

EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL: Estudo de caso em uma empresa do ramo automobilístico

Larissa Martins Reis Rodrigues*

RESUMO

A sustentabilidade é uma maneira de preservar o meio ambiente, gerando qualidade de vida para as pessoas. Este estudo objetivou analisar as práticas sustentáveis utilizadas por uma empresa do ramo automobilístico para amenizar os impactos da sua produção causado ao meio ambiente. Os dados foram coletados por meio de entrevistas, com roteiro semiestruturado, realizadas com 6 (seis) profissionais que ocupam cargos gerenciais. Os dados foram tratados pela técnica de análise de conteúdo. Em relação aos aspectos metodológicos, utilizou-se a pesquisa descritiva com abordagem qualitativa. Os resultados apontam que a empresa utiliza algumas ações como reutilização de 99,9% da água, redução de consumo, redução de embalagens e ações através do Programa de Educação Ambiental (PEA). Os resultados dessas ações visam amenizar os impactos negativos causados ao meio ambiente e como contrapartida a empresa pode obter imagem positiva junto aos clientes, pois os consumidores estão cada vez mais criteriosos e tem como preferência empresa que respeitam o meio ambiente.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Meio Ambiente. Ações.

ABSTRACT

Sustainability is a way to preserve the environment, generating quality of life for people. This study aimed to analyze the sustainable practices used by a company in the automobile industry to mitigate the impacts of its production caused to the environment. Data were collected through interviews, with a semi-structured script, carried out with 6 (six) professionals who occupy managerial positions. Data were treated using the content analysis technique. Regarding the methodological aspects, descriptive research with a qualitative approach was used. The results show that the company uses some actions such as reusing 99.9% of water, reducing consumption, reducing packaging and actions through the Environmental Education Program (PEA). The results of these actions aim to alleviate the negative impacts caused to the environment and in return the company can obtain a positive image with customers, as consumers are increasingly discerning and prefer companies that respect the environment.

Keyword: Sustainability. Environment. Actions.

1* _____
Estudante do 8º semestre do curso de Administração do Centro Universitário Unihorizontes

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo surgiu do conceito da palavra de origem francesa *entrepreneu* que significa empreendedor, o qual assume os riscos e avalia oportunidades para começar algo novo (FABRETE, 2019). Para Dornelas (2005), o empreendedorismo é composto pelo envolvimento de pessoas e processos a quais em conjuntos levam as ideias em transformação para oportunidades.

De acordo com Chiavenato (2012, p. 3) o empreendedor é a “pessoa que inicia e/ou dinamiza um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades inovando continuamente”.

Entretanto, os empreendedores têm mostrado cada vez mais a sua preocupação com a sustentabilidade do negócio, tema que tem se tornado cada vez mais um fator de grande relevância no mundo e nas empresas. A sustentabilidade refere-se a uma forma de preservação ao meio ambiente, de modo que sejam mudados os hábitos da sociedade na utilização de recursos naturais e o suprimento de suas necessidades, para isso, é necessário um equilíbrio para que a natureza não seja afetada SOUSA (2021).

Para Guimarães (2019), as organizações que adotam as ações sustentáveis e responsabilidade na preservação do meio ambiente e social são vistas de forma positiva pelos consumidores, ajudando o meio ambiente e gerando boa visibilidade para a empresa. A implantação da sustentabilidade além de gerar maior economia dos recursos materiais, pode também gerar melhores resultados nas vendas, as pessoas têm dado maior importância e preferência para as empresas que adotam medidas sustentáveis.

Quanto aos benefícios da implementação dessas ações, eles se refletem em longo prazo (PINTO, 2018). Os consumidores estão cada vez mais criteriosos nos produtos e serviços fabricados pelas empresas, pode-se notar isso quando há várias organizações que eliminaram de suas produções a testagem de produtos em animais, assim, as empresas que não fazem testes em animais estão se destacando positivamente no mercado.

Segundo Mendes (2018), o crescimento de uma organização deve trazer benefícios não só para os donos do empreendimento, mas também para os colaboradores e a população e, as ações podem ocorrer sem que o meio ambiente seja agredido.

Diante disso, surge o seguinte questionamento: quais são as preocupações das organizações do ramo automobilístico com a adoção das ações sustentáveis em seus empreendimentos?

Nesse contexto, o objetivo desta pesquisa consiste em analisar as ações utilizadas para a adoção de práticas sustentáveis em uma empresa atuante no ramo automobilístico localizada na região metropolitana de Belo Horizonte. Os objetivos específicos consistem em verificar os benefícios e desafios que as ações sustentáveis podem trazer a uma empresa; averiguar quais práticas a empresa utiliza para se tornar sustentável.

A contribuição deste estudo para a academia, sociedade e para as organizações é mostrar o quão importante é o tema sobre empreendedorismo sustentável, analisando quais são as preocupações da empresa pesquisada com o meio ambiente, quais são as ações implantadas e quais são os benefícios e desafios encontrados com aplicação dessas medidas.

Esta pesquisa está estruturada em seis seções a contar desta introdução que traz uma contextualização do tema, bem como o objetivo do estudo. A segunda seção

aborda o referencial teórico apresentando a visão de alguns autores sobre os benefícios da sustentabilidade e os desafios enfrentados para adoção das práticas sustentáveis. Os procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa são descritos na terceira seção. Na quarta seção apresenta-se a análise dos resultados e na quinta seção, procede-se às considerações finais, seguida pelas referências.

2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo e a gestão sustentável

A essência do empreendedorismo está relacionada com a percepção e a busca de novas oportunidades no meio empresarial (SCHUMPETER, 1961). Sendo assim, o empreendedorismo é visto como um fundamento importante para a criação de novas oportunidades para abertura de novos negócios, despertando desejo nas pessoas para inovarem, sendo responsáveis por desenvolver e proporcionar riqueza a população devido a sua habilidade em produzir bens e serviços necessários que oferecem indiretamente ou diretamente o bem-estar e sustento da população, sendo assim, o empreendedorismo é essencial para o progresso econômico (OSWALD, 2017).

O empreendedorismo vem se mostrando importante ao longo do tempo no Brasil e no mundo, sendo um fator de desenvolvimento econômico, visto que essas ações se refletem através de pessoas que buscam constantemente novas visões em oportunidades, são pessoas que não medem esforços para que o empreendimento dê certo mesmo em um cenário de incertezas (VELHO; GIACOMELLI, 2017).

De forma abrangente, os empreendedores são pessoas apaixonadas com o que fazem, que se dedicam para atingirem bons resultados, que buscam o diferencial e a inovação. O empreendedor é considerado aquele que detecta uma ideia transformando a ideia em oportunidade para a criação de um novo negócio, capitalizando sobre ela e assumindo riscos calculados (VALENCIANO; SENTANIN; BARBOZA, 2005).

Dolabela (2003) caracteriza o empreendedor não somente como um indivíduo que reproduz somente novas ideias, o autor acredita que o fundamental é a habilidade de fazer as coisas acontecerem, mudando a realidade do meio em que vive. Na visão de Scholz e Caussi (2017), o empreendedorismo está relacionado na identificação de oportunidades e na utilização da criatividade para agregar valor em algo já existente ou não.

Segundo Moraes, Penedo e Pereira (2018) há uma preocupação das organizações em relação a sua evolução e viabilidade econômica. Ao decorrer de suas atividades as empresas geram receitas, resultantes do esforço empresarial proporcionando empregos e renda. Os autores relatam ainda que “essas transformações socioeconômicas ocorridas nas últimas décadas têm afetado profundamente o comportamento das empresas em direção a uma intrínseca responsabilidade perante a sociedade e ao meio que as cercam” (MORAIS; PENEDO; PEREIRA, 2018, p. 8).

De acordo com Nóbrega (2010), a relação entre os quesitos ambientais, a prática das atividades e a imagem da organização é de suma importância, de modo que se preocupe com os impactos que podem ser causados no meio ambiente. Os quesitos que afetam as organizações envolvem decisões sustentáveis de um ponto de vista mais amplo (ROCHA; HANS; GONTIJO, 2005). A sustentabilidade é

correlacionada com o crescimento econômico e pode gerar vantagem competitiva (HART; MILSTEIN, 2004).

Nesse sentido, Parrish (2008) caracteriza o empreendedorismo sustentável, como aquele que claramente implementa nas proporções sociais e ambientais o desenvolvimento de uma organização. Nesse sentido, Tilley e Young (2008) retratam que o empreendedorismo sustentável é composto por três pilares: o empreendedorismo econômico, o social e o ambiental.

Araújo et al., (2006) já destacavam, entretanto, que a sustentabilidade organizacional é composta por ações realizadas pelas empresas que visam a adequação de programas sociais e a diminuição dos impactos ambientais se mantendo no mercado.

Thimoteo (2015) acrescenta que a sustentabilidade além de ser responsável pelos setores econômicos, ambientais e sociais, envolve as questões políticas (criações de leis), sociais (novas atitudes e conscientizações), ambiental (reposição dos recursos naturais) e demográfico (controle da população sendo compatível com a área de atuação).

As características que diferenciam o empreendimento sustentável dos demais são destacados por Rocha et al., (2005), como: desenvolvimento de benefícios sociais; satisfação das aspirações e necessidades humanas básica; atendimento às condições de sustentabilidade ambiental; cumprimento dos valores éticos; e rentabilidade.

As organizações não conseguem mensurar os impactos ambientais que elas produzem e o quanto isso pode afetar a população de forma geral, as empresas só reconhecem algumas regulamentações que gera custos negativos em seu lucro (BARBOSA; LOPES, 2018).

Algumas empresas no Brasil apresentam certa sensibilidade estratégica com as novas demandas da sociedade, com isso, Marcovitch (2006) destaca a importância do empreendedorismo sustentável com o intuito de contribuir com o equilíbrio econômico, social e ambiental.

Donaire (1999), destaca que as empresas que querem se tornar sustentáveis precisam implementar em seu planejamento estratégico e operacional um programa de gestão ambiental interligado aos objetivos ambientais e aos objetivos da organização, para isso é fundamental que os colaboradores estejam inseridos neste processo para isso, é preciso educar e conscientizar os colaboradores para essa mentalidade sustentável.

A gestão estratégica é de suma importância na organização, pois ela direciona a ação dos indivíduos, permitindo que a empresa ajuste e alcance o alinhamento estratégico (ANDREWS, 2001). Dessa forma, a responsabilidade social e ambiental assume papel estratégico para os negócios de uma empresa:

coloca uma tendência ou oportunidade atual ou prospectiva; b) surge de alguma tendência ou desenvolvimento interno ou externo; c) pode ter um impacto potencial importante no crescimento, na rentabilidade ou na sobrevivência dos negócios; d) o impacto da questão pode, de alguma forma, ser influenciados pela ação da empresa (BUCHHOLZ, 1992² apud SANCHES, 2000, p. 78).

2 BUCHHOLZ, Rogene A. **Business environment and public policy: implications for management and strategy**. 4. ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1992.

Hart e Milstein (2004) relatam que a direção para o crescimento de uma empresa, está correlacionado com a sustentabilidade, devendo ser baseada em uma estratégia que auxilie na imaginação competitiva com criações de mapas comuns para os negócios do futuro.

O empreendedor sustentável é aquele que busca resolver os problemas sociais e ambientais por meio da empresa com base nas atividades exercidas (BRUNELLI; COHEN, 2012).

O foco da estratégia no desenvolvimento sustentável está correlacionado com a necessidade de incluir diretrizes econômicas e ecológicas nas tomadas de decisões, sendo necessário a mudança de atitudes e os objetivos, para novas diligências institucionais, incumbindo-se a sustentabilidade (GOMES JÚNIOR; GOMES, 2010).

As empresas precisariam ser sustentáveis e auxiliar na resolução de problemas ambientais e sociais, no mesmo momento em que gerem renda e criam valor, atendendo as necessidades e utilizando recursos de forma sustentável (BARBIERI, 2007).

2.2 Benefícios da sustentabilidade

A sustentabilidade ganha cada vez mais destaque de vantagem competitiva (BM&FBOVESPA, 2010). A sustentabilidade social está atribuída em um processo de melhoria na qualidade de vida da sociedade, sendo por meio da redução das discrepâncias entre a opulência e a miséria, através de diversos mecanismos” (CLARO; CLARO; AMÂNCIO, 2008).

As organizações reconhecem que as adoções de ações sustentáveis trazem benefícios para a empresa, incluindo a redução de custo para atender as regularizações ambientais, a otimização dos processos e melhora na qualidade, nesse sentindo as empresas que consideram a inovação em conjunto com a sustentabilidade assume um diferencial (PINSKY; DIAS; KRUGLIANSKAS, 2013). Os autores ainda destacam que empresas inovadoras e com grande visão de futuro já consideram as questões de sustentabilidade como oportunidade, redução de risco e fonte de vantagem competitiva.

A adoção da sustentabilidade empresarial só traz pontos positivos para a sociedade, e também para a empresa, se for realizado de forma autêntica. Para isso, é necessário que a organização tenha a cultura de responsabilidade social incorporada em seu fundamento (AZEVEDO, 2013).

A empresa que adota a sustentabilidade possui aptidão para mudar de forma positiva sua imagem junto aos consumidores (MIRANDA; MORETTO; MORETO, 2019).

As empresas sustentáveis utilizam seus esforços em práticas sociais responsáveis pela melhoria de sua gestão, mas o desafio está na correlação entre a gerência de seus negócios juntamente com a competitividade e o baixo custo, conservando seu padrão de qualidade, sustentando todas as iniciativas em cortesia à sociedade (GRAJEW, 2001).

Segundo Bolzan (2012) o sucesso de uma organização não está relacionado somente a sua capacidade de produção, o sucesso também está ligado à sua participação nas esferas ambientais e sociais.

Melo Neto e Froes (1999, p. 94) destacam os principais benefícios nas medidas socioambientais adotados em um empreendimento, sendo os seguintes:

- a. Ganhos de imagem corporativa, valorização da marca e competitividade;
- b. Popularidade dos dirigentes, como líderes empresariais responsáveis; c.

Efeito positivo sobre a motivação, lealdade, confiança, e desempenho dos colaboradores; d. Melhor relacionamento com o governo; e. Aumento das chances de realizar parcerias com os fornecedores, distribuidores e representantes; f. Maior fidelidade dos clientes atuais e possibilidade de conquista de novos clientes.

A redução da quantidade de matérias primas utilizadas na produção ou a eliminação dos processos que podem impactar o meio ambiental, pode oferecer melhoria nos indicadores financeiros da organização. As empresas que não acolherem práticas sustentáveis, não terão a capacidade de competir no mercado (QUADROS; TAVARES, 2014a).

2.3 Desafios para a aplicabilidade de medidas sustentáveis nas organizações

As transformações das proporções políticas e culturais são responsáveis por proporcionarem a transformação da mentalidade e estimular as modificações a favor de melhorias nas demais dimensões. Os atritos na mudança cultural abrangem a baixa relevância de empatia, ética e da competência relacionadas às atitudes, atribuídas aos valores e na visão do mundo composta pela cultura existente na sociedade (MELO NETO; FROES, 2002).

A sustentabilidade empresarial é encarada como um desafio para muitas empresas, mas a superação desse desafio se delimita no bom relacionamento com os *stakeholders* que são os clientes, fornecedores, colaboradores e a sociedade (AGUSTINHO, 2014).

De acordo com Hansen et al., (2009) a aplicação da sustentabilidade na gestão empresarial é um fator relevante, diferentes pesquisadores já verificaram que as atribuições das empresas na resolução dos problemas sociais e os desafios ambientais, por exemplo: poluição, alterações climáticas e a desigualdade de renda são questões complexas para serem resolvidas apenas por políticos.

Nesse sentido, muitas organizações tem o pensamento de que para se tornarem sustentáveis, serão menos competitivas, decorridos pelo aumento nos custos e sem retorno financeiro imediato (NIDUMOLU, et al., 2009). Desta forma, os autores retratam que é necessário educar e organizar os consumidores para que adquiram produtos sustentáveis, a fim, de que cada vez mais as empresas adotem práticas sustentáveis, uma vez que apenas com o aumento da legislação não será o suficiente para resolver o problema de forma eficaz.

Alguns executivos acreditam que a sustentabilidade empresarial pode ser um fardo para o sucesso da empresa, sendo que se tornar sustentável pode reduzir custos, matérias primas e aumentar receitas, por esse motivo a sustentabilidade deve ser um fator de referência para toda inovação (NIDUMOLU, et al., 2009).

3 METODOLOGIA

Nesta seção, são tratadas as questões concernentes ao tipo de pesquisa quanto à abordagem, aos meios e aos fins, como também as unidades de observação, de análise, os sujeitos de pesquisa e as técnicas de coleta e análise de dados.

Esta pesquisa possui abordagem qualitativa. Segundo Michel (2005) a abordagem qualitativa não é comprovada de forma numérica ou estaticamente, mas está incluída na experimentação empírica, sendo uma pesquisa realizada de forma mais detalhada sob a perspectiva dos sujeitos envolvidos e dos fenômenos. Quanto aos meios, esta pesquisa caracteriza-se como estudo de caso. Yin (2010, p. 32)

conceitua estudo de caso com “um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”.

Quanto aos fins, esta pesquisa se classifica como descritiva. Esse tipo de pesquisa tem como propósito analisar as informações com maior percepção, buscando conhecer e comparar as situações que se baseiam no comportamento humano, podendo ser variáveis individuais, sociais e culturais (MICHEL, 2005).

A unidade de observação deste estudo é uma empresa de grande porte no segmento automobilístico localizada na região metropolitana de Belo Horizonte, Minas Gerais e, a unidade de análise, consiste no tema de empreendedorismo sustentável e nas ações utilizadas para a implementação de práticas sustentáveis. A unidade de análise é a decisão sobre o que se deseja investigar, analisar ou comparar, podendo ser uma organização, um grupo ou determinados indivíduos (ALVES-MAZZOTTI; GEWANDSZNAJDER, 1998).

Em relação aos sujeitos de pesquisa Flick (2009) destaca que os sujeitos da pesquisa precisam ser pessoas com conhecimentos significativos e pertinentes sobre a área e os assuntos abordados. Sendo assim, os sujeitos desta pesquisa foram (6) seis gestores da unidade funcional da referida empresa definidos pelo critério de acessibilidade e intencional.

Como técnica de coleta de dados, realizou-se entrevista por meio do aplicativo Teams, com a utilização de um roteiro semiestruturado. As entrevistas foram gravadas entre os dias 9 e 10 de setembro de 2021 e depois transcritas. Segundo Michel (2009), a entrevista com roteiro semiestruturado permite o fornecimento de informações sobre os assuntos abordados, podendo ser estabelecida uma conversação entre o entrevistado e entrevistador, sendo assim, um meio facilitador na coleta de dados.

Para Ribeiro (2008) a técnica de entrevista é apontada como a mais persistente quando o pesquisador quer obter maiores informações que permitam conhecer sobre atitudes, sentimentos e valores, o que significa que pode ir além das características de ações, acrescentando novos meios para interpretação dos resultados pelos próprios entrevistadores.

Para o tratamento dos dados foi utilizada a técnica de análise de conteúdo a qual Bardin (2009) denomina como um grupo de técnicas de análise de comunicação que tem como objetivo descrever os conteúdos destas mensagens proporcionado a inferência nos conhecimentos baseados nas condições destas mensagens. Na análise de dados foram verificadas informações como: caracterização do grupo de entrevistados, empreendedorismo sustentável, benefícios com a utilização das práticas sustentáveis e desafios enfrentados para a inclusão das ações na organização.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Caracterização do grupo de entrevistados

Os sujeitos desta pesquisa foram 6 profissionais que ocupavam cargos gerenciais, sendo (4) quatro mulheres e (2) dois homens.

A maioria dos entrevistados é solteiro (5), o que pode ter contribuído para a inclusão e permanência desses gestores nos setores e cargos ocupados e, apenas uma (1) entrevistada é casada e possui um filho.

Os entrevistados possuem formação em diferentes áreas do conhecimento, tais como: Administração, Engenharia de Produção, Gestão de Recursos Humanos,

Ciências Contábeis e 2 (dois) deles estão investindo em cursos de MBA, o que demonstra preocupação na atualização do conhecimento e aprendizado contínuo.

Os gestores ressaltam que buscam se manter atualizados e preparados aperfeiçoando e aprimorando seus conhecimentos, pois a organização oferece plano de carreira possibilitando novas oportunidades.

Em relação ao tempo no cargo ocupado na organização são variáveis, sendo alguns profissionais mais experientes que os outros. Notou-se também que a faixa salarial mínima e máxima dos entrevistados não está relacionada com o tempo de ocupação no cargo.

4.2 Gestão empresarial sustentável

A gestão empresarial sustentável é estabelecida a partir da preocupação da população referente aos impactos causados ao meio ambiente e estratégias de gestão como um modelo de gestão corporativa, em seus processos e ações para alcançar o sucesso no mercado, se baseando nos pilares da sustentabilidade.

Nesse sentido, Parrish (2008) descreve o empreendedorismo sustentável como aquele que implementa nas esferas sociais e ambientais o desenvolvimento de uma organização. Os pilares da sustentabilidade são compostos por: empreendedorismo econômico, o social e o ambiental (TILLEY; YOUNG, 2008).

Marcovitch (2006) reforça a importância do empreendedorismo sustentável com o intuito de contribuir com o equilíbrio econômico, social e ambiental.

É notável que na visão dos entrevistados que o tema é um fator relevante e tais medidas auxiliam na preservação do meio ambiente, preocupando-se com fatores ambientais e sociais. O ponto de vista dos entrevistados vai ao encontro com o pensamento Parrish, Tilley, Young e Marcovitch.

Eu acho a sustentabilidade empresarial fundamental, pois ela busca o equilíbrio entre as necessidades humanas e preservação dos recursos naturais, não comprometendo as gerações futuras (E5).

É muito importante a utilização de práticas sustentáveis, fazendo um equilíbrio entre as demandas da sociedade respeitando o meio ambiente (E2).

Hoje empresas que desejam se manterem no mercado investem cada vez mais na preservação dos recursos utilizados, além da preservação da natureza em si, utilizam isso como marketing aos clientes (E1).

Ajuda a empresa a se destacar no mercado e ainda a melhorar o ambiente a sua volta (E3).

Para que o processo sustentável flua na organização é necessário que os colaboradores estejam engajados no conceito de sustentabilidade e suas práticas, de acordo com o relato dos profissionais a empresa busca a inserção da sustentabilidade por meio de treinamentos e orientações que agem de forma educativa. O que condiz com o pensamento de Donaire (1999), para que a organização se torne sustentável é necessário educar e conscientizar os colaboradores para essa mentalidade sustentável.

Temos um setor específico, porém as ações englobam toda a fábrica e até a família dos empregados (E1).

As equipes recebem treinamentos para fazer suas partes nesse processo, sabendo do seu papel e a importância dele, elas se empenham da melhor forma (E6).

Nota-se que o empreendedorismo sustentável é de suma importância para os entrevistados, o fornecimento de informações, educação e treinamentos na utilização de práticas sustentáveis englobam até mesmo a família dos colaboradores.

Quanto as ações utilizadas na organização, os gestores entrevistados, destacam a importância da implementação da sustentabilidade e programas que são desenvolvidos para amenizar os impactos das atividades e produção no meio ambiente. Sendo assim, Gomes Júnior e Gomes (2010), salientam que o foco da estratégia no desenvolvimento sustentável necessita que estejam inclusas as diretrizes econômicas e ecológicas para a tomada de decisões, para isso é necessário a mudança de atitudes e dos objetivos da organização, para que assim sejam formuladas novas diligências institucionais. Os entrevistados relatam que a empresa fornece várias ações e formas de aprendizagem que auxiliam na educação ambiental na reutilização de recursos no cuidado e a preocupação que a organização possui com o meio ambiente.

São várias ações através do PEA Programa de Educação Ambiental, tanto para clientes, funcionários e população ao redor da fábrica (E4).

Reutilização de 99,9% da água para reuso e projetos feitos com partes da matéria prima utilizada na fabricação de seus produtos (E5).

Dentro do PEA possuem cursos/ palestras/ cuidar de praças, plantar árvores, receber crianças e adolescentes entre outras, para funcionários, para população ao redor entre outras ações (E1).

Redução de consumo, troca de produtos por mais econômico, redução de embalagens (E3).

Considerando o componente relativo à adoção de ações sustentáveis, Quadros e Tavares (2014b), salientam que a restrição da quantidade de matéria prima na produção e a extinção de alguns processos que podem impactar severamente o meio ambiente, pode oferecer avanços positivos nos indicadores financeiros da organização.

4.3 Benefícios e desafios da sustentabilidade empresarial

As adoções de práticas sustentáveis contribuem com a transformação gradativa da mentalidade e também do comportamento da sociedade, diante da preservação dos recursos naturais. O relato das respondentes possui conformidade com o pensamento de Melo Neto e Froes (1999) os autores destacam que os principais benefícios das práticas sustentáveis proporcionam ganhos na imagem corporativa, popularidade dos dirigentes, por parte dos funcionários lealdade, confiança e melhor desempenho dos colaboradores, bom relacionamento com o governo, bom relacionamento com os fornecedores, maior fidelidade com os clientes existindo a possibilidade de conquistar novos clientes.

As empresas que adotam medidas sustentáveis elas são bem vistas pela sociedade (E6).

O uso do marketing positivo atrai a satisfação dos clientes e funcionários é sempre um ponto à frente no mercado tão competitivo (E4).

Na percepção dos entrevistados (E6), (E4) as práticas sustentáveis são vistas de forma positivas pela população e tais práticas beneficiam a empresa no marketing positivo relacionado a sua imagem, gerando satisfação por parte dos clientes e dos colaboradores. É, notável que as organizações utilizam ações sustentáveis como uma forma de satisfazer seus clientes e atrair um novo público, já que os consumidores estão cada vez mais criteriosos optando por empresas que adquirem práticas sustentáveis.

Assim, Miranda, Moretto e Moreto (2019), ressaltam que a empresa que adquire práticas sustentáveis pode garantir uma imagem positiva junto aos consumidores.

Os pontos positivos é o destaque que a empresa ganha no mercado e a ajuda ao meio ambiente (E3).

Ações voltadas para a sociedade, atrai um público novo (E4).

As ações sustentáveis, incluem a redução de custo, otimiza os processos e melhoria na qualidade, são quesitos que em conjunto com a sustentabilidade faz com que a organização assuma um diferencial competitivo no mercado (PINSKY; DIAS; KRUGLIANSKAS, 2013). Na percepção dos gestores entrevistados, a gestão sustentável é benéfica para a organização e também para toda a população, é necessário que as equipes estejam engajadas neste processo endereçando o sucesso dos colaboradores para que contribuam com a sustentabilidade.

Sobre quais medidas e indicadores são adequados para endereçar o sucesso dos indivíduos para que contribuam com a sustentabilidade, foi obtido o seguinte depoimento:

Os indicadores são econômicos e sociais. Econômicos pelo melhor aproveitamento de insumo e sociais para a imagem da empresa e premiações aos funcionários que ajudam a contribuir com as ações sustentáveis. (E3).

Os valores de sustentabilidade adotados pela empresa pesquisada podem ser inspiradores para os colaboradores que estão inseridos na organização, os depoimentos apontam ainda, que tais práticas são fatores motivacionais para os profissionais.

São destaques para crescer profissionalmente (E4).

A sustentabilidade é relevante para a empresa, pois ela faz parte das metas mensais e anuais, não só para os líderes, mas também para todos os funcionários que ajudam na prática para atender os itens (E1).

O quesito de transparência da sustentabilidade é a plataforma chave para a comunicação do desempenho ambiental e social de uma organização. Permitindo que elas sejam transparentes quanto aos riscos e oportunidades que enfrentam.

É importante a aplicação da transparência nos relatórios sustentáveis, pois apresentam a empresa para a sociedade e nos dá direcionamento para próximos anos (E2).

Mostrar para o cliente a sua transparência em relação a sustentabilidade (E5).

Nesse contexto, as práticas são elementos que trazem pontos positivos para a organização junto à sociedade e seus colaboradores em suas trajetórias profissionais e pessoais, contribuindo diretamente com a diminuição dos impactos negativos causados no meio ambiente, gerando maior qualidade de vida para a população com ênfase na transparência nas informações conforme relatado por um dos entrevistados.

Em relação às desvantagens da aplicação de práticas sustentáveis destacam-se os custos e a falta de preparação dos indivíduos. Para que os consumidores adquiram produtos e serviços sustentáveis, faz-se necessário educá-los e organizá-los, influenciando para que cada vez mais as empresas adotem práticas sustentáveis. Algumas organizações têm como pensamento que para se tornarem sustentáveis terá perda de investimento devido ao alto custo em sua aplicação (NIDUMOLU, et al., 2009). Alguns trechos reforçam essa ideia presente na maioria dos depoimentos.

Os principais desafios para a aplicabilidade dessas ações seriam a falta de preparação dos gestores e o alto custo de investimento do retorno em longo prazo para retornos financeiros (E3).

Alto custo para investir nessas ações é o ponto negativo (E4).

Gastos provenientes dessa atividade (E1).

Disponibilidade de pessoas estreitamente para essas tarefas (E6).

Os consumidores têm se preocupado com os produtos e serviços adquiridos, devido à competitividade do mercado priorizam empresas que respeitam o meio ambiente e praticam ações sustentáveis. É importante que as organizações sejam criativas para entregar soluções que agreguem desempenho e eficiência, praticidade e preocupação socioambiental tornou-se um imperativo a qualquer empresa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa consiste em analisar as ações utilizadas para a adoção de práticas sustentáveis em uma empresa atuante no ramo automobilístico localizada na região metropolitana de Belo Horizonte. Desenvolveu-se uma pesquisa descritiva de natureza qualitativa, por meio de um estudo de caso. Para a coleta dos dados foi utilizado um roteiro de entrevista semiestruturado, com a participação de 6 profissionais que ocupam cargos gerenciais. Os dados foram tratados por meio da análise de conteúdo.

Diante da pesquisa realizada identificou-se que a sustentabilidade é uma ferramenta muito importante utilizada gerando mudanças que se referem a produção da organização. Os resultados da pesquisa mostraram os benefícios e desafios encontrados para a adoção dessas práticas, como benefícios destaca-se algumas ações que contribuem com a preservação do meio ambiente ações como reutilização de 99,9% da água, redução de consumo, redução de embalagens e ações através do Programa de Educação Ambiental (PEA).

Os dados mostram o quão importante é o tema de sustentabilidade e a sua aplicabilidade no meio empresarial. A sustentabilidade é vista com bons olhos pelos colaboradores, que acreditam que os consumidores estão cada vez mais exigentes dando preferência para consumir produtos que realmente venham a contribuir para a melhoria de vida da comunidade e meio ambiente.

Referente aos desafios foi identificado que é um fator influenciado pelo alto custo e retorno em longo prazo e a transição de mentalidade dos profissionais que ocupam cargos gerenciais para um novo modelo de desenvolvimento. Observa-se a necessidade de que os custos ambientais deixem de serem vistos como um mal necessário, esses custos devem ser percebidos como parte do negócio.

Este estudo limitou-se à análise de uma empresa, e abordou apenas 3 (três) assuntos referentes a sustentabilidade empresarial que são o empreendedorismo sustentável, vantagens das práticas sustentáveis e seus desafios dos quais são muito abrangentes e apenas a percepção gerencial.

Por não ter esgotado o tema, recomenda-se, a continuidade das investigações a fim de contribuir para a atualização e enriquecimento das constatações desse estudo.

REFERÊNCIAS

AGUSTINHO, A. G. **Sustentabilidade Empresarial: uma análise das consequências na estrutura de custos**, 2014. Dissertação (Mestrado em Gestão). Grau de Mestre em Gestão. Lisboa: Instituto Superior de gestão, 2014.

ALVES-MAZZOTI, A. J.; GEWANDSZNAJER, F. **O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. 2.ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

ANDREWS, K. R. **O processo de estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ARAÚJO, G. C.; BUENO, M. P.; SOUSA, A. A.; MENDONÇA, P. S. M. Sustentabilidade empresarial: Conceitos e Indicadores. In: CONGRESSO ONLINE, 3, 2006, **Anais...** III CONVIBRA, 2006, p. 1-20.

AZEVEDO, Isabela Pereira. **Responsabilidade social empresarial: benefícios para a sociedade gerando lucratividade para empresas**. IX Congresso Nacional de Excelência em Gestão. 20, 21, 22 jun. 2013. Disponível em: <http://www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/documents/cneg9/anais/T13_2013_0029.pdf>. Acesso em: 04 set. 2021.

BARBIERI, José C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007

BARBOSA, Christina, LOPES, Sonia. **Sustentabilidade gestão estratégica na prática**. 1 ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2018.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.

BM&FBOVESPA. Novo Valor: Sustentabilidade nas empresas como começar, quem envolver e o que priorizar. São Paulo, 2010.

BOLZAN, JOÃO FELIPE MARTINS; HERRERA, Vânia Érica. Sustentabilidade nas organizações: Uma questão de competitividade. **REGRAD - Revista Eletrônica de Graduação do UNIVEM - ISSN 1984-7866**, [S.l.], v. 6, n. 1, feb. 2014. ISSN 1984-7866. Disponível em: <<https://revista.univem.edu.br/REGRAD/article/view/438>>. Acesso em: 03 nov. 2021.

BRUNELLI, M.; COHEN, M. Definições, Diferenças e Semelhanças entre Empreendedorismo Sustentável e Ambiental: Análise do Estado da Arte da Literatura entre 1990 e 2012. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 36, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2012.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed: Barueri, São Paulo: Manole, 2012.

CLARO, Priscila Borin de Oliveira; CLARO, Danny Pimentel; AMÂNCIO, Robson. Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. **Revista Administração da USP**. São Paulo. v. 43, n. 4, p. 289-300, out./Nov./dez. 2008.

DOLABELA, Fernando. **Pedagogia empreendedora: o ensino de empreendedorismo na educação básica voltado para o desenvolvimento social sustentável**. São Paulo: Cultura, 2003.

DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999. NATURA. Projeto de sustentabilidade. Disponível em: <http://www.natura.com>. Acessado em 28 ago. 2021.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando Ideias em Negócios**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. - 2º reimpressão.

FABRETE, Teresa. **Empreendedorismo**. 2 ed. São Paulo: Editora Pearson, 2019.

FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GRAJEW, O. (nov. de 2001). Por um mundo mais seguro. **Guia Exame de boa cidadania corporativa**, 754, 20-21

GUIMARÃES, Daniel. **Sustentabilidade**. Meio sustentável, 2019. Disponível em: <<https://meiosustentavel.com.br/sustentabilidade/>>. Acesso em: 22 ago. 2021.

Hansen, E. G., Grosse-Dunker, F., & Reichwald, R. (2009). **Sustainability innovation cube**—a framework to evaluate sustainability-oriented innovations. *International Journal of Innovation Management*, 13(04), 683-713.

HART, Stuart L.; MILSTEIN, Mark B. **Criando valor sustentável**. RAE Executivo, São Paulo, v. 3, n. 2, maio/jul. 2004.

JÚNIOR, Silvio; GOMES, A. **As vantagens da sustentabilidade empresarial**. Ingepro, v.02, n.06, ago. 2010.

MARCOVITCH, Jacques. **Para mudar o futuro: mudanças climáticas, políticas públicas e estratégias empresariais**. São Paulo: Edusp, 2006.

MELO NETO, F. P.; FRÓES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MELO NETO, Francisco P.; FROES, Cezar. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MENDES, Gyssele. Cebds: **Os desafios e vantagens da sustentabilidade empresarial aplicada**. 2018. Disponível em: <<https://cebds.org/sustentabilidade-empresarial/#.YSLqzYhKjIU>>. Acesso em: 22 ago. 2021.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 2005.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MIRANDA, B.; MORETTO, I.; MORETO, R. **Sustentabilidade: Gestão ambiental nas empresas**, 2019. Dissertação (Pós-Graduação em Administração). Faculdade de Administração. São Paulo: Pontifca Universidade Católica, 2019.

MORAIS, Paulo Roberto Benegas; Penedo, Antônio; PEREIRA, Vinicius. **Empreendedorismo e sustentabilidade: um novo “velho” paradigma do desenvolvimento**. **UnilaSalle**: 2018.

Nidumolu, R., Prahalad, C. K., & Rangaswami, M. R. **“Why Sustainability is Now the Key Driver of Innovation,”**. Harvard Business, 2009.

NÓBREGA, T. P. **Uma fenomenologia do corpo**. São Paula: Livraria da Física, 2010.

OSWALD, R. **Empreendedorismo: uma revisão bibliométrica sobre o perfil empreendedor na base de dados spell**. Revista Conexão, (4), p.1- 19, 2017.

PARRISH, B. D. **Sustainability Entrepreneurship: Design Principles, Practices, and Paradigms**. Leeds, UK: University of Leeds, 2008.

PELLMAN, R.; PINCHOT, G. **Intra-Empreendedorismo na Prática: Um guia de inovação**, 1. ed. São Paulo: Campus, 2004.

PINSKY, V.; DIAS, J. KRUGLIANSKAS, I. **Gestão estratégica da sustentabilidade e inovação**, **UFSM**. Santa Maria, v.6, n.3, p.465-480, set. 2013.

PINTO, Matheus. **Guia empreendedor: Empreendedorismo sustentável: confira 4 dicas para coloca-lo em prática**, 2018. Disponível em: <<https://www.guiaempreendedor.com/guia/empreendedorismo-sustentavel-4-dicas-pratica>>. Acesso em: 29 ago. 2021.

QUADROS, R.; TAVARES, A. N. **À conquista do futuro: sustentabilidade como base da inovação de pequenas empresas**. *Ideia Sustentável*, São Paulo, ano 9, n. 36, p. 30, jul. 2014a.

QUADROS, R.; TAVARES, A. N. **À conquista do futuro: sustentabilidade como base da inovação de pequenas empresas.** *Ideia Sustentável*, São Paulo, ano 9, n. 36, p. 30, jul. 2014b.

RIBEIRO, Elisa Antônia. **A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa. Evidência: olhares e pesquisa em saberes educacionais**, Araxá/MG, n. 04, p.129-148, maio de 2008.

ROCHA, M. T.; HANS, D.; GONTIJO, M. J. **Empreendedorismo em Negócios Sustentáveis: Plano de Negócios como Ferramenta do Desenvolvimento.** São Paulo: Peirópolis, Brasília, DF, 2005.

ROCHA, Marcelo T.; DORRESTEIJN, Hans; GONTIJO, Maria José (Org.). **Empreendedorismo em negócios sustentáveis: plano de negócios como ferramenta do desenvolvimento.** São Paulo: Peirópolis; Brasília: IEB, 2005.

SANCHES, C. Gestão Ambiental Proativa. **ERA-Revista de Administração de Empresas.** Jan/ Mar. 2000. São Paulo, v.40, n1. p.76-87.

SCHOLZ, R. H.; CAUSSI, L. S. Mercado de Food Truck sob uma Perspectiva de Inovação e Empreendedorismo. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, v. 4, n. 3, p. 1-23, 2017.

SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico.** Fundo de Cultura, 1961.

SOUSA, Rafaela. "**Sustentabilidade**". Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/educacao/sustentabilidade.htm>>. Acesso em 29 ago. 2021.

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

THIMOTEO, Antônio C. A. **O uso e a importância dos indicadores de sustentabilidade nas organizações: Estudo de caso em empresas de energia elétrica.** *Revista de gestão ambiental e sustentabilidade.* São Paulo. SP, v. 4, n. 3, p. 4, 2015.

VALENCIANO S., Luis Henrique; BARBOZA, Reginaldo JOSÉ. Conceitos de empreendedorismo. **Revista Científica Eletrônica de Administração**, 2005. Disponível em: http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/CvfACUcZOtmMWBx_2013-4-26-12-25-36.pdf. Acesso em: 5 set. 2021.

VELHO, Adriana Galili; GIACOMELLI, Giancarlo. **Emreendedorismo.** 3 ed: Poro Alegre: Sagah, 2017.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

APÊNDICE

- 1) O que é sustentabilidade para você?
- 2) Sustentabilidade empresarial ou do planeta são conceitos com interesses dissociados. Por que?
- 3) Qual a importância da adoção de ações sustentáveis para a empresa?
- 4) Quais são os obstáculos para a adoção de ações sustentáveis na empresa?
- 5) Na sua percepção, a empresa que adota medidas sustentáveis se torna mais competitiva? Por que?
- 6) O que a empresa adota como prática sustentável na parte ambiental? Quais os impactos positivos dessa prática? Quais os impactos negativos dessa prática?
- 7) O que a empresa adota como prática sustentável na parte SOCIAL? Quais os impactos positivos dessa prática? Quais os impactos negativos dessa prática?
- 8) O que a empresa adota como prática sustentável na parte ECONÔMICA? Quais os impactos positivos dessa prática? Quais os impactos negativos dessa prática?
- 9) Quais os desafios da aplicabilidade dessas práticas sustentáveis?
- 10) Como as equipes de trabalho da empresa são das no conceito de sustentabilidade?
- 11) Quais medidas e indicadores são adequados para endereçar o sucesso de indivíduos e equipes que contribuem para a sustentabilidade?
- 12) Os valores de sustentabilidade inspiram futuros líderes ou são irrelevantes na empresa?
- 13) Quais processos de qualidade e ou certificações a empresa possui e que contribuem para a sustentabilidade do negócio?
- 14) Qual a importância de uma empresa produzir relatórios de sustentabilidade?
- 15) Como as empresas podem inovar com iniciativas de sustentabilidade?
- 16) Quais as principais práticas sustentáveis implementadas pela empresa na atualidade?

TERMO DE RESPONSABILIDADE DE DIREITOS AUTORAIS

Eu, **LARISSA MARTINS REIS RODRIGUES** CPF n.º, **022.487.896-45**, número de matrícula **2172498**, residente e domiciliado na Rua Costa Capanema, no **433**, casa. bairro **Jardim Industrial**, Cidade de **Contagem**, UF: **MG**, aluno(a) do curso **Administração**, do Centro Universitário Unihorizontes, declaro para os devidos fins, que tenho conhecimento dos termos da Lei no 9.610/98, legislação que trata dos direitos autorais, e que, no meu trabalho de conclusão de curso (TCC ou TPCC), tendo em vista aquela legislação, não violei as disposições da mencionada lei e me comprometi a respeitar os direitos dos autores por mim referenciados e consultados.

Declaro, portanto, ter ciência de que as obras são protegidas e quando as utilizei ou citei qualquer publicação, ou parte dela, mencionei e citei corretamente o nome do autor e da publicação/obra de onde foram transcritos ou consultados.

Qualquer ato ou atitude que tenha infringido a lei de direitos autorais, estarei sujeito à denúncia ao Órgão Judiciário para apuração do crime, além das medidas cíveis cabíveis, com fixação de indenização por violação aos direitos autorais.

Tenho ciência também de que qualquer cópia ou citação, sem a devida identificação, acarretará, imediatamente, a anulação das notas obtidas no trabalho de conclusão de curso (TCC ou TPCC).

Belo Horizonte, 03 de novembro de 2021.

Larissa M.

ASSINATURA

LARISSA MARTINS REIS RODRIGUES



Centro Universitário Unihorizontes
Instituto Novos Horizontes de Ensino
Superior e Pesquisa Ltda.

**Termo de Autorização para Publicação no Repositório
Institucional do Centro Universitário Unihorizontes**

1. Identificação do material bibliográfico:

Tese Dissertação TCC / TPCC
 Artigo de periódico Livro Capítulo de Livro
 Outro (especificar): _____

2. Identificação do documento/autor

Curso: Administração
 Título do trabalho: EMPREENDEDORISMO
 SUSTENTÁVEL: Estudo de caso em uma empresa do
 ramo automobilístico
 Palavras-chave: Sustentabilidade. Meio Ambiente.
 Estratégias.
 CPF (do autor responsável, quando mais de um) :
 022.487.896-45
 Carteira de Identidade (do autor responsável, quando mais
 de um) Mg-20.660.781
 E-mail (do autor responsável, quando mais de um autor):
 laarissamaartins2013@gmail.com
 Orientador (quando for o caso): Ana Lúcia
 Número de páginas: 17
 Data de defesa: 01 a 07/12/2021 (para o caso de teses,
 dissertações, TCC, TPCC)
 Data de entrega do arquivo ao curso: 13/12/2021

3. Informações de acesso ao documento

Total
 Tempo Indeterminado

Na qualidade de titular dos direitos de autor da publicação,
 de acordo com a lei nº 9.610/98, autorizo o CENTRO
 UNIVERSITÁRIO UNIHORIZONTES a disponibilizar,
 gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais,
 conforme permissão assinada do documento, em meio
 eletrônico, na rede Mundial de Computadores, no formato
 especificado, para fins de leitura, impressão e/ou pela
 internet, a título de divulgação da produção científica
 gerada pelo CENTRO UNIVERSITÁRIO
 UNIHORIZONTES, a partir desta data.

Assinatura do Autor

Belo Horizonte, 13/12/2021

Local e data

**Havendo concordância com a publicação eletrônica,
 torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em
 formato digital PDF do documento desprotegido.**

Rua Alvarenga Peixoto, 1270 – Santo Agostinho –
 CEP: 30.180-121
 Rua Paracatu, 600 – Barro Preto - CEP.: 30.180-
 080
 Av. Afonso Vaz de Melo, nº 465 - Barreiro de Baixo –
 CEP: 30640-070
 Telefone: (31)3349-2900 – Site:
<http://www.unihorizontes.br>
 Belo Horizonte- MG