

Valores e práticas sustentáveis: uma análise do desenvolvimento sustentável através do empreendedorismo social

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a sociedade contemporânea tem convivido com o surgimento e aumento do número de empresas voltadas para o empreendedorismo social e a adoção de valores voltados a temas ligados à questão ambiental. O incentivo, adoção, implantação, efetivação ou intensificação de práticas sustentáveis que contribuam para a obtenção do desenvolvimento sustentável e de certa forma também contribuam para a redução de desigualdades históricas através de práticas empreendedoras voltadas para o social, podem provocar mudanças positivas na realidade e na vida de pessoas e/ou comunidades.

Assim, o trabalho apresenta como problema de pesquisa a seguinte questão: Como os valores de empresas sociais contribuem para a efetivação de práticas voltadas para a sustentabilidade?

Como objetivo geral, a pesquisa analisa a relação entre valor e sustentabilidade em empresas sociais. De forma específica: Identificar os valores sustentáveis das empresas e analisar de que forma os valores relacionados com a sustentabilidade são colocados em prática nas empresas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esta seção é dividida em dois tópicos: valores sustentáveis associados ao empreendedorismo social e práticas sustentáveis. Assim, explora a potencialidade dos valores ambientais e a importância de adotá-los nas empresas, visando práticas sustentáveis e a sustentabilidade como fator competitivo.

2.1 Valores sustentáveis associados ao empreendedorismo social

Ao analisar a relevância dos valores ambientais associados às empresas, esta, tornou-se nos últimos anos, um fator cada vez mais recorrente na sociedade. Ao adotar estes valores, não é somente a comunidade ou meio ambiente que se sobressaem e obtém ganhos, mas, também as próprias empresas. Para Bassi; Gasparotto; Gonçalves (2020) as empresas que adotam valores sustentáveis obtêm vantagens competitivas, geram lucros e contribuem para que a sociedade reduza a visão distorcida de que as organizações de forma geral, buscam somente o lucro e só praticam ações que causam danos e problemas ambientais e sociais.

2.2 Práticas sustentáveis

À medida que o empreendedorismo vem crescendo no Brasil, mudanças na percepção da sustentabilidade vem crescendo. Um estudo feito pelo *Green Brands Global Survey* no ano de 2009, mostra um grande aumento na mudança de práticas a esse favor. A Tecnologia da Informação (TI) Verde, assim chamada por muitas organizações, consiste em métodos criados para melhorar a gestão em si e a diminuição dos impactos causados e na melhora da qualidade de produção (DOS SANTOS, 2020).

3 METODOLOGIA

Para a realização deste estudo, foi desenvolvida uma pesquisa empírica a partir do método exploratório e descritivo. Como instrumento de coleta de dados foram aplicados

questionários com as empresas cadastradas na plataforma Pipe Social. Assim, caracteriza-se como uma pesquisa de natureza quali-quantitativa, pois foram identificados e discutidos sobre os valores sustentáveis mais presentes nas empresas sociais brasileiras. Portanto, a análise e discussão dos dados e informações coletadas, verificam a relação e aplicabilidade de tais valores presentes no empreendedorismo social e suas relações com as práticas de sustentabilidade.

O quadro 2 abaixo apresenta o questionário aplicado nas empresas. Este questionário buscou enumerar e identificar os valores sustentáveis e práticas presentes nas empresas pesquisadas.

Quadro 2: Questionário

Perguntas	Respostas
1. Quais valores sustentáveis sua empresa adota?	Responsabilidade socioambiental Responsabilidade social Sustentabilidade Requisitos legais Inovação Respeito a vida, Comprometimento Ética Transparência Capacitação Humana perante questões ambientais Preservação Outro:
2. Quais práticas sustentáveis sua empresa adota?	Código de Ética e conduta Uso de energias renováveis Coleta seletiva Reuso de água Reutilização Reciclagem 5S Diagrama de Pareto Redução do nível de consumo de matéria-prima e poluição Transparência Outro

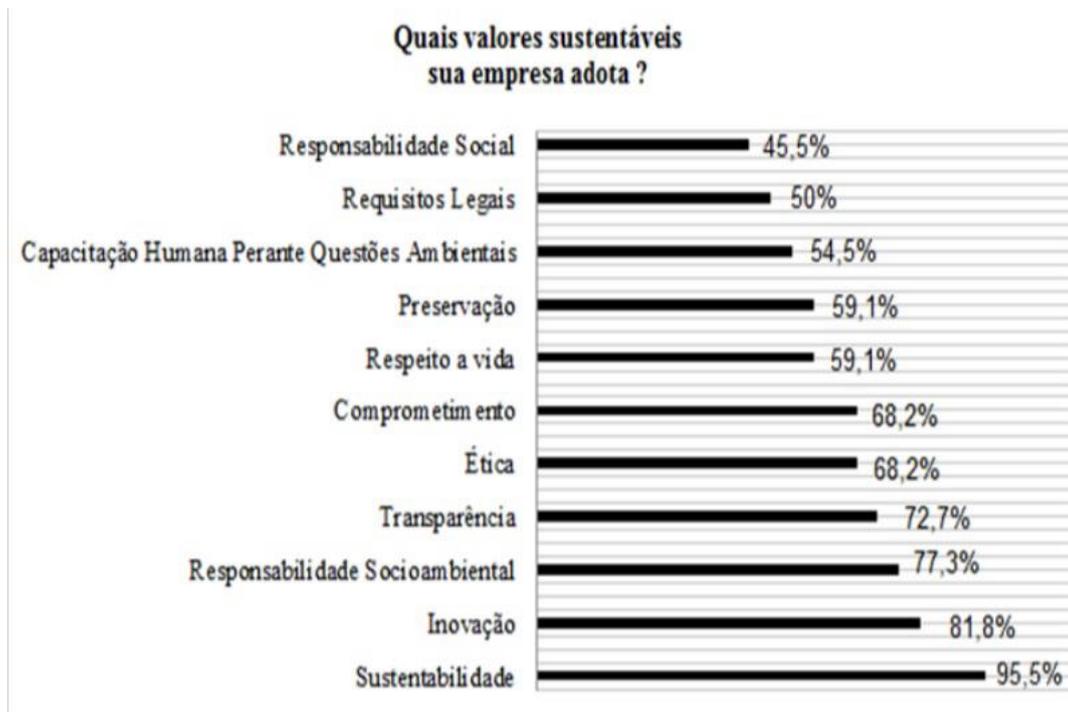
Fonte: Dados da pesquisa (2021).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Esta pesquisa foi realizada por meio da aplicação de questionários virtuais elaborados a partir da plataforma *Google Forms*, que foram encaminhados - através do *google mail* e da rede social Instagram para 106 empresas cadastradas no site Pipe Social. Foram respondidos durante os meses de maio e junho de 2021. Obteve-se o retorno de 22 empresas, possibilitando assim a análise e discussão sobre a relação entre valor e sustentabilidade em empresas sociais.

Verificou-se que dos 11 valores listados, conforme figura 1, a sustentabilidade, destacou-se como o principal valor presente nas empresas pesquisadas, com um percentual de 95,5% em relação ao total dos valores.

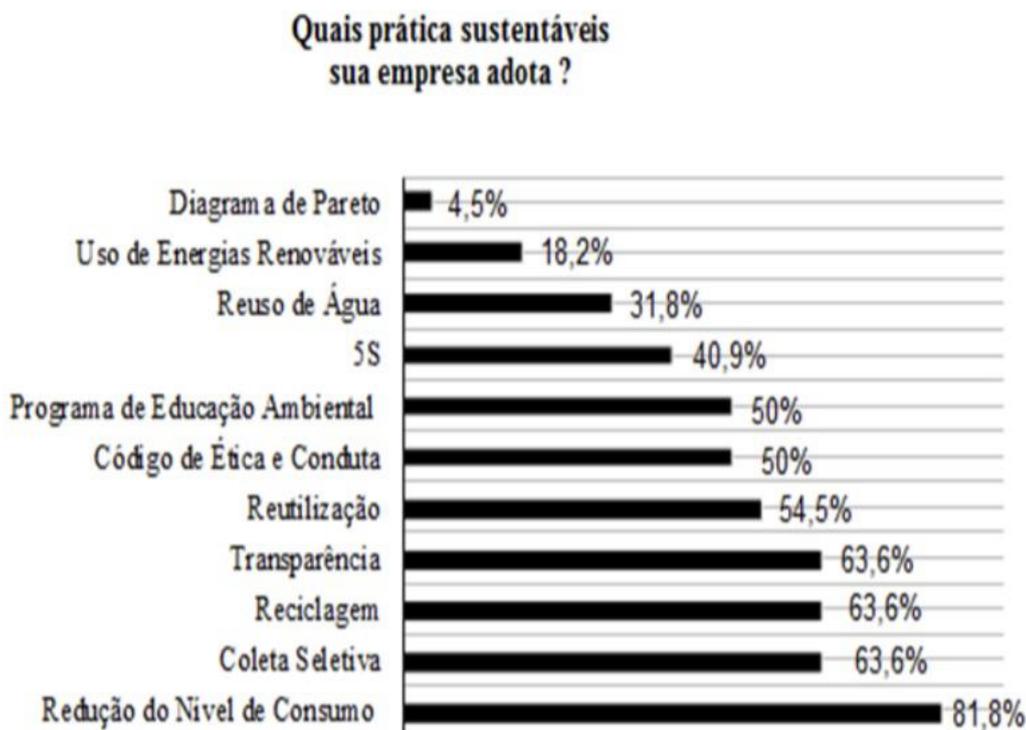
Figura 1: Síntese dos resultados obtidos no *Google Forms*



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Em relação às práticas sustentáveis, obteve-se como resultado as seguintes porcentagens, conforme ilustrado na figura 2:

Figura 2: Síntese dos resultados obtidos no *Google Forms*



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Com isso, vale discutir cada uma dessas práticas, assim como também, analisar os resultados obtidos. No Diagrama de Pareto, percebeu-se que das 22 empresas que responderam,

apenas 4,5% a adotam como prática, observando-se como a menor porcentagem dentre as práticas enumeradas na pesquisa.

5 CONCLUSÃO

Este trabalho possibilitou entender como os valores de empresas sociais contribuem para a efetivação de práticas voltadas para a sustentabilidade. Dessa forma, para se atingir uma melhor compreensão definiram-se dois objetivos específicos. O primeiro, identificar os valores sustentáveis das empresas. O segundo, analisar de que forma os valores relacionados com a sustentabilidade são colocados em prática dentro das empresas.

Como resultado, percebeu-se uma incoerência em relação às porcentagens obtidas na aplicação dos questionários em relação aos valores e as práticas sustentáveis aplicadas nas empresas, pois apesar de todas (100%) as empresas apresentarem pelo menos um valor e uma prática sustentável, os resultados mostram que estas possuem mais valores (161) do que práticas (115).

No que se refere às limitações da pesquisa, houve dificuldades na obtenção de uma maior quantitativo de respostas.

Recomenda-se para trabalhos futuros, a incorporação de um maior quantitativo de empresas pesquisadas.

REFERÊNCIAS

BASSI, W. di G.; GASPAROTTO, A. M. S.; GONÇALVES, G. I. Desenvolvimento sustentável como vantagem competitiva na geração de valor para as organizações empresariais. **Revista Interface Tecnológica**, v.17, n.1, p.279-290, 2020.

DOS SANTOS, C. V. M. Práticas sustentáveis para uma sociedade empreendedora e a utilização de ferramentas de TI verde. **REVISTA INFLEXÃO**, 1(1), 45-54, 2020.

Pipe Social. **Plataforma- vitrine de negócios de Impactos Social**, São Paulo, SP, 2020. Disponível em: <https://pipe.social/>. Acesso em: 09 mai.2020.