabilidade”, “Empreendedorismo Sustentável”. Buscando com essa filtragem trabalhos, artigos, dissertações e teses que se alinhem com o tema inicial que é empreendedorismo verde.

4.1.1 LEVANTAMENTO DE ARTIGOS PUBLICADOS

Feita a busca nos principais periódicos de Administração, entre 2010 e 2020 presentes na Figura 6. As revistas que não apresentaram artigos voltados ao tema não foram relatadas. A seleção dos artigos para análise foi feita verificando os temas encontrados em cada um dos artigos, sendo selecionados para análise os que apresentaram o foco em empreendedorismo verde e suas derivações. A pesquisa foi realizada em algumas bases como Web of Science, Scielo, Google Scholar e Google acadêmico buscando trabalhos nacionais publicados. Com isso, inúmeros artigos publicados em empreendedorismo foram encontrados, mas apenas 13 artigos apresentaram alguma relação com a dimensão do empreendedorismo verde, organizados no Quadro 2.

Como pode ser observado no gráfico 1, é notável a carência de publicações na área do empreendedorismo verde, assim, pode se constatar que houve uma estagnação em relação ao tema nos últimos anos, visto que é uma ferramenta extremamente necessária para empresas, tendo em vista, o crescimento exponencial do movimento sustentável.

Figura 6: Publicações com tema Empreendedorismo Verde



Fonte: Autoria Própria (2023)

Quadro 4 – Publicações com o tema Empreendedorismo Verde

Título	Autores	Revista	Ano	Citações (Scholar)
			2010	5

			2011	3
Antecedents and evolution of the green supply chain	David Nelson, Erika Marsillac, Subba Rao	Journal Of Operations And Supply Chain Management	2012	6
Ethics and the public interest: a question of morality	Howard Elcock	Teaching Public Administration	2012	6
Reflecting the context of mpa education in the time of economic crisis in public sectors in britain and the netherlands	Chrissie Oldfield e Mireille van den Berg	Teaching Public Administration	2013	5
			2014	5
Putting theory into theory: thematic value of research in public administration teaching	Stephen Barber e Peter Luke	Teaching Public Administration	2015	10

Sustentabilidade na agricultura familiar e a influência dos atores regionais: estudo de caso da região de parauapebas-pa	Neli Aparecida de Mello Thery,e Camila Ferreira Leite	RAI: revista de administração e inovação	2016	18
Arte com resíduos recicláveis: fonte de renda e inclusão social	Renata Colombo, Sueli Silva dos Santos Panerari e Juliana Reis de Araújo	RAI: revista de administração e inovação	2017	8
Inventário de barreiras e facilitadores ao empreendedorismo: construção e validação de um instrumento	Gustavo Henrique Silva de Souza, Jorge Artur Peçanha de Miranda Coelho, Germano Gabriel Lima Esteves, Nilton Cesar Lima e Paulo da Cruz Freire dos Santos	REAd - Revista Eletrônica de Administração	2017	8
Esgarçamento do futuro	Bruno de Macedo Zorek	RAI: revista de administração e inovação	2018	6
An agenda for rethinking mid-career master programs in public administration	Frans-Bauke van der Meer e Peter Marks	Teaching Public Administration	2018	6

A typology of green entrepreneurs based on institutional and resource-based views	I. E. Nikolaou, K. Tasopoulou, e K. Tsagarakis	The Journal of Entrepreneurship	2018	6
Unravelling the role of green entrepreneurs in urban sustainability transitions: a case study of china's solar city	Zhen Yu e David Gibbs	Urban Studies	2019	7
Sustainable entrepreneurship and new business models: a market research in colombia	María Isabel Sanchez-Hernandez, Elena Dorado-Mayorga, Guillermo Alberto Pereira-Alvarez, Ubeimar Osorio-Atehortua, Sandra Malavera-Pineda, Jaime Alberto Montoya-Quintero	Revista de Administração da UFSM	2020	10

Structural capital value addition to timber and related industries value chain	Carlos-Maria Fernandez-Jardón e Amândio F. C. da Silva	Revista de Administração da UFSM	2020	10
Environmental performance and economic feasibility in an interlocking concrete paving industry	Adriana Ireno de Souza, Leonardo Alves de Oliveira Casimiro, Emanuel Campigotto Sandri, Jerry Adriani Johann, Geysler Rogis Flor	Revista de Administração da UFSM	2020	10

Fonte: Autoria Própria (2023)

Além dos artigos publicados, foram analisadas as citações no “Google Scholar” em muitos trabalhos, mas apenas alguns apresentaram uma relação fiel com o tema proposto.

4.1.2 LEVANTAMENTO DE DISSERTAÇÃO/TESES DA BDTD

Após uma análise minuciosa na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), entre os anos de 2010 a 2020 (Figura 7). As Dissertações e teses que não apresentaram relação com tema proposto não foram utilizadas. A seleção dos trabalhos para análise foi feita verificando os temas encontrados em cada um dos trabalhos, sendo escolhidos para análise os que apresentaram estrita relação com o tema empreendedorismos verde e suas derivações. Com isso, do total de 4,772 trabalhos, tanto Dissertações, como também Teses se encontram nesse montante, publicados em empreendedorismo, mas apenas 6 destes apresentaram alguma relação com o tema empreendedorismo verde, organizados no Tabela 3.

Figura 7: Publicações com tema Empreendedorismo Verde

Fonte: Autoria Própria (2023)

Quadro 5 – Dissertações/Teses na BDTD relacionadas ao tema Empreendedorismo Verde

DISSERTEÇÃO/TESE	ANO
Avaliar a gestão da cadeia de suprimentos sustentável aplicada às pequenas e médias indústrias químicas de Uberaba	2014
A agroecologia necessita de licutixo : contribuições do método camponês a camponês e da produção agroecológica integrada e sustentável à resistência camponesa em assentamentos de reforma agrária, Estância – SE	2016
Desenvolvimento sustentável e empregos verdes como uma perspectiva de novo mercado	2017
Oportunidades e desafios da prática do marketing verde no setor hoteleiro de pequeno porte	2017

Comunicação e relatório socioambiental: análise comparativa no distrito industrial de santa cruz – rio de janeiro/rj	2018
Análise dos parâmetros de sustentabilidade em dois campi de universidades federais: unifesp e ufscar	2018

Fonte: Autoria Própria (2023)

Ao analisar as últimas figuras associadas com as duas últimas tabelas, constata-se que o tema em investigação ainda foi pouco retratado durante o período estudado, podendo ser entendido com isso, que o referido tema ainda passa por uma fase inicial de identificação e exploração e que, a posteriori, passará pela fase de maturidade, tendo em vista que em 2016 a temática começou a crescer nos periódicos e trabalhos objeto deste estudo. A Figura 6 evidencia umas revistas Qualis com maior quantidade de publicação de artigos sobre empreendedorismo verde.

Dessa forma, podemos analisar a importância do empreendedorismo verde de forma geral, mas também é de suma importância para qualquer organização. A partir dessa pesquisa foi observado em como pode se impactar os negócios e o meio ambiente aliando políticas mais sustentáveis na rotina empresarial e organizacional, com isso a uma demanda em mais pesquisas sobre o tema de forma a contribuir com a difusão de tais práticas, como também aumentar ainda mais a compreensão sobre o assunto, apesar de poucos trabalhos nacionais encontrados, já é possível perceber o real impacto dessa forma de empreender.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do exposto ao longo deste estudo, evidencia-se que em um contexto histórico, o empreendedorismo verde é um conceito que vem crescendo ao longo dos anos, inclusive em pesquisas e no meio acadêmico, pois a conscientização a cerca dos problemas ambientais tornou-se algo intrínseco à sociedade, fazendo com que esta preocupação se estenda inclusive sobre a situação do mundo que será deixado como legado para as próximas gerações.

Observa-se que os conceitos de empreendedorismo, é algo que está sempre relacionado às ideias inovadoras, ao empreender de forma a trazer novos produtos e serviços para o mercado. Desta maneira, o conceito de empreendedorismo verde, é uma estratégia com uma pegada ambiental, sendo esta uma importante questão em relação à uma produção mais limpa, ou seja, que gere menos resíduos, ou que até mesmo que estes resíduos possam ser reaproveitados de outras maneiras pelas empresas.

Conclui-se que o empreendedorismo verde, pode servir como uma vantagem competitiva, a fim de que se tragam serviços e produtos que repensem a questão ambiental, de forma sustentável, ou seja, pensando em maneiras menos poluentes e que gerem menos resíduos, e em consequência disso, atraiam um público maior, que também se preocupa com a preservação ambiental e possíveis danos à esta.

Por fim, deve-se evidenciar que isto faz com que se possa agregar um valor ao produto ou serviço, pois a fabricação prepara ou industrialização destes são feitos de formas distintas, e consequentemente atraíam um público que também preocupa-se com esta questão e irá consumir, que é o caso dos alimentos livres de agrotóxicos, pois apesar de terem um custo maior quando relacionado aos outros, possuem em contrapartida inúmeros benefícios, como a questão da saúde, por serem livre de agrotóxicos, o que faz com que o seu consumo seja incentivado e tenha procura no mercado.

Desta forma, recomenda-se estudos mais aprofundados sobre o tema, relacionados por exemplo com a reciclagem de resíduos, descarte correto destes e formas de produção mais limpas, fazendo com o que o ambiente seja menos prejudicado por conta da intervenção humana e crescente aumento das indústrias. Além disso, ressalta-se que o tema abordado neste estudo e em possíveis estudos futuros, é de suma importância quando leva-se em consideração a sustentabilidade não só do país, como também do planeta. Pensar em maneiras que visem a preservação do ambiente garantem uma melhor qualidade de vida à geração atual e para as próximas que virão.

De acordo com todas as informações expostas, conclui-se que existem poucos trabalhos sobre o empreendedorismo verde, retratando nichos de mercado que utilizam todo ou qualquer tipo de material para gerar algum tipo de valor, sejam eles, financeiros, sociais, culturais. E com a constante mudança do mundo, é necessário que mais e mais pesquisas sejam realizadas para entendermos a real dimensão dessa forma de negócio, onde a preocupação com meio e ambiente e o lucro andam lado a lado.

A presente pesquisa respondeu a todos os objetivos apresentados de forma esclarecedora e contundente, mas apresentou uma certa limitação na busca de artigos nacionais publicados, onde apresentaram uma certa dificuldade no acesso tornando a pesquisa mais desafiadora, e que utilizou mais tempo do que o programado inicialmente.

Esse estudo pode contribuir cientificamente para a compreensão e promoção de práticas de negócios sustentáveis, que são cruciais para enfrentar os desafios ambientais e sociais contemporâneos. Além disso, tem impactado positivamente a economia, a inovação tecnológica e o bem-estar das comunidades, desempenhando um papel importante na construção de um futuro mais sustentável, e também pode contribuir para uma transformação significativa no campo mercadológico, influenciando a forma como as empresas abordam o marketing, interagem com os consumidores e desenvolvem estratégias de negócios. A sustentabilidade se tornou um fator-chave na tomada de decisões de marketing e na construção de marcas, à medida que as empresas respondem às preocupações ambientais dos consumidores e às pressões regulatórias.

O empreendedorismo verde é uma abordagem que oferece oportunidades significativas para criar valor econômico, reduzir o impacto ambiental e melhorar a qualidade de vida das comunidades locais. Embora existam desafios a serem enfrentados, os resultados até agora são promissores. À medida que mais empresas adotam práticas sustentáveis e a conscientização pública continua a crescer, é possível antecipar um futuro em que o empreendedorismo verde desempenhará um papel fundamental na construção de uma economia mais sustentável e resiliente.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Italo. **O marketing não está pra peixe**. Viseu, 2019.

ARAÚJO JUNIOR, Dalvino Pereira de et al. **Meio digital como ambiente de inovação das estratégias de marketing do comércio local**. 2020.

ADIZES, I. **How to Solve the Mismanagement Crisis: Diagnosis and treatment of Management Problems**, Irvington Publishing, New York, 1979.

ALBAGLI, S.; MACIEL, M. L. **Capital social e empreendedorismo local**. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2002.

ANTONIUS, P. A. J. **A exploração dos recursos naturais face à sustentabilidade e gestão ambiental: uma reflexão teórica conceitual**. Belém: NAEA, 1999.

BELZ, F. M.; BINDER, J. K. (2015). Sustainable entrepreneurship: a convergente process model. **Business Strategy and the Environment**, 1-17.

BLANCK, Henrique Lopez et al. **Capital de risco e startups: modelo de suporte na tomada de decisão com aprendizado de máquina**. 2020.

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 e Gestão, São Paulo, v. 29, p. 141-168, 1994.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

BARBOSA, L.T. **Gerenciamento de Resíduos Sólidos Urbanos no Norte de Minas Gerais: Estudo Relativo à Implantação de Unidades de Reciclagem e Compostagem a partir de 1997**. Dissertação (mestrado), Programa de Pós-graduação em Saneamento, Meio Ambiente e Recursos Hídricos. Escola de Engenharia -UFMG, 2004.

BRITO, Mercia Gonzaga de. **Jornadas e Percursos de Mulheres de Origem Periférica que Lideram Instituições da Economia Social (IES)**. 2021. Dissertação de Mestrado.

CUNHA, R. A. N. **A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação**. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Curitiba, PR, Brasil, 28, 2004.

DA SILVA, Jorge Ferreira. **O efeito dos knowledge spillovers sobre o desempenho inovador e o crescimento das firmas de manufatura colombianas**. 2019. Tese de Doutorado. PUC-Rio.

DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor: Empreender como Opção de Carreira**, Pearson Education, São Paulo, 2009,

DEXHEIMER, Marcus Alexsander. **Dano multicausal: incerteza e prova na responsabilidade ambiental**. Editora Dialética, 2023.

DRUCKER, P. F. **Innovation and entrepreneurship practice and principles**. Londres: Pan Books, 1986.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**. 5 ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

FIGGE, F., & SCHALTEGGER, S. **What is "stakeholder value?": developing a catchphrase into a benchmarking tool**. Lüneburg: Universität Lüneburg, Pictet & Cie, UNEP, 2000.

FILION, L. J. **Empirical Systems Modeling Methodology (ESM): Applications to Entrepreneurial Actors**. Advances in Qualitative Organization Research, Stamford, v. v. 2, n. 3^a, p. 201-220, 1999.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração da Universidade de São Paulo, 34(2), 5-28, 1999.

FORNASIER, Mateus de Oliveira; TONDO, Ana Lara. **A responsabilidade social empresarial entre o direito, a economia e a política da sociedade global: desastres ambientais e reflexividade**. Caderno CRH, v. 32, p. 591-608, 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HART, S. **A natural-resource-based view of the firm**. The Academy of Management Review, v. 20, n. 4, p. 986-1014, out. 1995.

HART, S. L. e MILSTEN, M. B. **Creating Sustainable Value**. Academy of Management Executive, v.17, n. 2, p. 56-69, 2003.

HART, S. L. **Capitalism at the Crossroads: Aligning Business, Earth, and Humanity** (2nd ed.). Wharton School Publishing, 2008.

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**, v. 25, p. 481-492, 2010.

ISAAK, R. **The Making of the Ecopreneur**. Greener Management International, v. , n. 38, p. 81-91, 2002.

KERSTENETZKY, Jaques; FRENKEL, Jacob. **Uma metodologia de História de Empresas**. História Econômica & História de Empresas, v. 25, n. 3, p. 696-723, 2022.

LAKATOS, M. **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1990.

LAU, R. S. M.; RAGOTHAMAN, S. **Strategic issues of environmental management**. South Dakota Business Review, v. 56, n. 2, p. 1-7, 1997.

LAVIERE, C. **Educação empreendedora?** In R. M. A. Lopes (Org.), Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas (pp. 1-16), 2010. Rio de Janeiro: Elsevier.

LOPES, G. S., JR., & SOUZA, E. C. L. **Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida.** Revista Eletrônica de Administração, 11(6), 1-21, 2005. Disponível em: <http://read.adm.ufrgs.br/edicoes/pdf/artigo_380.pdf>. Acesso em: 09/02/2023.

MACEDO, N.D. de. **Iniciação à pesquisa bibliográfica: guia do estudante para a fundamentação do trabalho de pesquisa.** 2.ed. São Paulo: Loyola, 1994.

MAJID, I. A. e KOE, W. L. **Sustainable Entrepreneurship: a revised model based on triple bottom line (TBL).** International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 2(6), 293-310, 2012.

MARTENS, C. D. P et al. **Orientação empreendedora: revisitando conceitos e aproximando com a internacionalização das organizações.** Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista, v.4, n.1, p. 112-126, 2010. Disponível em: <<http://www.cc.faccamp.br/ojs-2.4.8-2/index.php/RMPE/article/view/172/139>>. Acesso em: 16/04/2021. Acesso em: 09/02/2023.

MEDEIROS, Denise Ouriques et al. **Cidades ideais: conhecimento, imaginação, utopia e motivação para projetos inovadores.** 2022.

MILLER, D. **The correlates of entrepreneurship in three types of firms.** Management Science. Jul.1983, 29 (7), p.770-791, 22p.

MOREIRA, Cleber Vasconcelos. **Marketing verde como propensa vantagem competitiva sustentável de uma organização.** Revista Foco, v. 8, n. 2, p. 133-144, 2015.

NIESTEN, Eva et al. **Sustainable collaboration: The impact of governance and institutions on sustainable performance.** Journal of Cleaner Production, [s.l.], v. 155, p.1-6, jul. 2017. Elsevier BV

PARISOTO, Greici Joana. **Análise dos tipos de inovação e modelos de negócio de agtechs brasileiras de gestão agropecuária e sua difusão no campo,** 2020.

PARRISH, B. D.; FOXON, T. J. **Sustainability entrepreneurship and equitable transitions to a low-carbon economy.** Greener Management International, v. 55, p. 47-62, 2009.

PENA, R. F. A. **Mundo Educação.** Mundo Educação. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/economia-verde.htm>>. Acesso em: 09/02/2023.

PERRINI, F. e TENCATI, A. **Sustainability and stakeholder management: the need for new corporate performance evaluation and reporting systems.** Business Strategy and the Environment, 15(5), 296-308. doi: 10.1002/bse.538, 2006.

PIZZANI, L. S. R. C.; BELLO, S. F.; HAYASHI, M. C. P. I. **A arte da pesquisa bibliográfica na busca do conhecimento.** Rev. Dig. Bibl. Ci. Inf, Campinas, v.10, n.1, p.53-66, jul./dez. 2012. Disponível em: Acesso em: 23 jun. 2023.

RAATS, Ricardo; KRAKAUER, Patricia Viveiros De Castro. **Orientação empreendedora internacional nas empresas do aerodesporto**, 2018.

REYNOLDS, P. D.; HAY, M.; CAMP, S. M. **Global Entrepreneurship Monitor – Executive Report**. Babson College: 1999.

REIS, Marcos Vinícius Pedro et al. **Inovação em instrumentos de planejamento e controle gerencial em empresas startups em Florianópolis: Estudo de caso**. 2023.

SANTOS, L. **Os executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo: capital humano e empreendedorismo como valores sociais**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2007.

SANTOS, Juvânia Paixão Dos. **Planejamento e Gestão Urbana: Estudo da Dinâmica da Praça Lomanto Junior, na Cidade de Laje/Ba**. Simpósio Cidades Médias e Pequenas da Bahia-ISSN 2358-5293, 2019.

SARKAR, S. (2010). **Empreendedorismo e inovação**. Escolar Editora. Saxenian, A. (1990). Regional Networks and the resurgence of Silicon Valley. California Management Review. 89-109. Disponível em: <[http://www1.ximb.ac.in/users/fac/visiting/vfac.nsf/23e5e39594c064ee852564ae004fa010/51e213743b63ce6e65257028003e3ccc/\\$FILE/saxenian.pdf](http://www1.ximb.ac.in/users/fac/visiting/vfac.nsf/23e5e39594c064ee852564ae004fa010/51e213743b63ce6e65257028003e3ccc/$FILE/saxenian.pdf)>. Acesso em: 09/02/2023.

SCHAPER, M. T., VOLERY, T., WEBER, P. C., & GIBSON, B. **Entrepreneurship and Small Business** (4th ed.). Wiley, 2014.

SCHLANGE, L. E. **What drives sustainable entrepreneurs**. Proceedings of the Applied Business and Entrepreneurship Association International (ABEAI) Conference, Kona, HI, USA, 3, 2006.

SCHLANGE, L. E. **Stakeholder identification in sustainability entrepreneurship**. Greener Management International, (55), 13-32, 2009.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalism, socialism, and democracy**. 3.ed. New York: Harper & Row, 1950.

SEVERO, Elisabeth Maria Ferreira; DE SOUZA, Hipólito José Campos. **Análise das Matrizes Curriculares dos Cursos de Arquitetura e Engenharia Civil na Cidade do Recife Voltadas à Construção Sustentável**. Fronteiras: Journal of Social, Technological and Environmental Science, v. 4, n. 3, p. 47-63, 2015.

SILVA, Ana Beatriz Machado Vieira da. **Como a Visão do Empreendedor afecta a intenção para criar o seu próprio negócio**. 2022. Tese de Doutorado.

SHEPHERD, D. A., e PATZELT, H. **The new field of sustainable entrepreneurship: studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed”**. Entrepreneurship Theory and Practice, 35(1), 137-163. doi: 10.1111/j.1540-6520.2010.00426.x, 2011.

SOUZA, R. S. **Fatores de formação e desenvolvimento das estratégias ambientais nas empresas**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, p. 283. 2004.

SOUZA, N. de J. de. **Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Atlas, 1999.

TANNER, C.; KAST, S. W. **Promoting sustainable consumption: determinants of green purchases by Swiss consumers..** Psychology and Marketing, v. 20, p. 883–902, 2003.

TRAGTENBERG, M. **Administração, poder e ideologia**. São Paulo : UNESP, 2005.

USLU, Y. D.; HANCIOĞLU, Y.; DEMIR, E. **Applicability to Green Entrepreneurship in Turkey: A Situation Analysis**. Procedia-Social and Behavioral Sciences, Istanbul , v. 195, p. 1238.

WIKLUND, J. **Entrepreneurial Orientation as Predictor of Performance and Entrepreneurial Behaviour in Small Firms - Longitudinal Evidence**. Frontiers of Entrepreneurship Research, 1998, [on line] Disponível em:
<<http://www.babson.edu/entrep/fer/papers98/index98/index98.html>> - Acesso em: 09/02/2023.

WIKLUND, J. e SHEPHERD, D. **Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach**. Journal of Business Venturing, Jan 2005, 20 (1), p.71-91, 21p