

**DEFINIÇÕES E FATORES DETERMINANTES DO EMPREENDEDORISMO
SUSTENTÁVEL E AMBIENTAL: DOIS MODELOS CONCEITUAIS A PARTIR DO
ESTADO DA ARTE DA LITERATURA**

MARIANA DE QUEIROZ BRUNELLI

MARCOS COHEN
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO (PUC-RIO)

DEFINIÇÕES E FATORES DETERMINANTES DO EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL E AMBIENTAL: DOIS MODELOS CONCEITUAIS A PARTIR DO ESTADO DA ARTE DA LITERATURA.

1. INTRODUÇÃO E OBJETIVOS

O cenário global contemporâneo de instabilidade e crise contribuiu para a popularização do conceito de desenvolvimento sustentável. O termo passou a estar mais presente no vocabulário social, empresarial e governamental nos últimos anos e muitos analistas o consideram o novo paradigma do século XXI (Lubin & Esty, 2010; Brown, 2003). De fato, as marcas deixadas no mundo pela relação entre o desenvolvimento econômico e o conhecimento científico ao longo do século XX causaram efeitos perversos, refletidos na degradação ambiental, na fragilização do tecido social e no aumento da desigualdade de renda (WCED, 1987).

Conforme coloca Baumgarten (2003), a noção de sustentabilidade desenvolveu-se em meio a uma longa crise instalada nas últimas décadas do século XX, durante o processo contraditório e diverso da formação da sociedade global. Em 1987, com a publicação do Relatório Brundtland, se cunhou o conceito de desenvolvimento sustentável, entendido como um processo de mudança social e elevação de oportunidades sociais que tem como objetivos integrar e compatibilizar o desenvolvimento econômico e social e a preservação ambiental (WCED, 1987). Atualmente, as discussões a respeito dessas questões passam pelo desenvolvimento de políticas e ações efetivas para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) assinados pelos 193 países membros da ONU em 2015.

A partir disso, novas fontes de receitas começaram a ser enxergadas para atividades e tecnologias que reduzem o impacto de produtos e processos produtivos sobre a natureza e a sociedade (Gibbs, 2009; Schaper, 2002). O próprio comportamento do consumidor, cada vez mais consciente e exigente, passou a pressionar as empresas para que produzam produtos e serviços ecologicamente mais corretos e esse mercado tem aumentado de tamanho (Santini, 2017; Gast, Gundolf & Cesinger, 2017).

Nesse contexto, emergiram na literatura acadêmica os conceitos de empreendedorismo ambiental e empreendedorismo sustentável como modelos de negócios nos quais empreendedores veem a crise socioambiental como oportunidades para a geração de receitas. Todavia, esses são conceitos cujas definições são diversas e não consensuais (Gast, Gundolf & Cesinger, 2017). Além disso, há muitas questões em aberto relacionadas às atividades desses empreendedores e seus impactos, aos fatores que os motivam e aos fatores facilitadores e inibidores (Hall, Daneke & Lenox, 2010). Portanto, para contribuir com o avanço do conhecimento sobre o tema, esta pesquisa, por meio da análise do estado da arte da literatura sobre empreendedorismo sustentável e ambiental, buscou responder as seguintes perguntas:

1. Como a literatura define empreendedorismo sustentável e ambiental?
2. Quais são os consensos e dissonâncias revelados pela literatura a respeito dos conceitos de empreendedorismo sustentável e ambiental?
3. Quais tipos de empreendimentos sustentáveis e ambientais podem ser caracterizados a partir das definições apresentadas na literatura?
4. Quais fatores influenciadores, motivadores, facilitadores e inibidores são apresentados na literatura como determinantes do processo de empreendedorismo sustentável?

As respostas a essas perguntas visaram formular dois modelos teóricos conceituais sintéticos a partir dos consensos e tendências identificados. O primeiro modelo refere-se aos

diferentes tipos de empreendedorismo revelados pela literatura e busca sintetizar as respostas às perguntas 1, 2 e 3 desta pesquisa. O segundo indica a relação entre os fatores influenciadores, motivadores, facilitadores e inibidores determinantes do processo de empreender sustentavelmente, apresentando de forma gráfica a resposta à pergunta 4.

Este trabalho responde ainda à sugestão de pesquisa feita por Gast, Gundolf & Cesinger (2017) na qual o autores clamam pela resolução dos dilemas teóricos e de definição desses tipos de empreendedorismo por meio da identificação das possíveis semelhanças e diferenças entre as diferentes correntes de pensamento e definições descritas neste campo de estudos até o momento.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Empreendedorismo Sustentável

É preciso ressaltar, primeiramente, que, por se tratar de um conceito relativamente novo, existe uma discussão sobre nomenclatura na literatura. Pode-se dizer que não há uma definição universalmente aceita sobre empreendedorismo sustentável já que os pesquisadores têm sugerido várias ao longo dos anos (Koe, Omarb & Sa'aricm, 2015). Uns consideram correto usar o termo empreendedorismo orientado à sustentabilidade (*sustainability-driven entrepreneurship*) por considerarem a sustentabilidade um processo e pelo fato de nenhuma empresa ser totalmente sustentável (Parrish, 2008, 2010; Tiley & Young, 2009; Schlange, 2007). Contudo, o termo empreendedorismo sustentável (*sustainable entrepreneurship; sustainopreneurship*) se popularizou, sendo adotado pela maioria dos pesquisadores. Neste artigo, esses termos foram usados como sinônimos.

De acordo com Hockerts e Wüstenhagen (2010), o conceito de empreendedorismo sustentável emergiu a partir da década de 1990 na literatura acadêmica e define a criação de negócios que combinam, ao mesmo tempo, a geração de valor econômico, social e ambiental. A raiz do conceito derivou de estudos que relacionavam empreendedorismo com desenvolvimento sustentável (Thompson, Kiefer & Young 2011; Schaltegger & Wagner, 2011) e de pesquisas sobre empreendedorismo social e empreendedorismo ambiental (Davies & Chambers, 2018; Hockerts & Wüstenhagen, 2010; Boszczowski & Teixeira, 2009; Borges, Borges, Ferreira, Najberg & Tete, 2011).

No entanto, Shepherd e Patzelt (2011) argumentam que apesar dos conceitos de empreendedorismo ambiental e social serem relacionados ao de empreendedorismo sustentável, eles não são sinônimos. É o que defendem também Thompson *et al.* (2011). Para eles, por exemplo, o empreendedorismo social não deve ser categorizado como um subconjunto do empreendedorismo sustentável porque nem todas as missões sociais são sustentáveis, nem os empreendedores sustentáveis têm apenas o foco social. Outro argumento encontrado para diferenciar o empreendedorismo social do sustentável menciona que aquele voltado às questões sociais é menos orientado ao lucro, sendo em grande parte composto por organizações não governamentais (ONGs), negócios sociais ou híbridos, ao contrário daqueles orientados à sustentabilidade que perseguem a rentabilidade (Schaltegger & Wagner, 2011).

No entanto, é importante esclarecer que outros estudos apresentam o conceito de empreendedorismo social como orientado ao lucro, seja ele reinvestido na própria organização ou até mesmo distribuindo dividendos (Ashraf *et. al.*, 2018; Yunus, 2010). Desta forma, se entende que o empreendedorismo social também pode ser englobado como sustentável, no sentido de que ele pode perseguir ou não o lucro, mas gera valor social e, em alguns casos, também pode gerar valor ambiental. Schlange (2007) busca resolver o conflito da delimitação do conceito de empreendedorismo sustentável apresentando-o como a interseção dos empreendedorismos

orientados economicamente, socialmente e ambientalmente.

Uma visão complementar é apresentada por Schaltegger e Wagner (2011). Para esses autores, diferentes tipos de empreendedorismo podem ser classificados em relação à orientação para a sustentabilidade, usando os seguintes critérios: motivação, objetivo, papel dos objetivos econômicos, papel dos objetivos não mercadológicos e desafios de desenvolvimento organizacional. Nesse caso, o empreendedor considerado sustentável é apresentado como aquele cuja motivação principal é resolver problemas sociais e ambientais por meio de um negócio de sucesso. O objetivo principal desse tipo de empreendedor, de acordo com essa classificação, é criar desenvolvimento sustentável a partir das atividades corporativas empreendidas. Aqui a geração de lucro é tanto um meio quanto um fim para o empreendedor sustentável, mas ele também persegue objetivos não mercadológicos para contribuir com o desenvolvimento sustentável. O grande desafio desses empreendedores, nessa conceituação, é ampliar a sua escala de atuação. Na mesma categorização, o empreendedor ambiental é apresentado como aquele que quer contribuir para resolver um problema ambiental ao mesmo tempo em que gera valor econômico. Nessa classificação, os objetivos econômicos são a finalidade e as questões ambientais são integradas como elemento principal do negócio. Entretanto, uma crítica que pode ser feita a esse modelo é que ele exclui os empreendedores ambientais que não têm fins lucrativos e que atuam como ONGs (Santini, 2017). De forma diferente, ainda a partir desta definição, o empreendedor social utiliza os objetivos econômicos como um meio para atingir uma meta social e criar valor para a sociedade. No entanto, aqui também cabe a crítica de que é possível existir negócios sociais em que os objetivos econômicos são um fim e não só um meio, congregando múltiplos tipos de valores gerados (Davies & Chambers, 2018; Ashraf *et. al.*, 2018).

De forma análoga, Borges *et al.* (2011) desenvolvem uma tipologia de empreendedorismo sustentável em que este pode ser caracterizado pelo nicho de negócio (social ou ambiental), pelo papel da sustentabilidade no negócio (fim ou um meio) e pelo uso ou não da responsabilidade social empresarial por esses empreendimentos. Ou seja, para esses autores, um negócio que atua no nicho ambiental, por exemplo, poderia ser classificado como sustentável se adotasse práticas de responsabilidade social para também contribuir com essa dimensão da sustentabilidade, podendo o lucro ter um papel primário ou secundário na organização.

Para Schimmenti *et. al.* (2016) e Muñoz e Dimov (2015), o empreendedorismo sustentável pode ser visto como uma força derivada do desenvolvimento sustentável, que utiliza objetivos econômicos, sociais e ambientais combinados dentro da lógica organizacional. Ou seja, conforme indicam muitos autores, é importante situar o empreendedorismo sustentável dentre aqueles que perseguem receita ao invés de receberem doações (Davies & Chambers, 2018). Sendo assim, no empreendedorismo sustentável, a natureza, os ecossistemas e as comunidades devem ser sustentados, enquanto que os ganhos para os indivíduos, a economia e a sociedade precisam ser criados (Bocken, 2015).

Thompson, Herrmann e Hekkert (2015) afirmam que o empreendedorismo sustentável exige muitas vezes uma mudança intencional no ambiente comercial existente, nos regulamentos do mercado e nas normas e instituições para garantir produtos e serviços legítimos e competitivos. Por isso, alguns autores consideram os empreendedores sustentáveis como agentes de mudança e influenciadores do ambiente competitivo (Santini, 2017), o que os aproxima dos empreendedores institucionais.

Em outra linha de pensamento, autores como Cohen e Winn (2007) e Shepherd e Patzelt (2011) adaptam a definição genérica de empreendedorismo de Venkataraman (1997) para delimitar o campo de estudos sobre empreendedorismo sustentável como sendo aquele que

analisa como as oportunidades no cenário da sustentabilidade são descobertas, criadas e exploradas, por quem e com quais consequências. De modo semelhante, Dean e McMullen (2007) definem o empreendedorismo sustentável como um processo de descoberta, avaliação e exploração de oportunidades econômicas apresentadas por falhas de mercado relacionadas ao desenvolvimento sustentável. Já Hockerts & Wüstenhagen (2010) conceituam o empreendedorismo sustentável como um processo inovador de criação de desequilíbrios de mercado.

De fato, muitas definições apresentadas na literatura relacionam o empreendedorismo sustentável com o processo de desenvolvimento de produtos, serviços e negócios inovadores (Lans, Blok & Wesselink 2014; Shepherd & Patzelt, 2011; Schaltegger & Wagner, 2011; Miles, Munilla & Darroch, 2009; Boszczowski & Teixeira, 2009; Cohen & Winn, 2007). Este cria e gerencia métodos de produção e maneiras de organizar processos de forma sustentável (Lans, Blok & Wesselink 2014). Como enfatiza Gerlach (2003), o empreendedorismo sustentável pode ser definido como o comportamento inovador de atores ou organizações no setor privado que têm as questões ambientais e sociais como objetivos principais e como vantagem competitiva. Alguns, contudo, consideram que para serem sustentáveis as empresas, pequenas ou grandes, precisam apresentar inovações disruptivas que transformem seus setores e mercados (Hockerts & Wüstenhagen, 2010), além de terem líderes com motivações e habilidades específicas relacionadas com o propósito do negócio e os resultados organizacionais (Bocken, 2015)

Há autores ainda que utilizam o termo empreendedorismo sustentável para tratar da adoção de indicadores de sustentabilidade por pequenas e médias empresas (Rodgers, 2010; Pimentel, Reinaldo e Oliveira, 2010; Dalmoro, 2009; Masurel, 2007; Schick, Marxen & Freimann, 2002). Isso revela a atribuição de uma classificação de sustentável para empresas que não atuam com causas ambientais ou sociais, mas que adotam práticas de redução dos impactos socioambientais em suas rotinas corporativas. Outros ainda adotam o conceito de empreendedorismo sustentável corporativo quando analisam a ação empreendedora voltada à sustentabilidade dentro de grandes organizações (Kelley, 2011; Miles *et al.*, 2009).

No entanto, como pontua Horisch (2015), a maioria dos estudos tem considerado o empreendedorismo sustentável como indo além da redução dos impactos ambientais e sociais negativos das operações comerciais. Em vez disso, segundo o mesmo autor, o foco é na busca explícita em contribuir para a solução de um problema específico relacionado à sustentabilidade colocando esta no centro de suas atividades. Muitos autores estão convergindo para a ideia de que os empreendedores sustentáveis criam organizações híbridas, tendo como meta a geração de múltiplas formas de valor (Davies & Chambers, 2018).

Porém, conforme destacam Tilley e Young (2009), não é fácil produzir valor econômico, social e ambiental holisticamente dentro do sistema atual e, por isso, o empreendedorismo sustentável ainda precisa de subsídios e incentivos para prosperar. Por isso, Hall *et. al.* (2010) afirmam que ainda é cedo para saber se os empreendedores irão conseguir alcançar o desafio de integrar a sustentabilidade em seus negócios e operações de forma efetiva a ponto de causarem a transformação social que alguns autores proclamam que eles podem fazer. Alguns estudos empíricos, no entanto, já começam a mostrar que a adoção de métodos produtivos sustentáveis tem levado as empresas a obterem um bom desempenho técnico e financeiro ao mesmo tempo em que geram impactos socioambientais positivos em nível local (Schimmenti *et. al.*, 2016)

2.2. Empreendedorismo Ambiental

Na literatura, o termo empreendedorismo ambiental (*environmental entrepreneurship*) é

usado constantemente como sinônimo de ecoempreendedorismo (*ecopreneurship*) e empreendedorismo verde (*green entrepreneurship*), como foi feito neste artigo. Alguns poucos autores até fazem distinção entre eles, inferindo que o empreendedorismo ambiental ou ecológico (*ecological entrepreneurship*) é mais provido de ideologia, enquanto o ecoempreendedorismo ou empreendedorismo verde é mais oportunista (Anderson, 1998; Kimmel & Hull, 2012, Schaper, 2002). Todavia, é preciso ressaltar que há poucos estudos empíricos sobre o conceito para consolidar essa diferença e não há um consenso na literatura (Santini, 2017; Lans, Blok e Wesselink, 2014).

Pode-se dizer que o conceito de empreendedorismo ambiental emergiu a partir de estudos que buscavam criar modelos conceituais para entender como a gestão de empresas poderia aumentar suas vantagens competitivas implementando práticas de negócio ambientalmente mais amigáveis (Thompson *et al.*, 2011; Isaak, 2002; Keogh & Polonsky, 1998). No entanto, conforme colocam Thompson *et al.*, (2011), foram os estudiosos do empreendedorismo que primeiro deram atenção ao surgimento de novos negócios que incorporavam o ambientalismo ao comportamento empreendedor como forma de criar simultaneamente benefícios econômicos e ambientais. Para Schaltegger (2002), duas definições de empreendedorismo ambiental são possíveis: uma estreita e outra ampla. A primeira se volta a empresas *start-up* inovadoras fornecendo produtos e serviços ambientais. A outra inclui empresas estabelecidas e intra-empendedoras e entende o ecoempreendedorismo como uma forma inovadora de fazer negócios, orientada ao mercado e com o objetivo de criar valor por meio de produtos ambientais inovadores.

Na visão de autores como Horisch (2015), Thompson *et al.* (2011), Dean e McMullen (2007) e Cohen e Winn (2007), o empreendedorismo ambiental é único porque as oportunidades para empreender advêm justamente da existência da degradação da natureza. Ou seja, para esses autores, as falhas de mercado como externalidades negativas, poder de monopólio e informações imperfeitas originam problemas ambientais e, simultaneamente, criam oportunidades lucrativas para empreendedores com capacidade e disposição para descobri-las.

É nessa linha de pensamento que autores como Gast, Gundolf e Cesinger (2017) e Al-Saleh e Mahroum (2015) afirmam que os modelos de negócios verdes podem ser amplamente definidos como planos de negócios economicamente viáveis que apoiam a difusão de produtos e serviços que oferecem um benefício ambiental para uma necessidade não atendida no mercado. Para Santini (2017), se inicialmente os empreendedores ambientais eram vistos como heróis solitários comprometidos em difundir uma visão verde para num mercado incipiente, hoje eles são vistos como homens de negócios realmente determinados a ganhar participação de mercado em um ambiente de crescente competição.

Com efeito, autores pioneiros, como Anderson (1998), Pastakia (1998) e Anderson e Leal (2001), já mencionavam que introduzir valores ambientais nas práticas corporativas permite a criação de produtos que geram benefícios ao meio ambiente, reduzindo as externalidades negativas nos vários estágios do processo de produção e consumo. No entanto, York e Venkataraman (2010) ressaltaram que, em contraste as empresas tradicionais estabelecidas, são os novos empreendimentos mais bem posicionados para enfrentar a degradação ambiental por meio da criação de produtos e serviços inovadores e ambientalmente mais sustentáveis. No entanto, é preciso diferenciar as empresas que simplesmente gerenciam as questões ambientais daquelas que consideram as questões ambientais centrais ao negócio (*core business*). Segundo Santini (2017), apenas as últimas se encaixariam no empreendedorismo ambiental.

A questão dos valores está, de fato, bastante presente nas pesquisas sobre empreendedorismo ambiental. Para Santini (2017), a integração sistemática da sustentabilidade

no conjunto de valores culturais que pertencem aos empreendedores é a principal característica dos *ecopreneurs*. Em suma, os interesses econômicos aparecem na literatura, na maioria das vezes, como foco deste tipo de empreendedor, mas a ética e a motivação ambiental surgem como dimensões determinantes para eles, muitas vezes, inclusive, caracterizando diferentes comportamentos práticos e sistemas de crenças (Kearins e Collins, 2011; Holt, 2011; Kirkwood & Walton, 2010; Schaper, 2002).

No estudo de dez casos de Allen e Malin (2008), por exemplo, os empreendedores ambientais são indivíduos com muito conhecimento dos impactos ambientais dos negócios e com grande preocupação em relação à justiça social. De modo similar, Kirkwood & Walton (2010) identificam que os principais motivadores para esse tipo de empreendedor são: seus valores ecológicos, ter um meio de ganhar a vida, paixão, desejo de ser o próprio patrão e perceber uma oportunidade no mercado. De outra forma, Gast, Gundolf e Cesinger (2017), identificam uma relevante literatura que distingue quatro razões para o engajamento no empreendedorismo ambiental: regulação, consciência pública, vantagem competitiva e comprometimento da alta gestão. Outro incentivo a adoção do empreendedorismo ambiental é o aumento do segmento de produtos ecologicamente corretos e a crescente aversão de certos consumidores às grandes corporações, que são vistas como responsáveis dos problemas ambientais (Santini, 2017). Gast, Gundolf e Cesinger (2017), por sua vez, identificam influências micro (valores e ideais), meso (mercado e indústria) e macro (política, legislação e instituições) para o engajamento nesse tipo de empreendedorismo.

Já Nikolaou, Tsagarakis e Tasopoulou (2018) apresentam alguns facilitadores internos e externos que estimulam o empreendedorismo ambiental. O primeiro caso engloba oportunidades de corte de custos, de diferenciação de produtos e de desenvolvimento de vantagens competitivas, além do aumento da capacidade de inovação e aumento das margens de lucro. No segundo caso estão incluídas as condições adequadas e as circunstâncias requeridas para se investir no empreendedorismo ambiental, as quais são criadas por instituições, governos e sociedades, como, por exemplo, a existência de fundos de investimentos verdes e dos centros de incubação como fatores que contribuem para o desenvolvimento desse tipo de negócio.

Dixon e Clifford (2007) apresentam que os relacionamentos com outros atores são fundamentais para fazer funcionar o modelo de negócio de uma organização ambiental. Por exemplo, as relações com grandes empresas, que estão interessadas em alavancar seus esforços de responsabilidade socioambiental; com parceiros sociais e a comunidade local, que fornecem funcionários e treinamento para pessoas em desvantagens; e com o governo e instituições sociais que proporcionam concessões, inventivos e suporte. Outros benefícios dessas redes, citados por Nikolaou, Tsagarakis e Tasopoulou (2018) e Gast, Gundolf e Cesinger (2017), são: oportunidades de investimento e acesso a capital, economias de escala para promoção do produto, benfeitorias coletivas oferecidas pelos negócios, conexão dos empreendedores a serviços de informação, serviços e infraestrutura mais baratos, oportunidades de compartilhar ideias e recursos, fortalecimento da cultura empreendedora local.

A pesquisa de Pastakia (1998), por sua vez, apresenta indícios de que estratégias de mercado usadas pelos empreendedores ambientais são mais adequadas à difusão de seus produtos enquanto as estratégias não mercadológicas são melhores para a divulgação de seus princípios e filosofia. Assim, os ecoempreendedores podem “colher os louros” de se pautar por uma orientação sustentável: operar num crescente e rentável mercado e ganhar competitividade consolidando a reputação da empresa (Santini, 2017).

Além dos fatores já identificados, também é possível encontrar na literatura alguns

inibidores ao desenvolvimento de negócios ambientais. Primeiramente, encontrar investidores que compartilhem os ideais e os objetivos ambientais dos empreendedores é difícil (Gast, Gundolf & Cesinger, 2017). Além disso, em geral, esses empreendedores têm pouca experiência técnica e escassas habilidades em recursos humanos, o que pode gerar dificuldades para a criação de mercados, o desenvolvimento de produtos e a inovação (Gast, Gundolf & Cesinger, 2017). Além disso, existe muitas vezes a necessidade de educar os consumidores potenciais sobre os produtos e serviços ecologicamente corretos (Gast, Gundolf & Cesinger, 2017). Esses mesmos autores ainda pontuam a questão da intervenção governamental em forma de legislação e regulamentação, que pode ser tanto um incentivo quanto uma barreira uma vez que a habilidade política desses empreendedores é muitas vezes limitada.

Por fim, cabe ressaltar que alguns modelos já buscaram sistematizar o conceito de empreendedorismo ambiental. Linnamen (2000) classifica diferentes subtipos de ecoempreendedorismo, sendo ele um dos poucos, junto a Santini (2017) e a Pastakia (1998), que abriu a possibilidade de um negócio ambiental ser também uma organização sem fins lucrativos. Esse autor adota uma matriz de classificação usando como variáveis a vontade dos empreendedores de mudar o mundo e os seus desejos de ganhar dinheiro. Com isso, surgiu a seguinte classificação: organizações não governamentais, empreendedores por necessidade, idealistas de sucesso e oportunistas. Outra tentativa de sistematização do conceito de empreendedorismo ambiental é elaborada por Schaltegger (2002). Esse autor usa como indicadores o impacto no mercado (nicho ou mercado de massa, por exemplo) e o nível de orientação ambiental introduzida no âmago do negócio para classificar os seguintes subtipos de empreendedores: administradores ambientais, gerentes ambientais, ativistas alternativos, “bioneers” e ecoempreendedores. A tipologia de Isaak (1998), por sua vez, é focada no exame da orientação ambiental no início do ciclo de vida da empresa. Já o modelo de Walley e Taylor (2002) distingue quatro tipologias de empreendedores verdes: oportunistas inovadores, campeões visionários, dissidentes éticos e ad hoc *ecopreneurs*. Freimann et. al. (2005), por outro lado, classificam as empresas verdes nascentes como eco-dedicadas, eco-abertas e eco-relutantes. Finalmente, mais recentemente, Jolink e Niesten (2015, p.395) definiram quatro categorias de modelos de econegócios: “aqueles que querem fazer um mundo melhor”, “aqueles que querem melhorar o mundo”, “aqueles que consideram fazer dinheiro como um meio” e “aqueles que consideram fazer dinheiro como um fim”.

3. METODOLOGIA

Este ensaio teórico foi elaborado a partir de artigos publicados principalmente em periódicos acadêmicos entre 1994 e 2018. O método de levantamento bibliográfico proposto por Villas, Macedo-Soares e Russo (2008) foi adotado por esta pesquisa. Esses autores recomendam iniciar um levantamento bibliográfico a partir da análise dos *rankings* de jornais científicos. Resumidamente, são três etapas chaves que caracterizam o método: (1) levantamento das fontes iniciais a serem analisadas, baseando-se nos *rankings* das publicações científicas, (2) seleção dos artigos e análise dos textos (3) seleção de novos artigos a partir da análise das referências bibliográficas dos documentos previamente selecionados.

O *ranking* de periódicos *Qualis* da Capes foi adotado, sendo complementado por pesquisas nos mecanismos de busca virtual como Sciencedirect, Web of Science, Scopus e Ebsco. Uma base de dados foi criada em planilha eletrônica para organizar as informações, utilizando os seguintes indicadores: autoria, ano, nacionalidade, nome do periódico, tema do artigo, método de pesquisa, conceito de empreendedorismo ambiental ou sustentável adotado e

principais resultados da pesquisa relatada, conforme é prática nesse tipo de estudo (Gast, Gundolf & Cesinger, 2017). O conteúdo geral foi analisado qualitativamente com objetivo de gerar uma síntese dos aspectos comuns e dissonantes dos conceitos estudados com intuito de contribuir para o avanço do conhecimento sobre o tema. A partir desse esforço, são propostos dois modelos conceituais que tentam responder às perguntas desta pesquisa e levantar algumas questões para pesquisas futuras. Para gerar validade, confiabilidade e também aumentar a qualidade geral da análise aplicou-se o que Gast, Gundolf & Cesinger (2017) chamam de “método de múltipla assessoria”. Ou seja, os autores envolvidos na pesquisa leram e examinaram individualmente todos os artigos selecionados anotando o tema do estudo, as questões de pesquisa e os resultados. Cada pesquisador organizou os dados independentemente e propôs seus modelos-síntese. Esses esforços individuais foram então comparados e discutidos em vários momentos nas reuniões de trabalho para o alcance do consenso na análise e seus resultados.

4. DISCUSSÃO DA LITERATURA E MODELAGEM

Uma análise preliminar da literatura sobre empreendedorismo sustentável e ambiental mostrou uma grande diversidade de definições dos dois construtos analisados: empreendedorismo sustentável e empreendedorismo ambiental. Aproximadamente 25 definições diferentes foram encontradas para cada um deles. A maior parte dos artigos foi escrita por pesquisadores de universidades norte-americanas, inglesas e alemãs nos últimos 15 anos.

Poucas pesquisas empíricas baseadas em análises quantitativas sobre os empreendimentos ambientais e sustentáveis foram encontradas e poucos trabalhos testaram as tipologias que propuseram. Os métodos descritivos, explicativos e de modelagem conceitual foram os mais utilizados pelos estudos, levando a diferentes teorias sobre cada um desses tipos de empreendedorismo. Por isso, inclusive, foi possível encontrar, em alguns casos, o uso dos termos como sinônimos: sustentável sendo ambiental e vice-versa.

Ao analisar a literatura em questão, foi possível compreender que os conceitos de empreendedorismo sustentável e ambiental estão relacionados na medida em que podem ser considerados alternativos ao empreendedorismo tradicional. Comparando-os com os empreendedores tradicionais, os modos de exploração das oportunidades parecerem claramente diferentes nos novos empreendimentos ambientais e sustentáveis, uma vez que esses consideram as falhas de mercado ambientalmente e socialmente relevantes como fonte principal de atuação, enquanto os outros visam oportunidades lucrativas em qualquer cenário.

Outra característica semelhante identificada entre o empreendedorismo sustentável e o ambiental foi o fato de ambos estarem ligados a processos deecoinovação e inovação social. Como exemplo, vários autores citaram a oferta de produtos e serviços ecoinovadores, a adoção de processos diferenciados para absorver os pilares da sustentabilidade na prática do negócio e a própria postura empreendedora, com novas motivações (ambientais e sociais) além dos retornos financeiros. Essa ligação imediata com a questão da inovação é relacionada com o fato de esses tipos de empreendedores apresentarem novos modelos de negócios que se alinham ao paradigma emergente do desenvolvimento sustentável.

Além disso, foi identificado que tanto o empreendedorismo ambiental quanto o sustentável buscam gerar valor além do econômico. Muitas vezes esse objetivo de múltipla geração de valor característico de empresas híbridas cria tensão para a gestão que precisa equilibrar criação de receitas com benefícios socioambientais. A maioria dos autores considerou que ambos são orientados à geração de lucro. No entanto, há autores que identificam organizações sem fins lucrativos com foco em geração de valor ambiental assim como acontece

no empreendedorismo social. Ademais, tanto os empreendedores sustentáveis quanto os ambientais são vistos por muitos autores contribuindo para o processo de desenvolvimento sustentável. Também há um número expressivo de autores que consideram que esses conceitos podem ser encontrados dentro de organizações já existentes, com atores intraempreendedores.

Em relação às dissonâncias, a literatura sobre empreendedorismo sustentável foca em examinar as oportunidades para fazer a transição para uma sociedade mais sustentável. Ela busca entender como as organizações podem equilibrar o tripé pessoas, planeta e lucro em suas práticas, sendo a questão do desenho organizacional fundamental nesta área de pesquisa. A literatura sobre o empreendedorismo ambiental, por sua vez, foca mais nas questões sobre as motivações dos indivíduos do que no caso do empreendedorismo sustentável. A maioria dos autores concorda que o empreendedorismo ambiental é a criação simultânea de lucro econômico e ecológico por meio do aproveitamento de oportunidades geradas por falhas de mercado ambientalmente relevantes. Ou seja, essas organizações são consideradas empresas com fins lucrativos, mas distintas dos empreendedores tradicionais por seu foco na resolução ou mitigação de problemas ambientais por meio da criação de novos produtos, serviços e mercados.

Outra diferença significativa levantada foi quanto ao papel das questões sociais. A maioria dos autores considera que um empreendimento sustentável necessita que os benefícios sociais sejam objetivos claros da organização. No caso do empreendedor ambiental, as questões sociais não são evidenciadas de forma consensual como primordiais para a caracterização desse tipo de organização: elas podem ou não estar incluídas no foco ou na prática dos negócios. O quadro 2 faz uma síntese dos consensos e dissonâncias do estado da arte da literatura.

Ao explicitar os principais consensos e dissonâncias encontrados na literatura para os conceitos de empreendedorismo sustentável e ambiental, foi possível perceber que o conceito de empreendedorismo sustentável é mais amplo do que o de empreendedorismo ambiental. Em outras palavras, se pode perceber que diferentes configurações organizacionais são passíveis de serem consideradas sustentáveis, enquanto os empreendimentos ambientais são mais restritos a negócios cujo foco é desenvolver produtos e serviços ligados estritamente ao meio-ambiente. No entanto, foi possível identificar uma interseção entre esses dois tipos de empreendedorismo quando o negócio ambiental adota práticas sociais ou gera benefícios sociais, contribuindo de forma mais explícita para o alcance da sustentabilidade.

Nesse sentido, com base em uma visão integrativa, foi possível entender o empreendedorismo sustentável como um guarda-chuva que abarca, pelo menos, quatro diferentes tipos de empreendimentos. O mais óbvio deles, apesar de mais difícil de ser encontrado na prática, é o que absorve concomitantemente as questões ambientais, sociais e econômicas no cerne do negócio criando vantagem competitiva por meio dessa competência. O segundo tipo volta-se para uma causa social, no entanto buscando ou não lucro e integrando as questões ambientais na rotina corporativa, economizando água e energia, por exemplo. Outro tipo pode ser caracterizado como uma interseção entre o empreendimento sustentável e o ambiental, pois se, por um lado, foca na causa ambiental, por outro gera, direta ou indiretamente, benefícios sociais. Finalmente, podem existir empresas que utilizam práticas de sustentabilidade em suas rotinas corporativas, gerando benefícios sociais e ambientais, mas não os usam para posicionar seus negócios.

A partir desse resultado foi possível chegar a um modelo que busca ajudar na compreensão dos diferentes tipos de empreendedorismo orientados à sustentabilidade. Nesse guarda-chuva incluem-se o empreendedorismo socioambiental, que tem as questões sociais e ambientais no cerne do negócio; o empreendedorismo social, que tem as causas sociais como

oportunidade de ação; o empreendedorismo ambiental, que foca nas externalidades ambientais para se desenvolver; e o econômico, que são organizações tradicionais que incluem práticas sustentáveis em suas rotinas corporativas por meio de intraempreendedorismo. Todos esses tipos, de certa forma, com seus empreendimentos externos e intraempreendimentos, contribuem para o alcance do desenvolvimento sustentável, sejam ou não motivados por causas oportunistas (lucro) ou altruístas (sociais e/ou ambientais) ou pela combinação de ambos (híbridos). O que fica claro é que o modelo organizacional para cada um desses tipos requer uma estrutura diferenciada, conforme apresenta a Figura 1.

CONSENSOS	AUTORES
Percebem oportunidades em falhas de mercados relevantes ambientalmente.	Gast, Gundolf & Cesinger (2017); Santini (2017); Horisch (2015); Lans (2014); Thompson, Kiefer & Young (2011); Dean e McMullen (2007); Cohen e Winn (2007)
Diferem do empreendedorismo tradicional	Davies & Chambers (2018); Gast, Gundolf & Cesinger (2017); Thompson, Kiefer & Young (2011)
Estão ligados a processos de inovação	Shepherd & Patzelt (2011); Schaltegger & Wagner (2011); Miles, Munilla & Darroch (2009); Boszczowski & Teixeira (2009); Cohen & Winn (2007); Hockerts & Wüstenhagen (2010); Allen & Mallin (2008); Schaper (2002); Schaltegger (2002), Linnanen (2002); Isaak (2002); Keogh & Polonsky (1998); Pastakia (1998)
Têm o objetivo de gerar valor ambiental e/ou social	Davies & Chambers (2018); Gast, Gundolf & Cesinger (2017); Santini (2017); Schimmenti et al. (2016); Lans (2014); Schlange (2007); Schaltegger & Wagner (2011); Choi & Gray (2008); Abrahamsson (2007); Shepherd & Patzelt (2011)
Têm o objetivo de gerar lucro	Davies & Chambers (2018); Nikolaou, Tsagarakis e Tasopoulou (2018); Gast, Gundolf & Cesinger (2017); Santini (2017); Schimmenti et al. (2016); Muñoz & Dimov (2015); Thompson, Kiefer & Young (2011); Shepherd & Patzelt (2011); Dean & McMullen (2007); Cohen & Winn (2007); Schlange (2007); Schaltegger & Wagner (2011); Choi & Gray (2008); Abrahamsson (2007)
Contribuem para o desenvolvimento sustentável	Gast, Gundolf & Cesinger (2017); Santini (2017); Schimmenti et al. (2016); Bocken (2015); Thompson, Kiefer & Young (2011); Cohen & Winn, (2007); Dean & McMullen (2007); Dixon & Clifford (2007); Walley & Taylor (2002); Holt (2010)
Podem ser encontrados em empresas já estabelecidas	Rodgers (2010); Pimentel, Reinaldo e Oliveira (2010); Dalmoro (2009); Masurel (2007); Schick, Marxen & Freimann (2002); Kelley (2011); Miles, Munilla & Darroch (2009); Schaltegger (2002)
DISSONÂNCIAS	AUTORES
No empreendedorismo sustentável a questão do desenho organizacional é primordial.	Thompson, Kiefer & Young (2011); Parrish (2008)
No empreendedorismo ambiental a questão dos valores e motivação são muito evidentes.	Santini (2017); York (2009); Thompson, Kiefer & Young (2011); Kearins & Collins (2011); Holt (2011); Kirkwood & Walton (2010); Schaper (2002)
O empreendedor sustentável considera fortemente a questão social nos seus empreendimentos.	Thompson, Kiefer & Young (2011); Schaltegger & Wagner (2011); Tilley & Young (2009); Parrish (2008)
O empreendedor ambiental pode não dar ênfase as questões sociais nos seus empreendimentos.	Thompson, Kiefer & Young 2011; Dean & McMullen (2007); Cohen & Winn (2007); Isaak (2002); Keogh & Polonsky (1998)

Quadro 2: Principais consensos e dissonâncias entre empreendedorismo sustentável e ambiental

Fonte: elaboração nossa.

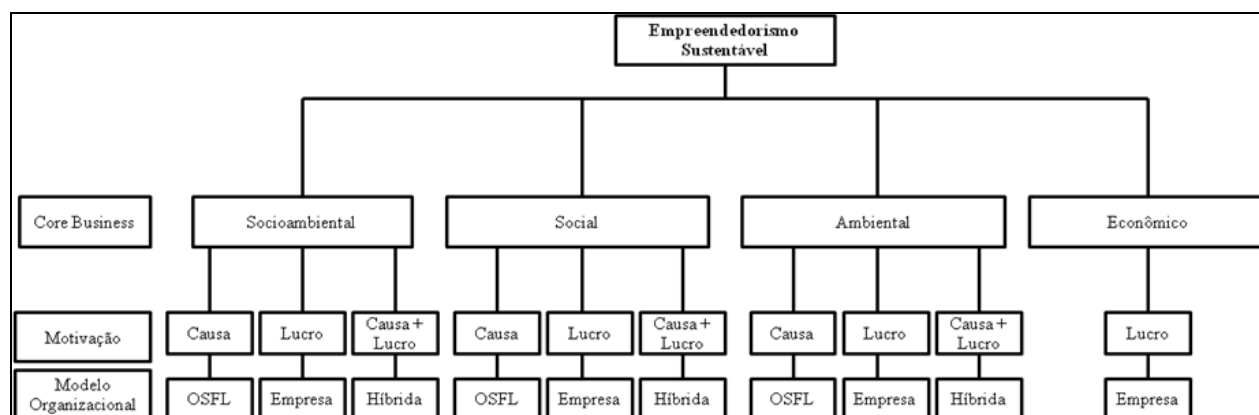


Figura 1: Modelo conceitual sintético dos tipos de empreendedorismo sustentável

*OSFL = Organização sem fins lucrativos

Fonte: elaboração nossa.

Finalmente, tendo como objetivo avançar na pesquisa nesse campo, propõe-se um modelo conceitual (figura 2) que busca relacionar os diferentes fatores influenciadores, motivadores, facilitadores e inibidores, que fazem parte do processo de empreendedorismo sustentável, com o modelo organizacional e as estratégias empreendedoras escolhidas e que geram diferentes níveis de valor econômico, social e ambiental dentro do ambiente competitivo do mercado de produtos e serviços sustentáveis. Os fatores que influenciam o engajamento ao empreendedorismo sustentável foram identificados com os valores pessoais dos indivíduos, as oportunidades de mercado e o contexto regulatório e político, sendo extraídos majoritariamente da pesquisa de Gast, Gundolf e Cesinger (2017).

Os fatores motivadores foram categorizados como causa, lucro ou ambos em linha com autores como Gast, Gundolf & Cesinger (2017), Kearins & Collins (2011), Holt (2011), Kirkwood & Walton (2010, 2010a), Allen e Malin (2008) e Schaper (2002). Os diferentes tipos de modelos organizacionais (OSFL, Empresa ou Híbrido) foram identificados a partir de trabalhos como os de Davies & Chambers (2018); Ashraf *et. al.* (2018) Santini (2017) e Schaltegger e Wagner (2011). As estratégias empreendedoras competitivas e colaborativas estão baseadas principalmente na pesquisa de Pastakia (1998). Os fatores facilitadores e inibidores que impactam as estratégias empreendedoras nesse contexto foram identificados a partir dos achados de Nikolaou, Tsagarakis e Tasopoulou (2018), Gast, Gundolf e Cesinger (2017), Santini (2017) e Dixon e Clifford (2007). Finalmente, os diferentes tipos de valor gerados pelo resultado desse tipo de empreendedorismo foram citados por autores como Nikolaou, Tsagarakis & Tasopoulou (2018), Santini (2017), Gast, Gundolf & Cesinger (2017), Schimmenti *et. al.* (2016).

5. CONCLUSÃO

O objetivo deste ensaio teórico foi investigar na literatura as definições, consensos e dissonâncias entre os conceitos de empreendedorismo sustentável e empreendedorismo ambiental. A partir disso, foi possível formular dois modelos conceituais sínteses. O primeiro identifica quatro possíveis tipos de empreendimentos sustentável a partir da categorização do *core business*, da motivação e do modelo organizacional: socioambiental, social, ambiental e econômico.

O segundo modelo apresenta os fatores determinantes para o processo de engajamento e desenvolvimento de empreendimentos sustentáveis: influenciadores (valores, mercado, regulação), motivadores (causa, lucro ou ambos), modelo organizacional (OSFL, empresa ou híbrido), estratégias empreendedoras (competitivas, colaborativas) e resultados (valor ambiental, social e econômico). A partir desse modelo algumas questões podem ser enderessadas por meio de pesquisas qualitativas ou quantitativas, destacando-se entre elas:

- Qual modelo organizacional seria mais compatível com as diferentes motivações dos empreendedores sustentáveis e ambientais?
- Quais são as estratégias competitivas e colaborativas mais usadas por estes empreendedores e quais as mais adequadas a determinados modelos organizacionais?
- Considerando determinada configuração organizacional e suas respectivas estratégias, quais os são fatores facilitadores e inibidores mais relevantes para empreendedores sustentáveis e ambientais?
- Considerando os modelos organizacionais e estratégias adotados por estes empreendedores, qual tipo de valor são eles mais capazes de gerar?

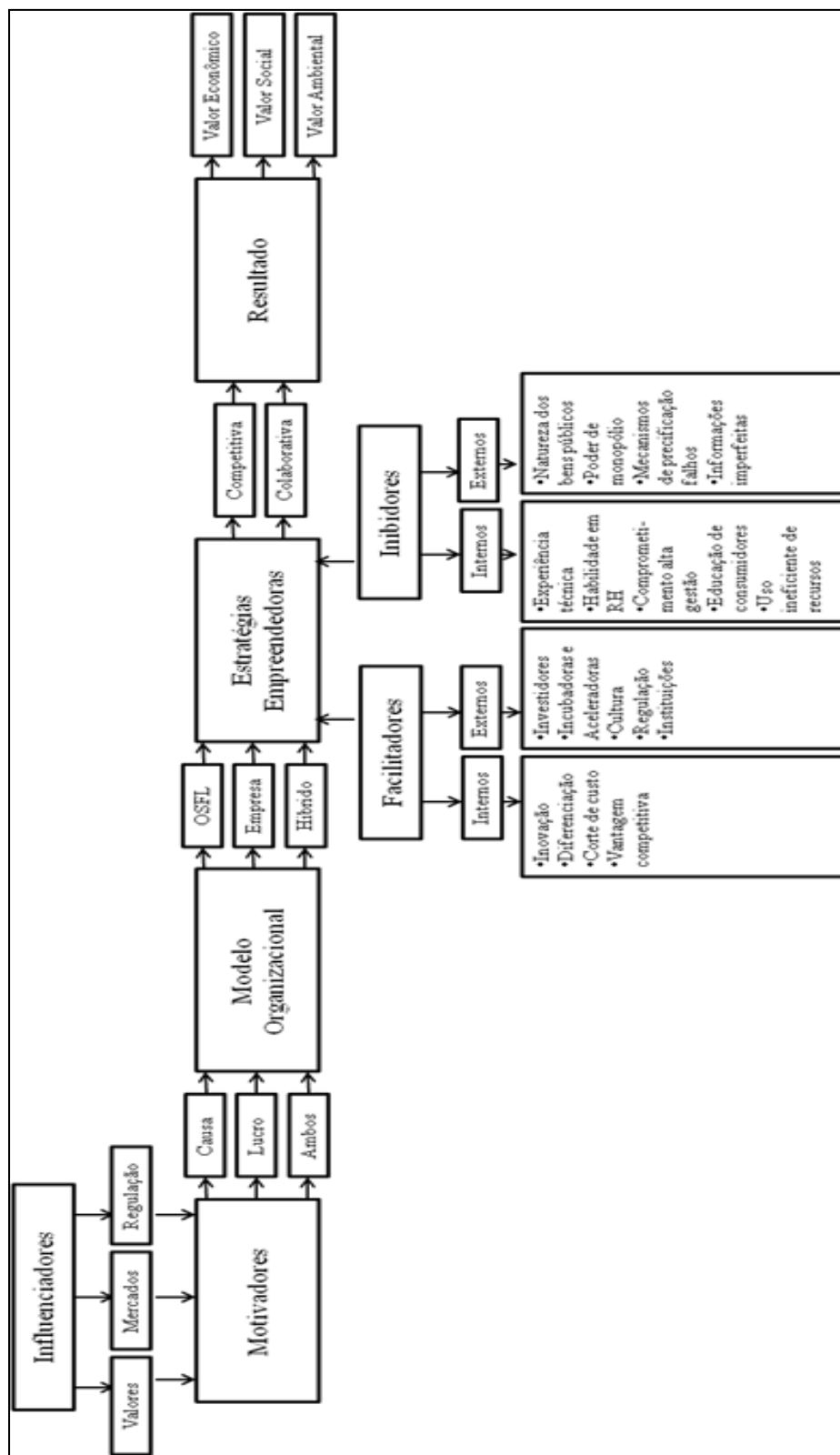


Figura 2: Modelo conceitual dos fatores que influenciam o processo de empreendedorismo sustentável
 onte: elaboração nossa.

A última questão se refere particularmente aos desafios colocados sobre este tipo de empreendedor de gerar valor econômico, ambiental e social concomitantemente. Nesse contexto, é muito importante entender como a sustentabilidade está sendo mensurada e quais indicadores estão sendo utilizados para aferir a geração de valor.

Reconhecemos as limitações apresentadas por uma revisão que busca levantar o estado da arte da literatura sobre empreendedorismo sustentável e ambiental, e que pode ter deixado de fora vários artigos relevantes. Entretanto, procuramos reduzir esta possibilidade através de uma rigorosa pesquisa em bases de dados reconhecidas. Com certeza, os dois modelos conceituais estão sujeitos a críticas sobre seu alcance e capacidade de gerar novos conhecimentos, mas o objetivo deles é exatamente o de provocar a discussão e a reflexão sobre não apenas as definições desses dois tipos de empreendedorismo, mas dos fatores que determinam sua implementação e consequentes resultados.

Em síntese, acredita-se que este trabalho tenha oferecido uma contribuição para as literaturas sobre empreendedorismo sustentável e ambiental, permitindo que outros estudos sobre o tema possam discutir de forma mais estruturada as diferentes terminologias existentes e os consensos já desenvolvidos. Dessa forma, uma implicação evidente deste trabalho é permitir que outros estudos avancem a partir dos modelos teóricos apresentados para melhor compreender as práticas desses novos negócios alinhados ao paradigma do desenvolvimento sustentável.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAHAMSSON, A. (2007). *Sustainopreneurship – business with a cause: Conceptualizing entrepreneurship for sustainability*. Master Thesis, Växjö University, Faculty of Humanities and Social Sciences, School of Management and Economics, Sweden.
- ALLEN, J. C.; & MALLIN, S. (2008). Green Entrepreneurship: A Method for Managing Natural Resources? *Society and Natural Resources*, 21, 828–844.
- AL-SALEH, Y.; & MAHROUM, S. (2015). A critical review of the interplay between policy instruments and business models: greening the built environment a case in point. *Journal of Cleaner Production*, 109, 260-270.
- ANDERSON, A. R. (1998). Cultivating the Garden of Eden: environmental entrepreneuring. *Journal of Organizational Change Management*, 11(2), 135-144.
- ANDERSON, T. L., & LEAL, D. R. (2001). *Free market environmentalism*. Stanford, CA: Hoover Institution Press.
- ASHRAF, M. M., RAZZAQUE, M. A.; LIAW, S-T, RAY, P. K. & HASAN, M. R. (2018). Social business as an entrepreneurship model in emerging economy: Systematic review and case study. *Management Decision*.
- BAUMGARTEN, M. (2003). Conhecimento, planificação e sustentabilidade. *São Paulo em Perspectiva*, 31-41.
- BOCKEN, N. M. P. (2015). Sustainable venture capital e catalyst for sustainable start-up success? *Journal of Cleaner Production*, 108, 647-658
- BORGES, C., BORGES, M. M., FERREIRA, R. S. F., NAJBERG, E., & TETE, M. F. (2011). Empreendedorismo Sustentável: Proposição de uma Tipologia e Sugestões de Pesquisa. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Rio de Janeiro, RJ, 35.
- BOSZCZOWSKI, A. K., & TEIXEIRA, R. (2009). O Empreendedorismo Sustentável e o Processo Empreendedor: Em Busca de Oportunidades de Novos Negócios como Solução para

- Problemas Sociais e Ambientais. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, São Paulo, SP, 33.
- BROWN, L. (2003) *Eco-Economia: construindo uma economia para a terra*. Salvador: UMA.
- CHOI, D. Y., & GRAY, E. R. (2008). The venture development processes of “sustainable” entrepreneurs. *Management Research News*, 31(8), 558-569.
- COHEN, B., & WINN, M. I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22, 29– 49.
- DALMORO, M. (2009). A Visão da Sustentabilidade na Atividade Empreendedora: uma Análise a partir de Empresas Incubadas. *Revista Gestão Organizacional*, 2(1), 87-104.
- DAVIES, I.A. & CHAMBERS, L. (2018). Integrating hybridity and business model theory in sustainable entrepreneurship. *Journal of Cleaner Production*, 177, 378-386.
- DEAN, T. J., & MCMULLEN, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 22, 50– 76.
- DIXON, S. E. A.; & CLIFFORD, A. (2007). Ecopreneurship – a new approach to managing the triple bottom line. *Journal of Organizational Change Management*, 20(3), 326-345.
- GAST, J., GUNDOLF, K., & CESINGER, B. (2017). Doing business in a green way: A systematic review of the ecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions. *Journal of Cleaner Production*, 147, 44-56.
- GERLACH, A. (2003). Sustainable entrepreneurship and innovation. In: *Centre for Sustainability Management*, University of Lueneburg. Disponível em: <http://cob.nmu.edu/amtmann/Lavras%20Course%20Materials/Sustainable%20Entrepreneurship%20and%20Innovation%202003.pdf>.
- GIBBS, D. (2009). Sustainability entrepreneurs, ecopreneurs and the development of a sustainable economy. *Greener Management International*, 55.
- HALL, J. K., DANEKE, G. A., & LENOX, M. J. (2010). Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. *Journal of Business Venturing*, 25, 439–448.
- HOCKERTS, K., & WÜSTENHAGEN, R. (2010). Greening Goliaths versus emerging Davids — Theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 25, 481–492.
- HOLT, D. (2011). Where Are They Now? Tracking the Longitudinal Evolution of Environmental Businesses From the 1990s. *Business Strategy and the Environment*, 20, 238–250.
- HORISCH, J. (2015). Crowdfunding for environmental ventures: an empirical analysis of the influence of environmental orientation on the success of crowdfunding initiatives. *Journal of Cleaner Production*, 107, 636-645
- ISAAK, R. (2002). The making of the ecopreneur. *Greener Management International*, 38.
- JOLINK, A.; & NIESTEN, E. (2015). Sustainable development and business models of entrepreneurs in the organic food industry. *Bus. Strategy Environ.* 24, 386-401.
- KEARINS, K., & COLLINS, E. (2011). Making Sense of Ecopreneurs' Decisions to Sell Up. *Business Strategy and the Environment*, 2011.
- KELLEY, D. (2011). Sustainable corporate entrepreneurship: Evolving and connecting with the organization. *Business Horizons*, 54, 73-83.
- KEOGH, P. D., & POLONSKY, M. J. (1998). Environmental commitment: a basis for environmental entrepreneurship? *Journal of Organizational Change Management*, 11(1), 38-49.

- KIBLER, E; FINK, M.; LANG, R.; & MUÑOZ, P. (2015). Place attachment and social legitimacy: Revisiting the sustainable entrepreneurship journey. *Journal of Business Venturing Insights*, 3, 24–29.
- KIMMEL, C. E., & HULL, R. B. (2012). Ecological Entrepreneurship Support Networks: Roles and functions for conservation organizations. *Geoforum*, 43, 58–67.
- KIRKWOOD, J., & WALTON, S. (2010). What motivates ecopreneurs to start businesses? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(3), 204-228.
- KIRKWOOD, J., & WALTON, S. (2010a). How ecopreneurs' green values affect their international engagement in supply chain management. *Journal of International Entrepreneurship*, 8, 200–217.
- KOE, W. L.; OMARB, R.; & SA'ARICM J. R. (2015). Factors Influencing Propensity to Sustainable Entrepreneurship of SMEs in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172, 570 – 577.
- LANS, T.; BLOK, V.; & WESSELINK, R. (2014). Learning apart and together: towards an integrated competence framework for sustainable entrepreneurship in higher education. *Journal of Cleaner Production*, 62, 37-47
- LINNAMEN, L. (2000). An Insider's Experiences with Environmental Entrepreneurship. *Greener Management International*, 38.
- LUBIN, D. A., & ESTY, D. C. (2010). The Sustainability Imperative: Lessons for Leaders from Previous Game-Changing Megatrends. *Harvard Business Review*, May, 42-50.
- MASUREL, E. (2007). Why SMEs Invest in Environmental Measures: Sustainability Evidence from Small and Medium-Sized Printing Firms. *Business Strategy and the Environment*, 16, 190–201.
- MILES, M. P., MUNILLA, L. S., & DARROCH, J. (2009). Sustainable corporate entrepreneurship. *Int Entrepreneurship Management Journal*, 5, 65–76.
- MUÑOZ, P., & DIMOV, D. (2015). The call of the whole in understanding the development of sustainable ventures. *Journal of Business Venturing*, 30, 632–654
- NIKOLAOU, I. E., TSAGARAKIS, K. P. & TASOPOULOU, K. (2018). An examination of ecopreneurs' incentives through a combination between institutional and resource-based approach: A preliminary study. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, Vol. 29 No. 2, pp. 195-215.
- PARRISH, B. D. (2008). Sustainability-Driven Entrepreneurship: A Literature Review. *Sustainability Research Institute Papers*, 9.
- PARRISH, B. D. (2010). Sustainability-driven entrepreneurship: Principles of organization design. *Journal of Business Venturing*, 25, 510–523.
- PASTAKIA, A. (1998). Grassroots ecopreneurs: change agents for a sustainable society. *Journal of Organizational Change Management*, 11(2), 157-173.
- PIMENTEL, T. A. B., Reinaldo, H. O. A., & Oliveira, L. G. L. (2010). Empreendedorismo Sustentável: uma Análise da Implementação da Sustentabilidade Empresarial em Micro, Pequenas e Médias Empresas Industriais Atendidas Pelo Peiex - No Nutec. *Anais do Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais*, São Paulo, SP, 13.
- RODGERS, C. (2010). Sustainable Entrepreneurship in SMEs: A Case Study Analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 17, 125–132.
- SANTINI, C. (2017). Ecopreneurship and Ecopreneurs: Limits, Trends and Characteristics. *Sustainability*, 9, 492.

- SCHALTEGGER, S. (2002). A Framework for Ecopreneurship: Leading Bioneers and Environmental Managers to Ecopreneurship. *Greener Management International*, 38.
- SCHALTEGGER, S., & WAGNER, M. (2011). Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20, 222–237.
- SCHAPER, M. (2002). The Essence of Ecopreneurship. *Greener Management International*, 38.
- SCHICK, H., MARXEN, S., & FREIMANN, J. (2002). Sustainability Issues for Start-up Entrepreneurs. *Greener Management International*, 38.
- SCHIMMENTI, E., MIGLIORE, G., FRANCO, C. P., & BORSELLINO, V. (2016) Is there sustainable entrepreneurship in the wine industry? Exploring Sicilian wineries participating in the SOSTain program. *Wine Economics and Policy* 5, 14–23.
- SCHLANGE, L. E. (2007). Stakeholder Perception in Sustainable Entrepreneurship: The Role of Managerial and Organizational Cognition. *Corporate Responsibility Research Conference*, 15-17 July.
- SHEPHERD, D. A., & PATZELT, H. (2011). The New Field of Sustainable Entrepreneurship: Studying Entrepreneurial Action Linking "What Is to Be Sustained" With "What Is to Be Developed". *Entrepreneurship Theory and Practice*, January, 137-163.
- TILLEY, F., & YOUNG, W. (2009). Sustainability Entrepreneurs: Could they be the True Wealth Generator of the Future? *Greener Management International*, 55.
- THOMPSON, N. A.; HERRMANN, A. M.; & HEKKERT, M. P. (2015). How sustainable entrepreneurs engage in institutional change: insights from biomass torrefaction in the Netherlands. *Journal of Cleaner Production*, 106, 608-618
- THOMPSON, N., KIEFER, K., & YORK, J. G. (2011). Distinctions not Dichotomies: Exploring Social, Sustainable, and Environmental Entrepreneurship. In: Lumpkin, G.T., & Katz, J. A. (eds.). *Social and Sustainable Entrepreneurship - Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth, Volume 13*. Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited, 201-229.
- VENKATARAMAN, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. Katz, J., & Brockhaus, J. (eds.). *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence Advances in entrepreneurship firm emergence, and growth*. Greenwich: JAI Press.
- VILLAS, M. V., MACEDO-SOARES, T. D. L. V. A., & RUSSO, G. M. (2008). Bibliographical Research Method for Business Administration Studies: a Model Based on Scientific Journal Ranking. *Brazilian Administration Review*, 5(2), 139-159.
- WALLEY, E. E. L.; & TAYLOR, D. W. D. (2002). Opportunists, Champions, Mavericks . . . ? A Typology of Green Entrepreneurs. *Greener Management International*, 38.
- WCED - WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. (1987). *The Brundtland Report - Our Common Future*. London: Oxford University Press.
- YORK, J. G., & VENKATARAMAN, S. (2010). The entrepreneur-environment nexus: Uncertainty, innovation, and allocation. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 449–463.
- YUNUS, M. (2010). *Criando um negócios social*. Rio de Janeiro: Elsevier.