



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA - CEUB**  
**PROGRAMA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA**

**LORRANE SALES SANTOS**

**O MEIO AMBIENTE, A SUSTENTABILIDADE E O CONSUMO: UMA ANÁLISE  
DESSA INTERAÇÃO COM O MERCADO EMPREENDEDOR E SUAS PERSPECTIVAS  
NA REGIÃO CENTRO-OESTE DO BRASIL.**

**BRASÍLIA**

**2023**

**LORRANE SALES SANTOS**

**O MEIO AMBIENTE, A SUSTENTABILIDADE E O CONSUMO: UMA ANÁLISE  
DESSA INTERAÇÃO COM O MERCADO EMPREENDEDOR E SUAS PERSPECTIVAS  
NA REGIÃO CENTRO-OESTE DO BRASIL.**

Relatório final de pesquisa de Iniciação Científica apresentado à Assessoria de Pós-Graduação e Pesquisa.

Orientação: Annabelle Azevedo Lima  
Barbastefano

**BRASÍLIA**

**2023**

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho aos meus pais, espero tê-los orgulhado.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, que me guiou nos momentos difíceis. Agradeço também aos meus pais pelo apoio incondicional, aos meus colegas e professores, a minha orientadora Prof<sup>a</sup> Dra. Anabele Azevedo Lima Barbastefano, a instituição CEUB, e a FAP/DF.

“É mais importante adotar a estratégia correta do que buscar o lucro imediato”

(KOTLER, 2000.)

## RESUMO

A presente pesquisa versa sobre a interação do meio ambiente, sustentabilidade e consumo com o mercado empreendedor e suas perspectivas na região Centro-Oeste do Brasil. Diante desta problemática, com o consumo excessivo e o esgotamento dos recursos naturais, debates envolvendo questões ambientais estão em destaque e, com isso, o empreendedorismo sustentável começou a ganhar força devido ao papel fundamental para desempenhar as necessidades de consumo consciente. Para isto, o presente trabalho buscou realizar uma análise sobre as estratégias e as ações de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade socioambiental empregadas por empreendedores de Micro e Pequenas Empresas (MPEs) na região Centro-Oeste do Brasil, além da identificação da percepção do consumidor. Sendo assim, um levantamento de MPEs ativas na região Centro-Oeste do Brasil foi realizado a fim de verificar quais características de desenvolvimento sustentável apresentam, para então elaborar e aplicar um formulário eletrônico (do tipo Google Formulário) com o intuito de identificar o perfil do consumidor, a influência das práticas socioambientais empresariais na decisão de compra do consumidor, a preocupação do consumidor com relação a agressão ao meio ambiente e a importância do modo de fabricação dos produtos, além de observar se há informação sobre a relevância de MPEs. Por fim, foi avaliado se as estratégias utilizadas por MPEs na adesão e atualização do mercado relacionadas à gestão ambiental e o desenvolvimento sustentável são eficientes. A pesquisa foi capaz de mapear 82 MPEs na região Centro-Oeste do Brasil, sendo 56 microempresas e 26 de pequeno porte, todas com características de desenvolvimento sustentável, além de ter sido possível traçar um perfil para os consumidores residentes na região de enfoque do trabalho, trazendo atenção especial aos resultados obtidos nos gráficos 4 e 8, que questionam se os clientes costumam preocupar-se com os possíveis impactos ambientais gerados por um determinado produto que costumam consumir e se preocupam-se em apoiar empresas comprometidas com o empreendedorismo sustentável, respectivamente. A maioria dos respondentes alegou preocupar-se com os impactos ambientais gerados e com as empresas de viés sustentável, evidenciando um cenário de crescente atenção ao consumo consciente.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento Sustentável; Sustentabilidade; Micro e Pequenas Empresas (MPEs); Inovação; Empreendedorismo Sustentável.

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> - Estados da região Centro-Oeste em relação a quantidade de participantes da pesquisa.....	23
<b>Gráfico 2</b> - Renda familiar dos participantes.....	24
<b>Gráfico 3</b> - Você concorda que a sustentabilidade deve: "satisfazer às necessidades da geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras?" .....	25
<b>Gráfico 4</b> - Você se preocupa com os possíveis impactos ambientais gerados por um determinado produto que costuma consumir?.....	26
<b>Gráfico 5</b> - Com que frequência você consome produtos sustentáveis?.....	27
<b>Gráfico 6</b> - Ao consumir bens e serviços, você leva em consideração apenas o custo ou também se preocupa em saber se são sustentáveis?.....	28
<b>Gráfico 7</b> - Em relação ao destino final dos resíduos poluentes, você acredita que todos os resíduos de produtos poluentes vão parar nas águas, nos solos, no ar e nos alimentos?.....	29
<b>Gráfico 8</b> - Você se preocupa em apoiar empresas comprometidas com o empreendedorismo sustentável?.....	30
<b>Gráfico 9</b> - Você valoriza as micro e pequenas empresas (mpes) da sua região?.....	30
<b>Gráfico 10</b> - Você acha que o empreendedorismo sustentável tem crescido no Brasil nos últimos anos?.....	32
<b>Gráfico 11</b> - Na sua opinião o desenvolvimento sustentável é importante para o crescimento de uma sociedade?.....	33
<b>Gráfico 12</b> - No seu vínculo social e pessoal, você conhece algum empreendedor sustentável? ..... .....	33

## LISTAS DE ABREVIÇÕES

MPEs	Micro e Pequenas Empresas
DF	Distrito Federal
GO	Goiás
MS	Mato Grosso do Sul
MT	Mato Grosso
DS	Desenvolvimento Sustentável
ES	Empreendedorismos Sustentável
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas
ONU	Organização das Nações Unidas
TBL	<i>Triple Bottom Line</i>
CMMAD	Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento



## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1. Publicidade e o consumo excessivo de recursos	12
2.2. Desenvolvimento sustentável e sustentabilidade	12
2.3. Empreendedorismo Sustentável em Micro e Pequenas Empresas (MPes)	15
2.4. A Inovação e a Sustentabilidade	16
3. MÉTODO	18
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	20
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS (OU CONCLUSÕES)	34
REFERÊNCIAS	36

## 1. INTRODUÇÃO

O meio ambiente, a sustentabilidade e o consumo podem ser associados quando se repara nas infrequentes preocupações com os impactos ambientais e sociais gerados pelo nosso mercado empreendedor, que explora recursos e consome de forma exacerbada produtos descartáveis, devido a percepção inicial que tínhamos referente a capacidade supostamente infinita de recursos naturais e absorção da poluição, que nos fez até a primeira metade do século XX, criar empresas que dissociavam sustentabilidade ambiental de crescimento econômico (Borges et al., 2013).

Entretanto, em algum momento a partir da década de 1960, iniciou-se uma onda de questionamentos sobre o modelo vigente de desenvolvimento e suas consequências, uma vez que a vida moderna é marcada por necessidades constantemente atualizadas, que são supridas e facilitadas por bens e serviços oferecidos, tornando a inviabilidade do planeta Terra manter tal padrão de consumo intensivo uma pauta de discussões (Borges et al., 2013). Atualmente, produz-se em massa aceleradamente diversos produtos que necessitam de matéria-prima para existirem (Kersten, 2017), evidenciando um cenário insustentável que impede a renovação dos recursos naturais, levando à extinção dos mesmos (Papanek, 2007).

As reflexões acerca do tema tornaram possível, em 1972, a realização da Conferência de Estocolmo, passo importante para debates envolvendo questões ambientais, que moveram transformações sociais, econômicas e culturais, onde as ações do homem contemporâneo começaram a mudar com base na sua percepção do quadro de desenvolvimento da sociedade. No que tange este assunto, o empreendedorismo sustentável começou a ganhar força devido ao papel fundamental que desempenha nas necessidades de consumo consciente, criando então novos e oportunos nichos de negócios (Rodrigues et al., 2014).

Adicionalmente, vale ressaltar que a Organização das Nações Unidas (ONU), na Resolução 71/221 adotada pela Assembleia Geral em 21 de dezembro de 2016, sobre Empreendedorismo para o Desenvolvimento Sustentável, considerou formalmente o empreendedorismo como um elemento valioso para se alcançar o desenvolvimento sustentável nas três esferas, são elas: econômico, social e ambiental. A resolução ainda reconhece o papel promissor que o empreendedorismo tem ao enfrentar os desafios ambientais através da introdução de novas tecnologias de atenuação e adaptação às mudanças climáticas e medidas de resiliência, bem como pela difusão de práticas e padrões

de consumo ambientalmente mais sustentáveis, além de contribuir positivamente para a coesão social, reduzindo as desigualdades e aumentando as oportunidades para todos, devido a sua ação potencializadora do crescimento econômico por meio da criação de empregos nesse promissor nichos de negócios.

Além disso, outro passo importante foi dado quando em 1991, foi estabelecido o conceito de desenvolvimento sustentável, através do trabalho “*Our Common Future*”, pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Assim, o desenvolvimento sustentável passa a ser visto de forma geral como o uso consciente dos recursos naturais, suprimindo as necessidades da atual geração sem interferir no futuro das próximas (CMMAD, 1991, p. 46).

Segundo Molionari (2015), consumir é necessário para a sobrevivência dos indivíduos de qualquer espécie, inclusive os *Homo sapiens*. Água, ar e alimentos são recursos disponíveis na natureza e que naturalmente procuramos por serem indispensáveis, desta forma, fica evidente que o problema não é necessariamente consumir, mas a exploração excessiva que interfere no equilíbrio do meio ambiente.

Com base no que foi dito, o empreendedorismo, que sempre foi visto como um agente de transformação social, principalmente para o crescimento econômico, começou a ser apontado também como um meio para se obter desenvolvimento sustentável (Bergset, 2018), possibilitando que o consumo indispensável para a sobrevivência da espécie humana não prejudique as gerações futuras.

O empreendedorismo visto por esta nova ótica teve impacto em diferentes segmentos da sociedade. Para o empreendedor, o empreendedorismo sustentável é uma oportunidade para aumentar os lucros com negócios dentro dos nichos ambiental ou social, além de possibilitar uma colaboração positiva com o seu ambiente e comunidade (Biberhofer et al., 2019), para os pesquisadores ele se constitui como um segmento novo a ser explorado do empreendedorismo (Hall e Lenox, 2010) e, finalmente, no que tange às políticas públicas, conceituadas como orientações para o combate a determinados problemas públicos, buscando a resolução de questões coletivas da sociedade (Secchi; Coelho; Pires, 2019), o empreendedorismo sustentável é tido como um dos meios capazes de realizar inovações necessárias para a solução de problemas ambientais e sociais que assolam a humanidade e seu meio ambiente (Biberhofer et al., 2019).

De acordo com o que foi dito, tal quadro só poderá ser alterado para assegurar a manutenção da vida no Planeta Terra, caso sejam instauradas mudanças na forma como coexistimos com o meio ambiente e sua ecologia, através de inovações nas formas de consumo, fabricação e reciclagem dos produtos (Papanek, 2007), e levando em consideração que o mundo têm se atentado para esta nova realidade da sustentabilidade, com atitudes como a valorização de produtos de origem natural, através de fármacos, fitoterápicos, cosméticos, papel ecológico, biojóias, tecidos e etc, (Dallago E Oliveira, 2005), o objetivo geral do presente trabalho é realizar uma análise sobre as estratégias e as ações de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade socioambiental empregadas por empreendedores de Micro e Pequenas Empresas (MPEs) na região Centro-Oeste do Brasil, além da identificação da percepção do consumidor. Já os objetivos específicos procuram realizar um levantamento de Micro e Pequenas Empresas (MPEs) ativas na região Centro-Oeste do Brasil a fim de verificar quais características de desenvolvimento sustentável apresentam; elaborar e aplicar um formulário eletrônico (do tipo Google Formulário) para identificar o perfil do consumidor, a influência das práticas socioambientais empresariais na decisão de compra do consumidor, a preocupação do consumidor com relação a agressão ao meio ambiente e a importância do modo de fabricação dos produtos, e o quanto ele sabe sobre a relevância de Micro e Pequenas Empresas (MPEs); além de propor estratégias que possam auxiliar MPEs na adesão e atualização do mercado relacionado a gestão ambiental e o desenvolvimento sustentável.

Para a realização da pesquisa, com relação ao porte dos empreendimentos, a definição considerada está de acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), mais especificamente considerando-se o documento “Perfil das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte”, de 2018, onde microempresas são aquelas cuja receita bruta anual é igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais), já empresas de pequeno porte são aquelas de receita bruta com valor superior a este e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais). Se usa empreendimentos compreendidos nos portes citados acima devido a importância que desempenham no desenvolvimento socioeconômico do país, ideia fortalecida na Resolução 71/2021 adotada pela Assembleia Geral em 21 de dezembro de 2016, sobre Empreendedorismo para o Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas

(ONU), que reconhece o papel das micro, pequenas e médias empresas na promoção da industrialização inclusiva e sustentável que pode contribuir para a criação de empregos.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1. Publicidade e o consumo excessivo de recursos**

A publicidade é uma das maiores forças da atualidade, fortalecendo o desenvolvimento industrial, o crescimento do comércio e tantas outras coisas, aliado a isso, ela também possui o poder de manipular massivamente opiniões devido a sua habilidade carismática de convencimento (Sant'anna, 1995). A pesquisa de Fernandes et al. (2014), corrobora com isso quando diz que o marketing é responsável por levar as pessoas constantemente a tomarem decisão de compra sobre algum produto ou serviço, pois o mesmo visa à satisfação do cliente. Adicionalmente a isso, Schonardie (2011) diz que a satisfação das nossas necessidades conduz à busca por outras antes inexistentes.

Para Milionari (2015) o consumo em si não é o problema, pois este é necessário para a sobrevivência de qualquer espécie, o problema se inicia quando o uso de produtos e serviços se torna excessivo. Sendo esta uma realidade que enfrentamos, pois segundo Bocken (2015), o nível de consumo da população mundial está cada vez maior, acompanhando as necessidades humanas que estão cada dia mais difíceis de serem inteiramente satisfeitas.

Para manter nosso atual modelo de consumo é preciso explorar além do sustentável, o que gera produtos destinados a se tornarem rapidamente obsoletos sem levar em consideração os limites da natureza (Milionari, 2015).

Com isso, em virtude do conceito de desenvolvimento sustentável, pensando no lado econômico de perpetuação dos negócios, na preservação dos ecossistemas, nos produtores e consumidores e no meio ambiente, um questionamento adequado é: “Como as empresas podem inovar de forma sustentável, satisfazendo as necessidades humanas por produtos e serviços, sem comprometer as necessidades que as gerações futuras terão?”.

### **2.2. Desenvolvimento sustentável e sustentabilidade**

Nas últimas décadas, o crescimento e modernização empresarial aliado aos avanços constantes da tecnologia tem alterado os padrões de consumo, aumentando a exploração de

recursos naturais e acelerando processos de urbanização, o que amplia danos antrópicos geradores de males como redução da biodiversidade e da camada de ozônio, dentre outras implicações (Malheiros; Coutinho; Philippi JR, 2012). Ainda segundo Rosa et al. (2023), o século XXI vem enfrentando dificuldades para cumprir com a sustentabilidade devido a fatores como o contínuo consumo em massa, a aceleração do aquecimento global, a perda de biodiversidades etc., apesar de nas últimas três décadas o desenvolvimento sustentável ter sido pauta de discussões em escala global.

Para Armada et al. (2017) se impõe sobre a sociedade uma crise ambiental, grave problema para a civilização, devido ao esgotamento de um modo de vida intensamente baseado no consumo. Outros estudos também mostram que tem sido difícil para o planeta terra assegurar a manutenção da vida, pois o modelo de crescimento econômico vigente contribui para uma intensa degradação ambiental (Dias e Pedrozo, 2012). Sobre isso, na concepção de Arnold Toynbee, o homem é a primeira espécie de ser vivo presente na biosfera que alcançou o poder de arruiná-la e, com isso, de destruir a si mesmo.

A definição de Desenvolvimento Sustentável (DS) surgiu com o estudo intitulado "*Our Common Future*", também chamado de Relatório Brundtland, que foi elaborado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), realizada em 1987. De acordo com esse documento o Desenvolvimento Sustentável é aquele que "satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades". O estudo ainda diz que o termo acima conceituado possui duas ideias chave, o conceito de "necessidades", que está relacionado às necessidades essenciais dos mais pobres, e o conceito de "limitações", associado ao estado da tecnologia e organização social na capacidade do meio ambiente de atender às necessidades atuais (CMMAD, 1991, p. 46).

O documento aponta em suas palavras que:

Em essência, o desenvolvimento sustentável é um processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas (CMMAD, 1991, p. 49).

Desde a definição da Comissão de Brundtland diversas outras concepções foram publicadas. Para Bos-Brouwers (2010) é "a manutenção dos processos ecológicos essenciais,

a preservação da diversidade genética e a utilização sustentável das espécies e ecossistemas”; “a igualdade de oportunidades para as gerações futuras”.

Ainda sobre o conceito de DS, o mesmo é considerado multidimensional onde se busca a proteção ambiental com a manutenção do capital natural, para então, alcançar a prosperidade econômica nos dias atuais e futuros (Biberhofer et al., 2019).

A definição de Desenvolvimento Sustentável permanece contestada devido às diferentes posições consideradas em relação ao que é ou não justo. É bastante amplo e genericamente aplicável, de forma que sua incerteza o torna inoperacional e aberto a interpretações conflitantes. Ainda assim, quase todas as ideias publicadas sobre o conceito de DS têm como base comum a preocupação com os princípios da sustentabilidade, por exemplo, a perspectiva de longo prazo, a importância das condições locais, e o entendimento da evolução não linear dos sistemas ambientais e humanos (Armada et al., 2017), pois é responsabilidade social garantir que as próximas gerações vivam em um ambiente de qualidade, equilibrado e saudável. Vale ressaltar que aplicar o conceito de DS no dia a dia pode parecer difícil, pois envolve mudanças na forma de pensar, viver, produzir e consumir, englobando as dimensões social, ambiental, econômica, cultural e política (Yemal; Teixeira; Nääs, 2011).

Ainda sobre isso, Elkington (2012) assinala que a sustentabilidade, há tempos creditada como uma tentativa de integração entre o pilar financeiro tradicional com o pensamento emergente de preocupação ambiental, se revela muito mais complicada de alcançar do que alguns executivos entusiastas haviam idealizado inicialmente.

Apesar disso, existem inúmeras iniciativas que buscam pelo DS. De acordo com Rosa (2023), a Agenda de 2030 é uma iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU) onde se propõe um acordo voltado para o desenvolvimento sustentável. A pauta foi composta por 193 países em 2015, sendo dividida em 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e contando com 169 metas com prazo de realização até 2030.

A sustentabilidade por sua vez pode ser definida como a capacidade de um sistema humano, natural ou misto, suportar ou adaptar-se à mudança endógena por um tempo indeterminado, representando uma meta ou um ponto final. Por conseguinte, para alcançar a sustentabilidade é necessário a aplicação do desenvolvimento sustentável (Brinkmann, 2018).

O termo sustentabilidade surgiu dos recursos renováveis e aderiu aos movimentos ecológicos/ambientais. A definição refere-se à existência de condições ecológicas necessárias para dar manutenção e suporte à vida humana através da promoção de bem estar para as atuais e futuras gerações, caracterizando a sustentabilidade ecológica e não o desenvolvimento sustentável (Choongo et al., 2016).

Em 1994 nascia a frase “*Triple Bottom Line*”, abreviada como TBL, conceito introduzido no mundo dos negócios. Foi criado por John Elkington, e diz que a sustentabilidade é pautada nos pilares social, ambiental e econômico. Entretanto, em 2018, Elkington publicou um artigo na Harvard Business Review, chamado: *25 Years Ago I Coined the Phrase "Triple Bottom Line." Here's Why It's Time to Rethink It*. Neste trabalho, o mesmo reconhece o conceito citado acima como um fracasso que deve ser repensado, uma vez que o sistema capitalista não foi capaz de dar mais espaço às esferas social e ambiental do que à econômica (Elkington, 2018).

Por fim, apesar de existirem diversas compreensões e ambiguidades, a sustentabilidade e o DS têm como objetivo principal impactar positivamente as gerações futuras (Brinkmann, 2018).

Ao longo das últimas décadas, inúmeras iniciativas globais foram lançadas para influenciar a transição das empresas para uma abordagem mais sustentável, entretanto tal mudança ainda permanece altamente fragmentada.

Portanto, o desenvolvimento sustentável e a sustentabilidade têm sido alvos de formulações políticas em todos os níveis e o foco de acordos multinacionais. Os dois conceitos ainda são vagamente definidos e ambíguos, nenhuma orientação metodológica concreta é oferecida sobre como alcançá-las.

### **2.3. Empreendedorismo Sustentável em Micro e Pequenas Empresas (MPEs)**

O Empreendedorismo Sustentável (ES) tem como precursores os estudos que começaram a ser desenvolvidos sobre empreendedorismo social e ambiental (İyigün, 2015). Segundo Boszczowski (2012), o ES que busca associar empreendedorismo e sustentabilidade, ainda é um campo interdisciplinar novo e relativamente inexplorado para os pesquisadores. O mesmo surgiu devido ao crescente número de pesquisas relacionadas a negócios, meio ambiente e responsabilidade social, desenvolvidas em resposta à necessidade das empresas mudarem suas práticas sociais e ambientais.



Apesar de recentemente Elkington (2018) ter considerado o conceito “*Triple Bottom Line*”, abreviado como TBL, onde a sustentabilidade é pautada nos pilares social, econômico e ambiental, como algo que deve ser repensado por não ter alcançado os resultados esperados, para Bonfim et al. (2018), durante as últimas décadas vem aflorando na literatura uma preocupação das organizações com a sociedade de modo geral, tornando o TBL um pilar emergente.

A sustentabilidade social dá destaque ao ser humano, visando melhorar as condições de vida da sociedade, a econômica promove o uso e distribuição eficiente dos recursos naturais, e por fim, no ponto de vista ambiental as preocupações estão voltadas para os impactos antrópicos sobre o meio ambiente (Bellen, 2005).

Desde a criação do conceito de Desenvolvimento Sustentável, inúmeras abordagens sobre como produzir e consumir de maneira mais consciente vem sendo colocadas em pauta (Klewitz, 2014). Desta forma, a introdução de um modelo de DS baseado nos pilares social, ambiental e econômico nas organizações, governo, etc (Kraus, 2017; Gast, 2017; Hanohov e Baldacchino, 2018), evidenciou a carência de ações focadas no cuidado para com o planeta e manutenção da qualidade de vidas das pessoas.

Voltando o olhar para as Micro e pequenas empresas (MPEs), é interessante evidenciar que o impacto individual destas parece inicialmente pequeno, ao passo em que o impacto coletivo desses empreendimentos menores é indispensável para a maioria das regiões, sendo responsável pela geração de empregos entre outros benefícios (Sarango-lalangui et al., 2018)

Com isso em mente, e sabendo que existe uma tendência empresarial na busca pelo equilíbrio do TBL, as organizações têm tentado empreender sustentavelmente através de produtos, processos, métodos e sistemas inovadores. Essas ações pretendem atenuar os malefícios nascidos de atividades organizacionais que afetam tanto o meio ambiente quanto a sociedade, associado a bom retornos econômicos e ganho de vantagem competitiva às empresas desenvolvedoras (Youssef et al., 2018).

#### **2.4. A Inovação e a Sustentabilidade**

A inovação é uma constante na história da humanidade, traçando um período desde a descoberta dos instrumentos para caça e defesa pelos homens da caverna, passando pela descoberta do fogo e da roda, até o desenvolvimento destes instrumentos em itens

considerados indispensáveis para o humano moderno, devido ao apelo facilitador que tais materiais desempenham. Existiram na história homens e mulheres responsáveis por inovações tecnológicas importantes como, Leonardo da Vinci (1542-1519), Galileu Galilei (1564-1642), Thomas Edison (1847-1931) e Albert Einstein (1879-1955) (Challoner, 2014).

Adicionalmente, as revoluções industriais também são responsáveis por muitas inovações, e apesar de não poderem ser explicadas somente pelas invenções de novas máquinas, fontes de energia, materiais ou métodos, estes são fatores fundamentais no desenvolvimento da economia dos últimos dois séculos e meio (Dathein, 2003). Para Neder et al. (2019), nessa sociedade contemporânea a inovação disputa com o capital financeiro como força motriz que impulsiona organizações privadas e públicas, bem como nações a alcançarem o desenvolvimento.

Apesar disso, essa industrialização e valorização do consumo promove grandes demandas de produção para itens com vida útil cada vez menor. Todo este acúmulo de riquezas e consumismo causa danos como a contaminação do solo, da água, produção de resíduos nocivos à saúde e tantos outros males (Andrade, 2014).

Observa-se então, que tanto o meio ambiente quanto a própria sociedade estão cada vez mais associados e degradados pelo hiperconsumo, onde se desfruta exageradamente sem a real necessidade de sobrevivência. O meio ambiente é prejudicado pelos resíduos sólidos e líquidos sem destinação correta, e que não conseguem ser absorvidos pela natureza, já a sociedade por sua vez é afetada pela exclusão social oriunda da desigualdade econômica (Pereira, 2016).

Com isso, segundo Behm (2019), nas últimas décadas temos tomado consciência de que não é o suficiente inovar em produtos ou serviços, é preciso introduzir uma visão sustentável na forma de gestão dos negócios com destaque no bem-estar coletivo e das futuras gerações.

O conceito de inovação não é claramente definido, pois o mesmo é tema de pesquisas em inúmeras áreas do conhecimento, e portanto seu campo de atuação é vasto, assim como as suas definições (Neder et al., 2019). Apesar disto, para os economistas a inovação remete ao aumento da qualidade e variedade de produtos, serviços e métodos de produção, bem como a redução de custos dos bens e serviços disponíveis no mercado. A Inovação nesta ótica seria o desenvolvimento de maneiras melhores para realização dos processos, e introdução de novas ideias, produtos e serviços (Menezes, 2023). Já na perspectiva da

administração, é definida como uma nova forma de fazer algo que pode estar relacionada com produtos e serviços (Neder et al., 2019). Tem sua importância evidenciada por Wunsch-Vincent, Lanvin e Dutta (2015), quando os mesmos indicam a inovação como um fator chave para o sucesso econômico.

Ainda sobre este importante conceito, o estudo mais antigo de Mariano e Mayer (2008) considera o termo como a geração de valor explorando alguma forma de transformação, além de criar uma nova demanda ou maneira de investir no mercado. Inovação então seria uma ideia inédita, práticas atualizadas ou um novo tipo de material utilizado no desenvolvimento dos processos. Adicionalmente em outro trabalho, o mesmo envolveria os seguintes conceitos: concepção teórica, invenção técnica e exploração comercial, alcançando assim a inovação. Nesta ideia a concepção teórica remeteria a um conjunto de pensamentos, a invenção técnica seria a concretização da reflexão em um novo produto ou serviço, e por fim, a exploração comercial seria as atividades comerciais (Trott, 2012).

Entretanto, este atual contexto onde investimos na inovação para obter vantagem competitiva dá espaço para a sustentabilidade, com o intuito de amenizar os inúmeros impactos ambientais causados (Neder et al. 2019). A crescente necessidade de solucionar os danos ambientais severos causados pelo consumo excessivo fez com que procurássemos inéditas técnicas e tecnologias para o desenvolvimento de novas formas de produção, e distribuição de bens e serviços (Rabêlo, 2015).

Desta forma a relação entre inovação e sustentabilidade vem sendo cada vez mais consolidada, pois uma vez que os produtos e serviços se tornam mais eficientes e sustentáveis eles inevitavelmente passam por um cenário de inovação (Neder et al. 2019).

Apesar disto também é importante reforçar que é complexa a tentativa de migrar para um tipo de produção sustentável que não reduza a lucratividade do processo, já que vivemos em uma economia de mercado que valoriza lucros e depende da demanda dos consumidores (Pizzani, 2016).

### **3. MÉTODO**

O presente trabalho contou com uma pesquisa de caráter descritiva quantitativa e qualitativa. A metodologia deste projeto possui várias partes, e se iniciou com a descrição quantitativa e qualitativa de Micro e Pequenas Empresas (MPEs) com características de

desenvolvimento sustentável na região Centro-Oeste do Brasil, estados Distrito Federal (DF), Goiás (GO), Mato Grosso do Sul (MS) e Mato Grosso (MT), via redes sociais (Instagram, Facebook, Twitter), e buscas na internet através do navegador Google, pelo período compreendido entre Agosto de 2022 e Maio de 2023. No decorrer do levantamento, além de quantificá-las e classificá-las de acordo com o seu porte, também foram verificadas as ações e estratégias dos empreendimentos que estão associadas a práticas de responsabilidade socioambiental.

Levando em consideração o que foi dito por Van Bellen (2005), alguns aspectos comuns na caracterização de empresas como sustentáveis que foram levados em conta durante esta análise, são a preocupação em reduzir ou não provocar impactos, adaptar-se às necessidades atuais e futuras dos consumidores, redução do consumo de água, redução do consumo energético, introdução de inovações tecnológicas sempre que possível e viável, aproveitamento de condições naturais locais, uso de matérias-primas ou resíduos que contribuam com a ecoeficiência do processo, educação ambiental dos envolvidos e redução, reutilização, reciclagem e disposição final correta dos resíduos sólidos.

Em um segundo momento, foi disponibilizado para preenchimento um questionário online via Google formulários nos estados da região Centro-Oeste (Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul), o mesmo ficou disponível de Janeiro até Abril de 2023, e foi disseminado através de redes sociais (Instagram, Facebook, Twitter) e outros meios de comunicação como o WhatsApp e E-mail. Ele analisou de forma descritiva qualitativa o perfil dos clientes residentes na região do Brasil selecionada para a pesquisa, bem como o quanto os consumidores estão preocupados com o meio ambiente e buscam por práticas socioambientais empresariais.

Desta forma, a população amostral deste trabalho no primeiro momento são as MPEs com iniciativa sustentável presentes na região de enfoque, e no segundo momento são os indivíduos com acesso a internet que participaram do projeto respondendo ao formulário online, e que via de regra são residentes da região Centro-Oeste, corroborando com o trabalho de Yin (2015), onde a população a ser pesquisada ou universo da pesquisa, é definida como o conjunto de indivíduos que partilham de, pelo menos, uma característica em comum.

Vale ressaltar que as mídias sociais foram utilizadas nesta metodologia por serem parte importante da evolução tecnológica. Não são apenas plataformas de

compartilhamento de informações, para as empresas estas mídias são também uma forma de se relacionar com os consumidores, promovendo seus produtos e serviços (Gabriel; Kiso, 2020). Para Guimarães Júnior et al. (2020), as mídias sociais foram essenciais para a continuidade das operações comerciais dos pequenos negócios frente à Indústria 4.0, principalmente devido ao distanciamento social decorrente da pandemia de Covid-19.

Apesar disso, a utilização dos meios digitais pelos mais diversos públicos que levou as organizações a repensarem sua forma de fazer marketing, sinaliza um desafio para as Micro e Pequenas Empresas (MPEs), devido ao fato de que estas organizações frequentemente apresentam escassez de recursos, sejam eles humanos, materiais ou financeiros, dificultando seu bom desempenho no mercado empreendedor (Souza, 2023).

Em última instância, no que diz respeito aos procedimentos técnicos, a classificação da pesquisa foi por observação não participante, ou seja, de acordo com Yin (2015), é quando o observador não interage diretamente com o objeto de estudo.

#### **4. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Na primeira fase da pesquisa foi realizada uma descrição quantitativa e qualitativa das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) com características de desenvolvimento sustentável presentes na região Centro-Oeste do Brasil, estados Distrito Federal (DF), Goiás (GO), Mato Grosso do Sul (MS) e Mato Grosso (MT), via redes sociais (Instagram, Facebook, Twitter) e buscas na internet através do navegador Google.

Considerando todos os estados da região Centro-Oeste do Brasil, foi possível mapear 82 empresas, sendo 56 microempresas e 26 de pequeno porte. Estes empreendimentos estão distribuídos em diversos tipos de mercado, todos com ações sustentáveis.

No estado do GO foram mapeadas 21 empresas, sendo que 10 delas são microempresas e 11 são de pequeno porte. Os empreendimentos estão distribuídos em diversos ramos, sendo 11 empresas do ramo alimentício, com alimentos veganos e orgânicos, 2 envolvidas na produção de biojóias artesanais com materiais disponíveis na natureza, 3 voltadas para desenvolvimento de biocosméticos naturais, veganos e biodegradáveis, com políticas de diminuição do plástico e livres de crueldade animal, 1 voltada para a coleta e compostagem de resíduos orgânicos, 2 com propostas de arquitetura e construção sustentável, 1 no ramo da engenharia ambiental, que atua na elaboração de

projetos e estudos para o licenciamento ambiental, e 1 loja voltada para a comercialização de produtos veganos e ecológicos.

No DF foram mapeados no total 27 empreendimentos, 5 de pequeno porte e 22 microempresas. Deste total, os empreendimentos estão distribuídos em inúmeros ramos, entre eles o ramo alimentício, com 6 empresas voltadas para a comercialização de comidas veganas e destinação correta para os resíduos e vidros não retornáveis, 7 no ramo da construção e inovação, com propostas de soluções sustentáveis, uso de energia solar, reuso da água, reciclagem e etc, preservando o meio ambiente e respeitando a natureza, 4 no desenvolvimento de biocosméticos e biojóias, com produtos naturais, artesanais, orgânicos, veganos, sustentáveis, embalagens recicláveis e proteção aos animais, 2 na consultoria ambiental, voltadas para o planejamento, elaboração e execução de projetos com plantio e manutenção florestal, bem como gestão integrada ao meio ambiente e produção de mudas de espécies arbóreas nativas do cerrado com o objetivo de atuar no mercado de compensação florestal e recuperação de áreas degradadas.

Ainda sobre os empreendimentos encontrados no DF, foi mapeada 1 empresa no ramo da moda sustentável, 1 marca de produtos biodegradáveis para festas, 2 na gestão de resíduos e educação, com promoção de cursos sobre sustentabilidade, consultoria lixo zero e compostagem doméstica, e finalmente, outros 4 empreendimentos voltados para diversos segmentos, como empresa de marcenaria responsável por peças sustentáveis, venda de produtos orgânicos sem uso de agrotóxicos ou adubos químicos, e varejo de produtos naturais.

Em seguida, no MS, foram encontradas 22 MPEs, 8 de pequeno porte, e 14 microempresas. Dos 22 empreendimentos, 8 eram do ramo alimentício, com alimentos orgânicos, veganos, vegetarianos e reuso de água, 2 voltados para venda de itens artísticos, decorações, designer, aromatizantes de ambiente e biojóias, feitos com materiais orgânicos encontrados na natureza, 2 produzem biocosméticos veganos desenvolvidos a partir de produtos naturais, 1 trabalha com compostagem orgânica, 4 oferecem cursos, produtos ecológicos, naturais, artesanais e veganos, bem como serviços de consultoria ambiental, 1 faz serviço ambiental de paisagismo, 1 comercializa produtos artesanais, naturais e veganos, 1 produz e vende produtos de limpeza sustentáveis a partir do reaproveitamento de resíduos e, finalmente, 2 empreendimentos trabalham com reciclagem.

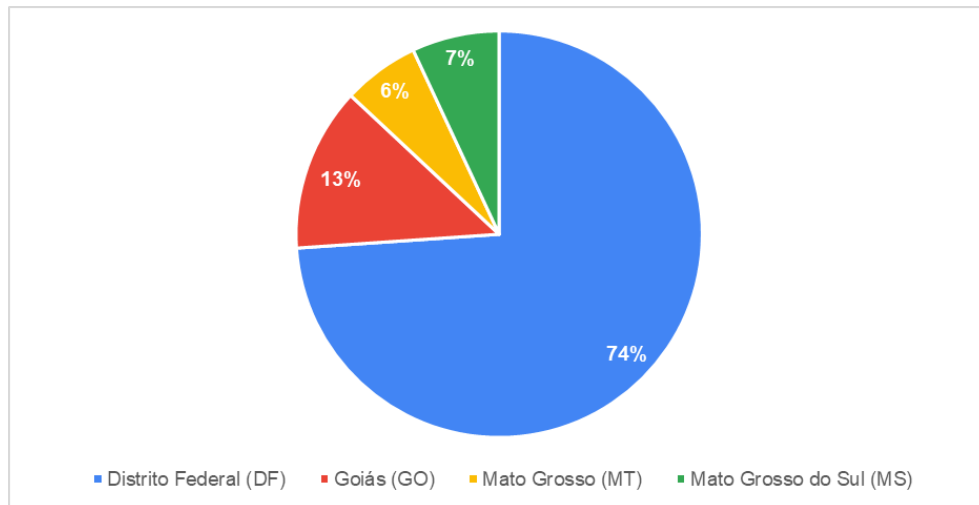
Por fim, no MT foram mapeadas 12 pequenas empresas, sendo 10 microempresas e apenas 2 pequenos negócios. Das 12 empresas, 2 atuam na produção de biocosméticos, com produtos naturais, vegetarianos, veganos, artesanais e orgânicos, 1 no ramo das biojóias e artesanatos feitos a partir de insumos naturais, 1 constitui-se em um brechó online com iniciativa de moda sustentável, e 1 empreende no ramo da energia solar, especializada em soluções para geração de energia solar fotovoltaica para um futuro mais sustentável e econômico. Ainda sobre as MPEs do MT, 3 empreendimentos atuam no ramo alimentício, com alimentos veganos, vegetarianos e orgânicos, 1 é uma saboaria artesanal que desenvolve produtos naturais terapêuticos e, finalmente, 3 empresas estão envolvidas em práticas artesanais com produtos veganos.

Alerta-se que a descrição disponibilizada pelas empresas com relação ao seu viés sustentável se mostrou vaga e subjetiva, por vezes até difícil de ser encontrada, situação que pode ser prejudicial para esses empreendimentos, já que segundo o Gráfico 8, a maioria dos respondentes apoia empresas comprometidas com o desenvolvimento sustentável, sendo de interesse do comerciante evidenciar suas ações de desenvolvimento sustentável implementadas.

Em seguida, com relação ao questionário online submetido nos estados da região Centro-Oeste (Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul), foram obtidas 124 respostas, sendo que apenas 116 alegaram ser residentes da região Centro-Oeste do Brasil e, deste total, o Distrito Federal (DF) teve uma porcentagem de 74% das respostas, o Goiás (GO) 13%, Mato Grosso (MT) 6% e, finalmente, Mato Grosso do Sul (MS) teve 7% (GRÁFICO 1). O público alcançado foi bem maior no DF, resultado que pode ser atribuído a dificuldade enfrentada pela pesquisadora em disseminar o formulário em todos os estados da região Centro-Oeste, o que acarretou em menos adesão ao questionário do que era inicialmente esperado.

Adicionalmente, informa-se que nas análises foram utilizados filtros com o intuito de retirar as respostas em branco que eventualmente os participantes tenham dado em alguma questão, já que o preenchimento de todas as perguntas não era obrigatório.

GRÁFICO 1 - ESTADOS DA REGIÃO CENTRO-OESTE EM RELAÇÃO A QUANTIDADE DE PARTICIPANTES DA PESQUISA.



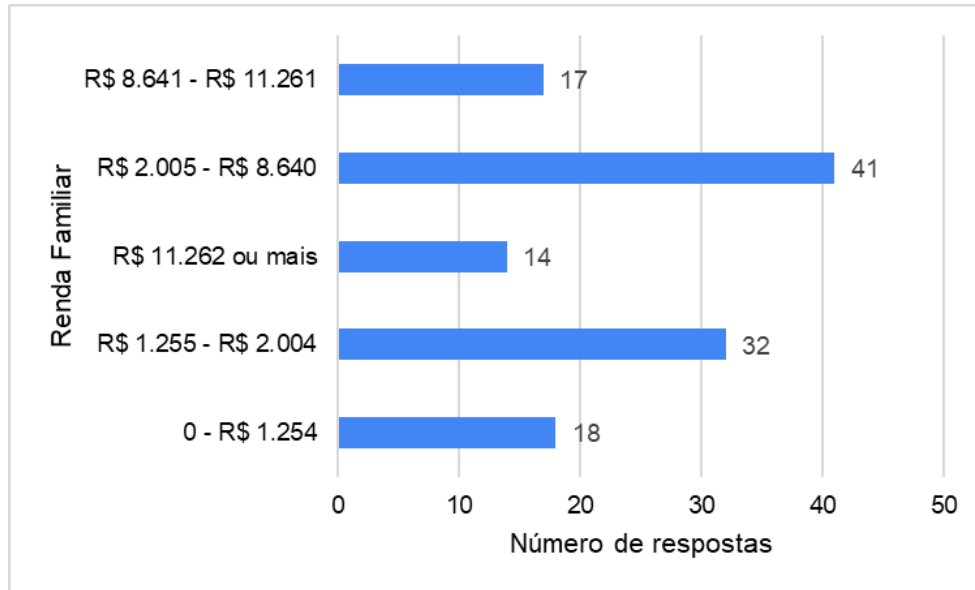
Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Com relação ao perfil do gênero dos consumidores que responderam ao formulário, 72 eram mulheres, 40 homens, e 1 pessoa preferiu não declarar. Dentre os participantes, a faixa etária mais frequente foi de 18 a 29 anos com 75 respostas, e a menos frequente foi a dos consumidores com mais de 60 anos. Já quando se trata do nível de escolaridade, a maioria dos respondentes alegou possuir ensino médio completo, com 72 representantes, e apenas 2 participantes indicaram possuir mestrado completo, sendo o nível de escolaridade menos frequente.

A renda familiar mais comum entre os consumidores respondentes foi de R\$ 2.005 - R\$ 8.640, enquanto a menos indicada foi de R\$ 11.262 ou mais (GRÁFICO 2).



GRÁFICO 2 - RENDA FAMILIAR DOS PARTICIPANTES.

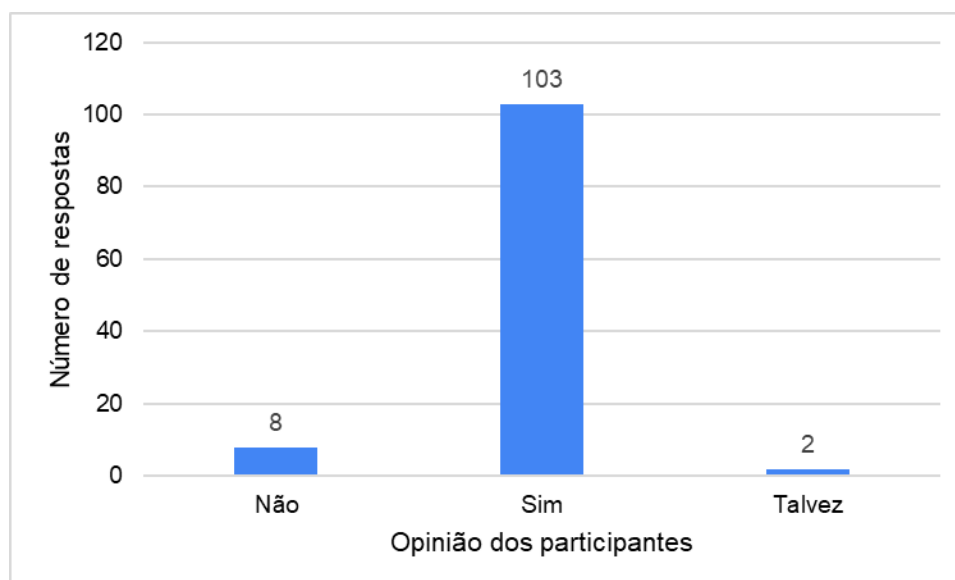


Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Como visto anteriormente no presente trabalho, o termo sustentabilidade refere-se à existência de condições ecológicas necessárias para dar manutenção e suporte à vida humana através da promoção de bem estar para as atuais e futuras gerações (Choongo et al., 2016), adicionalmente, o termo também pode ser definido como a capacidade de um sistema humano suportar ou adaptar-se à mudança endógena por um tempo indeterminado, representando uma meta ou um ponto final. Por conseguinte, para alcançar a sustentabilidade é necessário a aplicação do desenvolvimento sustentável (Brinkmann, 2018).

Com isso, quando os consumidores foram questionados se concordavam que a sustentabilidade deveria: "satisfazer às necessidades da geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras?", 103 concordaram, 8 discordaram e 2 disseram que talvez (GRÁFICO 3). Nota-se que um discrepante quantitativo aceita a definição proposta, enquanto um pequeno número discorda e apenas dois não parecem conseguir definir o termo sustentabilidade.

GRÁFICO 3 - VOCÊ CONCORDA QUE A SUSTENTABILIDADE DEVE: "SATISFAZER ÀS NECESSIDADES DA GERAÇÃO PRESENTE SEM COMPROMETER AS NECESSIDADES DAS GERAÇÕES FUTURAS?".

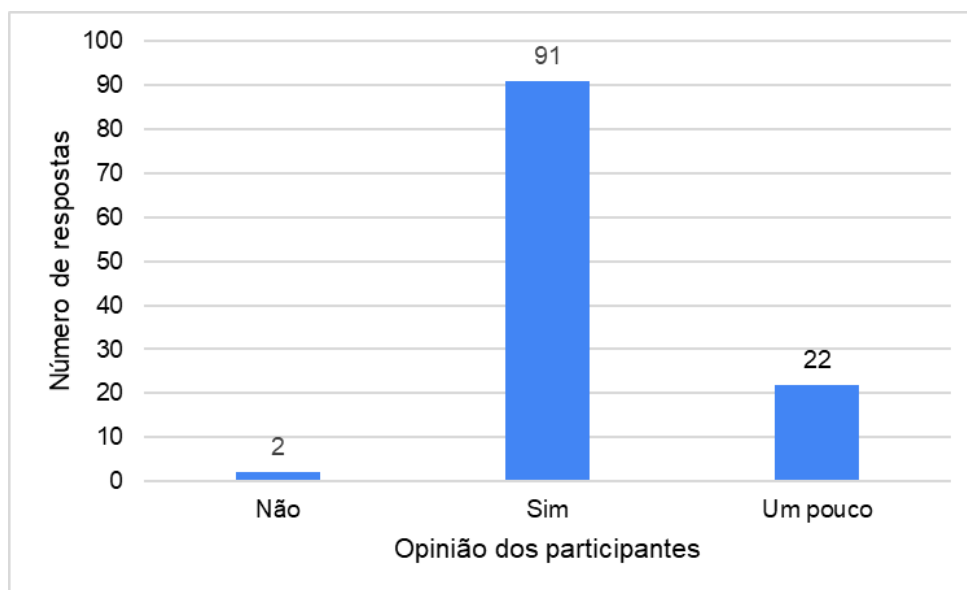


Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Em diversas passagens da presente pesquisa foi abordada a insustentabilidade do atual mercado consumidor, que segundo Millionari (2015), explora além do sustentável, o que gera produtos destinados a se tornarem rapidamente obsoletos sem levar em consideração os limites da natureza. Com isso, segundo Behm (2019), nas últimas décadas temos nos conscientizado de que é preciso introduzir uma visão sustentável na forma de gestão dos negócios com destaque no bem-estar coletivo e das futuras gerações, pois não é suficiente inovar apenas em produtos ou serviços.

Sob esta perspectiva, foi perguntado aos consumidores se eles costumam preocupar-se com os possíveis impactos ambientais gerados por um determinado produto que costumam consumir, 91 alegaram preocupação, 22 disseram que se preocupam um pouco, e apenas 2 indivíduos não se preocupam com os impactos ao meio ambiente que podem estar causando (GRÁFICO 4). Os resultados obtidos parecem corroborar com o que Behm (2019) disse sobre estarmos nos voltando para uma visão mais sustentável.

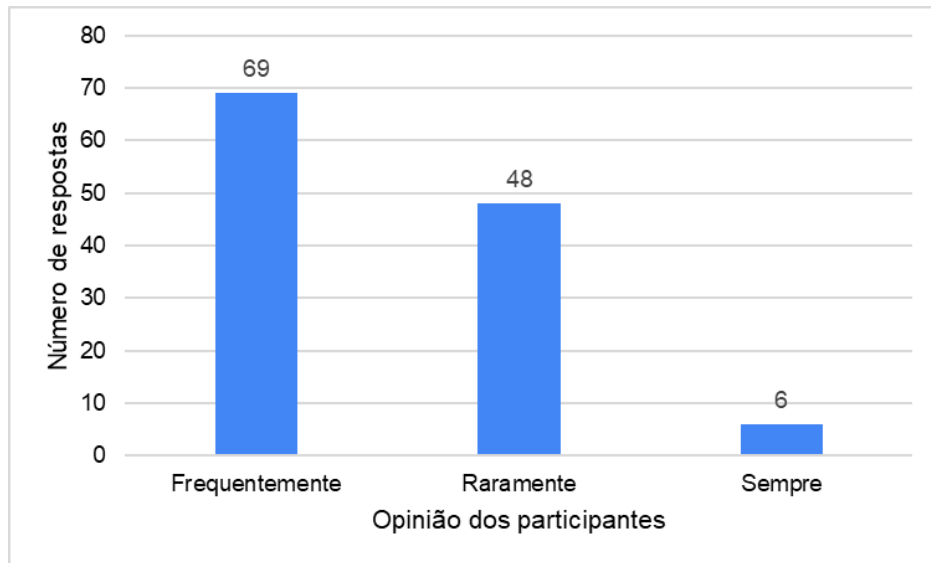
GRÁFICO 4 - VOCÊ SE PREOCUPA COM OS POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS GERADOS POR UM DETERMINADO PRODUTO QUE COSTUMA CONSUMIR?



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Apesar do resultado animador, quando perguntou-se sobre a frequência com que consomem produtos sustentáveis, 69 disseram que com frequência, 48 raramente, e 6 sempre procuram consumir itens com responsabilidade socioambiental (GRÁFICO 5). Ainda é um resultado bastante positivo, mas o número de pessoas que raramente consomem produtos sustentáveis é bem grande se considerarmos que apenas 2 indivíduos não se preocupavam com os possíveis impactos ambientais dos produtos que costumam consumir (GRÁFICO 4).

GRÁFICO 5 - COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ CONSUME PRODUTOS SUSTENTÁVEIS?

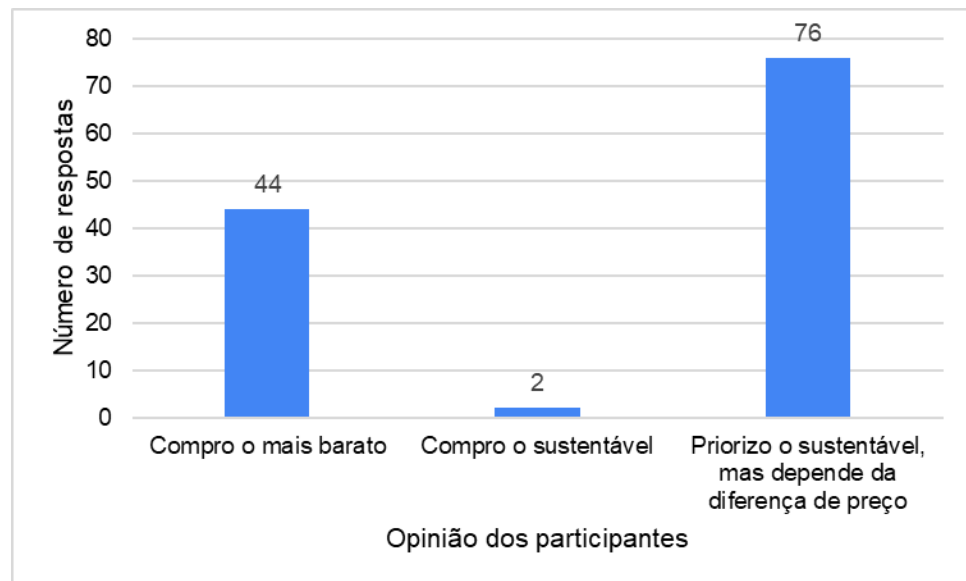


Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A próxima pergunta do formulário questionava se os consumidores ao buscarem por bens e serviços levavam em consideração apenas o custo ou também se preocupavam em saber se eram sustentáveis. Como resultado, 44 indivíduos disseram que compram o mais barato, 2 o mais sustentável, e 76 priorizam o sustentável, apesar de levarem em conta a diferença de preço na decisão de compra (GRÁFICO 6).

Os resultados acima dialogam com Piazzani (2016) quando ele diz que é complexa a tentativa de migrar para um tipo de produção sustentável que não reduza a lucratividade do processo, já que vivemos em uma economia de mercado que valoriza lucros e depende da demanda dos consumidores.

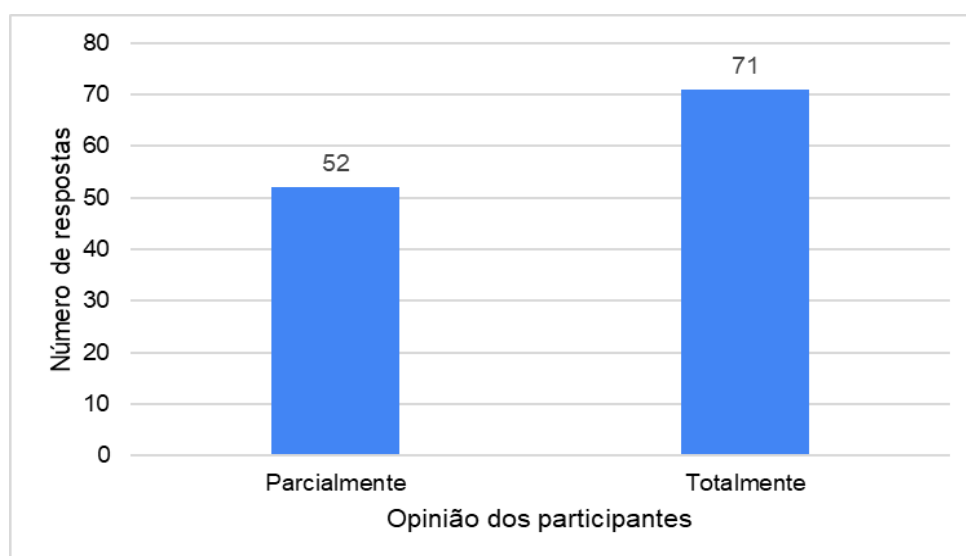
GRÁFICO 6 - AO CONSUMIR BENS E SERVIÇOS, VOCÊ LEVA EM CONSIDERAÇÃO APENAS O CUSTO OU TAMBÉM SE PREOCUPA EM SABER SE SÃO SUSTENTÁVEIS?



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Quando questionados da seguinte forma: “Em relação ao destino final dos resíduos poluentes, você acredita que todos os resíduos de produtos poluentes vão parar nas águas, nos solos, no ar e nos alimentos?”, 71 disseram que totalmente, enquanto 52 responderam parcialmente (GRÁFICO 7).

GRÁFICO 7 - EM RELAÇÃO AO DESTINO FINAL DOS RESÍDUOS POLUENTES, VOCÊ ACREDITA QUE TODOS OS RESÍDUOS DE PRODUTOS POLUENTES VÃO PARAR NAS ÁGUAS, NOS SOLOS, NO AR E NOS ALIMENTOS?

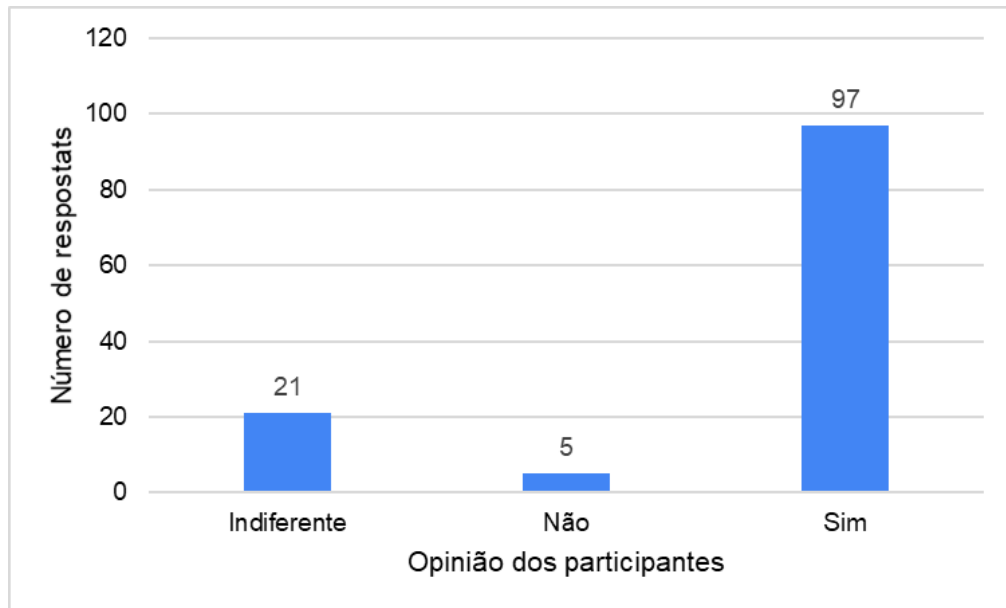


Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Como já mencionado na presente pesquisa, o empreendedorismo sustentável (ES) associa sustentabilidade e empreendedorismo. O mesmo surgiu devido ao crescente número de pesquisas relacionadas a negócios, meio ambiente e responsabilidade social, desenvolvidas em resposta à necessidade crescente das empresas mudarem suas práticas sociais e ambientais. Este por sua vez ainda é um campo interdisciplinar novo e pouco explorado por pesquisadores (Boszczowski, 2012).

Sob esta ótica, para conhecer o perfil dos consumidores frente ao ES, lhes foi perguntado: “Você se preocupa em apoiar empresas comprometidas com o empreendedorismo sustentável?”, 97 disseram que sim, se preocupam em apoiar estas empresas, 21 são indiferentes, e apenas 5 alegaram não se preocupar (GRÁFICO 8). O resultado obtido é bastante positivo, evidenciando um perfil interessado em negócios, meio ambiente e responsabilidade social.

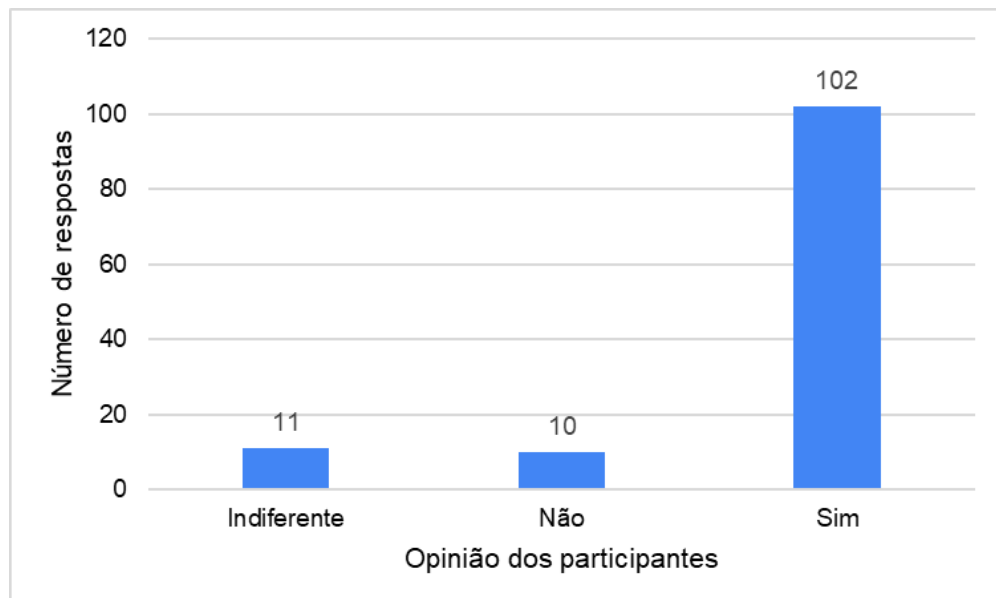
GRÁFICO 8: VOCÊ SE PREOCUPA EM APOIAR EMPRESAS COMPROMETIDAS COM O EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL?



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Em seguida, quando perguntados se valorizavam as Micro e Pequenas Empresas (MPes) locais, 102 disseram que sim, representando um quantitativo bastante positivo, 11 alegaram ser indiferentes, e 10 não valorizam as MPes da sua região (GRÁFICO 9).

GRÁFICO 9: VOCÊ VALORIZA AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (MPES) DA SUA REGIÃO?



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A definição de MPEs considerada para o trabalho está de acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), mais especificamente considerando-se o documento “Perfil das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte”, de 2018, onde microempresas são aquelas cuja receita bruta anual é igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais), e empresas de pequeno porte são aquelas de receita bruta com valor superior a este e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais).

Empreendimentos nos portes citados acima são importantes devido ao papel que desempenham no desenvolvimento socioeconômico do país, ideia fortalecida na Resolução adotada pela Assembleia Geral em 21 de dezembro de 2016, sobre Empreendedorismo para o Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU), que reconhece o papel das micro, pequenas e médias empresas na promoção da industrialização inclusiva e sustentável que pode contribuir para a criação de empregos.

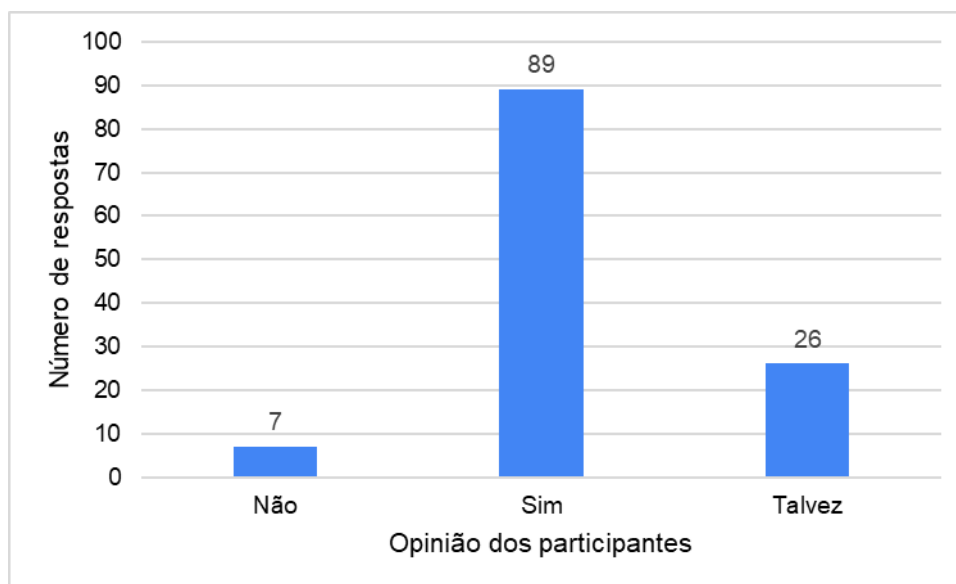
Ainda sobre a importância das MPEs, Sarango-Lalangui et al. (2018) diz que embora o impacto individual destes empreendimentos menores pareça inicialmente pequeno, seu impacto coletivo é indispensável para a maioria das regiões, sendo responsável pela geração de empregos entre outros benefícios.

Com isso, o resultado obtido onde a maioria dos consumidores relata valorizar as MPEs da sua região é bastante positivo para a manutenção desses empreendimentos de menor porte, e conseqüentemente a geração de empregos, industrialização inclusiva e etc (GRÁFICO 9).

A pergunta seguinte quis saber se os consumidores acham que o Empreendedorismo Sustentável está crescendo no Brasil nos últimos anos, nesta análise 89 indivíduos acham que sim, 26 dizem que talvez, e apenas 7 dizem que o ES não está crescendo em território nacional (GRÁFICO 10).



GRÁFICO 10: VOCÊ ACHA QUE O EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL TEM CRESCIDO NO BRASIL NOS ÚLTIMOS ANOS?

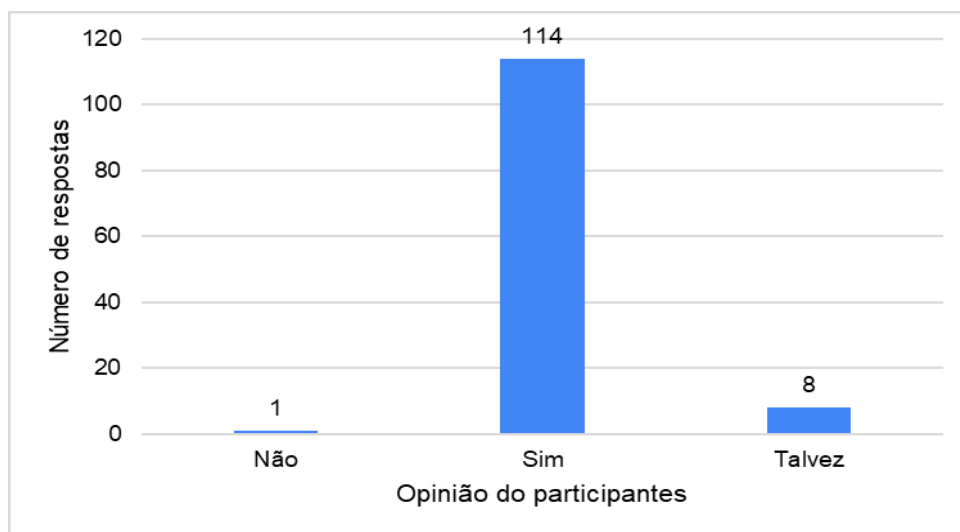


Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Relembrando o que foi anteriormente explicitado no presente documento, a definição de Desenvolvimento Sustentável (DS) surgiu com o estudo intitulado “*Our Common Future*”, também chamado de Relatório Brundtland, que foi elaborado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), realizada em 1987. De acordo com este documento o Desenvolvimento Sustentável é aquele que “satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades” (CMMAD, 1991, p. 46). Outras definições foram publicadas em seguida, e quase todas têm como base comum a preocupação com os princípios da sustentabilidade, por exemplo, a perspectiva de longo prazo, a importância das condições locais, e o entendimento da evolução não linear dos sistemas ambientais e humanos (Armada et al. 2017).

Com isso, a pergunta seguinte analisou se os consumidores acreditam que o DS é importante para o crescimento de uma sociedade, e esta por sua vez recebeu 114 respostas positivas, 8 opiniões incertas, e apenas uma negativa (GRÁFICO 11).

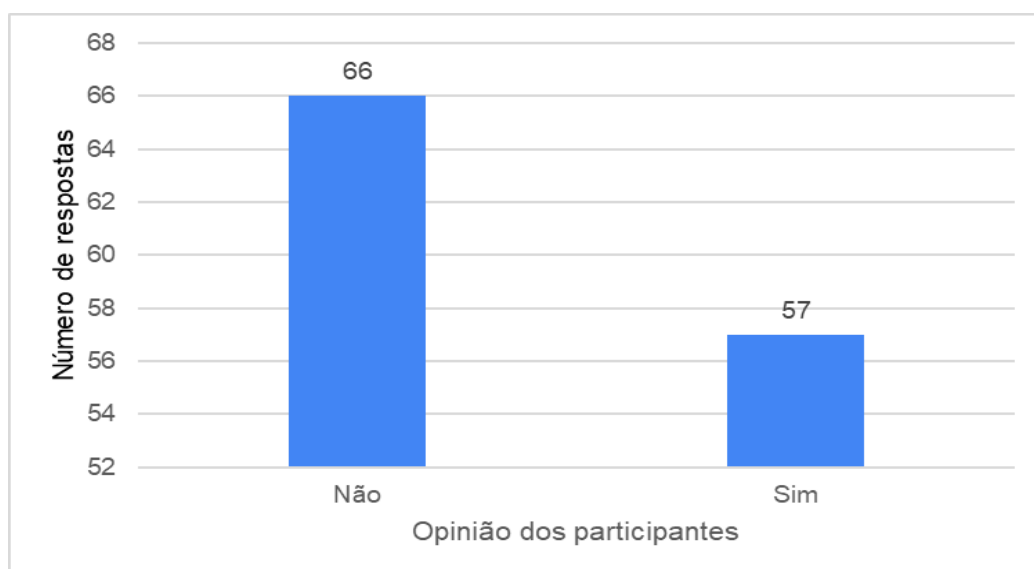
GRÁFICO 11: NA SUA OPINIÃO O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL É IMPORTANTE PARA O CRESCIMENTO DE UMA SOCIEDADE?



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Por fim, quando questionados se conheciam em seu vínculo pessoal ou social um empreendedor sustentável, 57 disseram que não, enquanto 66 alegaram conhecer (GRÁFICO 12).

GRÁFICO 12: NO SEU VÍNCULO SOCIAL E PESSOAL, VOCÊ CONHECE ALGUM EMPREENDEDOR SUSTENTÁVEL?



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Mesmo que em um quantitativo menor, parece existir um crescente número de empreendedores interessados em uma visão mais responsável e sustentável, pois estamos

cada vez mais associando crescimento econômico com sustentabilidade ambiental devido a onda de questionamentos sobre o modelo vigente de desenvolvimento e suas consequências, iniciada na década de 1960 (Borges et al., 2013) e que posteriormente possibilitou grandes conquistas como a Conferência de Estocolmo em 1972 e o desenvolvimento do trabalho *“Our Common Future”*, pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Apesar disto, para alguns pesquisadores ainda existe uma evidente carência de ações focadas no cuidado para com o planeta e manutenção da qualidade de vida das pessoas (Kraus, 2017; Gast, 2017; Hanohov e Baldacchino, 2018).

Com base no resultados alcançados e em relação ao último objetivo específico, onde se propunha a elaboração de estratégias para auxiliar MPEs na adesão e atualização do mercado relacionado a gestão ambiental e o desenvolvimento sustentável, sugere-se que as empresas busquem identificar e alcançar o público que menos consome seus produtos através de meios eficientes, como as mídias sociais. Para Gabriell e Kiso (2020), essas mídias não são apenas plataformas de compartilhamento de informações, para as empresas elas são também uma forma de se relacionar com os consumidores, promovendo seus produtos e serviços.

Aliado a isso, os empreendimentos também podem utilizar desse meio de comunicação para evidenciar suas ações de desenvolvimento sustentável implementadas, pois isso pode atrair consumidores que se preocupam com os impactos ao meio ambiente que podem estar causando. Para alcançar este público alvo também são indicadas iniciativas em meios educacionais, para introduzir o assunto através de palestras e minicursos à jovens que podem acabar promovendo a presente iniciativa aos seus familiares.

Adicionalmente, segundo o Gráfico 6, a maioria dos consumidores parece priorizar o sustentável, apesar de levarem em conta a diferença de preço na decisão de compra. Sabendo disso, seria aconselhável que os comerciantes mostrassem ao público de forma transparente que estão cobrando o valor adequado para o seu trabalho, e caso não seja uma quantia justa, as empresas devem rever os valores dos seus produtos.

Por fim, para este último objetivo alerta-se que é interessante dar continuidade à linha de pesquisa, objetivando produzir melhores e oportunas estratégias que auxiliem as MPEs e, futuramente, empreendimentos compreendidos nos demais portes, na adesão e atualização das práticas sustentáveis.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Esta pesquisa demonstrou mérito científico, pois foi possível realizar um levantamento de Micro e Pequenas Empresas (MPEs) ativas na região Centro-Oeste do Brasil a fim de verificar suas características de desenvolvimento sustentável, sendo elas voltadas para atitudes de diminuição do desperdício e do consumo, reaproveitamento de todo o material possível, reciclagem, sistema orgânico de produção agropecuária ou processo extrativista sustentável, etc. Apesar disto, a descrição oferecida pelas empresas com relação ao seu viés sustentável por vezes se mostrou vaga.

Também foi possível aplicar um formulário eletrônico (do tipo Google Formulário) para identificar o perfil do consumidor, a influência das práticas socioambientais empresariais na decisão de compra do consumidor, a preocupação do consumidor com relação a agressão ao meio ambiente e a importância do modo de fabricação dos produtos, apesar de ter sido encontrada uma dificuldade em obter adesão de todos os estados de interesse com o formulário. Sendo assim, observou-se uma tendência para um comportamento mais sustentável, como é evidenciado principalmente pelo Gráfico 4, quando perguntou-se sobre a preocupação dos consumidores em relação aos impactos ambientais gerados pelos produtos que costumam consumir, e também pelo Gráfico 8, quando os respondentes em sua maioria demonstraram apoiar empresas comprometidas com o empreendedorismo sustentável.

De modo geral, levando em consideração o desfecho, indica-se a continuidade da linha de pesquisa, devido a sua grande importância e aos resultados obtidos, objetivando aumentar o conhecimento sobre as atuais estratégias de desenvolvimento sustentável implementadas pelas empresas, e sobre o perfil dos consumidores, além de propor estratégias eficientes para auxílio de MPEs que desejam aplicar e atualizar ações de gestão ambiental e desenvolvimento sustentável.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, C. S.; DE SOUZA, C. L. Saúde, meio ambiente e território: uma discussão necessária na formação em saúde. **Revista Ciência & Saúde Coletiva**, [s. l.], v. 19, n. 10, p. 4113–4122, 2014. DOI 10.1590/1413-812320141910.08992014. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=foh&AN=98661112&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 27 jul. 2023.
- ARMADA, C. A. S. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E SUSTENTABILIDADE: Evolução epistemológica na necessária diferenciação entre os conceitos. **Revista de Direito e Sustentabilidade**, v. 3, n. 2, p. 17-35, 2017.
- BEHM, C. Os desafios para o empreendedorismo sustentável como estratégia de promoção da saúde. **Revista Revise, dossiê Gestão em Saúde**, p. 107-124, 2019.
- BELLEN, H. M. V. **Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005. 253 p.
- BERGSET, L. Green start-up finance—where do particular challenges lie?. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 24(2), 451-575, 2018.
- BIBERHOFER, P., LINTNER, C., BERNHARDT, J., & RIECKMANN, M. Facilitating work performance of sustainability-driven entrepreneurs through higher education: The relevance of competencies, values, worldviews and opportunities. **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, 20(1), 21-38, 2019.
- BOCKEN, N. M. **Sustainable venture capital—catalyst for sustainable start-up success?**, 2015.
- BONFIM, Leandro Rodrigo Canto; VICENTE, Afonso Ricardo Paloma; GIMENEZ, Fernando Antonio Prado. Empreendedorismo sustentável e o Triple Bottom Line: Mapeando a literatura internacional. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 3, n. 3, p. 158-192, 2018.
- BOS-BROUWERS, H. E. J. Corporate sustainability and innovation in SMEs: evidence of themes and activities in practice. **Business strategy and the environment**, 19(7), 417-435, 2010.
- BOSZCZOWSKI, Anna Karina; TEIXEIRA, Rivanda Meira. O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais. **Revista Economia & Gestão**, v. 12, n. 29, p. 141-168, 2012.
- BORGES, C.; BORGES, M. M.; FERREIRA, V. R. S.; NAJBERG, E.; TETE, M. F. Empreendedorismo Sustentável: Proposição De Uma Tipologia E Sugestões De Pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n.1, p. 77 - 100, 2013.
- BRINKMANN, S. Interview. In: Denzin, N. K.; Lincoln, Y. S. **The Sage handbook of qualitative research**. 5 th, Sage, 2018.
- BRUNDTLAND, G. H. (Org.) Nosso futuro comum. Rio de Janeiro: FGV, 1987. **Journal of Cleaner Production**, 108, 647-658.

- CHALLONER, J. **1001 invenções que mudaram o mundo**. São Paulo: Sextante, 2014.
- CHOONGO, P., VAN BURG, E., PAAS, L., & MASUREL, E. Factors influencing the identification of sustainable opportunities by SMEs: Empirical evidence from Zambia. **Sustainability**, 8(1), 81, 2016.
- CMMAD. **Nosso futuro comum**. Rio de Janeiro: FGV, 1991.
- DATHEIN, R. Inovação e Revoluções Industriais: uma apresentação das mudanças tecnológicas determinantes nos séculos XVIII e XIX. **Publicações DECON Textos Didáticos**, v. 2, p. 2003, 2003.
- DIAS, M. F. P.; PEDROZO, E. A. Desenvolvimento Sustentável nas Inovações Tecnológicas da Indústria Alimentícia Brasileira: Em que estágio estamos? **Organizações Rurais & Agroindustriais: Lavras**, v.14, n.3, p.297- 311, 2012.
- ELKINGTON, J. **Canibais com garfo e faca**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda, 2012. p. 33.
- ELKINGTON, J. 25 Years ago I Coined the Phrase “Triple Bottom Line.” Here’s Why It’s Time to Rethink It. **Harvard Business Review**. 25 de jun. 2023. Acesso em: 15 jul. 2023. Disponível em:  
<https://hbr.org/2018/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line-heres-why-im-giving-up-on-it>.
- FERNANDES, A. L. C.; et al. **A Influência da Propaganda sobre o Comportamento do Consumidor**. Monografia (Graduação em Administração), Centro Universitário Eurípides de Marília, Fundação de Ensino Eurípides Soares da Rocha, Marília-SP, 2014.
- GABRIEL, M.; KISO, R. **Marketing na era digital**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2020.
- GAST, J., GUNDOLF, K., & CESINGER, B. 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, 2017.
- GUIMARÃES JÚNIOR, D. S. et al. Efeitos da pandemia do COVID-19 na transformação digital de pequenos negócios. **Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada**, v. 5, n. 4, p. 1- 10, 2020.
- HALL, J. K., DANEKE, G. A., & LENOX, M. J. Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. **Journal of Business Venturing**, 25(5), 439-448, 2010.
- HANOHOV, R., & BALDACCHINO, L. Opportunity recognition in sustainable entrepreneurship: an exploratory study. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 24(2), 333-358, 2018.
- İYİGÜN, N. Ö. . What could entrepreneurship do for sustainable development? A corporate social responsibility-based approach. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 195, 1226-1231, 2015.
- KERSTEN, R., HARMS, J., LIKET, K., & MAAS, K. Small Firms, large Impact? A systematic review of the SME Finance Literature. **World Development**, 97, 330-348, 2017.

KLEWITZ, J., & HANSEN, E. G. Sustainability-oriented innovation of SMEs: a systematic review. **Journal of cleaner production**, 65, 57-75, 2014.

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.

MALHEIROS, T. F.; COUTINHO, S. M. V.; PHILIPPI JR, A. **Desafios do uso de indicadores na avaliação da sustentabilidade**. In: Philippi Jr, Arlindo. Malheiros, Tadeu Fabrício. Indicadores de sustentabilidade e gestão ambiental. Barueri: Manole, 2012. (Coleção ambiental;12).

MARIANO, S.R.H.; MAYER, V. F. **Empreendedorismo e Inovação: Criatividade e Atitude Empreendedora**. Rio De Janeiro: Fundação CECIERJ, 2008.

MENEZES, D. F. N. Crescimento econômico e inovação tecnológica - Estabelecendo uma conexão através das políticas públicas de inovação. **Revista Jurídica (0103-3506)**, [s. l.], v. 2, n. 74, p. 448-478, 2023. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lgs&AN=164696021&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 27 jul. 2023.

MOLINARI, D. D. R. **Entre o luxo e o lixo: desafios da sociedade de consumo na gestão dos resíduos sólidos**. Orientador: Dr. Daniel Rubens Cenci. 2015. 156 f. Dissertação (Mestrado em Direitos Humanos) - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul- Unijuí, Ijuí (RS), 2015. Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/4362/Daniela%20Oda%20Rosa%20Molinari.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 5 jul. 2023.

NEDER, R.; et al. Relações entre inovação e sustentabilidade: termos e tendências na produção científica mundial. **Gestão & Regionalidade**, v. 35, n. 104, 2019.

PAPANÉK, V. **Arquitetura e Design. Ecologia e Ética**. Lisboa: Edições 70, 2007.

PEREIRA, A. O. K. P.; CALGARO, C. O Impacto Ambiental Do Hiperconsumo Na Sociedade Moderna: As Políticas Públicas De Sustentabilidade Local. **Revista Jurídica (0103-3506)**, [s. l.], v. 3, n. 44, p. 232-256, 2016. DOI 10.6084/m9.figshare.4598149. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=foh&AN=121459991&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 27 jul. 2023.

RABÊLO, O. S. **Ecoinovação: principais condutores e performance das empresas industriais brasileiras**. 2015. 77f. Tese (Doutorado em Ciências Econômicas). Universidade Federal de Pernambuco-UFPE, Recife, 2015

RODRIGUES, J. D.; MOREIRA, V. F.; OLIVEIRA, A. M. B.; AGUIAR, E. C.; BARBOSA, O. T.. Comportamento de consumo verde: uma análise dos consumidores de Campina Grande. **Revista Brasileira de Administração Científica**, Aquidabã, v.5, n.1, p.316-332, 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.6008/SPC2179-684X.2014.001.0019>.

ROSA, Luciana Aparecida Barbieri da et al. Circular economy and sustainable development goals: main research trends. **Revista de Administração da UFSM**, v. 16, p. e9, 2023.

- SANT'ANNA, A. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. Pioneira, São Paulo, 1995.
- SARANGO-LALANGUI, P.; SANTOS, J. L. S.; HORMIGA, E. The development of sustainable entrepreneurship research field. **Sustainability**, v. 10, n. 6, p. 2005, 2018.
- SCHONARDIE, E. F. A Lei Penal Ambiental: crimes ambientais e mal estar social. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, **Revista do Direito UNISC**, nº 36, p. 17-28, jul-dez 2011.
- SECCHI, L.; COELHO, F. S.; PIRES, V. **Políticas públicas: conceitos, casos práticos, questões de concurso**. 3. ed. São Paulo: Cengage, 2019.
- Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa. SEBRAE. **Perfil das microempresas e empresas de pequeno porte**. 2018.
- SOUZA, V. R. **Marketing Digital: A importância das mídias sociais para a competitividade das micro e pequenas empresas**. Trabalho Conclusão do Curso, Graduação em Publicidade e Propaganda, Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2023.
- TOYNBEE, A. **A humanidade e a mãe-terra: uma história narrativa do mundo**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987. p. 36.
- TROTT, P. J. **Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- UNITED NATIONS**. Resolution 71/221 adopted by the General Assembly on 21 December 2016. Entrepreneurship for sustainable development. Disponível em: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N16/459/92/PDF/N1645992.pdf?OpenElement>. Acesso em: 17 de jul. 2023.
- VAN BELLEN, H. M. **Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa**. 1.ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2005. 256 p.
- WUNSCH-VINCENT, S.; LANVIN, B.; DUTTA, S. **The Global Innovation Index 2015: Effective Innovation Policies for Development**. Geneva: WIPO, 2015.
- YEMAL, J. A.; TEIXEIRA, N.O. V.; NÄÄS, I, A. Sustentabilidade na Construção Civil. **Clean Production Initiatives and Challenges for a Sustainable World**. São Paulo, 2011. Disponível em: [http://www.advancesincleanerproduction.net/third/files/sessoes/6B/8/Yemal\\_JA%20-%20Paper%20-%206B8.pdf](http://www.advancesincleanerproduction.net/third/files/sessoes/6B/8/Yemal_JA%20-%20Paper%20-%206B8.pdf) Acesso em: 14 jul. 2023.
- YOUSSEF, A. B., BOUBAKER, S., & OMRI, A. Entrepreneurship and sustainability: The need for innovative and institutional solutions. **Technological Forecasting and Social Change**, 129, 232-241, 2018.
- YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e métodos**. Bookman editora, 2015.