



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA - CEUB
PROGRAMA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

NICOLY MACHADO SOUSA

**O MEIO AMBIENTE, A SUSTENTABILIDADE E O CONSUMO:
UMA ANÁLISE DESSA INTER-RELAÇÃO COM O MERCADO EMPREENDEDOR E
SUAS PERSPECTIVAS NO DISTRITO FEDERAL**

BRASÍLIA

2022

NICOLY MACHADO SOUSA

**O MEIO AMBIENTE, A SUSTENTABILIDADE E O CONSUMO:
UMA ANÁLISE DESSA INTER-RELAÇÃO COM O MERCADO
EMPREENDEDOR E SUAS PERSPECTIVAS NO DISTRITO FEDERAL**

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

Orientação: Anabele A. Lima
Barbastefano

BRASÍLIA

2022

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a Deus, meu maior auxiliador e aos familiares e amigos que caminham comigo e são grandes incentivadores.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela oportunidade de realizar essa pesquisa, à professora Dr^a Anabele que confiou em mim para ser sua orientanda, ao CEUB por ter sido nossa instituição apoiadora e de fomento, à equipe do Programa de Iniciação Científica, pelo apoio, pelas dicas e reuniões que viabilizaram a minha chegada até aqui e aos familiares e amigos que me apoiaram durante todo o processo.

*Confia ao Senhor as tuas obras,
e os teus desígnios serão estabelecidos.*
Provérbios 16.3

RESUMO

A sustentabilidade tem ganhado grande visibilidade nos últimos anos em várias esferas diferentes, seja na arquitetura, na farmacologia, na cosmetologia, na área têxtil e no ramo alimentício e pode-se atribuir essa visibilidade às redes sociais, meios de comunicação, incentivo fiscal da parte do estado às empresas e a conscientização que aos poucos a população tem desenvolvido que têm abordado o termo cada vez com mais intensidade, fazendo com que o tema seja frequentemente mais buscado e aplicado. Sabendo disso, o projeto visou analisar as estratégias do comércio sustentável do Distrito Federal, assim como o perfil dos seus consumidores. Para isso, a pesquisa inicialmente foi dividida em duas fases, em que a primeira era encarregada de realizar um levantamento bibliográfico, por meio de pesquisas realizadas em sites jurídicos na internet, de Micro e Empresas de Pequeno Porte que apresentam características sustentáveis, a fim de verificar quais são as ações e estratégias associadas às práticas de responsabilidade socioambiental empregadas por esses estabelecimentos. Em seguida, fez-se o levantamento do perfil dos consumidores residentes no Distrito Federal, por meio de um questionário aplicado via Google Forms, em que o voluntário era convidado a responder perguntas associadas ao seu próprio tipo de consumo, sendo sustentável ou não, e o que entendia sobre o tema e a repercussão que tem ganhado a cada dia. Sendo assim, diante das duas etapas aplicadas durante a elaboração da pesquisa, conseguiu-se levantar 27 empresas que atuam no DF com características sustentáveis e um recolhimento de participações de 70 voluntários. Então, com os dados coletados, foi possível concluir que na região do Distrito Federal, com aproximadamente 131.472 Microempresas ou Pequenas Empresas ativas, a porcentagem de empresas com um viés sustentável é baixo, cerca de 0,02%, e o número de pessoas que de fato fomentam esse mercado com escolhas sustentáveis é pequeno, sendo aproximadamente 1,4% dos voluntários totais os que buscam ter um consumo sustentável independente do valor cobrado pelo produto. Dessa forma, entende-se que o mercado sustentável do Distrito Federal está em desenvolvimento, por apresentar um acervo de empresas sustentáveis limitado e um público consumidor pouco envolvido à causa, o que mostra que estratégias de auxílio às MPEs na adesão e na atualização do mercado relacionado a gestão ambiental e o desenvolvimento sustentável são de suma importância, visando uma inovação no ramo, com o propósito de conscientizar os consumidores e aumentar a produção de produtos e a oferta de mão de obra que compreendem a importância de se desenvolver um pensamento sustentável.

Palavras-chave: Empreendedorismo; sustentabilidade; consumo; meio-ambiente; socioambiental.

LISTAS DE QUADROS, GRÁFICOS E ABREVIações

DF	Distrito Federal.
MPEs	Microempresas e Pequenas Empresas.
ONU	Organização das Nações Unidas.

Quadro 1 - Relação Entre O Viés Sustentável E O Ramo Empresarial	10
Gráfico 1 - Porte Das Empresas	8
Gráfico 2 - Distribuição Por Ramo Empresarial	9
Gráfico 3 - Conceito De Sustentabilidade	11
Gráfico 4 - Frequência Do Uso De Produtos Sustentáveis	12
Gráfico 5 - Valorização Do Micro E Empreendedor De Pequeno Porte	12
Gráfico 6 - Crescimento do Empreendedorismo Sustentável No Brasil	13
Gráfico 7 - Busca Por Mais Informações Das Empresas	14
Gráfico 8 - Escolha De Produtos Por Parte Do Consumidor	15
Gráfico 9 - Superfaturamento Das Empresas Sustentáveis	15

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	1
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	3
3	MÉTODO	6
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	7
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS (OU CONCLUSÕES)	16
	REFERÊNCIAS	18

1. INTRODUÇÃO

Empresas existem desde o século XX, crescendo em decorrência ao aumento do número de pessoas no planeta e, assim, do seu mercado consumidor. O desenvolvimento intensificado que as indústrias sofreram na época afetaram drasticamente o meio ambiente, tendo em vista que foi desenfreado e a população da época pouco se importava com a geração de resíduos e com o consumo de matéria-prima de forma desenfreada, dado que a principal preocupação era o progresso e o avanço econômico.

Somente em 1972, no auge da Guerra Fria, houve a primeira reunião internacional com o objetivo de tratar problemas ambientais, a Conferência de Estocolmo, considerada como sendo o marco da eclosão mundial da preocupação ambiental, tratando da poluição atmosférica, a poluição da água e do solo e a pressão sobre os recursos naturais decorrentes do crescimento demográfico intenso (RIBEIRO, 2001). Em seguida, em 1987 a ONU estabeleceu o conceito de desenvolvimento sustentável na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (AGUIAR, 2014), como sendo o desenvolvimento que atende as necessidades das gerações atuais sem comprometer o atendimento das necessidades das gerações futuras e, em 1992, no estado do Rio de Janeiro, houve outra conferência com o objetivo de tratar mundialmente a situação da exploração e do uso inadequado dos recursos naturais.

Assim, na Rio 92 o conceito estabelecido pela ONU foi usado como molde para o estabelecimento de novas ações de proteção ao meio ambiente e, também, o reconhecimento das responsabilidades de preservação do meio ambiente (Declaração do Rio sobre meio ambiente e desenvolvimento, 1992).

Desde 1972 o desenvolvimento sustentável tem ganhado forma e espaço, e esse desenvolvimento se baseia no consumo racional que não esgota recursos para o futuro (CMMAD, 1987). Dessa forma, esse modo de desenvolvimento funciona como um tripé, Triple Bottom Line, termo criado por John Elkington em 1994 (ADRIAN e JULIE, 2004), focando na prosperidade econômica, qualidade ambiental e justiça social.

Dado que no Brasil, a maior parte das empresas ativas são Micro e Pequenas Empresas (MPEs) (KÊNIA e ISABELA, 2022), empresas com receita bruta anual igual ou inferior a R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) ou empresas com receita no valor igual ou

inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais), respectivamente, que individualmente apresentam um impacto socioambiental reduzido, mas quando analisadas como um todo, possuem um grande impacto. Desse modo, compreendendo que o desenvolvimento sustentável visa o bem-estar das gerações atuais e das gerações futuras, entende-se que não somente as grandes empresas e multinacionais devem se preocupar com seus estilos de produção e demanda de produtos, as MPEs têm também sua parcela de responsabilidade nos impactos ao meio ambiente, já que são numerosas, propondo-se a desenvolver e implantar sistemas sustentáveis em seu funcionamento.

Portanto, o empreendedorismo, que visa o aprimoramento econômico e social, por meio da criação e do crescimento de negócios (ROBERT, MICHAEL e DEAN, 2014), começou a visar também o aprimoramento de técnicas sustentáveis para a produção e desenvolvimento de produtos e serviços (BERGSET, 2018), que além de corroborar com a manutenção do meio ambiente, garante ao empreendedor economia de materiais, por meio da reciclagem e reaproveitamento dos resíduos, diminuindo, assim, seus custos.

Compreende-se, pois, que o empreendedorismo sustentável agrega imensurável valor aos seus investidores, e tem atraído a cada dia a atenção de consumidores, comerciantes, pesquisadores e do governo, dado que representa inovação à produção, de modo que maximiza os lucros, por diminuir os custos (THÁLITA, 2015).

Por isso, a pesquisa pretende analisar como as MPEs do Distrito Federal se comportam, averiguando seus posicionamentos sobre a sustentabilidade e a responsabilidade socioambiental, bem como a percepção do consumidor, com o intuito de responder a seguinte interrogação "Quais são as características relevantes do ponto de vista ambiental dos projetos sustentáveis de Micro e Pequenas Empresas na região do Distrito Federal? O que o empreendedor sustentável visualiza e aplica no seu mercado em termos de responsabilidade socioambiental e qual a percepção do consumidor sustentável?".

1.1 OBJETIVOS

Como objetivo geral, a pesquisa buscou analisar as estratégias e as ações de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social praticada por Micro e Pequenas

Empresas (MPEs) na região do Distrito Federal, além de perceber e definir a percepção do consumidor sobre o tema em questão.

Nos objetivos específicos da pesquisa buscou-se fazer um levantamento das MPEs ativas no Distrito Federal com características de sustentabilidade em seu funcionamento, a fim de verificar quais são as características de sustentabilidade que apresentam. Também foi realizada uma pesquisa via formulário Google com voluntários do DF, para se identificar o perfil do consumidor, a forma como as práticas de sustentabilidade afetam sua decisão de compra, a sua preocupação com a agressão ao meio ambiente e a importância do modo de fabricação do produto. Por fim, o estudo desejou desenvolver propostas que possam auxiliar as MPEs na adesão e na atualização do mercado relacionado à gestão ambiental e ao desenvolvimento sustentável.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

É de conhecimento geral que a população mundial consome os recursos naturais com mais velocidade do que eles são capazes de se regenerarem (AMOS e UNIAMIKOGBO, 2016). Percebe-se que a intensa industrialização e o aumento gradativo da intervenção do homem na natureza são identificados pela expansão da contaminação da água, solo e ar, assim como da ocorrência de desastres ambientais, além da marginalização da sociedade, concorrência desleal e trabalho escravo. Dessa forma, compreende-se que o intenso e descontrolado consumo frequentemente visto entre as pessoas é alimentado pela indústria, que, por sua vez, visando sempre um superfaturamento, fabrica novos produtos e tecnologias em pequenos intervalos de tempo, produtos esses com curtos prazos de validade e funcionamento (ALVES, 2021), alimentando o mercado consumista, que busca sempre o produto mais novo e mais tecnológico, independentemente do funcionamento do seu antigo.

Sabe-se que as inovações tecnológicas e a sustentabilidade evoluíram separadamente, porém, começaram a ser correlacionadas em trabalhos que tratam o desenvolvimento tecnológico de forma sustentável, sem causar grandes e destrutivos impactos ao meio ambiente (VAZ e URIONA, 2019). Assim, o principal desafio da atualidade é sustentar as

necessidades humanas e garantir, concomitantemente, a saúde do meio ambiente e o seu funcionamento adequado para a nossa e para as gerações futuras.

Assim sendo, o questionamento é: "Como as empresas podem inovar de forma sustentável, satisfazendo as necessidades humanas por produtos e serviços, sem comprometer as necessidades das gerações futuras?".

Os problemas ambientais enfrentados por conta da intensa industrialização e urbanização, do consumo descontrolado e do inadequado manuseio de recursos, são a redução da camada de ozônio e da biodiversidade, assim como o aumento do efeito estufa, mudanças climáticas, poluição do solo, água, ar e outros. (GIACOMETTI, 2018).

Desse modo, compreendendo que os problemas causados pelo inadequado desenvolvimento industrial e social colocam em xeque o desenvolvimento das gerações futuras, volta-se ao conceito de desenvolvimento sustentável estabelecido pela ONU em 1987, para entender que a fim de atenuar tal situação e resolver essas problemáticas, medidas como mudança e conscientização no padrão de consumo, produção, preservação e melhoria contínua da relação entre homem e natureza devem ser tomadas, por parte das empresas, pesquisadores, população e governos. Logo, invenções com o potencial de criar efeitos ecológicos e sociais positivos devem se tornar inovações sustentáveis com rapidez (Lüdeke-Freund, 2019).

Assim, no seu âmago, o desenvolvimento sustentável é multidimensional, buscando a proteção ambiental juntamente com a manutenção do capital natural, para alcançar a prosperidade econômica para os dias atuais e futuros (BIBERHOFER, 2019). Portanto, admite-se que a sustentabilidade tem três interesses, sendo o primeiro, ambiental, tratando de forma geral dos impactos causados à natureza e à preservação e consumo consciente dos recursos naturais, o segundo, social, se referindo à justiça social e à qualidade de vida da população e, por fim, o terceiro, econômico, envolvendo medidas e estratégias que garantem lucro e sustentabilidade simultaneamente (CATAPAN, 2020).

Desde os primórdios da primeira Revolução Industrial, as invenções, principalmente a locomotiva e máquina a vapor, eram exploradas com o objetivo de aumentar as produções, diminuir os custos, melhorar o meio de transporte e facilitar a comunicação entre as pessoas (FREITAS, 2016). Porém, essas duas invenções, em especial, são intensamente prejudiciais ao

meio ambiente por emitirem inúmeros gases na atmosfera, causando graves consequências, como o aquecimento global (VIEGAS, 2016).

É evidente que inovações são de suma importância e que elas carregam grande responsabilidade no que tange a evolução tecnológica que a humanidade já experimentou e tem experimentado, dado que o termo inovação pode ser desde a substituição de um material por um mais barato, a melhora de produto que já existe, a distribuição e fortalecimento de um serviço, até a criação de uma nova forma de transformação, de uma nova ideia ou uma nova prática (MARIANO e MAYER, 2008). Compreendendo a importância da inovação e analisando os problemas que a sociedade tem enfrentado, percebe-se a carência de inovações sustentáveis na atualidade que visam a solução ou pelo menos a diminuição das dificuldades encontradas pelo desenvolvimento não sustentável que a humanidade cunhou até hoje.

No entanto, entende-se que a complexidade envolvida na tentativa de se voltar para um tipo de produção sustentável que não diminua a lucratividade dos processos de produção é elevada, dado que o mercado está interessado em aumentar os lucros e diminuir os custos, em vez de, momentaneamente, diminuir os lucros e aumentar os custos ao investir no desenvolvimento de novas e sustentáveis tecnologias (PIZZANI, 2016). Dessa maneira, o conceito dos 3R's foi sintetizado, tratando da redução, reutilização e reciclagem de produtos, usado no manejo de resíduos (OLIVEIRA et al, 2020). Não só o princípios dos 3R's é aplicado, mas também o modelo de economia circular, focando no alinhamento e no gerenciamento de recursos, colocando em prática a logística reversa e inovações de design e de modelos de negócio (GOYAL et al, 2016), assim como contribuindo para a efetividade do desenvolvimento sustentável em suas três dimensões, trazendo, também, novos quesitos capazes de potencializar o alcance desse desenvolvimento (TIOSSI e SIMON, 2021).

Dessarte, as organizações dadas como grandes causadoras das crises ambientais e sociais existentes foram colocadas como essenciais na síntese de ações capazes de promover um desenvolvimento que pudesse ser considerado sustentável (BOUBAKER e OMRI, 2018). Consequentemente, a ideia de que as preocupações com o desenvolvimento sustentável, mesmo sendo polêmicas no mundo dos negócios, são significativos e influentes em qualquer empresa (AGHELIE et al, 2016), dado o aparecimento de políticas de adequação, o atendimento de demandas reprimidas e a pressão sofrida pelos gestores para promoverem

práticas satisfatórias de zelo ao planeta, às pessoas e à economia, com o objetivo principal de mitigar e tratar os malefícios sofridos pelo meio ambiente e pela sociedade e propor retorno financeiro e econômico adequado.

3. MÉTODO

Com base nos objetivos e finalidade deste projeto de pesquisa, do ponto de vista da abordagem, foi realizado uma pesquisa de caráter descritiva quantitativa e qualitativa e a metodologia aplicada neste projeto passou por vários momentos.

Na primeira fase fizemos um levantamento de Micro e Pequenas Empresas (MPEs) ativas na região do Distrito Federal que apresentassem características de desenvolvimento sustentável e, então, verificamos quais eram as ações e estratégias do empreendedorismo associadas a prática de responsabilidade socioambiental.

Assim, para caracterizar uma empresa sustentável alguns aspectos foram levados em consideração, que segundo Van Bellen (2005), os mais comuns são:

- Aproveitamento de condições naturais locais;
- Não provocar ou reduzir impactos (ex: paisagem, temperaturas e concentração de calor, sensação de bem-estar);
- Qualidade ambiental;
- Adaptar-se às necessidades atuais e futuras dos consumidores;
- Uso de matérias-primas ou resíduos que contribuam com a ecoeficiência do processo;
- Redução do consumo energético;
- Redução do consumo de água;
- Reduzir, reutilizar, reciclar e dispor corretamente os resíduos sólidos;
- Introduzir inovações tecnológicas sempre que possível e viável;
- Educação ambiental: conscientização dos envolvidos no processo.

Já a segunda fase consistiu em analisar de forma qualitativa, por meio de questionário online (do tipo Google Formulário) o perfil do consumidor, a influência das práticas socioambientais empresariais na decisão de compra do consumidor, a preocupação do consumidor com relação a agressão ao meio ambiente e a importância do modo de fabricação dos produtos.

Para finalizar, após a análise da primeira e da segunda fase, descrevemos possíveis estratégias, como sugestão, para auxiliar MPEs na adesão e atualização do mercado relacionado à gestão ambiental e o desenvolvimento sustentável.

O universo da população e amostra desse projeto foi formado por pessoa jurídica pelo conjunto de MPEs que praticam o desenvolvimento sustentável no DF e por pessoa física envolvendo dados gerados no questionário aplicado de forma online.

O instrumento de coleta de dados para pessoa jurídica (MPEs) do DF foi feito com propósito descritivo de forma quantitativa e qualitativa e em relação aos procedimentos técnicos a classificação da pesquisa foi por observação não participante.

A amostragem da população de MPEs do DF foi feita por pesquisas em redes sociais (Instagram, LinkedIn, Facebook e Google) e em cadastros de empresas do DF. Após o levantamento das empresas ativas no DF, foi feita uma classificação por setores: educacional, automóveis, alimentação, varejo e turismo, a fim de se identificar a presença das características sustentáveis e de distribuição na região.

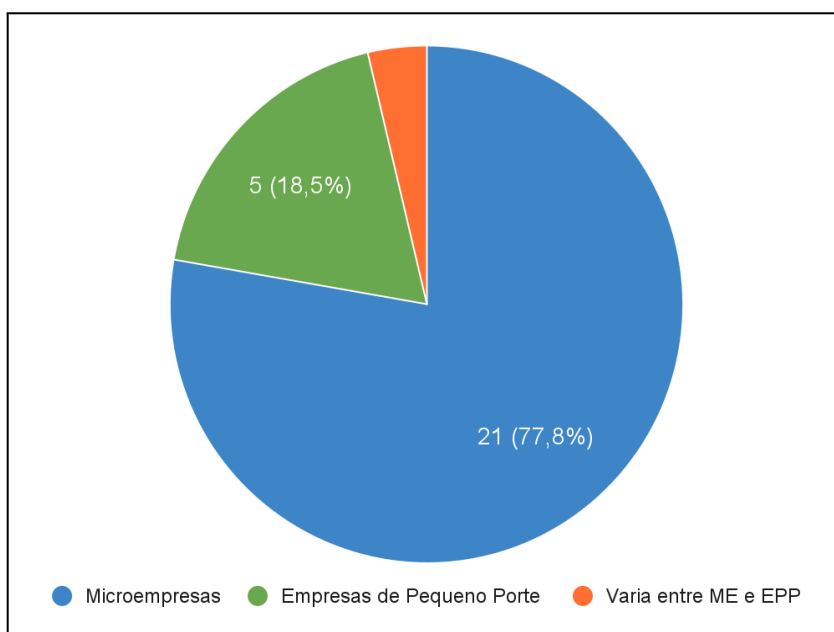
Já o instrumento de coleta de dados para pessoa física foi de forma descritiva qualitativa, utilizando um formulário eletrônico distribuído para a população de consumidores que tinham acesso à internet.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da busca por empresas com viés sustentável no Distrito Federal realizada no período de julho de 2021 a maio de 2022, em redes sociais e sites de cadastros jurídicos, verificamos um total de vinte e sete (27) empresas, sendo entre elas, vinte e uma Microempresas, 77,8%, cinco Empresas de Pequeno Porte, 18,5% e uma empresa com franquias que variam entre Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, 3,7% (GRÁFICO 1). Assim sendo, dentro das empresas encontradas, o ramo empresarial que mais apresenta

atitudes sustentáveis em seu funcionamento foi o alimentício, com 29,6% do total, abordando desde bares e restaurantes até o varejo de alimentos orgânicos e naturais, que visam dar um novo fim às embalagens de vidro não retornáveis, além de compostar, separar, qualificar, acondicionar, reduzir, reusar e redesenhar o lixo e seu destino e, por fim, têm o objetivo de promover e incentivar práticas sustentáveis no setor da alimentação. Seguindo o primeiro lugar, o segundo ramo com mais ações sustentáveis é o da construção civil e arquitetura, envolvendo também o desenvolvimento de tecnologias no consumo de água e a instalação de energia solar em obras e projetos, apresentando um total de 18,5% das empresas. Em sequência, o terceiro ramo apresentando um total de 11,1% das empresas é o da cosmetologia, envolvendo o desenvolvimento de cosméticos de forma sustentável, com produtos naturais e orgânicos, como cremes faciais, diversos tipos de shampoos e condicionadores para cabelo, óleos corporais, sabonetes, e maquiagens, por exemplo.

GRÁFICO 1 - GRÁFICO DO PORTE DAS EMPRESAS

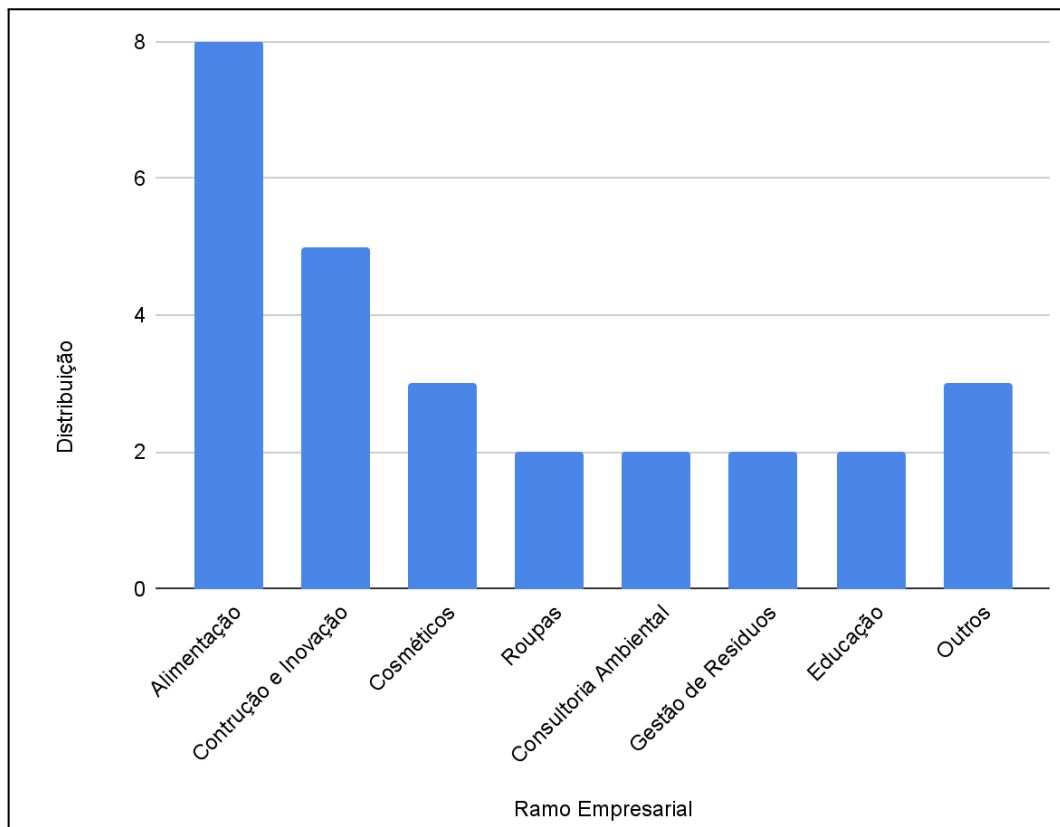


Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

Em penúltimo lugar, encontram-se empatadas empresas de consultoria ambiental, venda/aluguel de roupas, empresas que prestam serviços de gestão de resíduos e empresas que visam a educação da população, que, por sua vez atendem o público focado em transformar os resíduos coletados pelas cooperativas e associações de catadores em novos bens,

agregando valor a toda a cadeia de produção e de reciclagem e servindo à sociedade na forma de novos produtos e, por fim, empresas com o objetivo de disseminar a educação ambiental, mostrando ao público formas de reciclar, reutilizar e reduzir e, assim, diminuir o lixo produzido pela sociedade, respectivamente sendo um total de 7,4% das empresas em cada ramo citado. Por fim, apresentando 3,7% das empresas por setor, estão as áreas associadas à venda de produtos de decoração de festas, áreas de coworking e varejo de plantas, que sequencialmente atuam no varejo de produtos biodegradáveis e eco-friendly, na disposição de áreas para estudo e reuniões, que por sua vez, prometem a redução do uso de água e energia, têm compostagem de orgânicos, contrato digital e apresentam o selo Eu Reciclo para compensação de resíduos gerados, e finalmente, empresa voltada ao varejo de plantas objetivando levar para dentro da casa do cliente plantas e senso de responsabilidade sustentável com a natureza. (GRÁFICO 2).

GRÁFICO 2 - GRÁFICO DA DISTRIBUIÇÃO POR RAMO EMPRESARIAL



Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

Além dos dados apresentados, observa-se que todas as 27 empresas analisadas têm ações sustentáveis que envolvem, de forma geral, descarte correto de resíduos, diminuição da produção de lixo ou vertente lixo zero a partir da regra dos 3R's, busca por inovações sustentáveis que diminuam o consumo de energia elétrica e água, assim como gestão florestal de áreas degradadas, conservação dos recursos naturais, acesso facilitado à produtos alimentícios orgânicos naturais sem uso de agrotóxicos e adubos químicos, a produção de cosméticos naturais orgânicos, distribuição de produtos biodegradáveis, uso de papéis e sacolas recicláveis e biodegradáveis, gestão dos resíduos buscando aplicar a regra dos 3R's e por fim, incentivo a conscientização do público consumidor à causa sustentável, promovendo o investimento em marcas e propostas sustentáveis que prezam pelo meio ambiente (QUADRO 1).

QUADRO 1 - RELAÇÃO ENTRE O VIÉS SUSTENTÁVEL E O RAMO EMPRESARIAL

Ramo empresarial / Viés sustentável	Alimentação	Construção e Inovação	Cosméticos	Roupas	Consultoria ambiental	Gestão de resíduos	Educação
Regra dos 3R's na produção e na gestão de resíduos	X	X	X	X	X	X	
Produção sustentável	X		X	X			
Lixo zero			X				X
Conscientização dos consumidores			X		X	X	
Redução do uso da água		X					
Redução do uso de energia elétrica		X					
Uso de insumos naturais e orgânicos	X		X				
Promove a educação ambiental			X		X		
Conservação dos recursos naturais			X				
Proposta de projetos sustentáveis		X			X	X	X
Uso/Venda de produtos "eco-friendly" e biodegradáveis	X		X	X			
Serviços de gestão de resíduos					X		X

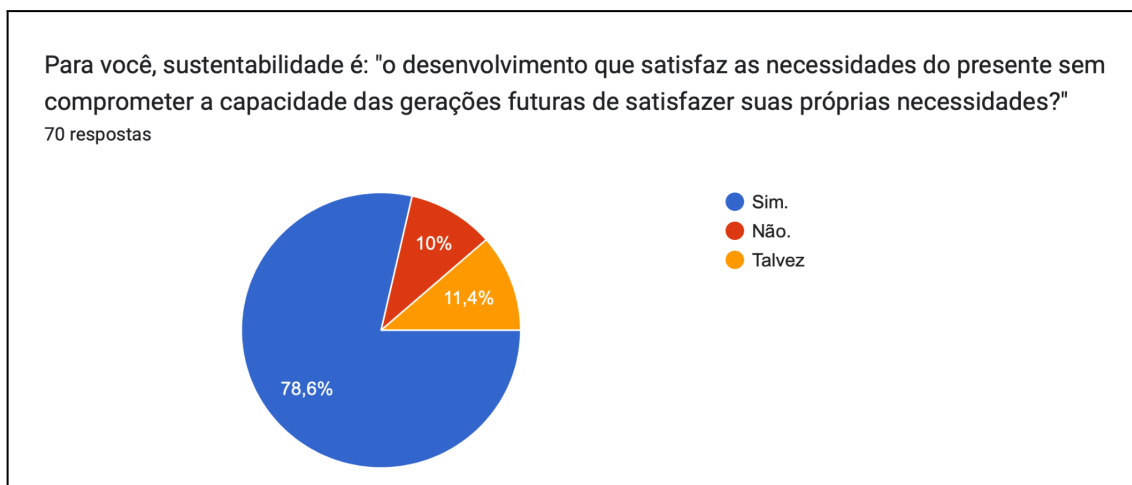
Fonte: Pesquisa realizada pela autora.

Seguindo com as análises, no formulário submetido aos voluntários houveram 70 participações, sendo, por erro de adequação, 69 voluntários moradores do Distrito Federal e 1 voluntário de outro estado do Brasil, porém, acredita-se que esse 1 voluntário não residente no DF e não impactou nos resultados de forma significativa, dando continuidade à pesquisa. De acordo com a análise do perfil dos envolvidos, observa-se que 67,1% têm o

ensino médio completo, 17,1% têm o ensino superior completo e 12,9% têm a pós-graduação completa, sendo 1,4% participantes com respostas diferentes. Quando questionado sobre sua renda familiar, 42,9% dos voluntários afirmou ter renda superior a R\$ 11.262,00, 27,1% têm renda entre R\$ 2.005,00 - R\$ 8.640,00, 21,4% dos entrevistados apresenta renda entre R\$ 8.642,00 - R\$ 11.261,00 e 8,5% apresentou renda entre R\$ 1.255,00 - R\$ 2.004,00. Para finalizar e definir o perfil do participante, perguntamos o seu gênero, apurando as seguintes respostas, 61,4% é do gênero feminino, 37,1% do gênero masculino e 1,4% do gênero não-binário. Assim, com os dados alcançados, pontuamos que o maior público consumidor de produtos sustentáveis no Distrito Federal são mulheres, com ensino médio completo e renda entre R\$ 2.005,00 - 11.261,00.

Dando sequência, perguntamos ao participante se compreendiam o conceito de sustentabilidade (utilizamos o conceito determinado pela ONU) e apenas 78,6% dos voluntários concordaram, 10% discordaram e 11,4% responderam "talvez" (GRÁFICO 3), mostrando que essa definição é compreendida pela maioria dos envolvidos, porém, uma grande porcentagem ainda desconhece seus termos ou não compreenderam.

GRÁFICO 3 - CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE



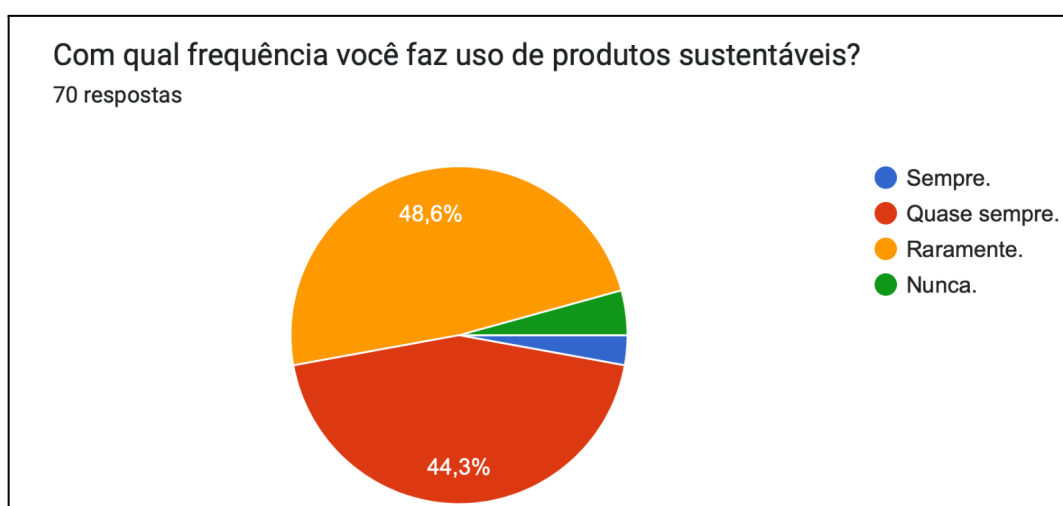
Fonte: Formulário submetido pela autora.

Quando questionados sobre a frequência com que fazem uso de produtos sustentáveis, 48,6% responderam que raramente fazem, 44,3% responderam que quase sempre fazem, 4,3% falaram que nunca fazem e apenas 2,9% falaram que sempre utilizam produtos sustentáveis. Assim, esses dados podem ser causados por inúmeros fatores, como por

exemplo, o alto valor agregado aos produtos, a pouca disponibilidade no comércio local e a baixa divulgação dos produtos e serviços prestados ao público (GRÁFICO 4).

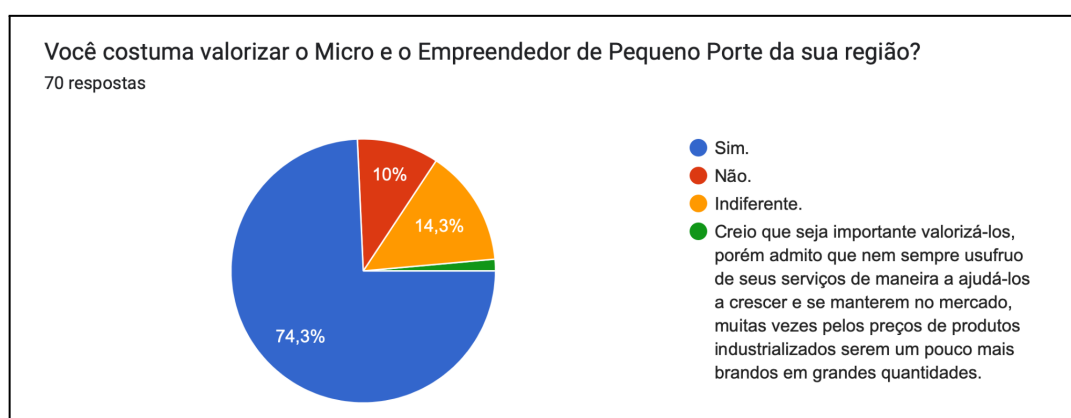
A seguir, os voluntários foram indagados sobre a valorização do micro e do empreendedor de pequeno porte da sua região, sendo que 74,3% responderam que sim, costumam valorizá-los, 14,3% responderam serem indiferentes, 10% responderam que não valorizam e um voluntário apenas (1,4%) respondeu que não a faz com frequência mas reconhece que precisa valorizar e apoiar (GRÁFICO 5).

GRÁFICO 4 - FREQUÊNCIA DO USO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS



Fonte: Formulário submetido pelo autora.

GRÁFICO 5 - VALORIZAÇÃO DO MICRO E EMPREENDEDOR DE PEQUENO PORTE

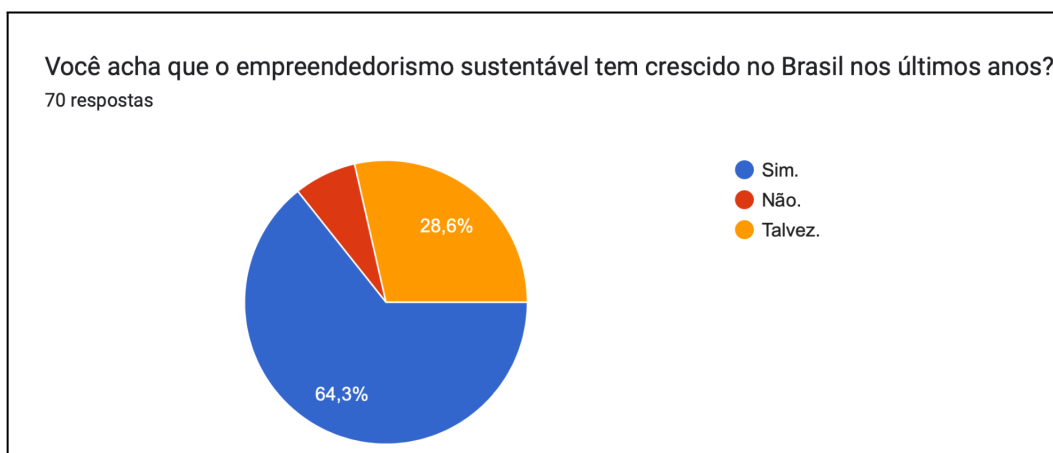


Fonte: Formulário submetido pelo autora.

Logo após, os entrevistados foram perguntados se acreditavam que o empreendedorismo sustentável no Brasil estava crescendo e 64,3% acreditam que esse mercado está crescendo, 28,3% acreditam que talvez esteja crescendo e 7,1% acreditam que não está crescendo (GRÁFICO 6).

Posteriormente, os consumidores voluntários responderam se buscavam ou não mais informações sobre as empresas de onde costumam comprar seus produtos "sustentáveis", a fim de verificarem se essas empresas são de fato sustentáveis e as respostas obtidas foram 38,6% para os que, às vezes, buscavam mais informações e, por um acaso, também 38,6% responderam que não buscavam, sendo apenas 22,9% os que buscavam mais informações com elevada frequência, (GRÁFICO 7), dando a entender que a quantidade geral de pessoas que não buscam mais informações é alto, podendo ser justificado pelo comodismo de se comprar de qualquer empresa, assim como pela falta de informações adicionais sobre as empresas na internet e redes sociais (dificuldade essa encontrada também pelas autoras no momento da elaboração do levantamento das empresas).

GRÁFICO 6 - CRESCIMENTO DO EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL NO BRASIL

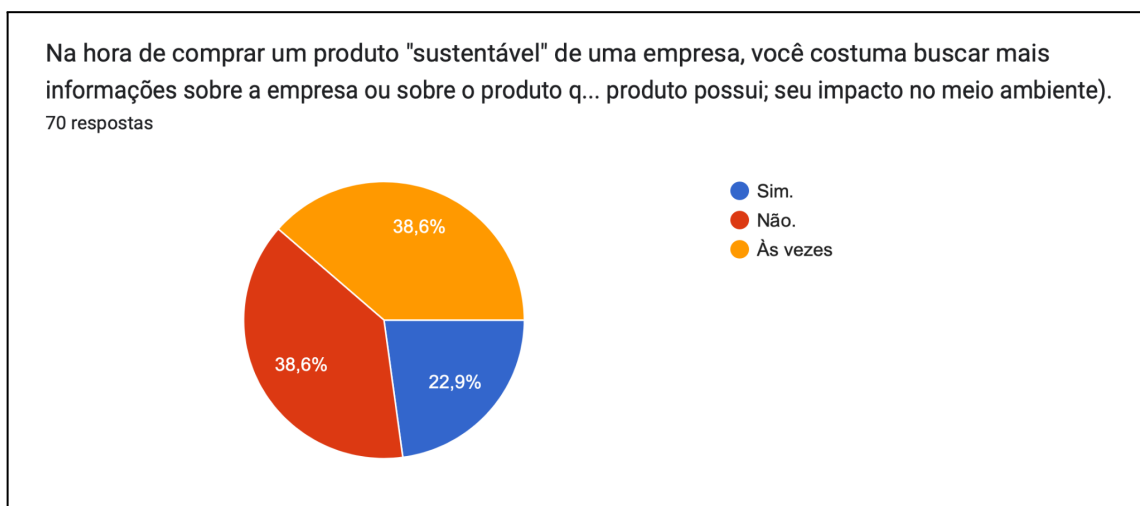


Fonte: Formulário submetido pelo autor.

Na penúltima pergunta, foi perguntado se os voluntários compram sempre o produto sustentável, o produto mais barato ou se analisavam a diferença de custo e tendiam a escolher o produto sustentável quando a diferença de valores não fosse discrepante e, assim, obteve-se as seguintes respostas, 1,4% para os que sempre compram produtos sustentáveis,

41,4% que compram sempre o produto mais barato e 57,1% os que analisam a diferença de valores, dando preferência ao produto sustentável (GRÁFICO 8).

GRÁFICO 7 - BUSCA POR MAIS INFORMAÇÕES DAS EMPRESAS



Fonte: Formulário submetido pelo autor.

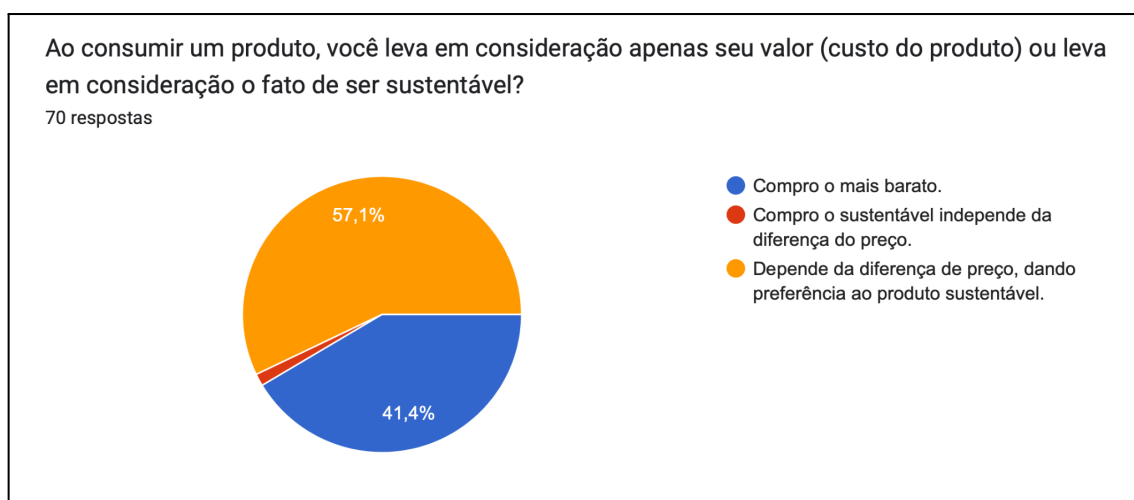
Para finalizar as perguntas objetivas, os entrevistados foram perguntados se acreditavam que as empresas com viés sustentável superfaturam com seus produtos e 75,7% responderam que sim, 20% responderam que talvez e 4,3% responderam que não, (GRÁFICO 9), provavelmente por compararem os valores entre produtos não sustentáveis e produtos com esse viés, como mostrado no gráfico 8.

Concluindo o questionário, a última pergunta abriu espaço para a elaboração de uma resposta subjetiva sobre a opinião do voluntário, se ele achava importante ou não o desenvolvimento sustentável para o crescimento de uma sociedade e 94,3% dos participantes responderam que sim e brevemente discorreram, de forma geral, que o desenvolvimento sustentável é importante por pensar no cuidado e na manutenção do meio ambiente, assim como na oferta de insumos para a atual e para a geração futura e 5,7% dos participantes disseram que não, porém, não discorreram.

De forma sucinta, o levantamento das MPEs sustentáveis atuantes no DF mostrou que esse mercado está se desenvolvendo aos poucos, apresentando um baixo número de empresas envolvidas na causa sustentável, dado que, o Distrito Federal apresenta um total de 131.472 Microempresas ou Pequenas Empresas ativas (SEBRAE, 2022), e o total de

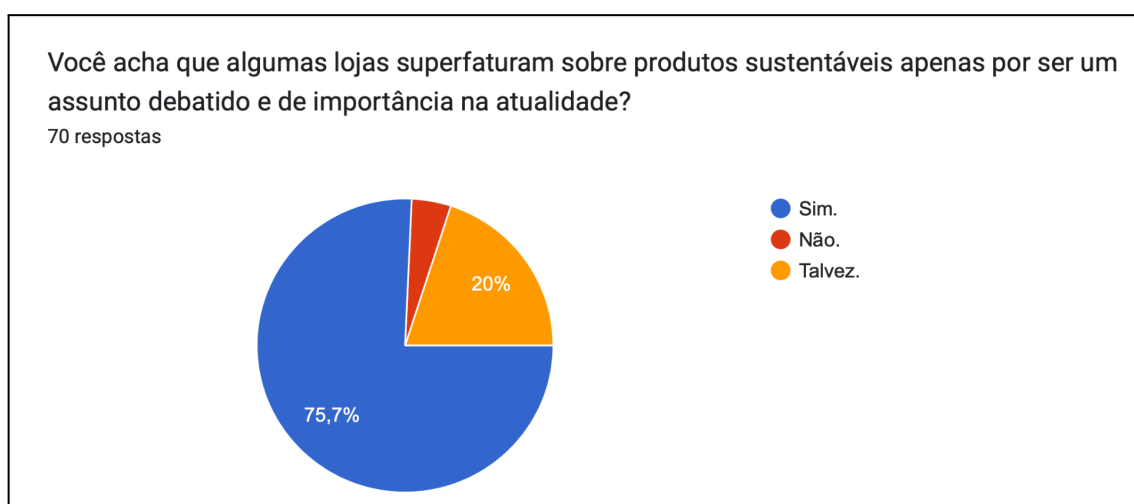
empresas sustentáveis identificadas pelo levantamento foram apenas 27, representando uma reduzida margem de 0,02% do total. Esse levantamento relatou também que a ação sustentável realizada com mais frequência pelas empresas no DF envolvem a aplicação da regra dos 3R's na produção e na gestão dos resíduos e a proposta de projetos sustentáveis, possibilitando o entendimento de que há inúmeras outras áreas pouco ou nada exploradas passíveis de serem aplicadas, como a prática lixo zero, ou a redução do uso de água e energia, visando a inserção da visão sustentável em suas práticas cotidianas, além de explicitar que o ramo mais envolvido na aplicação de ações sustentáveis é a área da cosmetologia (QUADRO 1).

GRÁFICO 8 - ESCOLHA DE PRODUTOS POR PARTE DO CONSUMIDOR



Fonte: Formulário submetido pelo autor.

GRÁFICO 9 - SUPERFATURAMENTO DAS EMPRESAS SUSTENTÁVEIS



Fonte: Formulário submetido pelo autor.

Alerta-se que, como não houve tempo hábil, o objetivo associado à elaboração de estratégias para auxiliar MPEs na adesão e atualização do mercado relacionado à gestão ambiental e o desenvolvimento sustentável não foi realizado como o esperado, assim, busca-se dar continuidade à linha de pesquisa vigente, com o intuito de produzir boas e adequadas estratégias que auxiliem as MPEs e, futuramente, empresas dos demais portes, na adesão e atualização das práticas sustentáveis.

No entanto, ainda com os resultados alcançados, constata-se inicialmente que as empresas precisam investir em divulgação para o público que menos consome seus produtos, por meio de redes sociais e parcerias com influenciadores e empresas de outros portes. Ademais, outra estratégia pensada está associada à educação do público alvo, por meio de palestras em ambientes educacionais, por exemplo. Por fim, por parte do governo, a implementação de políticas públicas em prol do desenvolvimento sustentável é de grande importância, agregando força e visibilidade à causa.

Além de tudo, de acordo com os gráficos 8 e 9, percebe-se que o valor financeiro dos produtos ainda é um grande impeditivo de compra por parte dos voluntários, que por sua vez, tendem a comprar os produtos mais baratos e acreditam que muitas empresas superfaturam com os seus materiais. Sabendo disso, como forma de intensificar suas vendas, os empreendedores podem rever os valores dos seus produtos e, caso seja um valor justo e não desonesto, podem mostrar ao público que não estão superfaturando e sim, cobrando o valor adequado para sua mão de obra e mercadoria.

Desse modo, compreendendo que hoje, o principal meio de comunicação e divulgação são as redes sociais, as empresas podem aproveitar essa facilidade para estabelecer vínculos com seu público.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisando os objetivos iniciais da pesquisa, entende-se que a pesquisa focou em compreender as estratégias e as ações de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social praticada por Micro e Pequenas Empresas (MPEs) na região do DF, além de perceber e definir a visão do consumidor sobre o tema. Assim, compreende-se que os objetivos propostos estão associados à questão ambiental, que tem se tornado uma

preocupação constante em todos os níveis da sociedade, já que a população sofre com os impactos ambientais, além de colocar em risco o desenvolvimento das sociedades das gerações futuras.

Dessa forma, conclui-se que o levantamento das empresas alcançou sucesso e foi proveitoso, dado que permitiu-nos conhecer os principais ramos envolvidos no desenvolvimento sustentável, assim como as principais ações sustentáveis por eles implementadas, porém, infelizmente, essas descrições são levemente subjetivas e vagas.

Por isso, analisando suas características sustentáveis, acredita-se que a descrição de suas ações poderiam ser mais detalhadas e explicadas, facilitando a compreensão do consumidor sobre suas ações sustentáveis, uma vez que, de acordo com o gráfico 7, aproximadamente 61,5% dos voluntários, buscam, ao menos algumas vezes, por mais informações sobre a empresa de onde estão comprando.

Em relação à análise feita sobre a percepção do consumidor, as participações foram de grande importância para elaboração do estudo e compreensão do tema tratado, dado que, a partir das respostas alcançadas, pôde-se entender a percepção do consumidor referente às atitudes das empresas e a forma como consomem diversos produtos no seu dia a dia, além de expor a prevalência do grupo feminino de renda entre R\$ 2.005,00 - 11.261,00 como consumidor principal de produtos sustentáveis na região do Distrito Federal.

Por fim, pretende-se dar continuidade à linha de pesquisa, dado sua importância e os resultados alcançados, visando intensificar a compreensão do desenvolvimento sustentável na sociedade de maneira prática, além de objetivar propor estratégias sistematizadas e coordenadas de auxílio às MPEs na decisão de aplicar e atualizar as ações de gestão ambiental e desenvolvimento sustentável.

REFERÊNCIAS

A CONFERÊNCIA das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável Rio +20.

A MODA é verde.

AGHELIE, A., SOROOSHIAN, S., & AZIZAN, N. A. (2016). Research gap in sustainopreneurship. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(12), 1-6.

AGUIAR, E.; BARBOSA, O. T.; MOREIRA, V. F.; OLIVEIRA, A. M. B.; RODRIGUES, J. D. Comportamento de Consumo Verde: Uma Análise dos Consumidores de Campina Grande. *Revista Brasileira de Administração Científica*, v.5 - n.1 Jan, Fev, Mar, Abr, Mai, Jun 2014.

ALVES, Franciso Igor. O IMPACTO AMBIENTAL DO FENÔMENO OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA. 2021. Artigo Científico (Trabalho de conclusão de curso) - Curso de Graduação em Direito do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio, [S. /], 2021.

AMOS O., Arowoshegbe; UNIAMIKOGBO, Emmanuel. SUSTAINABILITY AND TRIPLE BOTTOM LINE: AN OVERVIEW OF TWO INTERRELATED CONCEPTS. *Igbinedion University Journal of Accounting*, [s. /], 2016.

ANDIROBA. Disponível em: <<http://www.cdpara.pa.gov.br/andiroba.php>>.

ANDOLFATO, G. E. K. Revolução de Água em Israel Afasta Qualquer Ameaça de Seca.

ARANHA, Flávia. Como conservar peças tinturadas com corantes naturais.

BANSAL P. Evolving Sustainability: A Longitudinal Study of Corporate Sustainable Development. *Strategic Management Journal* 26: 197–218, 2005.

BECK, T., & DEMIRGUC-KUNT, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking & finance*, 30(11), 2931- 2943.

BERGSET, L. (2015). The rationality and irrationality of financing green start-ups. *Administrative Sciences*, 5(4), 260-285.

BERGSET, L. (2018). Green start-up finance—where do particular challenges lie?. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(2), 451-575. BERTUCCI, J. L. D. O. (2009). Metodologia básica para elaboração de trabalhos de conclusão de cursos (TCC): ênfase na elaboração de TCC de pós-graduação Lato Sensu. São Paulo: Atlas,

BIBERHOFER, P., LINTNER, C., BERNHARDT, J., & RIECKMANN, M. (2019). Facilitating work performance of sustainability-driven entrepreneurs through higher education: The relevance

of competencies, values, worldviews and opportunities. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 20(1), 21-38.

BISMARCHI, L. F. Sustentabilidade e Inovação no Setor Brasileiro da Construção Civil: Um Estudo Exploratório Sobre a Implantação da Política Pública Baseada em

BRASIL, Rafael Gardel Azzariti *et al.* Proposta de plano de gerenciamento de resíduos sólidos do processo de reparo de redes de fibra óptica. *Brazilian Journal of Development*, [s. l.], 2020. Desempenho. Dissertação Mestrado em Ciência Ambiental. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2011, p. 27 – 40.

BOCKEN, N. M. (2015). Sustainable venture capital—catalyst for sustainable start-up success?. *Journal of Cleaner Production*, 108, 647-658.

BOS-BROUWERS, H. E. J. (2010). Corporate sustainability and innovation in SMEs: evidence of themes and activities in practice. *Business strategy and the environment*, 19(7), 417-435.

BRASIL. Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2016. Institui o estatuto nacional da microempresa e da empresa pequena de porte. Brasília, DF, dez 2016. BREALEY, R. A., MYERS, S. C., ALLEN, F., & MOHANTY, P. (2011). *Principles of corporate finance*. Tata McGraw-Hill Education.

BRINKMANN, S. (2018). Interview. In: Denzin, N. K.; Lincoln, Y. S. *The Sage handbook of qualitative research*. 5 th, Sage.

BRUNDTLAND, G. H. (Org.) *Nosso futuro comum*. Rio de Janeiro: FGV, 1987.

CARDOSO, V. I. C.; HOLANDA, A. P.; OLIVEIRA, J. D. Indicadores de sustentabilidade da Cia Energética do Ceará – Coelce sob o enfoque do triple bottom line: o estudo da variação após o ingresso no Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE. *Qualit@s Revista Eletrônica* ISSN 1677 4280, Vol.12, No 2, 2011.

CATAPAN, Anderson. Discussões sobre os conceitos de sustentabilidade e seus pilares. *410Latin American Journal of Development*, [s. l.], 2020.

CHALLONER, J. *1001 invenções que mudaram o mundo*. São Paulo: Sextante, 2014.

CHOONGO, P., VAN BURG, E., PAAS, L., & MASUREL, E. (2016). Factors influencing the identification of sustainable opportunities by SMEs: Empirical evidence from Zambia. *Sustainability*, 8(1), 81.

CMMAD. *Nosso futuro comum*. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

COUTINHO, S. M. V.; MALHEIROS, T. F. Indicadores de sustentabilidade local: caso de Ribeirão Pires, SP. In Philippi Jr, Arlindo. Malheiros, Tadeu Fabrício. *Indicadores de sustentabilidade e gestão ambiental*. Barueri: Manole, 2012. (Coleção ambiental;12).

DALLAGO, R. M.; SMANIOTTO, A.; OLIVEIRA, L. C. A. Resíduos sólidos de curtumes como absorventes para a remoção de corantes em meio aquoso (2005).

DECLARAÇÃO DO RIO SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO 1. [s.l: s.n.].

DIAS, M. F. P.; PEDROZO, E. A. Desenvolvimento Sustentável nas Inovações Tecnológicas da Indústria Alimentícia Brasileira: Em que estágio estamos? Organizações Rurais & Agroindustriais: Lavras, v.14, n.3, p.297- 311, 2012.

DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1986.

DYCK, B., & SILVESTRE, B. S. (2018). Enhancing socio-ecological value creation through sustainable innovation 2.0: Moving away from maximizing financial value capture. *Journal of cleaner production*, 171, 1593-1604.

FREEMAN, C.; SOETE, L. The Economics of Industrial Innovation. The MIT Press: Cambridge, Massachusetts, 1997.

FREITAS, E. Primeira Revolução Industrial; Brasil Escola.

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.

GIACOMETTI, Kerly. Ações antrópicas e impactos ambientais: industrialização e globalização. Centro Universitário Internacional UNINTER., [s. l.], 2019.

GONÇALVES-DIAS, S. L. F; MOURA, C. Consumo sustentável: muito além do consumo verde. In: Encontro da Anpad, 31, 2007, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2007.

GOYAL, Sandeep; ESPOSITO, Mark; KAPOOR, Amit. Circular economy business models in developing economies: Lessons from Indian on reduce, recycle and reuse paradigms. Wiley , [s. l.], 2018.

HALDAR, S. (2019). Green entrepreneurship in the renewable energy sector—a case study of Gujarat. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 234-250. HALL, J. K.,

DANEKE, G. A., & LENOX, M. J. (2010). Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 439-448.

HALL, J.; VREDENBURG, H. The challenges of innovating for sustainable development. *Mit Sloan Management Review*, p. 61–68, fall 2003.

HALLENGA, B. S. C.; BREZET, J. C. The sustainable innovation design diamond for micro-sized enterprises in tourism. *Journal of Cleaner Production*, v. 13, p. 141–149, 2005.

- HANOHOV, R., & BALDACCHINO, L. (2018). Opportunity recognition in sustainable entrepreneurship: an exploratory study. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(2), 333-358.
- HENRIQUES, Adrian; RICHARDSON, Julie. *The Triple Bottom Line: Does It All Add Up.* [S. l.: s. n.], 2004.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. *Empreendedorismo.* 9 ed. ed. [S. l.: s. n.], 2014.
- HYPENESS. 5 inovações tecnológicas baratas que podem mudar o mundo. 2015. Disponível em.
- YIGUN, N. Ö. (2015). What could entrepreneurship do for sustainable development? A corporate social responsibility-based approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1226-1231.
- KERSTEN, R., HARMS, J., LIKET, K., & MAAS, K. (2017). Small Firms, large Impact? A systematic review of the SME Finance Literature. *World Development*, 97, 330-348.
- KESKIN, D., DIEHL, J. C., & MOLENAAR, N. (2013). Innovation process of new ventures driven by sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 45, 50-60.
- KLEWITZ, J., & HANSEN, E. G. (2014). Sustainability-oriented innovation of SMEs: a systematic review. *Journal of cleaner production*, 65, 57-75.
- KRAUS, S., BURTSCHER, J., NIEMAND, T., ROIG-TIERNO, N., & SYRJA, P. (2017). Configurational paths to social performance in SMEs: The interplay of innovation, sustainability, resources and achievement motivation. *Sustainability*, 9(10), 1828.
- LAKATOS, M. *Técnicas de Pesquisa.* São Paulo: Atlas, 1990.
- LOUREIRO, C. S. M.; PIRES, A. R.; CAYOLLA, R. *Consumption, Anti-consumption and Consumption Communities. The Football Clubs and Its Fans.* 2014.
- LÜDEKE-FREUND, Florian. *Sustainable entrepreneurship, innovation, and business models: Integrative framework and propositions for future research.* Wiley Online Library, [s. l.], 2019.
- MAIA, Kênia Cristina Pontes; LEMA, Isabela B. Torreira. O desafio da responsabilidade socioambiental e o papel das micro e pequenas empresas. *Diálogos dos direitos humanos*, [s. l.], p. 398-411, 2022.
- MALHEIROS, T. F.; COUTINHO, S. M. V.; PHILIPPI JR, A. *Desafios do uso de indicadores na avaliação da sustentabilidade.* In: Philippi Jr, Arlindo. Malheiros, Tadeu Fabrício. *Indicadores de sustentabilidade e gestão ambiental.* Barueri: Manole, 2012. (Coleção ambiental;12).

MANZINI, E. J. Tecnologia assistiva para educação: recursos pedagógicos adaptados. In: Ensaio pedagógicos: construindo escolas inclusivas. Brasília: SEESP/MEC, p. 82-86, 2005.

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

MENEGHETTI, A. Manual de Ontopsicologia. 4a. Ed. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2010.

MINDT, L., & RIECKMANN, M. (2017). Developing competencies for sustainability- driven entrepreneurship in higher education: A literature review of teaching and learning methods. *Teoría de la Educación; Revista Interuniversitaria*, 29(1), 129.

NASSIF, V. M. J., GHOBRI, A. N., & SILVA, N. S. D. (2010). Understanding the entrepreneurial process: a dynamic approach. *BAR-Brazilian Administration Review*, 7(2), 213-226.

NEWMAN, W. L. (2014) *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. 7 ed., London: Pearson Education Limited.

NIDUMOLU, R.; PRAHALAD, C. K.; RANGASWAMI, M. R. Why Sustainability is Now the Key Driver of Innovation. *Harvard Business Review*, 87(9), 56-64. 2009.

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*, 29(2), 195-215.

NUNES, B.; RASMUSSEN, B. 5 Inovações Tecnológicas que Podem Mudar o Mundo. *Hypness Ubiquitous Energy*.

ORSIOLLI, Thálita Anny Estefanuto. EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL SOB A ÓTICA DOS STAKEHOLDERS: ESTUDO DE CASOS MÚLTIPLOS. 2015. Dissertação (Pós-graduação e Administração) - Universidade Federal do Paraná, [S. l.], 2015.

OTTMAN, J. A.; STAFFORD, E. R.; HARTMAN, C. L. Avoiding Green Marketing Myopia. (Cover story). *Environment* vol. 48, no 5, pg. 22-36, 2006.

PALMER, J. A. (Org.). 50 Grandes Ambientalistas: De Buda a Chico Mendes. São Paulo: Contexto, 2012.

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

PARRISH, B. D., & FOXON, T. J. (2009). Sustainability entrepreneurship and equitable transitions to a low-carbon economy. *Greener Management International*, (55).

PARRISH, E. Retailers' use of niche marketing in product development. *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 14 No. 4, pp. 546-561, 2010.

PENTEADO, M. V. C. Vitaminas: aspectos nutricionais, bioquímicos, clínicos e analíticos. São Paulo: Manole, 2003.

PIZZANI, L. S. R. C.; BELLO, S. F.; HAYASHI, M. C. P. I. A arte da pesquisa bibliográfica na busca do conhecimento. Rev. Dig. Bibl. Ci. Inf, Campinas, v.10, n.1, p.53-66, jul./dez. 2012.

PORTER, M. E; KRAMER, M. R. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Social Impact Advisors. Dez. 2006.

PORTILHO, F. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. Scielo Brasil. Cad.

PROVASNEK, A. K., SCHMID, E., GEISLER, B., & STEINER, G. (2017). Sustainable corporate entrepreneurship: Performance and strategies toward innovation. Business Strategy and the Environment, 26(4), 521-535. Química Nova, São Paulo, v. 28, n. 3, p. 433-437, 2005.

RIBEIRO , Wagner Costa. A ordem ambiental internacional. [S. l.: s. n.], 2002.

RIBEIRO , Wagner Costa *et al.* DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E SEGURANÇA AMBIENTAL GLOBAL. Biblio 3W REVISTA BIBLIOGRÁFICA DE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES, [s. l.], 2001.

ROCHA, M. T. Aquecimento Global e o Mercado de Carbono: Uma Aplicação do Modelo Cert. Tese. Universidade de São Paulo. Piracicaba, p.7, 2003.

RODGERS, C. (2010). Sustainable entrepreneurship in SMEs: a case study analysis. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 17(3), 125-132.

SACHS, I. Caminhos para o desenvolvimento sustentável. Org. Paula Yone Stroh. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SALDAÑA, J., & OMASTA, M. (2017). Qualitative research: Analyzing life. Sage Publications.

Sarango-Lalangui, P., Santos, J., & Hormiga, E. (2018). The development of sustainable entrepreneurship research field. Sustainability, 10(6), 2005. SCHALTEGGER, S., & WAGNER, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. Business strategy and the environment, 20(4), 222-237.

SCHALTEGGER, S., BECKMANN, M., & HOCKERTS, K. (2018). Sustainable entrepreneurship: creating environmental solutions in light of planetary boundaries. International Journal of Entrepreneurial Venturing, 10(1), 1-16.

SCHALTEGGER, S., LÜDEKE-FREUND, F., & HANSEN, E. G. (2016). Business models for sustainability: A co- evolutionary analysis of sustainable entrepreneurship, innovation, and transformation. Organization & Environment, 29(3), 264-289.

SEBRAE (DF). DataSebrae: Empresas. In: Data Sebrae. [S. l.], 2022.

Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa. SEBRAE. O financiamento das MPE no Brasil. 2017.

Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa. SEBRAE. Perfil das microempresas e empresas de pequeno porte. 2018.

SOUZA, S. L. V. B.; Os Créditos de Carbono no Âmbito do Protocolo de Quioto. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

TIOSSI, Fabiano Martin. Economia Circular: suas contribuições para o desenvolvimento da Sustentabilidade. *Brazilian Journal of Development*, [s. l.], 2021.

URBANIEC, M. (2018). Sustainable entrepreneurship: innovation-related activities in European enterprises. *Polish Journal of Environmental Studies*, 27(4), 1773-1779.

VAZ, Caroline Rodrigues *et al.* INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE: ORIGEM, EVOLUÇÃO E DESAFIOS. *Revista de Engenharia de Produção*, [s. l.], 2019.

VEIGA, J. E. Desenvolvimento Sustentável: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

VIEGAS, E. A Alemanha Produziu Tanta Energia Sustentável que Pagou para Cidadãos Consumirem.

WHIPP, R.; CLARK, P. Innovation and the auto industry: Product, process and work organization. London: Francis Pinter, 1986.

YEMAL, J. A.; TEIXEIRA, N.O. V.; NAËS, I, A. Sustentabilidade na Construção Civil. *Clean Production Initiatives and Challenges for na Sustainable World*. São Paulo, 2011.

YIN, R. K. (2015). Estudo de Caso-: Planejamento e métodos. Bookman editora. YOUSSEF, A. B., BOUBAKER, S., & OMRI, A. (2018). Entrepreneurship and sustainability: The need for innovative and institutional solutions. *Technological Forecasting and Social Change*, 129, 232-241.

YOUSSEF, Adel Ben; BOUBAKER, Sabri; OMRI, Anis. Entrepreneurship and sustainability: The need for innovative and institutional solutions. Elsevier, [s. l.], 2017.

ZALTMAN, G.; DUNCAN, R.; HOLBEK, J. Innovations and organizations. New York: Wiley, 1973.