

Empreendedorismo e sustentabilidade: um estudo de caso sobre o processo empreendedor na criação de uma empresa de energias renováveis

Entrepreneurship and sustainability: a study of case on the entrepreneurship process in the creation of a renewable energy company

Jaqueline Freitas Comparin

Universidade LaSalle – Brasil. E-mail: jaquecomparin@gmail.com

Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Passo Fundo, vol. 4, n. 1 p. 50-76, Jan.-Jun. 2017 - ISSN 2359-3539

DOI: <https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v4n1p50-76>

Endereço correspondente / Correspondence address

Jaqueline Freitas Comparin

Rua Getúlio Vargas, 180 - 302

Bairro Pátria Nova - Novo Hamburgo. Rio Grande do Sul -

Brasil

Como citar este artigo / How to cite item: [clique aqui!/click here!](#)

Resumo

A disposição e a habilidade para criar algo novo, agregado à capacidade de gerar soluções sustentáveis através de um empreendimento são talentos capazes de melhorar a eficiência de um sistema, promovendo ganhos econômicos e sociais. Deste modo, o objetivo do estudo foi identificar como as características pessoais, a atitude empreendedora e o ramo de negócio sustentável podem contribuir para o processo empreendedor. A pesquisa caracteriza-se como estudo de caso, de caráter qualitativo e exploratório, aplicando-se uma entrevista em profundidade a um empreendedor. Os resultados são categorizados em: “Dados Sociodemográficos e Empreendedorismo”, “Características pessoais de um Empreendedor”, “Atitudes envolvidas no Processo Empreendedor” e “Empreendedorismo e Sustentabilidade”. Os resultados obtidos indicam que existem fatores que favorecem o empreendedorismo, tais como a experiência anterior na área de interesse, alto nível de formação acadêmica e a procura por apoio especializado no momento de empreender. Assim, pode-se concluir que conquanto exista uma combinação “favorável” de fatores para o sucesso de um novo empreendimento, há muito que se discutir acerca do perfil, das motivações e das atitudes pessoais de cada empreendedor para que os novos negócios na área da sustentabilidade possam gerar lucros e estabelecer-se com sucesso no mercado atual.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Processo Empreendedor, Sustentabilidade

Abstract

The willingness and ability to create something new, coupled with the ability to generate sustainable solutions through a venture are talents that can improve the efficiency of a system, promoting economic and social gains. Thus, the purpose of the study is to identify how attributes, an entrepreneurial attitude and sustainable business can contribute to the entrepreneurial process. The research is characterized as a case study, of qualitative and exploratory nature, applying an in-depth interview to an entrepreneur. The results are categorized into: “Sociodemographic Data and Entrepreneurship”, “Entrepreneurial Functions”, “Attitudes Involved in the Entrepreneurial Process” and “Entrepreneurship and Sustainability”. The results indicate that there are factors that favor entrepreneurship, such as previous experience in the area of interest, a high level of academic training, and the search for specialized support when it is undertaken. Thus, it can be concluded that while there is a “favorable” combination of factors for the success of a new venture, there is much to be discussed about the profile, motivations and attitudes of each entrepreneur so that new business in the area of Sustainability Led to generate profits and establish themselves successfully without current market.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial Process. Sustainability

Introdução

No Brasil, a estabilidade econômica e a manutenção do regime democrático têm criado oportunidades para novas conquistas da atividade empreendedora (Vicenzi & Bulgacov, 2013). Como referência de dados estatísticos acerca do empreendedorismo, o GEM (Global Entrepreneurship Monitor), Monitor Global do Empreendedorismo, realiza pesquisas anuais para verificar a evolução desse segmento. No que tange aos dados do ano de 2015, o estudo relata que: “os brasileiros são favoráveis à atividade empreendedora e tem uma visão positiva a respeito dos indivíduos envolvidos com negócios próprios. Isso pode ser constatado pelo fato de que, em 2015, entre 70% e 80% dos brasileiros concordam que abrir um negócio é uma opção desejável de carreira, valorizam o sucesso dos empreendedores e acompanham na mídia histórias sobre empreendedores”. No que se refere à opinião de especialistas, “faltam políticas públicas adequadas às necessidades dos empreendedores e há excesso de burocracia para abertura, funcionamento e encerramento dos negócios. Os negócios também enfrentam alta carga tributária e complexidade da legislação brasileira, que aumentam os custos de operação e tornam os negócios menos competitivos” (GEM Brasil, 2015).

Nesse cenário, onde há um mercado econômico exigente, surge uma nova gama de empreendedores que tem visado a um crescimento econômico aliado à melhoria na qualidade de vida da população, de forma consciente e sustentável. Destaca-se, nessa perspectiva, o empreendedorismo sustentável como forma de integrar as dimensões do desenvolvimento sustentável aos valores e às estratégias empresariais, agregando ações que gerem benefícios sociais e ambientais à atividade econômica. (Orsioli & Nobre, 2016). Em vista disso, o interesse pelo estudo do empreendedorismo e pela formação de novos empreendedores é reconhecido como fundamental para o desenvolvimento econômico das nações (Kelley, Singer, & Herrington, 2012 apud Gil & Silva, 2015).

Josende da Silva et al. (2015) relata em seus estudos que conhecer e investir em políticas de empreendedorismo é um assunto de grande relevância, haja vista que diversos economistas e especialistas apontam que a saída de situações de crise econômica continua sendo a mesma: estimular e desenvolver o empreendedorismo em todos os níveis (Dornelas, 2012).

Neste contexto, têm-se o processo empreendedor como um novo enfoque de estudo da prática empreendedora. A relevância dessa temática reside em conhecer o caminho percorrido por um indivíduo, desde concepção de uma ideia, ou identificação de um oportunidade, até o sucesso de um empreendimento. Explorar o perfil, comportamentos, e hábitos de empreendedores parece ser um caminho favorável para fomentar as iniciativas que transformam ideias em negócio (Fillion, 1999; Dornelas, 2012).

Diante do exposto, o presente estudo tem como objetivo identificar como as características pessoais, a atitude empreendedora e o ramo de negócio sustentável podem contribuir para o processo empreendedor.

Justificativa Acadêmica

O estudo do empreendedorismo é um assunto jovem no âmbito acadêmico, com cerca de apenas duas décadas no mundo. Deste modo, está em fase de construção conceitual e ainda levará algum tempo para atingir uma sólida base científica. Apesar disso, é um campo efervescente em termos de pesquisas e publicações (Dolabela, 1999 apud Santos & Silva, 2012).

Muitos estudos abordam o termo do empreendedorismo, entretanto, quando se refere ao empreendedorismo sustentável e ao processo empreendedor, percebe-se uma diminuição na quantidade de publicações. Dalmoro (2009) avaliou em seus estudos a presença da sustentabilidade no perfil empreendedor de proprietários de quatro empresas incubadas em um Centro de Inovação Tecnológica, todavia seu objetivo não esteve focado na análise do processo empreendedor. Da mesma forma, Araújo (2006) trouxe em sua pesquisa grandes contribuições associando o empreendedorismo e a sustentabilidade, entretanto, direcionou seu estudo sob a ótica da psicologia e pensamento sistêmico.

Pimentel, Oliveira, e Reinaldo (2012) demonstraram em seus estudos o nível de incorporação da sustentabilidade empresarial em micro, pequenos e médios empreendimentos industriais, com a finalidade de verificar a presença das dimensões da sustentabilidade empresarial. Cabe ressaltar que a amostra utilizada na referida pesquisa foi composta apenas por empresários que estivessem inscritos em um projeto local de incremento a competitividade de empresas, assim sendo, a pesquisa não contemplou o estudo de fatores pessoais presentes na fase inicial do processo de empreender.

A abordagem simultânea do empreendedorismo sustentável e do processo empreendedor foi apresentada de forma consistente por Boszczowski e Teixeira (2012), entretanto o referido estudo realizou uma revisão, análise e associação entre diferentes vertentes da literatura sobre o processo empreendedor, promovendo um estudo comparativo, no qual se buscou encontrar semelhanças e particularidades sobre a temática pesquisada. Por conseguinte, o estudo não abordou as características e atitudes que permeiam o processo empreendedor.

Diante do exposto, a presente pesquisa encontrou um *gap* na literatura no que tange ao estudo do processo empreendedor e o empreendedorismo sustentável, quando associado a uma análise do perfil, características e motivações de um empreendedor do ramo da sustentabilidade. Em vista disso, e entendendo a necessidade de averiguar melhor esta temática, efetuou-se uma busca na literatura, através de teses, dissertações e Bases de periódicos científicos nacionais e internacionais, conforme demonstrado no Quadro 1.

Quadro 1. Principais bases de informações pesquisadas

Macro bases	Amplitude Geográfica	Base	Filtros
Teses e dissertações	Nacional e Internacional	EBSCO Host	Academic Search Complete, Business Source Complete, Environment Complete, Academic Search Premiere, Academic Search Elite.
Periódicos científicos	Nacional e Internacional		

Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir da proposta a ser estudada, foram definidas quais palavras chaves seriam buscadas. Estas palavras chaves foram pesquisadas tanto em português quanto em inglês. As palavras chaves e os resultados encontrados são apresentados no Quadro 2.

Quadro 2. Buscas realizadas e respectivos resultados

Palavras chaves pesquisadas	Resultados obtidos
Entrepreneurship	42.905
Empreendedorismo	107
Entrepreneurship and Sustainability	648
Empreendedorismo and Sustentabilidade	37
Entrepreneurial process	416
Processo Empreendedor	7
Entrepreneurship and Entrepreneurial process	321
Empreendedorismo and Processo Empreendedor	3

Fonte: elaborado pelo autor.

Justificativa Gerencial

O desenvolvimento econômico de um país decorre da sua capacidade de construir e administrar suas riquezas, criar e introduzir, em diferentes contextos, bens, serviços e tecnologia. Frente a essa realidade, o empreendedorismo se configura como mola propulsora para o desenvolvimento, contribuindo para o crescimento econômico, para uma melhor distribuição de renda e para a diminuição da pobreza de uma nação. A compreensão do fenômeno empreendedorismo e de seus atores, suas características, percepções e ações pode contribuir para a promoção do desenvolvimento e apontar caminhos mais assertivos e apropriados para quem tende a ousar, enquanto empreendedor (Santos & Silva, 2012).

Deste modo, estimular o empreendedorismo é crer na capacidade do indivíduo em inovar, criar novos negócios, empregar pessoas e gerar riquezas. E por esse motivo, é de grande importância produzir conhecimento acerca dessa temática (Centofante Alves & Sobreira Netto, 2013; De Fátima Barros Estivalet, 2016).

Um empreendedor bem preparado é o ponto chave do sucesso de uma empresa. Sem ele, “excelentes recursos como capital, tecnologia, tempo, pessoas, podem não redundar em uma atividade de sucesso”. Nem mesmo uma grande ideia estará segura em mãos de um empreendedor despreparado. (Dolabela, 1999 apud Santos & Silva, 2012). Logo, “o que precisamos é de uma sociedade empreendedora, na qual a inovação e o empreendimento sejam normais, estáveis e contínuos. (. . .) assim também a inovação e o empreendimento tornar-se-ão uma atividade vital”, favorecendo o cenário econômico (Centofante Alves & Sobreira Netto, 2013).

Todavia, Santos e Silva (2012) ressaltam que a geração de riqueza por meio do empreendedorismo, de fato, só se justificará se “abarcando a preocupação com a sustentabilidade, objetivando um equilíbrio entre desenvolvimento econômico, qualidade de vida e meio ambiente mais limpo e saudável”. Nesse sentido, uma nova corrente empreendedora vem surgindo, o empreendedorismo sustentável, que se “alicerça nas dimensões social, ambiental e econômica, incentivando o empreendedor a buscar oportunidades socialmente justas, ambientalmente corretas e economicamente viáveis”.

A realização deste estudo se justifica, portanto, por apresentar relevância acadêmica trilhando um caminho pouco explorado no que tange à correlação da temática do processo empreendedor com os temas de sustentabilidade e empreendedorismo.

A pesquisa encontra relevância gerencial por contribuir para a construção de conhecimento através do estudo do perfil, características e atitudes de um empreendedor na medida em que produz reflexões acerca do cenário do empreendedorismo sustentável brasileiro, sob a ótica do processo de empreender.

Referencial Teórico

Empreendedorismo

Em nível global, há um crescente interesse pelo estudo do empreendedorismo, entretanto ainda não existem definições concretizadas sobre o assunto. A busca por uma definição do termo se apresenta com certa diversidade de significados, fato que tende a dificultar o desenvolvimento da área como campo de investigação (Santos & Silva, 2012).

Filion (1999) afirma que o empreendedor é alguém que idealiza, desenvolve e executa uma visão. Para Dornelas (2012), empreendedor é aquele que percebe uma

oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo todos os riscos envolvidos nesse processo.

De acordo com Hisrich & Peters (2004):

Empreendedorismo é o processo de criar algo com valor, dedicando o tempo e esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação: a independência econômica e pessoal.

Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2000) citado por Santos, Lopes, e Dos Santos Claro (2009) “relaciona o empreendedorismo a estratégias de inovação, definindo como características do empreendedor a busca por oportunidades, centralização de poder, capacidade de lidar com o risco para conquistar lucros e sucesso nos negócios, sendo estimulado pela necessidade de realização”.

Segundo Dolabela (2008) citado por Dos Santos Portugal et al. (2017), “empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução que se utiliza para designar as características do indivíduo empreendedor, seu perfil, suas ações e suas percepções frente aos desafios e seu ambiente”.

Deste modo, “por mais distintas que pareçam as definições de empreendedor registradas, elas possuem noções semelhantes, como a novidade, a organização, a criação, a dedicação e a disposição para assumir riscos e aproveitar oportunidades” (Dalmoro, 2009). Percebe-se, portanto, a importância dos empreendimentos no cenário empresarial, e a necessidade de que se desenvolvam empreendedores capazes de impulsionar o país no seu crescimento, gerando oportunidade de trabalho, renda e maiores investimentos (Silveira et al., 2008 apud Da Silva, Furtado, & Zanini, 2015).

Processo Empreendedor

O estudo do processo empreendedor engloba todas as funções, atividades e ações associadas com a percepção de oportunidades. (Dornelas, 2012). Este processo ainda pode ser entendido como o somatório de todas as atitudes, percepções e descobertas presentes na fase inicial de um novo empreendimento ou na implementação de uma nova ideia (Filion, 1999; Shane & Venkatraman, 2000).

Segundo Dornelas (2012), o processo empreendedor inicia-se quando um evento gerador de fatores externos, ambientais e sociais, de aptidões pessoais ou de um conjunto desses fatores oportuniza o início de um novo negócio. Tais fatores são considerados críticos para o surgimento e crescimento de uma nova empresa.

Para elucidar as fases do processo empreendedor, Hisrich (2009) desenvolveu um modelo que se desdobra em quatro fases:

- a. identificar e avaliar a oportunidade;

- b. desenvolver o plano de negócios;
- c. determinar e captar os recursos necessários;
- d. gerenciar a organização criada.

Na etapa relacionada à identificação e avaliação de oportunidade, em um primeiro momento (fase de identificação), existe um processo de percepção da oportunidade. Com frequência, essa etapa ocorre através da captação de informações. Em seguida, a fase de avaliação dessa oportunidade convida o empreendedor a avaliar o mercado e buscar respostas no que tange ao posicionamento ou enquadramento do negócio, além disso, é importante que se observe fatores relacionados a concorrência, existência de patentes e condições sociais do futuro empreendimento (Hisrich & Peters, 2004).

A segunda etapa do processo caracteriza-se pela elaboração do plano de negócios. “O plano de negócios ajuda na administração da empresa, possibilitando identificar algumas situações que não se apresentaram eficientes, sendo assim, ele passa a ser uma ferramenta preventiva e solucionadora de situações anormais, como também poderá ser um instrumento de avaliação dos resultados alcançados, medindo o desempenho do empreendimento e projetando seu sucesso em resultados futuros” (Santos & Silva, 2012).

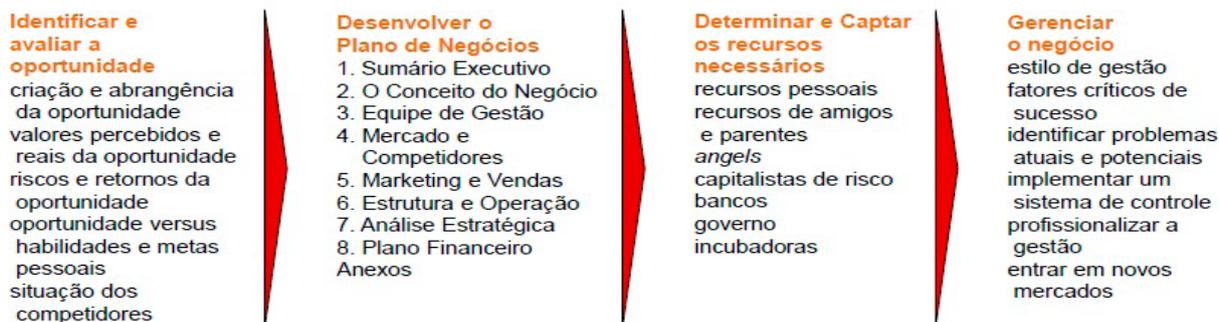
A determinação dos recursos necessários caracteriza a terceira etapa do processo empreendedor do modelo de Hisrich (2009). Segundo o autor, esta etapa se inicia com a projeção dos recursos necessários, juntamente com a apreciação dos recursos atuais. Esta é uma etapa de grande importância, tendo em vista que ao gerir recursos de forma mais eficiente, regula-se o fluxo de investimentos obtendo-se melhores retornos e vantagens competitivas (Sachs, 2004 apud Dos Santos Portugal et al., 2017).

Por fim, a última etapa relaciona-se à administração do novo empreendimento. Este é o estágio em que o empreendedor precisa de uma estrutura administrativa, tendo em vista o estabelecimento de variáveis que conduzam seu negócio ao sucesso. (Hisrich, 2009).

Em si, o processo empreendedor, sofre a influência de múltiplas variáveis, sejam elas individuais (motivações, habilidades e processo cognitivo), intrapessoais (relacionamento entre empreendedores e outras pessoas) e sociais (políticas governamentais, econômicas e condições de mercado). Estas influências conferem grande complexidade ao processo, o que requer o uso de todas as ferramentas disponíveis na tentativa de entender como tudo acontece e contribuir substancialmente para o mecanismo de reconhecimento e desenvolvimento das novas oportunidades no momento de empreender (Santos, 2015).

Assim como Hisrich (2009), um outro quadro do processo empreendedor é apresentado por Dornelas (2012), igualmente estruturado em quatro fases (Quadro 3).

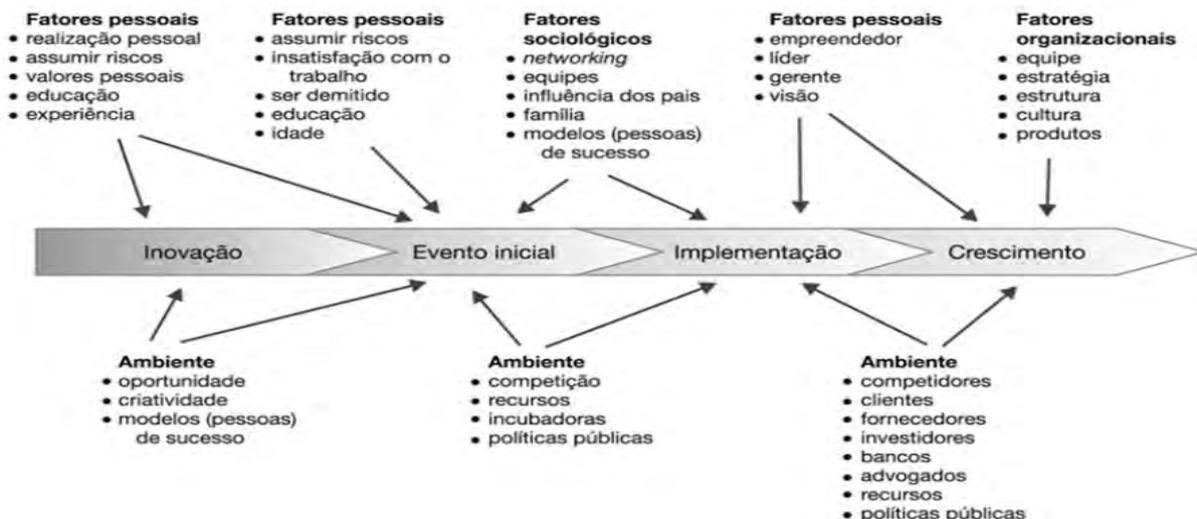
Quadro 3. O processo empreendedor



Fonte: Dornelas (2012).

Embora as fases sejam apresentadas de forma sequencial, nenhuma delas precisa ser completamente concluída para que se inicie a seguinte. Muitas vezes ocorre ainda outro ciclo de fases antes de se concluir o processo completo (Dornelas, 2012). Diante desse cenário, e de posse dos conceitos de empreendedorismo e do processo de empreender, é de fundamental importância analisar e entender quais os principais fatores envolvidos nas etapas desse processo (Quadro 4).

Quadro 4. Fatores que influenciam no processo empreendedor (adaptado de Moore, 1986)



Fonte: Dornelas (2012).

Perfil Empreendedor

A temática acerca do perfil empreendedor vem sendo discutida com grande ênfase no âmbito dos estudos sobre o empreendedorismo. O estudo do padrão comportamental e do perfil empreendedor, de forma geral, pode ser associado à McClelland (1976), que com base em características comportamentais de empreendedores de sucesso, dos mais variados contextos culturais, “desenvolveu um instrumento para medir o potencial empreendedor de cada uma destas características. Baseado na crença de que o estudo da motivação, além de levar em consideração a necessidade de realização

dos empreendedores, deve também considerar que eles são motivados por suas necessidades de afiliação/planejamento e poder. E é a partir dessas necessidades que o autor identificou dez características comportamentais empreendedoras, sendo elas: busca de oportunidade e iniciativa; persistência; comprometimento; exigência de qualidade e eficiência; correr riscos calculados; estabelecimento de metas; busca de informações; planejamento e monitoramento sistemático; persuasão e rede de contatos e, independência e autoconfiança” (Brants et al., 2015).

No tocante ao comportamento empreendedor, as pessoas dividem-se em dois grupos, sendo “um deles composto por uma minoria que, quando desafiada por uma oportunidade, se dispõe a trabalhar duramente para conseguir realizar algo. No outro grupo está a maioria que, não se importa tanto em conseguir alcançar objetivos e não são movidas pela necessidade de realização”. (McClelland, 1961 apud Brants et al., 2015).

Filion (1999) ainda ressalta que a visão do empreendedor é um elemento primordial para explicar seu perfil, considerando-se que através dela é que um indivíduo pode almejar ser considerado um verdadeiro empreendedor.

Por fim, estudos afirmam que além das características determinantes do perfil de um empreendedor, devem-se considerar outros fatores que também podem influenciar, tais como as diferenças culturais e de mercado. (Nascimento Júnior, Dantas, & Santos, 2005 apud Pedroso, Massukado-Nakatani, & Mussi, 2009).

Empreendedorismo no Brasil

No Brasil, o movimento do empreendedorismo começou a ser desenhado na década de 1990, com a criação de entidades de apoio à atividade empreendedora. (Da Silva, Furtado, & Zanini, 2015). Segundo Dornelas (2012), antes deste momento, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas, além de que os ambientes político e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo em sua caminhada empreendedora.

Dos Santos e Portugal et al. (2017), afirma que de acordo com dados do GEM 2003, “o Brasil já ocupou o primeiro lugar no grupo de países mais empreendedores do mundo, porém, paralelamente a tal performance imperava o alto índice de mortalidade empresarial”. O mesmo estudo ainda acrescenta que, segundo o SEBRAE, “em 2002, de cada 100 empresas constituídas, 49 não passavam do segundo ano de existência. Em 2008, o número de empresas que não passavam do segundo ano de existência caiu de 49 para 27. Fatores como o controle da inflação, a redução das taxas de juros, a ampliação do crédito para pessoas físicas e o aumento do poder de compra das classes C, D e E foram determinantes para essa melhora. Somam-se a esses fatores a melhoria em aspectos qualitativos do empreendedor, tais como: aumento na quantidade de tempo de estudos, a formação técnica e superior e a experiência adquirida pela vivência em outras empresas”.

Pedroso, Massukado-Nakatani, & Mussi (2009) afirmam que “em relação às condições limitantes para o empreendedorismo no Brasil, cerca de 70% das menções feitas pelos especialistas ouvidos pelo GEM Brasil 2006 concentram-se em três condições:

- ◆ Políticas governamentais (26,7%): essa condição refere-se à legislação complexa, excessiva burocracia para abrir e operar um empreendimento, e à elevada carga tributária.
- ◆ Apoio financeiro (23,8%): refere-se à disponibilidade de crédito.
- ◆ Educação e capacitação (17,1%): está atrelada à qualidade, relevância e profundidade da educação e dos treinamentos voltados à criação e ao gerenciamento de novos negócios”.

Estudo semelhante, realizado no período de 2003-2005, identificou que “as principais causas para o fechamento prematuro das empresas são: comportamento empreendedor pouco desenvolvido (atitudes empreendedoras insuficientes); deficiências no planejamento antes da abertura das empresas; deficiência na gestão após a abertura do negócio; políticas insuficientes de apoio ao setor; conjuntura econômica deprimida e problemas pessoais” (Pereira et al., 2009).

Empreendedorismo Sustentável

Sustentabilidade é um termo relativamente antigo, porém, “a preocupação da sustentabilidade com o meio ambiente parece um tema recente, discutido por autores de diversas linhas de pensamento e de diferentes formações acadêmicas”. (Dalmoro, 2009).

No contexto empresarial, percebe-se uma movimentação no sentido de incorporar novos modelos de negócios que pudessem gerar valor sustentável e, ao mesmo tempo, atender as exigências do mercado. (Estefanuto Orsiolli & Simon Nobre, 2016). “Essas mudanças mercadológicas proporcionaram oportunidades de negócio para que o empreendedorismo se destacasse como fenômeno incentivador do desenvolvimento sustentável” (Cicconi, 2013 apud Estefanuto Orsiolli & Simon Nobre, 2016).

Nesse sentido, as ações de um empreendedor atento a esse novo contexto condicionam empresa e dirigentes a escolhas mais sensatas e equilibradas entre o lucro, o bem estar das pessoas e o planeta (Cohen & Winn, 2007 apud Dos Santos Portugal et al., 2017).

Por essa razão, “Uma empresa sustentável é aquela que contribui para o desenvolvimento sustentável provocando benefícios econômicos, sociais e ambientais, fatores esses, denominados pilares do desenvolvimento sustentável. Essa definição dos três pilares de sustentabilidade, conhecidos como o *triple bottom line*, vem se difundindo no ambiente acadêmico e empresarial para justificar as práticas, os projetos e os investimentos ambientais, sociais e econômicos” (Claro & Claro, 2014 apud Santos Barboza, Luiz Leismann, & Adriani Johann, 2015).

Materiais e métodos

Classificação da Pesquisa

A presente pesquisa caracterizou-se como exploratória, de abordagem qualitativa, do tipo estudo de caso. Adotou-se o enfoque da pesquisa qualitativa, pois segundo Tozoni-Reis (2009) essa modalidade de estudo favorece a produção de conhecimentos sobre os fenômenos humanos e sociais, haja vista que interessa muito mais compreender e interpretar seus conteúdos do que tão somente descrevê-los. Para Yin (2005), além de favorecer a identificação de características de um fenômeno, este modelo de pesquisa ainda pode estabelecer, determinar ou confirmar proposições de uma determinada teoria. Corroborando com esse entendimento, Gil (1999) relata que o estudo de caso ocorre em um contexto real, preservando as características e peculiaridades das atividades desenvolvidas.

Utilizou-se o estudo de caso único como estratégia de pesquisa tendo em vista que ao estudar o processo empreendedor do caso em questão - ainda estabelecendo um elo com o campo da sustentabilidade - fez-se necessária uma compreensão mais precisa das circunstâncias em que os fenômenos ocorreram para que fosse possível realizar uma análise de perfil, características e motivações de um empreendedor do ramo da sustentabilidade. Ou seja, o foco esteve em entender como se deu o desdobramento de características pessoais dentro da sistemática do processo empreendedor (Marioto et al., 2014).

De acordo com Yin (2005), estudos de caso único contribuem, de forma incomparável, para a compreensão dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos. Assim, pela variedade de informações coletadas, foi possível realizar uma triangulação dos dados com maior profundidade, evitando possíveis generalizações que derivem da comparação entre demais casos, o que poderia comprometer a análise em profundidade do caso estudado.

Coleta e Tratamento dos Dados

Para a coleta dos dados, utilizou-se uma entrevista em profundidade, constituída por questões acerca do perfil sociodemográfico do entrevistado, de características e atitudes presentes em empreendedores, processo empreendedor e também questões relativas ao ramo de negócio do entrevistado.

A realização dessa modalidade de entrevista, em profundidade e semiestruturada, permitiu maior liberdade por parte da entrevistadora para melhor se expressar, uma vez que conforme Tozoni-Reis (2009, p. 62) “as questões são apresentadas ao entrevistado de forma mais espontânea, seguindo sempre uma sequência mais livre, dependendo do rumo que toma o diálogo.” Mattos (2010) enfatiza que a entrevista

“em profundidade” tem sido cada vez mais utilizada na pesquisa em áreas da Administração, considerando a inadequação da metodologia quantitativa à área, uma vez que muitos dos problemas e fenômenos das relações que permeiam as organizações escapam ao pesquisador quando expresso em números e estatísticas.

Para fins de organização e clareza, as questões que compuseram a entrevista foram divididas (Tabela 1) a fim de contemplar todos os objetivos propostos no presente estudo. Dessa forma o roteiro de questões do presente trabalho teve o seguinte delineamento:

Tabela 1. Roteiro da Entrevista

	Objetivos Específicos			
	Analisar o perfil sociodemográfico no empreendedorismo.	Identificar as principais características pessoais de um empreendedor.	Detectar e apresentar atitudes que possam contribuir para que jovens desenvolvam o processo empreendedor.	Verificar se o ramo da sustentabilidade e conceito “ <i>eco friendly</i> ” é um fato encorajador no momento de empreender no cenário atual.
	Você acha que a sua formação foi útil para que você empreendesse? De que forma?	Quais eram as suas metas e suas necessidades quando iniciou o negócio? Como conciliou vida profissional e pessoal?	Como identificou a oportunidade do seu negócio?	Você decidiu empreender na área da sustentabilidade por mera oportunidade de mercado?
Perguntas	Qual a sua configuração familiar? Quantas pessoas da família tem nível superior?	A partir da concepção até o primeiro dia de funcionamento da empresa, quanto tempo passou? Quantas horas por dia você gastou trabalhando no empreendimento?	Ao procurar parceiros, consultores ou gestores, como conseguiu identifica-los? Algum atributo entre os parceiros que efetivamente tentaria evitar?	Atuar em uma área profissional da qual gostasse lhe trazia satisfação pessoal? Ou você acredita que trabalhar com energias renováveis lhe traz uma satisfação pessoal extra?
	Na época do início da empresa, qual era a situação familiar?	Em termos pessoais, quais foram os pontos fortes percebidos, e os fracos?	Que tipo de pessoa deveria ser um empreendedor? Em sua opinião quais as características de uma pessoa empreendedora?	Você acredita que abrir uma empresa no ramo da sustentabilidade foi um fator decisivo para abertura de sua empresa? Você teria a mesma postura empreendedora em outro ramo?
	Qual era a sua atividade antes de iniciar o empreendimento?	Você queria ter parceiros ou iniciar tudo sozinho? Porque?	Que conselhos daria a um aspirante de empreendedor? Poderia citar três “lições” mais importantes que você aprendeu?	

Fonte: elaborado pelo autor.

Os dados obtidos na entrevista foram categorizados e analisados de acordo com a análise de conteúdo. Os resultados são apresentados em quatro Categorias, que são: **“Dados Sociodemográficos e Empreendedorismo”**, **“Características pessoais de um Empreendedor”**, **“Atitudes envolvidas no Processo Empreendedor”** e **“Empreendedorismo e Sustentabilidade”**. A técnica de análise de dados utilizada foi a Análise de Conteúdo, definida por Bardin (1977, p. 42) como:

Um conjunto de técnicas de análises das comunicações, visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens, os indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Bardin (2006), afirma que há três etapas para o desenvolvimento desta técnica: a pré-análise, a descrição analítica e a interpretação inferencial. Mozzato e Grzybovski (2011) afirmam que a pré-análise consiste na organização do material a ser analisado, com o objetivo de sistematizar as ideias iniciais. Já a segunda etapa - descrição analítica - consiste na exploração do material com a definição de categorias (sistemas de codificação), e a identificação das unidades de registro (unidade de significação a codificar, corresponde ao segmento de conteúdo a considerar como unidade base, visando à categorização e à contagem frequencial), e das unidades de contexto nos documentos (unidade de compreensão para codificar a unidade de registro que corresponde ao segmento da mensagem, a fim de compreender a significação exata da unidade de registro). A terceira fase diz respeito ao tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Esta etapa é destinada ao tratamento dos resultados; ocorre nela a condensação e o destaque das informações para análise, culminando nas interpretações inferenciais; é o momento da intuição, da análise reflexiva e crítica (Bardin, 2006). A Figura 1 demonstra como essas fases foram desenvolvidas neste estudo, de modo a efetuar uma análise de conteúdo do material coletado na pesquisa.

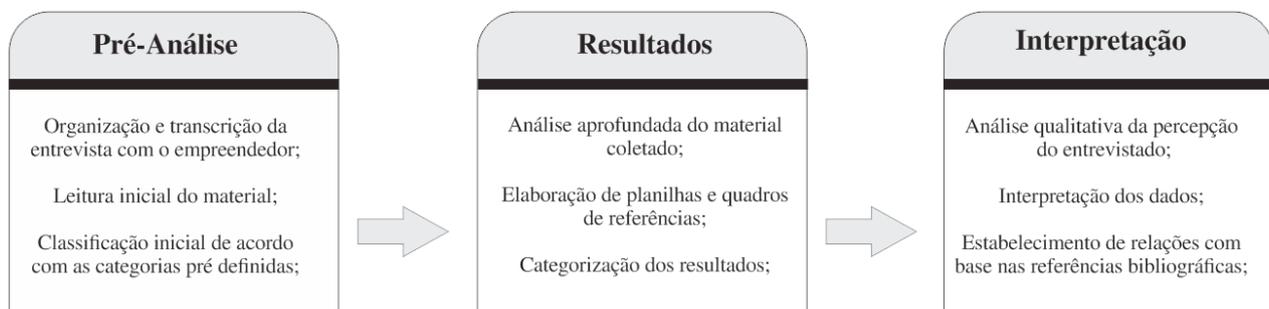


Figura 1. Fases de análise do material coletado na pesquisa.

Fonte: elaborado pelo autor com base em De Fátima Barros Estivaletete et al. (2016).

Limitações do Método

A maior limitação encontrada no presente estudo residiu na dificuldade de generalização dos resultados obtidos. Por se tratar de uma pesquisa de curto período e de corte transversal, possuindo como elemento de coleta de dados uma única intervenção de entrevista somente com empreendedor, não se pôde tomar os resultados encontrados como parâmetro de referência para uma população. Entretanto, para atenuar esse efeito, o presente estudo procurou utilizar uma metodologia de análise derivada de teorias que fossem reconhecidas no campo do conhecimento. Isso fez com que a interpretação dos dados não envolvesse julgamentos implícitos, preconceitos ou opiniões de senso comum, intentando, deste modo, embasar ao máximo os resultados obtidos no respaldo científico e na fidedignidade.

Considerações Éticas

Ao participar do presente estudo, o empreendedor obteve esclarecimentos quanto a sua liberdade em recusar-se a responder às perguntas que lhe ocasionassem constrangimento de qualquer natureza. Ademais, lhe foi assegurado anonimato e confidencialidade de qualquer dado ou menção que fosse passível da identificação de sua identidade; por fim, foi informado de que poderia ter acesso a todos os resultados obtidos com a pesquisa.

Resultados e análise dos dados

Os dados inicialmente apresentados referem-se ao perfil sociodemográfico do empreendedor entrevistado. Após, são demonstrados os resultados obtidos por meio das entrevistas que foram aplicadas, e serão apresentados de acordo com o método de categorização de análise de conteúdo, que segundo Bardin (2006) é a forma mais antiga e mais utilizada. Ainda cabe ressaltar que o critério de categorização adotado foi o semântico, uma vez que possibilita o agrupamento dos temas com a mesma significância em uma mesma categoria (Bardin, 2006).

Dados Sociodemográficos e Empreendedorismo

O entrevistado participante do presente estudo foi um homem de 30 anos, empresário, casado, com escolaridade de nível superior e uma qualificação de mestrado profissional, ambas nas áreas da Engenharia e com uma faixa salarial pessoal entre oito e dez salários mínimos (valor do salário mínimo considerado para o ano de 2016). Antes de empreender, o entrevistado já atuava na área da Engenharia Elétrica com ênfase em energias renováveis e pôde ter uma experiência profissional em uma empresa

na Alemanha, onde teve contato com um modelo de negócio no qual se inspirou para iniciar seu próprio empreendimento. Na tabela abaixo (Tabela 2), estão expostos os dados sociodemográficos coletados durante a entrevista:

Tabela 2. Dados sociodemográficos do empreendedor entrevistado

Variável	
Idade	30 anos
Sexo	Masculino
Escolaridade	Ensino Superior Completo Mestrado Profissional
Estado civil	Casado
Profissão	Engenheiro e Empresário
Renda Pessoal	De 08 a 10 Salários mínimos

Fonte: Elaborada pelo autor.

De acordo com o GEM Brasil (2014), ao avaliar taxas específicas de empreendedorismo na Região Sul, têm-se um resultado de que os homens são mais ativos do que as mulheres. A taxa é de 21,1% entre os homens contra 15,9% entre as mulheres. No Brasil, essas taxas são de 19,4% e 15,6% respectivamente. Na presente pesquisa, os dados referentes a sexo, idade e faixa etária, vão ao encontro daqueles sugeridos pelo GEM Brasil (2015) como representativo do perfil empreendedor brasileiro.

O entrevistado, porém, apresentou grau de instrução formal acima daquele apresentado como perfil dominante pelo GEM Brasil (2015) – nível médio completo –, todavia, estudos semelhantes relatam em seus achados que a maioria das populações avaliadas em pesquisas de empreendedorismo possuem um grau elevado de formação. Na pesquisa realizada por Crespam et al. (2009), todos os entrevistados, com exceção de um, eram graduados e buscavam algum curso de pós-graduação. Na pesquisa de Machado et al. (2003) 63,28% das entrevistadas também eram graduadas ou pós-graduadas (Vicenzi & Bulgacov, 2013).

A elevada formação acadêmica do empreendedor é um importante indicador de sucesso, uma vez que faz-se necessário acompanhar o alto fluxo de informações no ambiente empresarial e ter maior capacidade de tomar decisões estratégicas complexas. Com isso, os empreendedores passaram a necessitar de formação acadêmica cada vez mais específicas, tendo em vista que quanto maior a escolaridade, mais facilidade o indivíduo tende a ter para planejar, inovar, empreender, e conseqüentemente, obter mais sucesso (Singer, 2014).

No que tange a experiência prévia do empreendedor na área em que ele deseja empreender, dados demonstram que quanto mais experiências anteriores o

empreendedor tiver acumulado, melhores chances a empresa terá de crescer e ter sucesso (Endeavor Brasil, 2013). Corroborando com os achados do presente estudo, pode-se sugerir que a associação dos aspectos “alto nível de formação” e “experiências anteriores” seriam fatores que contribuem positivamente para o sucesso de novos empreendimentos.

Características pessoais de um Empreendedor

Partindo de uma perspectiva histórica, muito se comentam as características comportamentais do empreendedor, porém não há unanimidade nesse assunto, e cada autor percebe tais características de forma diferente (Pedroso, Massukado-Nakatani, & Mussi, 2009). Ao ser questionado sobre seus pontos fortes e fracos, o empreendedor entrevistado no presente estudo relata:

“(. .) é difícil reconhecer os teus próprios erros e acertos quando vais abrir um negócio, pois tu sempre quer acertar, mas acho que meus pontos fortes foram a minha dedicação, e eu sempre acreditei no propósito do meu negócio, valorizava muito a parte social dele, isso sempre me deu ânimo. Bom, quanto a um ponto fraco, acho que é achar o timing certo pra colocar o negócio na rua, fazer dar certo e ter um bom retorno”. (Empreendedor entrevistado).

Muitos estudos argumentam que, embora não haja um perfil científico definido para o empreendedor, pode-se convencionar que para empreender, faz-se necessário deter a capacidade de estabelecer objetivos e os perseguir, além de manter o alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios; um empreendedor continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios, toma decisões moderadamente arriscadas, objetiva a inovação e continua a desempenhar um papel empreendedor; é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões (Pedroso, Massukado-Nakatani, & Mussi, 2009).

“(. .) quando ainda estava na Universidade, estive envolvido em pesquisas e sempre procurei levar minhas produções pra congressos, eventos e semanas acadêmicas da área. Eu era antenado nas oportunidades, trocava ideias com colegas e professores, então logo que sai da faculdade e surgiu uma oportunidade, eu não pensei duas vezes, larguei meu trabalho lá com 20 e poucos anos, e eu tinha um salário bacana na época, mas mesmo assim eu tive a oportunidade e eu fui morar por 7 meses na Alemanha, tu vê... eu larguei um cargo relativamente bom e fui ser estagiário lá fora, mas te digo que foi a melhor coisa que eu fiz... mesmo arriscando alto, eu

vivi experiências muito transformadoras, trabalhei com Usinas que não teria a chance de trabalhar aqui no Brasil e tive contato com um modelo fantástico de negócios envolvendo energias renováveis “.
(Empreendedor entrevistado).

São notáveis as características empreendedoras no relato do entrevistado, uma vez que a habilidade criativa e a disposição para arriscar o impulsionaram a buscar novas oportunidades no exterior. Também pode-se perceber em sua fala que desde cedo o entrevistado esteve envolvido em eventos acadêmicos, em contatos com professores e profissionais de sua área de interesse. É do conhecimento de todos que um bom networking é outro fator chave para as janelas de oportunidades necessárias à um novo empreendimento. Barros, Fiúsa e Ipiranga (2004) enumeram cinco elementos fundamentais para a caracterização do perfil de um empreendedor:

- a. Criatividade e inovação: empreendedores conseguem identificar oportunidades antes das outras pessoas.
- b. Habilidade: direcionam seus esforços criativos para objetivos determinados e claros.
- c. Força de vontade e fé: acreditam fervorosamente em sua habilidade de mudar as coisas e com perseverança buscam seus objetivos.
- d. Foco na geração de valor: buscam fazer as coisas da melhor forma possível, do modo mais rápido e com os menores custos.
- e. Correr riscos: quebram regras preestabelecidas, arriscam e buscam formas diferentes de fazer as coisas.

Os autores ainda complementam que, “além das características que determinam o perfil do empreendedor, devem-se considerar outros fatores que também influenciam o comportamento do empreendedor, como as diferenças culturais e de mercado. Tais diferenças podem levar o empreendedor a tomar uma postura peculiar, na qual se encontra obrigado a adaptar-se às características regionais de cada mercado e da sociedade” (Barros, Fiúsa, & Ipiranga, 2004).

Atitudes envolvidas no Processo Empreendedor

O empreendedorismo constitui uma forma de empoderamento dos indivíduos, e além do “perfil empreendedor” é relevante que se estude quais são as atitudes envolvidas nesse processo empreendedor. Para o desenvolvimento de um novo empreendimento, de acordo com Pinho; Thompson (2016), “afigura-se necessário desenvolver uma cultura orientada para o empreendedorismo promovida, em larga medida, por várias instituições responsáveis pela formação e socialização dos indivíduos. As instituições de ensino e formação poderão ter um papel relevante se devidamente incentivadas

por programas públicos de empreendedorismo. Nesse sentido, os empreendedores não devem ser vistos como decisores isolados e autônomos, mas como importantes atores que são influenciados pelos contextos micro e macro-envolvente”

“(. .) quando eu já estava no volta no Brasil, eu procurei um sócio que era meu colega na Universidade, na verdade eu já tinha trocado uma ideia com ele, mas pra tirar essa ideia do papel nós fomos atrás de cursos, fizemos várias oficinas no SEBRAE, e a gente sabia que precisava de um plano de negócios, por mais que tu tenha uma ideia sólida do teu modelo de negócios, tu precisa da ajuda de um especialista, né?”. (Empreendedor entrevistado).

É notada a existência de uma importante parcela das empresas, principalmente os novos empreendimentos, que não dispõem de um planejamento que possibilite aumentar o seu poder de competitividade e, assim, fazer frente ao atual mercado globalizado, sofrendo como consequência dessa carência, um alto índice de mortalidade. Para que isso não ocorra, órgãos de apoio criam programas de orientação e capacitação aos novos empreendedores, para que desenvolvam uma visão apropriada que os credenciem a gerir negócios autossustentáveis e capazes de sobreviver em um mundo tão competitivo quanto o contemporâneo (SEBRAE, 2015). Deste modo, pode-se perceber que a busca por apoio nas fases iniciais do empreendimento é não apenas necessário, mas vital para que os novos negócios não caiam nas estatísticas de mortalidade até os 2 anos de vida. De acordo com dados do GEM Brasil, “dos empreendedores identificados em 2015, 14% procuraram algum órgão público ou privado de apoio ao empreendedorismo, dentre esses empreendedores, 66% buscaram o SEBRAE” (GEM Brasil, 2015).

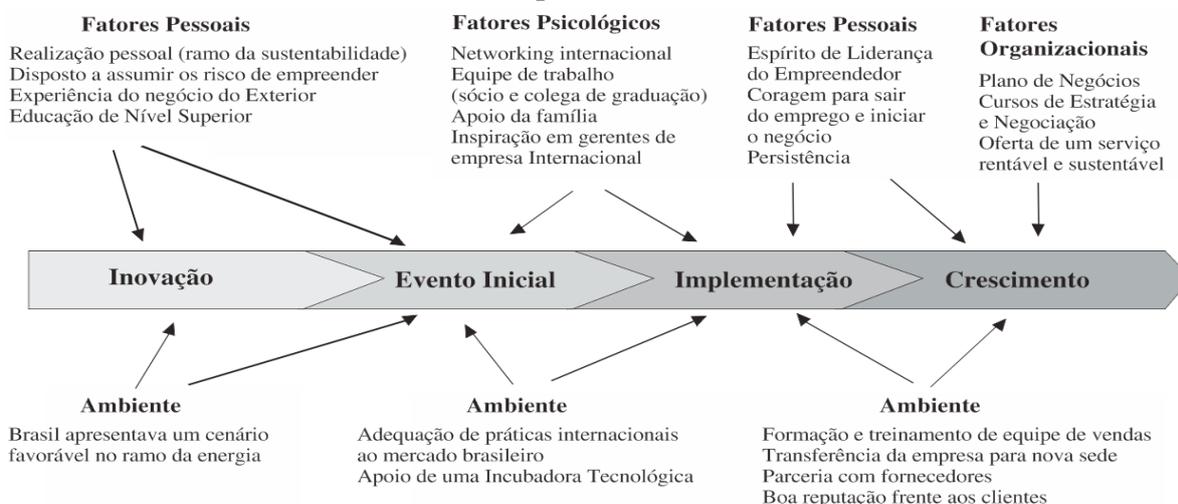
“(. .) e tu sabe que a gente tinha em mente que logo de cara seria muito pesado assumir prestações de aluguel, secretária e toda a infraestrutura necessária que o negócio iria precisar. Como eu tinha alguns contatos e conhecia alguns professores, nós conseguimos incubar a empresa nos primeiros tempos, e isso foi muito bom não só pela questão dos gastos, mas a gente também teve uma certa visibilidade a um baixo custo, ou seja, quando tinha feira, nós sempre estávamos ali com um espacinho no estande da incubadora, e assim foi indo, tínhamos um espaço bacana pra entregar nosso folder, pra fazer uns contatos, e no fim das contas, a gente conseguiu sair da incubadora antes de expirar nosso prazo, não tenho dúvidas de que foi uma grande oportunidade e de baixo custo”. (Empreendedor entrevistado).

É papel do Estado apoiar e criar as condições socioeconômicas para a potencialização da ação empreendedora do jovem brasileiro que empreende por oportunidade, buscando sua realização pessoal e sua inserção competitiva na economia. Para este grupo de empreendedores, a ação do Estado deve voltar-se para criar as condições para a inovação e o crescimento do empreendimento, através de cursos de gestão, assistência técnica, financiamento, apoio logístico, entre outros. As incubadoras tecnológicas, as incubadoras de empresas e a assistência e o apoio financeiro nos primeiros anos de vida são políticas que têm se revelado transformadoras nos países desenvolvidos. (Bulgacov, 2011)

“(. .) eu tinha me formado na Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, e a incubadora tecnológica era na mesma sede da Universidade, então eu já conhecia essa possibilidade, e a incubadora pertence a escola técnica que era sede da UERGS, então como eu tive a experiência na Alemanha, apresentei um bom planejamento pra comissão da incubadora, já tinha me formado na UERGS, a incubação da empresa foi um processo bem tranquilo”. (Empreendedor entrevistado).

No que tange a atitude do empreendedor que teve a experiência de incubação de sua empresa, as variáveis “experiência de trabalho anterior” e “formação acadêmica”, estavam correlacionadas na maior parte dos empreendedores que passaram por um processo de incubação em incubadoras situadas em universidades, uma vez que tinham experiência no meio acadêmico ou outro organismo de investigação e tendiam a ter maior grau de formação acadêmica. Porém não há indícios de que essas características (formação e experiência) poderiam interferir no desempenho do negócio ou da inovação (De Faria, 2015).

Quadro 3. Processo empreendedor do entrevistado



Fonte: elaborado pelo autor com base em Dornelas (2012).

Empreendedorismo e Sustentabilidade

Empreendimentos que ofereçam produtos e serviços sustentáveis estão cada vez mais sendo exigidos pelo mercado. Assim, as organizações representam importantes agentes na busca pelo desenvolvimento sustentável de modo que o seu desafio consiste na integração do bem-estar econômico, social e preservação do meio ambiente, desenvolvendo ações a longo prazo (Kneipp et al., 2015)

“(. .) clientes esperam e procuram uma empresa que não só preste bons serviços mas que esteja preocupada com o impacto de suas ações, uma empresa que procure contribuir para um futuro melhor e que além de se preocupar com um mundo melhor também venda soluções para que isso aconteça, de fato. (Empreendedor entrevistado).

O desenvolvimento sustentável procura harmonizar a rentabilidade financeira e o crescimento econômico com a justiça, o bem-estar social, a conservação ambiental e a utilização racional dos recursos naturais. Com base nesses movimentos mundiais, toma corpo a discussão sobre a necessidade de mudança das organizações. Temas como gestão ambiental e responsabilidade social empresarial passam a ocupar de forma crescente a agenda dos administradores. Nessa linha, procura-se transformar organizações tradicionais em organizações sustentáveis (Borges et al., 2013)

“(. .) o negócio deve levar em consideração as oportunidades do mercado, e os investimentos em energias renováveis eram uma tendência fortíssima no mercado brasileiro dos próximos anos, mas tinha a minha vontade de empreender nessa área além disso, sabe? Eu sempre tive uma imensa atratividade por esse ramo, idealizei uma empresa e sempre me imaginei trabalhando com isso, portanto há muito do lado pessoal nessa escolha.”. (Empreendedor entrevistado).

O GEM Brasil propõe-se a medir, entre outras variáveis, a parcela de indivíduos que, em cada país, lança-se ao empreendedorismo, e a “avaliar os motivos dos empreendedores”. Tais motivações permitiriam enquadrar o empreendedor em duas categorias distintas, mutuamente excludentes: empreendedores por necessidade e empreendedores por oportunidade. Os empreendedores por necessidade representariam uma parcela da população envolvida com o empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho. Já o empreendedor do presente estudo - empreendedor por oportunidade - integraria a parcela da população envolvida com o empreendedorismo por ter identificado uma oportunidade de negócio que pretende perseguir, sendo capaz

de escolher um empreendimento dentre as várias opções possíveis de carreiras, seja por identificação, motivação ou qualquer outro fator intrínseco (GEM Brasil, 2015)

“(. .) eu tenho muita satisfação, não só profissional, mas principalmente pessoal, porque tu saber que tem uma empresa, algo que eu mesmo planejei e concretizei já me traria satisfação, porém, além de tudo, a empresa contribuir para um futuro sustentável é um ânimo diário, é um grande orgulho. Certamente, investir meus esforços nesse ramo me traz satisfação redobrada. (Empreendedor entrevistado).

Na perspectiva dos empreendedores, o empreendedorismo sustentável apresenta potencial de maximizar lucros na exploração de oportunidades de negócio ligadas ao nicho ambiental ou social, ou a possibilidade de colaborar com seu ambiente ou comunidade (Parrish, 2010). Alguns pesquisadores consideram empreendedores sustentáveis aqueles que são motivados por ganhos ambientais e sociais, além do financeiro. Nesse caso, um empreendedor que explora o nicho da sustentabilidade visando apenas ao lucro, não seria considerado um empreendedor sustentável (Patzelt & Shepherd, 2011). Diante desse cenário, é nítida a satisfação pessoal do empreendedor entrevistado, seu relato evidencia claramente que a identificação da oportunidade, seu histórico acadêmico e também a sua experiência profissional serviram como base sólida para empreender. Todavia, é notável que o planejamento e a busca por parcerias durante todo o processo empreendedor estiveram sempre nutridos por uma grande motivação e realização pessoal: iniciar um empreendimento capaz de gerar não apenas lucros, mas grandes benefícios para o mundo e a sociedade na qual ele estaria inserido.

Considerações Finais

Esse estudo, de caráter exploratório, pretendeu analisar e compreender as características pessoais, a atitude empreendedora e o ramo de negócio sustentável durante o processo empreendedor. As características pessoais do empreendedor analisado vieram ao encontro do que está descrito em grande parte da literatura, haja vista que enquadrou-se como empreendedor por oportunidade, com perfil sociodemográfico capaz de contribuir positivamente para o sucesso do processo empreendedor por possuir experiências prévias e elevada formação acadêmica.

Além de enquadrar-se no perfil entendido como “favorável” pela literatura, o empreendedor objeto do presente estudo, demonstrou atitudes descritas como de grande importância para o processo de empreender, tais como criatividade, disposição para inovar, coragem, foco e perseverança. É sabido que esses são fatores motivadores

do empreendedorismo, que influenciam positivamente na tomada de decisões de conteúdo estratégico, e – ainda que não sejam uma garantia – são diretamente proporcionais ao sucesso do negócio.

Em se tratando do ramo de negócio escolhido pelo empreendedor - a área da sustentabilidade - pôde-se perceber o quanto essa decisão teve uma influência positiva e uma ação motivadora no processo de empreender. Depreende-se, pois, que ao iniciar um negócio sustentável por oportunidade, onde haja um estudo prévio – planejamento e estruturação – haverá um grande indicador de sucesso pela identificação do empreendedor com o propósito central do seu novo empreendimento, ou seja, o engajamento será motivado não somente pela capacidade geradora de lucros do negócio, mas por todos benefícios econômicos sociais que ele pode produzir a médio e longo prazo.

Diante do exposto, é possível inferir que o processo empreendedor percorrido pelo entrevistado do presente estudo ocorreu de maneira cautelosa, oportuna e planejada. Por ter um modelo de negócios do exterior usado como inspiração, juntamente com uma base educacional consistente, o empreendimento teve sucesso na sua fase inicial e segue em uma nova etapa de crescimento. Sugere-se que a associação do perfil, das atitudes e a grande motivação do empreendedor por iniciar seu negócio em um ramo do qual ele se identificava e sentia uma grande satisfação pessoal, tenham sido os fatores chave para o sucesso.

Não é pretensão do presente estudo afirmar que empreendedores que iniciem seus negócios por necessidade ou ainda, que não tenham uma associação de fatores entendidos como “facilitadores” pela literatura, não possam obter êxito em seus negócios, apenas conclui-se que a associação de alguns fatores tem sido observada como uma variável simplificadora no caminho de sucesso dos empreendedores.

Por fim, os resultados da presente pesquisa permitiram a ampliação do conhecimento científico sobre o empreendedorismo na área da sustentabilidade. Porém, trata-se de um assunto novo, e deste modo, o presente estudo pretendeu analisar o discurso do participante no que tange ao caminho percorrido durante o processo empreendedor de uma empresa do ramo da sustentabilidade. No tocante às limitações desta pesquisa, cabe ressaltar que a utilização da abordagem qualitativa, mesmo sendo de extrema importância para a compreensão dos resultados, apresenta limitações quanto à sua abrangência. Assim, estudos futuros podem aprofundar o tema incluindo métodos de análise quantitativos. Também sugere-se outras iniciativas tais como a ampliação da amostra, e estudos que avaliem uma população maior do Brasil, capaz de produzir dados representativos acerca das práticas que envolvem o modelo de empreendedorismo sustentável no País, através da análise do processo empreendedor.

Referências Bibliográficas

- Araújo, M. (2006). *Empreendedorismo e sustentabilidade: uma visão psicológica*. In: SIMPEP, 13, Bauru. Anais. Bauru, SP: SIMPEP.
- Bardin, L. (2006). *Análise de conteúdo*. 5ª ed. Lisboa: Edições 70.
- Barros, F. S. O., Fiúsa, J. L. A., & Ipiranga, A. S. R. (2004). O empreendedorismo como estratégia emergente de gestão: histórias de sucesso. In: *Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD - EnEO*, 3. 2004, Atibaia. Anais... Atibaia: Anpad.
- Brants, J.B. et al. (2015). Empreendedorismo acadêmico no curso de Administração da UNIR. *Revista Pretexto*, 16(2), 58-74.
- Borges, C., Borges, M. M., Ferreira, V. R. S., Najberg, E., & Tete, M. F. (2013). Empreendedorismo Sustentável: Proposição De Uma Tipologia E Sugestões De Pesquisa. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 2(1), 77-100.
- Boszczowski, A. K., & Teixeira, R. (2009). O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*. São Paulo.
- Bulgacov, Y. L. M. et al. (2011). Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão? *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 45, n. 3, p. 695-720.
- Centofante Alves, A.L., & Sobreira Netto, F. (2013, Jul., 5). Terceiro setor e empreendedorismo social: o caso da Hallel Escola no Brasil. *Tourism & Management Studies*, 4, 1220-1231.
- Crespam, C. C., Fonseca, J. L., & Grohmann, M. Z. (2009). Evidências Empíricas do Perfil Empreendedor: um Estudo do Modelo de Motivações Empreendedoras. *IV Encontro de Estudos em Estratégia*, Recife (PE), 21 a 23 de junho.
- Da Silva, A.J., Furtado, J.H., & Zanini, R.R. (2015). Evolução do empreendedorismo no brasil baseada nos indicadores do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Revista Produção Online*, 15, 2, 758-780.
- Dalmoro, M.A. (2009). Visão da sustentabilidade na atividade empreendedora: uma análise a partir de empresas incubadas. *Revista Gestão Organizacional*, 2(1), art. 7.
- De Faria, A.M. (2015). *Financiamento público de apoio à inovação: um estudo em empresas incubadas de base tecnológica no estado de São Paulo*. Dissertação (Mestrado em Ciências) - Universidade de São Paulo, São Paulo.
- De Fátima Barros Estivaleta, V. et al. (2016, Ago.). Preocupações com a sustentabilidade imbricadas na missão social das organizações: a percepção de empreendedores sociais do Brasil e de Portugal. *Revista de Administração da UFSM*, 9, 8-24.
- Delgado, N. A., Cruz, L. B., Pedrozo, E. A., & Silva, T. N. (2008). Empreendedorismo orientado para a sustentabilidade: as inovações no caso da Volkmann. *Cad. EBAPÉ.BR* [online] 6(3).

- Dornelas, José Carlos Assis. (2012). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 4. ed. São Paulo: Elsevier.
- Dos Santos Portugal, N. et al. (2017, Jan.). Microempreendedores individuais: um estudo sobre suas ações e percepções frente às exigências do desenvolvimento sustentável. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade (GeAS)*, 6(1), 107-122.
- ENDEAVOR BRASIL (2013). *Empreendedores brasileiros: perfis e percepções*. Brasil, 2013.
- Estefanuto Orsiolli, T.A., & Simon Nobre, F. (2016). Empreendedorismo Sustentável e Stakeholders Fornecedores: Criação de Valores para o Desenvolvimento Sustentável. *RAC - Revista de Administração Contemporânea*, 20(4), 502-523.
- Filion, L. J. (1999, Abr.-Jun.). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração – USP*, 34(2).
- GEM BRASIL. (2014). *Empreendedorismo na Região Sul do Brasil*. GEM. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_sul.pdf. Acesso: 21 de Junho de 2017.
- GEM BRASIL. (2015). *Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo*. GEM.
- Gil, A. C., & Silva, S. P. M. (2015). O método fenomenológico na pesquisa sobre empreendedorismo no Brasil. *Revista de Ciências da Administração*, 17(41), 99-113.
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. ed. São Paulo: Atlas.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2004). *Empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman.
- Hisrich, R.D. (2009). *Empreendedorismo*. 7. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Josende Da Silva, A. C., Furtado, J. H., & Zanini, R. R. (2015, jun.). Evolução do empreendedorismo no Brasil baseada nos indicadores do global entrepreneurship monitor (GEM). *Revista Produção Online*, Florianópolis, 15(2), 758-780.
- Kneipp, J. M. et al. (2015). *Empreendedorismo e Sustentabilidade: um Estudo Bibliométrico da Produção Científica sobre na Base Web of Science no Período de 2005 a 2014*. 5ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo. Portugal.
- Machado, H. P. V. et al. (2003). O processo de criação de empresas por mulheres. *Revista de Administração de Empresas Eletrônica*, 2(2), 1-22.
- Mariotto, F. L., Zanni, P. P., & Moraes, G. H. S. M. (2014). What is the use of a single-case study in management research? *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, 54(4).
- Mattos, P. L. C. L. (2010). Análise de entrevistas não estruturadas: da formalização à pragmática da linguagem. In A. B. Silva, C. K. Godoi, R. Bandeira-De-Melo. *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos*. 2. ed. São Paulo, 347-374.
- Mozzato, A.R., & Grzybovski, D. (2011, Jul./Ago.). Análise de Conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da Administração: potencial e desafios. *RAC, Curitiba*, 15(4).
- Orsiolli, T. A. E., & Nobre, F.S. (2016, Ago.). Empreendedorismo Sustentável e Stakeholders Fornecedores: Criação de Valores para o Desenvolvimento Sustentável. *Revista de Administração Contemporânea*, Curitiba, 20(4), 502-523.

- Parrish, B. D. (2010). Sustainability-driven entrepreneurship: principles of organization design. *Journal of Business Venturing*, 25, 510-523.
- Patzelt, H., & Shepherd, D. A. (2011). Recognizing opportunities for sustainable development. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 631-652.
- Pedroso, J.P. P., Massukado-Nakatani, M. S., & Mussi, F. B. (2009). A relação entre o jeitinho Brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil. *Revista de Administração Mackenzie* (Online), São Paulo, 10(4), 100-130.
- Pereira, M. F. et al. (2009). Fatores de inovação para a sobrevivência das micro e pequenas empresas no Brasil. *Revista de Administração e Inovação- RAI*, 6(1), 50-65.
- Pimentel, T. A. B., Oliveira, L. G. L., & Reinaldo, H. O. A. (2012). Análise das dimensões de empreendedorismo sustentável em micro, pequenas e médias indústrias no Ceará. *Reuna*, 17(4), 85-104.
- Pinho, J. C., & Thompson, D. (2016). Condições estruturais empreendedoras na criação de novos negócios: a visão de especialistas. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, 56(2), 166-181.
- Santos Barboza, J.V., Luiz Leismann, E., & Adriani Johann, J. (2015, Maio). Sustentabilidade na Visão de Gestores de Micro e Pequenas Empresa na Região do Oeste do Paraná. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 9(2), 17-29.
- Santos, E., & Silva, C.E. (2012, Jan.). Os modelos de plano de negócios e sua relevância para sustentabilidade das micro e pequenas empresas. *Revista Brasileira de Administração Científica*, 3(1), 37-62.
- Santos, M.B., Lopes, C.P., Dos Santos Claro, J.C. (2009). Processo de inovação e empreendedorismo no Brasil: o caso Mauá. *Revista de Administração e Inovação – RAI*, 6(1), 66-82.
- Shane, S., & Venkatraman, S. (2000, Jan.). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1).
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. *Seção: Empreendedorismo*. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo>. Acesso em: 20 set. 2016.
- Singer, S., A., J. E., & M., D. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor*, Global Report.
- Tozoni-Reis, M. F. C. (2009). *Metodologia da Pesquisa*. 2 ed. Curitiba: ISEDE Brasil S.A.
- Vicenzi, S. E., & Bulgacov, S. (2013). Fatores motivadores do empreendedorismo e as decisões estratégicas de pequenas empresas. *Revista de Ciências da Administração*, 15(35), 208-221.
- Vichi, F. M., Mansor, M.T.C. (2009). Energia, meio ambiente e economia: o Brasil no contexto mundial. *Química Nova*, 32(3), 757-767.
- Yin. R. K. (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 3 ed. Porto Alegre: Bookman.