

Fatores Motivacionais: Empreendedorismo Social e Sustentável

AMANDA GOMES

UNIVERSIDADE ESTADUAL VALE DO ACARAÚ - UEVA

TAMYRES MESQUITA DA SILVA

Introdução

O empreendedorismo, foi justamente essa capacidade de visão, criação e inovação que levou o homem a desenvolver e encontrar soluções para as necessidades surgidas ao longo das épocas, desde a antiguidade. Dessa maneira, o empreendedorismo é fundamental para a economia de um país, a composição ou desenvolvimento de novas organizações gera mais empregos, aumento da renda e uma evolução na economia de uma nação. Sendo assim, o empreendedor tem a capacidade de agregar valor ao produto e serviço, estando constantemente atento ao gerenciamento do capital.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Esse artigo tem como objetivo analisar e identificar os motivos que levam a empreender de acordo com o nicho explorado (ambiental e social), destacando as dificuldades, e apontando as principais características e benefícios. Além disso, foi apontado os benefícios e os desafios de um empreendedor sustentável. Um assunto que necessita ser discutido e que nos leva a refletir como o meio ambiente está sendo usado pelo meio empresarial e quais as implicações, desafios e aspirações, no qual será realizado a partir de pesquisas bibliográficas.

Fundamentação Teórica

Diante disso, o presente artigo apresenta uma revisão bibliográfica sobre os Fatores Motivacionais no Empreendedorismo Social e Sustentável e tem como objetivo analisar e identificar os motivos que levam a empreender de acordo com o nicho explorado (ambiental e social), destacando as dificuldades encontradas pelos empreendedores na condução de seus negócios, e apontando as principais características. Em seguida, foi apontado os benefícios e os desafios de um empreendedor sustentável.

Metodologia

Foram lidos todos os resumos das publicações a partir dos seguintes critérios de inclusão: artigos científicos na temática proposta e textos e livros disponíveis online. A busca dos artigos consistiu no uso das palavras "Motivação", "Empreendedorismo", "Sustentabilidade". Como critério, foram excluídas as monografias, teses, dissertações, publicações em outros idiomas. Todos os artigos foram consultados diretamente na plataforma Google Acadêmico, em específico artigos publicados nos periódicos das bases de dados de empreendedorismo, inovação e sustentabilidade: Global Entrepreneurship

Análise dos Resultados

O processo de avaliação abarca múltiplas aspectos e dimensões. Diante disso, o empreendedorismo social tem como habilidade reconhecer e tirar vantagens das oportunidades sociais, além de criar valor social. Já o empreendedorismo tradicional busca resultados imediatos e está sempre esperando obter lucro em um mercado consolidado, o Empreendedorismo ambiental entende a sua responsabilidade no ecossistema e seu impacto nos negócios. O empreendedorismo sustentável busca unir o lucro da empresa e a estratégia de responsabilidade social.

Conclusão

Portanto, foi alcançado o objetivo do trabalho, onde foi analisado e identificado os motivos que levam a empreender de forma social e sustentável, mostrando as características, benefícios e as adversidades presentes no empreendedorismo. buscamos também entender o processo do empreendedor na economia e as soluções dos problemas ambientais e sociais. além do mais, o estudo nos trouxe os principais obstáculos enfrentados pelos empreendedores, principalmente os que se arriscam em negócios sustentáveis. Essa pesquisa nos trouxe um panorama de informações sobre empreendedorismo social e sustentável.

Referências Bibliográficas

AQUINO, C. Inovação e espírito empreendedor - prática e princípios. Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro, RJ, v. 21, n. 3, p. 163 a 168, 1987. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/9758>. Acesso em: 28 mai. 2023. ANDRADE, M., Marina de, & Maria, L., Eva. (2003). Fundamentos de metodologia científica. <https://ria.ufrn.br/jspui/handle/123456789/1239> BARBIERI, José Carlos. Gestão ambiental empresarial: Conceitos, modelos e instrumentos. 4. Ed. São Paulo: Saraiva 2016. BALBINOT, Z., & Borim-de-Souza, R. (2012). Sustainable development and su

Palavras Chave

Motivação, Empreendedorismo, Sustentabilidade.

Agradecimento a órgão de fomento

Gostaríamos de agradecer as agências de fomento que financiaram o estudo com auxílio a pesquisa (FUNCAP-CNPQ)

Fatores Motivacionais: Empreendedorismo Social e Sustentável

Amanda Gomes Oliveira

Tamyres Mesquita da Silva

Benedita Marta Gomes Costa

RESUMO

O empreendedorismo é substancial na economia de um país, pois está sempre em busca de mudanças e oportunidades com o interesse de produzir produtos e ambientes que se destacam e que levam vantagens no risco assumido. Diante disso, o presente artigo apresenta uma revisão bibliográfica sobre os Fatores Motivacionais no Empreendedorismo Social e Sustentável e tem como objetivo analisar e identificar os motivos que levam a empreender de acordo com o nicho explorado (ambiental e social), destacando as dificuldades encontradas pelos empreendedores na condução de seus negócios, e apontando as principais características. Em seguida, foi apontado os benefícios e os desafios de um empreendedor sustentável. Foram também apuradas as impressões de autores especialistas sobre os pontos abordados no artigo através da exploração de pesquisas de revisão bibliográfica acerca do tema. Dessa forma, foi identificado o foco de cada artigo pesquisado e aplicado como referência ao tema do trabalho científico. Sendo assim, a prática sustentável pode tornar o empreendimento mais complexo, uma vez que o empreendedor terá que assumir os custos e as dificuldades de implantação em um mercado que é receptivo aos produtos responsáveis social e ambientalmente.

Palavras-chaves: Motivação, Empreendedorismo, Sustentabilidade.

1. INTRODUÇÃO

No período da pré-história, onde as habilidades mais fundamentais foram desenvolvidas, encontramos o desenvolvimento de instrumentos para caça, pesca e coleta de alimentos, bem como, estratégias para a organização social dos grupos de pessoas. Embora não sendo utilizado o termo empreendedorismo, foi justamente essa capacidade de visão, criação e inovação que levou o homem a desenvolver e encontrar soluções para as necessidades surgidas ao longo das épocas.

O surgimento do empreendedorismo e as alterações no seu conceito foi se adequando ao longo do tempo de acordo com as mudanças da sociedade. Dando início as bases de produção, que foram se moldando, de uma produção agrária para uma economia mercantil e, finalmente, para a sociedade industrial. Dessa forma, atribuindo destaque a figura do empreendedor e assim, despertando o interesse econômico e social de vários países.

O empreendedorismo é fundamental para a economia de um país. A composição ou desenvolvimento de novas organizações gera mais empregos, aumento da renda e uma evolução na economia de uma nação. Nesse contexto, o empreendedor busca desenvolver ações de mudanças de forma criativa e inovadora, tendo como interesse produzir produtos e

ambientes, onde possa se destacar e levar vantagem no risco assumido. De acordo com Chiavenato (2007), o empreendedor é aquele que detém energia, material, ideias e atitude, agindo em seu favor e em favor da comunidade. Segundo o autor, o empreendedor é aquele que tem sensibilidade e preserva as finanças para iniciar um negócio, é também aquele que planeja, impõe metas, assume riscos, implementa e reformula seu projeto, realiza propostas e se destaca por fazer algo inovador, assumindo riscos e responsabilidades.

Sendo assim, o empreendedor se destaca por procurar mudanças e oportunidades para o seu negócio, além de ter a capacidade de agregar valor ao produto e serviço, estando constantemente atento ao gerenciamento do capital. Drucker (2016) distingue os empreendedores como pessoas que exploram as oportunidades e as mudanças de acordo com a preferência dos consumidores. Visto que, para o autor, os empreendedores são aqueles que percebem mudanças no fluxo mercadológicos algo além da capacidade de acrescentar valor a um produto ou serviço. Onde tem como principal ferramenta explorar oportunidades, que preparam para competições futuras.

Esse artigo tem como objetivo analisar e identificar os motivos que levam a empreender de acordo com o nicho explorado (ambiental e social), destacando as dificuldades, e apontando as principais características e benefícios. Além disso, foi apontado os benefícios e os desafios de um empreendedor sustentável. Um assunto que necessita ser discutido e que nos leva a refletir como o meio ambiente está sendo usado pelo meio empresarial e quais as implicações, desafios e aspirações.

Este trabalho será realizado a partir de pesquisas bibliográficas em que serão extraídas informações e ideias para que se concretize e finalize este artigo. O artigo está estruturado em cinco seções, a primeira é a introdução. Nela apresenta-se o tema, sua importância, objetivos e o método de pesquisa utilizado; já a segunda apresenta o desenvolvimento, incluindo os principais conceitos que engloba a análise acerca do tema, a terceira apresenta os aspectos metodológicos utilizados, na quarta seção é ilustrada a discussão dos resultados incluindo o atendimento aos objetivos propostos e por fim a quinta e última seção traz a conclusão sobre o trabalho.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 O nicho de negócio explorado (ambiental e social)

O empreendedorismo concretiza-se geralmente na criação e recriação de um negócio que acrescenta valor para o(s) empreendedor(es) ou sociedade, apostando na inovação para tirar partido das oportunidades existentes ao mobilizar recursos para atingir fins econômicos (Brouard & Larivet, 2009)

Para Baggio (2014) não existe unanimidade entre os autores quanto aos tipos de empreendedorismo. Dessa forma, são apresentados diferentes tipos de empreendedorismo. O Empreendedorismo Informal, definido por gerar uma renda voltada para a sua sobrevivência, têm um risco relativamente baixo e não tem muitos planos para o futuro. O cooperativo possui inúmeros sócios que atuam de maneira conjunta e tem como meta crescer até se tornar independente. Na sequência, o empreendedorismo individual, ao longo do tempo, se formalizou através do Microempreendedor Individual. De acordo com a lei N°128, O MEI é uma nova figura jurídica referenciada pelo Decreto estadual 52.228, de 05 de outubro de 2007, e posteriormente regulada pela Lei Complementar federal 123, de 14 de dezembro de

2006, na redação que lhe foi dada pela Lei Complementar federal 128, de 19 de dezembro de 2008, com as alterações feitas pela Complementar nº 133, de 28 de dezembro de 2009. Além da redução da carga tributária, o MEI foi contemplado com uma série de vantagens para reduzir a burocracia, tanto na apuração quanto no pagamento de tributos, bem como em relação aos mecanismos de formalização (registro empresarial, inscrições fiscais e licenciamento da atividade).

Além disso, o empreendedorismo franqueado, porta a iniciativa de comandar o negócio. Geralmente, procura uma renda mensal média e o retorno do investimento. Já o franqueador é responsável por construir uma rede através de sua marca. Existe também o empreendimento social, voltado para trazer benefício, como atender a demanda específica, contribuir com o crescimento sustentável da comunidade e gerar impacto social, aliado ao desejo de ganhar dinheiro, construindo uma sociedade de qualidade e ecologicamente correta, tendo como objetivo mudar o mundo. Ademais, o empreendedorismo corporativo é intraempreendedor, ou seja, o funcionário que empreende novos projetos na empresa que trabalha, tem como principal objetivo crescer na carreira, com promoções e bônus.

Por conseguinte, é possível destacar também que o empreendedor público contém uma variação do corporativo para o setor governamental. Sua motivação está ligada ao fato de conseguir provar que seu trabalho é nobre e tem valor para a sociedade. Pelo contrário, o empreendedor de conhecimento usa um profundo conhecimento em determinada área para conseguir faturar e o empreendedor do negócio próprio é o mais comum e costuma abrir um negócio próprio por estilo de vida. Segundo Zuini (2014, p. 2) “cada um tem seus motivos para empreender, as variações são grandes [...]

Nesse contexto, abordamos o empreendedorismo social, que é atualmente um campo de análise e intervenção emergente em termos políticos e científicos, estando o fenômeno a expandir-se rapidamente e atrair atenção crescente dos vários setores da sociedade (Martin & Osberg, 2007; Nicholls, 2006). O processo e as práticas de empreendedorismo social, vem sendo construído teórica e empiricamente na atualidade, procura incorporar neste setor conceitos e ideias de negócio como veículo de inovação, a fim de superar os desafios sociais. Nesta dinâmica, foram criadas abordagens mais eficazes, onde as fronteiras entre atividades não lucrativas e comerciais orientadas para o mercado diluem-se.

Empreendedorismo social prende-se com a migração de características associadas à censura de acúmulo de riqueza ou lucro. Daqui decorre a proposta de Mort et al. (2003), onde os empreendedores sociais caracterizam-se por uma grande habilidade em reconhecer e tirar vantagem das oportunidades sociais do ambiente ao seu redor. Em segundo lugar, eles possuem uma missão em torno da criação de valor social, exibindo diversas virtudes e sendo capazes de conduzir essa prática para outros indivíduos. Em terceiro lugar, apresentam uma capacidade de fazer julgamentos balanceados frente à complexidade de seu contexto. E, finalmente, empreendedores sociais também reproduzem no campo social características utilizadas por empreendedores tradicionais no campo econômico, tais como a capacidade de inovar, a tolerância a riscos e proatividade.

Desse modo, o empreendedorismo social busca desenvolver produtos e serviços que impactem a sociedade, ajudando a solucionar os problemas enfrentados por ela. Para isso, os empreendedores sociais usam práticas que são comuns no meio corporativo, como criatividade e inovação. Nessa corrente teórica, há concordância com o entendimento de Kerlin (2006) de que as organizações se situam em meio a dois extremos: empresas com fim de lucro e organizações sem fins lucrativos. Dessa forma, o autor defende que o proprietário de um negócio social não visa gerar lucro para si próprio, mas tem direito a recuperar seu investimento inicial, se assim desejar.

Os negócios sociais aproximam-se de negócios tradicionais em aspectos como produtos, serviços, clientes, mercados, custos e receitas, porém, difere no seu propósito principal que é servir à sociedade e melhorar as condições de vida de populações de baixa renda. Também se distingue de organizações não governamentais por buscar a auto sustentação de suas operações por meio da venda de produtos e serviços ao invés de doações ou outras formas de captação de recursos (Yunus; Moigeon; Lehmann Ortega, 2010).

O empreendedorismo tradicional é considerado o mais comum nas empresas, é normalmente um empreendedor que já trabalhou de forma independente e abriu o próprio negócio, que tem como seu principal objetivo obter resultados imediatos. Muitas vezes caracterizado por não depender de investimentos externos, dispõem de mercados mais sólidos e têm concorrentes definidos. Esse tipo de empreendedorismo é voltado para o mercado esperando sempre obter lucro, atendendo uma demanda do mercado. Assim, o Empreendedorismo Tradicional está inserido em um mercado consolidado e que segue por muito tempo, uma linha em que empreendedores acabam replicando modelos já existentes de empresas, inovando pouco ou nada em muitos casos.

Diante disso, o Empreendedorismo Tradicional busca a mudança e a exploração de oportunidade, capaz de agregar valor a produtos e serviços, estando atento continuamente ao gerenciamento do capital. Empreendedorismo é a atividade proposta de iniciar, manter e desenvolver um negócio voltado para o lucro. Desse modo, o empreendedor tem que dedicar seu tempo e realizar o esforço necessário para alcançar a satisfação econômica e pessoal.

Já o Empreendedorismo Ambiental se concretiza em um ambiente próspero e vasto de oportunidades para aqueles que conseguem captar as necessidades, propor ideias e gerar inovações a partir da consideração da sustentabilidade como um elemento fundamental. Assim, construir uma nova forma de gerar negócios lucrativos e ecologicamente corretos. Além disso, proporciona benefícios ao meio ambiente na prevenção ou remediação dos problemas causados por processos produtivos ou criação de produtos. Dean e McMullen 2007, apud Ribeiro 2009) afirmam que o empreendedorismo ajuda a resolver os problemas ambientais quando os empresários superam barreiras e aproveitam oportunidades, rentáveis e que reduzem impactos ambientais, intrínsecas às falhas de mercado. O método empreendedor deve ir além da exploração de recursos sem gerar ônus para qualquer parte envolvida.

Dessa forma, esse tipo de empreendedorismo tem estimulado não somente as empresas, mas também seus stakeholders a adaptarem-se a uma nova demanda por meio da criação de valores sustentáveis (BoszCzowski & Teixeira, 2012; Hall, Danek, & Lenox, 2010; Schlange, 2009).

Logo, o Empreendedorismo Sustentável é uma forma de empreender que tem como objetivo principal unir a lucratividade da empresa com ações e estratégias de responsabilidade social. Aliás, o termo é utilizado para descrever empresas que se preocupam com a preservação do meio ambiente. Dessa forma, o desenvolvimento sustentável é compreendido por Balbinot & Borim-de-Souza (2012) como um objetivo que se utiliza das metas direcionadoras da sustentabilidade, as quais, refletidas por meio das ações organizacionais, permitirão que um desenvolvimento sustentável seja realizado.

2.2 Motivações do Empreendedorismo de Oportunidade e Necessidade

O empreendedorismo é definido como inovação e criação de algo novo a partir da identificação de uma oportunidade. A dedicação, a persistência e a ousadia aparecem como atitude imprescindível neste processo para se alcançar os objetivos pretendidos. Além disso, o

empreendedorismo é considerado nos dias de hoje um fenômeno global, avaliado como impulsionador do combustível para a economia. Para Barreto (1998) o empreendedorismo é a habilidade de criar e construir algo a partir de muito pouco ou de quase nada. Nesse sentido, não é possível criar algo totalmente exclusivo “revolucionário”, são realizadas novas adaptações e recursos para atender as necessidades dos consumidores.

Diante disso, a motivação de empreender tem como um de seus principais fundamentos, as reflexões contidas na obra “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo”, escrita por Weber (2004). Na qual, de acordo com o pensamento do autor, o capitalismo funcionava em torno de alguns fatores: a oportunidade de crescimento e de lucro, e o perfil do empresário que se caracterizava pela sobriedade, constância e sagacidade, inteiramente devotadas às causas profissionais.

Dessa forma, a motivação para empreender é voltada em torno de uma troca. A motivação é correr o risco de realizar o empreendimento, almejando uma recompensa. Conforme o Relatório GEM – IBPQ (2010), a motivação pode se dar por dois fatores primários, onde são o ponto de partida para iniciar um empreendimento: por oportunidade ou por necessidade.

O Empreendedorismo de Oportunidade identifica uma chance de negócio ou um nicho de mercado. Além de ser definido como pertinente e oportuno. De acordo com o Dornelas (2008), o Empreendedorismo de Oportunidades surge quando os futuros empreendedores possuem outras opções de emprego, ou escolhem um novo negócio, onde já tem em mente o que querem buscar para a sua empresa e, este tipo de empreendedorismo visa à geração de lucros, empregos e riquezas, este por sua vez, refere-se a uma melhor visão do que é ser um empreendedor.

Outrossim, Empreendedorismo por Necessidade, são pessoas que não possuem trabalho, e para que consigam manter-se economicamente ativa na sociedade, se aventuram em abrir um negócio próprio, e na maioria das vezes é sem nenhum planejamento, são motivados pela falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda. Para Fialho *et al.* (2007), a necessidade é uma condição de desequilíbrio no interior do empreendedor, causada pela carência de algo, e que o dinamiza e predispõe para determinados tipos de comportamentos. Sendo assim, quando uma necessidade surge, logo o indivíduo tem a atitude de empreender.

Prevalece, nesse contexto, a noção de que as pessoas podem ser movidas seja por necessidade ou, então, por oportunidade, mas, nunca, pelos dois motivos ao mesmo tempo. Empreendedores são considerados, antes de tudo, indivíduos atentos às oportunidades. Para Kirzner (1979), o empreendedor é aquele que se encontra sempre em estado de alerta, para descobrir e explorar novas oportunidades. São, sempre, os primeiros a identificar oportunidades lucrativas de negócios.

Para McClelland (1972), são os valores, as motivações humanas e a necessidade de autorrealização que movem indivíduos na busca de atividades empreendedoras. Entre os principais motivos que impulsionam o indivíduo a agir, situa-se a necessidade de conquistas e realizações. Ou seja, “um desejo de realizar as coisas da melhor maneira, não exatamente pelo reconhecimento social ou prestígio, mas, sim, pelo sentimento íntimo de necessidade de realização pessoal” (McClelland, 1972 p.).

Sob outra perspectiva, os fatores motivacionais que levam a empreender não são apenas financeiros, eles dependem das aspirações pessoais de cada pessoa. De acordo com o pensamento de Salim (2004) a escolha de abrir um negócio, vai sendo desenvolvida a partir

de acontecimentos, pessoas e circunstâncias que resultam na abertura da empresa por iniciativa ou acontecimento que obriga a tal. Ainda para Salim, o “vírus” do empreendedorismo começa a atuar quando a pessoa pensa em como seria a sua vida a partir da perspectiva de ter o poder de decidir os caminhos por onde o negócio que será conduzido deve seguir, quando se almeja a autonomia que a gestão do próprio negócio traz. Entretanto, muitos empreendedores desejam coisas diferentes do seu empreendimento. Alguns desejam optar por negócios de enorme sucesso que os façam ficar ricos, outros querem que seu negócio permita uma vida diferente, com mais autonomia e prazer.

Portanto, os indivíduos empreendedores com elevado nível de necessidade de realização e conquista apresentam maior propensão a perseguir desafios, de maneira relativamente autônoma, ou seja, o empreendedor é movido pela busca da autonomia pessoal e está constantemente atento às oportunidades.

2.3 Dificuldades e o despreparo dos empreendedores no Brasil

O empreendedorismo agrega valor tanto econômico quanto social, é algo diverso e que tem desafios como qualquer outro negócio, é caracterizado como algo dinâmico, inovador e que contribui para manter a economia aquecida, tendo em vista que é o principal fator de desenvolvimento econômico.

Para Dornelas (2005) o empreendedorismo no Brasil ganhou notoriedade a partir da década de 1990, tratando de um fenômeno ainda muito recente na cultura do país, que com passar dos tempos se deparou com desafios a serem enfrentados, cuja influência é menos sentida em outros países.

Nesse contexto, em função da globalização, dos avanços tecnológicos e das novas exigências da sociedade do conhecimento, o empreendedorismo se tornou algo almejado por muitos no Brasil. Para ser consolidado um negócio no mercado atual é necessário conhecimento e investimento em boas ferramentas e métodos de gestão empresarial. No entanto, ao longo do percurso os empreendedores passaram a encontrar diversas dificuldades e riscos, além de ser elevado o grau de despreparo.

O Brasil se tornou um país com um grande número de empreendimentos tanto em estado inicial como já estabelecido. Contudo, são diversos os desafios enfrentados no país, como a alta carga tributária, a falta de estímulo ao crédito, o empreendedor brasileiro é negado a incentivos financeiros com taxas de juros muito baixas, a alta concorrência, no qual o ambiente vem se tornando cada vez mais competitivo para os empreendedores, a imponente burocracia para legalizar uma empresa, a carência na mentalidade empreendedora por parte dos órgãos governamentais, a escolha de um nicho que os consumidores gostem, além da alta concorrência.

Atualmente, os indivíduos iniciam um negócio enfrentando dificuldades relacionadas ao despreparo dos empreendedores em relação, aos requisitos bancários, como a educação e capacitação dessas pessoas, que as limita a certas atividades, pois podemos observar que no Brasil a educação empreendedora não tem grandes estímulos nas instituições educacionais,

Segundo o relatório GEM, poucas pessoas buscam informações e capacitação sobre empreendedorismo para abrir ou manter seu negócio. Logo, um bom preparo para conseguir fazer uma boa gestão empresarial, é algo que exige conhecimento múltiplo e prática constante.

Portanto, o empreendedor se depara com várias dificuldades ao longo de sua trajetória, mas a partir do momento que ele decide seguir esse destino, devem traçar estratégias para conseguir se manter no mercado. Assim, Cardoso (2022) considera como fundamental para o empreendedor, saber em que momento as barreiras surgem e são capazes de desenvolver uma estratégia para contornar as dificuldades, pois do contrário certamente se acumularão perdas que inibem a ação empreendedora e a saúde da empresa.

2.4 Motivações, benefícios e desafios do Empreendedorismo Sustentável

Para que o empreendedor implante um sistema sustentável em sua empresa é necessário usar a criatividade e informações, fazer pesquisas amplas sobre o assunto e além de tudo ser inovador. De acordo com Barbieri (2016) a inovação é a implementação de ideias e soluções nos ambientes produtivos e sociais que se materializam em produtos, processos e métodos de gestão, novos ou modificados. Embora sejam encontradas algumas dificuldades para executar projetos no âmbito sustentável, como por exemplo, alto custo, pouca mão de obra disponível, novas tecnologias, percebe-se também grandes benefícios.

De acordo com Martinelli (2014) são diversos os benefícios encontrados quando a empresa se propõe à prática do empreendedorismo sustentável, dentre eles: geração de dividendos de integridade; introdução de mecanismos de combate à corrupção e normas éticas. As empresas que possuem esse hábito podem sofrer até 50% menos corrupção e a maioria das empresas que adotam boas práticas de cidadania corporativa muitas vezes superam suas concorrentes. Logo, para Miranda (2017) as organizações podem usar o empreendedorismo sustentável como oportunidade de estratégias competitivas para o desenvolvimento do seu negócio.

Dito isso, o modo como se fará uso de estratégias sustentáveis irá aumentar o poder de competitividade entre as empresas e, conseqüentemente, o negócio se desenvolverá de maneira notável. Pois, enveredando por caminhos estratégicos, os gestores conseguem ter uma visão mais clara e ampla dos objetivos a serem alcançados.

No entanto, no campo da sustentabilidade também são encontradas muitas barreiras e dificuldades, as organizações ainda podem encontrar obstáculos quando o assunto é gerir uma empresa sustentável. Sendo, um dos desafios para a implementação do empreendedorismo sustentável, as falhas de mercado que promovem externalidades e ineficiências que refletem em problemas sociais e ambientais, além da dificuldade de colocar em prática o tripé da sustentabilidade (econômico, ambiental e social) levando em consideração assumir os custos e as dificuldades de implementação dos princípios básicos do desenvolvimento sustentável. Encontra-se também o desafio do uso de recursos e tecnologias que acabam por inviabilizar este comércio (Pacheco; Dean; Payne 2010. Lobato; Andrade; Maccari, 2016, p. 2).

Nidumolu, Prahalad e Rangaswami (2009), apresentam estudos realizados com trinta empresas de grande porte dos Estados Unidos (EUA), demonstrando que a

sustentabilidade é uma rica fonte de inovações organizacionais e tecnológicas capazes de gerar tanto receita como lucro. Segundo eles, uma empresa ambientalmente correta tem custos menores, pois acaba utilizando menos insumos além de gerar receita adicional por produtos melhores e novos negócios criados pela organização.

Portanto, é necessário uma maior interação entre o ambiental e o social, principalmente quando se trata de suas bases teóricas e analíticas. Para que ocorra a ação sustentável nas organizações é necessário que todos os elos estejam articulados. Corroborando com Lehtonen (2004), Careon e Silva (2010), que realizaram um estudo com 32 micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo – SP, onde constataram a dificuldade em implantar os conceitos da sustentabilidade, que é sobretudo no elo social o maior problema, tendo como principal motivo o desconhecimento por parte dos colaboradores de conceitos de sustentabilidade, além da falta de interesse e da percepção que é trabalho desnecessário, pois não impactará no resultado financeiro da organização.

3. METODOLOGIA:

Este estudo trata-se de uma pesquisa qualitativa e de revisão bibliográfica. A análise científica apresenta várias modalidades, sendo uma delas a pesquisa bibliográfica que será abordada neste tópico, expondo todas as etapas que devem ser seguidas na sua realização.

A pesquisa bibliográfica é o levantamento ou revisão de obras publicadas sobre a teoria que irá direcionar o trabalho científico o que necessita uma dedicação, estudo e análise pelo pesquisador que irá executar o trabalho científico e tem como objetivo reunir e analisar textos publicados, para apoiar o trabalho científico.

Desta forma para Lakatos e Marconi (2003) esse tipo de pesquisa não é apenas repetição do que já foi dito ou escrito sobre determinado assunto, mas propicia a análise de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a novas conclusões.

Em seguida, foram lidos todos os resumos das publicações a partir dos seguintes critérios de inclusão: artigos científicos na temática proposta e textos e livros disponíveis online. A busca dos artigos consistiu no uso das palavras “Motivação”, “Empreendedorismo”, “Sustentabilidade”. Como critério, foram excluídas as monografias, teses, dissertações, publicações em outros idiomas. Todos os artigos foram consultados diretamente na plataforma Google Acadêmico, em específico artigos publicados nos periódicos das bases de dados de empreendedorismo, inovação e sustentabilidade: Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (REGPE-ANEPE), Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade (SINGEP), Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD), Research, Society and Development, entre outros.

A partir da busca realizada, o método utilizado para leitura dos artigos foi constituído de quatro etapas: leitura exploratória, seletiva, analítica e interpretativa. Com a ampla gama de assuntos envolvendo essa temática e a fim de facilitar a compreensão e a interpretação dos assuntos abordados, optou-se por dividir os artigos em categorias, as quais foram definidas a partir da divisão de temas por maior relevância e maior frequência de abordagem.

4. RESULTADOS

O processo de avaliação abarca múltiplos aspectos e dimensões. Na análise realizada identificamos o foco principal de cada um dos artigos pesquisados e utilizado como referência que percorrem na mesma linha temática deste trabalho científico. Ou seja, foi especificado o tema central de cada um dos artigos selecionados para compor essa revisão bibliográfica.

Ademais, a apresentação dos resultados se deu através de análise de pesquisa bibliográfica. Tomadas como base outros 10 artigos científicos, esses artigos são apresentados segundo a classificação realizada por campo e subcampo de estudos do empreendedorismo. Posteriormente, foram identificados e citados os autores em cada ponto, onde assentem com o conteúdo de acordo com os seus pensamentos.

Diante disso, pode-se identificar ao longo da discussão que: 1) O empreendimento social é caracterizado com o acúmulo de riqueza ou lucro, tendo como habilidades reconhecer e tirar vantagens das oportunidades sociais. Além de possuir uma missão de criar valor social. Desse modo, o empreendedorismo social busca desenvolver produtos e serviços que impactem a sociedade, ajudando a solucionar os problemas enfrentados por ela; 2) já o empreendedorismo tradicional busca resultados imediatos e está sempre esperando obter lucro em um mercado consolidado; 3) o Empreendedorismo ambiental entende a sua responsabilidade no ecossistema e seu impacto nos negócios. Sua renda é voltada para a manutenção dos recursos naturais, logo o lucro ambiental é obtido com a gestão sustentável de recursos naturais adicionado a atitudes de regeneração ecológica. Ou seja, garante que os ecossistemas naturais estão ficando mais fortes e resilientes a cada dia; 4) e o empreendedorismo sustentável busca unir o lucro da empresa e a estratégia de responsabilidade social pois a empresa deve se preocupar também com a preservação do meio ambiente.

Por conseguinte, outra identificação realizada foi as motivações que levam a empreender, levando em consideração o empreendedorismo de necessidade e de oportunidade. Na primeira, o empreendedor é motivado por uma situação difícil, como o desemprego e a falta de dinheiro. Na segunda, a motivação é voltada em encontrar uma oportunidade promissora no mercado e buscar a independência financeira abrindo um negócio próprio por escolha. Logo, predomina a perspectiva de que as pessoas podem ser movidas seja por necessidade ou por oportunidade, mas, nunca, pelos dois motivos ao mesmo tempo.

Muitos dos empreendimentos no Brasil agregam valor econômico e social, são dinâmicos, diversos e inovadores. Com isso, são apontados como principal fator de desenvolvimento econômico. Mas são caracterizados como desinformados e despreparados em termos de planejamento e conhecimento financeiro para abrir ou manter um negócio. Além disso, enfrentam muitas dificuldades ao longo de sua trajetória, como foram abordados alguns exemplos: elevada carga tributária, falta de estímulo ao crédito, incentivos financeiros negados, alta concorrência, burocracia para abrir e regulamentar uma empresa, carência na mentalidade empreendedora por parte dos órgãos governamentais, a escolha de um nicho que os consumidores gostem, além da alta concorrência.

Por fim, foram apresentados as Motivações, Benefícios e Desafios do Empreendedorismo Sustentável. São diversos os benefícios encontrados em uma empresa de prática sustentável, o modo como se fará uso de estratégias sustentáveis irá aumentar o poder de competitividade

entre as empresas e, conseqüentemente, o negócio se desenvolverá de maneira notável. No entanto, este campo enfrenta muitas barreiras e dificuldades, sendo, um deles as falhas de mercado que promovem externalidades e ineficiências que refletem em problemas sociais e ambientais, como também, a dificuldade de colocar em prática o tripé da sustentabilidade, levando em consideração assumir os custos da implementação dos princípios básicos do desenvolvimento sustentável, o uso de recursos e tecnologias, que acabam por inviabilizando essa prática,

5. CONCLUSÃO

O enfoque contínuo e progressivo apresentado anteriormente é pertinente ao relato realizado por Marcovitch (2005; 2006), que trata da trajetória de dezesseis pioneiros empreendedores do Brasil, que marcaram a história do desenvolvimento empresarial no país. No relato destes empreendedores, a ação de empreender foi iniciada pelo impulso do indivíduo para realizar a sua própria sobrevivência, até tornar-se objeto de sua realização pessoal. Nota-se a maleabilidade deste processo, com relação ao objeto de realização por parte destes indivíduos, que se transforma de simples obtenção de meios para sobrevivência, até se alcançar a necessidade de associação e aumento do poder e influência.

Dessa maneira, podemos dizer que foi possível alcançar o objetivo desse trabalho, que foi analisar e identificar os motivos que levam a empreender de forma social e sustentável, onde mostrou-se as características, benefícios e as adversidades presentes no percurso do empreendedor brasileiro, em aspectos sociais, em grande parte a partir dos dados da GEM.

Procura entender o processo empreendedor como forma de estímulo do desenvolvimento econômico e solução de problemas ambientais e sociais. A prática sustentável pode tornar o empreendimento mais complexo, uma vez que o empreendedor terá que assumir os custos e as dificuldades de implantação em um mercado que é receptivo aos produtos responsáveis social e ambientalmente, mas muitas vezes escolhem produtos mais baratos ou que agregam outros atributos.

Explora as motivações que levam os empreendedores sociais e sustentáveis a arriscarem recursos e tempo na tentativa de produzir bens e serviços que atuem nas soluções dos problemas da sociedade, ou seja, possibilitam a introdução de novos bens e serviços que maximizam, de forma integrada, a solução dos problemas sociais, ambientais e econômicos da sociedade.

Este estudo levanta ainda quais são os principais obstáculos enfrentados pelos empreendedores, principalmente os que se arriscam em negócios sustentáveis. As dificuldades encontradas não só em termos financeiros, mas elevada carga tributária, falta de burocracia para abrir e regulamentar uma empresa, carência na mentalidade empreendedora por parte dos órgãos governamentais, entre outros.

A contribuição desta pesquisa foi oferecer um panorama de informações sobre empreendedorismo social e sustentável, assim como as principais características de cada etapa e suas motivações, dessa forma contribuindo para pesquisas futuras sobre o tema, trazendo as mais diversas reflexões e conhecimento para a sociedade.

BIBLIOGRAFIA

AQUINO, C. Inovação e espírito empreendedor - prática e princípios. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, RJ, v. 21, n. 3, p. 163 a 168, 1987. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/9758>. Acesso em: 28 mai. 2023.

ANDRADE, M., Marina de, & Maria, L., Eva. (2003). Fundamentos de metodologia científica. <https://ria.ufrn.br/jspui/handle/123456789/1239>

BARBIERI, José Carlos. Gestão ambiental empresarial: Conceitos, modelos e instrumentos. 4. Ed. São Paulo: Saraiva 2016.

BALBINOT, Z., & Borim-de-Souza, R. (2012). Sustainable development and sustainability as quasi-objects of study in management: a search for styles of reasoning. Management Research: **Journal of the Iberoamerican Academy of Management**, 10(3), 153-186. doi: 10.1108/1536-541211273856 » <https://doi.org/10.1108/1536-541211273856>

BAGGIO, A. F., & Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, 1(1), 25–38. <https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38>

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. doi: 10.5752/P.1984-6606.2012v12n29p109»<https://doi.org/10.5752/P.19846606.2012v12n29p109>

CAMPELLI, M. G. R., Filho, N. C., Barbejat, M. E. R. P., & Moritz, G. de O. (2011). Empreendedorismo no Brasil: situação e tendências. **Revista de Ciências Da Administração**, 133–151. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2011v13n29p133>.

CARDOSO, A. M. S. S. (2022). Empreendedorismo no Brasil: uma análise sobre os desafios e barreiras das organizações com baixo capital financeiro. Repositorio.undb.edu.br. <http://repositorio.undb.edu.br/jspui/handle/areas/734>

CAREON, L. H.; SILVA, S. F. Sustentabilidade ambiental nas organizações: Sustentabilidade empresarial para a micro e pequena empresa. In: **SEMINÁRIO DE ADMINISTRAÇÃO**, 13., 2010, São Paulo. Anais...São Paulo: SEMEAD, 2001, p. 1-16.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: Teoria, processos e prática**. 5. ed. [S. l.]: Elsevier Brasil, 2007. 472 p. ISBN 978-8520436714.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando Idéias Em Negócios**. 2. ed. [S. l.]: Elsevier Editora, 2005. 293 p. ISBN 978-8535215007. Disponível em: google acadêmico. Acesso em: 22 maio 2023.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo, transformando ideias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: **Campus**, 2012. 299 p. ISBN 9788535247589.

DORNELAS, José Carlos Assis. O processo empreendedor. **Empreendedorismo Transformando Ideias em Negócios. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier**, p. 05-36, 2008.

HALL, J. K., Daneke, G. Ae Lenox, M. J. (2010). Sustainable development and entrepreneurship: past contributions and future directions. **Journal of Business Venturing**, 25(5), 439-448. doi: 10.1016/j.jbusvent.2010.01.002 »
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.01.002>

KERLIN, Janelle A. Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences. **Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, v. 17, p. 246-262, 2006: Acesso em 15 mai.2023.

KIRZNER, Israel M. **Perception, opportunity, and profit**. Chicago, IL, USA: Chicago University Press, 1983.

LEHTONEN, M. The environmental–social interface of sustainable development: capabilities, social capital, institutions. **Ecological Economics**, v. 49, n. 2, p. 199-214, 2004.

LOBATO, JOSIANE DE OLIVEIRA; ANDRADE, ELIDA FURTADO DA SILVA; MACCARI, EMERSON ANTONIO. Características e desafios do empreendedor sustentável: Um estudo de caso. **SINGEP**, São Paulo, n. 5ª, p. 1-11, 20 nov. 2016. DOI 133N:2317-8302. Disponível em: google acadêmico. Acesso em: 4 maio 2023.

LOPES, Arleson Eduardo Monte Palma; MIRANDA, Carmem Ferreira de. Empreendedorismo sustentável: uma oportunidade de estratégias competitivas. **Ágora: Revista de Divulgação Científica, Mafra**, v. 22, n. 2, p. 45-65, 19 dez. 2017. Disponível em: <http://www.periodicos.unc.br/index.php/agora/article/view/1519>. Acesso em: 09 abr. 2019.

MARTIN, Roger L; OSBERG, Sally. Social Entrepreneurship: The Case for Definition. **Stanford Social Innovation Review Spring**, [s. l.], 2007. Disponível em: Google acadêmico. Acesso em: 2 jun. 2023.

MARTINELLI, Cláudia. **4 vantagens do empreendedorismo sustentável e ético**. 2014. Disponível em: <https://saiadolugar.com.br/4-vantagens-do-empreendedorismo-sustentavele-etico/>. Acesso em: 09 abr. 2019.

MCCLELLAND, David Clarence. **A sociedade competitiva realização e progresso social**. Expressão e Cultura, 1972.

MELO, Daniela; THEREZA, Maria. Novos negócios em gestão ambiental: Na visão do eco empreendedorismo. Encontro de Estudo sobre empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, [s. l.], 16 mar. 2016. Disponível em: google acadêmico. Acesso em: 5 jun. 2023.

MORAES ROSA, Any et al. EMPREENDEDORISMO, INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE: Uma Análise Bibliométrica. **SEGeT**, [s. l.], v. 2, ed. 34686.41284, 2018. DOI 10.13140/RG.2.2.34686.41284. Disponível em: Google acadêmico. Acesso em: 29 maio 2023.

NETO, LIMA J.A.D; LIMA, J. G. C. C.; LIMA, M. E. B. D.; SANTOS, A. C. B. D. Empreendedorismo na geração Y: motivações, influências e práticas de gestão. **Encontro de**

Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, [s. l.], 2018. Disponível em: Google acadêmico. Acesso em: 25 maio 2023.

NIDUMOLU, R., PRAHALAD, C. K.; RANGASWAMI, M. R. Why sustainability is now the key driver of innovation? **Harvard Business Review**, v. 87, n. 9, p. 56-64, 2009.

NICHOLS, Alex. Empreendedorismo social: novos modelos de mudança social sustentável. [S. l.]: **Oxford University Press**, USA, 2006. 480 p. ISBN 978-0199283873.

PEREIRA, Tarciara Magley da Fonseca; VASCONCELOS, César Ricardo Maia de. Perfil do empreendedorismo inicial é estabelecido e suas motivações. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 8, p. 1-13, 12 jul. 2021. DOI 10.33448/rsd-v10i8.17352. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/17352>. Acesso em: 6 de maio de 2023.

PEREIRA, Fialho Francisco Antônio et al. Empreendedorismo na Era do Conhecimento. Minas Gerais: **Visual Books**, 2007. 188 p. ISBN 978-8575021804.

RIBAS, Raul. A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação. **Caderno de Administração**, [s. l.], v. 5, ed. 1, p. 1-19, 26 mar. 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/caadm/article/view/7781>. Acesso em: 9 maio 2023

RODRIGUES, Maria Ângela Fernandes. Elementos motivadores para a criação do próprio negócio. **Programa de Pós-graduação em administração, Mestrado em Administração**, [S. l.], p. 1-174, jun. 2023. Disponível em: google acadêmico. Acesso em: 8 maio 2023.

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

SULLIVAN Mort, G., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: towards conceptualisation. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, 8(1), 76–88. <https://doi.org/10.1002/nvsm.202>. Acesso em: 15. mai. 2023.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, art. 4, p. 311-327, Maio/Jun. 2014. DOI 10.1590/1982-7849rac20141612. Disponível em <http://www.anpad.org.br/rac>. Acesso em: 8 maio 2023.

WEBER, Max. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. Companhia das Letras, São Paulo: Martin Claret, 2004. 301 p. ISBN 978-8572329750.

YUNUS, Muhammad; MOINGEON, Bertrand; LEHMANN-ORTEGA, Laurence. Construindo modelos de negócios sociais: lições da experiência do Grameen. **Planejamento de longo alcance**, v. 43, n. 2-3, pág. 308-325, 2010.

ZUINI, Priscila. Os 9 tipos de empreendedores mais comuns no Brasil. 2014. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/pme/os-9-tipos-de-empreendedores-maiscomuns-no-brasil/>. Acesso em: 09 set. 2018