Cátedra Ozires Silva
Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis

EMPREENDEDORISMO E SUSTENTABILIDADE

um estudo de caso sobre o processo empreendedor na criação de uma empresa de energias renováveis

Jaqueline Freitas Comparin
Unilasalle Canoas, Brasil
jaquecomparin@gmail.com

RESUMO

As novas oportunidades de negócios e as atitudes empreendedoras são fatores de grande relevância para o estudo do processo empreendedor. Nesse sentido, a disposição e a habilidade para criar algo novo, agregado à capacidade de gerar soluções sustentáveis através de um empreendimento é um talento capaz de melhorar a eficiência de um sistema, promovendo ganhos econômicos e sociais. Objetivo: Identificar como as características pessoais, a atitude empreendedora e o ramo de negócio sustentável podem contribuir para o processo empreendedor. Método: A metodologia de pesquisa, que se caracteriza como estudo de caso, tem caráter qualitativo e é exploratório, sendo escolhida a análise de conteúdo como técnica de análise de dados. Foi aplicada uma entrevista em profundidade a um empreendedor da área da sustentabilidade, objeto deste estudo. Resultados: 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”. 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. Ainda foi possível perceber que, para o empreendedor entrevistado, a área da sustentabilidade foi um fator de grande motivação no momento de iniciar um novo empreendimento. Considerações Finais: 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

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. Na avaliação dos 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).

Em se tratando do extrato populacional da Região Sul do Brasil, dados do SEBRAE, indicam uma expansão no número de pessoas que opta por ter seu próprio negócio no Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. O Sul se destaca na proporção de empreendedores iniciais por oportunidade, com um índice de 82,2%, sendo o maior entre todas as regiões brasileiras, com uma média de 70,6% (SEBRAE,2015).

Nesse cenário, onde há um mercado econômico competitivo e 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. Dentre as empresas que estão se inserindo nessa nova cultura de empreendedorismo, uma tendência de negócios é a geração de energia por meio de fontes renováveis. O Ministério de Minas e Energias prevê que até o fim de 2015 as energias renováveis correspondam a 42,5% de toda a matriz energética brasileira, e o destaque fica para o crescimento da participação das energias renováveis alternativas à geração hidrelétrica, como a eólica, a solar e a biomassa. Em dez anos, esse tipo de energia renovável cresceu 30%, passando de 2,8% de toda a oferta de energia interna em 2004 para 4,1% em 2014 (MINISTÉRIO DE MINAS E ENERGIAS, 2015).

Essa composição de diferentes fontes faz com que o País tenha uma matriz mais limpa, porque ela tem uma participação pequena de emissões do chamados gases de efeito estufa, que contribuem para as mudanças climáticas no planeta. Por essa eminente situação, estima-se que até 2024, 700 mil consumidores residenciais e comerciais deverão ter instalados em seus telhados painéis fotovoltaicos e estarão gerando a sua própria energia de forma sustentável (MINISTÉRIO DE MINAS E ENERGIAS, 2015).

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

O interesse pelo estudo do empreendedorismo e pela formação de novos empreendedores é reconhecido como fundamental não só para o desenvolvimento econômico das nações, mas também para a promoção de seres humanos (GIL,2015). Essa é uma premissa presente não só em países em desenvolvimento, mas também em grandes mercados desenvolvidos como Europa, Estados Unidos e Ásia, isso porque, sabe-se que o poder econômico de qualquer país está diretamente ligado com o sucesso de futuros empresários locais e com a capacidade competitiva de seus empreendimentos. Josende da Silva et al, 2015 relatam em seus estudos que conhecer e investir em políticas de empreendedorismo é um assunto de grande relevância, haja vista que diversos economistas e especialistas americanos apontam que a saída de situações de crise econômica continua sendo a mesma: estimular e desenvolver o empreendedorismo em todos os níveis. Por acreditar e desenvolver essa premissa, os Estados Unidos são reconhecidos como o maior exemplo de compromisso nacional com o empreendedorismo e o progresso econômico (DORNELAS, 2012).

Outra vertente de expressiva importância é o empreendedorismo jovem, que mostra-se cada vez mais no centro de debates e pesquisas sobre empreendedorismo. Isso decorre da crescente e relevante importância do tema para a sociedade e para a economia nacional. (BRASIL; BRASIL; NOGUEIRA, 2015). Considerando-se que a população jovem está inserida em uma cultura resultante das pressões sociais e governamentais ocorridas nas últimas décadas, acentuadas pelas degradações ao meio ambiente, entende-se que essa população já cresce com o senso crítico de valor e importância de empreender de forma sustentável nas organizações.

Neste contexto, o início do século XXI, marcado por uma redesenho dos posicionamentos éticos nas empresas e na sociedade em geral, traz à tona reflexões empresariais acerca da preocupação com a solução de problemas sociais e socioambientais. 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. (ORSIOLLI; NOBRE, 2016)

REFERENCIAL TEÓRICO

Muito se discute acerca dos conceitos de “empreender”, “empreendedor” e “empreendedorismo”, entretanto, há que se contextualizar o emprego de cada um eles. A palavra empreender refere-se à pratica de um ato que pode ser descrito como uma atitude de dar início a algo novo. Empreendedor é aquele que pratica esse ato e por fim, o empreendedorismo trata-se de uma característica, de uma qualidade, ou seja, da

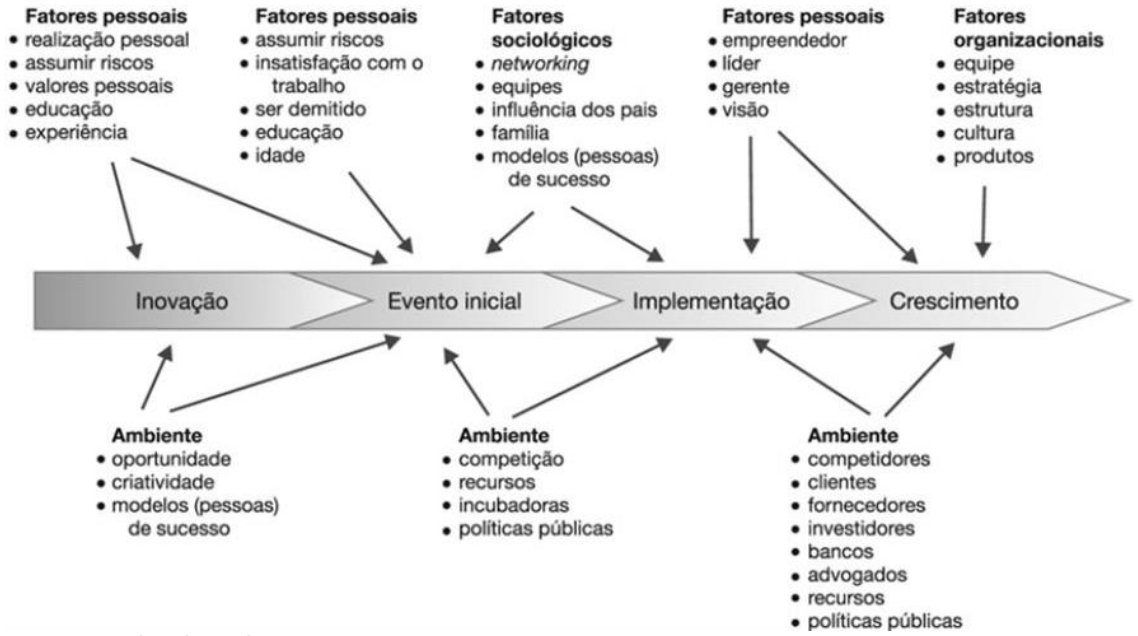
atitude de quem realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração (PRIBERAM, 2016).

De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 30):

> *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.*

No que tange aos fatores motivadores que levam as pessoas a abrirem seus próprios negócios, encontram-se razões muito diversas, dentre as quais podem-se destacar, primordialmente: necessidade de realização pessoal, percepção de oportunidade no mercado ou problemas com o trabalho anterior (VICENZI; BULGACOV, 2013). De acordo com dados do SEBRAE (2015) cerca de 70% dos novos empreendimentos não chegam a completar 2 anos de existência. Isso ocorre em razão de problemas normalmente relacionados a má gestão e, na maioria dos casos, falta de um plano de negócios consistente. Nesse sentido, de posse dos conceitos de empreendedorismo e dos motivos que levam a empreender, é de fundamental importância analisar e entender quais os principais fatores envolvidos no processo empreendedor (Ilustração 1).

ILUSTRAÇÃO 1 – FATORES QUE INFLUENCIAM NO PROCESSO EMPREENDEDOR (ADAPTADO DE MOORE, 1986)



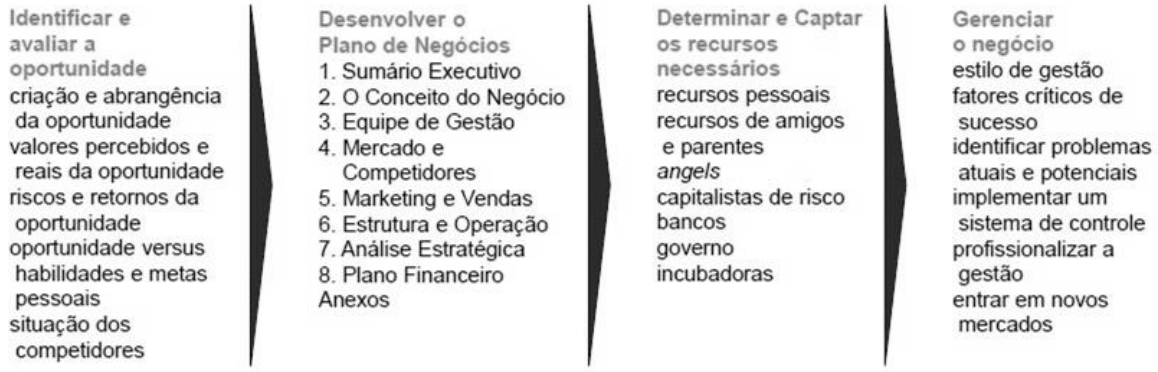
Fonte: Dornelas (2012).

O processo empreendedor, em si, (Ilustração 2), 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 processo de reconhecimento e desenvolvimento das novas oportunidades no momento de empreender (SANTOS,2015)

.

ILUSTRAÇÃO 2 – O PROCESSO EMPREENDEDOR



Fonte: Dornelas (2012).

METODOLOGIA

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.

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 a 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 "*eco friendly*" é um fato encorajador no momento de empreender no cenário atual.**
Perguntas	Você acha que essa 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?
	Qual a sua configuração familiar? Quantas pessoas da família com 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. Ou seja, trata-se da organização propriamente dita por meio de quatro etapas: (a) leitura flutuante, que é o estabelecimento de contato com os documentos da coleta de dados; (b) escolha dos documentos, que consiste na demarcação do que será analisado; (c) formulação das hipóteses e dos objetivos; (d) referência dos índices e elaboração de indicadores, que envolve a determinação de indicadores por meio de recortes de texto nos documentos de análise (Bardin, 2006).

Ainda conforme Mozzato e Grzybovski (2011), a 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 exploração do material é uma etapa fundamental, uma vez que possibilitará ou não a riqueza das interpretações e inferências. Esta é a fase da descrição analítica, a qual diz respeito ao corpus (qualquer material textual coletado) submetido a um estudo aprofundado, orientado pelas hipóteses e referenciais teóricos. Dessa forma, a codificação, a classificação e a categorização são básicas nesta fase (BARDIN, 2006).

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).

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 cientifico e na fidedignidade.

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 Engenheira 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 (2015), ao avaliar o perfil de envolvimento da população brasileira, nas fases iniciais de seus empreendimentos, têm-se um resultado de que os homens são mais ativos do que as mulheres, e estão situados na faixa etária dos 25 aos 34 anos. Ainda segundo o mesmo estudo, esses grupo mais ativo possui uma escolaridade de segundo grau completo e renda familiar entre 6 e 9 salários mínimos. 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 consequentemente, 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,2009). Ao ser questionado sobre seus pontos fortes e fracos, o empreendedor entrevistado no presente estudo relata:

> *“[...]é difícil tu 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,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 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. Bom Ângelo (2003 apud BARROS; FIÚSA; IPIRANGA, 2004) enumera 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.

Complementam os autores ainda 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" (Bom Ângelo, 2003 apud 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 autónomos, 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 inicias 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 ados 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 baita 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).

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 a minha vontade de empreender nessa área a 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 contribui 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 E 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 mudo 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 pessoas 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 previas 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 endente-se que a associação de alguns fatores tem sido observada como uma variável simplificadora no caminho de sucesso dos empreendedores.

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, sugere-se para estudos futuros outras iniciativas de ampliação que avaliem uma amostra maior do Brasil, capaz de produzir dados representativos acerca das práticas que envolvem o modelo de empreendedorismo sustentável no País.

REFERÊNCIAS

AMARAL, D.G. **Aprendizagem social organizacional e sustentabilidade: a experiência de um programa empresarial de mulheres empreendedoras**. 2015. 1 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2015.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 5ª ed. Lisboa: Edições 70, 2006.

BARROS, F. S. O.; FIÚSA, J. L. A.; IPIRANGA, A. S. R. O empreendedorismo como estratégia emergente de gestão: histórias de sucesso**. In: Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD - EnEO**, 3. 2004, Atibaia. Anais... Atibaia: Anpad, 2004.

BRASIL, S.A.; BRASIL, C. F.; N., C. R. **Empreendedorismo Jovem: Fatores que Contribuem para a Atividade Empreendedora**. Universidade Estadual de Maringá. Caderno de Administração, v.21, n.2, 2013.

BORGES, C.; BORGES, M. M.; FERREIRA, V. R. S.; NAJBERG, E.; TETE, M. F. Empreendedorismo Sustentável: Proposição De Uma Tipologia E Sugestões De Pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n.1, p. 77-100, 2013.

BULGACOV, Y. L. M. et al. 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, 2011.

CRESPAM, C. C.; FONSECA, J. L.; GROHMANN, M. Z. Evidências Empíricas do Perfil Empreendedor: um Estudo do Modelo de Motivações Empreendedoras. **In: IV Encontro de Estudos em Estratégia**, Recife (PE), 21 a 23 de junho, 2009.

DE CASTRO, M. M. B. et al. Determinantes para a formação da cultura empreendedora: a experiência do projeto desafio SEBRAE **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração** v. 8, n.1, 2014.

DE FARIA, A.M. **Financiamento público de apoio à inovação: um estudo em empresas incubadas de base tecnológica no estado de São Paulo** 2015. Dissertação (Mestrado em Ciências) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4. ed. São Paulo: Elsevier, 2012.

ENDEAVOR BRASIL**. Empreendedores brasileiros**: perfis e percepções. Brasil, 2013.

GEM BRASIL. **Empreendedorismo no Brasil**: Relatório Executivo. GEM, 2015.

GIL, A. C.; SILVA, S. P. M. O método fenomenológico na pesquisa sobre empreendedorismo no Brasil, **Revista de Ciências da Administração**, v. 17, n. 41, p. 99–113, 2015.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HISRICH, R.D.; PETERS M.P; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

JOSENDE DA SILVA, A. C.; FURTADO, J. H.; ZANINI, R. R. Evolução do empreendedorismo no Brasil baseada nos indicadores do global entrepreneurship monitor (GEM). **Revista Produção Online**, Florianópolis, v. 15, n. 2, p. 758-780, jun. 2015.

KNEIPP, J. M. et al.; Empreendedorismo e Sustentabilidade: um Estudo Bibliométrico da Produção Científica sobre na Base Web of Science no Período de 2005 a 2014. **In: 5ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo**. Portugal, 2015.

MACHADO, H. P. V. et al. O processo de criação de empresas por mulheres. **Revista de Administração de Empresas Eletrônica**, v. 2, n. 2, p. 1–22, 2003.

MINISTÉRIO DE MINAS E ENERGIA. **Artigo: Energia renovável representa mais de 42% da matriz energética brasileira**. Disponível em: http://www.brasil.gov.br/meio-ambiente/2015/11/energia-renovavel-representa-mais-de-42-da-matriz-energetica-brasileira. Acesso: 19 de Setembro de 2016

MATTOS, P. L. C. L. Análise de entrevistas não estruturadas: da formalização à pragmática da linguagem. In: SILVA, A. B.; GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELO, R. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**: paradigmas, estratégias e métodos. 2. ed. São Paulo, 2010, p. 347-374.

MOZZATO, A.R.; GRZYBOVSKI, D. Análise de Conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da Administração: potencial e desafios. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 15, n. 4, Jul./Ago. 2011

ORSIOLLI, T. A. E.; NOBRE, F.S. Empreendedorismo Sustentável e Stakeholders Fornecedores: Criação de Valores para o Desenvolvimento Sustentável. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 20, n. 4, p. 502-523, Ago. 2016 .

PARRISH, B. D. Sustainability-driven entrepreneurship: principles of organization design. **Journal of Business Venturing**, v. 25, p. 510-523, 2010.

PATZELT, H., SHEPHERD, D. A. Recognizing opportunities for sustainable development. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, p. 631-652, 2011. Doi: 10.1111/j.1540-6520.2010.00386.x

PEDROSO, J.P. P.; MASSUKADO-NAKATANI, M. S.; MUSSI, F. B. 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, v. 10, n. 4, p. 100-130, 2009.

PINHO, J. C.; THOMPSON, D. Condições estruturais empreendedoras na criação de novos negócios: a visão de especialistas. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 56, n. 2, p. 166-181, 2016.

PRIBERAM: **Dicionário da Língua Portuguesa** (em linha), 2008-2013, Disponível em: http://www.priberam.pt/dlpo/empreendedorismo. Acesso: 20.08.201.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**. Curitiba , v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009 .

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE **Seção: Empreendedorismo**. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo. Acesso: 20 de Setembro de 2016

SINGER, S., A., J. E., & M., D. **Global Entrepreneurship Monitor**, Global Report., 2014.

TAVARES, T. S.; LIMA, J. B. Empreendedorismo, empreendedores e ação empreendedora. **In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD**, 28. 2004, Curitiba. Anais. Curitiba: Anpad, 2004.

TOZONI-REIS, M. F. C. **Metodologia da Pesquisa**. 2 ed. Curitiba: ISEDE Brasil S.A., 2009.

VALE, G. M. V.; CORREA, V.S.; REIS, R. F. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **Rev. Adm. Contemp**., Curitiba , v. 18, n. 3, p. 311-327, 2014 .

VICENZI, S. E.; BULGACOV, S. Fatores motivadores do empreendedorismo e as decisões estratégicas de pequenas empresas. **Revista de Ciências da Administração**, v. 15, n. 35, p. 208-221, 2013.

YIN. R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.