

Artigo de Pesquisa

Processo de criação de empresas ambientalmente sustentáveis

Joyce Aparecida Ramos dos Santos*  e Rivanda Meira Teixeira 

Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, PR, Brasil



Detalhes Editoriais

Sistema double-blind review

Histórico do Artigo

Recebido: 27 de Abr., 2020

Revisado: 10 de Nov., 2020

Aceito: 12 de Nov., 2020

Disponível online: 01 de Mai., 2021

CLASSIFICAÇÃO JEL: L26, Q01, Q56

ARTIGO ID: 1913

Editor Chefe

Dr. Denny Eduardo Rossetto 

SKEMA Business School

Editor Científico Responsável

Dr. Julio Carneiro-da-Cunha 

Universidade Nove de Julho, UNINOVE

Revisão Ortográfica e Gramatical

Dra. Mônica Império Costa

Palavra Seleta Revisão Textual

Financiamento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Cite como:

Santos, J. A. R. e Teixeira, R. M. (2021). Processo de criação de empresas ambientalmente sustentáveis. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 10(2), Artigo e1913. <https://doi.org/10.14211/regepe.e1913>

*Contato Principal

Joyce Aparecida Ramos dos Santos
joysantosap@gmail.com

Resumo

Objetivo: Analisar as fases que envolvem o processo de criação de empresas ambientalmente sustentáveis. **Método:** Abordagem qualitativa, com propósito exploratório e descritivo. A estratégia empregada foi o estudo de multicase, realizado com cinco microempresas do estado do Paraná. Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas e observados sob a análise documental. **Originalidade/Relevância:** Evidenciada a escassez de estudos que investigam como o processo empreendedor sustentável ambiental ocorre, este estudo pode ser visto como um esforço inicial para auxiliar o preenchimento dessa lacuna. **Resultados:** As evidências demonstraram o processo empreendedor sustentável ambiental como um fenômeno multifacetado, que admite diferentes configurações, a depender do perfil do indivíduo por ele responsável, das motivações para a criação do negócio, da proposta central da empresa e do contexto de desenvolvimento. **Contribuições teóricas/metodológicas:** Proposição de uma estrutura específica ao campo do empreendedorismo sustentável ambiental, que possibilita a recursividade entre as fases e/ou a não abrangência de alguma delas na criação de um empreendimento de tal natureza. **Contribuições sociais:** O modelo proposto pode nortear empreendedores entrantes na criação de empresas ambientalmente sustentáveis.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Processo empreendedor; Empreendedorismo sustentável; Processo empreendedor sustentável ambiental.

© 2021 ANEGEPE Ltda. Todos os direitos reservados.

Abstract

Objective: To analyze the phases that involve the process of creating environmentally sustainable companies. **Method:** Qualitative approach, with an exploratory and descriptive purpose. The strategy employed was the multi-case study, carried out with five micro-companies in the state of Paraná. Data were collected through semi-structured interviews and observed under document analysis. **Originality/Relevance:** Evidenced the scarcity of studies that investigate how the sustainable environmental entrepreneurial process occurs, this study can be seen as an initial effort to help fill this gap. **Results:** The evidence demonstrated the sustainable environmental entrepreneurial process as a multifaceted phenomenon, which admits different configurations, depending on the profile of the individual responsible for it, the motivations for the creation of the business, the central proposal of the company and the context of development. **Theoretical/methodological contributions:** Proposing a specific structure in the field of sustainable environmental entrepreneurship, which allows for recursion between the phases and / or the non-coverage of any of them in the creation of such an undertaking. **Social contributions:** The proposed model can guide entrepreneurs entering the creation of environmentally sustainable companies.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial process; Sustainable entrepreneurship; Environmental sustainable entrepreneurial process.

© 2021 ANEGEPE Ltda. All rights reserved.



<https://doi.org/10.14211/regepe.e1913>

ISSN: 2316-2058 | © 2021 ANEGEPE Ltda. All Rights Reserved.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo sustentável pode ser compreendido como o ato de explorar, desenvolver e implementar soluções empresariais capazes de integrar harmonicamente as dimensões ambiental, social e econômica (Schaltegger, Beckmann e Hockerts, 2018). Sua evolução, enquanto subcampo de pesquisa, é decorrente do aumento das demandas por sistemas de produção e consumo alinhados com ideais de sustentabilidade (De Bruin, 2016) – situação que requer novas formas de atuação empresarial (Muñoz e Cohen, 2018).

A dificuldade em promover equilíbrio entre as esferas supracitadas abre espaço para o empreendedor responsável priorizar a linha de ação que apresentar maior conformidade em relação aos seus propósitos pessoais (Dickel, 2018), o que resulta em tipologias da prática, entre as quais está o empreendedorismo sustentável ambiental, foco deste estudo.

Como qualquer ação de empreendedorismo voltada ao meio ambiente necessita da integração entre aspectos econômicos e sociais, com a finalidade de obter resultados satisfatórios (Domańska, Żukowska e Zajkowski, 2018) em suas atividades empreendedoras, postula-se que a vertente ambiental atue na condução das decisões do empreendedor desde os estágios iniciais da criação do negócio (Demirel et al., 2019).

A ótica do processo de criação organizacional é amplamente utilizada no campo do empreendedorismo convencional (Borges, Filion e Simard, 2008), assim como no âmbito do empreendedorismo sustentável ambiental; neste, porém, por se tratar de um subcampo de pesquisa ainda recente, há pouca compreensão sobre como uma empresa dessa natureza se estabelece (Matzembacher et al., 2019).

Para lançar luz sobre o assunto e auxiliar no preenchimento da lacuna evidenciada, este estudo se pautou na seguinte questão: Como ocorre o processo de criação de empresas ambientalmente sustentáveis? A resposta foi dada por meio da construção de um modelo conceitual de sete fases, baseado em um estudo multicase, realizado com cinco microempreendimentos situados no estado do Paraná.

Com fins, então, de apresentar tal modelo conceitual, esta pesquisa foi subsidiada, inicialmente, pela revisão da literatura sobre o tema; e, posteriormente pelos dados coletados no estudo multicase já citado, sendo explanado o método utilizado e realizada a discussão dos resultados encontrados. Na sequência da estruturação do texto, estão destacadas as implicações práticas/teóricas, as principais contribuições e as limitações do estudo, bem como as sugestões para pesquisas futuras.

REFERENCIAL TEÓRICO

Empreendedorismo Sustentável Ambiental e Processo Empreendedor Sustentável

O empreendedorismo sustentável ambiental se respalda no argumento de que qualquer ação empreendedora intencionada em beneficiar o meio ambiente precisa integrar aspectos econômicos e sociais para obter resultados satisfatórios (Domańska et al., 2018). A partir dessa constatação, e devido ao aumento da conscientização acerca das problemáticas ambientais, atribuída, em parte, às organizações, estudos sobre o fenômeno foram impulsionados nos últimos anos (Schaltegger et al., 2018).

Apesar do notável crescimento da área (Gast, Gundolf e Cesinger, 2017), poucos estudos abarcam a compreensão de como as organizações dessa natureza são criadas (Matzembacher et al.,

2019). Nesse contexto, a abordagem processual – considerada, neste estudo, como o conjunto de atividades desenvolvidas para originar um empreendimento capaz de promover impactos positivos a meio ambiente e à sociedade – é vislumbrada como pertinente para auxiliar nessa tarefa (Belz e Binder, 2017).

Dentre os estudos realizados sobre o processo empreendedor sustentável, apesar de haver os que consideram duas dimensões da sustentabilidade, como os modelos criados por Corner e Ho (2010) e Keskin, Diehl e Molennar (2013), eles não serão tratados aqui, em razão da definição de empreendedorismo sustentável ambiental ora utilizada.

No rol dos estudos que versam sobre a criação de empresas sustentáveis, considerando uma base tripla, está a pesquisa de Choi e Gray (2008), que propõe um modelo de cinco fases (reconhecimento de uma oportunidade, reunião de recursos, lançamento do empreendimento, gerenciamento do crescimento e colheita do negócio), para sugerir como uma organização sustentável é criada. No entanto, nenhuma das fases da estrutura é específica do empreendedorismo sustentável, o que gera críticas, como a de ser um modelo com status genérico, facilmente aplicável a empreendimentos de diferentes tipologias.

Mais recentemente, Belz e Binder (2017), em estudo com quatro empreendimentos, propuseram que empresas sustentáveis são criadas em seis fases (reconhecimento de um problema social/ambiental, reconhecimento de uma oportunidade social/ambiental, desenvolvimento de uma solução de base dupla, desenvolvimento de uma solução de base tripla, financiamento e formação da organização e criação/entrada em um mercado sustentável). Como principal conclusão, os autores apontam que as três dimensões relativas à sustentabilidade não são integradas no início do processo, mas durante o seu desenvolvimento.

Nesse sentido, a criação de um empreendimento sustentável apresenta sua origem, quando não no reconhecimento de uma oportunidade, em algum fator muito próximo a ele. Considerando as oportunidades empreendedoras como fundamentais ao processo empreendedor (Shane e Venkataraman, 2000), alerta-se que, diferentemente do empreendedorismo convencional, no qual a exploração é motivada essencialmente pelo ganho econômico, oportunidades em empreendedorismo sustentável precisam permitir a criação de sistemas que maximizem, de forma integrada, soluções ambientais, econômicas e sociais (Boszcowski e Teixeira, 2012).

Para investigar como essas oportunidades em desenvolvimento sustentável são descobertas, Patzelt e Shepherd (2011) elaboraram um modelo de reconhecimento, composto por dimensões de: compreensão do ambiente natural/comunitário; percepção de ameaça ao ambiente natural/ comunitário; altruísmo para com os outros e conhecimento empreendedor. Quanto a isso, o enfoque sobre quais características do empreendedor podem auxiliá-lo a ter maior facilidade no processo representa uma contribuição significativa deste estudo.

Visando testar o modelo de Patzelt e Shepherd (2011), Choongo et al (2016) desenvolveram uma pesquisa quantitativa, com 220 empreendedores na Zâmbia, mas seus resultados oferecem suporte limitado, tendo em vista que o conhecimento do ambiente natural/comunitário e a percepção de ameaças se mostraram insignificantes para a descoberta de oportunidades sustentáveis. Em contrapartida, os autores comprovaram parcialmente a ideia de que indivíduos altruístas e com conhecimento prévio apresentam maior facilidade em identificar oportunidades para empreender sustentavelmente.

Recentemente, também com base no modelo de Choongo et al (2016), Hanohov e Baldacchino (2018) realizaram outro estudo empírico, a partir de entrevistas semiestruturadas com oito empreendedores de Berlim. Os resultados apoiam e ampliam em três pontos (conhecimento do ambiente natural/comunitário, motivações e conhecimento empreendedor) o modelo testado, evidenciando que as oportunidades de passar períodos em outros países e de estabelecer contato com culturas diferentes podem enriquecer percepções e auxiliar no desenvolvimento de ideias de negócios sustentáveis. Além disso, trabalhos e projetos executados anteriormente constituem fontes de fortalecimento do conhecimento do empreendedor; e ambições pessoais podem atuar como fator motivacional, ao contrário do que usualmente se acreditava (de a motivação ser unicamente altruísta) (Hanohov e Baldacchino, 2018).

A partir da menção a estruturas e fases que levam ao reconhecimento de oportunidades sustentáveis, configurando a criação de uma empresa dessa natureza, os modelos de Belz e Binder (2017) e de Patzelt e Shepherd (2011) constituíram a base para a elaboração do modelo conceitual norteador deste estudo, como é demonstrado a seguir.

Modelo conceitual da Pesquisa

Para investigar as fases que permeiam a criação de empreendimentos ambientalmente sustentáveis, neste estudo, dois modelos foram selecionados para embasar a proposição de um novo modelo conceitual.

O primeiro deles é o de Patzelt e Shepherd (2011), cuja escolha se justifica pelo fato de que, embora parte substancial das estruturas existentes para representar o processo empreendedor trate de uma oportunidade já reconhecida, compreender quais fatores auxiliam no processo de descoberta de uma oportunidade potencial (Patzelt e Shepherd, 2011) é fator relevante a uma abordagem holística do fenômeno, que merece ser observado.

O segundo é o de Belz e Binder (2017), escolhido por englobar todas as fases que compõem a criação de um empreendimento sustentável, ou seja, desde o momento em que uma oportunidade é reconhecida, até o instante em que o empreendedor cria/

adentra um mercado voltado à sustentabilidade. Além disso, ele apresenta atividades específicas do subcampo investigado, a exemplo da criação de soluções sustentáveis.

Se, por um lado, o modelo de Patzelt e Shepherd (2011) teve aspectos estendidos para além do momento em que uma oportunidade sustentável é reconhecida; por outro, no proposto por Belz e Binder (2017), alterações adicionais foram realizadas, com fins de permitir uma adaptação ao contexto do empreendedorismo sustentável ambiental.

Assim, a fase de “reconhecimento de problemáticas ambientais/sociais”, apresentada por Belz e Binder (2017) como iniciadora do processo empreendedor sustentável, foi substituída pela “percepção de ameaça ao ambiente natural/comunitário”, conforme Patzelt e Shepherd (2011). Essa alteração faz com que a problemática ambiental, reconhecida pelo empreendedor, ocorra especificamente no ambiente em que a organização é constituída.

A segunda fase, de “desenvolvimento de solução de base dupla” (Belz e Binder, 2017), foi retirada do modelo aqui proposto, para manter a coerência com a definição de empreendedorismo sustentável ambiental adotada, ou seja, dada a independência da sociedade e da economia em relação ao meio ambiente (Schaltegger et al., 2018), qualquer solução voltada a questões ambientais causará impacto na sociedade, mesmo que ele não esteja diretamente associado à dimensão social da sustentabilidade. Nesse caso, o impacto será um resultado secundário do atendimento à dimensão ambiental.

A ilustração do modelo e sua explicação estão apresentadas na Figura 1. No modelo ilustrado (Figura 1), estão apontados: (1) a necessidade de maior conhecimento dos empreendedores do ambiente natural/comunitário; (2) a ênfase na sua capacidade em perceber as ameaças que circundam tal ambiente; (3) a preocupação preponderante com o bem-estar de outras pessoas; (4) o reconhecimento de oportunidades sustentáveis ambientais que visam o enfrentamento de tais ameaças (caso exista conhecimento prévio (-) de atividades empreendedoras, isso fortalecerá as referidas relações) (Patzelt e Shepherd, 2011); (5) a criação de soluções que gerem benefícios à comunidade local, de maneira particular, e à sociedade, em geral;

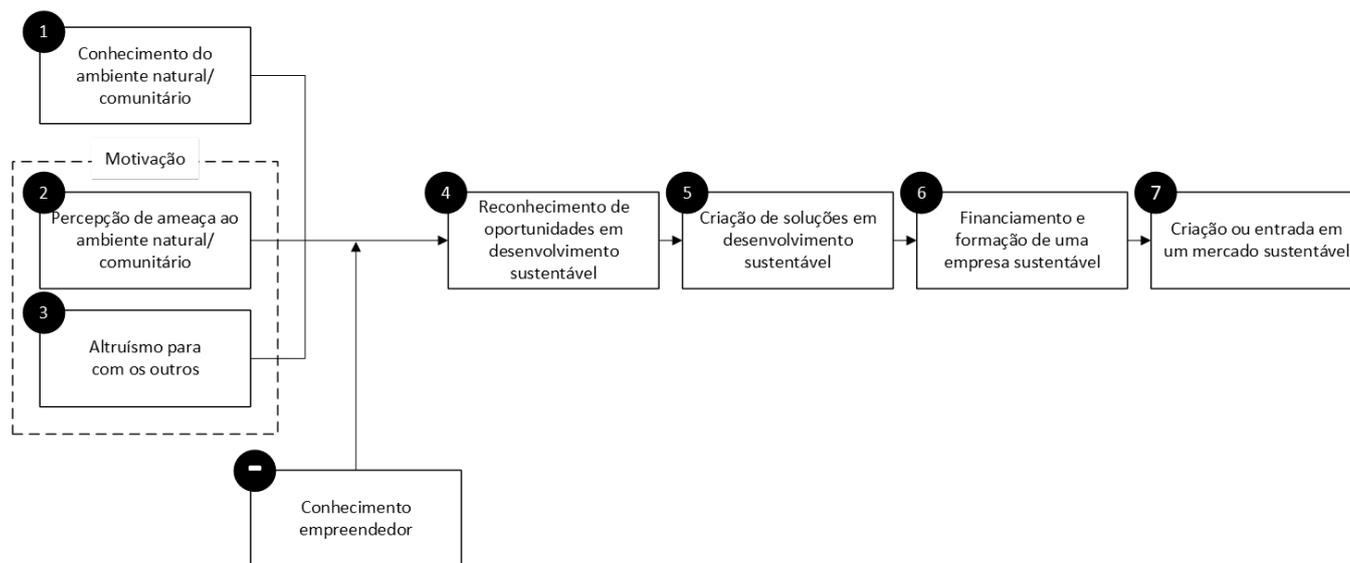


Fig. 01

Modelo conceitual da pesquisa

Fonte: Elaborado pelos autores.

(6) o financiamento e a criação da organização que, a depender do grau de inovação, poderá (7) criar mercados ou adentrar aqueles já existentes (Belz e Binder, 2017).

Apresentado e discutido o modelo que orienta a condução da pesquisa, na seção seguinte, estão evidenciados os procedimentos metodológicos utilizados.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo foi realizado segundo os parâmetros de uma lógica de pesquisa mista (Ali e Birley, 1999), visto que, embora a teoria existente tenha sido utilizada para a elaboração de um modelo conceitual, esse fator não se caracterizou como impeditivo para que aspectos emergentes fossem identificados e integrados ao longo do trabalho de campo. Trata-se, portanto, de uma pesquisa qualitativa (Creswell, 2018), com propósito exploratório (Neuman, 2011) e descritivo (Thornhill et al., 2009).

Em virtude da natureza da questão empreendida, a estratégia de estudo de casos múltiplos (Yin, 2015) se demonstrou adequada. Para Eisenhardt (1989), em estudos que utilizam a referida estratégia, há a dificuldade em estabelecer um número exato de casos, situação para a qual a saturação teórica é apontada como relevante no auxílio a essa tarefa. Neste estudo, o número de casos foi delimitado pela suficiência dos dados coletados para atender ao objetivo da pesquisa (Glaser e Strauss, 1967), o que resultou na seleção de cinco microempresas ambientalmente sustentáveis, atuantes no setor de turismo e localizadas no estado do Paraná.

São argumentos que justificam a seleção dos empreendimentos enquadrados nesse perfil: (a) quanto ao porte, a relevância das microempresas no desenvolvimento socioeconômico do país (Sebrae, 2014), atrelada ao apontamento de estudos anteriores sobre o nascimento de parte significativa das organizações com orientação sustentável acontecer no contexto de pequenas e médias empresas (Demirel et al., 2019), o que demonstra a importância do desempenho dessas organizações para a obtenção de um futuro mais sustentável; (b) quanto ao setor, o de turismo, além de ser um dos que apresenta maior crescimento no mundo (UNWTO, 2019), suas atividades são fortemente dependentes da harmonia entre as ações de empreendedorismo e de sustentabilidade (Crnogaj et al., 2014).

Na Tabela 1 estão sintetizados os critérios utilizados para a seleção das empresas.

Critério	Premissa
Empresa ambientalmente sustentável	Empresas com foco ambientalmente sustentável, que desenvolvem ações voltadas à preservação do ambiente (proteção das matas, da flora e da fauna), e na gestão do negócio, para minimizar os impactos ambientais de suas atividades (gestão de resíduos, economia de água e de luz) (Gast et al., 2017).
Microempresa	Empresa cujo faturamento bruto anual seja igual ou inferior a R\$ 360 mil (Sebrae, 2014).
Empresa atuante no setor de turismo	Organizações que oferecem produtos ou serviços turísticos a uma demanda individual ou coletiva (Programa de Regionalização do Turismo, 2007).

Tab. 01

Critérios observados na seleção dos casos

Fonte: Elaborado pelos autores.

Com base nos critérios previamente estabelecidos, cinco microempresas foram selecionadas, cujos perfis estão detalhados na Tabela 2.

	Caso A	Caso B	Caso C	Caso D	Caso E
Ano de constituição legal	2016	2001	2018	1999	2001
Ano de inauguração	2019	2001	2017	2010	2001
Porte	Micro empresa	Micro empresa	Micro empresa	Micro empresa	Micro empresa
Nº de sócios fundadores	01	01	03	02	02
Ramo de atividade	Hospedagem	Operadora de turismo	Operadora de turismo	Artesanato local	Turismo rural

Tab. 02

Perfil dos empreendimentos

Fonte: Elaborado pelos autores.

Como fonte de evidências, foram utilizadas entrevistas semiestruturadas (Yin, 2015), realizadas entre julho e dezembro de 2019, com os empreendedores responsáveis pela fundação desses negócios, a partir de um roteiro previamente discutido em sessão com especialistas e, posteriormente, validado.

Como critério de validade e de confiabilidade, as entrevistas foram gravadas (Yin, 2015), mediante autorização prévia e documentada dos participantes, sendo, depois, transcritas na íntegra. Ao final das transcrições, os documentos, em formato PDF, foram enviados por e-mail aos empreendedores para consulta e confirmação do conteúdo (Tabela 3).

Caso	Empreendedor	Data (2019)	Duração	Local de entrevista	Transcrições
A	A	02 jul.	42 min.	Empresa A (horário comercial)	13 p.
B	B	05 ago.	45 min.	Empresa B (horário comercial)	15 p.
	C1	07 ago.	33 min.	Restaurante local	9 p.
C	C2	07 ago.	57 min.	Restaurante local	16 p.
	C3	28 ago.	23 min.	Residência	8 p.
D	D	13 nov.	46 min.	Empresa D (horário comercial)	15 p.
E	E1 e E2	30 nov.	1h4min.	Feira de Orgânicos	17 p.

Tab. 03

Detalhamento das entrevistas

Fonte: Elaborado pelos autores.

Para complementar e, em algumas situações, confirmar as informações obtidas, foram analisados documentos (Godoy, 1995) relevantes sobre o processo de criação das empresas estudadas. Na Tabela 4 estão alguns dos documentos disponibilizados em cada caso.

Seguindo as recomendações de Yin (2015), na Tabela 5 estão os critérios de validade (do construto e externa) e de confiabilidade adotados.

Os dados coletados foram examinados pela técnica de análise de conteúdo (Bardin, 2004), envolvendo as seguintes fases: (a) pré-análise – todas as entrevistas foram transcritas e lidas na íntegra; além de feitas as anotações pertinentes a respeito delas; (b) exploração do material – utilização do software Atlas.ti para auxiliar na codificação das informações obtidas pelas

DOCUMENTOS INTERNOS (Produzidos pela empresa)					
	Caso A	Caso B	Caso C	Caso D	Caso E
Site	-	X	X	-	X
Gráficos em geral (panfletos, pôsteres, cartões etc.)	-	X	X	-	X
Projetos	-	X	-	-	-
Outros	Rede Social	Rede Social	Rede Social	Rede Social	-

DOCUMENTOS EXTERNOS (Produzidos fora da empresa, por terceiros)					
	Caso A	Caso B	Caso C	Caso D	Caso E
Registros legais (CNPJ, Inscrição Estadual, alvarás etc.)	X	X	X	X	-
Licença ambiental	X	-	-	-	-
Reportagens sobre a empresa	X	-	X	X	X

Tab. 04

Parâmetro dos documentos utilizados

Fonte: Elaborado pelos autores.

Critério	Tática adotada na pesquisa
Validade do construto	O estudo fez uso de diferentes fontes de evidências, mais especificamente de entrevistas semiestruturadas e análise de documentos.
Validade externa	Os diferentes casos que compuseram a pesquisa cumpriram a lógica de replicação.
Confiabilidade	As informações e demais dados da pesquisa foram armazenados e podem ser acessados pelo público interessado.

Tab. 05

Critérios de validade e de confiabilidade

Fonte: Elaborado pelos autores, com base em Yin (2015).

entrevistas (ao todo, foram atribuídos 43 códigos relacionados às dimensões do modelo conceitual e emergentes do campo); e (c) tratamento dos resultados, inferência e interpretação – os casos foram analisados pela técnica de cross-case analysis (Eisenhardt, 1989). Um parâmetro dos códigos utilizados e de seu alinhamento com as categorias investigadas está demonstrado a seguir, com os emergentes em itálico (*Tabela 6*).

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção, os dados são discutidos, com base nas categorias do modelo proposto. Cabe mencionar que apesar de nenhum caso apresentar sequência semelhante, a discussão segue a estrutura do modelo.

Conhecimento do Ambiente Natural/Comunitário

Nessa categoria, as evidências que sustentam a relação entre o ambiente natural e o comunitário foram identificadas em quatro casos (*Tabela 7*), demonstrando indivíduos que possuíam conhecimento, por já viverem naquelas localidades (A e E), ou, ainda, por experiências obtidas com passeios turísticos nas regiões (C e D).

Caso A	Eu sempre morei nesse bairro, sempre convivi com essa vizinhança e acredito muito que, para estar conectado, construir uma relação ambiental, você tem que se relacionar com o lugar (Empreendedora A).
Caso C	O nome tem a ver, porque a gente começou no quintal de casa, no Morro do Canal, do Anhangava, que eram morros que a gente já sobe há muito tempo, antes da empresa existir (Empreendedor C2).
Caso D	A Ilha é uma paixão gigantesca, desde o primeiro dia que eu conheci, eu falei que ia morar aqui (Empreendedor D).
Caso E	<i>Primeiro, a gente foi morar na chácara, depois, veio o negócio (Empreendedor E2).</i>

Tab. 07

Conhecimento acerca do ambiente natural/comunitário

Fonte: Elaborado pelos autores.

Com base nessas constatações, e tendo em vista que apenas no caso B uma relação prévia era inexistente, considere-se, ao contrário do estudo de Choongo et al. (2016), que o conhecimento prévio dos indivíduos pode ter sido significativo para o reconhecimento de uma oportunidade sustentável, ou, ainda, para a seleção do local no qual ela seria explorada.

Percepção de Ameaça ao Ambiente Natural/Comunitário

Nessa categoria, buscou-se compreender se problemáticas ambientais, quando vislumbradas pelos empreendedores, eram específicas do ambiente com o qual possuíam relação prévia. As evidências captadas demonstraram configuração distinta da de Patzelt e Shepherd (2011), pois, nos três casos que problemáticas ambientais foram identificadas, sua percepção ocorreu em macrocontextos, apresentando um melhor alinhamento com a categoria “reconhecimento de problemas ecológicos”, proposta por Belz e Binder (2017) (*Tabela 8*).

Caso A	“Eu visualizei o impacto da hospedagem em alguns termos: O consumo de água, de energia, e esse trânsito de gente porque para você ir para um lugar, você precisa liberar CO2, são raras as pessoas que andam a pé, imagine viajar”. (Empreendedora A)
Caso B	“Até hoje a gente enfrenta várias problemáticas na questão ambiental no Brasil. Uma delas era a falta de estrutura e de serviços dentro das unidades de conservação”. (Empreendedora B)
Caso C	“A reconexão das pessoas com a natureza que certamente causa outros problemas como poluição, lixo, gasto de água desnecessariamente”. (Empreendedor C1)

Tab. 08

Reconhecimento de problemas ecológicos

Fonte: Elaborado pelos autores.

O reconhecimento de que problemáticas ambientais, específicas do contexto, não apresentam influência na descoberta de oportunidades sustentáveis foi constatado no estudo de Choongo et al. (2016) e corroborado por esta pesquisa. Além disso, as evidências demonstram que o background do empreendedor, no que tange às questões ambientais, poderá auxiliá-lo a reconhecer problemáticas pertinentes ao assunto em contextos gerais (Hanhov e Baldacchino, 2018), para, depois, elaborar soluções de como lidar com essas externalidades nos locais com os quais possui algum tipo de relação.

Motivação

O altruísmo para com os outros, como aspecto que poderia motivar os empreendedores (Patzelt e Shepherd, 2011), não foi identificado em nenhum dos casos. Isso pode ter ocorrido em virtude da natureza do empreendedorismo

Códigos atribuídos	Categorias de análise	Autor(es)	
Relação com o ambiente natural/comunitário no qual o negócio foi criado {9-0}		Conhecimento do ambiente natural/comunitário Patzelt e Shepherd (2011)	
Problemática ambiental reconhecida {8-0}		Percepção de ameaça ao ambiente natural/comunitário Patzelt e Shepherd (2011)	
Impulso para reconhecimento da problemática ambiental {2-0}			
Altruísmo em relação ao meio ambiente {7-0}		Motivação Patzelt e Shepherd (2011)	
Lacunas de mercado {9-0}			
Necessidade de "ganhar a vida" {2-0}			
Paixão pelo que faz {6-0}			
Satisfazer aspirações próprias da qualidade de vida {13-0}			
Valores verdes {5-0}			
Desejo em viver novas experiências profissionais {1-0}			
Insatisfação com o emprego anterior {5-0}			
Atendimento a uma oportunidade potencial {3-0}			
Impulso externo para reconhecimento da oportunidade {5-0}			Reconhecimento de oportunidades em desenvolvimento Sustentável ambiental Patzelt e Shepherd (2011)
Oportunidade ambiental reconhecida {5-0}			
Avaliação da oportunidade {14-0}			
Exploração da oportunidade {10-0}		Conhecimento empreendedor Patzelt e Shepherd (2011)	
Experiência profissional na criação de negócios anteriores {4-0}			
Experiência profissional na área de gestão {4-0}			
Vivência em ecossistemas empreendedores {3-0}			
Participação em cursos/oficinas e afins voltados a atividades de empreendedorismo {9-0}			
Criação/uso de soluções ambientais que prezam o uso consciente da água {5-0}			
Criação/uso de soluções ambientais que prezam o uso consciente de energia {2-0}			
Criação/uso de soluções ambientais que prezam a gestão adequada de resíduos {7-0}			
Criação/uso de soluções ambientais que prezam a proteção/conservação da vida selvagem local {3-0}			
Criação/uso de soluções ambientais que prezam a proteção/conservação das matas e demais recursos naturais locais {4-0}			
Criação/uso de soluções ambientais voltadas a instigar uma consciência ambiental nos clientes {16-0}		Criação de soluções em desenvolvimento sustentável ambiental Belz e Binder (2017)	
Criação/uso de soluções ambientais voltadas a trazer informação e proporcionar contato dos clientes com o meio ambiente {12-0}			
Criação/uso de soluções ambientais que prezam o estabelecimento de parcerias com negócios sustentáveis {2-0}			
Fonte de financiamento utilizada {7-0}			
Organização das instalações {7-0}			
Organização dos equipamentos {3-0}			
Contratação dos empregados {2-0}			
Dificuldades em implementar ações sustentáveis ambientais {1-0}			
Dificuldades com questões burocráticas {2-0}			
Dificuldades para viabilizar o trabalho com materiais naturais {1-0}			
Dificuldade em manter o foco apenas no negócio que estava sendo criado {2-0}		Financiamento e formação de um empresa sustentável ambiental Belz e Binder (2017)	
Dificuldade em vincular teoria com a prática {4-0}			
Realização de curso específico ambicionando compreender a dinâmica do setor {4-0}			
Realização de serviços de maneira informal {9-0}			
Organização das questões burocráticas {3-0}			
Constituição legal da empresa {6-0}			
Inauguração da empresa {6-0}			
Realização do primeiro serviço (formal) {4-0}			
			Criação/entrada em um mercado sustentável Belz e Binder (2017)

Tab. 06

Parâmetro das codificações do software Atlas.ti

Fonte: Elaborado pelos autores.



sustentável ambiental, porque, mesmo nos casos em que houve algum interesse em conscientizar a sociedade a respeito de externalidades ambientais, a preocupação dos indivíduos era apenas com o meio ambiente (A, B, C2 e D).

Em conformidade com os resultados encontrados por Hanohov e Baldacchino (2018), notou-se, em todos os casos, empreendedores motivados por uma série de impulsionadores de ordem interna e externa, dentre os quais, estão: lacunas de mercado, necessidade de “ganhar a vida”, paixão pelo que faz, satisfazer aspirações próprias da qualidade de vida, desejo em viver novas experiências profissionais, insatisfação com o emprego anterior, e atendimento a uma oportunidade potencial. Essas descobertas demonstram que empreendedores sustentáveis podem ser impulsionados a criar uma empresa por aspectos exclusivos dessa tipologia ou semelhantes aos encontrados em outras categorias de empreendedores (Linnanen, 2005) (Tabela 9).

	A	B	C1	C2	C3	D	E1	E2
Altruísmo com relação ao meio ambiente.	X	X		X		X		
Desejo em viver novas experiências profissionais.			X		X			
Insatisfação com o emprego anterior.			X	X		X		
Necessidade de “ganhar a vida”.						X	X	
Paixão pelo que faz/valores verdes.	X	X						
Satisfazer aspirações próprias da qualidade de vida.	X	X		X				
Atendimento a uma oportunidade potencial.					X			X
Lacunas de mercado.	X	X	X	X		X		

Tab. 09

Motivação

Fonte: Elaborado pelos autores.

Ressalta-se que esses aspectos, embora não investigados dedutivamente no estudo, já haviam sido encontrados em pesquisas anteriores sobre o tema (Schlange, 2006; Kirkwood e Walton, 2010; Fischer, Mauer e Brettel, 2018). Essa coexistência de fatores que motivam a criação de um empreendimento sustentável pode ser vislumbrada como decorrente de tipologias de empreendedores, conforme trabalhado nos estudos de Linnanen (2002) e Walley e Taylor (2002). Tais tipologias demonstram que, tanto indivíduos mais engajados com a causa ambiental (A, B, C2 e D) quanto os mais interessados em obter ganho econômico (C1, C2, E2), podem, dentro de suas possibilidades e aspirações, contribuir com questões de desenvolvimento sustentável, por meio da criação de um empreendimento.

Reconhecimento de uma Oportunidade em Desenvolvimento Sustentável Ambiental

Essa categoria foi encontrada em todos os casos e se demonstrou permeada por diferentes condições: experiências adquirida a partir da realização de viagens (A), e experiências profissionais desenvolvidas anteriormente (B e D) – ambas evidenciadas no estudo de Hanohov e Baldacchino (2018). Em adição, um

elemento emergente do trabalho de campo demonstrou a influência que figuras externas (C1 e E2) podem desempenhar nessa fase (Tabela 10).

Caso A	Eu sempre viajei muito e fiquei em muitos lugares, plataformas mais colaborativas e eu via que não tinha um formato de hospedagem que falasse sobre isso (Empreendedora A).
Caso B	Eu vi que tinha muita coisa pra fazer, o Brasil tem muito potencial e a gente tinha muitas poucas empresas trabalhando com esse viés de oferecer destinos diferentes, com essa pegada mais eco (Empreendedora B).
Caso C	A gente mora em Quatro Barras, em frente ao Anhangava, que é uma montanha ali da região, e aí minha mãe olhou pra fora e falou: “Poxa, por que você não faz alguma coisa relacionada ao turismo? Sempre gostou de viajar e tal”. Aquilo deu o primeiro start, a sementinha tinha sido plantada (Empreendedor C1).
Caso D	Quando eu pensei em ter uma loja aqui, eu percebi uma gama de venda pelo trabalho que eu já apresentava, de ser profissional de venda. Eu vi que não tinha esse lado de sustentabilidade, uma proposta de educação ecológica (Empreendedor D).
Caso E	Em 2000, a prefeitura lançou o turismo rural. Então, a gente percebeu que podia entrar nesse processo do turismo porque a gente tinha um espaço que estava ocioso (Empreendedor E2).

Tab. 10

Reconhecimento de uma oportunidade

Fonte: Elaborado pelos autores.

Conhecimento Empreendedor

Na investigação sobre o conhecimento empreendedor, identificou-se que dois empreendedores (C3 e D) já haviam criado uma empresa e que um participava diretamente da criação de um negócio (C1). Além disso, forneceram auxílio para que oportunidades fossem reconhecidas as situações relacionadas ao conhecimento teórico, adquirido por intermédio da realização de disciplinas, cursos e oficinas de empreendedorismo (A, B, C2 e E1); e a vivência em ecossistemas empreendedores (A).

Essas constatações ampliam a dimensão de conhecimento empreendedor de Patzelt e Shepherd (2011) para além da questão prática, englobando a importância do conhecimento teórico na criação de organizações ambientalmente sustentáveis (Tabela 11).

Caso A	“Eu fiz na faculdade matéria optativa de empreendedorismo e muito do meu ecossistema já é empreendedor, então isso fornece uma experiência”. (Empreendedora A)
Caso B	“Nunca tinha empreendido antes. O que a gente fazia bastante era cursos na área de meio ambiente e turismo. Alguns de gestão também, no Sebrae”. (Empreendedora B)
Caso C	“Eu ajudei a fundar a Ca’dore; quando estava na fase de ideia ainda, eu estava junto com o sócio. Depois, eu entrei na Mondri junto com esse outro sócio, que estava na Ca’dore. Fiquei lá um ano e depois decidi fazer a Quintal de Casa”. (Empreendedor C1) “Durante a faculdade, a gente tinha bastante projetos de criação e de plano de negócio. A gente não abria uma empresa toda, mas abria pequenas áreas de uma empresa nessas matérias”. (Empreendedor C2) “Eu tinha empreendido já. Eu tenho escola de música, um estúdio”. (Empreendedor C3).
Caso D	“Eu tive um bar à noite e daí trabalhei mais quatro anos com uma lanchonete”. (Empreendedor D)
Caso E	“Eu fiz um curso de empreendedorismo voltado à área de turismo, para poder entender a dinâmica do setor, porque são muitas coisas que, às vezes, você nem imagina”. (Empreendedora E1)

Tab. 11

Reconhecimento de uma oportunidade

Fonte: Elaborado pelos autores.



Criação de Soluções em Desenvolvimento Sustentável Ambiental

A fase que compreende a criação/uso de soluções em desenvolvimento sustentável ambiental (Belz e Binder, 2017) também foi contemplada em todos os casos. No caso A, em virtude da oportunidade reconhecida, a solução criada foi traduzida diretamente na arquitetura do negócio. Nos demais casos (B, C1, C2, C3, D, E1 e E2), a exploração foi focada especialmente em propostas de conscientização sobre problemáticas e demais questões ambientais, bem como em orientações para lidar corretamente com essas externalidades (Tabela 12).

Caso A	<i>"Toda concepção do negócio foi pensada, voltada para a área ambiental, desde a construção em si, que leva princípios da permacultura, slow design, materiais locais, até a própria captação de água de chuva, iluminação eficiente, temáticas, conteúdos relacionados". (Empreendedora A).</i>
Caso B	<i>"A gente criou programas direcionados pro mercado nacional, para levar as pessoas pra fazerem expedições fotográficas, ir com um fotógrafo de natureza e ele contar qual é a experiência dele, a vivência com a natureza. Ou expedições com um biólogo, para conhecer um pouco mais sobre a fauna, a flora e interpretar esse ambiente". (Empreendedora B)</i>
Caso C	<i>"Sempre no começo da atividade, nós fazemos um briefing, dizendo onde nós estamos e qual a nossa importância naquele ambiente. Nós levamos o pessoal e ensinamos como caminhar na trilha, a importância de recolher seu próprio lixo, a importância de não tirar flor, não tirar planta". (Empreendedor C2)</i>
Caso D	<i>"Eu tinha comigo que a camiseta que você vai pra algum ponto turístico é difícil você usar porque as malhas são promocionais, não são boas e fica aquela coisa do turismo que nem todo mundo gosta. Então, eu quis tirar essa linha, ter um material com qualidade. Quando eu consegui encaixar bem essa coisa da malha reciclável, que além de ter uma proposta, um apelo positivo muito grande para o meio ambiente, tem qualidade". (Empreendedor D)</i>
Caso E	<i>"Era um turismo de experiência, levar pra ver uma nascente, teve a questão de identificação das árvores... então eram essas ações, de um turismo informativo também. A questão de cuidado, manejo". (Empreendedora E1)</i>

Tab. 12

Criação de soluções em desenvolvimento sustentável ambiental

Fonte: Elaborado pelos autores.

Entre as soluções ambientais criadas, foi semelhante a finalidade de conscientização ambiental – situação para a qual os empreendedores articularam estratégias de atuação, instigando a consciência ambiental nos clientes ou proporcionando informação, por meio do contato com o meio natural.

Financiamento e Formação de uma Empresa Sustentável Ambiental

Embora no âmbito de empreendimentos sustentáveis a questão financeira tenha sido pontuada como um dos principais entraves (Choi e Gray, 2008), a investigação da fase de financiamento e formação (Belz e Binder, 2017) evidenciou que, em nenhum dos casos analisados, esse aspecto representou dificuldade significativa. Isso pode ser atribuído ao fato de que os empreendedores utilizaram recursos próprios, seja por necessidade de um valor baixo, seja para maior investimento, quando já possuíam o montante necessário.

Além disso, nos casos D e E1, a utilização de recurso próprio aconteceu por esses indivíduos não encontrarem fontes externas, de acordo com as suas necessidades, por desconhecimento (D) ou não enquadramento nos critérios dos programas existentes (E1).

Na formação do empreendimento (Belz e Binder, 2017), enquanto, para os empreendedores A, D e E1, foi dedicado tempo significativo para organizar as estruturas físicas sustentadoras do negócio; os empreendedores B e C2 demonstraram que essa questão foi bastante simples, haja vista o pequeno espaço necessário (Tabela 13).

Caso A	<i>"Muitas coisas foram sendo consideradas, desde os reaproveitamentos dos materiais; a ideia era consumir menos coisas novas". (Empreendedora A).</i>
Caso B	<i>"A gente começou dentro do apartamento, num quarto. Então os investimentos iniciais foram dois computadores, impressora e fax". (Empreendedora B).</i>
Caso C	<i>"A gente tem um espaço adequado para colocar os coletes, ferragens de escalada, cordas, secar equipamento, lavar equipamento". (Empreendedor C2).</i>
Caso D	<i>"(A ideia de) ter um espaço pequeno para que a gente pudesse tomar conta e ter condições de trabalhar um pouco menos". (Empreendedor D)</i>
Caso E	<i>"Eu tive que construir mais banheiros porque a legislação não permitia que o banheiro da unidade fosse usado pelos turistas, por exemplo". (Empreendedora E1)</i>

Tab. 13

Formação da empresa.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Criação ou Entrada em um Mercado Sustentável Ambiental

Na fase de criação/ou entrada em um mercado sustentável (Belz e Binder, 2017), constatou-se que, nos casos investigados, a prestação do primeiro serviço tanto ocorreu em curto espaço temporal, após a constituição legal do negócio (B e E1), quanto após um longo período voltado à realização de adequações necessárias (A). Evidenciou-se que alguns empreendedores começaram atuando informalmente (C1, C2 e C3) e, depois de algum tempo de experiência com os serviços mais bem estruturados, adentraram o mercado de maneira formal.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E TEÓRICAS

Com base no modelo proposto, foram tecidas considerações específicas ao empreendedorismo sustentável ambiental, que estão apresentadas nesta seção.

O conhecimento do indivíduo sobre determinado ambiente natural/comunitário, apesar de não ser essencial para o reconhecimento de oportunidades, é relevante à seleção do meio em que o empreendimento será fundado. Assim, mesmo diante das problemáticas reconhecidas em macrocontextos, a criação para a sua solução tenderá a ser trazida ao local de vivência desses empreendedores. Na prática, essas considerações posicionam a disseminação do conhecimentos sobre as externalidades ambientais negativas, que assolam a humanidade, em nível macro, como um impulso inicial para permitir que soluções sejam elaboradas em contextos locais.

Motivações para criação da organização relevaram diferentes aspectos, mas nenhum deles em conformidade com a proposta de altruísmo para com as pessoas. Essa implicação pode ser vista como detentora de um potencial mais teórico do que prático, pois, mesmo que a coexistência de aspectos motivacionais desvele perfis de empreendedores sustentáveis, isso, na prática, parece não influenciar significativamente os impactos sociais oriundos da criação dos negócios.

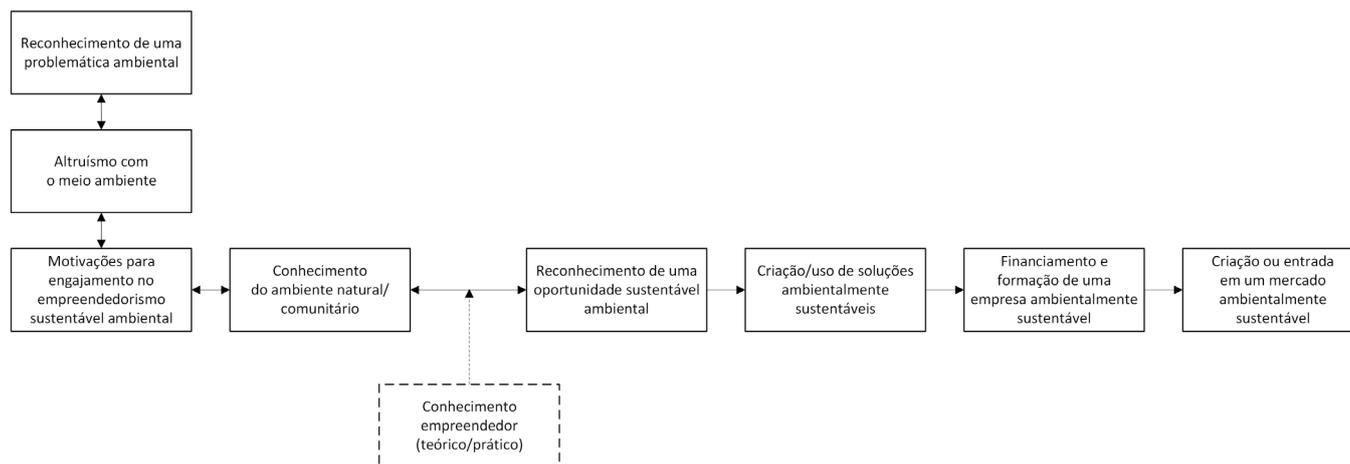


Fig. 02

Proposta de um modelo de processo empreendedor sustentável ambiental

Fonte: Elaborado pelos autores.

Legenda: ↔ fases passíveis de recursividade;

→ fases que seguem sequência linear;

↔→ fases que, quando existentes, podem aprimorar as relações entre a fase anterior e a posterior

O conhecimento teórico em empreendedorismo foi notado como elemento importante ao reconhecimento de oportunidades e à criação dos empreendimentos. Essa implicação amplia a dimensão do conhecimento empreendedor inicialmente proposta e, ao mesmo tempo, revela que, na prática, o ensino de empreendedorismo pode servir como um importante instrumento de auxílio aos indivíduos na criação de suas empresas e no fornecimento de suporte às suas ações, mesmo durante o contato inicial com as atividades empreendedoras.

O reconhecimento de oportunidades se mostrou permeado por situações distintas, colocando em relevo a importância da aquisição de experiências pessoais e profissionais, bem como a influência de terceiros, para auxiliar na percepção das lacunas socioambientais existentes. No âmbito teórico, essas considerações abrem espaço para a assunção de que oportunidades sustentáveis não necessariamente serão reconhecidas pelos empreendedores responsáveis pela criação da organização. Na prática, o contato com diferentes culturas/ambientes promove um aumento na capacidade de percepção dos indivíduos sobre possibilidades de atuação empresarial em mercados sustentáveis.

A análise da dimensão de criação de soluções sustentáveis ambientais evidenciou que o tipo de solução elaborada possui relação direta com a atividade explorada. Ainda assim, a busca em promover consciência ambiental na sociedade foi unânime nos negócios, independentemente da proposta central. Na vertente teórica, essa consideração pode desvelar outra característica específica do empreendedorismo sustentável ambiental: o propósito em disseminar valores ambientais por meio de suas atividades.

Com relação ao fato de o aspecto financeiro não ter sido notado como dificuldade para a criação das empresas analisadas neste estudo, considera-se que tal resultado é decorrente, em especial, do porte dos negócios investigados: as microempresas. Desse modo, é possível que a questão financeira seja emergente como limitadora de maior grau, em estudos com empreendimentos de porte maior.

A partir dessas considerações, o modelo proposto foi reformulado, sendo ilustrado na Figura 2 e discutido a seguir.

O modelo reformulado (Figura 2) representa a proposição de um conjunto de fases mais completo do processo de criação de um empreendimento ambientalmente sustentável. Por esse motivo, e de forma condizente com os resultados dos casos analisados, assume-se que, a depender da situação, uma ou outra etapa deixe de ser contemplada.

Nas cinco primeiras fases, as evidências do campo demonstraram que não é possível estabelecer, de maneira enfática, qual será a etapa responsável por iniciar o processo. Desse modo, a possibilidade de recursividade, proposta nessas etapas, denota que qualquer uma pode fazer isso. A partir do momento em que o indivíduo adentra a fase de “criação/uso de soluções ambientalmente sustentáveis”, compreende-se que uma sequência linear ocorra com relação às etapas posteriores.

Em uma situação ideal, o modelo reformulado propõe que o processo se inicia com o reconhecimento de uma problemática ambiental, por parte do empreendedor, que, preocupado com os impactos negativos ao meio ambiente, é motivado por um conjunto distinto de aspectos a criar uma organização ambientalmente sustentável, em seu ambiente de inserção.

Caso possua conhecimentos teóricos/práticos em atividades de empreendedorismo, supõe-se que esse indivíduo terá maior facilidade para reconhecer oportunidades potenciais à criação do empreendimento. Tendo em vista o seu atendimento, ele criará soluções ambientalmente sustentáveis, alinhadas com a proposta central de seu negócio; e, posteriormente, recursos financeiros e demais aspectos necessários à constituição do empreendimento serão reunidos. Para finalizar o processo, o empreendedor criará ou adentrará um mercado ambientalmente sustentável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa, buscou-se responder ao seguinte questionamento – Como ocorre o processo de criação de empresas ambientalmente sustentáveis? –, partindo de um modelo conceitual previamente proposto. Com base nos resultados empíricos, foi possível evidenciar que o processo empreendedor sustentável ambiental é um fenômeno

multifacetado, que admite diferentes configurações, a depender de aspectos, como: características do indivíduo que empreende, contexto de criação do negócio e atividade principal explorada.

Ao propor um modelo de processo empreendedor sustentável ambiental, que engloba desde o reconhecimento de uma problemática, perpassando pelos aspectos relacionados à motivação e ao conhecimento teórico/prático, até o instante em que uma empresa dessa natureza é constituída, compreende-se que uma abordagem teórica e prática mais holística do fenômeno pode ser alcançada.

Sob a perspectiva geral das teorias de empreendedorismo, os principais resultados da pesquisa, discutidos de maneira pontual na seção anterior, revelam a importância do conhecimento teórico para orientar ações empreendedoras, mesmo quando em contato inicial com a prática; e da existência de impulsos externos, para auxiliar no reconhecimento de oportunidades.

No campo específico do empreendedorismo sustentável ambiental, os principais resultados contribuem para o entendimento de que organizações dessa natureza podem ser criadas por interesses distintos ao propósito altruísta para com o meio ambiente, sendo que diferentes soluções podem ser moldadas em consonância com os ideais da organização.

Em virtude da atualidade do cenário global, marcado pela necessidade de o meio organizacional inculcar valores ambientais e sociais em suas atividades, o estabelecimento de uma estrutura explicativa dos elementos particulares que levam uma empresa, criada com foco no meio ambiente, a ocasionar impactos no meio social, funciona como estímulo e aspecto norteador para empreendedores criarem seus negócios com ações específicas, sem a necessidade de tomar emprestadas estruturas de outros campos de pesquisa.

Como limitação do estudo, embora as considerações sobre o processo tenham sido realizadas contemporaneamente, o fenômeno já havia se configurado no passado. Assim, é possível que informações relevantes não tenham sido suficientemente lembradas pelos indivíduos entrevistados. Logo, uma sugestão para pesquisas futuras é que o modelo proposto seja testado

por meio da realização de estudos longitudinais, que permitam acompanhar a criação de negócios ambientalmente sustentáveis ao longo de seu desenvolvimento.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Declaração de Conflito de Interesse

Os autores informaram que não há quaisquer conflitos de interesses em relação ao texto publicado.

Declaração dos autores de contribuições individuais

Papéis	Contribuição por autor	
	Santos, JAR	Teixeira, RM
Conceitualização	X	X
Metodologia	X	X
Software	X	-
Validação	X	X
Análise formal	X	X
Pesquisa / Levantamento	X	-
Recursos	X	-
Curadoria dos dados	X	X
Escrita - Rascunho original	X	-
Escrita - Revisão e edição	-	X
Visualização dos dados	X	-
Supervisão / Orientação	-	X
Administração do Projeto	X	-
Financiamento	X	-

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ali, H.; & Birley, S. (1999). Integrating deductive and inductive approaches in a study of new ventures and customer perceived risk. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 2(2), 103-110. <https://doi.org/10.1108/13522759910270016>
- Bardin, L. (2004). *Análise de conteúdo* (3a. ed.). Lisboa: Edições 70.
- Belz, F. M., & Binder, J. K. (2017). Sustainable entrepreneurship: A convergent process model. *Business Strategy and the Environment*, 26(1), 1-17. <https://doi.org/10.1002/bse.1887>
- Borges, C., Filion, L. J., & Simard, G. (2008). Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. *Revista de Administração Mackenzie*, 9(8), 39-63. <https://doi.org/10.1590/S1678-69712008000800004>
- Boszczowski, A. K., & Teixeira, R. M. (2012). O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais. *Revista Economia & Gestão*, 12(29), 141-168. <https://doi.org/10.5752/P.1984-6606.2012v12n29p109>
- Corner, P. D., & Ho, M. (2010). How opportunities develop in social entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and practice*, 34(4), 635-659. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00382.x>
- Choi, D. Y., & Gray, E. R. (2008). The venture development processes of "sustainable" entrepreneurs. *Management Research News*, 31(8), 558-569. <https://doi.org/10.1108/01409170810892127>
- Choongo, P., Van Burg, E., Paas, L. J., & Masurel, E. (2016). Factors influencing the identification of sustainable opportunities by SMEs: Empirical evidence from Zambia. *Sustainability*, 8(1), 81. <https://doi.org/10.3390/su8010081>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. London: Sage Publications.
- Crnogaj, K., Rebernik, M., Bradac Hojnik, B., & Omerzel Gomezelj, D. (2014). Building a model of researching the sustainable entrepreneurship in the tourism sector. *Kybernetes*, 43(3/4), 377-393. <https://doi.org/10.1108/K-07-2013-0155>
- De Bruin, A. (2016). Towards a framework for understanding transitional green entrepreneurship. *Small Enterprise Research*, 23(1), 10-21. <https://doi.org/10.1080/13215906.2016.1188715>
- Demirel, P., Li, Q. C., Rentocchini, F., & Tamvada, J. P. (2019). Born to be green: new insights into the economics and management of green entrepreneurship. *Small Business Economics*, 52(4), 759-771. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9933-z>
- Dickel, P. (2018). Exploring the role of entrepreneurial orientation in clean technology ventures. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 10(1), 56-82. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2018.10008384>
- Domańska, A., Żukowska, B., & Zajkowski, R. (2018). Green Entrepreneurship as a Connector among Social, Environmental and Economic Pillars of Sustainable Development. Why Some Countries are More Agile? *Problemy Ekorozwoju*, 13(2), 67-76. Recuperado de <http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.baztech-24ad7495-5059-4e87-86ba-d0a21ebf042d>
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308385>
- Fischer, D., Mauer, R., & Brettel, M. (2018). Regulatory focus theory and sustainable entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(2), 404-428. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2015-0269>
- Gast, J., Gundolf, K., & Cesinger, B. (2017). Doing business in a green way: A systematic review of the ecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions. *Journal of Cleaner Production*, 147, 44-56. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.065>
- Glaser, B. G., & Strauss (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. London: Wiedenfeld and Nicholson.
- Godoy, A. S. (1995). Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de Administração de Empresas*, 35(3), 20-29. <https://doi.org/10.1590/S0034-75901995000300004>



- Hanohov, R., & Baldacchino, L. (2018). Opportunity recognition in sustainable entrepreneurship: an exploratory study. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(2), 333-358. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2015-0275>
- Keskin, D., Diehl, J. C., & Molenaar, N. (2013). Innovation process of new ventures driven by sustainability. *Journal of cleaner production*, 45, 50-60. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.05.012>
- Kirkwood, J., & Walton, S. (2010). What motivates ecopreneurs to start businesses? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(3), 204-228. <https://doi.org/10.1108/13552551011042799>
- Linnanen, L. (2005). An insider's experiences with environmental entrepreneurship. In Schaper, M. (Ed.), *Making ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship* (p. 72-88). London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Matzembacher, D. E., Raudsaar, M., de Barcellos, M. D., & Mets, T. (2019). Sustainable Entrepreneurial Process: From Idea Generation to Impact Measurement. *Sustainability*, 11(21), 5892. <https://doi.org/10.3390/su11215892>
- Muñoz, P., & Cohen, B. (2018). Sustainable entrepreneurship research: Taking stock and looking ahead. *Business Strategy and the Environment*, 27(3), 300-322. <https://doi.org/10.1002/bse.2000>
- Neuman, W. L. (2011). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7a. ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Patzelt, H., & Shepherd, D. A. (2011). Recognizing opportunities for sustainable development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(4), 631-652. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00386.x>
- Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 8 Promoção e Apoio à Comercialização. (2007). Elaborado pelos seguintes órgãos: Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, e Coordenação Geral de Regionalização. Brasília, DF: Ministério do Turismo.
- Schaltegger, S., Beckmann, M., & Hockerts, K. (2018). Sustainable entrepreneurship: creating environmental solutions in light of planetary boundaries. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 10(1), 1-16. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2018.090990>
- Schlange, L. E. (2006, November). What drives sustainable entrepreneurs. *Proceedings of the Applied Business and Entrepreneurship Association International (ABEAI)*, Kona, Hawaii, USA. 1-11. <https://doi.org/10.1.1.513.1464>
- Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2014). *Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira*. Brasília, DF: Sebrae.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.2307/259271>
- Thornhill, A., Saunders, M., & Lewis, P. (2009). *Research methods for business students*. London: Prentice Hall.
- Walley, E. E., & Taylor, D. W. (2002). Opportunists, champions, mavericks...? *Greener Management International*, 38(38), 31-43. <https://doi.org/10.9774/GLEAF3062.2002.su.00005>
- UNWTO – World Tourism Organization. (2019). Why tourism? Tourism: an economic and social phenomenon. Recuperado de <https://www.unwto.org/why-tourism>
- Yin, R. K. (2015). *Estudo de Caso: Planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman Editora.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

Joyce dos Santos é estudante de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Paraná. Possui Mestrado em Administração pela instituição supracitada e Graduação em Administração pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. Suas áreas de interesse incluem Empreendedorismo Sustentável, Sustentabilidade, Inovação Sustentável e Finanças Sustentáveis. Suas pesquisas vem sendo publicadas em revistas como *Teoria e Prática em Administração*, *Revista Gestão e Sustentabilidade Ambiental* e *Revista Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis*. E-mail: joysantosap@gmail.com

Rivanda Meira Teixeira é professora sênior aposentada do Programa de Pós-Graduação em Administração da UFPR. Possui Doutorado em Administração pela Cranfield University (1996) e Mestrado em Administração pela COPPEAD/UFRJ (1979). Pós-Doutorado em Gestão Turismo na Bournemouth University, Inglaterra e Strathclyde University, Escócia (2000-2002). Pós-Doutorado em Empreendedorismo na HEC Canadá (2006-2007). Pós-Doutorado na FGV-SP (2014-2015). Suas áreas de interesse incluem Empreendedorismo Sustentável; Empreendedorismo e Inovação, Aprendizagem Empreendedora, Redes Sociais Empreendedoras; Empreendedorismo em Turismo e Gestão de Pequenos Negócios Turísticos; Metodologia de Pesquisa em Administração. Seus artigos vem sendo publicados em revistas como *International Journal of Hospitality Management*; *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *Teoria e Prática em Administração*, *Revista de Administração (USP)*; *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, *Cadernos Ebape.Br*, *Revista de Micro e Pequena Empresa*, *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*. E-mail: rivandateixeira@gmail.com