

Processo de Criação de Empresas Ambientalmente Sustentáveis: Estudo de Caso em uma Microempresa

Process of Creating Environmentally Sustainable Companies: a Case Study in a Micro Company

Joyce Aparecida Ramos dos Santos

Universidade Federal do Paraná – UFPR – Brasil
joysantosap@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9462-3927>

Rivanda Meira Teixeira

Universidade Federal do Paraná – UFPR – Brasil
rivandateixeira@gmail.com
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3056-6032>

Submetido em 21/08/2020; Aprovado em 26/09/2020.

Resumo

Objetivo: analisar o processo de criação de empreendimentos ambientalmente sustentáveis. **Metodologia:** Tendo por base um modelo conceitual de seis fases, as etapas que permeiam a criação de empreendimentos sustentáveis são abordadas utilizando a estratégia de estudo de caso único, realizada com uma microempresa do setor turístico. **Principais resultados:** Com base no modelo proposto, foi possível constatar que as fases evidenciadas e que ocorrem anteriormente ao reconhecimento de oportunidades sustentáveis foram contempladas. Entretanto, a não linearidade e a recursividade que compreendem tais etapas são fatores que merecem destaque. Embora o modelo sugira que (i) o conhecimento acerca do ambiente natural/ comunitário enfatiza a capacidade de (ii) percepção de problemáticas ambientais que circundam tal ambiente e, motivados pelo interesse em ajudar a sociedade, leva empreendedores sustentáveis a (iii) reconhecerem oportunidades potenciais, o caso investigado apresentou configuração distinta. **Contribuições acadêmicas:** dada a escassez de estudos voltados para compreender o processo de criação de empresas ambientalmente sustentáveis, a pesquisa pode lançar luz sobre o assunto, auxiliando a preencher essa lacuna. **Contribuições práticas:** os resultados alcançados podem auxiliar empreendedores entrantes na prática a terem um melhor norteamento sobre quais caminhos seguir na criação de uma empresa ambientalmente sustentável. **Palavras-chave:** Processo Empreendedor. Empreendedorismo Sustentável. Processo Empreendedor Sustentável. Empreendedorismo Sustentável Ambiental.

Abstract

Objective: to analyze the process of creating environmentally sustainable loans. **Methodology:** Based on a conceptual model of six phases, the steps that permeate the creation of sustainable enterprises are addressed using the unique case study strategy, carried out with a micro-company in the tourism sector. **Main results:** Based on the proposed model, it was possible to verify that the phases evidenced and that occur before the recognition of sustainable opportunities were contemplated. However, the non-linearity and recursion that comprise such steps are factors that deserve to be highlighted. Although the model suggests that (i) knowledge about the natural / community environment, it emphasizes the ability to (ii) perceive environmental issues surrounding such an environment and, motivated by an interest in helping society, leads sustainable entrepreneurs to (iii) recognize potential opportunities, the case investigated presented a different configuration. **Academic contributions:** given the scarcity of studies aimed at understanding the process of creating environmentally sustainable companies, this research can shed light on the subject, helping to fill this gap. **Practical contributions:** the results achieved can help entrepreneurs entering the practice to have a better guidance on which paths to follow in the creation of an environmentally sustainable company. **Keywords:** Entrepreneurial Process. Sustainable Entrepreneurship. Sustainable Entrepreneurial Process. Sustainable Environmental Entrepreneurship.

1. Introdução

O empreendedorismo sempre ocupou posição de significativo destaque entre acadêmicos e formuladores de política (Schaltegger, Beckmann & Hockerts, 2018) graças ao forte vínculo que possui com situações de crescimento e desenvolvimento socioeconômico (Kuratko, Morris & Schindehutte, 2015). Por tal motivo, ações empreendedoras são altamente desejáveis nas mais distintas esferas da sociedade (Tilley & Young, 2009), contexto em que “empreender mais” acaba sendo visto como sinônimo de produzir mais, gerar mais riqueza e criar mais empregos (Kuratko, 2014). Contudo, o fato de tais premissas serem verdadeiras é insuficiente para fazer com que problemáticas ambientais e sociais (Zeng, 2018) — atribuídas em parte ao meio organizacional (Schaltegger, Lüdeke-Freund, & Hansen, 2016) — deixem de evidenciar a necessidade de novos tipos de atividades empreendedoras.

No âmbito destas novas formas de praticar empreendedorismo, emerge o conceito de empreendedorismo sustentável (Muñoz & Cohen, 2018), cuja proposta central reside na busca pela integração de vertentes econômicas, ambientais e sociais no contexto organizacional (Tilley & Young, 2009; Schaltegger, Lüdeke-Freund, & Hansen, 2016). Em virtude das configurações mercadológicas atuais, postular um equilíbrio de tais esferas pode ser considerado fenômeno utópico, cabendo aos empreendedores envolvidos na prática a função de escolher qual vertente será enfatizada no negócio (Dickel, 2018). Como uma consequência direta dessa escolha, tipologias de empreendedorismo sustentável emergem, dentre as quais encontra-se o empreendedorismo sustentável ambiental, objeto deste estudo.

Conforme a nomenclatura revela, embora integre benefícios sociais e econômicos, o foco desta atividade empreendedora reside na busca pela restauração, proteção e preservação do meio ambiente (Gast, Gundolf & Cesinger, 2017). Por tal motivo, na medida em que externalidades ambientais negativas tratadas atualmente como problemáticas acabam se revelando uma fonte potencial para a criação de novos negócios (Cohen & Winn, 2007), empreendimentos ambientalmente sustentáveis de diferentes portes e setores podem ser criados.

No tocante ao porte, cabe salientar que, embora até o momento parte significativa de estudos na área de empreendedorismo sustentável tenha mantido o enfoque em torno de grandes corporações, o impacto de empreendimentos menores não deve ser negligenciado (İyigün, 2015). Isso porque, apesar de parecer individualmente pequena, a influência coletiva desses empreendimentos constitui fator substancial e indispensável para a maioria das regiões (Sarango-Lalangui, Santos, & Hormiga, 2018). Com relação ao setor, observados os vários mercados potenciais à criação de empreendimentos desta natureza, um que merece destaque é o de turismo, tanto pelo alto crescimento a nível mundial (World Travel & Tourism Concil (WTTC), 2018) quanto pela forte necessidade em integrar beneficentemente aspectos relacionados ao meio ambiente em suas ações (Bricker, 2018).

O processo empreendedor ou processo de criação, definido como o conjunto de atividades desenvolvidas pelo empreendedor para originar um negócio (Borges, Fillion & Simard, 2008), é apontado na literatura de empreendedorismo convencional como ponto central para compreensão do campo (Moroz & Hindle, 2012; Kuratko, Morris & Schindehutte, 2015), ocasionando um alto número de estudos buscando explicar como o fenômeno se desenvolve (Moroz & Hindle, 2012). Entretanto, a existência de um cenário propício à criação de negócios sustentáveis (Urbaniec, 2018) foi insuficiente para fazer com que o mesmo ocorresse no campo do empreendedorismo sustentável, cuja literatura é escassa até o momento (Belz & Binder, 2017), sendo ainda inexistente para a tipologia de empreendedorismo sustentável ambiental.

Desta forma, levando em consideração a relevância de porte e de setor e buscando auxiliar no preenchimento dessa lacuna, os esforços empreendidos neste estudo estarão voltados para a seguinte questão de pesquisa: **“Como ocorre o processo de criação de microempresas ambientalmente sustentáveis no setor de turismo?”**. Face ao exposto, tem-se por objetivo central nesta pesquisa identificar fases que permeiam a criação de microempresas ambientalmente sustentáveis no setor em foco.

Argumenta-se que compreender como se desenvolve o processo de criação de um empreendimento no contexto do empreendedorismo sustentável ambiental poderá fornecer contribuições teóricas significativas e necessárias ao amadurecimento deste emergente campo de pesquisa. No contexto prático, evidenciar fases e atividades que permeiam a ação empreendedora neste campo poderá orientar indivíduos interessados a se envolverem na prática acerca de fatores impulsionadores ou inibidores, o que, por sua instância, poderá garantir maior facilidade em sua ação (Kuratko, Morris & Schindehutte, 2015).

O estudo segue estruturado da seguinte maneira: além desta seção introdutória, na seção seguinte,

a fundamentação teórica a respeito dos principais temas abordados é apresentada. Na sequência, os procedimentos metodológicos são evidenciados. Posteriormente, os dados são descritos e analisados. Por fim, implicações teóricas/ práticas da pesquisa e considerações finais são discutidas.

2. Fundamentação teórica

Nesta seção, o referencial teórico acerca das temáticas principais que orientaram a pesquisa e embasaram a construção do modelo conceitual é articulado.

2.1. Empreendedorismo Sustentável e Empreendedorismo Sustentável Ambiental: Características, Oportunidades e Motivações

Empreendedorismo Sustentável é uma atividade empreendedora oriunda do Desenvolvimento Sustentável (Urbaniec, 2018) e que, em sua essência, ocupa-se com a busca de uma integração benéfica entre vertentes ambientais, sociais e econômicas dentro do contexto organizacional (Tilley & Young, 2009; Schaltegger, Lüdeke-Freund, & Hansen, 2016). Empreendedores atuantes nesta prática tenderão a equilibrar uma ou outra vertente da tríade sustentável de acordo com suas preferências (Dickel, 2018). Dentre os resultados possíveis, a atividade empreendedora que preza prioritariamente por questões ambientais, gerando lucratividade e promovendo benefícios para a sociedade em geral e para as comunidades acerca de seu ambiente de inserção em particular (Gast, Gundolf & Cesinger, 2017), enquadra-se na tipologia de empreendedorismo sustentável ambiental.

Nesta tipologia de empreendedorismo, a ideia central reside no entendimento de que economia e sociedade são incorporadas e fortemente dependentes do meio ambiente (Schaltegger, Beckmann & Hockerts, 2018; Domańska, Żukowska & Zajkowski, 2018), contexto em que, conforme negócios criados com intenção de afetar positivamente o meio ambiente tem este objetivo alcançado, os benefícios oriundos se apresentam como um bem público (Nikolaou, Tsagarakis, & Tasopoulou, 2018), situação responsável por inibir a desintegração da vertente social (Demirel, Rentocchini, & Tamvada, 2017).

Oportunidades nesta área passam a serem visualizadas a partir do momento em que externalidades ambientais negativas vistas como complexas e de impossível resolução (Kirkwood & Walton, 2010; Patzelt & Shepherd, 2010) apresentam-se como uma fonte potencial para criação de negócios ambientalmente sustentáveis (Keskin, Diehl, & Molenaar, 2013; Haldar, 2019). Enquanto no contexto do empreendedorismo convencional as oportunidades, definidas como situações em que novas formas de organizar recursos existentes em produto, processo ou mercado, são visualizadas como alternativa para alterar sistemas vigentes, gerando maximização de riqueza financeira (Eckhardt & Shane, 2003); no empreendedorismo sustentável, as oportunidades empreendedoras apresentam como diferencial a necessidade de permitirem a criação de soluções que atendam vertentes ambientais, proporcionando lucratividade e beneficiando o meio social de alguma maneira (Dean & McMullen, 2007).

Um modelo tratando do reconhecimento de oportunidades sustentáveis foi elaborado por Patzelt e Shepherd (2010). Nele, os autores sugerem que (a) um maior conhecimento dos indivíduos empreendedores em relação ao ambiente natural/comunitário (b) enfatiza percepções acerca de ameaças que circundam aquele ambiente e, motivados em desenvolver ganhos pessoais e para os outros, os empreendedores sustentáveis terão uma alta probabilidade de (c) reconhecer oportunidades capazes de lidar com tais externalidades negativas. Paralelamente a isso, o conhecimento prévio desses indivíduos acerca de atividades empreendedoras, caso existente, atuará fortalecendo as referidas relações.

Nesse modelo, convém pontuar que, além dos aspectos motivacionais apresentados pelos autores, ou seja, o desejo de desenvolver ganhos pessoais e para os outros, a literatura demonstra outros impulsores possíveis. Dentre esses, convém destacar: (a) altruísmo em relação ao meio ambiente (Schlange, 2006; Parrish, 2010); (b) altruísmo em relação à sociedade (Schlange, 2006; Parrish, 2010; Fischer, Mauer, & Brettel, 2018); (c) valores verdes (Schlange, 2006; Kirkwood & Walton, 2010; Parrish, 2010); (d) interesse em devolver algo de valor para a região (Schlange, 2006); (e) lacunas de mercado (Kirkwood & Walton, 2010); (f) desejo de ser dono do próprio negócio (Kirkwood & Walton, 2010; Fischer, Mauer, & Brettel, 2018); (g) necessidade de “ganhar a vida” (Kirkwood & Walton, 2010); (h) interesse em educar a sociedade a respeito dos valores verdes que carregam (Parrish, 2010); (i) interesse em satisfazer aspirações próprias da qualidade de vida (Parrish, 2010); e (j) atendimento a leis/ regulamentações (Walley & Taylor, 2002).

Por se tratar de um campo de pesquisa ainda incipiente (Muñoz & Cohen, 2018; Sarango-Lalangui, Santos, & Hormiga, 2018; Schaltegger, Beckmann & Hockerts, 2018), contribuições acerca de fatores

diferenciadores e/ou comuns desta tipologia de empreendedorismo em relação às demais existentes são necessárias para auxiliar em seu amadurecimento. Para tanto, um possível caminho a ser trilhado consiste na busca pela compreensão do processo que origina a criação de empreendimentos ambientalmente sustentáveis, haja vista que, no contexto do empreendedorismo convencional, tal processo é apontado como epicentro do campo (Moroz & Hindle, 2012; Kuratko, Morris &, Schindehutte, 2015). Por esse motivo, a referida temática será tratada no próximo subitem.

2.2. Processo de Criação de Empresas Sustentáveis

Na abordagem convencional de empreendedorismo, o processo empreendedor ou processo de criação de empresas é definido “como o conjunto de atividades que o empreendedor realiza para conceber, lançar e organizar uma empresa” (Borges, Filion &, Simard, 2008, p. 42). Modelos visando explicar como o referido processo se desenvolve foram elaborados (Gartner, 1985; Sarasvathy, 2001; Shane, 2003) no contexto do empreendedorismo convencional. Contudo, apesar da propagação de ideais sustentáveis constituir um cenário propício à criação de empreendimentos voltados para aspectos ambientais e sociais de maneira sinérgica ao ganho financeiro (Kraus, Burtscher, Niemand, Roig-Tierno, & Syrjä, 2017; Urbaniec, 2018), poucas pesquisas relacionadas ao tema foram desenvolvidas até o momento (Belz & Binder, 2017). Antes de adentrar as peculiaridades de alguns modelos apresentados por esses estudos, convém destacar a definição de processo de criação sustentável aqui adotada, ou seja, o conjunto de atividades que o empreendedor realiza para originar um empreendimento com impactos positivos ao meio ambiente e ao bem-estar humano (Choi & Gray, 2008; Belz & Binder, 2017).

A primeira estrutura a ocupar-se do assunto foi elaborada por Choi e Gray (2008), na qual, a partir de um estudo qualitativo com 21 empresas orientadas à sustentabilidade, o processo de criação sustentável foi dividido em 05 etapas principais e 11 atividades componentes. Tal modelo tem início no (a) reconhecimento de uma oportunidade sustentável, passando pela (b) reunião de recursos, (c) lançamento do empreendimento, (d) gerenciamento do crescimento, finalizando-se no (e) colhimento do negócio. Além do modelo supracitado, convém apresentar a estrutura proposta mais recentemente por Belz e Binder (2017). Dividida em seis etapas principais que iniciam a partir do momento em que um problema ambiental ou social é reconhecido, estendendo-se até o instante em que o empreendedor cria ou adentra em um mercado sustentável, a estrutura proposta pelos autores apresenta aspectos particulares e necessários ao campo do empreendedorismo sustentável. Nela, Belz e Binder (2017) postulam que, para um negócio dessa natureza ser criado, o empreendedor necessita (a) reconhecer problemas ecológicos e/ou sociais; (b) reconhecer uma oportunidade ecológica e/ou social; (c) desenvolver uma solução voltada para um desses aspectos de maneira conjunta à vertente econômica; (d) desenvolver uma solução que englobe a terceira vertente sustentável; (e) financiar e criar o empreendimento; e, por fim, (f) criar ou adentrar um mercado voltado para a sustentabilidade.

Comparativamente, os dois modelos discutidos dão pouca ênfase a quais aspectos motivacionais auxiliam no processo de reconhecimento de oportunidades sustentáveis e como o fazem (Patzelt & Shepherd, 2010). Dessa forma, tendo em vista a importância do tópico das motivações para compreender aspectos particulares de empreendedores sustentáveis (Fischer, Mauer, & Brettel, 2018; St-Jean & Labelle, 2018) e a premissa do empreendedorismo sustentável ambiental de que qualquer ação em nível de meio ambiente impacta o meio social de alguma maneira (Nikolaou, Tsagarakis, & Tasopoulou, 2018), um modelo de processo de criação voltado para esta tipologia de empreendedorismo sustentável justifica algumas adaptações, as quais serão melhor pontuadas e discutidas no subitem que segue.

2.3. Um Modelo Conceitual para o Empreendedorismo Sustentável Ambiental

Buscando explicar fases e atividades que permeiam a criação de empreendimentos ambientalmente sustentáveis, neste estudo, dois modelos foram selecionados para embasar um modelo conceitual voltado para tal questão. O primeiro deles é o de Patzelt e Shepherd (2010), que dissertam acerca de características pessoais que podem auxiliar o indivíduo no reconhecimento de oportunidades sustentáveis, dando ênfase à maneira sob a qual aspectos motivacionais atuam. A escolha do referido modelo justifica-se pelo fato de que, embora parte substancial das estruturas existentes representando o processo empreendedor tradicional (Shane, 2003) ou sustentável (Choi & Gray, 2008; Belz & Binder, 2017) inicie tratando de uma oportunidade já reconhecida, compreender quais fatores motivam empreendedores sustentáveis (Fischer, Mauer, & Brettel, 2018; Jayashankar, Van Auken, & Ashta, 2018) a se aventurarem neste campo e como esses auxiliam no processo de descoberta de uma oportunidade potencial

(Patzelt & Shepherd, 2010) são assuntos que merecem ser tratados em um modelo de processo empreendedor quando se objetiva sua completude.

O segundo é o de Belz e Binder (2017), cuja escolha se justifica por englobar todas as fases que compõem a criação de um empreendimento sustentável desde o momento em que uma oportunidade é reconhecida até o instante em que o empreendedor cria ou adentra em um mercado voltado para sustentabilidade. O fato de o modelo supracitado apresentar encerramento no instante em que a organização é criada cumpre o propósito de compreender fases e atividades componentes do processo empreendedor sustentável ambiental, deixando de lado aspectos relacionados à gestão (Borges, Simard & Fillion, 2008; Choi & Gray, 2008), os quais ultrapassariam os objetivos estabelecidos neste estudo. Enquanto no modelo de Patzelt e Shepherd (2010) uma extensão foi proposta para além do momento em que uma oportunidade sustentável é reconhecida, no modelo proposto por Belz e Binder (2017), alterações adicionais foram realizadas para permitir uma adaptação ao contexto do empreendedorismo sustentável ambiental.

Assim, embora na perspectiva destes autores o processo empreendedor sustentável seja composto por seis fases, neste estudo, sugere-se uma redução para cinco. Antes de falar do ponto-chave reduzido no modelo, é importante pontuar que, levando em consideração a descrição dos autores, as fases nomeadas (i) percepção de ameaça ao ambiente natural/ comunitário (Patzelt & Shepherd, 2010) e (ii) reconhecimento de problemas ecológicos/ sociais (Belz & Binder, 2017) são tratadas como semelhantes.

Paralelamente a isso, a fase (ii) desenvolvimento de uma solução de base dupla (Belz & Binder, 2017) foi retirada no processo de construção do modelo conceitual desta pesquisa. O motivo dessa redução é coerente com a definição de empreendedorismo sustentável ambiental adotada, a qual postula que, dada a dependência da sociedade e da economia em relação ao meio ambiente (Domańska, Żukowska & Zajkowski, 2018; Schaltegger, Beckmann & Hockerts, 2018), qualquer solução voltada para questões ambientais tende a causar impacto na sociedade (Nikolaou, Tsagarakis, & Tasopoulou, 2018), sendo, portanto, dispensável separar a criação de soluções com benefícios ambientais e sociais em fases distintas. A ilustração do modelo conceitual a ser testado pode ser visualizada na Figura 1 e é discutida na sequência.

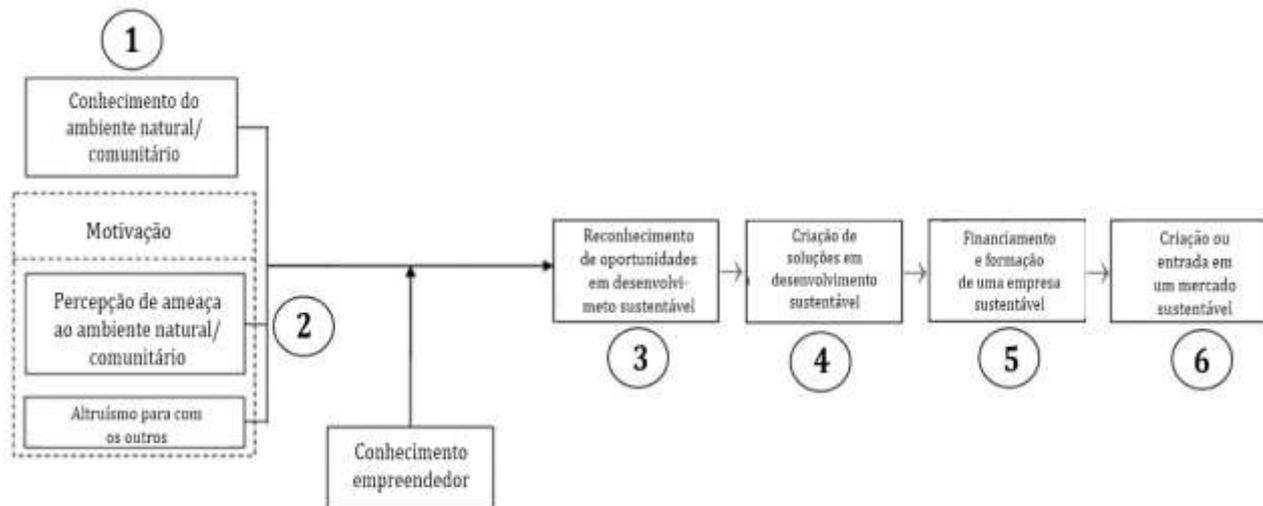


Figura 1: Modelo conceitual para processo de criação de empreendimentos ambientalmente sustentáveis
Fonte: Elaborado pelas autoras (2019), adaptado de Patzelt e Shepherd (2010); Belz e Binder (2017).

No modelo apresentado, argumenta-se que (i) um maior conhecimento dos empreendedores acerca do ambiental natural/ comunitário (ii) enfatiza sua capacidade em perceber ameaças que circundam tal ambiente e, motivados em desenvolver ganhos pessoais e para os outros, (iii) oportunidades sustentáveis ambientais são reconhecidas. Caso exista, o conhecimento prévio dos indivíduos sobre atividades empreendedoras, adquirido de maneira prática (empreendendo anteriormente ou participando diretamente da gestão de negócios), fortalecerá as referidas relações. A respeito dessa dimensão, argumenta-se que, embora Patzelt e Shepherd (2010) não tenham originalmente tratado a importância de

conhecimentos adquiridos teórica ou informalmente (participação em eventos de empreendedorismo, vivência em ecossistemas empreendedores etc.), estes podem representar ativos relevantes no fortalecimento das relações supracitadas.

Após reconhecerem oportunidades sustentáveis ambientais potenciais, os empreendedores (iv) criam soluções ambientais capazes de gerar benefícios à comunidade local de maneira particular e à sociedade em geral. Com essas soluções projetadas, eles realizam o (v) financiamento e criação de uma organização ambientalmente sustentável, a qual, a depender do grau de inovação, poderá (vi) criar novos mercados ou mesmo adentrar mercados já existentes.

Finalizada a apresentação do modelo que orientará a condução da pesquisa, na seção que segue, os procedimentos metodológicos adotados são evidenciados.

3. Procedimentos metodológicos

O presente estudo caracteriza-se como qualitativo com propósito exploratório e descritivo. A intenção em analisar determinado fenômeno de maneira aprofundada é uma das premissas da pesquisa qualitativa (Creswell & Creswell, 2018), contemplada neste estudo pela busca em compreender fases e atividades que permeiam a criação de empresas ambientalmente sustentáveis. A escassez de estudos com objetivo semelhante na literatura de empreendedorismo sustentável (Belz & Binder, 2017), somada à inexistência de pesquisas voltadas especificamente para a tipologia de empreendedorismo sustentável ambiental, justifica a realização de um estudo exploratório (Neuman, 2014). A descrição das fases e atividades envolvidas no processo cumpre o propósito descritivo da pesquisa (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2009).

Para realização da pesquisa, optou-se pela estratégia de estudo de caso único (Yin, 2015). Desta forma, o caso selecionado será tratado como Empreendimento A, localizado na cidade de Curitiba/PR e considerado um dos primeiros *hostels* adeptos à filosofia *slow design* no Brasil (Gazeta do Povo, 2019), situação responsável por conferir características diferenciadas de compromisso e respeito com a esfera ambiental (Grosse-Hering, Mason, Aliakseyeu, Bakker, & Desmet, 2013), quando comparado a outros empreendimentos. Como critérios para seleção do caso, observaram-se ações da empresa que pudessem posicioná-la como organização ambientalmente sustentável, ou seja, atividades voltadas para preservação do ambiente e constante busca pela minimização de impactos ambientais negativos (gestão de resíduos, uso consciente da água, uso consciente da luz). Além destas características, as quais conferem ao caso peculiaridades ambientais com significativa importância para os objetivos do estudo, argumenta-se que o fato de o *hostel* ter sido inaugurado havia menos de quatro meses da data de realização da entrevista permite que memórias relativas aos eventos que compuseram o processo de criação do empreendimento estivessem bastante acessíveis para a empreendedora entrevistada.

Para coleta de evidências, foram utilizadas as técnicas de entrevista semiestruturada (Brinkmann, 2018) e de análise de documentos (Yin, 2015). Buscando garantir uma maior riqueza aos dados, a entrevista foi realizada presencialmente com a empreendedora responsável pela criação do empreendimento A, a qual, para facilitar o processo de redação e análise, será tratada como Empreendedora A, resultando em 89 minutos. Ressalta-se que, mediante autorização prévia da Empreendedora A devidamente documentada, o áudio da entrevista foi gravado com auxílio de dispositivo eletrônico tipo *smartphone* e, posteriormente, transcrito e encaminhado para validação.

Em relação ao uso da técnica de análise de documentos (Godoy, 1995), cabe ressaltar que este auxiliou na consulta de informações relevantes sobre o processo de criação da empresa estudada e que porventura pudessem ter sido esquecidas pela empreendedora. Os documentos fornecidos foram (a) registros legais – CNPJ, inscrição estadual e alvará; (b) licença ambiental; e (c) reportagens sobre o empreendimento disponíveis em diferentes páginas da *web* tais quais redes sociais, *site* oficial da empresa e reportagens anteriores que versavam sobre o empreendimento em foco.

O uso de fontes de evidências distintas para coleta dos dados garante que o presente estudo cumpriu devidamente o processo de triangulação (Flick, 2018), responsável por auxiliar na qualidade da pesquisa ao desenvolver linhas convergentes de investigação (Yin, 2015).

Os dados foram analisados através da técnica de análise de conteúdo, definida por Bardin (1977, p. 38) como o “conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Nesse processo, as seguintes etapas foram contempladas: (i) pré-análise; (ii) exploração do material; e (iii) tratamento dos resultados, inferência e interpretação (Bardin, 2004).

Como maneira de auxiliar na organização, categorização e maior suporte às ideias em relação aos dados obtidos, utilizou-se o *software* Atlas. TI (Muhr, 1991), o qual, embora não interprete os dados, fornece maior sistematicidade às evidências coletadas, na medida em que disponibiliza recursos e facilidades capazes de otimizar o processo de organização (Barbosa, 2006). As categorias observadas, baseadas no modelo conceitual, foram: (a) empresa ambientalmente sustentável; (b) empreendedor sustentável; (c) conhecimento do ambiente natural/ comunitário; (d) motivações; (e) conhecimento empreendedor; (f) reconhecimento de oportunidades sustentáveis ambientais; (g) criação de soluções sustentáveis ambientais; (h) financiamento e formação de organização sustentável ambiental; e (i) criação ou entrada em mercado sustentável.

Apresentados os procedimentos metodológicos utilizados na condução do estudo, na seção que segue os dados serão analisados.

4. Apresentação e discussão dos resultados

Nesta seção, os principais achados da pesquisa são descritos e analisados. Assim, inicialmente, características acerca do empreendimento que permitiram classificá-lo como ambientalmente sustentável são apresentadas. Posteriormente, o processo que deu origem à organização investigada é contemplado.

4.1. O Empreendimento e o Empreendedor

O empreendimento A, embora tenha abertura de CNPJ datada em 2016, foi oficialmente inaugurado em março de 2019, na cidade de Curitiba, capital do Estado do Paraná. Trata-se de uma microempresa (Sebrae, 2014) atuante no setor de turismo que oferece como atividade principal serviços de hospedagem. Atualmente, a equipe do empreendimento é composta por dois funcionários e a Empreendedora A, responsável pela criação do negócio. Com 28 anos de idade, a Empreendedora A é formada em Tecnologia em Processos Ambientais pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) e não possuía experiência na área de empreendedorismo ou gestão antes da criação do empreendimento.

Localizado em um ambiente urbano, o empreendimento A recebe hóspedes de diversas localidades do mundo e apresenta como uma espécie de serviço adicional a realização constante de diálogos educativos com seus clientes, nos quais os temas abordados são voltados para conscientização da importância de questões ambientais dentro da sustentabilidade do planeta. O interesse em disseminar valores verdes através de seus negócios foi apontado por Parrish (2010) como característica motivadora de empreendedores sustentáveis.

Embora negócios sustentáveis sejam caracterizados pela integração de vertentes econômicas, sociais e ambientais em suas atividades (Schaltegger, Lüdeke-Freund, & Hansen, 2016), compreende-se que o empreendedor tenderá a priorizar a dimensão com maior significado para ele (Dickel, 2018). Dessa forma, levando em consideração que todo o conceito do empreendimento foi pensado com base no movimento *slow design*, o qual preza em seguir o ritmo da natureza, buscando promover o bem-estar do ambiente natural, dos indivíduos e da sociedade (Grosse-Hering, Mason, Aliakseyeu, Bakker, & Desmet, 2013), o empreendimento A pode ser caracterizado como ambientalmente sustentável (Gast, Gundolf & Cesinger, 2017).

Dentre as evidências que reforçam esse entendimento, é possível mencionar os princípios de permacultura urbana presentes na arquitetura do empreendimento A, além do desenvolvimento de ações voltadas para esfera ambiental, a exemplo da (a) criação de um sistema de captação de água da chuva; (b) uso de iluminação eficiente a partir de lâmpadas de LED produzidas no Brasil; (c) utilização de sistema de coleta seletiva para resíduos produzidos internamente; (d) desenvolvimento de projetos de compostagem; (e) elaboração de telhado verde; (f) uso de bambu local e madeira reaproveitada de casas demolidas nos forros e construção dos móveis; (g) utilização de lençóis feitos a partir de algodão orgânico; e (h) uso de cobertores feitos a partir de fibras sintéticas oriundas de garrafas pet.

Os referidos materiais, utilizados na construção e decoração do empreendimento, apresentam origem local e nacional, dentre as quais é possível mencionar aldeias indígenas, artesãos locais e cooperativas nacionais. Na percepção da Empreendedora A, permitir que essas comunidades tenham suas artes compradas e disseminadas coloca em evidência um trabalho muitas vezes desconhecido, gerando impacto social em pequena escala, mas que apresenta significativa relevância. Além disso, funcionários do empreendimento A são orientados a atuarem disseminando práticas de importância ambiental para clientes, vizinhos e hóspedes, promovendo troca de experiências e informações que podem significar uma

mudança de comportamento e, conseqüentemente, impactar positivamente o bem-estar e a qualidade de vida das pessoas (Gast, Gundolf & Cesinger, 2017).

Com relação à viabilidade econômica do empreendimento, a Empreendedora A relata que, embora nesse tipo de negócio o retorno do investimento ocorra em maior tempo quando comparado a um negócio convencional, o fortalecimento de seus ideais em relação ao meio ambiente (Schlange, 2006; Kirkwood & Walton, 2010; Parrish, 2010) e a possibilidade de compartilhar isso com outras pessoas (Fischer, Mauer, & Brettel, 2018) acabam por compensar a equação.

4.2. Processo Empreendedor Ambientalmente Sustentável

O ponto inicial para que a Empreendedora A se interessasse em criar um negócio ambientalmente sustentável relaciona-se com os conhecimentos adquiridos durante sua formação acadêmica. Após receber uma orientação mais técnica a respeito das problemáticas causadas pelos resíduos ao meio ambiente e à sociedade de maneira geral, a empreendedora relata ter sido **motivada** a disseminar tais conhecimentos para outras pessoas em um formato que não fosse acadêmico, mas que, ainda assim, tivesse o potencial de causar mudanças de comportamento com resultados significativos ao bem-estar natural e à qualidade de vida das pessoas.

“[...] o que na verdade foi o estopim (para busca de problemáticas ambientalmente sustentáveis passíveis de serem resolvidas através de um negócio) foi a Política Nacional de Resíduos Sólidos que a gente estudou e aí eles começavam a falar sobre a logística reversa, sobre o quanto é o impacto dos resíduos na nossa vida, no ambiente e tal. [...] depois eu comecei a mergulhar e até fiz um projeto sobre catadores pra ver a problemática do lixo, e vi que gostaria de falar sobre isso pra mais pessoas que não fosse num formato acadêmico. Que fosse um formato negócio e que as pessoas tivessem mais focadas na sua diversão, na leveza, do que na chatice dos resíduos por exemplo.”

Considerando a relevância de compreender quais fatores motivam indivíduos a se interessarem por desenvolver ações em empreendedorismo sustentável (Fischer, Mauer, & Brettel, 2018; St-Jean & Labelle, 2018), é possível compreender que, no caso da Empreendedora A, sua preocupação com o meio ambiente (Schlange, 2006; Kirkwood & Walton, 2010) atrelada ao interesse em educar a sociedade a respeito dos valores verdes que carregava (Parrish, 2010) constituíram fatores motivacionais que a impulsionaram na busca por problemáticas ambientais que pudessem ser solucionadas através de sua ação.

De acordo com o modelo proposto, o **conhecimento do empreendedor acerca do ambiente natural/ comunitário** (Patzelt & Shepherd, 2010) poderá enfatizar sua capacidade em **reconhecer problemas ambientais** que circundam aquele ambiente, os quais, na sequência, serão traduzidos em **oportunidades sustentáveis ambientais** (Patzelt & Shepherd, 2010; Belz & Binder, 2017). A empreendedora A relata sempre ter vivido no bairro onde o empreendimento foi fundado, sendo o local propriamente dito um antigo casarão de propriedade de sua bisavó.

“[...] eu sempre morei nesse bairro, na verdade. Então eu sempre convivi com essa vizinhança e eu acredito muito, que pra estar conectado, pra você se manter, construir uma relação ambiental, você tem que se relacionar com o lugar. Então, eu acredito muito nisso.”

Conforme evidenciado na fala da Empreendedora A, a ligação afetiva que possuía com o espaço pode ser vista como fator que exerceu forte influência em sua decisão por abrir o empreendimento na região (Patzelt & Shepherd, 2010), entretanto, ao contrário do que o modelo propõe, o **reconhecimento da problemática ambiental** ocorreu em um contexto fora do ambiente natural/ comunitário, sendo a ideia trazida para o local com o qual a empreendedora possuía uma ligação.

“[...] eu visualizei o impacto da hospedagem em si em alguns termos né, pelo impacto na região assim do empreendimento, mas esse é um impacto positivo de empregar pessoas. O consumo de água, o consumo de energia, e esse trânsito de gente né, porque para você ir para um lugar você precisa liberar CO2, são raras as pessoas hoje que andam a pé né, imagine viajar. Quase não, nada. Então, são muitos aspectos conectados com os nossos recursos, então, e quanto maior o empreendimento, maior o impacto, né referente à hospedagem... E a ideia foi justamente essa, fazer algo menor, pra que também o impacto não fosse tão grande. Então o que eu fiz foi trazer né essa ideia pro local que eu tinha, que era a casa da minha bisavó.”

Em outras palavras, ao invés do **conhecimento acerca do ambiente natural/ comunitário** levar a empreendedora a **reconhecer uma problemática ambiental** que justificasse a criação de um empreendimento ambientalmente sustentável como possível mecanismo de resolução naquela localidade, a

inquietação inicial com impactos negativos oriundos de atividades turísticas, percebidos durante viagens por ela realizadas, a levaram a querer desenvolver um empreendimento diferenciado, sendo a ideia executada no local onde ela cresceu. Nesse sentido, é importante enfatizar que, conforme as evidências revelam, o reconhecimento das oportunidades sustentáveis é diretamente relacionado à formação do empreendedor que, ao fornecer preparo técnico, desencadeia o desenvolvimento de pesquisas sobre negócios passíveis de serem criados no meio.

Nesse sentido, é possível afirmar aqui que as fases propostas por Patzelt & Shepherd (2010) se invertem, sendo primeiramente a problemática ambiental reconhecida e, após tal reconhecimento, a ideia trazida para o contexto de vivência da empreendedora.

Após o reconhecimento da problemática ambiental, a Empreendedora A relata ter sido **motivada** pelo desejo de atender um mercado até então sem muitas opções, ou seja, a escassez de um “produto turístico” capaz de lidar eficientemente com os impactos ambientais negativos oriundos das configurações tradicionais. Imperfeições de mercado como geradoras de problemas ambientais passíveis de serem resolvidos por empreendedores sustentáveis foram pontuadas no estudo de Cohen e Winn (2007). Além disto, o desejo da empreendedora em preencher tal lacuna atuou como aspecto motivacional (Kirkwood & Walton, 2010) que a permitiu visualizar tais problemáticas como fonte potencial para criação de um negócio em maior acordo com ideais sustentáveis (Keskin, Diehl, & Molenaar, 2013; Haldar, 2019).

“[...] pra mim a pegada foi muito que, outro lado, a vida assim, em paralelo, sempre viajei muito. E, fiquei em muitos lugares, desde plataformas mais colaborativas e tal, e eu via que não tinha um formato de hospedagem que falasse sobre isso. Tem alguns projetos, tem algumas compensações, mas um lugar que oferecesse essa proposta... [...] e principalmente não tinha nada parecido em relação à hospedagem acessível. Porque é sempre megalomaníaco, o luxo e tudo quando se fala em sustentabilidade. Daí como eu estudo parte ambiental né... Foi por uma falta de produto no mercado, assim.”

Em outras palavras, a problemática ambiental visualizada, ou seja, os impactos negativos oriundos de atividades turísticas ao meio ambiente, atrelados à inexistência de um modelo de hospedagem que pudesse causar um impacto menor, ser financeiramente acessível e atuar como agente disseminador de práticas mais amigáveis ao meio ambiente para hóspedes, funcionários e comunidade do entorno, caracteriza-se como a **oportunidade sustentável** (Dean & McMullen, 2007) com foco ambiental visualizada pela Empreendedora A.

Nesta fase, a empreendedora realizou uma avaliação da oportunidade (Eckhardt & Shane, 2003) através de um levantamento, verificando o número de empreendimentos existentes na região e que ofereciam serviços semelhantes (hospedagem compartilhada), os preços cobrados por tais empreendimentos e a perceptiva de crescimento do setor. Embora não tenha sido uma pesquisa formal, a empreendedora afirma que tal sondagem a auxiliou a compreender melhor a dinâmica do negócio que pretendia criar.

“[...] eu fiz um levantamento. Um levantamento para pesquisar se... quais que eram os *hostels* que tinham aqui, quais que eram os valores e qual era a perspectiva de crescimento do setor né. Então foi baseado nisso né. Bem específico. Não foi uma amplitude grande.”

Outra categoria presente no modelo e, portanto, observada na pesquisa, diz respeito ao **conhecimento empreendedor** (Patzelt & Shepherd, 2010) dos indivíduos, ou seja, à sua experiência anterior em atividades de empreendedorismo ou de gestão que pode fortalecer as relações que vão desde a motivação inicial até o reconhecimento da oportunidade. Neste ponto, é plausível ressaltar que a Empreendedora A não tinha nenhuma vivência anterior, seja empreendendo, seja gerenciando algum negócio. O mesmo é válido para o ramo de hospedagem no setor de turismo, onde ela também nunca havia atuado. Por outro lado, a Empreendedora A ressalta que o fato de ter participado de atividades pontuais voltadas para a área de empreendedorismo, a exemplo de uma disciplina optativa cursada durante sua graduação, atrelada à questão de alguns familiares serem empreendedores, são aspectos que forneceram a ela um ecossistema de muita troca e colaboração, no qual orientações recebidas por colegas/membros da família podem ter auxiliado no momento de empreender.

Essas evidências ampliam a percepção de “conhecimento empreendedor” delimitada por Patzelt & Shepherd (2010) ao evidenciarem que nem sempre é necessário que o indivíduo tenha tido uma experiência anterior prática, sendo conhecimentos teóricos e vivências informais a respeito do assunto fatores relevantes para o reconhecimento de oportunidades potenciais.

Com a oportunidade reconhecida, o empreendedor sustentável adentra a fase em que é necessária

a criação de uma solução voltada para seu empreendimento, a qual, no modelo de Belz & Binder (2017), abarca inicialmente uma vertente sustentável ambiental ou social juntamente à econômica. Aqui é interessante ressaltar que, dada a definição de empreendedorismo sustentável ambiental adotada nesta pesquisa (Gast, Gundolf & Cesinger, 2017), atrelada ao entendimento de que sociedade e economia são integradas e fortemente dependentes do meio ambiente (Domańska, Żukowska & Zajkowski, 2018; Schaltegger, Beckmann & Hockerts, 2018), argumenta-se que a criação de uma solução preponderantemente ambiental impactará o meio social de maneira direta ou indireta (Nikolaou, Tsagarakis, & Tsoupolou, 2018), dispensando a divisão de tal fase em duas etapas distintas.

Assim, a fase de **criação de uma solução ambientalmente sustentável** por parte da Empreendedora A envolveu todo o projeto do negócio. Nesse momento, a empreendedora relata ter como premissa o entendimento de que o empreendimento a ser construído deveria, entre outros aspectos, prezar pela geração de conteúdo acerca da importância de recursos naturais em termos de uso consciente e preservação, contexto em que a proposta voltada para preservação e uso consciente do negócio também deveria ser traduzida na arquitetura do empreendimento. Dessa forma, o conceito foi respaldado no movimento *slow design*, responsável por prezar pelo respeito ao ritmo da natureza e por promover o bem-estar do ambiente natural, dos indivíduos e da sociedade (Grosse-Hering, Mason, Aliakseyeu, Bakker, & Desmet, 2013).

Na perspectiva de Belz e Binder (2017), o desenvolvimento de uma solução desta natureza tem como base o alinhamento das metas do negócio com valores buscados por um grupo específico de clientes. No caso da Empreendedora A, a proposta de solução criada foi justamente atender ao nicho de clientes que buscavam por uma hospedagem ambientalmente mais amigável e capaz de proporcionar aprendizado acerca de práticas dessa natureza, visando sua disseminação e execução no cotidiano.

“[...] como é um negócio pequeno também não sou a salvadora da pátria, mas eu acho que isso serve na verdade de estímulo e abertura para as pessoas, pra gente conversar sobre isso. Para pessoas que vem aqui voltarem pras suas casas e pensarem “puxa, eu posso fazer diferente”.

Para que pudesse priorizar aspectos ambientais em todas as vertentes, a empreendedora decidiu reformar o antigo casarão de sua bisavó, reutilizando a estrutura original, utilizando materiais reaproveitáveis e, quando impossível, comprando materiais certificados em termos de responsabilidade ambiental. O projeto, posteriormente executado, envolveu preocupações ligadas a soluções inteligentes do uso da água, à iluminação eficiente voltada para o consumo reduzido de energia, à elaboração de telhado verde e ao uso de bambu em parte dos forros da construção e de alguns móveis. Na vertente social, a decoração foi pensada priorizando artesanatos de comunidades locais, o que, na perspectiva da empreendedora, funciona como um mecanismo de valorização destes trabalhos. Outro ponto relaciona-se aos serviços de orientação a respeito de práticas ambientais que o empreendimento A proporciona não apenas para seus hóspedes, mas também para a vizinhança ao entorno.

“[...] toda a concepção do negócio foi pensada voltada pra essa área ambiental [...] desde a construção em si que, leva princípios da permacultura, do *slow design*, materiais locais, e, até com a própria daí captação de água de chuva, iluminação eficiente, é... temáticas né, conteúdos relacionados a isso, conversar com as pessoas sobre isso e as nossas indicações também tem essa vertente ambiental, lugares pras pessoas irem.”

Na fase posterior, a qual contempla o **financiamento e formação de uma organização ambientalmente sustentável**, dificuldades adicionais desses empreendedores no tocante à aquisição de recursos financeiros são pontuadas como elemento capaz de dificultar a formação do empreendimento (Choi & Gray, 2008). Entretanto, contrapondo estudos anteriores (Belz & Binder, 2017), a Empreendedora A afirma que a reunião de recursos financeiros, em seu caso, capital de terceiros, não foi algo que dificultou a formação do empreendimento. Por outro lado, ressalta que o excesso de burocracia e a dificuldade em conseguir sincronizar de maneira válida as licenças necessárias à abertura do negócio acabaram dificultando a fase de organização.

“[...] As principais dificuldades foram as licenças mesmo. A burocracia do ter que conseguir uma licença aqui e ao mesmo tempo essa, ao mesmo tempo essa e elas não estavam todas sincronizadas, né. Então isso faz com que uma vença e daí exige um recurso a mais, e daí um recurso a mais e você fica naquilo. E até pra própria aceitação em relação aos materiais naturais.”

Na última fase do modelo proposto, é iniciado o momento de **criar ou adentrar um mercado sustentável**, fator que dependerá do grau de inovação proposto pelo empreendimento. Esse momento

é justificado pelo instante em que um cliente pode adquirir produtos ou desfrutar dos serviços fornecidos pelo empreendimento (Belz & Binder, 2017). No caso da Empreendedora A, embora o CNPJ da organização tenha sido constituído no final do ano de 2016, a abertura oficial do negócio ocorreu no início de 2019. Além disso, apesar de oferecer um serviço diferenciado em comparação a outros *hostels*, o empreendimento A não criou um novo mercado, mas sim ingressou no tradicional ramo de hospedagens do setor de turismo.

5. Implicações teóricas e práticas

Os resultados alcançados nesta pesquisa fornecem implicações significativas ao corpo teórico do empreendedorismo sustentável ambiental, bem como a empreendedores interessados em criar organizações dessa natureza. De modo específico, uma contribuição ao amadurecimento do campo é fornecida conforme aspectos próprios da atividade são caracterizados, permitindo um maior conhecimento sobre as especificidades que permeiam o tema. Paralelamente a essa questão, cabe frisar que a centralidade do tópico do processo empreendedor para compreensão do tema representa um ponto relevante quando se pretende investigar campos ainda incipientes, conforme proposto nesta pesquisa.

No âmbito prático, compreendendo que a proposição de estruturas de processo empreendedor pode melhor orientar a ação de indivíduos envolvidos no desenvolvimento dessas atividades, as evidências aqui encontradas fornecem suporte para que empreendedores sustentáveis se embasem na criação de suas empresas. Além disso, a demonstração da importância do conhecimento teórico pode ser vista como um ponto promissor para que órgãos de fomento ao empreendedorismo, a exemplo do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa, desenvolvam programas de treinamento específicos ao desenvolvimento dessas empresas.

6. Considerações finais

A presente pesquisa buscou, através da realização de um estudo de caso com um microempreendimento do setor de turismo recentemente inaugurado em Curitiba/ PR, lançar luz a respeito de fases e atividades que compõem o processo de criação de empreendimentos ambientalmente sustentáveis. Com base no modelo conceitual proposto, foi possível constatar que todas as fases evidenciadas e que ocorrem anteriormente ao reconhecimento de oportunidades sustentáveis foram contempladas no contexto do empreendedorismo sustentável ambiental.

Entretanto, a não linearidade e a recursividade que compreendem as etapas são fatores que merecem destaque. Outro fator interessante diz respeito à ampliação de elementos que compõem o conhecimento empreendedor. Com relação à segunda parte do modelo foi possível notar que a solução preponderantemente ambiental não impediu que o meio social fosse impactado pelo negócio. De maneira adicional, na fase de financiamento e criação do empreendimento, os resultados contrapõem estudos anteriores ao evidenciarem que a aquisição de recursos financeiros não foi vista como uma dificuldade da empreendedora. Entretanto, fornece uma extensão ao pontuar que, na fase de criação do negócio, o excesso de burocracia e os custos elevados que circundam soluções ambientalmente sustentáveis caracterizam-se como fatores responsáveis por protelar o avanço para fase seguinte, elemento até então não tratado em estudos do processo de criação de empreendimentos sustentáveis.

O presente estudo não é livre de limitações. Dessa forma, é necessário que o referido modelo continue a ser testado no contexto de empreendimentos ambientalmente sustentáveis, visando encontrar novas evidências que, a partir do cruzamento de diferentes casos, forneçam maior consistência aos achados da pesquisa e permitam corroborar, estender ou, ainda, confrontar o modelo proposto.

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

Referências

- Aghelie, A., Sorooshian, S., & Azizan, N. A. (2016) "Research gap in sustainopreneurship". *Indian Journal of Science and Technology*, 9(12): 1-6. <https://doi.org/10.17485/ijst/2016/v9i12/77648>
- Barbosa, R. J. (2006) Atlas. ti v5.0: apostila de treinamento. Disponível em: <http://www2.unicentro.br/lmqqa/files/2016/05/docslide.com.br_apostila-atlasti-50.pdf> Acesso em: 24 mar. 2020.
- Bardin, L. (1977) "Content analysis". São Paulo: Livraria Martins Fontes.
- Bardin, L. (2004) "Análise de conteúdo". 3ª. Lisboa: Edições, 70.

- Belz, F. M., & Binder, J. K. (2017) "Sustainable entrepreneurship: A convergent process model". *Business Strategy and the Environment*, 26(1): 1-17. <https://doi.org/10.1002/bse.1887>
- Borges, C., Fillion, L. J., & Simard, G. (2008) "Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas". *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 9(8): 39-63. <https://doi.org/10.1590/S1678-69712008000800004>
- Bricker, K. (2018). "Positioning Sustainable Tourism: Humble Placement of a Complex Enterprise". *Journal of Park and Recreation Administration*, 36(1). <https://doi.org/10.18111/9789284418145>
- Brinkmann, S. "Interview". In: Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018) "The Sage handbook of qualitative research". 5 th, Sage.
- Choi, D. Y., & Gray, E. R. (2008) "The venture development processes of "sustainable" entrepreneurs". *Management Research News*, 31(8): 558-569. <https://doi.org/10.1108/01409170810892127>
- Cohen, B., & Winn, M. I. (2007) "Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship". *Journal of Business Venturing*, 22(1): 29-49. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.12.001>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). "Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches". 5th, Sage publications.
- Dean, T. J., & McMullen, J. S. (2007) "Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action". *Journal of business venturing*, 22(1): 50-76. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.09.003>
- Demirel, P., Li, Q. C., Rentocchini, F., & Tamvada, J. P. (2017) "Born to be green: new insights into the economics and management of green entrepreneurship". *Small Business Economics*, 52(4): 759-771. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9933-z>
- Dickel, P. (2018) "Exploring the role of entrepreneurial orientation in clean technology ventures". *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 10(1): 56-82. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2018.10008384>
- Domańska, A., Żukowska, B., & Zajkowski, R. (2018) "Green Entrepreneurship as a Connector among Social, Environmental and Economic Pillars of Sustainable Development. Why Some Countries are More Agile?". *Problemy Ekorożwoju*, 13(2). <https://doi.org/10.5465/amr.1985.4279094>
- Eckhardt, J. T., & Shane, S. A. (2003) "Opportunities and entrepreneurship". *Journal of management*, 29(3): 333-349. <https://doi.org/10.1177/014920630302900304>
- Fischer, D., Mauer, R., & Brettel, M. (2018). "Regulatory focus theory and sustainable entrepreneurship". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(2): 408-428. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-12-2015-0269>
- Flick, U. (2018) "Triangulation in data collection". *The SAGE Handbook of Qualitative Data Collection*. London, UK: SAGE Publications.
- Gartner, W. B. (1985) "A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation". *Academy of management review*, 10(4): 696-706. <https://doi.org/10.5465/amr.1985.4279094>
- Gast, J., Gundolf, K., & Cesinger, B. (2017) "Doing business in a green way: A systematic review of the ecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions". *Journal of Cleaner Production*, 147: 44-56. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.065>
- Gazeta do Povo. (2019) Curitiba ganha hostel que tem tudo para ser principal hub em sustentabilidade e arte indígena. Disponível em: < <https://www.gazetadopovo.com.br/haus/sustentabilidade/o-bos-que-hostel-em-curitiba-aplica-conceitos-do-slow-design-e-reaproveitamento-de-materiais/>>. Acesso em 18 abr. 2020.
- Godoy, A. S. (1995) "Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais". *Revista de Administração de empresas*, 35(3): 20-29. <https://doi.org/10.1590/S0034-75901995000300004>
- Grosse-Hering, B., Mason, J., Aliakseyeu, D., Bakker, C., & Desmet, P. (2013) "Slow design for meaningful interactions". In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 3431-3440). ACM. <https://doi.org/10.1145/2470654.2466472>
- Haldar, S. (2019) "Green entrepreneurship in the renewable energy sector—a case study of Gujarat". *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1): 234-250. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-12-2017-0070>
- İyigün, N. Ö. (2015) "What could entrepreneurship do for sustainable development? A corporate social responsibility-based approach". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195: 1226-1231. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.253>
- Jayashankar, P., Van Auken, H., & Ashta, A. (2018) "What motivates ecopreneurs in the United States to create value?." *Strategic Change*, 27(6): 509-521. <https://doi.org/10.1002/jsc.2235>

- Keskin, D., Diehl, J. C., & Molenaar, N. (2013) "Innovation process of new ventures driven by sustainability". *Journal of Cleaner Production*, 45: 50-60. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.05.012>
- Kirkwood, J., & Walton, S. (2010) "What motivates ecopreneurs to start businesses?". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(3): 204-228. <https://doi.org/10.1108/13552551011042799>
- Kraus, S., Burtscher, J., Niemand, T., Roig-Tierno, N., & Syrjä, P. (2017) "Configurational paths to social performance in SMEs: The interplay of innovation, sustainability, resources and achievement motivation". *Sustainability*, 9(10): 1828. <https://doi.org/10.3390/su9101828>
- Kuratko, D. F. (2014) *Entrepreneurship: Theory, process, practice* (9th ed.). Mason, OH: Cengage/Southwestern.
- Kuratko, D. F., Morris, M. H., & Schindehutte, M. (2015) "Understanding the dynamics of entrepreneurship through framework approaches". *Small Business Economics*, 45(1): 1-13. <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9627-3>
- Moroz, P. W., & Hindle, K. (2012) "Entrepreneurship as a process: Toward harmonizing multiple perspectives". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4): 781-818. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00452.x>
- Muñoz, P., & Cohen, B. (2018). "Sustainable entrepreneurship research: Taking stock and looking ahead". *Business Strategy and the Environment*, 27(3): 300-322. <https://doi.org/10.1002/bse.2000>
- Muhr, T. (1991) "ATLAS/ti—A prototype for the support of text interpretation". *Qualitative sociology*, 14(4): 349-371. <https://doi.org/10.1007/BF00989645>
- Neuman, W. L. (2014) "Social research methods: qualitative and quantitative approaches". 7 ed., London: Pearson Education Limited.
- Nikolaou, I. E., Tsgarakis, K. P., & Tasopoulou, K. (2018) "An examination of ecopreneurs' incentives through a combination between institutional and resource-based approach: A preliminary study". *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 29(2): 195-215. <https://doi.org/10.1108/MEQ-01-2017-0004>
- Parrish, B. D. (2010) "Sustainability-driven entrepreneurship: Principles of organization design". *Journal of Business Venturing*, 25(5): 510-523. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.05.005>
- Patzelt, H., & Shepherd, D. A. (2010) "Recognizing opportunities for sustainable development. *Entrepreneurship Theory and Practice*", 35(4): 631-652. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00386.x>
- Sarango-Lalangui, P., Santos, J., & Hormiga, E. (2018) "The development of sustainable entrepreneurship research field". *Sustainability*, 10(6): 2005. <https://doi.org/10.3390/su10062005>
- Sarasvathy, S. D. (2001) "Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency". *Academy of management Review*, 26(2): 243-263. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020>
- Saunders, M. L., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009) "Research methods for business students", 4.
- Schaltegger, S., Beckmann, M., & Hockerts, K. (2018) "Sustainable entrepreneurship: creating environmental solutions in light of planetary boundaries". *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 10(1): 1-16. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2018.090990>
- Schaltegger, S., Lüdeke-Freund, F., & Hansen, E. G. (2016) "Business models for sustainability: A co-evolutionary analysis of sustainable entrepreneurship, innovation, and transformation". *Organization & Environment*, 29(3): 264-289. <https://doi.org/10.1177/1086026616633272>
- Schlange, L. E. (2006) "What drives sustainable entrepreneurs". *Applied business and entrepreneurship association international*, 1-11. <https://doi.org/10.1002/bse.510>
- Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas. SEBRAE. (2014) *Participação das micro e pequenas empresas na economia brasileira*.
- Shane, S. A. (2003) "A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus". Edward Elgar Publishing.
- St-Jean, E., & Labelle, F. (2018) "Wanting to change the world, is it too much of a good thing? How sustainable orientation shapes entrepreneurial behaviour". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(6): 1075-1086. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-03-2018-0130>
- Tilley, F., & Young, W. (2009) "Sustainability Entrepreneurs". *Greener Management International*, (55). <https://doi.org/10.9774/GLEAF.3062.2006.au.00008>
- Urbaniec, M. (2018) "Sustainable entrepreneurship: innovation-related activities in European enterprises". *Polish Journal of Environmental Studies*, 27(4): 1773-1779.

<https://doi.org/10.15244/pjoes/78155>

Walley, E. E., & Taylor, D. W. (2002) "Opportunists, champions, mavericks...?". *Greener Management International*, (38). <https://doi.org/10.9774/GLEAF.3062.2002.su.00005>

World Travel & Tourism Council (WTTC). *Travel & tourism: economic impact 2018 Brazil, 2018*. Disponível em: <<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/brazil2018.pdf>>. Acesso em: 28 fev. 2020.

Yin, R. K. (2015). "Qualitative research from start to finish". Guilford Publications.

Zeng, J. (2018) "Fostering path of ecological sustainable entrepreneurship within big data network system". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(1): 79-95.

<https://doi.org/10.1007/s11365-017-0466-3>