EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL: UM ESTUDO DAS AÇÕES E MOTIVAÇÕES SUSTENTÁVEIS DOS EMPREENDEDORES EM EMPRESAS SERGIPANAS

RESUMO

O objetivo principal desse estudo foi analisar as motivações e ações sustentáveis implementadas pelos empreendedores sergipanos, considerando as dimensões econômicas, ambientais e sociais da sustentabilidade. Sob as bases da fenomenologia e do interpretativismo, essa pesquisa, de natureza exploratória e descritiva, desenvolve-se utilizando a estratégia de múltiplos casos. Os dados foram coletados em seis empresas por meio de entrevistas semiestruturadas com os empreendedores, com a utilização da análise de documentos e com a observação direta não participante. Foram escolhidos seis negócios situados na Grande Aracaju, com características de sustentabilidade. Os resultados mostraram que o perfil dos empreendedores sustentáveis é semelhante e que as motivações para que abrissem seus próprios negócios confundem-se com as motivações para adotar e praticar ações sustentáveis. Em todos os casos analisados são praticadas e desenvolvidas ações em todas as dimensões da sustentabilidade: econômica, social e ambiental, tendo como principal intento a redução de custos e o alcance da vantagem competitiva.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo sustentável. Dimensões econômica, ambiental e social. Sergipe.

ABSTRACT

The aim of this study was to analyze the motivations and sustainable actions implemented by the venturers Sergipe, considering the economic, environmental and social dimensions. Under the Foundation of Phenomenology and interpretivism, this research, exploratory and descriptive nature, developed using the strategy of multiple cases. The data were collected through semi-structured interviews with entrepreneurs, with the use of documents and analysis with the direct observation. Were chosen six business located in Greater Aracaju, with sustainability as the name, products and production processes. The results showed that the profiles of sustainable entrepreneurs are similars and that the motivations for these entrepreneurs to open their own businesses intermingle with the motivations to adopt and practice sustainable actions. In all cases analysed are practiced and developed actions in all dimensions of sustainability: economic, social and environmental, with the main purpose to reduce costs and achieve competitive advantage.

Keywords: Entrepreneurship. Sustainable Entrepreneurship. Economic, environmental and social dimensions. Sergipe.

1 INTRODUÇÃO

As discussões acerca da relação meio ambiente e desenvolvimento atravessaram décadas e ganharam força nos anos 80, quando o significado da palavra progresso envolvia o crescimento dos mercados atrelado às soluções para a degradação ambiental e para os problemas sociais. Esse é o ponto de partida no qual as organizações iniciaram um processo de mudança, ligando o crescimento econômico à qualidade de vida. Assuntos como responsabilidade socioempresarial, gestão ambiental e práticas sustentáveis ocupam espaço de destaque na agenda dos administradores, tornando-se notável a transformação de empresas tradicionais em empresas sustentáveis (Lawrence, Weber, & Post, 2005).

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

Percebe-se que, atualmente, os empreendedores canalizam esforços para adaptar seus negócios às causas ambientais desenvolvendo ações para prevenir a degradação do meio natural e assegurar que as futuras gerações possam usufruir dos mesmos recursos existentes no presente. A partir daí, a discussão do empreendedorismo atrelado à sustentabilidade cunhou um novo termo: o empreendedorismo sustentável, que vem emergindo na academia como um novo campo de pesquisa (Dean & McMullen, 2007).

O empreendedorismo sustentável é um tema novo e interdisciplinar e suas publicações ganharam destaque nos últimos anos (Boszczowski & Teixeira, 2012; Junqueira, Maior, &

Pinheiro, 2011). As publicações nesta área focam diferentes objetos como a gestão das dimensões sustentáveis ou o *triple botton line* (Dixon & Clifford, 2006; Young & Tilley, 2006), as motivações para os empreendedores adotarem práticas sustentáveis (Schlange, 2006; Isaak, 2002), as teorias que permeiam o empreendedorismo verde (Scharper, 2002; Borges, Borges, Ferreira, Najberj, & Tete, 2010, as classificações dos empreendedores sustentáveis (Taylor & Walley, 2003; Shaltegger, 2002) e a exploração de oportunidades empreendedoras (Cohen & Winn, 2007; Dean & McMullen, 2005).

É diante desse contexto, que Cohen and Winn (2007) associam o conceito de empreendedorismo sustentável às oportunidades e falhas de mercado. Ao identificá-las, o empreendedor redesenha suas estratégias ou cria novos negócios para alcançar vantagem competitiva. As oportunidades de mercado estão estreitamente ligadas ao empreendedorismo sustentável, por não serem observáveis e percebidas por todos ao mesmo tempo (Zahra, Gedajilovic, Neubaum, & Shulman, 2009). As empresas precisam encontrar novas maneiras de se diferenciar e, as que não o fizerem, terão dificuldade de acompanhar o ritmo do mercado (Esty & Winston, 2008).

Alguns autores como Savitz (2007) e Isaak (2002) pontuam que muitas organizações aderem à sustentabilidade como alternativa de permanência no mercado, aproveitando as oportunidades identificadas e exercendo parte do papel de um verdadeiro empreendedor sustentável, pois, para desempenhar completamente o empreendedorismo sustentável é necessário apoiar-se e praticar ações que permeiam o tripé da sustentabilidade.

Já para Oscanoa (2010), as oportunidades estão mais ligadas aos aspectos psicológicos do que aos aspectos econômicos, e, tal fato auxilia, quando se quer entender os motivos dos empreendedores investirem em alternativas socioambientais. A percepção das falhas de mercado desperta no empreendedor a necessidade de explorar novas oportunidades (Cohen & Winn, 2007), neste caso, muitos dos problemas ambientais são causados por falhas de

mercado (Dean & McMullen, 2007), que são identificadas por um empreendedor ou por um grupo de empreendedores com o objetivo de criar valor econômico (Companys & McMullen 2007).

Esse estudo tem o intuito de analisar as motivações e ações sustentáveis implementadas pelos empreendedores sergipanos nas dimensões econômica, ambiental e social. Especificamente, buscou identificar as características das empresas sustentáveis sergipanas, o perfil do empreendedor sustentável, as motivações que levaram o empreendedor a adotar práticas sustentáveis, as ações implementadas nas empresas em estudo nas dimensões econômica, ambiental e social, bem como as dificuldades enfrentadas por esses empreendedores aos adotarem práticas sustentáveis.

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

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

2 EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL

Uma simples leitura nos escritos, acadêmicos ou não, proporciona a percepção de diversas nomenclaturas que convergem ou representam o empreendedorismo sustentável. É possível notar que os autores utilizam termos que melhor se relacionam aos seus objetos de pesquisa, e, após uma revisão da literatura, pôde-se verificar a heterogeneidade de

denominações que representam o empreendedorismo sustentável, essas denominações ou conceitos podem ser observadas no quadro 01 a seguir:

Quadro 01 - Denominações/Conceitos do Empreendedorismo Sustentável

DEMOMINAÇÃO	SIGNIFICADO	AUTOR
Ecopreneur	É aquele que cria *green-green business* que são capazes de transformar radicalmente a economia do setor em que atuam.	Isaak (2002)
Green Entrepreneur	Empreendedores que possuem objetivos ecológicos ou sociais orientado para negócios.	Taylor & Walley (2003)
Ecopreneurship	É a combinação de duas palavras 'ecológico' e 'empreendedorismo', ou seja, é o empreendedorismo sob lentes ambientais, combinando fortes valores sociais e ambientais e uma atitude empreendedora energética.	Schaltegger (2002)
	É a representação das três motivações dos indivíduos: ambiental, social e econômica.	Dixon & Clifford (2007)
Ecovantagem	Gerar receita usando o foco ambiental para agregar valor aos seus produtos e atingir consumidores verdes, criando um novo espaço de mercado.	Esty & Winston (2008)
Green Procurement	É a aquisição de produtos os serviços com um baixo impacto sobre o meio ambiente e que o seu ciclo de vida também tenha impacto equivalente.	Lacroix (2010)

Fonte: Elaborado pelas autoras com base na revisão da literatura

O Quadro 01 expõe alguns dos termos mais utilizados para definir o empreendedorismo sustentável. A abordagem de cada autor justifica o emprego de cada um desses termos, todavia pode-se notar que todos convergem para a prática de ações com menor impacto socioambiental, ou seja, no empreendedorismo sustentável a organização tem a sustentabilidade no centro de sua estrutura, operações e gestão (Young, Tilley, 2006), integrando propósitos ambientais e sociais orientados por diversos motivos e valores (Parrish, 2009).

Cohen and Winn (2007) referem-se ao empreendedorismo sustentável como um complemento da definição de empreendedorismo de Venkataraman (1997), afirmando que é o campo de estudo que busca entender como as oportunidades de desenvolver futuros bens e serviços são descobertas, criadas e exploradas, por quem e com quais consequências econômicas, sociais e ambientais (Cohen & Winn, 2007).

Entretanto, com a ampliação dos mercados e o conhecimento sobre os danos que as atividades empresarias causam no meio natural, o empreendedorismo sustentável buscou suas bases no tripé da sustentabilidade, considerando igualmente importantes os aspectos econômicos, sociais e ambientais, ou seja, as dimensões da sustentabilidade.

Diante disso, muitos autores defendem a premissa que para uma organização possa desenvolver-se sustentavelmente é necessário a aplicação simultânea dos três pilares do tripé da sustentabilidade: econômico, ambiental e social (Dyllick & Hockerts, 2002; Young & Tilley, 2006). Alicerçado sobre esse tripé, é que o estudo do empreendedorismo sustentável ampliou-se recentemente (Boszczowski & Teixeira, 2012) e surgiram termos como *ecovantage* (Esty & Winston, 2008), *ecopreneurship* (Dixon & Clifford, 2007; Shaper, 2002) e *ecopreneur* (Holt, 2011), que motivaram o empreendedor a ser economicamente viável, socialmente justo e ambientalmente correto. Masurel (2006) ainda complementa, acrescentando que as práticas de empreendedorismo sustentável levam a empresa a fazer escolhas equilibradas entre o lucro, as pessoas e o planeta.

Torna-se, então, evidente que o empreendedorismo sustentável é a aglutinação dos propósitos das dimensões da sustentabilidade e do empreendedorismo. Parrish (2009) afirma que o empreendedorismo detém a capacidade de contribuir para o alcance dos objetivos organizacionais, das políticas públicas e do avanço de tecnologias, porém seu foco de ação ampliou-se, e surgiu a necessidade de sua contribuição para com o ambiente e a sociedade.

Para tanto, autores como Dixon and Clifford (2007), Hart and Milstein (2003) consideram a necessidade global da divulgação de ações de sustentabilidade empresarial como pontapé inicial para a “destruição criativa”. Esse novo ponto de vista evoca um alerta para as organizações de que mudanças irão ocorrer, e novas oportunidades de mercado surgirão, pois, conforme Menezes (2003), as empresas que não estiverem aptas às novas

solicitações do mercado morrerão, ao passo que aquelas que estiverem adequadas às mudanças serão promovidas à vida.

3 MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS SUSTENTÁVEIS

No que se refere às motivações empreendedoras sustentáveis, a motivação do empresário para empreender sustentavelmente inspirou Schaltegger (2002) a destinar importância às prioridades e metas das empresas e ao efeito do mercado sobre os negócios. O autor definiu cinco posições básicas de empreendedor (atores, *bioneers*, *ecopreneurs*, gerenciadores ambientais e administradores ambientais) de acordo com o grau de orientação ambiental da empresa, esclarecendo não somente a posição empreendedora, mas também como proceder no caminho rumo ao empreendedorismo sustentável.

Pastakia (2002) advoga que as motivações dos *ecopreneurs* são induzidas tanto por forças internas quanto por forças externas. As forças internas lidam principalmente com ideologias e preocupações estratégicas, são os valores, planos e metas que contribuem para uma sociedade sustentável. As forças externas relacionam-se com o desenvolvimento socioeconômico legal do ambiente em que o negócio está inserido, revelam-se nas preocupações econômicas, sociais e ambientais que rodeiam os negócios. Dois fatores compõem as forças externas: os fatores *pull*, que são os julgamentos dos consumidores, investidores e governo que influenciam um negócio a tornar-se mais sustentável, e os fatores *push*, que são as leis e regulamentos e ações da sociedade civil, consumidores e investidores.

O autor afirma que a presença de quaisquer forças podem desencadear mudanças e promover o empreendedorismo sustentável, no entanto, a condição para que a mudança possa ser sustentada por períodos mais longos, depende do suporte das outras forças.

Os motivos que levam alguns empreendedores a iniciarem negócios sustentáveis também foram estudados por Taylor and Walley (2003) mediante uma revisão da literatura e de abordagens que classificam os empreendedores que investem no contexto verde, Taylor and Walley (2003) classificaram os empreendedores conforme suas orientações sustentáveis e econômicas, "influenciados por estruturas pesadas, como regulações e influências econômicas e influências sócio-culturais leves, como contatos pessoais e educação".

O estudo de Bansal and Roth (2000) enfatiza que há três motivos básicos para que as empresas sejam responsáveis ecologicamente: a competitividade, a legitimação e a responsabilidade ecológica. A competitividade é a capacidade de resposta ecológica visando melhorar a rentabilidade da organização em longo prazo, ou seja, as empresas atualmente competem pela efetividade dos resultados ambientais, seja 'apagando' as luzes, reciclando lixo, utilizando processos ambientalmente eficientes ou produtos confiáveis. Os autores ainda reforçam que organizações que possuem a competitividade como fator motivacional tendem a investir em processos e produtos inovadores, aumentando a posição de mercado.

A legitimação condiz com a melhoria da adequação de um determinado conjunto de normas e valores, é o gerenciamento ambiental institucionalizado, almejando a satisfação do governo, da comunidade local e dos *stakeholders*.

A responsabilidade ecológica volta-se para o interesse em investir em obrigações e valores sociais, incluindo a reconversão de terras para áreas verdes, lucros provenientes de produtos verdes, doações para grupos ambientais e sociais, utilização de papel reciclado, substituição de equipamentos de varejo e produtos de escritório por materiais benéficos ao ambiente e reciclagem do lixo.

Bansal and Roth (2000) constataram que cada motivação é descrita por sua distinção, e, o seu poder de afetar a capacidade de resposta ecológica das empresas é reforçado através de suas interações, acrescentam também que, se as organizações aumentarem o envolvimento

nos cuidados socioambientais e divulgarem voluntariamente os impactos ecológicos, haverá mais coesão no campo das motivações empreendedoras sustentáveis.

4 MODELO CONCEITUAL DO ESTUDO

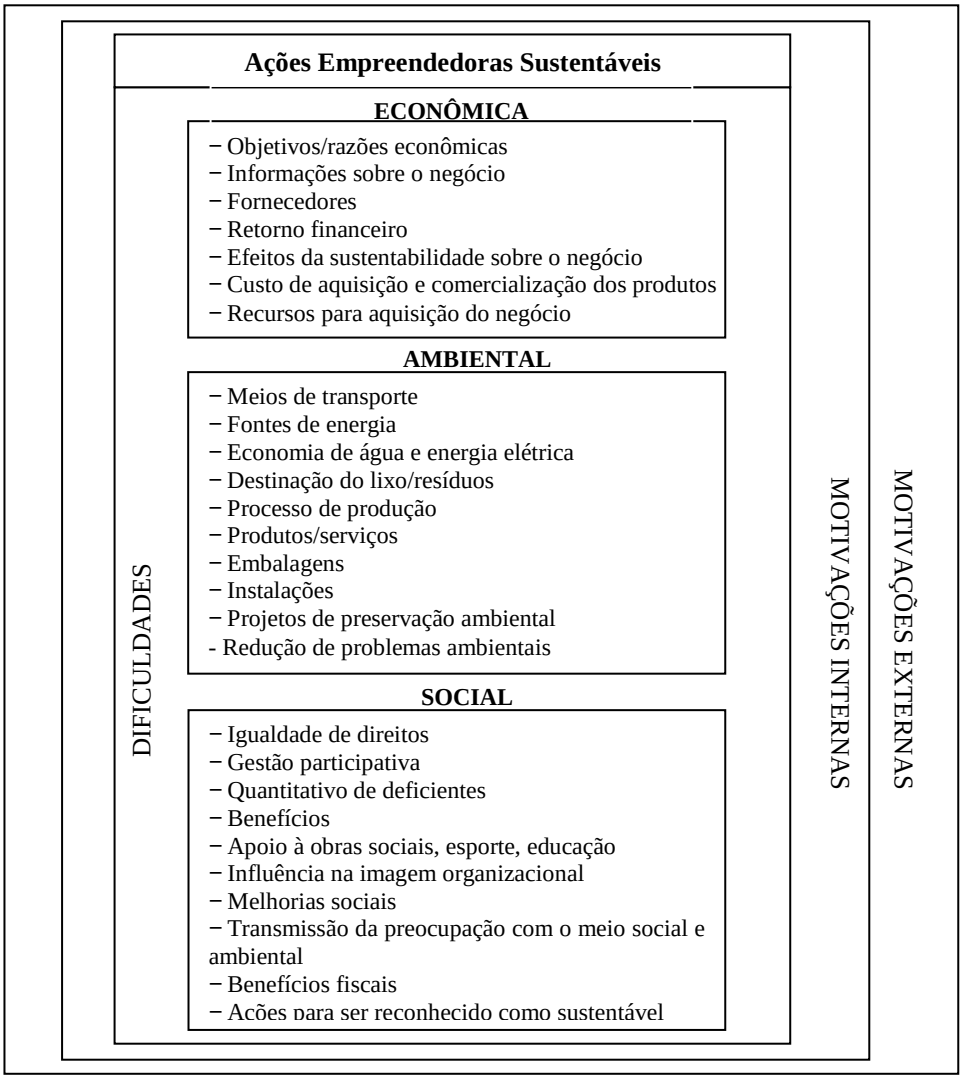
Alguns modelos e tipologias presentes na revisão da literatura serviram de base para fundamentar conceitualmente esse estudo, possibilitando a criação de um modelo conceitual adaptado, adequando os objetivos dessa pesquisa à realidade dos empreendedores sergipanos.

A adaptação do modelo deu ênfase ao tripé da sustentabilidade (Dixon & Clifford, 2006; Young & Tilley, 2006), às características das dimensões da sustentabilidade, propostas por Schlange (2006), ampliando a cada dimensão aspectos também observados na literatura como: os custos de aquisição e comercialização dos produtos (Morish, Miles, & Polonky, 2011), os recursos para a aquisição do negócio (Sharper, 2002), os serviços com perspectiva ecológica (Basu, Osland, & Solt, 2008), os efeitos econômicos da sustentabilidade sobre o negócio (Pimentel, Reinaldo, & Oliveira, 2012), a redução de problemas ambientais (Sachs, 1993; Klewitz & Zeyen, 2010), o apoio às obras sociais, esportes e educação (Bansal & Roth, 2000), a influência de ações sociais na imagem organizacional (Ethos, 2012), as melhorias sociais na comunidade (Melo Neto & Froes, 2002; Ashley, Coutinho, & Tomei, 2000; Pimentel, Reinaldo, & Oliveira, 2012), os benefícios oferecidos e recebidos (Pimentel, Reinaldo, & Oliveira, 2012) e as ações para que a empresa possa ser reconhecida como sustentável (Fenker & Ferreira, 2011; Morish, Miles, & Polonky, 2011).

Salienta-se que além das dimensões sustentáveis a adaptação do modelo considerou as motivações internas e externas para que o empreendedor sergipano criasse ou transformasse a sua empresa em uma empresa sustentável (Pastakia, 2002; Taylor & Waley, 2003; Schlange, 2006; Oscanoa, 2010; Klewitz & Zeyen, 2010; Pascual, Klink, & Grisales, 2011). Cabe, também, ressaltar que a nomenclatura para a dimensão ecológica, foi substituída por dimensão ambiental, no intuito de dar ênfase ao ambiente e não na interação dos organismos

com os organismos, conforme funcionam nos ecossistemas (Odum & Barrett, 1988). O modelo adaptado também possibilita verificar as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores no que se refere às ações ou práticas socioambientalmente responsáveis. Assim, apresenta-se na Figura 1 o modelo conceitual do estudo.

Figura 1- Modelo Conceitual do Estudo



Fonte: Elaborado pela autora, com base na literatura, 2013.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo apoiou-se sob as bases da fenomenologia, pois o pesquisador interage com o que está sendo pesquisado, buscando identificar e analisar ações e motivações

sustentáveis de empreendedores nas empresas sergipanas. Além disso, busca interpretar e descrever as percepções de cada entrevistado por meio de categorias identificadas durante o processo de pesquisa baseadas nas dimensões econômica, ambiental e social.

No que se refere à classificação, essa pesquisa pode ser considerada como qualitativa, pois para analisar as ações sustentáveis praticadas em empresas sergipanas, foram adotadas técnicas de coleta, codificação e análise dos dados, no intuito de gerar resultados a partir do significado das categorias analíticas na percepção dos empreendedores e não da frequência em que os fenômenos ocorrem (Easterby-Smith, Thorpe, & Lowe, 1999).

Essa pesquisa ainda pode ser considerada como exploratória, pois os estudos exploratórios investigam um novo assunto ou tópico, orientando o pesquisador a descobrir o que está acontecendo e a compreender melhor um determinado problema (Neuman, 1997; Saunders, Lewis, & Thornill, 2000).

Isso se justifica porque o empreendedorismo sustentável é um tema recente na academia (Sharper, 2002; Taylor & Walley, 2003; Isaak, 2002). Pode ser considerado também como descritivo, visto que a pesquisa descritiva retrata o perfil dos atores, descreve processos, mecanismos ou relacionamentos, apresentando informações sobre um contexto, utilizando, para tanto, um conjunto de categorias ou tipos variados de classificações (Neuman, 1997).

Esse estudo adotou a estratégia de casos múltiplos, pois este tipo de estratégia se apresentou como mais adequada para a pesquisa, permitindo o entendimento do fenômeno e as percepções dos empreendedores entrevistados, bem como possibilitando descrever as características desses empreendedores e de suas empresas sustentáveis, para isso, foram selecionadas seis empresas localizadas na Grande Aracaju, atuantes em diferentes ramos de negócio. Godoy (1995) reforça que os estudos de caso múltiplos têm o objetivo de estabelecer comparações ou descrever mais de um indivíduo, instituição ou evento.

Como critérios para a escolha dos casos foram escolhidas seis empresas do estado de Sergipe com características sustentáveis (Ecoofice, Aruanã Eco Praia Hotel, Recigraxe, Reciclaria, Hotel Pousada do Sol e Ecociiclo), como **os produtos e /ou serviços adquiridos ou comercializados** (como móveis de demolição, bicicletas, cartuchos reciclados), **as embalagens utilizadas** demostrando a preocupação com a reciclagem e **os processos de produção** menos poluentes para o ambiente. É interessante destacar que esse estudo não se restringe às empresas criadas com estratégias sustentáveis, fizeram parte, também, as empresas que se adaptaram a essas práticas pós criação.

A coleta de evidências foi realizada por meio de entrevistas pessoais semiestruturadas com os empreendedores de cada negócio, além da análise de documentos e da observação direta não participante. É válido salientar que o uso de diferentes fontes de evidências possibilitou efetuar a triangulação de dados, que para Yin (2010) é uma estratégia que torna as conclusões obtidas pelo estudo mais convincentes e satisfatórias e permite o desenvolvimento de linhas convergentes de investigação.

Para analisar os casos utilizou-se a técnica de análise de conteúdo (Bardin, 2002) seguida da *cross case analysis* (Eisenhardt, 1989), com a qual os dados foram ordenados e as diferenças e similaridades identificadas, ou seja, os casos foram comparados, fixando suas peculiaridades e nuances.

A seguir é apresentada a análise dos dados, de maneira comparativa, ressaltando diferenças e similitudes dos empreendimentos estudados.

6 OS EMPREENDIMENTOS SUSTENTÁVEIS SERGIPANOS

No que se refere ao tempo de constituição dos empreendimentos pesquisados, pôde-se notar que eles são relativamente novos no mercado, o que confirma a perspectiva de alguns

estudos (Sharper, 2002; Isaak, 2002; Taylor & Walley, 2003; Souza, Ribeiro, Machado, & Corrêa, 2011) os quais apontam que o tema em questão é de exploração recente na academia. Parrish (2009) também afirma que o foco de ação do empreendedorismo ampliou-se recentemente surgindo a necessidade da sua contribuição com o meio ambiente e com a sociedade. É importante destacar que o Hotel Pousada do Sol é o negócio com mais tempo de mercado, vinte e sete anos, todavia as contribuições socioambientais, ou seja, adoção de ações sustentáveis iniciaram-se no ano de 2002.

Schlange (2007) afirma que empreendedores de diferentes ramos de negócio voltam a sua atenção para as novas exigências do mercado, integrando o conceito de sustentabilidade às suas organizações. É interessante notar que os negócios pesquisados pertencem a setores distintos da economia o que faz perceber que o empreendedorismo sustentável em Sergipe não está concentrado em ramos específicos de negócio. Foi constatado que quatro dos seis negócios pesquisados desenvolvem suas atividades em áreas distintas: a Recigraxe recicla óleo comestível, a Ecooffice presta serviços de informática e recicla cartuchos e *toners*, a Ecociiclo comercializa bicicletas e acessórios para ciclistas e a Reciclaria vende artesanato sustentável, alimentos naturais e promove cursos para a comunidade, apenas o Aruanã Eco Praia Hotel e o Hotel Pousada do Sol pertencem ao mesmo segmento de mercado - turismo e hotelaria.

As empresas estudadas possuem entre quatro e trinta e oito funcionários, enquadrando-se como micro ou pequenas empresas, conforme classificação do SEBRAE (2011) e localizam-se em diferentes regiões da Grande Aracaju, o que demonstra que não há concentração desse tipo de negócio em determinadas regiões da cidade.

Constatou-se que o nome de cada empreendimento estudado reflete a intenção do empreendedor em ressaltar as características do próprio negócio. Giovannini and Kruglianskas (2008), também evidenciaram que o nome do empreendimento reflete as opções

sustentáveis adotadas, todavia, no que se refere às características sustentáveis, o Hotel Pousada do Sol foi o único empreendimento estudado que não teve o nome associado às particularidades socioambientais.

Com exceção da Reciclaria, os entrevistados dos demais empreendimentos consideram que possuem concorrentes no mercado. O Quadro 02 a seguir apresenta um resumo das características dos empreendimentos estudados.

Quadro 02- Características dos empreendimentos estudados

EMPREENDIMENTO	ANO DE FUNDAÇÃO	ÁREA DE ATUAÇÃO	LOCALIZAÇÃO	N° EMPREGADOS	CONCEPÇÃO DO NOME DO EMPREENDIMENTO
Ecoofice	2010	Comércio/ serviços	Bairro Suissa	4	Baseado em ações sustentáveis, deriva de escritório ecológico.
Aruanã Eco Praia Hotel	2009	Serviços	Praia de Aruana	36	Une aspectos da região, cuidados ambientais e localização.
Recigraxe	2003	Indústria	Cantinho do Céu - São Cristóvão	8	Representa a razão de ser do negócio; reciclagem de ácido graxo.
Reciclaria	2011	Comércio/ serviços	Bairro Aeroporto	5	Sustenta os objetivos do negócio; reciclagem de coisas e pessoas.
Hotel Pousada do Sol	1986	Serviços	Orla de Atalaia	38	Adquirido por meio de *benchmarking* realizado em viagens.
Ecociiclo	2009	Comércio/ serviços	Bairro Luzia	8	Encaixa as condições ecológicas à aquisição de um veículo não poluente.

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2013.

Após análise do perfil do empreendedor sustentável sergipano, percebeu-se que a idade média dos entrevistados é relativamente alta, aproximadamente 47 anos, ou seja, pôde-se constatar que as empresas objeto de estudo não são geridas por empreendedores jovens, o estado civil oscila entre viúvo, casado e solteiro e o gênero está distribuído entre homens e mulheres.

Os proprietários da Ecociiclo e do Hotel Pousada do Sol não tinham experiência como empreendedores antes de criar os seus negócios, todavia os demais entrevistados já possuíam ou trabalhavam em setores semelhantes aos dos seus empreendimentos.

No que se refere à sustentabilidade pôde-se constatar que três dos entrevistados não visualizaram a oportunidade de negócio sustentável ao decidir abrir os seus empreendimentos (Ecoofice, Hotel Pousada do Sol e Recigraxe), diante desse aspecto, é interessante pontuar que Krueger (2005) advoga que as oportunidades de negócios estão ligadas à percepção do empreendedor.

Entretanto, os demais, adotaram características e atentaram para a oportunidade de negócio sustentável influenciados pela formação educacional (Ecociiclo), pela percepção da mudança de comportamento das pessoas no que diz respeito à aquisição de produtos/serviços socioambientalmente preocupados (Reciclaria) e pela possibilidade de diversificação do nicho de mercado (Aruanã Eco Praia Hotel), resultados que se assemelham a estudos na literatura (Schaltegger & Wagner, 2011; Bos-Brouwers, 2010; Ballou, Heitger, & Landes, 2006; Esty & Winston, 2008; Pascual, Klink, & Grisales, 2011; Sneddon & Mazzarol, 2011). O quadro 03 apresenta o perfil de cada entrevistado.

Quadro 03- Perfil dos entrevistados

EMPREENDIMENTO	FAIXA ETÁRIA	FORMAÇÃO EDUCACIONAL	EXPERIÊNCIA COMO EMPREENDEDOR
Ecoofice	37 anos	Superior incompleto na área de informática.	Não tinha experiência como empreendedor, mas possui experiência no ramo se informática.
Aruanã Eco Praia Hotel	44 anos	Técnico em agropecuária.	Tinha experiência como empreendedor, do ramo de alimentos e de motéis.
Recigraxe	36 anos	Superior completo em nutrição.	Tinha experiência como empresária do ramo de vendas porta-a-porta.
Reciclaria	55 anos	Superior completo em odontologia e especialização em saúde pública e odontologia social.	Não tinha experiência no setor, apenas trabalhou em uma ONG.

Hotel Pousada do Sol	51 anos	Superior completo em Turismo e especialização em gestão de empreendimentos hoteleiros.	Nenhum dos integrantes da família possui experiência como empreendedor.
Ecociiclo	58 anos	Superior completo em Biologia e especialização em planejamento e gestão ambiental.	Não tinha experiência como empresário.

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2013.

6.1 MOTIVAÇÕES

Ao comparar as motivações dos entrevistados para se tornarem empreendedores, verificou-se que houve diferentes motivações para abrirem seus próprios negócios. Cabe destacar que a Ecociiclo, o Aruanã, o Hotel Pousada do Sol abriram seus negócios impulsionados pela oportunidade de mercado, o entrevistado da Ecoofice buscou a independência financeira, a empreendedora da Reciclaria, a realização pessoal e a entrevistada da Recigraxe motivou-se por necessidade.

Pastakia (2002) afirma que as motivações dos *ecopreneurs* são induzidas tanto por forças internas quanto por forças externas, todavia, em contraponto a essa afirmativa, observou-se que um dos empreendedores dos negócios estudados declarou não ter sido motivado internamente (Recigraxe) e outro externamente, (Ecoofice) para criar empreendimentos preocupados com a sustentabilidade.

Por meio de um levantamento da literatura Oscanoa (2010) caracterizou as forças internas como preocupações ideológicas dos problemas sociais e ambientais provenientes da influencia da família, amigos, experiência anterior, rede de contatos e educação.

Com relação a essas fontes de motivação, notou-se que cada empreendedor apresentou particularidades. Verificou-se que a família foi a fonte de motivação mais citada entre os entrevistados, seja pelos hábitos familiares (Ecociiclo), pelos incentivos dos filhos, pais e irmãos (Reciclaria, Hotel Pousada do Sol) ou pelo apoio da esposa (Ecoofice).

A formação educacional impulsionou os empreendedores da Ecociiclo e do Aruanã Eco Praia Hotel a adotarem práticas sustentáveis nos seus negócios, as redes de contato foram citadas apenas pelo proprietário do Hotel Pousada do Sol e a experiência anterior foi apontada com fonte de motivação interna, somente pela empreendedora da Reciclaria.

Vale ressaltar que outros estudiosos como Taylor and Waley (2003) já haviam constatado que os motivos que levaram alguns empreendedores a iniciarem negócios sustentáveis estão ligados às influências socioculturais leves, como contatos pessoais e educação, bem como estruturas pesadas como as regulações e influências econômicas, essas últimas, caracterizadas, nessa pesquisa como fatores de motivação externa.

As motivações externas revelam-se nas preocupações econômicas, sociais e ambientais que rodeiam os negócios (Pastakia, 2002). Oscanoa (2010) ainda reforça afirmando que essas motivações estão voltadas para as leis e regulamentos, as demandas do consumidor, o acesso aos investimentos e os movimentos sociais.

No tocante às fontes de motivação externa, destacam-se as demandas de mercado como principal razão para adotar características sustentáveis para a Ecociiclo, a Reciclaria, o Aruanã e o Hotel Pousada do Sol, sendo que este último considerou tal aspecto como fonte de motivação a partir do ano de 2002.

Outra fonte de motivação externa que merece destaque é o apoio do SEBRAE, citado por três entrevistados (Hotel Pousada do Sol, Aruanã e Recigraxe) como fonte de incentivo e apoio para a concepção dos empreendimentos e/ou para traçar rotinas e diretrizes organizacionais. Foi possível observar que apenas a empreendedora da Ecociiclo declarou que as Leis e Normas ambientais foram fontes de motivação externa para adotar um negócio com características sustentáveis, citando a Lei n° 6938/81, como base para ações praticadas no seu negócio.

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

Destaca-se que a Ecociiclo, juntamente com o Hotel Pousada do Sol pontuaram que o aumento da consciência da população também foi fator relevante para a adoção de características sustentáveis em seus negócios.

Vale destacar que o entrevistado do Hotel Pousada do Sol acrescentou que a ações ecologicamente corretas estão ligadas à redução de custos do negócio, tendo em vista que substituiu a energia elétrica por energia solar e ainda reaproveita as águas pluviais, o que pode ser verificado também no estudo de Klewitz and Zeyen (2010) no qual foi identificado que um dos principais motivadores para investir na ecoeficiência é a redução de custos.

As motivações dos empreendedores analisados podem ser visualizadas, de maneira resumida no Quadro 04 a seguir.

Quadro 4 - Motivações empreendedoras sustentáveis

EMPREENDIMENTO	MOTIVAÇÕES PARA ABRIR O NEGÓCIO	FONTES DE MOTIVAÇÃO INTERNA	FONTES DE MOTIVAÇÃO EXTERNA
Ecoofice	Independência financeira	Esposa	Não percebeu oportunidade sustentável ao abrir negócio.
Aruanã Eco Praia Hotel	Oportunidade de mercado	Formação educacional.	Demanda de mercado, SEBRAE
Recigraxe	Necessidade	Não teve motivações internas.	Empresários de salvador, SEBRAE.
Reciclaria	Realização Pessoal	Familia.	Demanda de mercado
Hotel Pousada do Sol	Oportunidade de mercado	Familia, rede de contatos.	Demanda de mercado, SEBRAE
Ecociiclo	Oportunidade de mercado	Familia, formação educacional.	Demanda de mercado, leis e normas ambientais

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2013.

6.2 AÇÕES NA DIMENSÃO ECONÔMICA

De acordo com Sharper (2002) a dimensão econômica é responsável pela gestão dos recursos e pela busca de oportunidades, aliando a vantagem competitiva à preservação ambiental.

Observou-se que as razões econômicas para criar os empreendimentos confundem-se com as motivações para que os entrevistados se tornassem empreendedores. É interessante destacar que essas razões divergiram entre os entrevistados, salvo os empreendedores do Aruanã e da Ecociiclo que decidiram abrir os seus negócios vislumbrando o retorno financeiro.

Por meio do estudo de Tang, Kacmar and Busenitz (2010) os autores advogam que as informações favorecem a integração de novos conhecimentos e a adaptação a novas situações, discutem sobre as redes de contato dos empreendedores e ressaltam os aspectos da evolução e do julgamento de informações adquiridas, no intuito de transformá-las em novas oportunidades.

Nesse estudo, foi identificado que a internet é o canal de informações comum a todos os entrevistados na busca de dados sobre empreendimentos similares aos que decidiram investir, entretanto as redes de contato (Aruanã e Ecociiclo), viagens (Aruanã e Hotel Pousada do Sol), a influencia de profissionais como o empresário de Salvador (Recigraxe) e o arquiteto (Hotel Pousada do Sol), bem como as diretrizes estipuladas pela franqueadora (Ecoofice) e os estudos sobre o tema (Ecociiclo) foram também citados como fontes de informação sobre os empreendimentos.

Com exceção da Ecoofice, os demais empreendimentos utilizam materiais e insumos de fornecedores regionais, entretanto alguns fornecedores de insumos e materiais específicos estão localizados nos estados de São Paulo, Minas Gerais e Santa Catarina. A importância da melhoria do relacionamento com fornecedores da região, desperta, segundo Schlange (2006),

a criação de valor da região como um todo, tal qual a disseminação de práticas socialmente responsáveis (Aligleri, Aligleri, & Kruglianskas, 2009).

As questões relacionadas à sustentabilidade afetam quatro dos seis negócios estudados de maneira positiva. Nos casos do Aruanã e da Recigraxe, os empreendedores associaram o aumento da consciência da população ao aumento da necessidade em consumir produtos e serviços socioambientalmente responsáveis, ou seja, a tendência dos consumidores adotarem atitudes conscientes no momento da compra induz um novo comportamento para as organizações (Aligleri, Aligleri, & Kruglianskas, 2009). Em contrapartida, os entrevistados da Ecoofice e da Ecociiclo sopesam os efeitos negativos em relação às questões ambientais, tendo em vista que a população ainda não desenvolveu uma consciência ambiental suficiente para adquirir produtos ou serviços socioambientalmente corretos.

O empreendedor do Hotel Pousada do Sol considera que atrai um público diferenciado por meio da comercialização de produtos e serviços com apelo ambiental e, a Reciclaria relaciona positivamente os aspectos sociais e ambientais às vendas, porém ressalta que a consciência da população ainda é incipiente.

Apenas a Reciclaria não coloca os interesses econômicos como preponderantes, pois as ações ambientais e sociais aparecem nas suas falas como mais relevantes, nas demais empresas percebe-se que a necessidade de lucro e de sobrevivência do negócio podem ser até mais importantes do que as ações sociais e ambientais.O Quadro 05 apresenta, de forma resumida, as principais ações econômicas realizadas pelos empreendedores pesquisados.

Quadro 05 - Ações na dimensão econômica

EMPREENDIMENTO	RAZÃO ECONÔMICA PARA CRIAR O NEGÓCIO	INFORMAÇÕES SOBRE O NEGÓCIO	FORNECEDORES	COMO AS QUESTÕES SUSTENTÁVEIS AFETAM O NEGÓCIO

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

Fonte: Elaborado pela autora, 2013.

6.3 ACÕES NA DIMENSÃO AMBIENTAL

A dimensão ambiental, proposta por Schlange (2006), contempla o uso de veículos e combustíveis ecologicamente corretos, as fontes alternativas de energia e/ou o uso eficiente de energia elétrica, a minimização das emissões e resíduos poluentes, o processo de produção e os produtos comercializados.

Basu, Asbjorn and Solt (2008) ainda citam que o empreendedorismo segue um novo curso, no qual as empresas modificam seus processos produtivos, produtos e serviços, minimizando os impactos sociais e ambientais, utilizando mais eficientemente a energia e os recursos naturais.

Verificou-se que todos os empreendimentos adotam automóveis, veículos utilitários e caminhões para realizar entregas e receber materiais dos fornecedores. O combustível é a gasolina ou o *diesel* por terem valores de mercado mais acessíveis do que o álcool. É importante salientar que o Aruanã Eco Praia Hotel utiliza biocombustível para o

funcionamento do gerador e a Ecociiclo adota a bicicleta como veículo de entrega para produtos de pequeno peso e dimensões.

No que se refere às fontes alternativas de energia, o Aruanã Eco Praia Hotel e o Hotel Pousada do Sol utilizam a energia solar para aquecimento dos chuveiros das unidades habitacionais e a Reciclaria, através da força do vento ilumina toda sua área verde, os demais empreendimentos não adotam essa prática.

Foi possível observar que, no tocante as práticas para economizar energia elétrica todos os empreendimentos executam ações nesse intuito, destacam-se o Aruanã Eco Praia Hotel e o Hotel Pousada do Sol que inovaram e investiram em equipamentos inteligentes, lâmpadas frias e estrutura, enquanto que os demais negócios implantaram ações diretas com funcionários. Dessa forma, a inovação sustentável pode ser identificada desde a adoção de sistemas de eficiência energética à substituição de materiais brutos por bio-recursos (Bos-Brouwers, 2010).

Constatou-se que todos os empreendimentos estudados canalizam esforços para economizar água por meio de poços artesianos (Aruanã, Hotel Pousada do Sol e Reciclaria), de torneiras com temporizadores (Ecoofice, Aruanã, Hotel Pousada do Sol), de descargas sanitárias reguladas (Aruanã, Hotel Pousada do Sol), bem como do reuso da água (Recigraxe, Hotel Pousada do Sol) e de panfletos e *folderes* distribuídos no intento de conscientizar funcionários e clientes (Aruanã, Hotel Pousada do Sol).

O empreendimento mais estruturado no que se refere às campanhas de conscientização para economia de água e de energia elétrica é o Aruanã Eco Praia Hotel, tendo em vista que utiliza o setor de recursos humanos para ministrar palestras, disponibilizar treinamentos e acompanhar diariamente a rotina de cada funcionário. Essa prática também foi observada nos estudos de Fedozzi, Rizzo, Wendler, Bortolin, & Alberton (2012) e Nowduri (2012) que postulam que uma das condições para implantar a sustentabilidade é investir na educação dos

funcionários em relação às questões sustentáveis. Destaca-se também, o Hotel Pousada do Sol, que por meio de uma parceria com o SEBRAE, ofertou cursos para todos os funcionários a fim de que todos soubessem a necessidade de economizar água e energia elétrica.

É relevante mencionar que os empreendedores dos demais negócios não realizam nenhum tipo de campanha de conscientização interna para economia de água e energia elétrica, entretanto todos pontuaram que é por meio de conversas informais e reuniões que transmitem essas preocupações para os funcionários.

O descarte do lixo e resíduos é feito por todos os empreendimentos. Foi observado que a Recigaxe é o único negócio que não utiliza coletores seletivos, os demais, adquiriram ou adaptaram recipientes para a correta destinação de cada tipo de resíduo. A Ecoofice reutiliza folhas de papel para os testes de impressão e a Recigraxe utiliza parte do resíduo da decantação do óleo comestível para alimentar a caldeira e parte é vendida como ração para criadouros de camarão. Essa preocupação é evidente também sob a ótica de (Aligleri, Aligleri, & Kruglianskas, 2009: 156) quando os autores ressaltam que as “empresas precisam preocupar-se com o descarte de embalagens, volume de lixo gerado e armazenagem de produtos pós-consumo”.

Assim como é feito para economizar água e energia elétrica, os empreendedores, por meio de conversas informais e/ou reuniões transmitem as diretrizes e informações necessárias para que os funcionários descartem o lixo e resíduos de maneira correta. O Aruanã, a Reciclaria e o Hotel Pousada do Sol realizam treinamentos específicos para a implantação dessas ações.

Constatou-se que todos os empreendimentos analisados comercializam produtos e/ou serviços menos agressivos ao meio ambiente. Destaca-se, nesse âmbito, a Reciclaria tendo em vista que todos os produtos vendidos, sejam do ateliê, sejam da marcenaria são confeccionados a partir de resíduos doados, recolhidos nas ruas e de madeira de demolição.

Cabe aqui apontar o estudo de Bansal and Roth (2000) que enfatiza que as empresas atualmente competem pela efetividade dos resultados ambientais, seja ‘apagando’ as luzes, reciclando lixo, utilizando processos ambientalmente eficientes ou produtos confiáveis.

Com exceção da Ecociiclo, os demais negócios não adotam projetos de preservação ambiental, percebeu-se que os empreendedores equivocam-se quando questionados à respeito de tal iniciativa, visto que consideram que manter áreas verdes, cultivar hortas e distribuir panfletos caracterizam-se como projetos de preservação ambiental.

Quanto ao uso de embalagens que ofereçam menores danos ao ambiente (Aligleri, Aligleri, & Kruglianskas, 2009), apenas a Ecociiclo não utiliza embalagens ecologicamente corretas, pois os produtos são comercializados com as embalagens dos fornecedores, para preservar a marca e a garantia dos produtos. No caso particular da Ecoofice, a franqueadora exige que todos os cartuchos e *toners* recarregados sejam entregues ao cliente final, em embalagens confeccionadas com papel reciclado e tinta ecológica, situação discrepante dos demais negócios analisados, pois a iniciativa de utilização de embalagens ecologicamente corretas partiu dos próprios empreendedores.

Nos empreendimentos analisados, observou-se que os proprietários buscaram adaptar as instalações e o *layout* das empresas com a intenção de diminuir os impactos ambientais. Merece destaque o Aruanã Eco Praia Hotel, que desde a concepção de sua estrutura o empreendedor preocupou-se em edificar sem agredir a topografia da região, projetou ambientes explorando materiais e recursos ecologicamente corretos, além de planejar a iluminação de áreas comuns aproveitando a luz solar. Em igual sentido destaca-se a Reciclaria, visto que a proposta do negócio é ser essencialmente sustentável, para tanto, foi possível observar que alguns ambientes são feitos de bambu e cobertos com folhas secas de coqueiro, que o chão é de terra e que muitos móveis são feitos a partir da reciclagem de caixotes de frutas.

Nesse sentido, é importante frisar que os outros empreendimentos utilizam-se de estratégias como a pintura com tinta branca em paredes e portas, a utilização de telhas e pisos ecológicos e áreas de maior circulação projetadas com pedras naturais. Essa preocupação foi também identificada por Schaltegger and Wagner (2011) no qual os autores afirmam que as organizações devem mudar os processos de negócios para que possam se adequar ao mercado.

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

O Quadro 6 apresenta o resumo de todas as ações realizadas na dimensão ambiental.

Quadro 6 - Ações na dimensão ambiental

EMPREENDIMENTO	VEÍCULOS/ COMBUSTÍVEL	FONTE ALTERNATIVA DE ENERGIA	ECONOMIA DE ENERGIA E ÁGUA	DESTINAÇÃO DE LIXO E RESÍDUOS
Ecoofice	Carro, moto, caminhão Gasolina/*diesel*	Não há	Lâmpadas frias, torneiras com temporizador e conscientização dos funcionários	Coleta seletiva, reaproveitamento de papel.
Aruanã Eco Praia Hotel	Carro, van, caminhão Gasolina/*diesel*	Solar	Boiler, lâmpadas frias, fechadura inteligente, poço artesiano, torneira com sensores, descargas sanitárias reguladas, panfletos de conscientização	Coleta seletiva
Recigraxe	Carro, caminhão Gasolina/*diesel*	Não há	Não tem aparelhos de ar-condicionado, uso de sanitizante.	Reaproveita resíduos de produção para aquecimento da caldeira e ração para camarão.
Reciclaria	Carro, caminhão Gasolina/*diesel*	Eólica	Planejamento dos horários de funcionamento das máquinas, equipamentos sem resistência elétrica, poço artesiano.	Coleta seletiva, reaproveitamento de alimentos
Hotel Pousada do Sol	Carro, caminhão Gasolina/diesel	Solar	Boiler, splits, lâmpadas frias, fechaduras inteligentes, poço artesiano, descargas reguladas, torneiras com temporizador.	Coleta seletiva
Ecociiclo	Carro, moto, caminhão, bicicleta Gasolina/diesel	Não há	Conscientização dos funcionários, observação das rotinas de consumo.	Coleta seletiva

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2013.

(continuação)

EMPREENDIMENTO	PRODUTOS	EMBALAGENS	INSTALAÇÕES	PROJETOS DE PRESERVAÇÃO AMBIENTAL	REDUÇÃO DE PROBLEMAS AMBIENTAIS

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

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2013.

6.4 AÇÕES NA DIMENSÃO SOCIAL

A dimensão social trata da igualdade de direitos entre homens e mulheres, do incentivo à gestão participativa, do quantitativo de funcionários deficientes no quadro, dos benefícios oferecidos aos funcionários e recebidos pelo governo, do apoio às obras sociais, esportes e educação, da transmissão das preocupações socioambientais para os públicos interno e externo, das melhorias sociais realizadas na comunidade em que a empresa está inserida e das ações que as empresas praticam para serem reconhecidas como sustentáveis.

Um dos fatores de análise da dimensão social, de acordo com o modelo de Schlange (2006) é a igualdade de direitos entre homens e mulheres, diante disso, percebeu-se que todos os empreendimentos pesquisados contratam pessoas tanto do sexo masculino quanto do sexo feminino. Esse quantitativo varia com as características das atividades desempenhadas, a

exemplo dos hotéis que admitem mais mulheres do que homens (serviços de governanta) e da Recigraxe, que possui percentual expressivo de integrantes do sexo masculino, visto que as atividades desempenhadas exigem força física.

Os cargos de gerência são ocupados por mulheres com exceção dos hotéis que dividem igualmente o número de gerentes. Não há deficientes no quadro de funcionários de nenhum dos empreendimentos analisados.

No que se refere à gestão participativa, todos os entrevistados ressaltaram que os funcionários participam e sugerem propostas nas reuniões ou conversas informais realizadas para apresentar decisões acerca do negócio. Evidencia-se que a participação nas decisões do Aruanã está diretamente relacionada à mudança de categoria do hotel, já a Recigraxe permite que os funcionários tenham total conhecimento das decisões.

No tocante aos benefícios oferecidos, observou-se que todas as empresas pagam os benefícios legais, além de acrescentar com planos de saúde e participação nos resultados (Aruanã), refeições subsidiadas e prêmios de produtividade (Reciclaria), participações em cursos e confraternizações em datas festivas (Recigraxe, Hotel Pousada do Sol e Ecociiclo). A Ecoofice é o único negócio em que o empreendedor remunera apenas com os benefícios legais embora esteja no seu planejamento para o ano de 2013 a implantação de benefícios como folgas e bônus por produtividade. Esses achados coincidem com o estudo de Pimentel, Oliveira e Reinaldo (2012) que mostraram que as pequenas e médias indústrias do Ceará oferecem benefícios aos funcionários, além do que é determinado por lei.

Os empreendimentos estudados apoiam obras sociais, atividades esportivas e/ou educacionais. Observou-se que alguns empreendimentos fazem doações esporádicas (Ecoofice) enquanto que outros reservam uma quantia anual para investir nessas práticas. É válido destacar que, no caso particular da Reciclaria as práticas sociais estão incutidas nas rotinas do negócio, já que o empreendimento disponibiliza aulas e cursos para a comunidade.

Verificou-se também que o apoio para atletas da região é prática comum de dois empreendimentos; a Ecociiclo, que apoia e patrocina ciclistas em competições locais e nacionais e o Hotel Pousada do Sol que patrocina o campeão de judô do estado e surfistas locais.

O valor médio de doações e patrocínios por ano é de R$ 4.500,00 (quatro mil e quinhentos reais), sendo que essa média elevou-se devido aos valores do Aruanã Eco Praia Hotel, que reserva para essas práticas o montante de R$ 18.000,00 (dezoito mil reais) anuais. Portanto, é válido revelar que quatro dos seis empreendimentos estudados gastam entre R$ 1.000,00 (hum mil reais) e R$ 2.000,00 (dois mil reais)/ ano com essas atividades.

Observou-se que as razões para investir em práticas sociais oscilam de empreendedor para empreendedor (Bansal & Roth, 2000). Nesse sentido, foi possível notar que alguns realizam ações sociais para benefício dos seus negócios, é o caso da Recigraxe e da Reciclaria, pois os efeitos de suas ações sociais resultam no aumento do volume de óleo arrecadado e na renda gerada para reinvestir no empreendimento, respectivamente.

Constatou-se que o entrevistado do Hotel Pousada do Sol pratica esse tipo de ação por notar que outros hotéis também realizam doações ou patrocínios, fato antagônico aos demais empreendedores que justificam que suas razões partem da sensação de bem-estar em ajudar os outros (Ecoofice, Ecociiclo) ou do próprio sentimento de associativismo incutido na sua cultura (Aruanã).

É unânime entre os entrevistados que a realização de ações de natureza social impacta positivamente (Young & Tiley, 2006) na imagem organizacional (Aligleri, Aligleri, & Kruglianskas, 2009). Detectou-se que os empreendedores presumem que a população associa esse tipo de prática aos produtos ou serviços comercializados pelos empreendimentos, e que essas ações resultam em uma boa divulgação dos negócios.

A opinião dos entrevistados variou no que tange as melhorias na comunidade. De acordo com Young and Tiley (2006) essas ações podem ser chamadas de socioefetividade, ou seja, as empresas realizam atividades visualizando mudanças sociais, com o intuito de gerar impactos positivos e sustentáveis na comunidade onde estão inseridas. Diante disso, o entrevistado da Ecoofice declarou que a participação da empresa ainda é pequena na comunidade onde está inserida e por isso, não considera que a beneficia. Salvo o Aruanã Eco Praia Hotel, único empreendimento analisado que fica afastado de residências, os demais empreendedores julgam que a geração de empregos para a população circunvizinha aos seus negócios pode ser interpretada como melhoria na comunidade. A Recigraxe e o Aruanã apontam a drenagem de águas pluviais e a construção do sistema de esgotamento como melhorias significativas para as comunidades onde estão inseridos. Esse resultado difere do encontrado no estudo de Pimentel, Oliveira e Reinaldo (2012), no qual os autores destacam que as empresas pesquisadas tinham índice quase nulo de atividades relacionadas às comunidades onde estavam inseridas.

Assim como nas outras dimensões, as conversas rotineiras e informais são os pontos comuns em que a preocupação com a sociedade e com o meio ambiente é transmitida para os funcionários dos empreendimentos estudados, todavia, além desse meio de comunicação outras ferramentas são utilizadas para transmitir a importância socioambiental, a exemplo dos treinamentos (Recigraxe, Hotel Pousada do Sol, Aruanã) e das ações do próprio empreendedor (Reciclaria, Ecociiclo).

Um aspecto interessante é que o processo seletivo do Aruanã Eco Praia Hotel serve de ferramenta para filtrar funcionários potenciais que demonstram preocupação socioambiental, o que facilita a posterior transmissão da preocupação com os ambientes sociais e naturais.

Nenhum dos empreendimentos analisados recebeu ou recebe benefícios fiscais por serem ecologicamente e socialmente corretos. Mesmo assim, todos adotam ações para serem

reconhecidos como sustentáveis seja pela divulgação por meio de panfletos (Ecoofice, Recigraxe, Ecociiclo) ou em redes sociais (Reciclaria, Hotel Pousado do Sol), pela associação a órgãos estratégicos no setor de atuação, como é o caso do Aruanã, associado a SBClass, através de palestras de conscientização (Recigraxe), no *site* do empreendimento, em sites específicos do ramo de atuação (Hotel Pousada do Sol) ou pela promoção de eventos como passeios ciclísticos (Ecociiclo). O Quadro 7 apresenta o resumo de todas as ações realizadas na dimensão social.

Quadro 7- Ações na dimensão social

EMPREENDIMENTO	IGUALDADE DE DIREITOS/CARGOS DE GERÊNCIA	GESTÃO PARTICIPATIVA	DEFICIENTES	BENEFÍCIOS
Ecoofice	Mulheres e homens empregados, cargo de gerência: Sexo feminino	Funcionários participam das decisões	Não	Apenas benefícios legais
Aruanã Eco Praia Hotel	Maioria de mulheres, cargos de gerência igualmente divididos	Funcionários participam das decisões	Não	Benefícios legais, plano de saúde e distribuição dos lucros
Recigraxe	Maioria de homens cargo de gerência: Sexo feminino	Funcionários de áreas estratégicas participam das decisões	Não	Benefícios legais, confraternizações
Reciclaria	Mulheres e homens empregados, cargo de gerência: Sexo feminino	Funcionários participam das decisões	Não	Benefícios legais, refeições no local e premios de produtividade
Hotel Pousada do Sol	Maioria de mulheres, cargos de gerência igualmente divididos	Funcionários participam das decisões	Não	Benefícios legais, cursos de capacitação, comemoração em datas festivas
Ecociiclo	Maioria de homens cargo de gerência: Sexo feminino	Funcionários participam das decisões	Não	Benefícios legais, aquisição de produtos com preço de custo.

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2013.

(continuação)

APOIO A OBRAS SOCIAIS, ESPORTE EDUCAÇÃO	MELHORIAS SOCIAIS	TRAMISSÃO DA PREOCUPAÇÃO COM O MEIO SOCIAL AMBIENTAL	AÇÕES PARA SER RECONHECIDO COMO SUSTENTÁVEL
Esporadicamente	Não há	Conversas informais	Divulgação em panfletos.
Obras sociais, educacionais e teatro.	Limitadas pois o hotel é afastado das residências	Treinamentos e reuniões.	Site, *facebook*, associação ao SBClass.
Palestras em instituições.	Geração de empregos, melhoria na comunidade local.	Conversas informais e reuniões.	Palestras
Cursos e aulas para a comunidade.	Auxilio a comunidade local	Ação da empreendedora.	Divulgação no *facebook.*
Obras sociais, e atletas da	Empregos e doações	Conversas informais,	Divulgação site, *e-*

região.		reuniões e treinamentos.	*booking.com* e *facebook.*
Obras sociais e atletas da região.	Inclusão das pessoas.	Conversas informais, reuniões.	Divulgação com panfletos, eventos e passeios ciclísticos.

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2013.

6.5 DIFICULDADES ENFRENTADAS

Autores como Young and Tiley (2006) afirmam que a maioria dos empreendimentos tem dificuldade de explorar a suficiência, a futuridade e, principalmente, a sustentabilidade ambiental. Esty and Winston (2008) salientam que as empresas precisam encontrar novas maneiras de se diferenciar, e se não o fizerem terão dificuldades de acompanhar o ritmo de mercado. Nessa pesquisa, as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores sustentáveis dizem respeito à contratação de fornecedores, comercialização dos produtos/serviços, adoção de fontes alternativas de energia, economia de água e energia elétrica e implantação de práticas sustentáveis.

Os empreendimentos consolidados há mais tempo no mercado apresentaram dificuldades para a contratação de fornecedores devido à falta de acesso a tecnologia. Hoje, os entrevistados ressaltaram que não há dificuldade para contratar ou contatar fornecedores, no entanto a entrevistada da Recigraxe citou que a burocracia e a exigência de certidões negativas são consideradas entraves nesse processo de contratação.

Quanto às dificuldades para adoção de fontes alternativas de energia, o entrevistado do Hotel Pousada do Sol, à época da implantação das placas de aquecimento solar, apontou como dificuldade a inexistência de mão-de-obra especializada no mercado sergipano para fabricação e instalação deste tipo de equipamento. Os outros dois empreendimentos que possuem fontes alternativas de energia (Aruanã Eco Praia Hotel e Reciclaria) não apontaram dificuldades nesse quesito.

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

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

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

O Quadro 8 apresenta as dificuldades dos empreendedores entrevistados no que se refere à implantação de práticas sustentáveis.

Quadro 8- Dificuldades Enfrentadas

EMPREENDIMENTO	CONTRATAÇÃO DE FORNECEDORES	ADOÇÃO DE FONTES ALTERNATIVAS DE ENERGIA	AÇÕES PARA ECONOMIZAR ENERGIA ELÉTRICA E ÁGUA	VENDA DOS PRODUTOS	IMPLANTAÇÃO DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS
Ecoofice	Não houve dificuldades em contratá-los	Não possui fontes alternativas de energia.	Não há.	A população precisa desenvolver a consciência ambiental.	Capital de giro insuficiente para realizar ações sociais representativas.
Aruanã Eco Praia Hotel	Na criação do negócio houve dificuldades em contratá-los, hoje não existem dificuldades.	Não possui dificuldades.	Conscientização dos funcionários. Custo de aquisição do sistema de reuso de água.	Não há.	Custo de aquisição dos materiais para construção do negócio.
Recigraxe	Burocracia no preenchimento dos cadastros apontada como dificuldade.	Não possui fontes alternativas de energia.	Conscientização dos funcionários.	A população precisa desenvolver a consciência ambiental.	Aumento das exigências legais.
Reciclaria	Não houve dificuldades em contratá-los.	Não possui dificuldades.	Conscientização dos funcionários.	A população precisa desenvolver a consciência ambiental.	Manter a horta e contratar voluntários.
Hotel Pousada do Sol	Houve dificuldades em contratá-los na criação do negócio por falta de tecnologia e acesso ao local, hoje não há dificuldades.	Dificuldade para contratação de mão-de-obra especializada para implantação de placas de aquecimento solar.	Custo de manutenção do sistema de reuso de água.	Não há.	Manter as áreas verdes da empresa.
Ecociiclo	Não houve dificuldades em contratá-los.	Não possui fontes alternativas de energia.	Conscientização dos funcionários.	Não há.	Implantação do processo de reciclagem.

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2013.

7 CONCLUSÕES

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

As ações praticadas nas dimensões da sustentabilidade podem ser utilizadas como estratégia para obter maiores ganhos e incrementar os negócios. Os custos iniciais de implantação de fontes alternativas de energia ou de equipamentos e produtos ecoeficientes são compensados com o retorno financeiro e com o provável aumento do número de clientes, já que o mercado mostra-se cada vez mais exigente quanto à preservação do meio natural.

Nota-se que esse tipo de empreendedor realça quaisquer características sustentáveis existentes em seus negócios utilizando redes sociais, *sites*, panfletos, *folders* e integrando as responsabilidades ambiental e social nas declarações de missão e visão organizacional.

Parece que esses tipos de práticas causam satisfação aos empreendedores não somente por conta dos retornos financeiros, mas também por estarem contribuindo com o meio ambiente e com a comunidade em que estão inseridos. Satisfação esta, observada em diversos momentos da pesquisa, desde o primeiro contato, até as visitas *in loco* nas quais os entrevistados expressavam orgulho em possuir um empreendimento no qual as preocupações ambientais e sociais eram visíveis.

Ficou evidente que, mesmo com dificuldades em relação aos custos dos produtos sustentáveis e da conscientização dos públicos internos e externos, nos casos descritos, os empreendedores estão evoluindo, paulatinamente, com relação às ações quem compõem o tripé da sustentabilidade, mas ainda existem muitos desafios a alcançar para que essa seja a filosofia de todas as empresas, independente dos seus produtos ou serviços.

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

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aligleri, L., Aligleri, L. &, Kruglianskas, I. 2009. ***Gestão Socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade do negócio.*** São Paulo: Atlas.

Ballou, B., Heitger, D., & Landes, C. 2006. The Future of Corporate Sustainability Reporting: A Rapidly Growing Assurance Opportunity**. *Journal of Accountancy***, 65-74.

Bansal, P., & Roth, K. 2000. Why companies go green: a model of ecological responsiveness. ***The Academic Management Journal,*** 43(4), 717-736.

Bardin, L. ***Análise de conteúdo***. 2002. Lisboa: (Ed. 70).

Basu, A.,Asbjorn, A., & Solt, M. 2008. ***A New Course on Sustainability Entrepreneurship***. The NCIIA 12th Annual Meeting. Massachusetts :National Collegiate Inventors and Innovators Alliance, 71-78.

Borges, C., Borges, M. M., Ferreira, V. R. S., Najberj, E., & Tete, M. F. 2010. Empreendedorismo sustentável: proposição de uma tipologia e sugestões de pesquisa. Artigo em XXXV Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro, 1-14.

Bos- Brouwers, H. 2010. ***Sustainable innovation processes within small and medium-sized enterprises***. Amsterdam.

Boszczowski, A. K. & Teixeira, R. 2012. O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas ambientais e sociais. ***Revista Economia e Gestão da PUC Minas,*** 12(29).

Cohen, B, & Winn, M. 2007. Market Imperfections, oportunity and sustainable entrepreneurship. ***Jornaul of Business Venturing***, 22.

Companys, Y., &Mcmullen, J. S. 2007. Strategic entrepreneurs at work: the nature, Discovery and exploitation of entrepreneurial opportunities**. *Small Business Economics,*** 28(4).

Dean, T.J., & Mcmullen, J.S. 2007.Toward a Theory of sustainable entrepreneurship: reducing environmental degradation through entrepreneurial action. ***Journal of Business Venturing***, 22, 50-76.

Dixon, S. E., & Clifford, A. 2007. Ecopreneurship - a new approach to managing the tripple bottom line. ***Journal of Organizational Change Management***, 20(3),326-344.

Dyllick, T., & Hockerts, K. 2002. Beyond the business case for corporate sustainability. ***Business Strategy and the Environment***, 130-141.

Easterby-Smith, M.; Thorpe, R.; Lowe, A. 1999. ***Pesquisa Gerencial em Administração***. São Paulo: Pioneira.

Eisenhardt, K. M. 1989. Building Theories from Case Study Research. ***Academy of Management Review***, 14(4), 532-550, recuperado em 23 de A Agosto de 2012 de http://pages.cpsc.ucalgary.ca/~sillito/cpsc-601.23/readings/eisenhardt-1989.pdf.

Esty, D. C., & Winston, A. 2008. ***O Verde que vale ouro:*** como empresas inteligentes usam a estratégia ambiental para inovar, criar valor e construir uma vantagem competitiva. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier.

Fedozzi, C.V., Rizzo, F.M., Wendler, M.F., Bortolin, R.M., & Alberton, A. 2012. Pousada Recanto da natureza: empreendedorismo verde para um futuro sustentável. ***Revista Alcance,*** 19(1), 119-137.

Giovannini, F., & Kruglianskas, I. 2008, outubro/ dezembro. Fatores críticos de sucesso para a criação de um processo inovador sustentável de reciclagem**:** um estudo de caso. ***RAC***, Curitiba, 12(4), 931-951.

Godoy, A. S. 1995, março/ abril Introdução à Pesquisa Qualitativa e suas Possibilidades**.** São Paulo. ***Revista de Administração de Empresas***, 35(2), 57-63.

Hart, S., & Milstein, M. 2003. Creating sustainable value. ***Academic of Management Excecutive***, 17.

Holt, D. 2011. Where are they now? tracking the longitudinal evolutions of environmental businesses from the 1990s.***Business Strategy and the Environment***. 4, 238-250.

Isaak, R. 2002. ***The making of the ecopreneur***. Green Management International.

Junqueira, L., Maior, J., & Pinheiro, F. 2011. Sustentabilidade: a produção científica brasileira entre os anos de 2000 e 2009. ***Revista de Gestão Social e Ambiental***, 36-52.

Klewitz, J., & Zeyen, A. 2010. ***The Role of Intermediary Organizations in Eco-Efficiency Improvements in SMEs:*** A Multi-Case Study in the Metal and Mechanical Engineering Industries in Germany. Lüneburg: Centre for Sustainability Management (CSM).

Krueger, N.F. 2005. Sustainable Entrepreneurship: Broadening Definition of Opportunity. ***Etrepreneurship in a Diverse World***, 7, 2005

Lacroix, R. N. 2010. ***Green on Green Procurement***. USA.

Lawrence, A., Weber, J., & Post, J. 2005. **Business and society**. New York: McGraw-Hill.

Linnanen, L. 2002**.** An insider´s experience with environmental entrepreneurship. ***Greener Management International***, 38, 71-80.

Masurel, E. 2006. Why SMEs Invest in Environmental Measurs: Sustainability Evidence from mSmall and medium-Sized Printing Firms. ***Business Strategy and Environment,*** 16, 190-201, 2006.

MENEZES, R. K. 2003. ***Destruição Criativa - a contribuição de Schumpeter para o empreendedorismo***. Artigo em XXXV Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia – COBENGE. XXXV, Rio de Janeiro, RJrecuperado em 23 de dezembro de 2011 de http://www.cdvhs.org.br/oktiva.net/1029/nota/450/.

Morrish, S.C., Miles, M.P., & Polonky, M.J. 2011. An exploratory study of sustainability as a stimulus for corporate entrepreneurship. ***Corporate Social Responsibility and Environmental Management,*** 18, 162-171.

Neuman, L.1997. ***Social research methods:*** qualitative and quantitative approaches.(3rd. ed.) Boston: Allyn; Bacon.

Nowduri, S. 2012. Framework for Sustainability Entrepreneurship for Small and Medium Enterprises (SMEs) in an Emerging Economy. ***World Journal of Management***, 4(1) 51–66.

Oscanoa, M. 2010. ***Is Clean green?*** Master Tesis Umea School of Business.

Parrish, B. D. 2009. Sustainability - driven entrepeneurship: principles of organization design. ***Journal of Business Venturing,*** 25, 510-523.

Pascual, O., Klink, A., & Grisales, J. 2011. ***Create Impact ! Handbook for Sustainable Entrepreneurship***. Colophon.

Pastakia, A. 2002. Assessing Ecopreneurship in the Context of a Developing Country The case of India***, Greener Management International***, 93-108.

Pimentel, T. A. B., Oliveira, L. G. L., & Reinaldo, H. O. A. 2012, outubro/dezembro. Análise do empreendedorismo sustentável em micro, pequenas e médias indústrias do Ceará. ***Revista UNA***,17(4), 85-104.

Sharper, M. 2002. The essence of Ecopreneurship. ***Greenleaf Publishing; Environmental Entrepreneurship***, 26-30.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornill, A. 2000. ***A Research methods for bussines students***. Harlow: Pearson Education.

Savitz, A.W. 2007. ***A empresa sustentável:*** o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental. Rio de Janeiro: Elsevier.

Schlange, L.E. 2006. ***What drives sustainable entrepreneurs?*** ABEAI,.1-11.

Schlange, L. 2007. Stakeholder perception in sustainable entrepreneurship: the role of managerial and organizational cognition. Artigo no Corporate Responsibility Research Conference.First Word SIMPOSIUM ON SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP . University of Leeds, UK. United Kingdom, UK.

Schaltegger, S. 2002. A Framework for Ecopreneurship. ***Greener Management International,*** 45-58.

Schaltegger, S.,& Wagner, M. 2011. ***Sustainable Entrepreneurship and Sustainable Innovation: categories and interactions. Business Strategy and the Environment,*** 20(4), 222-237.

SEBRAE. ***Critérios de classificação de empresas: EI-ME-EPP***, 2011. Recuperado em 13 de Fevereiro de 2013 de http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154.

Sneddon, J., & Mazzarol, T. 2011. Exploring the Nexus between Sustainable Entrepreneurship and Ethical Consumerism. ***Australian & New Zealand Marketing Academy***.

Souza, M. T. S., Ribeiro, H. C. M., Machado Júnior, C., & Corrêa, R. 2011. Perfil e Evolução da Pesquisa em Sustentabilidade Ambiental: uma Análise Bibliométrica. Artigo no XXXV Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro, RJ.

Tang, J., Kacmar, K. M., & Busenitz, L. 2010. Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. ***Journal of Business Venturing***.

Taylor, D. & Walley, E. 2003. ***The Green Entrepreneur:*** Visionary, Maverick or opportunist? Manchester-UK: Manchester Metropolitan University Business School.

Venkataraman, S. 1997. The Distinctive Domain of entrepreneuship research. In: J. Katz; R. Brockhaus, ***Advances in entrepreneurship, firm emergence and grawth.*** Greenwich, CT: JAI Press.

Yin, R. K. 2010. ***Estudo de Caso:*** Planejamento e Métodos. (4. ed.) Porto Alegre: Bookman.

Young, W., & Tilley, F. 2006. Can sustainable entrepreneurs become the true wealth generators of the future? ***Greener Management International***, 55, 19-92.

Zahra, S. A., Gedajilovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. 2009. A typology of social entrepreneurs: motives, search process and ethical challenges. ***Journal of Business Venturing***, 24(5), 519-532.