

EMPREENDEDORISMO COM IMPACTO SOCIAL E AMBIENTAL

Stella Rosa Bueno¹

Mayara Abadia Delfino dos Anjos²

RESUMO: O presente artigo tem como propósito, analisar e incentivar a ação da sustentabilidade social e ambiental no meio empresarial e na vida cotidiana. O estudo foi elaborado por meio de pesquisas e por *websites* que disponibilizaram as informações necessárias para a confecção de um estudo aprofundado sobre o tema. A empresa estudada, Natura, abre ao público informações sobre seus métodos usados e resultados no decorrer dos anos que possibilitaram estudar as perspectivas dos impactos que a sustentabilidade socioambiental causa nas pessoas a sua volta e ao mundo. Os resultados obtidos apresentam um bom desempenho e demonstram a preocupação em todas as áreas sociais em relação à gama de colaboradores e consumidores. Em conformidade com a preocupação da sustentabilidade, procura diminuir os impactos ambientais com campanhas de conscientização mudando, pois, a maneira em que a própria empresa disponibiliza seus produtos. O estudo demonstra que empresas as quais visam à área socioambiental, estão se saindo melhor no mercado econômico mundial. Isso se evidencia por demonstrarem preocupações que fomentem o bem-estar populacional, propõem uma conscientização tanto de empresas quanto dos consumidores, com intuito de não só buscarem o lado empreendedor, mas também a solução de problemas e encontrarem novas alternativas que tenham em vista o conforto que só é possível por intermédio de programas sociais para melhorar a vida das pessoas, solucionar problemas e manterem um meio ambiente saudável, com menos poluição e com uma natureza farta e produtiva.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, social, ambiental.

ABSTRACT: The purpose of this article is to analyze and encourage the action of social and environmental sustainability in business and daily life. The study was prepared through research and websites that provided the information needed to make a thorough study on the subject. The company studied, Natura, provides the public with information about its methods and results over the years that have made it possible to study the perspectives of the impacts

¹ Graduanda em Ciências Contábeis pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.

✉ sttella032@hotmail.com.

² Professora orientadora. Mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação pela UFU.

✉ mayaradelfino@hotmail.com

that social and environmental sustainability has on people around them and around the world. The results obtained perform well and show concern in all social areas regarding the range of employees and consumers. In accordance with the concern for sustainability, it seeks to reduce environmental impacts through awareness campaigns, thus changing the way the company itself makes its products available. The study shows that companies that target the social and environmental area are doing better in the world economic market. This is evidenced by demonstrating concerns that foster population well-being, proposing an awareness of both companies and consumers, in order not only to seek the entrepreneurial side, but also to solve problems and find new alternatives for comfort. This is only possible through social programs to improve people's lives, solve problems and maintain a healthy environment with less pollution and a rich and productive nature.

KEYWORDS: Entrepreneurship, social, environmental.

1 INTRODUÇÃO

Empreendedorismo social e ambiental, segundo o site GovBR (2012), compreende-se em uma área lucrativa, pois além proporcionar à sociedade e ao meio ambiente uma evolução da consciência coletiva e desenvolvimento por meio dos impactos positivos que serão alcançados, também oferece um mecanismo de mercado em que seu pilar principal é a solução de problemas.

Em concordância com Prime Cursos (2014), a sustentabilidade é um dos assuntos mais abordados, devido a diversos fatores como mudanças climáticas e sustentabilidade. Por esse motivo, o empreendedorismo social vem se destacando no mercado, uma vez que apresenta um modelo de valorização à natureza e à sociedade.

De acordo a Redação EcoD (2010), a abordagem empresarial usada no empreendedorismo social de cunho ambiental se deve ao compromisso e visão de futuro, abordando os problemas socioambientais, resultando em ações lucrativas e ao mesmo tempo corroborativas com o meio ambiente e com sociedade de modo geral.

Desse modo, o empreendedor busca inovações, sejam elas científicas ou mesmo humanas, para maximizar e aperfeiçoar serviços já existentes, combinando conhecimento, disponibilidade e iniciativa. “Muito antes, ser empreendedor é ter a ousadia de colocar suas ideias em práticas” (Sebrae Nacional 2019).

O impacto social que esse empreendedorismo possibilita por intervenção da cidadania é de destaque ao que se refere à valorização humana, seja ela cultural, ética, moral, jurídico ou

mesmo financeira. Nesse âmbito, são incontestáveis os laços e raízes de confiança e respeito proporcionados pelo contato. Por esse motivo, o empreendedor social utiliza da criatividade, dos meios alternativos e tecnológicos para fortalecerem a comunidade e proporcionarem o crescimento social e humano (Costa, 2015).

“A resistência em aceitar o poder transformador da inovação é alimentada por uma economia fechada” (Passos, 2019).

De acordo com Passos (2019), existe uma carência em inovações tecnológicas para alavancar a população brasileira no que diz respeito a empreendedorismo social, diferente de países de população majoritariamente pobres que, por sua vez, estão em expressivo crescimento. Isso se deve ao fato de que existe uma deficiência de compreensão sobre a importância do desenvolvimento econômico e financeiro no Brasil. Situação que, em diversos países ao redor do mundo, não é problema, pois já se despertaram e entenderam o valor de investir em tal inovação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo: conceitos e características

De acordo com Bueno (2017), o termo empreendedorismo é utilizado para definir pessoas capazes de identificar problemas, oportunidades e apresentar soluções, não tendo que ser obrigatoriamente um empresário, mas uma pessoa com criatividade para gerar uma nova perspectiva e que promova impacto em seu ambiente.

É importante, pois, ressaltar que o verdadeiro empreendedor é aquele que foge do convencional e de sua comodidade para ir além de seus sonhos e projetos, fazendo valer duas ideias e, na maioria das vezes, encontra oportunidades onde não é possível. Sob essa base suas características se destacam de maneira perceptível através do otimismo, da autoconfiança, da coragem e de sua persistência (Bueno, 2016).

Além disso, a base primordial do empreendedorismo se encontra na percepção e na busca por novas oportunidades no campo dos negócios e está na forma de uso dos recursos. Para tal, Max Weber (1930) identificou o valor imensurável para a definição de comportamento empreendedor como: inovadores, pessoas independentes, líderes. Já, McClelland (1972) estudou e destacou o papel de empresários na sociedade e o auxílio no desenvolvimento econômico, tem como ideia o desejo como força realizadora e controlada pela razão.

Consoante Shumpeter (1982), o empreendedorismo só se concretizaria, caso as pessoas fossem versáteis em várias áreas do conhecimento como em gerência, recursos financeiros, vendas entre outras. Ademais, é o responsável por novas combinações, as quais podem ser a introdução de um bem, o método de produção ou de comércio, devem abrir novas portas de idealizar e realizar, ou seja, agir como o destruidor de algo velho para construir o novo através de um termo que denominou de “destruição criativa”.

Dornelas (2005, p. 39), também, define o empreendedorismo. De acordo com ele, é “...envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades”, isto é, ele encontra novas oportunidades e cria um negócio para capitalizar sobre ela. Já Hirsch (2009) diz que o empreendedorismo é processo de criar algo diferente e com valor, oferecendo-lhe todo o tempo e devoção necessária, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais decorrentes dos negócios.

Em conformidade com Souza (2013, p. 7), a ação do empreendedorismo é a “alavanca para o desenvolvimento econômico e social de um país”, pois diretamente proporcional: quanto mais negócios desenvolvidos, mais possibilidade de empregos e mais impostos são recolhidos. Logo, a economia de um país cresce ao passo que sua população também evolui economicamente.

Por outro lado, o Sebrae (2017) conceitua o empreendedor como aquele que está oculto, aliás, não é visto, mas tem total poder de sair de seus sonhos para torná-los reais.

10 características dos empreendedores de acordo com o Sebrae:

Tabela 1: Dez Características dos Empreendedores

Características	Definição
Busca de oportunidade e iniciativa	A busca de oportunidade e iniciativa é a competência de antecipar os fatos e criar oportunidade de negócios com novos tipos de produtos e serviços, agindo com iniciativas criativas para expandir seus negócios.
Persistência	A característica de persistência se dá pela habilidade de enfrentar obstáculos, alcançando seus objetivos, é a reavaliação de planos e o esforço para obter bons resultados.

Correr riscos calculados	É se responsabilizar por desafios e responder por eles, por esse motivo é importante reduzir as chances de erro e aceitar desafios moderados com chances de sucesso.
Exigências de qualidade e eficiência	É a disposição de melhorar continuamente, sempre oferecendo o produto ou serviço de melhor qualidade, satisfazendo a necessidade e expectativa dos clientes.
Comprometimento	O comprometimento está diretamente relacionado a sacrifícios pessoais, aos quais traz para si mesmo a possibilidade de sucesso ou fracasso, além disso atua em conjunto para obter resultados e coloca a relação entre clientes acima da necessidade a curto prazo.
Busca de informações	A atualização de informações sobre clientes, fornecedores e concorrentes é de suma importância para a avaliação positiva do negócio, a pesquisa de mercado para oferecer um produto ou serviço de qualidade e por fim a busca de orientação de especialistas, tudo através da busca de informações.
Estabelecimento de metas	Estabelece objetivos de crescimento da empresa, tanto em longo quanto em curto prazo.
Planejamento e monitoramento sistemáticos	Estabelece tarefas objetivas, com prazos definidos a fim de alcançar objetivos medidos e avaliados, sendo assim enfrenta grandes desafios, acompanha indicadores financeiros e se adequa a planos de mudanças de mercado.
Persuasão e rede de contatos	A utilização da persuasão e estratégia são peças-chaves para atingir os objetivos de negócio, ajuda no desenvolvimento de redes de contatos comerciais sólidos, e obtém apoio de pessoas chaves para os objetivos almejados.

Independência e autoconfiança.	Desenvolve a autonomia para agir e manter a confiança no sucesso e em suas opiniões, é necessário ser otimista e saber aonde se quer chegar, é de grande prestígio saber transmitir confiança.
--------------------------------	--

Fonte: Sebrae (2017).

Dias (2019) afirma que, mesmo ligado á chegada de novos negócios, o conceito de empreendedorismo pode ser aplicado a empresas já estáveis na instituição financeira. Esse fenômeno é chamado de empreendedorismo corporativo, interno ou intraempreendedorismo. Explica, pois que o corporativo busca inovação de aumentar seu lucro e crescimento de sua empresa e intraempreendedor se refere a qualquer colaborador com visão iniciativa capaz de identificar problemas e descobrir soluções.

Nesse sentido, Dias (2019) relata que um empreendedor tem o perfil de um líder, volta-se para a inovação e a tecnologia, promove mudanças, é o primeiro a tomar iniciativa ou a ~~começar um negócio e sua função consiste em ter uma visão ampla, ter boas ideias e~~, mais **Por favor, leia esse trecho e tente reestruturá-lo, pois não foi possível compreender** a disso é a existência de empreendedores em série, aos quais, ao longo da vida, juntam experiências através de inúmeros negócios em ramos diferentes em alguns casos, conforme.

Dias (2019) lista 19 características para ser um empreendedor de sucesso, são elas;

1. Ter espírito de liderança.
2. Ser voltado à ação.
3. Ter perspectiva de futuro e visão.
4. Ter capacidade de aprendizagem e autocrítica.
5. Ser proativo na busca de oportunidades.
6. Ser persistente e flexível, não desistindo diante das dificuldades.
7. Saber correr riscos calculados.
8. Ter poder de persuasão.
9. Investir em networking.
10. Não depender dos outros, mas saber trabalhar em equipe.
11. Ser comprometido e responsável.
12. Ser exigente e não abrir mão da qualidade.
13. Ser guiado por metas e saber monitorá-las.
14. Saber delegar funções e identificar talentos.
15. Ser organizado.

16. Ser confiante e seguro, mas saber ouvir críticas e opiniões.
17. Não buscar apenas posição ou reconhecimento social.
18. Ter ambição, consciente ou inconscientemente.
19. Não ser ingênuo a ponto de achar que o caminho para o sucesso é fácil e garantido.

Conforme Gonçalves (2013) o termo empreendedor foi criado a partir da expressão em francês *entrepreneur*. É utilizada para caracterizar uma pessoa que prioriza a possibilidade de colocar em prática coisas novas. Seu objetivo é observar o cotidiano, utilizar dos recursos disponíveis e daqueles que antes não eram levados em consideração tornando-os uma adequada fonte de negócios. Um empreendedor de sucesso deve levar em consideração fatores inevitáveis, como as dificuldades empresariais e mesmo pessoais. Portanto, é importante enfrentar suas dificuldades de forma segura, observar a situação em que se encontra e tomar decisões determinadas e estar sempre disposto a correr riscos e responder por eles.

2.2 Empreendedorismo social

De acordo com Aires (2019), o empreendedorismo social é o uso do espírito empreendedor nas causas ambientais, por isso, enquanto o social busca a maximização de lucros por opções criativas, o ambiental busca manter a sustentabilidade ambiental e financeira, pois apesar da filantropia, visa seus lucros e saúde financeira.

Marques (2016) define que um empreendedor social é aquele que apresenta, desenvolve e busca soluções inovadoras para os problemas. Já o empreendedorismo social é o conjunto de ações que, ao mesmo tempo em que, aspiram a uma melhoria da sociedade, são lucrativas, equivalem-se à medidas sustentáveis e à conciliação dos avanços tecnológicos e a outros progressos que condicionam um melhor estilo de vida. Ainda, em conformidade com Marques, uma das metas do empreendedorismo social é a redução das desigualdades, seja ela econômica seja privativa, buscando sempre uma forma de vida justa e digna.

Gonçalves (2019) alega que, para empreender socialmente, são necessários os mesmos motivos que um empreendedor comercial, aos quais são aproveitadas e trabalhadas com qualidade a fim de desenvolver bons resultados. O que separa esses dois tipos de empreendedores são suas motivações, pois enquanto um tem em vista qualidade empresarial, o outro ambiciona o bem-estar da sociedade em que vive, dado que determina seus resultados pelo impacto social.

Gonçalves (2019) ainda afirma que os objetivos como mecanismo e ferramentas para construir uma gestão ao qual um grupo está unido e que possui uma mesma missão, almeja alcançar os mesmos objetivos. Por esse motivo, é um dos estilos de empreendedorismo que

mais necessita de habilidades humanas como, por exemplo, ter facilidade na tomada de decisão, ser criativo, inteligente, prestativo, ser comunicativo, ter visão de futuro, ter empatia entre outros.

Conforme Bueno (2016), o empreendedorismo social é determinado pela formação de um produto ou serviços que têm seu pilar principal fundado na ideia de resolução, ou minimização de problemas em áreas como educação, violência, saúde, alimentação, meio ambiente, entre outros. Seu objetivo é, pois, gerar reforma nas comunidades em que estão inseridos, ou seja, a receita obtida é revertida para aumentar o alcance das ações sociais e promover o bem-estar do público.

Na visão de Dias (2019), o objetivo principal do empreendedor não é obter lucro, ele se encaixa em um grupo de pessoas que visam à melhoria de uma sociedade. Desse modo, o que define o empreendedorismo social é que a inovação tem a necessidade de ser acompanhada pelo propósito de responsabilidade social e se guia por um objetivo ao trabalhar com fins lucrativos.

2.3 Empreendedorismo ambiental

De acordo com Aires (2019), o empreendedorismo ambiental tem como objetivo manter a sustentabilidade ambiental e financeira da instituição, independentemente de seu aspecto teoricamente filantrópico. Esse tipo de empreendedorismo também visa o lucro e saúde financeira da instituição, mesmo que em uma menor proporção aos empreendimentos rotineiros. Tal ramo é de caráter promissor devido à preocupação mundial com o aquecimento global, escassez e o esgotamento dos recursos naturais, entretanto antes de tudo é necessário um sério planejamento para esquivar-se de eventualidade.

Além da promoção de produtos e ideias em interesse das causas ambientais, exige de seu profissional os mesmos atributos empreendedor comum, dentre os quais se pode citar: inovação, criatividade e visão futurística. Além de pleno conhecimento sobre políticas ambientais globais, buscando estar sempre à frente das demais empresas, construindo valores socioambientais que justifiquem custos superiores em relação aos produtos tradicionais, como caracteriza AIRES (2019).

3 METODOLOGIA

Este estudo é constituído por meio de uma pesquisa descritiva, com natureza básica, tendo por propósito pormenorizar as particularidades de uma população, de um fenômeno ou

de uma experiência. A esse respeito indica relações entre os aspectos no instrumento de estudo analisado. Elementos associados à classificação, medida e/ou quantidade que podem ser mutáveis por meio do processo realizado. (Duarte, 2019).

A pesquisa irá se beneficiar pelas fontes secundárias, ou seja, documentos, imagens ou gravações aos quais abordam ou correlatam informações que antes foram discutidas e expressadas em outras extensões de materiais primários. Logo, as fontes secundárias requerem análise e interpretações da informação original. (Tybel, 2017).

Os resultados serão apresentados mediante ao aspecto qualitativo da pesquisa. De acordo com Neves (2015), a pesquisa qualitativa não se preocupa com uma grande amostra de dados, pois seu objetivo principal não é validar os resultados à população, mas esclarecer o evento observado sem abrir mão da observação, investigação, representação e entendimento do fato a ser observado.

Na pesquisa qualitativa, utiliza-se da introdução para moldar eventualidade após a análise, sendo assim, o pesquisador de nada tem convicção podendo ser influenciado pelos desfechos apresentados.

O método qualitativo que será fragmentado, a fim de ser estudado criticamente ao ponto de ser suscetível, a confiabilidade e validade não excluem a pesquisa qualitativa, portanto a abordagem depende unicamente de um método.

De acordo com Duarte (2016), a principal desvantagem de uma pesquisa qualitativa se dá pelo fato de ser interpretativa, ou seja, a opinião do entrevistador ou das fontes de pesquisas pode atrapalhar na análise dos resultados. Outro fato é que como pode envolver questionário, um período maior é necessário para analisar e chegar a uma conclusão final sobre o assunto abordado.

4 ESTUDO DE CASO EMPRESA NATURA

Oliveira descreve o estudo de caso como um método qualitativo que consiste em aprofundar um assunto específico através da investigação e da discussão sobre o assunto, tendo por objetivo responder a questionamentos que o pesquisador não tem controle sobre o fenômeno.

Yin (2001) define o estudo de caso como uma estratégia de pesquisa a qual se entende como uma estratégia de pesquisa, colhendo dados para a coleta e a análise de dados.

A empresa a ser estudada será a Natura Cosméticos S.A a qual compreende um importante papel não só no empreendedorismo comercial de cosmético, mas também no empreendedorismo social e ambiental, tendo como maior objetivo reduzir os impactos tanto no

campo econômico quanto no ambiental, social e cultural. Os dados levantados foram através de sites ligados à empresa, a reportagens apresentando dados e resultado de iniciativas e metas que serão alcançadas.

Sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> • Sustentabilidade social <p>Não reproduzem os mesmos padrões de beleza – Rejeitam o racismo, violência e padrões de beleza que causam mal-estar a uma sociedade diversificada.</p> <p>Referência internacional em inclusão de pessoas com deficiência – Oferece oportunidade as pessoas com deficiência através da inclusão, atualmente são 6.5% de colaboradores com algum tipo de deficiência.</p> <p>Dão licença maternidade e paternidade também para casais homoafetivos – As campanhas pregam uma sociedade livre de qualquer preconceito e aberto a aceitação de todos como iguais.</p> <p>Desde 1995, a Natura criou uma grande rede voltada para educação – Todo o lucro das vendas dos produtos Crer Para Viver é destinado a projetos de melhoria na qualidade de educação básica, geridos pelo Instituto Natura.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sustentabilidade ambiental <p>Desde 1983, a Natura oferece refis de seus produtos – Com essa estratégia é possível por ano o lixo de equivalente a 3,5 milhões de pessoas em um só dia.</p> <p>Foram os primeiros a adotar vidro reciclado nas perfumarias – por meio deste procedimento foi evitado o descarte de 944 toneladas de vidro.</p>
Inovação	<p>Cientistas de pesquisas internas – Somar conhecimento em rede, por intermédio de pesquisadores e institutos de pesquisa que buscam inovar e criar vínculos entre pessoas e a natureza.</p> <p>250 colaboradores envolvidos em pesquisa e desenvolvimento – A utilização de recursos humanos através de uma rede que promove ideias</p>

	<p>e inovações.</p> <p>Parceria com instituições científicas do Brasil e do mundo – Através desta força buscam desenvolver conceitos, métodos e produtos de alta qualidade.</p> <p>Startups – Sistema que integra empreendedores com valores análogos à empresa que visa à inovação e sustentabilidade, criando uma teia de ideias que tem como consequência o crescimento e o aperfeiçoamento de técnicas empresariais.</p>
--	--

Atualmente empresas de grande valor econômico estão aderindo a um novo modelo de empresa, a empresa ambientalmente ou socialmente responsável, tendo por preocupação, a redução de impactos negativos, proporcionando à população um estilo de vida mais saudável. De acordo com Natura (2015) a companhia tornou-se a primeira empresa B Corp de capital aberto da América Latina e a maior do mundo em receita e número de colaboradores. Com isso sua preocupação sustentável ganhou força, e foi apresentado procedimentos a serem atuados até 2015 e pretensões para até 2020.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Empreendedorismo não é necessariamente criar um novo negócio, de acordo com o site meusucesso.com (2014) vai além de gerar lucros e retornos financeiros à empresa, mas significa criar ações inovadoras que modifiquem uma realidade. No empreendedorismo social e ambiental, essa definição não é diferente, pois técnicas de gestão, criatividade e sustentabilidade se juntam com o intuito de potencializar e transformar a vida das pessoas e do meio ambiente criando uma atmosfera de igualdade e sustentabilidade.

O estudo do empreendedorismo social e ambiental é de grande relevância por seu impacto na resolução de problemas e por promover à empresa, que adota esses métodos, uma visão diferenciada tanto dos consumidores quanto dos investidores; que se estimam uma companhia que se preocupa com a sociedade de um modo geral, seja com seus colaboradores, ou pela redução de resíduos e que se volte para campanhas de impacto socioambientais.

Essa preocupação vai além das portas empresariais, já que, na vida cotidiana, é de grande valia, pois proporciona à sociedade um sentimento de resolução de problemas e bem-

estar. Ademais, promove a redução do aquecimento global por ações que são implantadas na sociedade, desenvolvendo, de forma direta, uma melhor condição de vida.

A empresa estudada Natura desenvolve, de maneira admirável, o papel de empresa responsável sócio-ambientalmente, desenvolvendo programas de solução de problemas tendo preocupação com a inovação e bem-estar social, além de possuir alto capital de investimento por ter sua imagem marcada por valores de igual preocupação, está na lista da *Corporate Knights* como a 15ª empresa mais sustentável do mundo e única brasileira do setor, de acordo com o site AGÊNCIA ENVOLVERDE JORNALISMO (2019), sendo a décima vez que a empresa aparece na lista do *ranking* global 100.

O empreendedorismo socioambiental é amplo e possui ramificações profundas acerca de seus métodos, aplicações e desempenho, porém todas elas se unem a um único cerne: a solução de problemas. É importante que não só as empresas responsáveis tenham uma preocupação acerca de tais coisas, mas também a sociedade deve voltar os olhos para soluções que sejam alcançáveis por ela. Por conseguinte, o mercado financeiro atualmente tem uma preocupação maior por empresas desse seguimento e oferece benefícios econômicos para o incentivo do empreendedorismo.

REFERENCIAL TEÓRICO

- GOVBR. **Empreendedorismo social gera lucro e desenvolvimento**. 2012. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2012/02/empreendedorismo-social-gera-lucro-e-desenvolvimento>> Acesso em: 24. Mar. 2019.
- CURSOS, P. **Importância do empreendedorismo social**. 2014. Disponível em: <<https://www.primecursos.com.br/blog/importancia-empreendedor-social/>> Acesso em 24. Mar. 2019.
- REDAÇÃO ECOD. **EcoD básico: Empreendedorismo Social**. 2010. Disponível em <<http://www.ecodesenvolvimento.org/noticias/ecod-basico-empreendedorismo-social?tag=empreendedorismo-social>> Acesso em 24. Mar. 2019.
- SEBRAE. **O que é ser empreendedor**. 2019. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em 24. Mar. 2019
- PASSOS, P, L. Progressos tecnológicos é nossa maior carência contra o atraso econômico e Social. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 22. Mar. 2019. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/pedropassos/2019/03/progresso-tecnologico-e-nossa-maior-carencia-contr-o-atraso-economico-e-social.shtml>> Acesso em 24. Mar. 2019.

BUENO, J, R. **Empreendedorismo social: propósito em equilíbrio com os negócios.** 2017. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/empreendedorismo-social/>> Acesso em 5. Abr. 2019.

BUENO, J, R. **Mas afinal o que é empreendedorismo.** 2016. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empreendedorismo/>> Acesso em 5. Abr. 2019.

DORNELAS, J, C, A. **Transformando Ideias em Negócios,** - 2º. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. – 2º reimpressão.

SOUZA, P, H. **Empreendedorismo: Passo a passo /** Pedro Henrique Souza. 1. Ed. Santa Cruz do Rio Pardo, SP: Editora Viena, 2013.

SEBRAE NACIONAL. **Comportamento empreendedor: Conheça as características empreendedoras desenvolvidas no Empretec.** 2017. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empreendedoras-desenvolvidas-no-empretec,d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em 30. Mai. 2019.

DIAS, E. **O que é empreendedorismo.** 2019. Disponível em: <<https://www.dicionariofinanceiro.com/empreendedorismo/>> Acesso em 31. Mai. 2019.

AIRES, G, P. **Empreendedorismo ambiental – O que é?** 2019. Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/administracao/empreendedorismo-ambiental-o-que-e/47573>> Acesso em 31. Mai. 2019.

GONÇALVES, R. **A importância dos empreendedores para a sociedade e como reunir as qualidades para se tornar num, por Rita Sampaio (MAQUIJIG).** Disponível em: <<http://www.hipersuper.pt/2013/11/22/a-importancia-dos-empreendedores-para-a-sociedade-e-como-reunir-as-qualidades-para-se-tornar-num-por-rita-sampaio-maquijig/>> Acesso em: 9. Jun. 2019.

MARQUES, J, R. **Empreendedorismo Social- Um novo conceito entre os empresários.** 2016. Disponível em <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/empreendedorismo-social-um-novo-conceito-entre-os-empresarios/>> Acesso em 31. Mai. 2019.

GONÇALVES, V. **Empreendedorismo social – O que é, como funciona e ideias.** Disponível em < <https://novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/empreendedorismo-social/> > Acesso em 31. Mai. 2019.

DUARTE, V, M, N. **Pesquisas: Exploratórias, descritivas e explicativa.** 2019. Disponível em: <<https://monografias.brasilecola.uol.com.br/regras-abnt/pesquisas-exploratoria-descritiva-explicativa.htm>> Acesso em 09. Jun. 2019.

TYBEL. D. **Quais são as fontes primárias e secundárias?** 2017. Disponível em: <<https://guiadamonografia.com.br/fontes-primarias-e-secundarias/>> Acesso em 09. Jun. 2019.

Neves, M. O. (2015). A importância da investigação qualitativa no processo de formação continuada de professores: subsídios ao exercício da docência. **Revista Fundamentos**, 2(1).

DUARTE, T. (2016). **Pesquisa quantitativas e qualitativas: entenda a diferença.** Disponível em: <<https://satisfacaodeclientes.com/pesquisas-quantitativas-e-qualitativas/>> Acesso em 09. Jun. 2019.

Rodrigues, W. C. (2007). Metodologia científica. *Paracambi: Faetec/IST*, 40.

COSTA, M, G. (2015). Disponível em: <<http://www.responsabilidadesocial.com/artigo/o-empendedorismo-e-a-responsabilidade-social-uma-experiencia/>>. Acesso em 17. Jun. 2019.

NATURA (2019). Disponível em: <https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/mais-beleza-menos-lixo?iprom_creative=mat_saiba-mais_mais-beleza-menos-lixo&iprom_id=omundoemaisbonito_como-deixamos&iprom_name=banner_full&iprom_pos=2>. Acesso em 17. Nov. 2019.

NATURA (2019). Disponível em: <https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/impacto-social?iprom_creative=mat_saiba-mais_impacto-social&iprom_id=omundoemaisbonito_como-deixamos&iprom_name=banner_full&iprom_pos=3>. Acesso em 17. Nov. 2019.

NATURA (2019). Disponível em: <<https://www.natura.com.br/inovacao>>. Acesso em 17. Nov. 2019.

Meusuccesso.com (2014). Disponível em: <<https://meusuccesso.com/artigos/empendedorismo/5-exemplos-de-empendedorismo-social-no-brasil-173/>>. Acesso em 17. Nov. 2019.

Maria, A (2019). Disponível em: <<https://envolverde.cartacapital.com.br/natura-e-a-15a-empresa-mais-sustentavel-do-mundo/>>. Acesso em 17. Nov. 2019.