

A VISÃO DA SUSTENTABILIDADE NA ATIVIDADE EMPREENDEDORA: UMA ANÁLISE A PARTIR DE EMPRESAS INCUBADAS¹

SUSTAINABILITY VISION IN ENTREPRENEURSHIP ACTIVITY: AN ANALYSIS FROM BUSINESS INCUBATED

MARLON DALMORO²

RESUMO

O empreendedorismo sustentável está alicerçado na interligação dos conceitos de sustentabilidade e empreendedorismo. Desta forma, o objetivo deste trabalho foi analisar a presença a sustentabilidade no perfil empreendedor dos proprietários de empresas incubadas na INOVATES – Centro de Inovação Tecnológica, localizada no município de Lajeado - RS. Epistemologicamente, o presente estudo possui um corte transversal por meio de uma abordagem qualitativa, utilizando-se do método de estudo de caso. Os dados foram coletados por entrevistas semiestruturadas junto a quatro empresas que estão em processo de incubação e analisadas por meio de análise de conteúdo. Dentre os resultados, observou-se que os empreendedores entrevistados demonstraram ter uma preocupação maior quanto ao pilar da sustentabilidade econômica, sendo este o norteador no processo de empreender. Em algumas questões, a sustentabilidade social apresenta um grau de importância mais elevado, principalmente quanto a questões éticas e de impacto do produto ou serviço prestado perante a sociedade. A sustentabilidade ambiental está pouco presente no contexto dos empreendedores analisados.

Palavras-Chaves: Empreendedorismo. Sustentabilidade. Empreendedorismo sustentável. Incubadoras de empresas.

ABSTRACT

Sustainable entrepreneurship emerges in the interconnection of the concepts of sustainability and entrepreneurship. This research aimed to analyze the presence of the sustainability pillars in the entrepreneur profile of businesses owners incubated in INOVATES - Center for Technological Innovation, located in Lajeado – RS - Brazil. In epistemological level, this study has a qualitative approach, using the case study method. Data were collected by semi-structured interviews with four companies that are in the incubation process and analyzed through content analysis. Among the results, it was observed that the entrepreneurs interviewed showed a greater concern about the economic pillar of sustainability, which is the guiding of entrepreneur process. In some cases, social sustainability presents a higher degree of importance, especially on ethical issues and product or service impact to the society. Environmental sustainability is a small present in the context of entrepreneurs analyzed.

Keywords: Entrepreneurship. Sustainability. Sustainable entrepreneurship. Businesses incubated.

¹ Data de recepção: 14/03/2009. Data de aprovação: 31/05/2009. Data de publicação: 09/07/2009.

² Graduado em Administração pelo Centro Universitário Univates e Mestre em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Atualmente, é doutorando em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGA/UFRGS). marlondalmoro@gmail.com

INTRODUÇÃO

As constantes mudanças na economia mundial têm alterado significativamente o comportamento social, tecnológico e produtivo da sociedade moderna. O homem contemporâneo vê-se em meio a transformações, as quais alteram quase que do dia para a noite, a sua visão de mundo, a sua forma de pensar e agir. Os empreendedores têm sido os principais agentes destas mudanças e renovações na economia (ATHERTON, 2004).

Dornelas (2001, p. 21) identifica o momento atual como sendo “a era do empreendedorismo”. Segundo ele, são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

A partir da Conferência de Estocolmo, em 1972, o pensamento predominante da maioria das organizações, até então, meramente econômico, voltou-se, também, para a questão social e ambiental. Dando origem aos primeiros conceitos de sustentabilidade. Estes conceitos têm como foco três objetivos centrais para o desenvolvimento da humanidade: sociedade/ética, economia e ecologia, formando, assim, o tripé: pessoas, lucro e planeta (WCED, 1987).

Desta forma, na tentativa de encontrar estratégias sustentáveis, os empreendedores, sujeitos que estão à frente no processo de inovação e mudança, utilizam-se de diversas alternativas que alimentam um novo campo de estudo denominado empreendedorismo sustentável. Pesquisas acerca do tema de empreendedorismo sustentável têm ganhado espaço na interação dos campos de empreendedorismo e desenvolvimento sustentável por ligar o nível micro das atividades empreendedoras, com as mudanças no nível macro do sistema social-ecológico (TILLEY, 2007).

Baseado na história do empreendedorismo como a energia primária para a destruição criativa e o crescimento econômico, o empreendedorismo sustentável dá continuidade a este legado, porém, aloca esta energia primária em um sistema holístico no âmbito econômico-ambiental-social, direcionado para a sustentabilidade (LARSON, 2000; DYLLICK; HOCKERTS, 2002; COHEN; WINN, 2007; YOUNG; TILLEY, 2006).

Destacam-se como elemento propulsor do empreendedorismo as incubadoras de empresas. Segundo Bermudez (2000), incubadora é o termo usado nos dias atuais para descrever um número crescente de grupos de negócios inovadores que fornecem facilidades físicas, rede de conhecimentos pessoais, animação, consultorias e um número de necessidades e apoios que pode tornar possível o empreendedorismo.

As incubadoras, ao oferecerem infraestrutura, apoio técnico, administrativo e de serviços, simultaneamente diminuem os riscos de fracasso do empreendimento e criam um ambiente encorajador, com custos minimizados e infraestrutura disponível, facilitadores do desenvolvimento inicial da empresa (GUIMARÃES; SENHORAS; TAKEUCHI, 2003; ANPROTEC, 2004).

Visto o papel das incubadoras ao fomento da atividade empreendedora, e diante do conceito de empreender de maneira sustentável, surge a seguinte questão-problema: *Como os pilares da sustentabilidade estão presentes no perfil empreendedor de proprietários de empresas incubadas?*

Desta forma, o presente trabalho tem como objetivo analisar a presença dos pilares da sustentabilidade no perfil empreendedor dos proprietários de empresas incubadas na INOVATES – Centro de Inovação Tecnológica. Dentro deste contexto, a seguir é apresentado o embasamento teórico do trabalho.

REFERENCIAL TEÓRICO

Sustentabilidade

Sustentabilidade é um termo relativamente antigo, originário no saber técnico da agricultura no século XIX (SUNKEL, 2001). Porém, a preocupação da sustentabilidade com o meio ambiente parece um tema recente, discutido por autores de diversas linhas de pensamento e de diferentes formações acadêmicas. O estudo do tema se intensificou nas décadas de 1980 e 1990, em decorrência do aumento da preocupação com a questão ambiental. Preocupação esta, que diz respeito ao intenso processo de degradação generalizada do meio ambiente e dos recursos naturais, provocados pela intensificação do crescimento econômico e populacional ocorridos no século XX.

Segundo Starke (1991), o termo desenvolvimento sustentável surgiu em 1980 no documento: *Estratégia de Conservação Mundial - conservação dos recursos vivos para o desenvolvimento sustentável*. Esse documento foi publicado pela União Internacional para a Conservação da Natureza - UICN, pelo Fundo Mundial para Vida Selvagem - WWF e pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente - PNUMA. De acordo com o texto: “para ser sustentável, o desenvolvimento precisa levar em conta fatores sociais e ecológicos, assim como econômicos; as bases dos recursos vivos e não-vivos; as vantagens de ações alternativas, a longo e a curto prazo” (STARKE, 1991, p. 9).

A visão de práticas sustentáveis difundiu-se principalmente após a criação, pela Organização das Nações Unidas - ONU, da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento - CMMAD, em 1983. Nesse momento, foi materializado o relatório: *Nosso Futuro Comum*, um documento responsável pelas primeiras conceituações oficiais, formais e sistematizadas sobre o desenvolvimento sustentável. Neste novo paradigma, o relatório

conceituou desenvolvimento sustentável como “desenvolvimento que permite satisfazer as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer suas próprias necessidades” (WCED, 1987, p.43).

Em 1992, na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, no Rio de Janeiro, reconheceu-se a importância de assumir a ideia de sustentabilidade em qualquer programa ou atividade de desenvolvimento. Nesse aspecto, as empresas têm um papel extremamente relevante. Desde então, de acordo com Desai (2002), a sustentabilidade vem emergindo como um novo paradigma de desenvolvimento, integrando crescimento econômico, desenvolvimento social e proteção ambiental como elementos de desenvolvimento de longo prazo interdependentes e que se suportam mutuamente.

A partir desta época, a sustentabilidade se destacou como um dos temas em evolução e consolidação na academia e no atual ambiente de negócios, constituindo-se um importante instrumento que tem permitido às organizações a implementação de estratégias que englobam preocupações de grande relevância para a sociedade como um todo, tais como, as questões de ordem social e ambiental, que ultrapassam a dimensão econômica-financeira. A inclusão da lógica da gestão sustentável tem exigido das organizações a ampliação dos propósitos corporativos e a necessidade de abarcar um conjunto ampliado de interesses que passa a considerar aspectos ligados aos relacionamentos entre as organizações, ao meio ambiente, à responsabilidade social e às demandas da sociedade em que vivemos.

Assim, a incorporação das dimensões da sustentabilidade, como também a internalização do conceito de desenvolvimento sustentável, representa um desafio para as organizações, pois, como acentua Bellen (2002, p.3), isto “é resultado de um relativamente longo

processo histórico de reavaliação crítica da relação existente entre a sociedade civil e seu meio natural”.

Neste sentido, a busca de sustentabilidade é um processo que implica em obter, simultaneamente, melhores condições de vida para a população e conservação do meio ambiente. Para Jacobi (1994), isto envolve um conjunto de questões, como: crescimento econômico, exploração dos recursos naturais, pobreza e distribuição de renda. Segundo o mesmo autor, a noção sobre sustentabilidade implica, ainda, uma necessária inter-relação entre justiça social, qualidade de vida, equilíbrio ambiental e a necessidade de desenvolvimento com capacidade de suporte.

Para Almeida (2002), a empresa que busca ser sustentável deve incluir em seus objetivos o cuidado com o meio ambiente, a preocupação com o bem-estar do *stakeholder* e a constante melhoria de sua reputação. Este mesmo autor acentua que a empresa não deve se descurar da realidade econômica e de mercado, no entanto, seus líderes devem pensar em termos de valor ambiental e social sob uma perspectiva futura e seus procedimentos devem estimular a busca de ganhos de eficiência e investimentos em inovação tecnológica e gestão.

Hart e Milsten (2003) reforçam que as empresas devem empreender esforços no sentido de desenvolver capacidades a fim de reorientar suas competências de modo a adotar tecnologias e habilidades mais sustentáveis. Assim, partilha-se do entendimento de que as organizações, cada vez mais, têm a sua esfera de responsabilidade aumentada e, como acentuam Hart e Milsten (2003), enfrentam um outro desafio, que consiste na interação e diálogo com os *stakeholders*, atentando para o desenvolvimento de soluções economicamente interessantes para os problemas sociais e ambientais do futuro.

De acordo com Mahler (2007), as empresas que promovem práticas sustentáveis con-

centram-se em três valores centrais que abarcam as dimensões da sustentabilidade:

Desenvolvimento Econômico: promoção de lucros, criação de empregos, atração de consumidores, redução de custos, antecipação e gerenciamento de riscos e busca de competitividade a longo prazo;

Responsabilidade Ambiental: conservação de energia e recursos, consumo de energia renovável e menos poluente, reciclagem, minimização de embalagens e redução de emissão de carbono;

Bem-Estar Social: criação de normas e condições de trabalho, melhora da comunidade e desenvolvimento de responsabilidade social nos produtos e serviços (MAHLER, 2007).

A incorporação das dimensões da sustentabilidade na ação empreendedora e a evolução desta discussão nos estudos acadêmicos têm mostrado que, gradativamente, são incorporadas neste diálogo novas abordagens que privilegiam não só a dimensão econômica e os interesses financeiros dos empreendedores, mas passam a abarcar o interesse de outros grupos da sociedade, que têm ocupado um lugar especial nas discussões que envolvem este tema. É neste cenário que este artigo se insere.

Empreendedorismo

De acordo com Souza Neto (2001), em inglês, utiliza-se o vocábulo francês *entrepreneur* para denominar os novos empresários e as pessoas que se estabelecem por conta própria, os empreendedores. Entretanto, com a evolução dos estudos científicos sobre o empreendedorismo, o termo foi adquirindo significados mais complexos e completos.

A figura seminal que colocou o empreendedor em proeminência no pensamento econômico foi Schumpeter (1950), ao introduzir sua Teoria de Destruição Criativa, que dizia:

O empreendedor é o agente do processo de destruição criativa, que é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos

métodos de produção, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros. (SCHUMPETER, 1950, p. 49).

Percebe-se, assim, duas correntes do pensamento que abordam o conceito de empreendedor de forma dicotômica: os economistas o associam à inovação; enquanto os comportamentalistas se concentram nos aspectos criativo e intuitivo. Schumpeter (1950) definiu o empreendedor como aquele que inova, contribuindo com o desenvolvimento econômico, e Filion (1999) o descreveu, simplesmente, como aquele indivíduo que imagina, desenvolve e realiza suas visões.

Muitos autores, assim como McClelland (1972), Timmons (1978) e Fernald e Solomon (1987), afirmam que a orientação para o risco é a principal característica de um empreendedor. Fernald e Solomon (1987) também constataram outras características comuns aos empreendedores de sucesso, como: habilidade para identificar oportunidades; conhecimento de sua área de atuação; senso de organização; disposição para tomar decisões; capacidade de liderança; talento para empreender; independência pessoal; otimismo e tino empresarial.

Portanto, por mais distintas que pareçam as definições de empreendedor registradas, elas possuem noções semelhantes, como a novidade, a organização, a criação, a dedicação e a disposição para assumir riscos e aproveitar oportunidades.

McClelland (1972) ressalta, ainda, que não há relação entre empreendedorismo e a abertura de um negócio, ele destaca, ainda, a necessidade de realização como fomentadora das demais características inerentes ao papel do empreendedor. Entre as críticas à teoria de McClelland estão a não-identificação das estruturas sociais que influenciam as escolhas e a simplicidade da sua teoria, que tenta explicar o desenvolvimento social e a prosperidade so-

mente através da necessidade de realização e da necessidade de poder (FILION, 1999).

Ao realizar-se uma compilação sobre as características empreendedoras comuns, nas obras de Timmons (1994) e Hornaday (1982), tem-se ainda: ter iniciativa, autonomia, além de autoconfiança; seguir exemplos de pessoas que obtiveram sucesso na vida; possuir perseverança e tenacidade; considerar o fracasso como qualquer outro resultado, pois aprende com seus próprios insucessos; dedicar-se intensamente em sua atividade, concentrando seus esforços nos resultados pretendidos; fixar metas e alcançá-las; possuir uma forte intuição; ser comprometido; procurar obter dos outros um *feedback* a respeito do seu comportamento; ser um sonhador realista; ser um líder; planejar suas ações para resultados, principalmente em longo prazo; possuir um bom relacionamento; conhecer profundamente o ramo em que atua; agir com proatividade; criar um método próprio de aprendizagem; influenciar as pessoas com as quais trabalha, acreditando na crença de que pode provocar mudanças no sistema em que atua; assumir riscos calculados e moderados; ser hábil em definir a partir do indefinido; manter o alto nível de consciência do ambiente em que atua, entre outros.

No que tange o potencial empreendedor, Carland, Carland e Hoy (1992) o definem, a partir das principais características do empreendedor, identificadas no resultado de pesquisas anteriores. Dessa forma, quer-se trabalhar com o conceito de empreendedor abordado por Carland e seus colaboradores, no qual o empreendedor é compreendido como uma função composta por quatro elementos: traços de personalidade, propensão à inovação, propensão a assumir riscos e postura estratégica.

A inovação pode ser entendida como um ato que contempla os recursos existentes em relação à capacidade de criar riquezas e que, em última instância, cria um recurso. Schumpeter (1984) considera a inovação como

fator fundamental ao processo empreendedor e defende que, por meio dela, é que os agentes econômicos exploram a mudança como uma oportunidade para negócios ou serviços diferentes. A propensão à inovação ainda requer aceitação, já que há uma incerteza porque ela necessita da tolerância ao risco e à mudança.

A propensão ao risco é considerada um comportamento inerente ao empreendedor, visto que a condução de um empreendimento representa, em essência, algo arriscado. O risco pode ser entendido como incerteza relativa a uma situação em que os resultados podem ser negativos ou positivos. Entretanto, esse fator não se refere apenas a ganhos e perdas econômicas, mas também a oportunidades na carreira, relações familiares, padrão de vida e bem-estar emocional.

A postura estratégica é entendida por Ensley, Carland e Carland (2000) como a “visão empreendedora”, ou seja, como a necessidade do indivíduo ver o que ainda não foi visto. O planejamento do negócio é, também, parte da dimensão a ser considerada pelos autores, na postura estratégica.

Como pode ser percebido, o empreendedor é uma pessoa a qual se pode atribuir diversas características marcantes e com um grau de profundidade acima da média, que, geralmente, se encontra em um cidadão comum. O potencial empreendedor pode surgir de diversas formas, dentre as quais é motivo de destaque o empreendedorismo sustentável.

Empreendedorismo Sustentável

A ideia de empreendedorismo sustentável tem emergido recentemente e seus parâmetros ainda não estão completamente definidos pela literatura. Contudo, é claramente observada a intenção de construir suas bases a partir das noções clássicas de empreendedorismo, juntamente com as novas concepções de empreendedorismo social e ambiental ou

ecoempreendedorismo (PARRISH, 2007; JOHNSON 2003; ISAAK, 2002; SCHAPER, 2002). Neste sentido, Young e Tilley (2006) colocam que empreendedorismo sustentável é formado por três pilares: empreendedorismo ambiental, empreendedorismo social e empreendedorismo econômico. Na concepção inicial, cada dimensão atua de maneira isolada. Já na concepção do empreendedorismo sustentável surge uma quarta dimensão, na qual as três dimensões anteriores se integram de maneira sistêmica. A seguir são detalhadas as dimensões:

Dimensão de Empreendedorismo Econômico:

O campo do empreendedorismo foi fundado com fortes conexões com o campo econômico. Baseado na definição clássica de empreender com o propósito de iniciar uma atividade e gerar um negócio orientado para o lucro (SCHLANGE, 2007). Em suma, o autor coloca que a dimensão econômica é essencial, na qual a criação de valor está baseada na racionalidade do comportamento no processo mercadológico. A ideia de sustentabilidade neste tipo de empreendedorismo está na conexão com a sobrevivência da empresa, no senso de criação de um negócio autossustentável.

Dimensão de Empreendedorismo Social

Schlange (2007) coloca que a sociologia e a antropologia têm contribuído para a compreensão do papel do empreendedor na sociedade, em particular na análise das contribuições dos empreendedores para o bem-estar de todos os membros da sociedade. Desta forma, além da criação de valor econômico, o empreendedor cria valores sociais e culturais. Empreendedorismo social tem sido definido como qualquer empreendimento que gera valores sociais como seu objetivo estratégico e que carrega esta missão de maneira criativa e

inovadora (NICHOLLS, 2006). A ideia de sustentabilidade é adotada neste tipo de empreendimento como a possibilidade para aumentar o conceito dos fatores mais importantes no momento de empreender.

Dimensão de Empreendedorismo Ecológico

Motivadas pelo aumento do interesse pelas causas ambientais, as pesquisas de empreendedorismo têm se interessado em uma nova abordagem: o empreendedorismo ecológico ou ecoempreendedorismo (ISAAK, 1998, 2002). Este conceito deve ser aplicado tanto para o setor privado quanto para o setor público, e para empresas com e sem fins lucrativos na mesma ordem (ISAAK, 2002). Na concepção de Gibbs (2007), o empreender ecologicamente consiste na criação de valor no âmbito ecológico. Para Isak (1998) empreendedores ecológicos são ativistas sociais, que aspiram reestruturar a cultura corporativa e as relações sociais de seus negócios através de estratégias de negócios proativas e ecologicamente orientadas. Schaltegger (2002) argumenta que ecoempreendedores visualizam a tensão entre suas ideias pessoais e a fronteira econômica e o contexto social como uma fonte de criatividade. No âmbito da sustentabilidade, o empreendedorismo ecológico não opera de maneira isolada, sendo influenciado pelo fator econômico e pela estrutura social, e, em consequência, acaba influenciando estes também (WALLEY; TAYLOR, 2002).

Dimensão do empreendedorismo sustentável

Em uma definição inicial, Isak (2002) coloca que a dimensão do empreendedorismo sustentável está orientada para a criação de valores sustentáveis nos mais diversos sentidos. Já Parrish (2007) coloca que empreendedorismo sustentável é definido como o comportamen-

to inovador de atores isolados, ou organizações no setor público e privado, que estão procurando valores ambientais e sociais como objetivos principais e vantagem competitiva em suas organizações. Empreendedores sustentáveis identificam oportunidades no mercado para inovação com a preocupação da sustentabilidade. Desta maneira, a inovação reflete crescimento econômico com proteção ambiental, trabalhando em uma situação ganha-ganha, mesmo operando em um mercado competitivo (PARRISH, 2007).

Young e Tilley (2006) desenvolveram um modelo de empreendedorismo sustentável baseado na relação com as outras dimensões de empreendedorismo que o formam, conforme figura 01:

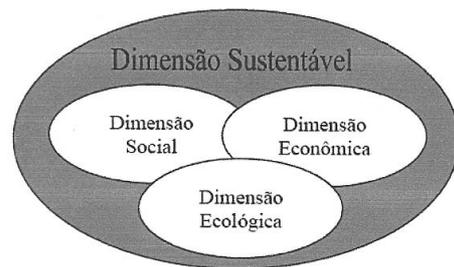


Figura 01 - Dimensão do empreendedorismo sustentável como um conceito de integração.

Fonte: Adaptado de Young e Tilley (2006)

Na concepção de autores como Young e Tilley (2006); Dyllick e Hockerts (2002) e Cohen e Winn (2007) o modelo de empreendedorismo sustentável emprega as variáveis existentes no modelo de perfil empreendedor tradicional em um sentido de sustentabilidade. Envolvendo questões acerca dos *stakeholders* e da rede de contato (*network*) do empreendedor, estratégia, capital, oportunidades, criação do empreendimento e sua evolução (visão empreendedora), cultura de empresa e, por fim, o perfil do próprio empreendedor. A partir destas constatações, foi definido o método de realização do estudo empírico.

Método do Estudo

No nível epistemológico, o presente estudo possui um corte transversal por meio de uma abordagem qualitativa, utilizando-se do método de estudo de caso. Este tipo de estudo tem se tornado a estratégia mais utilizada quando os pesquisadores procuram responder questões do tipo “como” e “por que” (YIN, 2001). Diversas pesquisas sociais estão fundadas no estudo detalhado de casos particulares, ou seja, numa análise intensiva, empreendida numa única, ou em algumas, organizações reais. Quanto à estratégia de pesquisa, o estudo classifica-se como de natureza descritiva.

Diante do objetivo do estudo, a empresa focal é a INOVATES – Centro de Inovação Tecnológica, incubadora de empresas localizada no município de Lajeado – RS. A incubadora conta, atualmente, com quatro empresas incubadas que formaram os sujeitos da pesquisa. A seleção da empresa focal ocorreu com uma amostra não-probabilística intencional, motivado pelo fato desta ser um polo de referência ao estímulo do empreendedorismo na região.

Creswell (1994) ressalta que a espinha dorsal de uma pesquisa qualitativa é a coleta extensiva de dados. Desta forma, inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica visando à obtenção de dados e suporte teórico para a realização do estudo. Posteriormente, foram coletados dados primários por meio de entrevista semiestruturada com os proprietários das empresas em estudo, perfazendo um total de quatro entrevistas. A coleta dos dados primários deu-se durante visitas *in loco* na incubadora, realizadas pelo pesquisador nos meses de julho e agosto de 2008.

A definição dos sujeitos da pesquisa deu-se sem a preocupação da representatividade estatística, atribuindo ao pesquisador a flexibilidade de, tomando como base o desenvolvimento teórico do trabalho, ir a campo ampliar

o número ou aprofundar a conversação com os participantes. Foram entrevistados os empreendedores (proprietários/fundadores) das quatro empresas incubadas, sendo eles: um empreendedor da Agora TV, um empreendedor da Visão I Soluções em Internet, um empreendedor da Paralelo Produtora e uma empreendedora da Sol 7 - Tecnologia de Decisão. Na definição do número de entrevistas utilizou-se o princípio de saturação proposto por Glaser e Strauss (1967).

Para guiar as entrevistas foi elaborado um roteiro com 13 questões abertas, desenvolvidas a partir da revisão teórica e da matriz de agrupamento conceitual. Por não prever todas as situações e condições de trabalho de campo, algumas questões foram introduzidas no momento das entrevistas. As entrevistas foram agendadas com antecedência, por telefone, e tinham a duração média de 45 minutos. Em complemento, foi utilizada observação em campo, na qual informações importantes foram destacadas em um diário de campo e utilizadas nas análises dos dados. Por fornecer informações de acesso rápido e fácil, também foram consultadas informações complementares em documentos fornecidos pelas empresas e sítios na Internet.

Seguindo procedimentos metodológicos, como auxílio à análise, foi organizada uma matriz de agrupamento conceitual. Os resultados das entrevistas foram organizados em categorias que possuíam correspondência com a matriz de agrupamento conceitual, de forma que extratos de cada entrevista foram posicionados de acordo com a categoria a que melhor correspondessem. Cada construto representa características da ação empreendedora, centradas no tripé da sustentabilidade, ou seja, formados por uma visão simultânea de sustentabilidade econômica, social e ambiental.

Quadro 01: Matriz de agrupamento conceitual

Construto	Variáveis	Questão da Entrevista
Formação da Visão Empreendedora Sustentável	- Dedicção ao empreendimento	Questão 1
	- Criação da Empresa	Questão 2
Criação de Valor Sustentável	- Melhora contínua	Questão 3
Stakeholders e Network Sustentável	- Rede de Contato	Questão 4
	- Ideias	Questão 5
Capital Sustentável	- Investimentos	Questão 6
Estratégia Sustentável	- Satisfação dos Clientes	Questão 7
	- Busca de informação	Questão 8
	- Desenvolvimento da estratégia sustentável	Questão 9
Inovação e Proatividade Sustentável	- Proatividade	Questão 10
	- Oportunidades de Inovar	Questão 11
	- Autonomia para Inovar	Questão 12
Propensão ao Risco	- Riscos e Desafios	Questão 13

Fonte: Elaborado pelo autor, com base no referencial teórico

No tratamento dos dados, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, seguindo orientações de Bardin (1977). Esta é uma técnica de pesquisa para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo evidente da comunicação. De acordo com Triviños (1987), esta técnica auxilia o estudo das motivações, atitudes, valores, crenças e tendências, por meio de um conjunto de técnicas de análise de comunicações, visando, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, obter indicadores que permitam a inferência de conhecimentos.

Descrição da Empresa Focal e os Sujeitos da Pesquisa

Para a realização do presente estudo, foram analisadas as quatro empresas incubadas na sede da INOVATES - Centro de Inovação Tecnológica, incubadora empresarial mantida pela UNIVATES – Centro Universitário, com o apoio da Prefeitura Municipal de Lajeado - RS. Criada em dezembro de 2003, tem como objetivos gerais estimular o espírito empreendedor, apoiar a formação e consolidação de micro e pequenas empresas de base tecnológica e apoiar a formação e gestão de empreendimentos associativos. A incubadora tem na sua estrutura administrativa um Comitê Diretor formado pelos quatro pró-reitores do Centro Universitário, o gerente da incubadora, um professor, que atua como coordenador acadêmi-

co da incubadora e dois professores escolhidos pelas diretorias da Instituição de Ensino à qual está vinculada.

A incubadora está sediada no município de Lajeado – RS, e conta com 10 módulos de incubação. A INOVATES conta, também, com duas extensões da incubadora, uma na cidade de Encantado e outra na cidade de Estrela. Em sua sede, a INOVATES mantém sua administração e reúne quatro empresas incubadas, que desenvolvem seus negócios e projetos utilizando a estrutura e as orientações oferecidas pela incubadora. As empresas incubadas na sua sede atualmente e que perfizeram os sujeitos da pesquisa são:

AgoraTV: A empresa atua diretamente com a área de internet e televisão, envolvendo-se com a criação e manutenção de programas dos mais variados fins. A empresa está incubada desde abril de 2006, quando começou a trabalhar com a produção dos programas Espaço Eventos; *Sport Online*; TV Zuera e Desvirtuado. Os dois últimos são veiculados também na RBS TV. Ramo de atividade: Internet e Televisão.

Paralelo Produtora: Incubada desde novembro de 2006, a empresa trabalha com a organização de eventos, tendo como diferencial o envolvimento desde o projeto e planejamento do evento até sua realização. Ramo de atividade: Produção de eventos.

Sol 7 - Tecnologia de Decisão: A empresa destina-se à pesquisa e desenvolvimento de soluções baseadas nas mais recentes tecnologias da informação, tendo como foco o desenvolvimento de Soluções de Apoio à Decisão com Softwares Livres. Além disso, a Sol 7 atua no mercado de Instituições de Ensino Superior com uma solução gerencial igualmente baseada em Software Livre. A empresa está incubada desde setembro de 2005. Ramo de atividade: *Business Intelligence*, desenvolvimento de sistemas.

Visão! Soluções em Internet: Incubada des-

de janeiro de 2005, a empresa desenvolve soluções em internet, voltada para a comercialização de produtos e/ou serviços como sistemas para internet, sites, *e-business*, hospedagem de *websites (hosting)*, com a possibilidade de utilização de conteúdo dinâmico. Ramo de atividade: Desenvolvimento de sistemas em Internet.

Apresentação e Análise dos Resultados

A seguir são apresentados os resultados obtidos a partir das entrevistas com os proprietários das quatro empresas incubadas da INOVATES. Os resultados estão divididos conforme os construtos propostos pela matriz conceitual, além de serem confrontados com outros estudos científicos. Cada construto integra os fatores social, econômico e ambiental, simultaneamente.

Formação da Visão Empreendedora ável

Empreendedorismo sustentável está baseado no processo de criar empreendimentos que podem contribuir na interação com o sistema humano e ecológico (PARRISH, 2007). Desta forma, o processo de empreender sustentavelmente inicia na formação da visão empreendedora. Propósitos sociais, econômicos e ambientais figuram com primazia desde o início da empresa. Analisando as empresas foco do estudo, observou-se que os propósitos econômicos foram a tônica na formação da visão empreendedora. Segundo o gerente da empresa Sol 7, antes da criação da empresa, foram levantadas todas as necessidades com relação aos aspectos legais e econômicos, pensamento compartilhado pelo gerente da Paralelo Produtora. Para estes dois empreendedores e para o gerente da AgoraTV, o aspecto ambiental não foi levado em conta, pois, segundo os mesmos, o tipo de atividade fim do negócio não tem relação direta com questões ambientais.

No entanto, para o empreendedor da AgoraTV, os aspectos sociais, juntamente com os aspectos econômicos, foram considerados no momento da criação da empresa. O empreendedor da Visão I destacou que o ponto de vista econômico é o pilar que sustenta a empresa, mas também apresentou uma preocupação quanto ao pilar ambiental:

[...] do ponto de vista ecológico temos uma preocupação relativa, porque se partir do ponto de vista que a gente não produz diretamente questões que envolvem qualquer problema ambiental, qualquer tipo de poluição, mas alguma preocupação nós tivemos, por exemplo, a reciclagem de cartuchos; nós sabemos que a degradação do cartucho demora anos para se decompor, temos preocupação com papel também: sempre reutilizar papel principalmente para rascunho, nunca coloca fora, sempre utilizador os dois lados [...] do ponto de vista de energia nós também temos cuidado [Fala do empreendedor da VisãoI].

Este empreendedor também destacou que, desde o surgimento da empresa, sempre foi mantida uma preocupação social, principalmente quanto à realização de trabalhos gratuitos para instituições. O empreendedor desta que:

[...] toda empresa quando entra no mercado tem uma responsabilidade social, não basta se preocupar somente em ganhar dinheiro, tem que ter uma responsabilidade, tem que fazer alguma coisa além do teu interesse próprio e isso acaba sendo muito interessante [Fala empreendedor da VisãoI].

Outra questão relevante quanto à formação da visão empreendedora é a realização de sacrifícios pessoais, ou o fato de o empreendedor despender esforços extraordinários para o sucesso do empreendimento. Todos os empreendedores entrevistados demonstraram realizarem esforços para que o empreendimento tenha sucesso. O empreendedor da AgoraTV comenta que o principal esforço para eles é quanto ao pilar econômico, visto que a em-

presa não dá um retorno financeiro para os sócios como gostariam:

[...] até hoje, há dois anos, estamos investindo na empresa não temos nenhum ganho para nós, quem está ganhando é a empresa que está se sustentando [Fala do empreendedor da AgoraTV].

Neste mesmo sentido, o empreendedor da VisãoI coloca que algumas atividades realizadas no âmbito social ou ecológico exigem esforços econômicos. Para ele, qualquer ação que é realizada na empresa demanda tempo e alguém que esteja disponível para fazer isso, declarando que cada minuto que não se esteja trabalhando diretamente num projeto que dê retorno financeiro, não está rendendo para a empresa. Segundo o empreendedor, quando se faz uma ação social que não visa lucro está se deixando um pouco de lado um projeto que é remunerado, porém, isso faz parte do contexto e ele coloca que não se arrepende em nenhum momento de alguma ação social que fez e, se puder, vai aumentar.

Na formação da visão empreendedora dos entrevistados observa-se a presença das dimensões econômica, social e ambiental. Contudo, no desempenho da atividade empreendedora, predomina a visão econômica, dado que, na concepção dos entrevistados, esta é a dimensão principal.

CRIAÇÃO DE VALOR SUSTENTÁVEL

Empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal (HISRICH; PETERS, 2004). Dentre os atributos para se configurar como empreendedorismo sustentável está a criação de valor sustentável. Para Young e Tilley (2006) as oportunidades e a melhora contínua são necessárias para a criação de valor e, por consequência, o

empreendedorismo sustentável.

Na busca por uma melhora contínua, novamente predomina o pilar econômico. Para o empreendedor da AgoraTV o lado econômico é o principal para nós, porque, se houver só o social e não o econômico, não é possível realizar nada:

[...] às vezes temos umas idéias bem legais na parte social, mas a parte econômica não colabora [...] sempre tem que pensar no econômico antes do social [Fala do empreendedor da AgoraTV].

Na Sol7, a busca da melhora contínua ocorre, normalmente, em reuniões entre os sócios. Já o empreendedor da VisãoI acredita que, para a busca da melhora contínua, os pilares da sustentabilidade estão interligados positivamente.

A criação de valor é uma das características da ação empreendedora, no caso do empreendedorismo sustentável, esta deve englobar os valores econômico, social e ambiental. No caso das empresas entrevistadas, os empreendedores direcionam seus esforços para a criação de valor econômico, dado que, em sua percepção, é este elemento que permite a sobrevivência da empresa, e, caso dediquem esforços em criar valor ambiental ou social, o empreendimento não se torna viável. Em complemento, os entrevistados destacam o fato de que a criação de valor econômico acaba gerando, também, valor ambiental e social por estarem interligados.

Stakeholders e Network Sustentável

A criação de um empreendimento sustentável passa por uma rede de contatos sustentável. Para Isaak (2002) o empreendedor sustentável deve ser um mediador entre a sua rede de influências. O surgimento desta rede de contatos surge ao longo do tempo, com o contato com as diversas partes envolvidas no negócio e a execução de atividades sustentáveis.

Esta busca por contatos com todas as partes

envolvidas no negócio é identificada nas entrevistas com os empreendedores. O empreendedor da Sol7 comenta que busca criar parcerias com outras empresas ou acordos com pessoas físicas para trabalharem juntos. Neste sentido se direciona o discurso do empreendedor da Agora TV:

[...] buscamos fazer o maior número de contatos possíveis para viabilizar a parte econômica porque essa é justamente a ligação da rede [...] sem ela não conseguimos nada [Fala do empreendedor da AgoraTV].

Para o empreendedor da Paralelo Produtora, qualquer função que tem outro parceiro serve para desenvolver a rede de contatos. Na Visão o processo é parecido, para elas o conjunto de contato proporciona oportunidade de conquistar novos clientes e deixar a empresa mais conhecida. Para este empreendedor, o lado social e ecológico também é muito bom e traz um retorno muito bom de contato:

[...] qualquer ação que se faz dá retorno de contato, por menor seja, acaba expandindo a rede de contato [...] isso é muito importante, como o caso de causas ecológicas que tem muitas pessoas que defendem essa causa [...] é uma rede bastante interessante não só do ponto de vista econômico, mas também na questão de rede de contato [Fala do empreendedor da Visão].

A questão do empreendedorismo sustentável não pode ser vista somente do ponto de vista do empreendedor e, sim, disseminada por toda a organização. Todos os empregados podem ser envolvidos na busca da sustentabilidade na cultura da empresa. No caso em análise, observa-se que os empreendedores buscam disseminar suas ideias quanto a questões ambientais, sociais e econômicas junto aos funcionários. Observa-se que o caráter de pequenas empresas facilita na troca de informações entre os empreendedores e os funcionários. No caso da Paralelo Produtora,

que não possui funcionários, a troca ocorre entre os sócios da empresa.

O empreendedor da Sol7 coloca que as metas financeiras, padrões de trabalho, possibilidades de crescimento, entre outros, são mencionados na contratação de novas pessoas, assim como no planejamento estratégico anual. Na Visão os funcionários têm a orientação e os princípios da empresa e, muitas vezes, os funcionários participam de feiras, eventos, além das negociações com clientes. O empreendedor da AgoraTV coloca que a disseminação das ideias não ocorre somente entre os funcionários, mas também entre outros parceiros, por meio da troca de informações, como no caso da gerência da INOVATES e clientes-chaves para a empresa. O entrevistado destaca a consciência do papel da rede de contato para alcançar os objetivos econômicos e que vão, na visão do entrevistado, dar sustentação para a empresa.

Os empreendedores entrevistados destacam a importância da rede de contato para o empreendimento, na concepção destes, a rede auxilia o alcance de objetivos econômicos. Mesmo ações com fins sociais ou ambientais desenvolvidas pelas empresas junto com a sua rede de contato ou *stakeholders* estão centradas na visão econômica dos empreendedores.

Capital Sustentável

Na aceção de Young e Tilley (2006), empreendedores sustentáveis investem em um empreendimento visualizando o retorno que será obtido no futuro. Este retorno pode ser financeiro, social ou ecológico. Desta forma, no momento de fazer investimentos, as empresas agem de maneira distinta. Na Sol7 este processo ocorre normalmente por reuniões entre os sócios. Já na Paralelo Produtora este processo está baseado em muita pesquisa prévia.

Na Visão a questão econômica é o fator

atenuante. Diferentemente da AgoraTV em que o fator social vem antes do fator econômico:

[...] partimos primeiro para as idéias sociais, que seriam os programas para fazermos e ver qual a forma que podemos atingir a sociedade com eles, de uma forma que as pessoas gostam, queiram e possam no futuro investir [...] e daí passar a dar um retorno financeiro [Fala do empreendedor da AgoraTV].

Na empresas analisadas, observa-se que o investimento por parte dos empreendedores se dá primordialmente visando um retorno financeiro. Em nenhum momento os empreendedores destacaram a possibilidade de realizar investimentos pensando num retorno social ou ambiental, mesmo que alguns investimentos estejam direcionados para ações sociais, estes ocorrem visando um retorno financeiro futuro.

Estratégia Sustentável

Uma das questões estratégicas para sustentabilidade do negócio é o *trade-off* entre a busca de resultados para a organização e a satisfação dos clientes. Na empresa Sol7 esta dicotomia é trabalhada para a utilização de boas práticas de trabalho, padrões de desenvolvimento e um canal para reclamações e críticas dos clientes. Na VisãoI a estratégia está voltada para o mercado:

[...] na verdade o mercado é muito dinâmico [...] começamos com um tipo de produto e percebemos que o custo dele era elevado para o mercado, desta forma, tivemos que fazer uma readaptação do ponto de vista de custos, ele ficou mais acessível e isso aumentou o leque de clientes [...] fizemos uma adaptação à realidade do mercado [Fala do empreendedor da VisãoI].

Outra forma de se trabalhar a dicotomia entre retorno para a empresa e satisfação do cliente é a busca por consultorias externas. Das empresas analisadas, a Sol7 e a VisãoI comen-

taram buscar consultorias externas e a AgoraTV somente consulta a coordenação da incubadora para sanar dúvidas quanto à burocracia legal. A Paralelo Produtora também não utiliza consultoria e comenta que o processo de aprendizado é, muitas vezes, autônomo.

Nas questões estratégicas, ambientais, sociais e econômicas, estão presentes nas empresas estudadas. O empreendedor da AgoraTV coloca que estão se preocupando mais com a estratégia da empresa do que quando da abertura da empresa:

[...] hoje estamos pensando mais na parte estratégica da empresa [...] até então, tínhamos colocado o peito e raça na rua [...] agora chegou num momento que já somos conhecidos, só que precisamos ter uma estratégia para continuar no mercado [Fala do empreendedor da AgoraTV].

Na Sol7 estas questões são levadas em consideração no planejamento estratégico e no programa Gaúcho da Qualidade e Produtividade, de que a empresa participa. Os empreendedores da VisãoI e da Paralelo Produtora comentam que o principal pilar para a busca da sustentabilidade presente na estratégia das empresas é o pilar econômico:

[...] não ignoramos nenhum destes pilares, mas o ponto de vista econômico é o que se sobressai, até por sobrevivência da empresa [Fala do empreendedor da Paralelo Produtora].

Destaca-se o fato que nas empresas estudadas a visão estratégica dos empreendedores apresenta uma preocupação ambiental e social, mas a visão predominante é a visão econômica, já que estes acreditam que esta é a mais importante. A formulação das estratégias das empresas ocorre de maneira deliberada, pouco formalizada e centrada na percepção do empreendedor, predominando, assim, as visões do empreendedor na visão estratégica da empresa como um todo.

Inovação e Proatividade Sustentável

Uma das características principais dos empreendedores é a busca pela inovação e proatividade, cujo resultado é um empreendimento que busca atingir um desenvolvimento sustentável (YOUNG; TILLEY, 2006). Mensurando a proatividade dos entrevistados, observa-se que estes empreendedores procuram atuar de forma proativa. O proprietário da VisãoI coloca que:

[...] temos essa característica pessoal de agir antes das coisas acontecerem, de se antecipar, de não deixar chegar ao problema que em determinado ponto pode gerar um transtorno [Fala do empreendedor da VisãoI].

Já o empreendedor da AgoraTV coloca que, quando da abertura da empresa, eles esperavam as coisas acontecerem, mas, com o passar do tempo, tornaram-se mais proativos:

[...] até então era assim, esperava ser forçado pela circunstâncias [...] a partir de meio de 2007 a gente passou a parar e pensar, planejar o que vai acontecer e assim passamos a trabalhar melhor [Fala do empreendedor da AgoraTV].

Outra questão na atividade empreendedora é o aproveitamento das oportunidades. A VisãoI busca estar sempre atenta às oportunidades, não somente que vão gerar retorno financeiro, mas também retorno social. Já na AgoraTV, o empreendedor coloca que, por falta de conhecimento do mercado, muitas vezes não utiliza as oportunidades. Na Paralelo Produtora, os empreendedores preferem aproveitar a ocasião, colocando que, se não precisa fazer não é feito, e quando surgir a necessidade buscam-se novas oportunidades.

A existência de autonomia em relação às normas é um dos requisitos para se empreender, porém, para empreender sustentavelmente, existe a necessidade de seguir algumas normas, em termos éticos e ambientais, por exemplo. O empreendedor da Paralelo Produtora

coloca que, por causa do ramo de atuação, a inovação tem que ser constante, fugindo de regras, justamente para inovar. Já a AgoraTV busca seguir os padrões da RBSTV e da TVGlobo.

[...] a gente sabe que hoje a RBSTV é a melhor no estado do RS, tem o padrão globo que é um dos melhores do mundo e então nos baseamos neles, nas regras que eles têm e até nos nossos programas procuramos cuidar com argumentações, exposição de marca de clientes [...] todos os detalhes técnicos da RBSTV acabamos adquirindo para qualificar o trabalho [Fala do Gerente empreendedor da AgoraTV].

Contudo, na empresa busca-se flexibilidade, principalmente quanto a horários e a normas que engessam a empresa, visando não coibir o desempenho e a criatividade das pessoas. Na VisãoI ocorre o mesmo processo:

[...] internamente a procuramos uma flexibilidade que entendemos que seja a flexibilidade positiva, que permita que o funcionário fique satisfeito e que também não prejudique a empresa [Fala do empreendedor da VisãoI].

Ressaltando, também, que do ponto de vista externo, a empresa segue as normas do mercado, destacando as normas éticas. Complementando, o empreendedor afirma:

[...] alguns padrões de mercado saímos fora para inovar e conseguir diferenciais [...] não fazer diretamente o que os outros estão fazendo, colocar alguma coisa a mais, mas alguns padrões têm que ser seguidos, porém em cima disso posso inovar [Fala do empreendedor da VisãoI].

A proatividade e a busca por inovações é uma constante nas empresas analisadas, no entanto, estas ocorrem de maneira deliberada, sem a preocupação de alcançar algum dos pilares da sustentabilidade, mas, principalmente, dar competitividade para a empresa. Des-

tacam-se algumas ações proativas no sentido de melhorar o bem-estar social dentro da organização e a relação com os *stakeholders*, abarcando também a dimensão social além da dimensão econômica.

Propensão ao Risco Sustentável

Completando o perfil empreendedor, a propensão ao risco é essencial para iniciar um novo empreendimento. No entanto, no caso do empreendedorismo sustentável é importante ter propensão ao risco, porém de maneira responsável quanto aos aspectos econômicos, sociais e ambientais (YOUNG; TILLEY, 2006). Em situações que implicam risco, as empresas estudadas encaram-no, contudo, de maneira planejada.

Na empresa Sol7, as situações de risco são decididas em reuniões entre os sócios:

[...] normalmente fazemos uma reunião entre os sócios, para pesarmos os aspectos inerentes ao tipo de decisão que tenha de ser tomada. Também utilizamos nosso plano de negócio e nosso planejamento estratégico como guia, uma vez que estas idéias já foram debatidas e analisadas [Fala do empreendedor da Sol7].

O empreendedor da AgoraTV comenta que vive situações de risco e desafios constantemente, e que, muitas vezes, acaba por criar coisas novas sem calcular os riscos. No caso desta empresa, quem acaba por buscar um planejamento é outro sócio da empresa:

[...] eu tenho as idéias, quero fazer e ele apresenta a parte econômica, à parte do que pode e não pode fazer [...] alguém que fica mais centrado na realidade da empresa e alguém que fica mais autônomo para tentar criar o máximo de coisas possíveis [...] eu não calculo riscos, e na parte de riscos maiores meu sócio ajuda a trazer para a realidade [Fala do empreendedor da AgoraTV].

O empreendedor da VisãoI coloca que, acima de tudo, deve haver planejamento, para

ela, planejamento envolve a busca de informação para ter a segurança de que está no caminho certo e as decisões só são tomadas quando tem a segurança para tal. Sentimento compartilhado pelo empreendedor da Paralelo Produtora, que comenta que enfrenta situações que implicam risco constantemente, porém sempre com cautela.

A percepção de propensão ao risco por parte dos empreendedores entrevistados centra-se na visão econômica, ou seja, existe consciência do risco econômico do negócio e a necessidade de enfrentá-lo. No entanto, não existe consciência quanto a riscos ambientais e sociais no momento de empreender por parte dos entrevistados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo principal analisar a presença dos pilares da sustentabilidade no perfil empreendedor dos proprietários de empresas incubadas na incubadora de empresas INOVATES. Este objetivo remete a um novo campo de estudo na área do empreendedorismo, o empreendedorismo sustentável. Este tipo de empreendedorismo une a visão tradicional do empreendedorismo com os pilares da sustentabilidade, formados pela sustentabilidade econômica, social e ambiental. A base para o surgimento desta visão está no rompimento da barreira de que um negócio é criado somente para gerar lucro (GIBBS, 2007).

Sob esta ótica, a visão dos pilares da sustentabilidade tem se destacado como um dos temas emergentes no mundo contemporâneo, constituindo-se em um importante instrumento para o desenvolvimento de uma sociedade economicamente viável, socialmente responsável e ambientalmente correta. Estas constatações são reforçadas por Coral, Rossetto e Selig (2003) ao mencionarem que as organizações devem repensar a forma como estão se relacionando com os diversos públicos, incor-

porando a perspectiva de uma gestão sustentável, de forma a respeitar o meio ambiente e contribuir para o desenvolvimento social da região e do país.

O entendimento de como a visão da sustentabilidade está presente no perfil dos empreendedores, principalmente em um ambiente de inovação, que é o caso das Incubadoras de empresas, contribui significativamente para a busca do desenvolvimento sustentável. Esta visão amplia o foco do processo de empreender, visto que, além de proporcionar um progresso econômico, também propicia um avanço social e ambiental.

Nas empresas estudadas, pertencentes a INOVATES – Incubadora de Empresas, observa-se que a visão de empreender está predominantemente sustentada na dimensão econômica. As constatações empíricas mostram que na formação da visão empreendedora dos entrevistados são levadas em conta as dimensões da sustentabilidade econômica, social e ambiental. No entanto, no desempenho das atividades empreendedoras, os entrevistados demonstraram focarem na dimensão da sustentabilidade econômica, dado que, na concepção dos empreendedores, esta é a dimensão que garante a sustentação do empreendimento. Desta forma, a sustentabilidade econômica é a dimensão norteadora do processo de empreender.

Em algumas questões a sustentabilidade social apresenta um grau de importância mais elevado, principalmente quanto a questões éticas e de impacto do produto ou serviço prestado perante a sociedade. A sustentabilidade ambiental está pouco presente no contexto do empreendedor, motivado, principalmente, pelas características das empresas, atuantes no setor de serviços, limitando-se à economia de material de consumo utilizado na prestação de serviços. Quando da existência de ações empreendedoras direcionadas para as dimensões sociais ou ambientais, estas se configuram como uma ação de meio para atingir um fim

econômico, manter uma rede de contato e se relacionar com *stakeholders*.

Desta forma, conclui-se que a sustentabilidade na sua totalidade não faz parte da visão empreendedora das empresas pesquisadas, dado que a visão social ou ambiental, quando existente, segue uma orientação de mercado e não faz parte da visão estratégica das empresas.

O estudo limitou-se à análise das empresas pertencentes a INOVATES - Incubadora de Empresas, vindo ao encontro das limitações apresentadas por Yin (2001), que é o fato do estudo de caso fornecer pequena base para generalizações científicas, por isto, torna-se sem significado qualquer tentativa de generalização para populações. No entanto, em nenhum momento esgota-se a possibilidade de que somente estas sejam as respostas para a problemática desta pesquisa. Outras variáveis poderão, certamente, ser encontradas no desenvolvimento deste estudo, possibilitando, assim, outras pesquisas neste mesmo enfoque.

A visualização mais ampla do processo de empreender pode estimular a geração de empreendimentos mais sustentáveis e prover diversas oportunidades de pesquisa neste campo. Como visto neste trabalho, o empreendedorismo sustentável é um tema novo, emergindo em meio ao novo paradigma do desenvolvimento sustentável, que oferece muitas questões para a comunidade acadêmica e que assume relevância no atual contexto mundial.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernando. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

ANPROTEC - Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores. **ANPROTEC 15 anos: como o Brasil desenvolveu um dos mais importantes movimentos de incubadoras e parques**. Brasília: ANPROTEC, 2004.

ATHERTON, Andrew. Unbundling enterprise and entrepreneurship: from perceptions and preconceptions

to concept and practice. **Entrepreneurship and Innovation**, n. 5, v. 2, p. 121-127, 2004.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BELLEN, Hans Michael Van. Indicadores de Desenvolvimento Sustentável - Um Levantamento dos Principais Sistemas de Avaliação. In: Encontro da ANAPAD, 26, 2002, Salvador. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2002.

BERMUDEZ, Luís Afonso. Incubadoras de empresas e inovação tecnológica: o caso de Brasília. **Revista Parcerias Estratégicas**, n. 8, p. 31-44, 2000.

CORAL, Elisa; ROSSETTO, Carlos Ricardo; SELIG, Paulo M. Planejamento Estratégico para a Sustentabilidade Empresarial: uma proposta para convergência das estratégias econômicas, ambientais e sociais. In: ENCONTRO DA ANPAD, 27, 2003, Atibaia. **Anais...**, Rio de Janeiro: ANPAD, 2003.

CARLAND, James W.; CARLAND, Jo Ann; HOY, Frank. An entrepreneurship index: an empirical validation. **Frontiers of Entrepreneurship Research**, 1992.

COHEN, Boyd; WINN, Monika. Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, n. 22, v. 1, p. 29-49, 2007.

CRESWELL, John W. **Research design: Qualitative and quantitative approaches**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1994.

DESAI, Bharat H. Johannesburg and beyond making sustainable development a global reality. In: UN - United Nations. **Global challenge global opportunity: trends in sustainable development**. Johannesburg: United Nations, 2002.

DORNELAS, José C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DYLLICK, Thomas; HOCKERTS, Kay. Beyond the business case for corporate sustainability. **Business Strategy and the Environment**, n. 11, v. 2, p. 130-141, 2002.

ENSLEY, Michael D.; CARLAND, James W.; CARLAND, Jo Ann. Investigating the existence of the leader entrepreneur. **Journal of Business Management**, Malden, v. 38, n. 4, p. 59-78, 2000.

FERNALD, Lloyd W.; SOLOMON, George T. Value profiles of male and female entrepreneurs. **International Journal of Small Business**, v. 6, n. 3, p. 24-33, 1987.

FILION, Louis J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração – FEA/USP**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999.

GIBBS, David. The role of ecopreneurs in developing a

sustainable economy. In: WORLD SYMPOSIUM ON SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP, 1, 2007, Leeds United Kingdom. **Anais...** Leeds – UK, 2007.

GLASER, Barney G.; STRAUSS, Anselm L. **The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research**. New York: Aldine Publishing Company, 1967.

GUIMARÃES, Clayton Luís; SENHORAS, Elói Martins; TAKEUCHI, Katiuchia. Empresa júnior e incubadora tecnológica: duas facetas de um novo paradigma de interação empresa-universidade. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO – SIMPEP. **Anais...**Bauru: UNESP, 2003.

HART, Stuart L.; MILSTEN, Mark B. Creating Sustainable Value. **Academy of Management Executive**, v.17, n. 2, p. 56-69, 2003.

HISRICH, Robert. D.; PETERS, Micheal. P. **Empreendedorismo**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HORNADAY, Jonh. A. **Research about living entrepreneurs**. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall, 1982.

ISAAK, Robert. **Green logic: ecopreneurship, theory and ethics**, Sheffield: Greenleaf, 1998.

_____, The making of the ecopreneur. **Greener Management International**, n. 38, p. -91, 2002.

JACOBI, Pedro. **O complexo desafio da sustentabilidade: desenvolvimento e meio ambiente**. São Paulo: Studio Nobel/ Fundap, 1994.

JOHNSON, Sherrill. Social entrepreneurship Literature review. **New Academy Review**. n. 2, v. 2, p. 42-56, 2003.

LARSON, Andrea. Sustainable innovation through an entrepreneurship lens. **Business Strategy and the Environment**. n. 9, p. 304-317, 2000.

MAHLER, Daniel. A.T. Kearney. **Supply Chain Management Review**. s/n, 2007, Disponível em <<http://www.scmr.com/article>>. Acesso em 26 de fev. 2008.

MARCONI, Marina. A.; LAKATOS, Eva. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

McCLELLAND, David C. **A sociedade competitiva: ção e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MITCHELL, John Clyde. Case and situation analysis. **The Sociological review**, v. 33, p. 187-211, 1983.

NICHOLLS, Alex. Playing the field: a new approach to the meaning of social entrepreneurship. **Social Enterprise Journal**. n. 2, v.1, p. 1-5, 2006.

PARRISH, Bradley D. Sustainability entrepreneurship: innovations in the logics of organizing. In: WORLD SYMPOSIUM ON SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP, 1, 2007, Leeds United Kingdom. **Anais...Leeds – UK**, 2007.

SCHALTEGGER, Stefan. A framework for ecopreneurship: leading bioneers and environmental managers to ecopreneurship. **Greener Management International**, n. 38, p. 45-58, 2002.

SCHAPER, Michael. The essence of ecopreneurship. **Greener Management International**, n. 38, p. 26-30, 2002.

SCHLANGE, Lutz E. Stakeholder perception in sustainable entrepreneurship: the role of managerial and organizational cognition. In: WORLD SYMPOSIUM ON SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP, 1, 2007, Leeds United Kingdom. **Anais...Leeds – UK**, 2007.

SCHUMPETER, Joseph. A. **Capitalism, socialism, and democracy**. 3.ed. New York: Harper & Row, 1950.

_____. **A teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de cultura, 1984.

STARKE, Linda. **Lutando por nosso futuro em comum**. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

SOUZA NETO, Bezamat. Genealogia e especificidades acerca de um empreendedor popular: o artesão brasileiro. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 2, 2001, Londrina. **Anais... Londrina**, 2001.

SUNKEL, Osvaldo. A sustentabilidade do desenvolvimento atual na América Latina. In: ARBIX, Glauco; ZILBOVICIUS, Mauro; ABRAMOVAY, Ricardo. **Razões e ficções do desenvolvimento**. São Paulo: Editora UNESP/EDUSP, 2001.

TILLEY, Fiona. Conceptualising sustainability entrepreneurship. In: WORLD SYMPOSIUM ON SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP, 1, 2007, Leeds, United Kingdom. **Anais...Leeds – UK**, 2007.

TIMMONS, John. A. Characteristics and role demands of entrepreneurship. **American Journal of Small Business**, v. 3, n. 1, 1978.

_____. **New venture creation**. 4.ed. Irwin, Boston: McGraw-Hill, 1994.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

WALLEY, Liz; TAYLOR, David. Opportunists, champions, mavericks...? A typology of green entrepreneurs. **Greener management international**, n. 38, p. 31-43, 2002.

WCED – World Commission to Environmental

Development. **Our common future**. Oxford: Oxford University Press, 1987.

YIN, Robert. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

YOUNG, Willian; TILLEY, Fiona. Can businesses move beyond efficiency? The shift toward effectiveness and equity in the corporate sustainability debate. **Business Strategy and the Environment**, n. 15, v. 6, p. 402-415, 2006.